

## テーマ:企業による大学生への消費者市民教育の実践と評価

日時: 2018年10月14日(日) 15:15~15:45

場所: 大阪教育大学 天王寺キャンパス

関西支部会員の川口徳子が、発表を行いました。

### <発表内容>

#### 【研究目的】

- ・大学生期における消費者教育は、自立した消費者として責任を持って行動し、社会の発展に積極的に関与する『消費者市民』の育成につながる。
- ・消費者市民社会と公正で良質な市場の実現には、消費者と事業者(企業)の相互理解と信頼構築が必要不可欠である。
- ・大学生期における消費者市民教育の重要性が唱えられる中、事業者のコールセンターには、大学生からの問合せは少ない。
- ・大学生が企業の取組みを知ることによる意識の変化を調査し、次世代の消費者と事業者の相互理解のあり方を研究する。

#### 【研究方法】

18回のべ774名の大学生に「消費者市民社会の実現に向けて」の授業とアンケートを実施(2015年1月22日~2018年8月26日)

<授業内容>①生活者と企業のギャップ ②消費者市民社会とは、「お客様の声を活かした取り組み事例」

③消費者志向経営とは、商品開発・商品改善の流れで考える、改善事例 ④コミュニケーションの機会づくり

#### 【結果・考察】

- ・企業のイメージの変化: 変わった37.2%、やや変わった38.7%
- ・企業の取組みへの理解: 理解できた45.9%、まあ理解できた46.3%
- ・「消費者市民社会」「消費者志向経営」に対して、消費者としてどのように行動すべきか。何ができるか等へのフリー回答をテキストマイニングで分析し、意識の変化が確認できた。

#### 【考察と今後の課題】

- ・事業者が消費者の声を活かして商品・サービスを改善していることを知ると、積極的に声をあげようとする。
- ・大学生に企業の取組みを伝えることは、消費社会の教育であると同時に、学習した能力・資質は、次世代の消費者視点を持った職業人の育成にもつながる。
- ・今後は、若者の消費者としての自立支援の取組み効果を高めるために、若者同士のIT技術を利用したコミュニケーションによる波及効果と、若者自身の主体的な関与・参画の可能性を探っていく。
- ・時代を先取りする若者の心理・行動を把握して商品・サービスに活用することは、双方に長期的に利益を生み出す持続可能な消費社会、良質な市場の形成につながる。事業者の「消費者理解」の視点から、両者の協働にも着目したい。

