

「きみとタノシーの1日すごろく」を用いた 幼い子どもと保護者への消費者教育実践

平川愛理・佐藤志歩・後藤彩香・丸山明日香・金谷理利果

1. 研究の背景と目的

情報化が進み、キャッシュレス決済やインターネット常時接続が当然視される現代において、子どものインターネット利用率は7割を超えている。また、子どもの消費者トラブルの相談件数も増加しており、親の端末を利用して高額課金が発生するなどの問題が多発している。幼い子どもには、ルールを守って生活すること、困ったことがあれば身近な人にすぐに相談すること、「見えないお金」を用いることを含めて「買い物」とは何かを知ることが必要であると考え。しかし、幼児向けの消費者教育の教材や消費に関する学習の機会が少ないのが現状である。

そこで、私たちは「きみとタノシーの1日すごろく」という幼児向け消費者教育教材を開発した(図1)。すごろくゲームを通して、買い物やお金、決まりなどを親子で話しながら、生活を振り返るといった内容であり、ゲーム体験を通して「見えないお金」の危険性の理解を促すことも目的としている。これにより、弘前市の市民参加型まちづくり1%支援システム事業のスタート部門に採択され、大学生による幼児と保護者向けの消費者教育講座を開催する機会を得た。

本研究の目的は、幼児と保護者を対象として、「きみとタノシーの1日すごろく」を用いて遊びながら学んでもらう消費者教育講座を開催し、その有効性と課題を明らかにすることである。

2. 方法

(1) 消費者教育の実践

2022年9月25日(金)、ヒロロ3階の多世代交流室2において、8組の幼児と保護者を対象に「きみとタノシーの1日すごろく」を用いた消費者教育講座を開催した。講座は、幼児にお

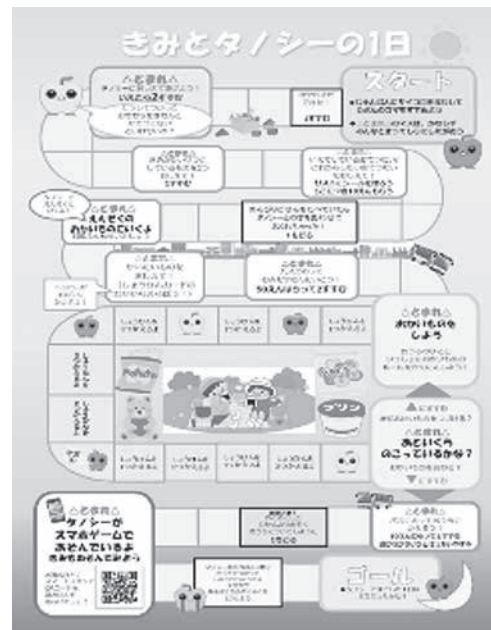


図1 「きみとタノシーの1日すごろく」



すごろくの様子

金の概念について説明したり、保護者に対してすごろく作成の背景となった幼児を取り巻く消費トラブルの実態についてのミニ講座を行ったりした後に、すごろくで遊ぶ流れで実施した。

(2) アンケート調査

参加した保護者を対象に2回のWEBアンケート調査を行った。

①講座実施直後

2022年9月25日～26日に、すごろくの内容や消費者教育講座についての評価の調査を実施した（回収数6、回収率75%、有効回答率100%）。

②講座実施3ヶ月後

2022年12月28日～2023年1月5日に、子どもの意識と家庭生活の変化についての調査を実施した（回収数4、回収率50%、有効回答率100%）。

3. 結果

アンケート調査の結果は、以下のとおりである。

①講座実施直後のアンケート結果

参加した幼児は、4歳児が2人、5歳児が4人、6歳児（就学前）が1人であった。「きみとタノシーの1日すごろく」の難易度は適切だという回答が多かった。また、回答者全員から、お金や買い物に関心をもつことができる、家庭内でルールを話すきっかけになる、スマートフォンの使い方を話すきっかけになるという評価が得られた。すごろくの内容や消費者教育講座の有効性が一定程度確認できた。

②講座実施3ヶ月後のアンケート結果

子どものお金に対する意識変化があった家庭は75%、買い物の様子について変化があった家庭は50%であった。お金について新しくルールを決めた家庭が3世帯あり、具体的にはお小遣い制度を導入してお小遣い帳をつける、自分でお年玉を管理するなどが挙げられていた。今回の消費者教育講座では、「消費者市民社会の構築」以外にも、「生活の管理と契約」の領域において意識変化があったことが分かった。

4. まとめと今後の課題

弘前市の事業に採択され実践した大学生による小さな消費者教育講座では、お金や生活の管理について親子で考えるきっかけを与えることができたと思われる。また、講座内での学習内容が子どもの意識の変化や家庭内のルール作りといった実生活に落とし込まれたことなど、大学生が社会の小さな歯車を回すことができたのではないかと考える。

他方で、お金を数えることが難しい子どももいたので、お金の概念を分かりやすくするための工夫をすること、また、すごろくで遊んだ後に、子ども自身のお金やスマホの使い方について親子で振り返る時間を設けることが必要ではないかと考えた。これらの課題を解決し、大学生による消費者教育講座の実践をより良いものにしていきたい。

（平川愛理 弘前大学教育学部）