

2025 年度 岐阜協立大学

学内ゼミナール大会 参加論文

ゼミ名 井口ゼミナール (演習Ⅱ)

テーマ 消費者トラブルを減らすためのカードゲーム

代表者 内屋翔太

参加者 大西未紗 大脇冴彩 甚九華音 高橋彩夏

高橋歩果 船江悠葉 船戸里緒 本多繭

岡田弥大 天池功成 氏原宏惟 小田航暉

山本純也 渡邊太翼

目次

第1章 はじめに (研究の目的と方法)

第2章 消費者教育教材の調査

第3章 ゼミで作成した消費者教育カードゲーム

第4章 アンケート調査と結果

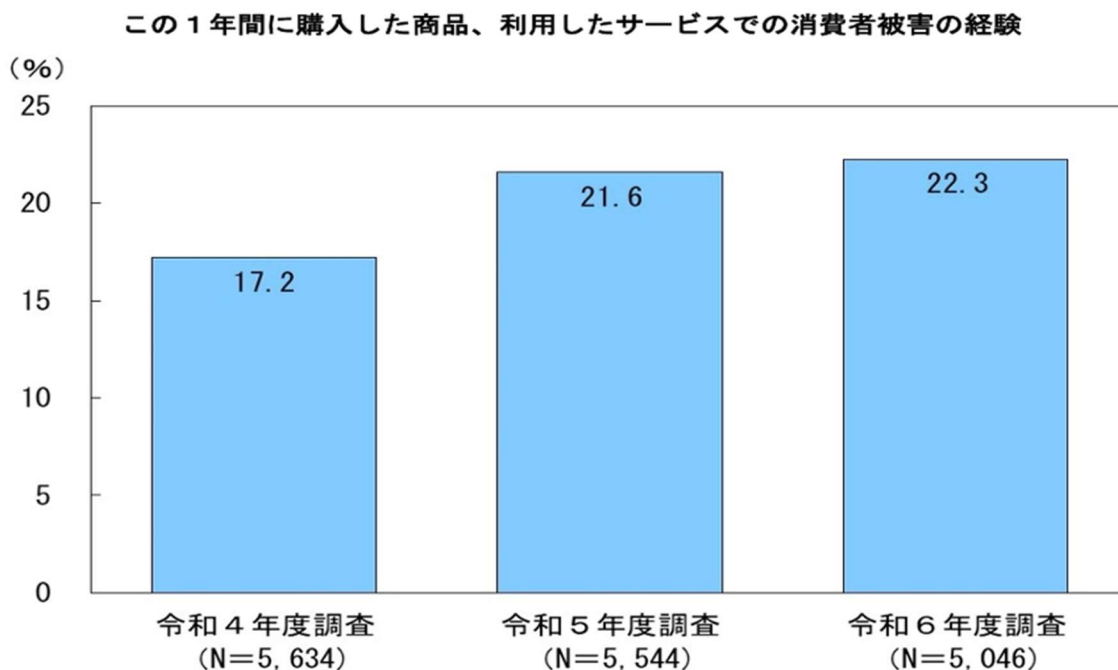
第5章 まとめ (考察と今後の課題)

第1章 はじめに (研究の目的と方法)

消費者トラブルとは何か知っているだろうか。誇大広告、ステルスマーケティング、不当表示。これらはすべて消費者トラブルである。SNSで「絶対的効果がある」と謳われている美容関連商品を購入したが宣伝のような効果は得られなかった、などといった被害があげられる。

近年こうした消費者トラブルの増加が問題となっている。図1は、一年間に購入した商品、利用したサービスでの消費者被害の経験件数である。このような消費者トラブルをおさえるために消費者教育を受ける必要があると考えられる。

図1 この1年間に購入した商品、利用したサービスでの消費者被害の経験



出所：消費者庁「令和6年度消費者意識基本調査」の結果について(令和7年6月13日)

そこで筆者たちは、消費者教育について研究することにした。研究の目的は、消費者トラブルを減らすために消費者教育の可能性と課題について考えること。研究方法として、消費者教育の教材の作成・使用・アンケートを実施することにした。

第2章 消費者教育教材の調査

研究にあたり、消費者庁が運営する「消費者教育ポータルサイト」を活用した。「消費者教育ポータルサイト」は、学校や地域等において消費者教育を実践するために役立つ教材、取組事例、講師派遣等を行う団体、啓発チラシ・啓発動画等の情報を収集し、提供する、消費者庁のウェブサイトである。

消費者教育とは自立した消費者の育成を目指して行われるものとされており、自立した消費者とは騙されない消費者、自分で考える消費者のことだ。消費者教育を進めるためには、地域や世界的な課題、消費者が及ぼす将来への影響について自覚し、社会の一員としてよりよい社会の発展のために積極的に参画することが重要である。

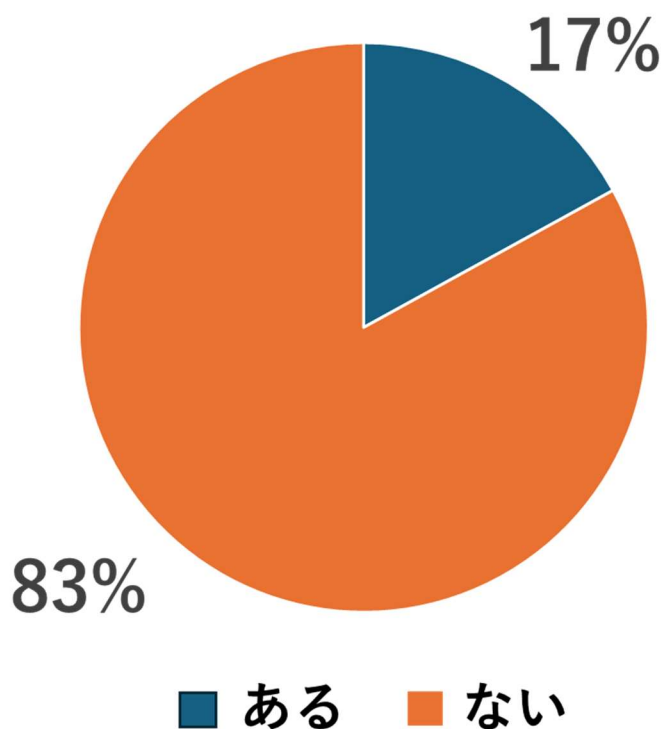
次に、消費者教育がなぜ必要なのかについて2つの理由がある。1つ目の理由は、企業のマーケティング活動によって生じる弊害に対処するためである。例えば、誇大広告や不当表示、最近ではステ

ルマーケティングや解約が難しいサブスク契約のトラブルなどが挙げられる。2つ目の理由は、消費者教育によってそうした弊害の修正や改善につながるからである。消費者が正しい知識と判断力を身につければ、不当な広告や契約に惑わされにくくなる。最終的に、こうした取り組みは消費者問題の解消につながると考えられる。つまり、消費者教育は単に個人を守るだけでなく、社会全体の健全化に貢献するものだと言えるだろう。

ここで質問したいのだが、これまで学校で消費者教育を学んだことはあるだろうか。大半の人は消費者教育を学ぶ機会がなかったはずだ。

岐阜市が行った「消費者教育に関するアンケート調査」によると、消費者教育を受けた経験が「ない」と回答した人は全体の83%を占めており、過半数を大きく上回る結果となった(図表2-1参照)。この結果から、消費者教育は日常生活を送る上で重要な知識であるのにも関わらず、十分な学習機会が提供されていない現状が明らかになった。今後は、学校教育や地域活動を通じて消費者教育を受けられる機会を拡充していく必要があると考える。

図 2-1 これまで消費者教育を受けた経験があるか？



出所：岐阜市 第2回「消費者教育に関するアンケート調査」

次に、現在、どのような形で消費者教育が行われているのかを知るために教材の種類を調べた。消費者教育ポータルサイトによると「冊子教育」「配布資料」「オンライン教材」「映像資料」「授業で使う小道具」「指導書」の6つの資料があることがわかった。各種類について調べたうえで、「授業で使う小道具」が一番楽しんで学ぶことができ、記憶に残すことができるのではないかと考え、授業で使う小道具を制作することにした。

「授業で使う小道具」は消費者教育ポータルサイトに37個提供されており、うち有料のものが23個、無料のものが14個である。(その14個の教材については、図2-2参照)

図2-2 消費者教育教材「授業で使う小道具」(無料)一覧

- ①SDGs買い物ゲーム
- ②めざせ六十二万石！伊達なものしりとる武将ゲーム
- ③なんでやろう？食品カードゲーム
- ④人・地球にやさしい消費者になろう！～契約って何？～
- ⑤消費者教育教材「買い物の仕組み」と「消費者の役割」
- ⑥だれでもかるた～持続可能な社会編～
- ⑦食品ロス削減環境プログラム(クイズすごろく)
- ⑧かみしばい「どっちがよいこ？Vol.2」
- ⑨ぬりえ「よいこのぬりえVol.2」
- ⑩消費者教育教材「買い物を考えよう！！」
- ⑪若者向け消費者被害防止啓発動画
- ⑫消費者教育授業用教材
- ⑬消費生活かるた
- ⑭生活設計・マネープランゲーム

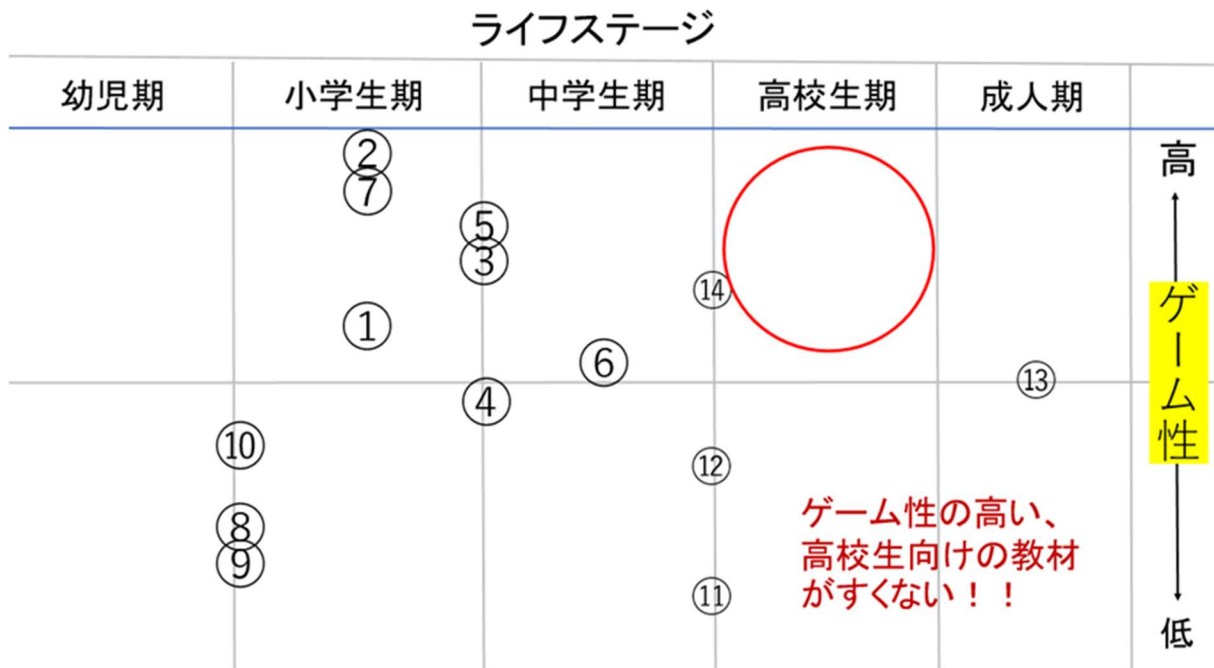
出所：消費者庁「消費者教育ポータルサイト」を基に筆者作成

ここで私たちは無料の14個について「作成者」「教材の目的」「ルールと所要時間」「学べる内容」「メリット・デメリット」「対象年齢」を調べ、実際に取り組んだ。

実際に教材を使い学んでいくと、自分で考えアクションを起こすこと、勝敗があること、仲間と話しながら取り組めること、ガチンコ感があること、これらが大切であると実感した。そこから、ゲーム性が高いものと低いもので比べることにした。

ゲーム性を比べるうえでライフステージを、幼児期・小学生期・中学生期・高校生期・成人期に分けた。メンバーの意見から、小学生期から中学生期は教材が多くゲーム性の高いものが多いことが分かった。反対に、高校生期は教材が少なくゲーム性が低いものだと判明した。高校生期で唯一ゲーム性が高いと感じられる14番もほかのコンテンツに比べると欠点があることがわかった。そこで、「ゲーム性が高く、楽しく消費者教育を学べる高校生向けのゲーム」を作成することにした。(図2-3参照)

図 2-3 消費者教育教材「授業で使う小道具」(無料)のポジショニングマップ



出所：筆者作成

第3章 ゼミで作成した消費者教育カードゲーム

本章では、私たちが制作した消費者教育を目的としたカードゲームについて説明する。本カードゲームは、身近に起こり得る消費者トラブルをクイズ形式で疑似体験できる教育用カードゲームである。SNS 詐欺や偽サイトなど、現実社会において実際に発生し得る事例をカードとして再現している点が特徴である。

本カードゲームの目的は、主に三つに整理できる。第一に、正しい知識と適切な行動を身に付けることで、消費者被害を未然に防ぐ力を育成することである。第二に、消費者トラブルを見抜く力、周囲に相談する力、適切に行動する力を、楽しみながら習得できるようにすることである。第三に、知識の有無や行動の選択がゲームの勝敗に直接影響する仕組みとすることで、学習内容を自然に体験的に理解できるようにすることである。本ゲームを通じた実践的な体験により、消費者としての予防力を高めることを目指している。

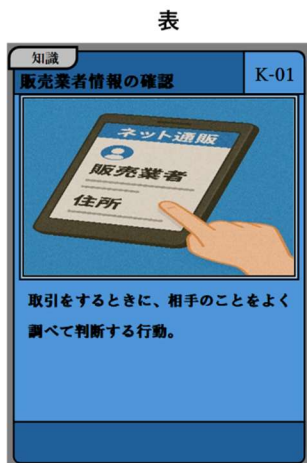
次に、カードの構成について説明する(図3参照)。まず、「攻撃カード」は消費者トラブルに関する問題が記載されたカードである。表面にはカード名、イラスト、問題文、ダメージ量が示されており、裏面には防御に使用できるカードの番号が記載されている。次に、「知識カード」は、カード名とイラスト、カードの説明が表面に記載され、裏面には対応するカード、詳細な解説、およびカードの効果が示されている。また、「対応カード」についても、知識カードと同様の構成となっており、消費者トラブルへの具体的な対処行動を示す内容となっている。

図3 カード見本

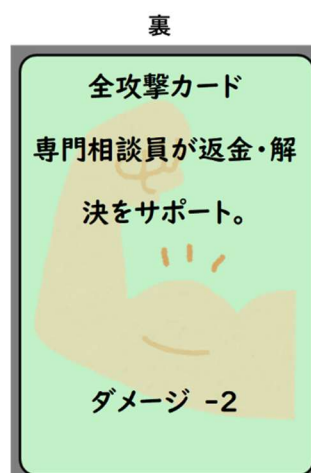
攻撃カード (赤)



知識カード (青)



対応カード (緑)



出所: 筆者作成

本カードゲームは、2人でプレイする形式である。

ゲーム開始時に、攻撃カード、知識カード、対応カードをそれぞれ別の山札として用意する。次に、各プレイヤーは3種類のカードをそれぞれ2枚ずつ引き、合計6枚を初期手札とする。その後、じゃんけんによって先攻・後攻を決定し、両プレイヤーはHP20点の状態からゲームを開始する。

先攻プレイヤーは攻撃フェーズを行う。攻撃カードの山札から1枚引いて手札に加え、その後、手札の攻撃カードから1枚を選択し、問題文を読み上げて場に出す。

後攻プレイヤーは防御フェーズとなり、「知識カードを2枚引く」または「対応カードを1枚引く」のいずれかを選択して手札に加える。その後、相手の攻撃カードに対して有効であると判断した知識カードまたは対応カードを1枚出して防御を行う。有効なカードがないと判断した場合は、防御カードを出さずに判定を行う。

勝敗条件は、相手プレイヤーのHPを0にすること、または双方が5回の攻撃フェーズを終えた時点でHPが多く残っているプレイヤーを勝者とする。

最後に、本カードゲーム制作において工夫した点について述べる。

このカードゲームは、高校生向けの消費者教育教材であることを踏まえ、学習効果を高めるため、幅広い内容を扱いつつ、実際に起こり得る消費者トラブルを想定した現実味のある事例を取り入れた。また、ゲームが単調にならないよう、カードの裏面に答えや解説を記載し、プレイヤー自身が考える過程を重視した設計とした。

第4章 アンケート調査と結果

井ロゼミで開発したカードゲームと、消費者教育ポータルサイトに掲載されている既存のゲーム教材（『なんでやろう？食品ロスカードゲーム』、および『食品ロス削減環境学習プログラム（クイズすごろく）』）を比較評価するため、大学生を対象としたアンケート調査を行った。

調査概要は以下の通りである。

対象者：井ロゼミ1年生

調査日時：11月26日（水）9：10～

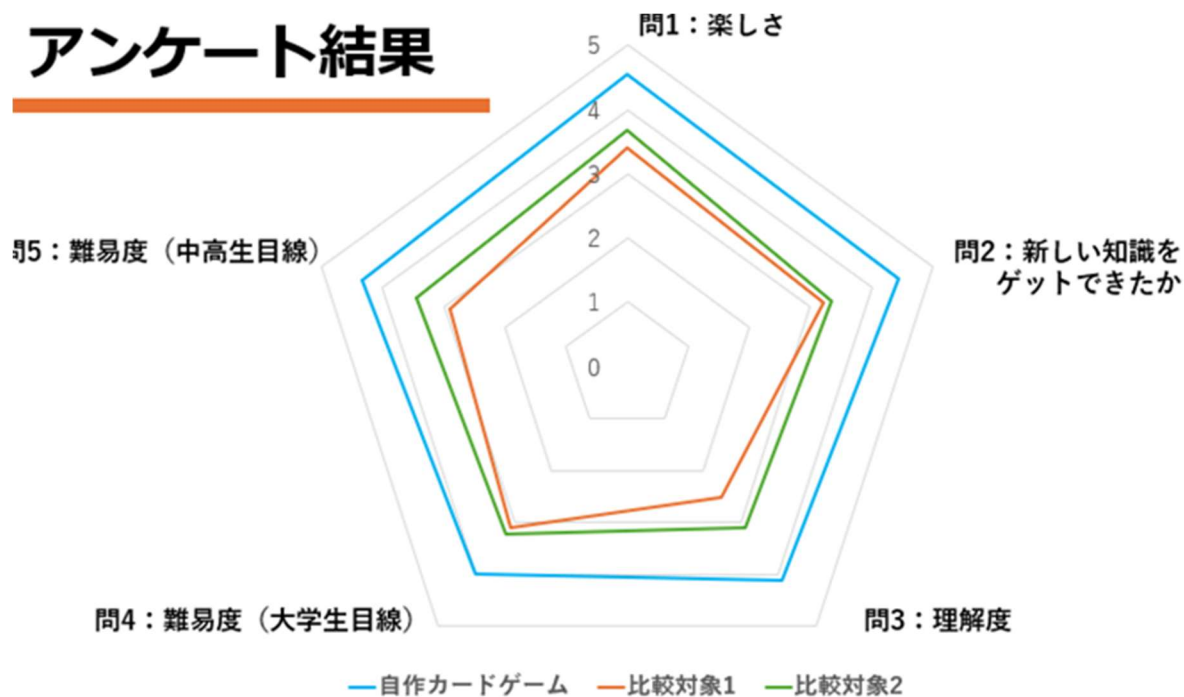
調査方法：各ゲームを実践してもらい、formsにてアンケートを実施

【アンケート内容】

1. ゲームを実際にやってみて、楽しかったですか
2. 新しい知識をゲットできましたか
3. 消費者教育の扉を開くことができましたか（理解はできましたか）
4. 自分の目線で、ゲームの難易度はどうでしたか
5. 中高生目線で、ゲームの難易度はどうでしたか
6. 難しいと感じた場合、どこが難しいと感じましたか。また、難しくないと感じた場合、改善した方がいい点はありましたか

アンケート結果は図4のようになった。

図4 アンケート結果



出所：筆者作成

質問6に対する回答では、問題内容の一部が難しいと感じられた点、カードの裏面確認のやりにくさ、一部カードの見にくさなどが指摘された。

第5章 まとめ（考察と今後の課題）

アンケート結果から、今回、用いたカードゲームは比較的単純で分かりやすいルールであり、楽しみながら学習できると考えられる。また、消費者教育の中でも身近なテーマを取り扱ったことで、新たな知識の獲得や消費者問題への関心を高める効果が期待できる。授業の一環として実施したことで、教育的な観点から消費者問題について深く考える機会を増やし、消費者教育への理解を促進したと考えられる。

一方、難易度の調整はうまくできたものの、カードの見やすさに関する意見から、デザインの改善が必要であることが指摘された。より手に取りやすい教材とするためには、より分かりやすいデザインに変更する必要があると考える。今回の調査結果を踏まえ、以下の改善点があげられる。

- * カードデザインの見直し：より分かりやすいデザインを検討する。
- * 教材の多様化：授業等で活用できる消費者教育教材を増やす。

消費者教育教材の不足は、幼少期からの消費者教育の普及を妨げる要因の一つである。今後、教材開発を積極的に行い、より効果的な消費者教育の実現に貢献したい。

参考文献

- ・ 小木紀親 (2023) 「マーケティングと消費者問題の関係性と消費者教育の必要性—消費者問題の解決手段としての企業における消費者教育のあり方—」『東京経大会誌』第 318 号、pp. 59-73
- ・ 岐阜市 第 2 回「消費者教育に関するアンケート調査」
<https://www.city.gifu.lg.jp/info/kouchou/1008426/1008427/1011965/1008429.html#group5>
- ・ 消費者庁「令和 6 年度消費者意識基本調査」の結果について(令和 7 年 6 月 13 日)
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002
- ・ 消費者庁「消費者教育ポータルサイト」<https://www.kportal.caa.go.jp/>