

# 体験型消費者教育実践モデルの構築

## －キッズタウン SHUJITSU2018の活動報告から－

**Construction of experiential consumer education practical model**  
**－ From the activity report of Kids Town SHUJITSU2018 －**

小 田 奈緒美 ・ 東 珠 実  
石 田 省 三 ・ 加賀美 太 記  
妻 藤 純 子 ・ 中 西 裕

# 体験型消費者教育実践モデルの構築

－キッズタウン SHUJITSU2018の活動報告から－

Construction of experiential consumer education practical model

－ From the activity report of Kids Town SHUJITSU2018 －

小田 奈緒美 (生活実践科学科) ・ 東 珠 実 (相山女学園大学)

ODA Naomi

AZUMA Tamami

石田 省 三 (法人事務局)

・加賀美 太 記 (経営学科)

ISHIDA Shozo

KAGAMI Taiki

妻 藤 純 子 (岡山理科大学)

・中 西 裕 (表現文化学科)

SAITO Jyunko

NAKANISHI Yutaka

キーワード：消費者教育、こどものまち、キッズタウン、実践モデル、大学

## 1 はじめに

本報告は、2018年度に就実大学にて体験型消費者教育イベントとして実施したキッズタウン SHUJITSU の活動概要をまとめたものである。

このイベントは、1979年から30年以上に渡り2年に1度開催されるドイツのまちづくりの遊びである「ミニ・ミュンヘン」のモデルに、消費者教育の要素を取り入れた取組である。日本では、2002年に千葉県佐倉市で「ミニさくら」が継続的な「こどものまち」として開催されてから、現在までに全国200カ所以上に同様の取り組みが広がりを見せている。小田・東は、2007年頃から「こどものまち」の活動に着目して研究を進めており、「こどものまち」の取組には購買活動を繰り返すこと、給料の中から税金を納めること、市長選挙や市民会議が開催されることなどの過程に、消費者市民の育成に必要な要素が含まれることを明らかにしてきた<sup>1) 2) 3) 4) 5) 6)</sup>。

筆者らは、これまでの研究から、幼児期・児童期を対象とした体験型消費者教育イベントとして、「こどものまち」の取組に、消費者教育に必要な要素を多数盛り込んだ「キッズタウン KYOYAMA」を実施し、体験型消費者教育モデルとしての実現可能性および参加者への消費者教育の効果を確認した<sup>7) 8) 9) 10)</sup>。

その際に、参加した子ども達や保護者の方から「また実施してほしい」という声を受け、本学の学生が中心となり、会場を移し、継続をすることとなった。本報告は、その企画から開催における活動概要<sup>11)</sup> および教育効果の検証結果を示す。

## 2 方法

本研究では、以下の手順に基づいて実施する。

### (1) 「キッズタウン SHUJITSU2018」の開催状況

体験型消費者教育イベント「キッズタウン SHUJITSU2018」の開催概要およびその特徴を明らかにする。

### (2) 「キッズタウン SHUJITSU2018」の参加児童への消費者教育の効果の検証

上記のように企画・実施した「キッズタウン SHUJITSU2018」に一般参加した子どもたちへの消費者教育の効果について、以下の方法により検証する。

#### 1) 調査方法

体験型消費者教育イベントに参加した小学生および保護者にアンケート調査を実施する。調査概要を表1に示す。調査日は、事前調査を第1回、第2回子ども会議の際に行い、事後調査をイベント終了後の第3回、第4回子ども会議時の計2回において、自己評価をしてもらう。子どもへの調査内容は、消費者教育の体系イメージマップ(表2)におけるライフステージのうち、参加者の該当する小学生期について、4つの重点領域に対応する10の重点項目別に評価項目を作成し、それぞれの目標達成度を5段階評定(全くそう思わない:1点、あまり思わない:2点、どちらとも言えない:3点、ややそう思う:4点、とてもそう思う:5点)で尋ねる。その他、参加者の意識として、参加理由や、楽しかったこと、感想などについても確認する。

保護者アンケートは、イベント開催中の大人ツアー参加者および、当日保護者控室にいらした方を対象に行う。調査内容として、子ども達への消費者教育の効果や次回参加希望の有無、ボランティアの印象などについて尋ねる。

表1 調査概要

調査対象者	小学生	保護者
調査日	事前:7月14日、8月28日 事後:9月16日、17日	9月16日、17日
調査場所	就実大学T館	就実大学T館
調査方法	アンケート調査	アンケート調査
配布回収	直接配布回収	直接配布回収
調査人数	7月119名、8月165名、 9月16日128名、17日104名	87名

表2 重点領域・項目別・にみた小学生期の消費者教育の目標とアンケート調査項目

各期の特徴		小学生期の領域別目標	アンケート調査項目
重点領域(重点項目)			
消費者市民 社会の構築	①消費がもつ影響力の理解	①消費をめぐる物と金銭の流れを考 えることができる	自分が買う物がどこで作られ、自分 がはらったお金がどこに行くか、わ かりますか
	②持続可能な消費の実践	②自分の生活と身近な環境とのかか わりに気づき、物の使い方などを 工夫できる	かんきょうにやさしいしょうひんを 買ったり、物を大切につかったりし ていますか
	③消費者の参画・協働	③身近な消費者問題トラブルに目を 向けられる	買った物がこわれていた時に、まわ りの人と力をあわせて、もんだいを かいけつできますか
商品等の 安全	①商品安全の理解と危険 を回避する能力	①危険を回避し、物を安全に使う手 がかりを知ることができる	きけんをさけ、物をあんぜんにつか うほうほうを知っていますか
	②トラブル対応能力	②困ったことがあったら身近な人に 相談することができる	こまったことがあったら、みちな 人にそうだんすることはできますか
生活の管理 と契約	①選択し、契約すること への理解と考える態度	①物の選び方、買い方を考え適切に 購入したり、約束やきまりの大切 さを知ったり考えることができる	買った物はかんたんに返せないの で、よく考えて買っていますか
	②生活を設計・管理する 能力	②物や金銭の大切さに気づき、計画 的な使い方ができる	物やお金のたいせつさを考えて、け いかくてきにつかっていますか
情報と メディア	①情報の収集・処理・発 信能力	①消費に関する情報の集め方や活用 の仕方を知ることができる	しょうひんのねだんや、とくちょう をしらべて買っていますか
	②情報社会のルールや情 報モラルの理解	②自分や知人の個人情報を守るなど、 情報モラルを知ることができる	自分やともだちの名前やじゅう しょ、しゃしんなどをかんたんに教 えないようにしていますか
	③消費生活情報に対する 批判的思考力	③消費生活情報の目的や特徴、選択 の大切さを知ることができる	しょうひんのせつめいが正しいかど うかを考えて買い物をしていますか

## 2) 分析方法

上記の方法により収集したデータに基づき、消費者教育の体系イメージマップにおける小学生期の各目標がどの程度達成されるかを、「目標達成指数」として明示する。ここでは、5段階評定の回答に対し、「とてもそう思う」の場合100%達成、「ややそう思う」の場合75%達成、「どちらともえない」の場合50%達成、「あまり思わない」の場合25%達成、「全く思わない」については達成度0%として便宜的にカウントし、無回答を除く全取組の平均値を「目標達成指数」としてとらえ、全体的な状況を整理・考察する。

## 3 結果及び考察

### (1) 「キッズタウン SHUJITSU2018」の概要

#### 1) 実行委員会の開催スケジュール

本事業の実施に当たり、開催の6ヶ月前に準備委員会を行い、4か月前から実行委員会を立ち上げ検討を進めた。昨年は、初開催のため7回の会議を行ったが、今回は事前3回、当日1回、事後1回の計5回開催した(表3)。また、開催日数は、昨年は試行であったため1日のみの開催であったが、今回は2回目ということもあり、また会場も就実大学のT館の施設を全面的に利用できたことから、2日間に拡大して開催することとした。

表3「実行委員会」の開催スケジュールと活動概要

回数	日程	時間	開催場所	会議名	活動概要
準備	4月27日(金)	18時～20時	就実大学	準備委員会	実行委員会の設置、概要説明、役割分担
第1回	6月1日(金)	18時～20時		第1回実行委員会	第1回子ども会議の検討
第2回	7月14日(土)	9時半～12時 13時～16時 16時～16時半		第2回実行委員会 第1回子ども会議 議員会議	第1回子ども会議報告、第2回子ども会議の検討 まちの紹介、市長・議員選挙、販売商品投票 次回検討内容の確認
第3回	8月28日(火)	9時半～12時 12時～13時 13時～16時		第3回実行委員会 議員会議 第2回子ども会議	第2回子ども会議の内容検討 まちのルール、しくみ、税金の使い方などを検討 まちの紹介、市長・議員選挙、販売商品投票
—	9月14日(金)～ 9月15日(土)	10時～20時 16時～18時		まちづくり会	搬入、会場準備 商品づくり会:会場説明、商品づくり(臨時)
第4回	9月16日(日)～ 9月17日(月)	8時半～15時 15時～16時		第4回実行委員会 第3回、第4回子ども会議	イベント準備、イベント実施(10時～15時) 市議会による売上等報告、感想共有
第5回	11月5日(月)	16時半～18時		第5回実行委員会	振り返り、イベント実施後の反省

## 2) 学生 (SCO 同好会) 主体による運営

昨年は、本事業の運営は大人中心で進めたが、本年度は、昨年キッズタウン KYOYAMA においてボランティアをしていた学生らが同好会を立ち上げ、約50名の会員が実施・運営を行い、大人はそれをフォローすることとなった。

SCO (Shujitsu Consumer education Organization) 同好会では、会長、副会長の他、実施内容を検討する企画、企業への協賛依頼を担当する渉外や子ども会議を実施する教育、会議の内容や報告書をまとめる記録、全体の進行を統括するスケジュール管理、金銭管理を行う会計、会議時の書記など7つの役割を決め、分担して運営が行われた。

## 3) 子ども・ボランティア募集

### ① 子ども募集

参加する児童の募集は、会場の近隣の小学校20校程にチラシを配布して行った。また Web サイトにも申込方法や概要を掲載した。昨年は試行的に行ったため、参加者は小学校3年生以上としたが、消費者教育においてはその対象を幼児から高齢者までとしていることから、昨年よりも対象を広げ、4歳～小学6年生までとし、チラシを8千枚印刷・配布した。参加者数を事前に把握するため、事前申込制とした。氏名、性別、学校名、学年、緊急連絡先、メールアドレス、事前会議への参加の有無の他、飲食を扱うためアレルギー情報を記載してもらい、個人情報を慎重に管理した。参加申し込みは366名であり、当日参加者は16日が190名(幼児33名含む)、17日が219名(幼児37名含む)と、両日とも昨年公民館で実施した時よりも2～3倍に増加した。

## ② ボランティア募集

ボランティアの募集は、大学の掲示板への募集チラシ掲載と、近隣の中学・高校に依頼し、両日とも30名以上の申し込みがあった。必要な人数の目安は、1つのお店にボランティア1名を想定した。ボランティアの役割は、イベント当日の子ども達のフォローである。そのため、「事前ボランティア説明会」を開催し、「こどものまち」や本事業の趣旨と概要、自分の担当するお店や役割を把握してもらった。当日は、16日は33名、17日は30名の参加があった。

## 4) 事前会議（第1回・第2回子ども会議）

児童らがキッズタウンへのイメージを膨らませ、参加意欲を高めるために、事前に2回、事後に2回の計4回「子ども会議」を設定した。また、事前の2回の会議に参加できなかった方には、見学および商品づくり会を行った。

### ① 第1回子ども会議

第1回子ども会議は2時間行った。参加児童数は120名であった。

最初にキッズタウンについて昨年のDVDをみてイメージを高めてもらった後に、良い市民になるためにはどうすれば良いかのクイズを行なった。次に、市長選挙はその場で立候補者を募り、26名の立候補者が立会演説会を行った。市民は、最もふさわしいと思う人に投票をしたが、岡山市選挙管理委員会から本物の投票箱を借りることができ、選挙が盛り上がった（図1）。最も得票数が多かった立候補者1名が子ども市長に選ばれ、それ以外の立候補者からくじで12名が議員として、合計13名で市議会を結成した。

その後、当日販売する商品を21種類用意し、児童らの投票により選ばれた上位7つは、必ず当日販売することになった（図2）。児童らが自分達で選んだ商品を販売し購入できることで、当日への期待感を高めることができた。商品は、子ども造形教室の講師等に事前に依頼し、牛乳パックやトイレットペーパーの芯、空き箱等の廃材を活用して作る商品を提案してもらい、子ども達自身にも家で集めて持ってきてもらうよう声をかけ、エコなまちづくりを目指した。

終了後、選出された子ども市長と議員は集まり、議員会議を開催し、次回の検討事項であるまちのルールなどを考えてきてもらうことにした。



図1 市長選挙の様子



図2 選ばれた商品7種類

- ・水鉄砲
- ・松ぼっくりツリー
- ・オーロラボックス
- ・万華鏡
- ・CD ごま
- ・空気砲
- ・ロケット

## ②第2回子ども会議

第2回子ども会議は、事前の議員会議（1時間：図3）の後、前半に市民総会、後半を商品づくり会として2時間程度実施した。参加児童数は165名であった。議員会議は市長と議員が集まり、まちの目標、通貨単位、労働時間、税率、起業の承認、デザートメニュー、子ども大学の企画を検討した（表4）。

市民総会では、はじめに議員からの検討事項の報告を行った（図4）。

商品づくり会は、第1回子ども会議で選ばれた商品を作る練習をした。商品は専門家の指導を受けて作るため一定の品質を保つことができた（図5・6・7）。値札には、製作者の名前（ニックネーム）、価格、品質の検査印、製品情報（アピール点）を記載する欄を作り、市民が買う時に必要な情報を記載した（図8）。値段と検査印は、販売前に、商店街の店員に押され、販売される。

児童らは、丁寧に作った商品には高い値段がつけられ、不良品には品質検査印がもらえず、店頭に並ばないため、自然に質の高い商品を作るようになる。製作過程で、他者に売ることを意識させることで、児童らが商品を丁寧に作る必要性や、情報をわかりやすく発信する重要性を学べるしぐみを盛り込んだ。

表4 議員会議での決定事項

キッズタウンの目標	みんななかよくびょうどうに
通貨単位	ピーチ
働く時間	30分（30分働くと100ピーチ給料がもらえる）
税率	20%（100ピーチのうち20ピーチ徴収）
起業の承認	認める
デザートメニュー	かき氷・フルーツポンチ
こども大学の自由研究の承認	認める



図3 議員会議の様子



図4 市民総会での報告



図5 商品づくり会



図6 専門家からの指導



図7 完成した商品

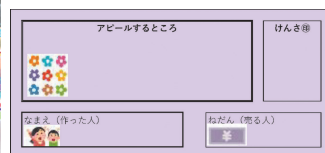


図8 商品につける値札

5) まちづくり会

会場準備は2日前からはじめた。机や椅子は大学の備品を借りたが、昨年と異なり搬入の必要がない分、比較的スムーズにまちの設営を進めることができた。

会場は、就実大学T館の1階から4階までを使用した(図9~12)。1階をメイン会場とし、市役所や警察などの公共関係は玄関前に設置した。2階は調理室があることからレストラン街とした。3階は市民登録の受付、オリエンテーション、ファクトリーと新聞社、迷路などがあり、4階は子ども大学とした。

また、各店舗の備品は、事前に作成した「お店マニュアル」をもとに設置した。安全を意識し、食券売場には食物アレルギー対応表を貼り出した(表5)。ボランティアには事前に販売方法をマニュアルに記載して渡し、アレルギー該当者への販売について十分に注意を促した。これは保護者への文書にも掲載した。各店舗では、まち終了後の子ども会議で発表するため、各店舗で売上や人数を記録(正の字で記載)できるようにした。

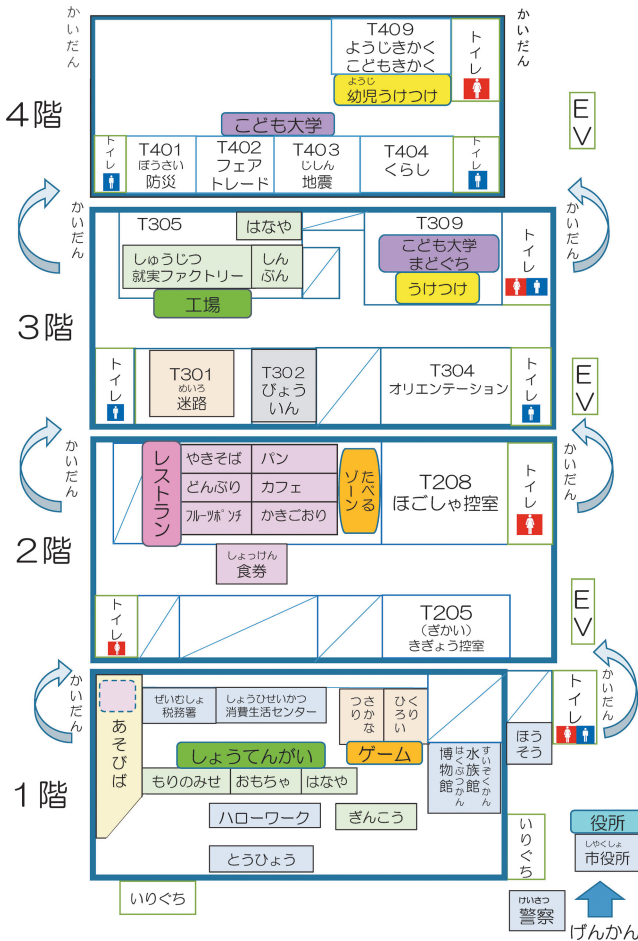


図9 会場図(就実大学T館1~4階)



図10 会場入り口



図11 会場の様子



表5 アレルギー一覧表

番号	名称	特定原材料7品目										(特定原材料に準じるもの) 20品目																
		そば	小麦(グルテン)	卵	牛乳(乳糖)	豚肉	鶏肉	魚(魚介類)	大豆	ごま	そば	小麦(グルテン)	卵	牛乳(乳糖)	豚肉	鶏肉	魚(魚介類)	大豆	ごま	そば	小麦(グルテン)	卵	牛乳(乳糖)	豚肉	鶏肉	魚(魚介類)	大豆	ごま
1	どんぶり		●																									
2	やきそば			●																								
3	かき氷イタコ																											
4	フルーツポンチ フルーツカクテル																											
5	フルーツポンチ																											
6	チョコシート (お弁当用)			●																								
7	アイスティー																											
8	むぎちや																											
9	きびだんご																											
10	スタンプラリーのけいひん らみみず			●																								
11	だやしや スタックがし			●	●																							
12	だやしや：あめ																											
13	だやしや：ねりがし			●																								
14	だやしや：もちがし																											
15	だやしや：グミ																											
16	だやしや：カルパス																											
17	パン：パナ クリームロール			●	●	●																						
18	パン コーヒロール			●	●	●																						
19	パン：チョコ クリームロール			●	●	●																						
20	パン：高野豆腐 レンジラス チョコ			●	●	●																						
21	パン：シガーフライ					●																						



図12 レストランの様子

## 6) 当日の児童らの活動概要

### ①受付と市民登録

受付では、スタッフが事前登録リストにチェックを行い、アレルギーを確認後、マイナンバーを記載して市民証(図13)を発行する。児童らは、市民証に必要事項を記入する。その後、子どもたちは軍資金の100ピーチやお店投票用紙(来年あったらいいと思うお店を選んで投票)、スタンプラリーカード(12個集めると景品がもらえる)、意見票(まちを良くするための意見を市役所に投函)等の入った首下げ式のクリアホルダーを受け取り、市民証を入れる。クリアホルダーはキッズタウン SHUJITSU の市民として活動する間、財布代わりになる。その後、別の部屋でオリエンテーションを受け、キッズタウンのルールを学ぶ。

### ②オリエンテーションとまちの遊び方

受付を済ませた児童らは、数十名程度にまとまって、隣の部屋でオリエンテーションを受講する。大学生ボランティアから、キッズタウンの遊び方(下記の①~⑤)や各店舗の場所、お店投票・スタンプラリーへの参加、子ども大学の講座内容や注意点などについて説明を受ける。

①市民になる(市民登録をする/すでに終了)

②ハローワークで仕事を探してブースで働く、または、子ども大学で学んで伝える(30分単位)

③銀行で給料をもらう(30分で100ピーチ)

④税務署で税金を納める(100ピーチの所得に対し20ピーチ)

⑤買い物をしたり遊んだり食べたりしてお金を使う(⇒②~⑤を繰り返す)

\*③④では、2日目は上層階にある子ども大学の受講数を増やすため、30分受講すると200

ピーチもらえ、40ピーチの税金を納めることになった。

なお、市民証には、「おかねをかせいだ記録（お店や子ども大学での学習内容、時間、店長印、給料、税金）」と「おかねをつかった記録（買ったもの、価格、数量、時間、店長印）」を付けることができるようにした。また、子ども大学での学びや、稼いだお金をどのように使ったかを記録できるようにした。これにより、こどものまちでの収支をお小遣い帳のように記録することができ、金銭管理能力育成の一步とすることができる。

また、今回は事前にキッズタウンで何をしたいか、目標を考えた上で活動に入ることと、子どもたちが楽しめるスタンプラリーを導入し、消費者教育に必要であると考えた投票活動やエコバックの持参、子ども会議への参加、消費生活センターに行くこと等を促すしかけを盛り込んだ（図14）。

図13 キッズタウン SHUJITSU2018市民証

③当日のスケジュール

10時から子ども市長による開会式が開催され、15時まで活動が行われる（表6）。11時には岡山市長からの子ども市長任命式のセレモニーが行われ、子ども市長により会場を案内して回った（図15）。また、保護者の方向けの大人ツアーは、先着30名（各15名ずつ2チーム

に分かれて1～4階を見学するツアー)で3回行った。大人はまちの中に入れていなくみのため、市役所で働く子どもの先導によるこのツアーに参加することで、子どもたちの様子を見ることができる。議員会議は両日とも2回開催され、15時から子ども会議で報告する内容を検討した。市役所のポストには、市民からのまちを良くするための意見が投函されており、それらの意見を検討し、改善案を報告する。

表6 キッズタウン SHUJITSU 当日のスケジュール

当日のスケジュール			
9月16日(日) 9月17日(月)	9:00～9:30	受付開始	
	9:30～10:00	オリエンテーション実施	
	10:00～10:15	キッズタウン SHUJITSU2018開会式活動開始	
	10:15～15:00	11:00～11:15	子ども市長任命式
		11:30～12:00	大人ツアー (1回目)
		12:00～12:30	議員会議
		12:30～13:00	大人ツアー (2回目)
		13:30～14:00	大人ツアー (3回目)
		14:00～14:30	議員会議
		15:00	活動終了
15:00～16:00	第3回・第4回子ども会議閉会式		
16:00	解散		

#### ④店舗一覧

今回は、公共8店舗、お店6店舗、遊び4店舗、食物7店舗、学び9店舗の計34店舗に病院や保護者控え室などを用意した(一例:税務署 図16)。各店舗の子ども達の仕事の内容を表7に示す。幼児については、保護者から1人だけで行動させるのは不安であるとの声や、スタッフをつけてほしいとの要望を受け、幼児ツアーを開催し、スタッフがまちを案内した(図17)。ただし、終了後のアンケートで「子どもが1人でまわる計画を立てていたもので、ずっとツアーなのは残念だった。」との意見も保護者からあったため、自由に選択できる形式にすると良いかもしれない。



図15 市長任命式の様子



図16 納税の様子



図17 幼児ツアーの様子

表7 キッズタウン SHUJITSU 店舗一覧

分類	番号	お店の種類	単価等	活動内容（作るものなど）					部屋	
A公共 8店舗	1	市役所		市民登録、環境局(掃除)、議会の開催、大人ツアーの実施、セレモニー、選挙、スタンプラリー					T コモンズ	
	2	警察		見回り、違反者（走ったりする人）の警告、混雑時の警備など						
	3	ハローワーク		仕事を探している人に職業を紹介する、相談にのる						
	4	税務署	-20	税金を徴収する						
	5	消費生活センター		展示や消費者問題クイズ等を出す					T301	
	6	水族館		西川の魚を水槽で展示する						
	7	博物館		昔のものを展示する						
	8	放送局		館内放送をする						
Bお店 6店舗	9	森の店		①水鉄砲	②ツリー	③紙トンボ	④メモスタンド	⑤ペンダント	T コモンズ	
	10	商店街	①100-90 ②90-80	①オーロラボックス	③キラキラパッチ	②コロコロゲーム	①空気砲	⑤新聞		
	11	花屋	③70-50 ④50-40 ⑤20	③花の苗を売る		②万華鏡	②ロケット	③CDこま		
	12	就実ファクトリー		竹笛、バードコール、紙トンボ、メモスタンド、ウッドペンダント、オーロラボックス、コロコロゲーム、キラキラパッチ、プーマン、空気砲、幼児用商品などの作成					T305	
	13	新聞社	20	新聞作る						
	14	銀行	100	給料発行						
C遊び 4店舗	15	ゲームコーナー	70	新聞紙で作ったクリトングで拾い、背負った箱に入れて数を競うゲームの受付をする					T コモンズ	
	16		90	魚の入ったプールでつりをするゲームの受付をする						
	17	遊び場		新聞プールの受付をする、販売商品等を体験するコーナー						
	18	迷路	90	迷路を作る、完成後は遊びに来た人の受付、修理をする					T301	
D食物 7店舗	19	レストラン	焼きそば	50	焼きそばを作る、食器を洗う					T207
	20		どんぶり	50	三食丼を作る、食器を洗う					
	21		パン屋	40,20	パンを売る、終了後お菓子を作る、食器を洗う					
	22		カフェ	30,10	フェアトレードセット、まび団子セット、お茶を売る、食器を洗う					
	23		フルーツポンチ	40	フルーツポンチを売る、食器を洗う					
	24		かき氷	30	かき氷を売る、食器を洗う					
	25		食券		食券を売る					T207前
E学び 9店舗	26	うらじゃ		うらじゃの踊りを習う					T401	
	27	防災ダック		防災ダックの教材を使い、災害に関するポーズを習う					T401	
	28	フェアトレード		チョコレートの児童労働など、フェアトレードについて習う					T402	
	29	銀行		お金のしくみを習う					T403	
	30	地震		災害など気象のしくみについて学ぶ					T403	
	31	ESD		買い物や暮らしについて学ぶ					T404	
	32	*子ども企画		子どもたちに講師となって授業をしてもらう*税金集まり後					T409	
	33	幼児企画		幼児向けのツアープログラム					T409	
	34	買い物		買い物と世界のつながりについて学ぶ					T304	
Fその他 6か所	35	病院		専門家が体調不良やケガなどの対応のため待機					T302	
	36	ボランティア控室		専門家、ボランティアの休憩場					T522	
	37	企業控室		企業や団体の方用の控室					T205	
	38	保護者控室		保護者控室：イベントの説明、企業様資料を置く、DVDを流す					T208	
	39	外周警備		館外警備						
	40	エレベーター案内		子どもたちにエレベーターの案内をする					エレベーター	

注1) 水族館、博物館は当初有料（50ピーチ）の予定であったが、子どもたちが遊べるスペースが少なく、また来客も少なかったことから、公共施設でもあるため1日目の11時頃から無料開放とした。

注2) 子ども大学の講座は、26うらじゃ、29銀行は1日目のみ開催し、27防災ダック、30地震、34買い物は2日目のみ開催した。また、子ども大学受講者は、2日目は200ピーチもらえることにした。

### 7) 事後会議（第3回、第4回子ども会議）

キッズタウンのまちの終了後、15時から16時には子ども会議が開催され、子ども市長の司会・進行により活動のふりかえりが行われた（図18～19）。

市長や議員から、来年残したいお店投票の結果（表8）の報告と、各店舗の売上金額や利用者数についての発表がなされ、どの店舗が人気だったのか、どのくらいの来客があったのか等を市民が共有することができた（表9）。

市議会からは、議員会議で市民からの意見箱の意見を検討した結果、1日目には「ハローワークの列が混雑していたが、詳しいことがわからないため、明日検討し、改善したい」

という意見が出され、2日目には検討・視察の結果、「ハローワークの列を2列に増やして改善する」案が報告された。また、「みんなが心がけてあいさつをして、まちを明るくすること、そして次年度に向けては、「バス停があるのにバスが走っていないため、来年はバス会社を作り、バスを走らせる」こと等が報告された。一方、市民からはキッズタウンの感想が発表され、「色々なお店を体験でき、楽しいゲームもあって楽しかったので、明日も楽しみだ」という意見や、「食券を買うのに時間がかかり、とてもお腹がすいた」という意見に対しては、市長から「食券の列を2列に増やすことを市議会で決定したので、明日は改善できると思う」というやり取りが見られた。また、これらのやり取りを受け、SCO 同好会では並ぶ人に事前にメニュー表を配布し、スムーズな購入につなげる工夫をするなど、子ども達の意見をもとに学生達も考え、工夫する場面が見られるなど、市民としてより良いまちを協働して取り組む機会となったことが伺えた。

表8 お店投票の結果

順位	9月16日(日)	9月17日(月)
1位	花屋	花屋
2位	おもちゃ屋	子ども大学
3位	警察、森の店、銀行	放送局



図18 市民総会の様子



図19 参加者・スタッフの記念撮影の様子（メイン会場）

表9 各店舗の来客人数・売上金額の集計結果

分類	番号	お店の種類		人数/売上 (16日)	人数/売上 (17日)
A 公共 8 店舗	1	市役所		157人	182人
	2	警察		38人	50人
	3	ハローワーク		390人	461人
	4	税務署		6180ピーチ	19840ピーチ
	5	消費生活センター		49人	63人
	6	水族館		40人	140人
	7	博物館		60人	92人
	8	放送局		50人	50人
B お店 6 店舗	9	商店街	森の店	9620ピーチ	19920ピーチ
	10		おもちゃ屋	5510ピーチ	15400ピーチ
	11		花屋	1920ピーチ	7830ピーチ
	12	就実ファクトリー		38人	67人
	13	新聞社		100ピーチ	140ピーチ
	14	銀行		44000ピーチ	48700ピーチ
C 遊び 4 店舗	15	ゲーム コーナー	農家体験	2800ピーチ	4200ピーチ
	16		漁師体験	1260ピーチ	3830ピーチ
	17	遊び場			
	18	迷路		3200ピーチ	3880ピーチ
D 食べ物 7 店舗	19	焼きそば		3700ピーチ	6050ピーチ
	20	どんぶり		1000ピーチ	2500ピーチ
	21	パン屋・だがしや		1360ピーチ	1920ピーチ
	22	カフェ		1040ピーチ	2610ピーチ
	23	フルーツポンチ		1800ピーチ	4480ピーチ
	24	かき氷		2940ピーチ	10820ピーチ
	25	食券			
E 学び 6 店舗	26	うらじゃ/防災ダック		12人	39人
	27	フェアトレード		17人	41人
	28	銀行/地震		19人	34人
	29	ESD		5人	13人
	30	エコ・買い物 (SDGs)			14人
	31	子ども企画			
F その他	32	病院		2人	2人

(2) 参加した子ども達への消費者教育の効果の検証—消費者教育イメージマップにみる各目標の達成度〔目標達成指数〕の分析結果

上記のように企画・実施した「キッズタウン SHUJITSU2018」の取組を通して、子ども達の消費者教育の目標がどの程度達成されたかを把握する。消費者教育イメージマップに基づく「目標達成指数」を算出した結果は、表10のとおりである。

表10を総覧すると、小学生自身の評価では、7月の子ども会議時に比べ、イベント終了後

の9月16日、17日の小学生期の目標については10項目全てにおいて目標達成指数が高まっており、10項目中の8項目が8割以上を示していることがわかる。すなわち、子ども達自身の判断によれば、消費者教育イメージマップに掲げられた多様な目標に対して、今回のイベントは一定の教育効果があることが認められる。ただし、全体で9割を超えたものは、「生活の管理と契約」領域の「選択し、契約することへの理解と考える態度」、「情報とメディア」領域の「情報社会のルールや情報モラルの理解」、の2項目にとどまり、最終日の9月17日には9割が1項目もみられなかったことから、消費者教育の効果をより高めるための仕組みについて、さらに検討する必要があることが示唆された。

一方、保護者へのアンケート結果（図）においては、大人ツアーに参加された方は、まちの中で過ごす子どもたちの様子を確認されており、消費者教育を学べたかについては「とてもそう思う」と「ややそう思う」が8割を超えており、全体としては消費者教育としての効果を感じている様子が示唆された。また、お子さんが楽しめたかどうかについては8割以上、また参加させたいかどうかについては9割を占め、イベント自体への満足度は高いことが伺えた。

表10 「キッズタウン SHUJITSU2018」の取組による消費者教育の目標達成度  
〔目標達成指数〕

重点領域（重点項目）		各期の特徴	小学生			
			7月14日 n=119	8月28日 n=165	9月16日 n=128	9月17日 n=104
消費者 市民社会 の構築	①消費がもつ影響力の理解		57.4	63.7	74.8	71.6
	②持続可能な消費の実践		79.8	83.7	88.0	88.5
	③消費者の参画・協働		71.4	76.8	76.0	79.3
商品等の 安全	①商品安全の理解と危険を回避する能力		76.1	78.8	84.0	85.3
	②トラブル対応能力		79.2	78.4	84.6	88.0
生活の 管理と 契約	①選択し、契約することへの理解と考える態度		82.9	82.9	90.4	85.1
	②生活を設計・管理する能力		82.2	81.8	84.6	87.5
情報と メディア	①情報の収集・処理・発信能力		77.4	78.0	83.4	84.1
	②情報社会のルールや情報モラルの理解		81.9	90.9	90.9	86.7
	③消費生活情報に対する批判的思考力		75.2	71.6	76.6	80.8

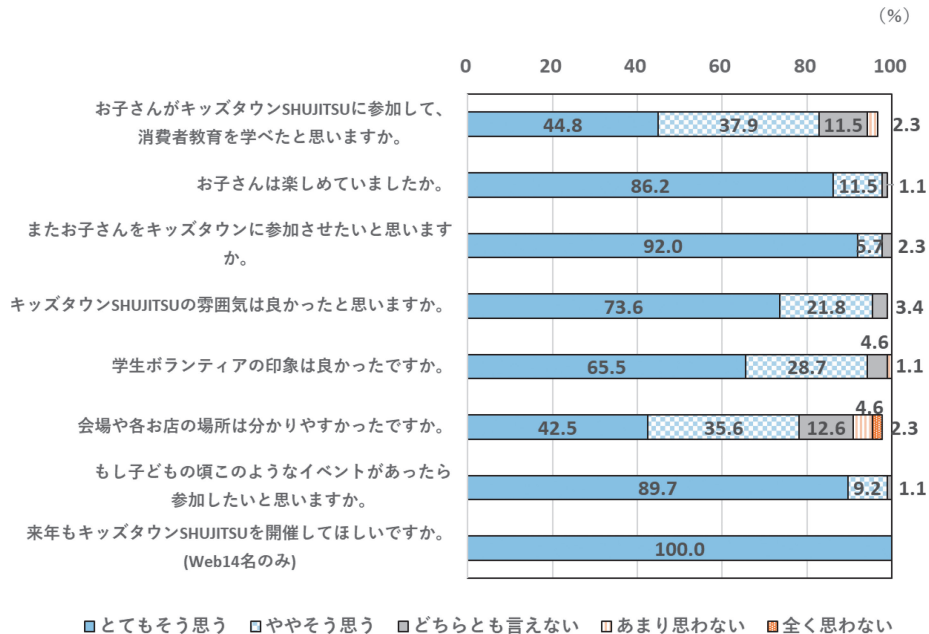


図 保護者アンケート結果 (n=87)

#### 4 おわりに

キッズタウン SHUJITSU は、昨年実施した KYOYAMA モデルを改良して実施したものであるが、消費者教育としての有効性についても、子ども達自身が評価したイベント終了後の目標達成指数は、総じて事前よりも上昇を見せた。

一方、学生主体で行われた初の試みであったが、これまで経験したことのない活動のため、運営面で役割負担が多い人とそうでない人ができるなどの課題が見られた。特に、昨年は当日参加者が80名程度であったのに対し、今年は200名近くの参加者で2日間に渡り開催することとなり、6か月前からの準備期間では短く、学生の負担は大きいものであったと感じる。しかし、こうした学生の活動に対し、2018年12月には岡山市立浦安小学校 PTA からの依頼がありキッズタウン URAYASU が開催され、またその他にも実施依頼が来たことをみると、地域からの期待は大きいと感じる。今後、こうした活動を継続するためには、地域でのボランティア組織を確立したり、主催者（大学生）とボランティア（中高生）が協力して準備を進めること等、活動を継続するための方策も検討する必要があることが示唆された。

本報告は、大学生まちづくりチャレンジ、公益財団法人福武教育文化振興財団、公益財団法人日本教育公務員弘済会の助成を受けて実施し、その研究成果の一環として作成した「キッズタウン SHUJITSU2018事業報告書」を一部修正したものである。

最後に、今回の実施に当たり、地域の30団体・企業の方のご協力により開催することがで



きたことに感謝申し上げます。

## 引用文献

- 1) 東珠実・小田奈緒美：「ミニ・ミュンヘンにおける消費者教育－消費者市民の主体形成の視点から－」、『社会とマネジメント』Vol.6 No.1、椋山女学園大学現代マネジメント学部紀要、pp.1-20、(2008)
- 2) 小田奈緒美・東珠実：「“日本型ミニ・ミュンヘン”における消費者教育展開の可能性－消費者市民を育成する主体形成教育の観点から－」、『消費者教育』、第30冊、日本消費者教育学会、pp.13-24、(2010)
- 3) 小田奈緒美：「ミニ・ミュンヘンにおける消費者教育展開の可能性」、『消費者教育』第33冊、日本消費者教育学会、pp.151-160、(2013)
- 4) 小田奈緒美、東珠実：「地域で展開する“こどものまち”と消費者教育－消費者教育の体系イメージマップに基づく分析－」、『中部消費者教育論集』第11号、日本消費者教育学会中部支部、pp.1-14、(2015)
- 5) 小田奈緒美、東珠実：「市民・行政・NPOの協働による消費者市民教育－名古屋地区における“こどものまち”の事例から－」、『中部消費者教育論集』、第12号、日本消費者教育学会中部支部、pp.35-48、(2016)
- 6) 小田奈緒美：「日本型ミニ・ミュンヘンにおける消費者教育の効果－消費者教育の体系イメージマップを用いた子ども実行委員および大人スタッフへの調査を通して－」、『消費者教育』、第37冊、日本消費者教育学会、pp.109-122、(2017)
- 7) 小田奈緒美、東珠実：「体験型消費者教育イベントとしての仕組みの構築－キッズタウン SHUJITSU2018の事例から－」、『中部消費者教育論集』、第14号、日本消費者教育学会中部支部、pp.47-58、(2018)
- 8) 住田涼、小田奈緒美：「『こどものまち』の足跡」、「こどものまち」の足跡編集委員会、3、pp.10-19、(2019)
- 9) 小田奈緒美、東珠実：「体験型消費者教育実践モデルの構築－キッズタウン SHUJITSU2018の活動報告から－」、『就実論叢』第48号、就実大学・就実短期大学、pp. 187-203、(2019)
- 10) 小田奈緒美、東珠実：「キッズタウンにおける消費者市民の育成に関する実践的研究」、『消費者教育』、第39冊、日本消費者教育学会、pp.1-10、(2019)
- 11) 小田奈緒美：キッズタウン SHUJITSU2018事業報告書、pp.1-25