



消費者教育講師養成テキスト

講座の プランニング技術

I



山口県

山口県PR本部長
「ちよるる」
©山口県

はじめに

「消費者教育の推進に関する法律」では、消費者誰もが、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受けることができるよう、国や地方公共団体は、地域や学校と連携し、消費者教育を総合的に推進していくこととされています。

そのためには、地域における消費者教育の担い手となる人材育成が重要であることから、山口県では、新たに啓発講座等の講師を務める方が、講座の企画や運営に取り組む際の手引きとなるテキストを作成しました。

本書は、時間数や内容に応じて講座を組み立てる「講座のプランニング技術」、人を引きつける魅力的な話し方をまとめた「人前で話す技術」、講座をよりわかりやすくする「補足的な技術」の3章で構成され、受講者の年代や取り上げるテーマを問わず、様々な講座の開催に役立てていただける、汎用性の高いものとなっています。

このテキストが、これから講師として啓発活動に取り組む方々の一助となり、消費者教育に携わる多くの皆さまに御活用いただければ幸いです。

平成 27 年 3 月 山口県環境生活部県民生活課

I 講座のプランニング技術

1. 講座の打ち合わせ	2
2. 正確な情報を提供する	6
3. 序論	10
4. 本論	13
5. 結論	17
6. プランニングシートにまとめる	20
7. 講座を振り返る	26
8. ドリルの解説	31



I 講座のプランニング技術 (講座を作る)

消費者向けの講座をするには、啓発に役立つ情報を集め、整理し、自らプランニングできる技術を身につけることが大切です。以下、準備から講座を終えるまでの流れに沿って解説していきます。

1. 講座の打ち合わせ

この章では、講座の打ち合わせについて、扱うテーマ・内容、受講者の属性、時間、進行方法の確認や会場と備品の確認すべき点について学びます。

(1) 講座のテーマ・内容の確認

講座の打ち合わせでは、依頼者と講座のテーマや扱う内容について十分な話し合いをしましょう。

講座のテーマ設定については、依頼者との話し合いで、話の方向性が明確になるところまで絞ります。

話の方向性を絞る一つの方法として、依頼者に対し、講座を依頼することになった理由を聞いてみましょう。その理由で話の方向性も変わってくるかもしれません。

たとえば、「悪質商法について」をテーマにして欲しいと依頼があったとします。依頼者が知りたいことは、最近の悪質商法の事例なのか、被害に遭わないようにするために注意すべき点なのか、実際に被害にあった場合の対処方法なのか、これらの内容をバランスよく知りたいという希望もあるでしょう。

このように、依頼者の考え方に寄り添う過程そのものが、講座内容を決めるとても重要な要素となるのです。

依頼者の考えを引き出すために既存の資料や、もしこれまでに講師の経験があれば過去に行った講座のレジュメを提示する方法もあります。興味深いテーマや、過去に好評だったテーマがあれば、それを提示することも有益でしょう。



講座のテーマや扱う内容について、依頼者と十分に話し合うようにしましょう。

依頼者と講座の方向性が確認できたら、その後はメールや電話で調整を図ります。依頼者には期日までにレジュメや資料を送付し、希望の講座になっているか確認を求めると安心です。

(2) 受講者の属性・進行方法の確認

受講者の属性の確認

受講者の属性は、話の扱い方に大きく影響する要素です。属性とは、受講者の年齢、性別、家族構成、心身の状態、職業、居住区の環境等を指します。これらは、事前の打ち合わせで可能な範囲で確認すると良いでしょう。

ひとくちに「高齢者」といっても、60代の団塊の世代と、80代以上の戦争経験者とは、育った環境も考え方も異なっているでしょう。このように、聞く人たちの背景や考え方を正確に知ることは、一層充実した講座につながります。

しかし、受講者の詳細な属性が、講座が開始するまで分からないというケースも時にはあるものです。事前にアンケートを取ることが可能な場合には、調査項目に知りたい事項を挙げておくと、属性を知ることができます。

時間の確認

打ち合わせの際には、時間のことも話し合しましょう。講座の開始時間と終了時間だけでなく、主催者（もしくは依頼者）によるあいさつや結びの有無、自分が話す正味の時間や休憩時間についても確認が必要です。また、質疑応答の時間も必ず設けるようにしましょう。講座の最後に振り返りを行い、質問や感想を受け付けることも大切です。

また当然のことですが、会場までの経路や時間はしっかり把握しておきましょう。余裕をもって会場に到着しておくこと、突発的なトラブルにも対応でき安心です。

進行方法の確認

最後に、当日の進行方法について確認しましょう。対象者の属性、時間といった条件のもとで、受講者にとって最適な教材や指導法を提示し、講座を組み立ててゆきます。

たとえば受講者の理解を深めるためにDVDの視聴を考えている場合は、依頼者に視聴の可否を確認します。DVDが適切な教材であったとしても、会場に再生機器などがない等の理由で難しいことがあるかもしれません。

また、グループになってロールプレイングを行ってみたいという場合は、受講者はこれまで同種の経験があるか、受講者は協力的に参加してくれるかどうかを確認しておきましょう。協力的な雰囲気の場合は、前に出てきて演じてもらう方法も考えられます。

このように、当日の進行方法は依頼者との打ち合わせを通じて決定していくことが大切です。講師側でふさわしい教材や指導法が提示できるように、ストックを増やしていくようにしましょう。

(3) 会場・備品等の確認

打ち合わせの際には、会場と使用できる備品の確認も忘れずに行います。

会場の確認

会場については、場所、広さ、和室か洋室か、机やイスのレイアウト（固定式か可変か）等について確認します。

参加人数に対して、会場が広すぎる場合、受講者は集中力が削がれてしまうこともあり、適度な大きさであることが重要です。どうしても広すぎる部屋しか使えない場合には、座る位置を固定して調整する必要があります。

また、机やイスのレイアウトも講座の形式を決める上で大切な要素です。グループワークを予定していても、会場の机やイスの配置の仕方によっては、話の途中でイスや体の向きを変えてもらうことが必要になるかもしれません。できるだけ、受講者の負担が少ない方法を検討してみましょう。

会場が備えている駐車場の広さや、トイレの位置や数が十分かどうか、使用上の留意事項等も確認しておくで安心です。

会場が備えているトイレの数が十分かどうかということも実は重要な要素です。休憩をはさむ講座の場合、トイレが少ない場合は、休憩時間を長めにとる配慮も必要です。

講座を主催する場合には、駐車場の場所や台数の確認もしておくでよいでしょう。駐車場を探していて開始時間に遅れる人が続出すれば、講座の運営に支障をきたすことがあるかもしれません。

また、会場によっては、飲食持ち込み禁止などの規則が存在する場合があります。講師側で確認すべき一覧表を用意しておき、事前に質問をすると効率的です。

備品の確認

会場の備品についても確認しましょう。講座の進め方によって使用する備品は異なりますが、一般的にマイク、ホワイトボード（黒板）、必要に応じてスクリーンやプロジェクタ、ビデオデッキ等が想定されます。

狭い会場にはマイクが備え付けられていないことがあります。高齢者向けの講座では、マイクを使った方が聞き取りやすい場合もあるので、会場にマイクがない場合は移動式の音響装置など他の手段がないか検討しましょう。

パソコン画面を投影したい場合には、プロジェクタやスクリーンがあるかどうか確認しましょう。自分のパソコンを持ち込むならば、パソコンがプロジェクタに接続できるかどうか十分に確認します。なお、パソコンを使ってDVDを再生するときは、音声の再生にも注意しましょう。スピーカーとパソコンを接続するケーブルを用意していない施設も多いので、打合せで確認しておく必要があります。

テレビでDVDを視聴するケースもあり

ますが、受講者の人数が多いと後ろの人はほとんど見ることはできません。パソコンを通して、スクリーンへの投影が可能かどうか検討します。

備品の確認に不安がある場合は、事前に自宅で講座と同じ時間をかけて練習をしてみましょう。黒板に文字を書く、ホワイトボードに用紙を貼る、といった本番と同じ動作と手順をイメージして練習することで、必要な道具が明確になります。

ドリル1

- ① 以下の対象者に話をするとき、依頼者との打ち合わせで、特にどのようなことを確認しておく必要がありますか？具体的に挙げてみましょう。
- ② 話の大きなテーマを同一として、対象によってどのように内容を変化させればよいか、以下の対象別に考えてみましょう。

ア) 中学生・高校生

イ) 子育て世代

ウ) 高齢者

2. 正確な情報を提供する

正確な情報を提供するには、どのような点を心がければよいでしょうか。この章では、講座を実施する場合の情報の収集方法やその効果的な見せ方について学びます。

(1) 資料を集める

信頼できる情報の収集方法やどのような点に留意して資料を集めればよいかを確認しましょう。

資料には、「一次資料」と「二次資料」があります。一次資料とは、元の文献などそのものであり、原典とも言います。また、それらの一次資料を編集して掲載した資料は、二次資料と呼ばれています。例えば、国勢調査に記された「人口等基本集計結果」などは一次資料にあたります。そして、これに基づいて考察した論文や評論、新聞記事などは二次資料にあたります。

私たちが資料を利用する時には、できる限り一次資料に当たるよう心掛けることが重要です。なぜなら、二次資料には編集者の意図や想いによる編集・加工がされていることがあります。その内容を一次資料のように伝えると、聞き手に偏った情報や誤解を与えてしまう可能性があるからです。

特に最近では、インターネットで自由に検索でき、簡単に資料を集めることができる

ようになりました。しかし、ネット上には古いデータや出所が明確でないデータ、個人の意見として掲載している内容も多くあります。講師がそれを鵜呑みにして、そのまま資料や情報を利用することは避けなければなりません。

インターネットで資料収集する時は、公的機関の Web サイトや、企業等の公式ページで確認しましょう。また、インターネットだけに頼らず、専門書やテーマ別の書籍を利用するようにします。

比較的信頼できる情報の入手先としては、先の一次情報を提供しているところとして、公的機関や企業・業界団体等が挙げられます。

消費者関連で活用できる資料には、主に以下のものがあります。

紙媒体

- ① 消費者白書（消費者庁）
- ② ハンドブック消費者（消費者庁）
- ③ 暮らしの豆知識（国民生活センター）

WEB版

- ① 見守り新鮮情報（国民生活センター）
- ② ウェブ版「国民生活」（国民生活センター）
- ③ 知るぽると：金融広報中央委員会

(2) 資料を正しく理解する

講座では、受講者の理解促進のために様々な資料を活用します。資料を活用する際には、資料に記載されている内容を正しく理解し、適切に伝える必要があります。

資料がアンケート調査結果の場合、サンプルの母数が十分であるか（少数サンプルで一般化していないか）、母集団に偏りはないか（限られた対象から導かれた結論ではないか）等、サンプリングの妥当性について検討する必要があります。

一般的に、中央省庁等が実施する大量調査はサンプル数が大きく、その偏りが少なくなるよう設計されているので利用しやすいでしょう。

統計資料を引用する場合は、出所と掲載年度を確認します。発表資料に基づいて解説が書かれていますが、統計年度が古い場合は実態と合わない場合があります。必ず出展を確認し、一番新しい統計資料で説明するようにしましょう。

また、資料などで被害金額や件数等が平均値で示されることもありますが、数値の分布が偏っている場合は平均値が現実と乖離していることがある点にも注意が必要です。例えば、平均的な家庭の貯蓄率を紹介するため「家計貯蓄率」の平均値を引用し

たものの、平均値は高所得者層のデータに引っ張られて高めの数値となっており、平均的な家庭のデータでないといったケースもあります。

講師が受講者に間違った情報を伝えることは絶対に避けなければなりません。

日頃から国や自治体が公表する資料やデータに触れ、正しく理解できる力を養いましょう。

(3) 著作権の配慮

講座を行うにあたり、他の人が書いたものを引用したり、イラストを使用したり、音楽を流したりしたい場面があるかもしれません。このような時に気を付けなければいけないのが、「著作権」の問題です。

著作権を考えるためには、「著作物」と「著作権者」とは何かを知っておく必要があります。まず「著作物」とは、人が考えたり想像したりしたことを、文章・絵・音楽・映像などで表現したもののことです。そして、この「著作物」を作った人が原則として「著作権者」となります。

著作権法について本テキストですべてを説明することはできませんが、講座をプランニングする際に注意すべき点は、「著作物の利用には一定のルールがある」ということです。

資料として事例を紹介する場合、単なる事実の伝達や事時の報道であれば、原則として「著作物」とはなりません。しかし、書いた人の主張や方針が反映されていたり書き方に創作性や独自性があれば「著作物」となります。

つまり、新聞・雑誌の記事をコピーして講座で配布する場合は、出版元に断る必要があります。

ただし、著作権法第32条には「公表された著作物は、引用して利用することができる。この場合において、その引用は、公正な慣行に合するものであり、かつ、報道、批評、研究その他の引用の目的上正当な範囲内で行われるものでなければならない」とあります。

講座で文章や画像・動画などを使用する際は、以下の点に注意しましょう。

- 1 既に公表されている著作物であること
→ 引用できる著作物は、出版されていたり、ホームページ上で公表されているものに限ります。
- 2 「公正な慣行」に合致すること
→ 客観的に見て、著作物を講座の場で引用する必然性があることが必要です。
- 3 報道、批評、研究などの引用の目的上「正当な範囲内」であること

→ 講師が執筆したものと引用したものが混同されないよう、引用部分はカギ括弧などにするなどして範囲を明確にする必要があります。また、必ず出所を明示しましょう。

4 引用部分とそれ以外の部分の「主従関係」が明確であること

→ 講師が執筆したものが「主」であり、引用は必要最低限の「従」であることが明らかであることが必要です。

著作権については、正確な知識を身につけておく必要があります。文化庁のホームページに掲載されているガイドライン等を読むなどして理解を深めましょう。判断に迷う場合は、資料の引用を控えることも必要です。

(4) 参加者の理解を促進させる教材・指導法の工夫

受講者の理解を促進させるために、使用教材や指導方法に工夫を凝らすことも大切です。

講師の講義を聞くだけの講義形式では、受講者の理解を促進させることが難しいため、「参加型」の要素を取り入れることが必要となります。

座学形式の中で参加型の教材・指導法を用いるケースや、講座全体をワークショップ形式にするという工夫もあります。最近

では、参加型の要素を取り入れた能動的な学習方法をアクティブラーニングと呼び、大学の講義や学校教育の授業改善においても取り入れられ始めています。

講座で活用できる主な参加型の教材・指導方法にはクイズ、心理チェック、ゲーム（すごろく、かるた等）、実験、替え歌などがあります。教材や手法の詳しい内容については、「テキストⅢ 補足的な技術」をご参照ください。

大切なことは、依頼者と十分な話し合いを行い、参加型を導入するかどうか、導入する場合には何を、どのタイミングで入れるかを調整することが重要です。

ドリル2

- ① 自分が講師になると想定して、講座のテーマを決めてみましょう。そして、そのテーマに関する信頼性の高い資料をどこから入手するか考えてみましょう。



情報の信頼性を常に意識するようにしましょう

3. 序論

講座は、序論（導入）→本論（展開）→結論（まとめ）の順で構成します。

この章では、聞き手に関心も持ってもらうためには、講座の導入時にどのような工夫が必要であるかを学びます。

（1）聞き手に関心を起こさせる

受講者に関心を起こさせる序論には、聞き手の共感や意外性を誘う工夫がされています。

聞き手に関心を持ってもらえるか否かで、講座の成功が決まるとも言えます。打合せの段階で、依頼者に受講者が一番関心を持っていることや、地域で最近起きた出来事などを尋ねてみましょう。

本論に入る前に導入部分の話題は、食事であれば前菜、歌謡曲であればイントロ、落語でいえば「まくら」のようなものです。導入を語っている間に、その日の受講者の反応などを確認し、本論に入っていきます。

聞き手へのメリットを説明する

聞き手に関心を持って話を聞いてもらうためには、講座で扱う話題がいかにもメリットをもたらす内容であるかという点を伝えることが有効です。「なぜそれを自分がやるべきなのか」、「そこから得られるものは何か」といった知識の蓄積となる内容は聞き手の関心を高めてくれるでしょう。

また、人が取りがちな良くない行動を「〇〇をしないようにしましょう」と単に禁止事項として述べるよりも、〇〇をするような不利益が自分達にもたらされるかを伝える方法も同様に聞き手の知識の蓄積へとつながります。

講座では、聞き手にとって役立つ情報について言及することを常に意識するようにしましょう。

（2）聞き手を関連付ける

講師が提供する情報が、受講者自身にとって必要なものであると実感してもらうためには、講座の内容に聞き手を関連付けることが不可欠です。人は誰でも自分に関係があることには関心を示しやすいのですが、そうでないことには関心を示しづらいなためです。

それでは、聞き手を話に関連付けるにはどうしたらよいでしょうか。

話題設定の工夫

受講者が関心を寄せる話題には、新聞やネット上のニュースなどがあります。年齢、性別、属性の違いで興味の対象が異なりますので注意しましょう。思わず聞いてみたくなる、聞けば楽しくなりそうな話題を冒頭にもってきましょう。

話題設定の工夫



聞き手に関心を起こさせる



実物教材



受講者を引きつけるために何ができるか考えてみましょう

実物提示

講座で具体的な物を受講者に見せます。新聞記事の切り抜きや、回覧板でまわっていたチラシ等、どのようなものでも結構です。単にそれを見せるだけでなく、クイズを出して、その答えとして実物を提示する方法をとるなど、提示方法についても工夫します。

実物提示は、簡単に聞き手に関心を起こさせることができる手法です。実物を持ち込むことで、この後の話が、聞き手にとって身近な話であることを印象づけることができます。特に消費生活の講座は、私たちが日々営んでいる暮らしにかかわる内容であるため、テーマにあわせて使える実物教材がないか工夫してみましょう。

また、聞き手と同じ地域の同じ属性の人に起きた事例（実例）を話すのも効果的で

す。当初は他人事だと思っていた人も、自分の身に関わることだと分かれば切実感をもって話を聞いてくれるようになります。

もし、講師自身の失敗談があればそれを話してみましょう。どのような失敗をし、そこから何を学び、どうやってその状況を乗り越えたのか、その話が大切になってきます。受講者は講師の話を聞きながら、自分も一緒に乗り越える気持ちになっていきます。

（3）問題を提起し、話の概要を示す

講座の序論では、本論や結論で扱う情報への期待を高め、話の方向性を示す必要があります。話の方向性を示す際は、問題提起を行うことが不可欠です。

「どうしてこのような問題が起こると思いますか？」とか「このような事例にはど

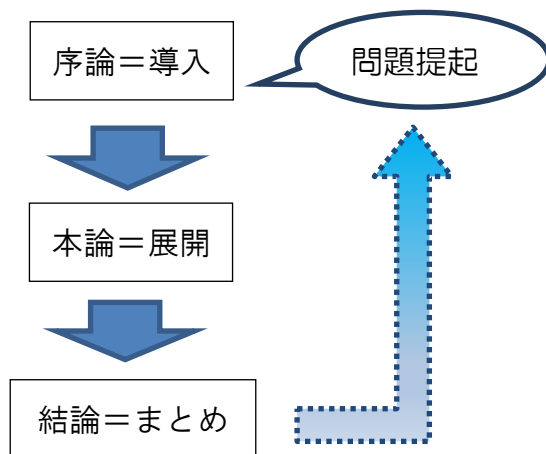
のような対応が可能だと思いますか？」といった問題提起が講師からあれば、受講者が能動的に考えることが可能になります。聞き手の理解を促進させるためにも、用いる投げかけの言葉は吟味しましょう。

序論で問題提起をした上で、本論や結論にどのように向かっていくのか、聞き手に向けて話の骨子を示します。結論に向かう方向性を示すことで、聞き手は問題意識をもちつつも、安心して講師の話に集中していくことができます。

「今日の講座の結論は〇〇です」などと講座全体の結果や概要が先に示されてしまうと、講師の話聞く興味がそがれてしまう恐れがあるので気をつけましょう。

問題提起の設定は、講座の成功を左右するとても重要な要素です。聞き手に関心をもってもらうためには、結論で伝えたい内容からどのような問題提起をしたらよいか、逆算して考えるのがポイントです。

講座の流れ



結論で伝えたい内容から逆算して、序論で提起する問題を設定するのがポイントです

ドリル3

- ① 以下を対象に講座を行う場合、序論（講座の導入部分）で聞き手に関心を起こさせる最近のニュース・話題を挙げてみましょう。

- ア) 中学生・高校生
- イ) 子育て世代
- ウ) 高齢者

4. 本論

講座の本論では、取り上げたテーマやその内容について話を展開します。関連するデータや事例などを用いながら端的に要点を示し、受講者の理解の促進を図りましょう。

(1) 要点を示し、説明する

本論では、まず何が要点なのか、それはどういうことなのか、なぜ必要なのか、聞き手が理解できるように説明します。

自分の考えを相手に伝える際には、「始め」「中」「終わり」の順番で述べると、話が論理的になり伝わりやすくなります。

例を挙げると、まず冒頭で自分の考えを述べます。それから、「なぜなら・・・」と理由や根拠を具体的に述べ、さらに分かりやすくするため「たとえば・・・」と裏付けとなるデータや事例を挙げます。そして最後に、「だから〇〇なのです」と結論を述べる方法です。

限られた時間の中で、記憶にとどめておくことができるのはせいぜい3つまでと言われます。伝えたい内容を厳選し、絞り込んだポイントを理解してもらうためには、証拠を挙げて論理的に証明しなければなりません。

話す際は、「第1は・・・第2は・・・第3

は・・・」と番号をつけて述べるとより分かりやすくなります。

3つの話題をすべて話し終えたら、受講者が各話題の要旨を忘れないよう、それぞれを端的にもう一度まとめます。ここでまた、「第1は・・・第2は・・・第3は・・・」と繰り返すと、受講者と講師との共通認識を継続できます。

終わりでは、全体を通して何が言いたかったのかが分かるようにします。自分が話したことがなぜ聞き手のメリットになるのかを明確に伝えましょう。講座の最後には、次のステップとして受講者に何をしてもらいたいのか、どのような行動を取るべきかを示します。

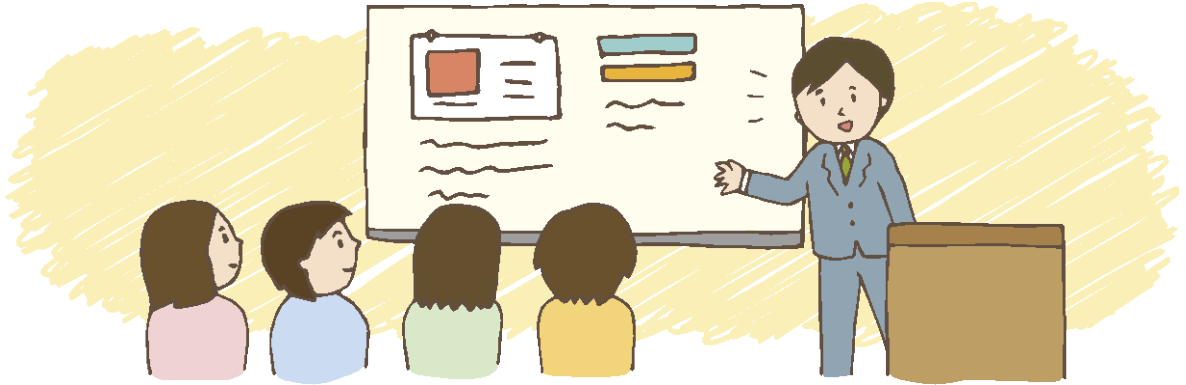
(2) データ・事例・比喩・比較

述べようとしている要点について補足するためには、データや事例、比喩や比較を効果的に用いることが重要です。

データの扱い方

データを適切に利用することで傾向などを客観的につかむことができ、講座の内容に説得力が増します。

例えば、「高齢者の悪質商法被害が増えています」と述べるよりも、「10年間で〇%増加しています』とか、「被害額は過去最高を更新して〇億円になりました』などと述べるほうが効果的です。データの提示の仕



事例や比喩・比較などを用いて分かりやすい講座を行いましょう

方も重要です。口頭で数字を言うだけでなく、グラフにしたり、数字だけを大きく映し出したり、クイズにして出題するなど印象に残る提示方法を工夫すると良いでしょう。

事例の扱い方

要点を説明するにあたり、事例を活用すると講座の内容が分かり易くなります。事例は序論で用いるのも効果的ですが、本論において個人の体験や経験、報道された事例の詳細などを紹介することは、本論で示す話の要点を具体化し、聞き手の理解を促すための重要な要素です。

対象やテーマに応じた適切な事例を選択することで話が現実味を増し、聞き手への説得力が高まるだけでなく、聞き手と属性が近い人が体験した事例などは親近感が得られやすいものです。被害防止のための対

策など、結論に述べる内容も関心をもって聞いてもらうことができます。

なお、たとえテーマに合致していたとしても、極端な事例を紹介することはできるだけ避けましょう。聞き手がそれを一般化し、誤った理解に導く可能性があります。これといって代表的な事例が見当たらない場合には、「少し特殊な事例かもしれませんが・・・」、「私がかかわった印象的な事例になります・・・」などと聞き手に配慮して紹介することが大切です。

比喩の扱い方

難しい話を受講者に理解してもらうためには、比喩も大切な技法です。

比喩とは、ある物事を類似または関係する他の物事を借りて表現することで、「たとえ」とも言われます。

比喩には、「直喩」と「隠喩」があります。

講座では、文学小説などで用いられる「隠喩」は避け、身近で理解しやすいものを題材にするのが良いでしょう。

※「まるで～のようだ」という表現を「直喩」と言い（例：盆のような月）、「～のような」という文言を隠した表現を「隠喩」と言います（例：玉の肌）。

比喩を用いる際には、「振り込め詐欺のような手口」や「公的機関のような名称を語り…」などのように、聞き手に十分にイメージしてもらえそうな適切な例えを用いることが大切です。また、前述の具体的な事例を併せて紹介するとより効果的です。

なお、講師にとっては適切な例えと思われても、対象者の属性（年代や性別、地域性）によっては、イメージしづらいというケースもあります。安易に比喩を用いないように気を付けましょう。

比較の扱い方

複数の物を互いにくらべ合わせることを比較と言います。大小や高低など、「差」を示すための比較だけでなく、よく似た物を並べて類似点を示す「類推」などがあります。

前述の「資料を正しく理解する」でも触れたとおり、比較を行う際は扱うデータを正しく理解しましょう。まったく無意味なものを比較し、あたかも両者の差異や関係性を正しいと主張するようなことは避けな

くてはなりません。

また、数字を扱う場合は、受講者にわかりやすく比較できる形に加工して話すのも効果的です。

高齢者の消費者被害が増加していることをいかにして伝えるか考えてみましょう。

例えば、これまでに遭った被害の救済を装った勧誘を受け、新たな金銭を支払わされるケースを「二次被害」と呼びます。この相談事例における1件あたりの被害額は、65歳未満は104万円であるのに対し、高齢者は245万円と大きく上回っています。

これをただ数字で説明するのではなく、たとえば70歳以上の年間手取り収入の中央値300万円と比較するとどうでしょうか。「年収に匹敵する額が消費者被害で一瞬にして消失してしまう」と表現することもでき、聞き手に深刻さや切実な状況を伝えることができます。

（3）具体的に説明する

講座全体を通して言えることですが、抽象的で分かりにくい説明では聞き手の関心を捉えることはできません。物事を具体的に説明し、聞き手の理解を助けることも必要です。

5W1H

具体的に話す方法で役に立つのは、5W1Hです。

何を (What)、誰が (Who)、いつ (When)、どこで (Where)、なぜ (Why)、どうやって (How) で表すと、話す内容が具体的にイメージしやすくなります。この手法はチャンクダウン(具体化)と呼ばれます。

なお、この反対がチャンクアップ(抽象化)です。「要するに」「つまり」何をすればよいのか、話の抽象度をあげることで理解がしやすくなります。

消費者トラブルにはさまざまな人や要素が関わっているケースがほとんどです。講座において、トラブル事例を具体化(チャンクダウン)する作業は聞き手がトラブルの原因や背景を考え、どうしてトラブルが起こるかについて考えてもらうことにも役立ちます。

5W1Hで物事を整理する手法は、講座以外の場面でも多く用いられています。聞き手にとって分かりやすい講座が行えるよう、日頃から物事を具体的に話すなど意識しておきましょう。

ドリル4

- ① あなたが講師として話をする時に、本論で伝えたい内容を要約してください。「第1は・・・第2は・・・第3は・・・」としてまとめてください(最大三つまで)。
- ② あなたが講師として話をする時に、説得力が増すデータを探し、その効果的な提示方法について検討してください。

5. 結論

講座の結論では、講座で何を学んだのかを要約し、振り返りをします。この章では、講座の最後に聞き手の心に訴え、聞き手が行動をしたくなるような結論にまとめる手法を学びます。

(1) 明快な結論

講座の最後では、何を学んだのかを要約し、振り返りを行います。結論は序論で投げかけた問題提起の答えであると同時に、本論の要約となる「まとめ」を導き出します。

明確な結論とは、問題提起に対する確かな回答です。

講師が序論・本論と続けてきた話を受けて、聞き手は明快な結論を待ち望んでいます。序論での問題提起を受けて、せっかく最後まで話を聞いてきたのに、講師が急に自信がない発言をしたり問題提起に対する明確な答えがないようでは、聞き手は怒ってしまうかもしれません。

結論では、本論で話した内容を端的に要約し、この講座で伝えたかったメッセージを伝えます。

内容を要約するときには、本論で話した内容のキーワードを挙げ、それをホワイトボードに書いて視覚化していくとポイントを絞って端的に説明することができます。

たとえば序論で、「高齢者の消費者被害を防ぐためには、どうしたらよいでしょうか？」と問題提起したとします。

本論では、

- ① 被害にあいやすい高齢者の心理状況
- ② 事例（事業者の悪質性を示すもの）
- ③ 被害にあった時の対処方法

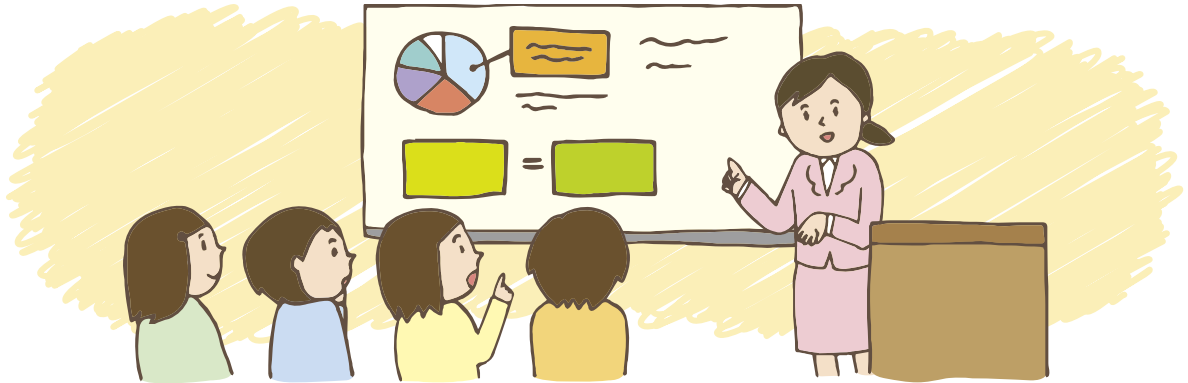
の3点について話をしたとします。

そして結論では、

- ① 高齢者には、健康・お金・孤独という3つの不安がある、
 - ② 事業者は騙しのプロである
 - ③ 消費生活センターの重要性
- の3点を再確認します。

これらを受けて、結論では「不安を抱えている高齢者は悪質事業者のターゲットになっている。社会全体で被害防止のための見守り活動が欠かせない」というまとめを導くことができます。

ここでは序論、本論、結論の順に説明しましたが、講座を組み立てる時には、「明快な結論」を先に用意しておくことがポイントです。結論で伝えたい内容を序論で問題提起するのと同じく、分かりやすい講座とするためには、本論の構成を最初に考えておくことが大切です。



聞き手の心に訴えることが、受講者の行動を促すことにもつながります

(2) 聞き手の心に訴える

講座の最後には積極的な結論を導き出し、聞き手を説得し、励まし、動機づけを与えましょう。

聞き手の心に訴える結論には、「共感」が重要です。結論そのものは素晴らしいものでも、「自分には関係ない」「建前ではそうだが、実際はそんなことはない」と思われれば、受講者の心に訴えることはできません。

心に訴える講座とするためには、講師は聞き手が置かれた状況や環境に目を向け、まず講師が聞き手に共感するというプロセスを経る必要があります。講師が自分に寄り添ってくれる存在であると受講者が「共感」してくれれば、導かれた結論に対しても「自分のようなケースがあるかもしれな

いが、一般的には重要なことだ」と感じてくれるでしょう。序論から本論を通じて、講師は受講者から信頼を受け、結論においてお互いに「共感」できるような関係性を構築していくことが重要です。

また、問題の深刻性や聞き手の関与により、課題の解決につながるケースがあるという「切実感」を訴えることも大切です。「この講座を聞いて、受講者のみなさんがふさわしい考え方や行動の仕方を理解し、必ずそのように考え・行動してくれると信じています」と伝えて「受講者への信頼」を示すことで、「自分がなんとかしなければ」という気持ちを起こさせることも、心に訴える重要なポイントになります。

(3) 受講者の行動を促す

結論では、具体的に何をどのように行えばよいか、また、その結果どのような益がもたらされるかについて述べ、聞き手の行動を促します。

明快な結論を得て、講座の内容に共感してくれた聞き手には「自分には何ができるだろうか」という気持ちが湧いていることが想定されます。そのとき、具体的に何をどのように行えばよいか、講師から提示することで実際に行動につながっていくのです。

たとえば先ほどの「不安を抱えている高齢者は悪質事業者のターゲットになっている。社会全体で被害防止のための見守り活動が欠かせない」という結論を例に考えてみましょう。

具体的な行動例を述べない場合は、受講者にとっての知識にはなりますが、その場限りとなって受講者がその行動の主体者になることは限りなく少ないでしょう。

一方、上記の結論に対して見守りの具体例として「回覧板で情報を回す」とか「近所に見慣れない車が頻繁に出入りしているような場合には声をかける」など、受講者の属性に応じてできるだけ具体的な行動モデルを示すことができれば、行動につながる可能性が出てきます。

いずれのテーマにおいても、講座において実生活の中で生かす行動モデルやヒントを示すことで、聞き手の行動を促すきっかけにつながります。

ドリル5

- ① あなたが講師として話をする時に、結論で聞き手に訴えたいことを3つ書き出してください。それぞれの点を、できるだけ短い単語もしくはフレーズで表現してみましょう。
- ② ①で挙げた「聞き手に訴えたいこと」に基づいて、以下の対象者それぞれが具体的にを行うことができる具体的な行動例を挙げてみましょう。
 - ア) 中学生・高校生
 - イ) 子育て世代
 - ウ) 高齢者

6. プランニングシートにまとめる

講座を実施することが決まったら、講座のねらいや話の内容をプランニングシートに書き出します。講座の流れを客観的に把握することができ、効果的に講座を組み立てることができます。この章では、プランニングシートに記述する要素と記載方法を学びます。

(1) 何をどのように書くか

プランニングシートとは、講座の流れや時間配分、用いる教材や指導法などを一覧表に示したもので、展開例・指導案と呼ばれることもあります。まずは講座で何をどのように話すか、プランニングシートに書き出してみましょう。

プランニングシートには基本的事項として、タイトル、対象、配分時間、人数、配布資料、ねらいを書きます（プランニングシートの記入例は24ページ参照）。

基本的事項

① タイトル

講座のタイトルはテーマをそのまま書くのではなく、できるだけ魅力的なものにします。たとえば、チラシを作ることを想定し、そのタイトルを見て、参加したいと思わせるようなものを意識します。

たとえば同じ内容でも、タイトルを「悪質商法について」ではなく、「あなたは大丈夫？身近に潜む悪質商法のワナ」とした方が、受講者にわかりやすく、聞いてみたいという関心を起こすことができるでしょう。

② 対象

主催者との打ち合わせで聞き取った対象について記入します。

③ 時間

講座として与えられた時間を書きます。たとえば、2時から3時までの1時間の講座を開催するが、冒頭の10分は主催者のあいさつや事務連絡が入るような場合は、その時間を差し引き、実質的な講座の時間を記入します。

④ 人数

予定される参加者の人数を記入します。はっきりとわからない場合には、おおよその数を記入します。人数が大幅に異なると、用意する資料の数やグループにする場合はその数が違ってしまうので、概数を把握して記入します。

⑤ 配布資料

当日、受講者に配布するものを書きます。一般的にはレジュメ、リーフレット等が想定されますが、講座の内容によっては、配布資料が変わってきます。

⑥ ねらい

ねらいは、受講者にどのような力を身に付けてもらいたいのか具体的に記入するものです。

プランニングシートを記入する場合には、ねらいの設定がとても重要です。講座の評価はこのねらいを達成できたかどうかを振り返るものだからです。

たとえば、高齢者を対象に悪質商法の講座を実施する場合のねらいには「誰もが悪質商法の被害にあう可能性があることを理解し、適切に相談できるようになる」という設定が想定されます。また、消費者市民社会についてテーマにしたときには「消費者市民社会について理解し、消費者として適切な行動を行うことができる」というねらいが考えられるでしょう。

ねらいの欄には、単に知識を身に付けるだけにとどまらず、行動に結びつく実践的能力を設定することが重要です。

講座の展開表

基本的事項の次に、講座の展開を一つの表にまとめます。表には、左側に時間配分、中央に講座の流れ、左側に教材・指導法や補足的な事項を書くことが一般的です。

① 時間配分

左側の列には前に述べた基本的事項の

「③ 時間」に示した時間の内訳を記入します。全体の時間は、導入、展開、まとめから構成されます。

② 講座の流れ

導入、展開、まとめの各パートでどのような内容を行うのか記入します。

まず、そのパートがどのような内容であるかを一言で表現します。たとえば、導入部では「高齢者が消費者被害にあう心理状況について知る」というように記入します。

次に、そのパートで具体的にどのような活動をするのかを記入します。導入部で心理状況を知ると設定した場合には、たとえば「だまされやすさ心理チェック」を実施することを記入し、そこでの解説のポイント等を要点で示します。

③ 教材・指導法等の補足的な事項

最も右側の列には、そこでの配慮事項や、補足的な事項、用意する教材・教具等を記入します。

例えば、導入部で心理チェックを行った場合に、「だまされやすさを聞かれていることは伏せて、各自で心理チェックを行う」と等と、実施に気を付けたいことをメモとして記入します。

また、特別に用意するような教具等も忘れずに記入します。そうすることで、講座

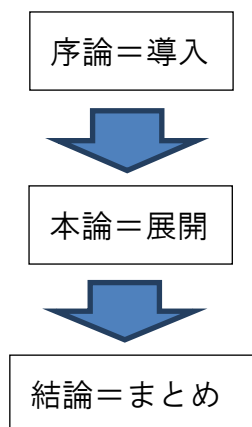


事前にプランニングシートを作成し、講座で何をどのように話すかを考えましょう

に必要なものを、もれなく準備することができます。

(2) 構成と時間配分

プランニングシートでは、講座の構成を導入、展開、まとめの順に考えることが一般的です。これまでの話と関連づければ、序論＝導入、本論＝展開、結論＝まとめとなります。



一般的に 60 分の時間が与えられた場合、序論＝導入 10 分、本論＝展開 40 分、結論＝まとめ 10 分と考えると簡単です。

本論＝展開に最も多くの時間をとります。序論や結論が長すぎると、間延びした印象となるので、注意が必要です。

人間が集中して話を聞ける時間は 15 分、長くても 20 分と言われています。本論＝展開の 40 分は人間が集中できる時間を超えているので、その時間をさらに分割して 20 分+20 分、15 分+15 分+10 分のように、短く区切って考えます。

主催者側から質疑応答の時間を設けるように頼まれることがあります。その場合は、講座は時間にも余裕を持って終了させ、質疑応答を除いた時間で、時間配分をします。

一般に 1 時間の講座であれば 5 分、2 時間であれば 10 分位の質疑応答の時間を持つことを想定しましょう。

(3) 各要素のつながりを意識する

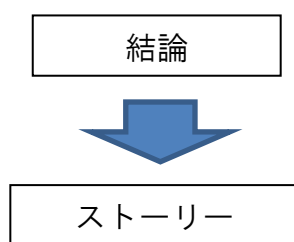
プランニングシートに配列した各要素が、相互にどのような関係があるか、理解しやすいように記述しましょう。

そのためには、序論＝導入、本論＝展開、結論＝まとめの各要素で、どのような内容を行い、それによって受講者にどのようなことを身に付けてほしいのかを明確にし、プランの中に完結に書き込みます。先に示した「ねらい」の具体化と考えると良いでしょう。

記入時には、プランニングシートの「講座の流れ」の列で、四角囲みで示すと視覚的にわかりやすいでしょう。本論＝展開部分を分割した場合には、それぞれに要素を示します。

プランニングシートには、講座の「結論」を把握して、話の方向性を決めます。

講座で一番大切なのは、「結論」です。ストーリーも、データも、根拠も、すべては結論を後押しするものでなくてはなりません。ですから、適切なストーリーを選ぶためには、まず、結論を完全に把握しておきます。



結論の部分は既にあるとして、ストーリーの部分にどのような話をもってくれば上の図が完成するかを考えればよいのです。

プランニングシートに落とし込むことができたなら、無理なく結論を導き出しているか、限られた時間のなかで、必要十分な要素が盛り込まれているかを確認しましょう。

また、プランニングシートに書き込む時には、序論、本論、結論の項目で示した各項目のポイントが十分に反映できているか確認します。

ドリル6

- ① 自分が話してみようと思うテーマで、実際にプランニングシートを書いてみましょう。対象者、人数は自由に想定してください。ただし、講座の時間は30分とします。
- ② ①で作成したプランニングシートを見て、自分で時間配分や構成に問題がないかチェックしてみましょう。できれば、講師仲間などにシートを見てもらい、改善点がないか尋ねてみましょう。

<参考> プランニングシートの例

タイトル あなたは大丈夫？ 身近に潜む悪質商法のワナ

対象 高齢者 **時間** 60分 **人数** 20人

配布資料 ロールプレイングシナリオ 模擬はがき 消費生活センターちらし

ねらい 誰もが悪質商法の被害にあう可能性があることを理解し、適切に相談できるようになる。

時間配分	講座の流れ	教材・指導法
導入 (10分)	あいさつ なぜ、高齢者が消費者トラブルに遭いやすいかを知る アイスブレイク ・「だまされやすさ心理チェック」を行う。 ○の数を数え、挙手してもらう。 ・だまされやすい傾向とタイプについて解説。	・自分で心理チェックをやり、だまされやすさとはわからない雰囲気を実施。
展開1 (30分)	被害の具体事例から、だます心理、だまされる心理を体験する ロールプレイング ・グループごとに訪問購入のシナリオを4人で読み合う。 ・配役を変えてもう一度読み合う。 ・契約をしたときの心理状況について話し合ってもらおう。 ・だます役をしたとき、だまされる役をしたときの気持ちを聞いておく。 ・事業者は巧みであり、消費者は弱い立場にあるので誰もが消費者被害にあう可能性があることを知ってもらおう。 ・いくつかのグループに話し合いの内容を発表してもらう。	・演じるために、名札、小道具のネックレスなどを用意する。
展開2 (10分)	被害に遭った時の解決方法を知る ・2013年2月 訪問購入もクーリング・オフの対象になったことを情報提供し、クーリング・オフのはがきの書き方を練習する。	・模擬はがき
まとめ (10分)	最近のトラブル事例と相談窓口、情報提供の重要性を理解する ・県内の最近のトラブル事例について話す。 ・「悪質商法の断わり方」の替え歌を歌う。 ・消費生活センターの相談窓口の紹介。 ・トラブル情報が次の被害を防ぐことになるので、ぜひ情報提供してほしいと伝える。	・消費生活センターのちらし ・替え歌の大きな歌詞を黒板に掲示
	御礼	

<記入用> プランニングシート

タイトル _____

対象 _____ 時間 _____ 人数 _____

配布資料 _____

ねらい

時間配分	講座の流れ	教材・指導法
導入 (分)	あいさつ	
展開1 (分)		
展開2 (分)		
まとめ (分)	御礼	

7. 講座を振り返る

講座を終了後、自分自身あるいは第三者の目で振り返りを行いましょう。この章では、PDCAサイクルを活用し自らの講座を振り返ることで、次回以降の講座にどのように活かすかを解説します。

(1) 自分自身で振り返る。

講座がどのようなであったかを自分自身で振り返るにはどのようにしたらよいでしょうか。

まずは録音や録画をすることで自分の気がつかない癖やしぐさを発見することができます。

スマートフォンなどの普及で簡単に録画・録音ができる時代になりました。便利な道具を使いこなし、スキルアップをしましょう。

また、チェック項目を用いて自分自身で振り返ることもできます。チェック項目の例としては、下に示したような事柄が想定されます。

このようなチェック項目を行うことにより、自分自身で講座内容を振り返ることができます。

(2) 第三者の目で振り返る

第三者の意見を取り入れ、反省点を見つけ、次回の講座に活かしましょう。講座終了後に、受講者に「いかがでしたか？」と質問してみても良いですが、講師から感想を求められて、分かりにくかった、つまらなかったと直接言う方は多くありません。

<チェックリストの例>

- 主催者の打ち合わせを踏まえて、事前準備は十分にできたか？
- 配布資料は必要十分だったか？
- 著作権に配慮できたか？
- 参加者の状況を配慮して、講座の進行ができたか？
- 序論＝導入の工夫ができたか？
- 序論＝導入で、適切な問題提起を立てることができたか？
- 本論＝展開で、具体的に考えさせる工夫ができたか？
- 結論＝まとめは、伝えたいことをしっかりと伝えられたか？
- 結論＝まとめで行動につなげる工夫ができたか？
- 予定した時間に終わることができたか？



講座の終了後は、必ず振り返りを行うようにしましょう。

第三者の評価を確実に得るためには、事前に依頼者と相談し、アンケートを活用する方法があります。

アンケートの項目には、講師が聞いてみたい項目を並べます。たとえば話のスピードについて早すぎないか不安に思った場合には、話のスピードについていかがでしたか？といった質問を入れておくとよいでしょう。

アンケートは客観的な評価とするために自由記述のみではなく、1はやすぎた、2少し早かった、3ちょうどよかった、4少しゆっくりだった、5ゆっくりすぎた、のよう数字に○を付けてもらうようにします。評価軸は5段階評価に限らず、3段階程度でもよいでしょう。このようにすると、回答者も書きやすく、受け取る側も参考になる数字が得られます。

あるいは、すでに講師の経験のある方や、客観的な助言をもらいたい方に講座を見てもらい、終了後に意見を求めることもよいでしょう。

講座の構成について意見をもらうことはもちろんですが、ちょっとした癖を指摘してもらえることも、貴重な財産です。厳しく、かつ建設的な意見がもらえるように、具体的に依頼時に頼んでおきましょう。

(3) PDCAサイクルを活かす

PDCAサイクルを利用して、効果的に自分の講座を振り返り、次回以降に活かします。

もともとPDCAサイクルとは、製造現場において生産管理などの業務改善を行う手法の一つです。講座では、その手法を講座改善のために活用するのが効果的です。

PDCA は次の4つの頭文字を意味します。

- ① P=Plan (計画)
- ② D=Do (実行)
- ③ C=Check (評価)
- ④ A=Act (改善)

この4つの段階を1周したら、A(改善)の内容を次のP(計画)に反映させて、もう1回PDCAの順で1周させます。このように、A(改善)を次のP(計画)に反映させて、常に実行していくことで、講座がより良いものに改善されていく、ということを意味します。



PDCAサイクルを利用してみましょう

① Plan (計画)

プランニングシートを用いて、講座を計画します。これまで記述してきたように、計画を立てるにあたっては依頼者との打ち合わせが大変重要ですから、そこでの内容を反映させて、計画していきます。

プランニングシートの記入にとどまらず、会場の確認、講座に必要な備品準備もしっかり行います。

② Do (実行)

プランニングシートに落とし込んだ計画に基づいて講座を実施します。できるだけ、計画に忠実に実行するようにします。そうすることで計画の改善点が、この後で明確になるためです。

もし、計画に忠実に行わず、失敗した場合、その失敗の原因がどこにあったのか明確になりません。ここではあくまで、計画が適切であったかを検証する一つのステップとして捉えることが重要です。

③ Check (評価)

実行した結果と当初の計画を比較し、問題点の洗い出しや成功・失敗の要因を分析します。

成功や失敗の判断には、受講者のアンケート結果を活用しましょう。もし結果をみて「失敗してしまった」と思えば、それが計画上、どのような問題があったかを洗

い出します。また、「うまくいった」と感じた時には、どうしてうまくいったかという点も評価します。それによって、次の講座に成功事例を活かすことができるからです。

④ Act(改善)

改善は、講座の成功、失敗の原因を踏まえて、次のための改善策を考えることです。

例えば、自分自身が招いたミスであれば次回では二度と同じことを繰り返さないようにしなければなりません。話し方であれば繰り返し練習をする。レジュメの不備を指摘されたのであれば、次回は一層注意して分かりやすさを心がける。受講者に体験型の教材を導入して予定通りできなかった場合は、使用したプログラムの難易度なのか、講師の説明が不十分であったのか、時間的に無理がなかったかを検討し、対処方法を考えます。

このように出された改善策は、次の講座の Plan（計画）で活かされ、次の PDCA のサイクルが行われます。このようなプロセスを通じて、講座のレベルを上げていきましょう。

ドリル7

- ① プランニングシートに基づいて、実際に話をしてみましょ。それを録音もしくは録画し、プランニングシートとチェックリスト（30 ページ参照）を見ながら自分の話を振り返ってみましょ。改善すべき点があれば、どのように改善できるかについても考えてみましょ。
- ② 受講者に配布するアンケートを作成してみましょ。その時、話の構成や内容の良しあしを判断するために、どのような項目を含めてよいか考えてください。

チェックリスト

- 主催者の打ち合わせは十分にできたか
 - 主催者からの依頼内容（テーマ）が明確か？
 - 受講者数は、属性は？
 - 会場と設備は？
- 配布資料は必要十分か
 - 引用するデータは適切か？
 - 著作権に配慮できたか？
 - 持参する資料や道具は？
- 講座の構成をしっかりと考えたか
 - 序論（＝導入）での工夫は？
 - 序論（＝導入）で、適切な問題提起をしているか？
 - 本論（＝展開）で、具体的に考えさせる工夫をしているか？
 - 結論（＝まとめ）で、伝えたいことをしっかりと伝えられるか？
 - 結論（＝まとめ）で、行動につなげる工夫ができていないか？
- 講座の時間配分は適切か

8. ドリルの解説

ドリル1の解説

- ① 対象によって確認する内容が異なるため、事前に想定される質問を準備すると良いでしょう。

ア) 中学生・高校生

(想定される質問)

学年、男女比、話をするテーマに関するこれまでの学習状況、講義の位置付け（教科学習か、単独のものか等）、テーマに関する普段の生活実態（おこづかいのもらい方、使い方、買い物の仕方等）、普段の授業の様子など

イ) 子育て世代

子育て世代は成人期に属し、幼稚園や保育所、小・中・高等学校に子どもが通っている保護者の側面ももちます。成人期の中でも、PTA などの集団になりやすいため、講座の対象にしやすいでしょう。

(想定される質問)

以下の子どもの学校段階、男女比、年齢層、テーマに関する子どもの生活実態、テーマに関する自身の生活実態など

ウ) 高齢者

(想定される質問)

高齢者は一言で年齢構成（60代・70代・80代以上など）、男女比、普段の様子、テーマに関連してどのような実態があるか（悪質商法被害の事例など）、研修会の位置付けなど

- ② ここでは「悪質商法の被害防止」を例に考えてみましょう。詳細な内容を決定する場合には、依頼者との打ち合わせ行いますが、対象によっては以下のように内容は変化します。

ア) 中学生・高校生

子どもが契約の当事者となるトラブルに関する相談が増えています。例えば、スマートフォンの利用増加に伴ってインターネットのトラブルが多く見られるようになっていきます。中にはアダルトサイトなどに入ってしまう、高額な使用料金を請求されるケースも出てきています。

中学生・高校生を対象に悪質商法の被害防止について扱うときには、その時々被害事例を中心としつつ契約の基本的な知識やインターネットショッピングの基本的な知識（クーリング・オフはない）等を押さえることが重要です。

また、自分の被害を防ぐという視点だけでなく、社会全体から被害をなくすために消費生活センター等に情報提供し、第三者の被害を防ぐ市民的資質も不可欠です。

イ) 子育て世代

子どもに多いトラブルは上記のようにインターネットに関するものですが、この問題は家族で未然防止していく視点が欠かせません。そのため、子育て世代を対象に、子ども達が置かれているネットトラブルの現状を説明し、インターネットのトラブルから守るために何が必要か家庭で話し合いができるような講座の機会が必要です。

ウ) 高齢者

高齢者の場合には、被害件数が他の年代よりも多いことから、被害を未然に防ぐための情報提供を行います。具体的には、被害の特徴や騙される心理、契約の基礎知識、被害にあった場合の相談先などです。

比較的年齢の若い高齢者には、地域の他の高齢者を見守る立場となることも期待されています。その場合は、騙される高齢者の心理状況や声掛けのポイント、地域全体で被害を防ぐことの意義等について具体的な事例を通して伝えることが重要です。

ドリル2の解説

(例) テーマ：「悪質商法の被害防止」

情報源：6ページ掲載のとおり

関連する情報や教材を探すときには、消費者庁「消費者教育ポータルサイト」も便利です。

ドリル3の解説

- ① 最近のニュースや話題は、テレビなどで放送されている内容や季節、地域の話題など、一般の方が見聞きしていることから選びましょう。

ア) 中学生・高校生

オリンピックやサッカーのワールドカップのようにスポーツは共通の話題になりえるでしょう。また、その年の流行語なども共感を深めるためには有効です。

イ) 子育て世代

その時のテーマに即して、子ども達が被害者になってしまったニュース、子どもが賞をとったニュースなど、最近の話題を取り上げると良いでしょう。

ウ) 高齢者

他の世代と比較してテレビを見ている時間が長いため、その時にテレビで話題になっている時事ニュースだけでなく、NHKの大河ドラマなど話題になっていることを触れるのも効果的でしょう。また、その地域のお祭りや行事、季節を意識した話題も喜ばれます。

ドリル4の解説

- ① 中高生を対象に「悪質商法の被害防止」について話をするケースを想定します。本論で伝えたい内容は、次の通りです。第1は、インターネットを通じた消費者被害が増えていますので、その現状についてお話します（映像を見ます）。第2は、インターネットでトラブルに遭わないための基礎知識をクイズ形式で考えます。第3に、トラブルにあった場合の対処方法についてお話します。
- ② 日本の消費者向けの電子商取引の金額は2012年度に9兆5,130億円となっています(平成26年版「情報通信白書」)。日本の総人口1億2751万5133人(平成24年10月1日現在 総務省人口推計)で割ると、赤ちゃんから高齢者まで一人当たり年間約7万4600円となります。この金額は年々増加傾向にあり、ネットショッピングのトラブルも今後さらに看過できない状況にあることを示すと言えるでしょう。

ドリル5の解説

- ① 中高生を対象に「悪質商法の被害防止」について話をするケースを想定します。結論で聞き手に訴えたいことは次の3つです。

＜事前確認が大事＞

被害に遭わないようにするには、事前によく確認することが大事です。

＜加害者にもなる＞

被害者だけでなく、中高生が加害者になってしまう可能性もあります。

＜社会から被害をなくすための消費者の役割＞

社会全体から被害をなくすために、被害情報をしかるべきところに伝える消費者の役割が重要です。

- ② 具体的な行動例は以下の通りです。

ア) 中学生・高校生

もし、インターネットや普段の買い物でおかしいと思うことがあれば、消費生活センターに連絡してください。

イ) 子育て世代

今日の話話を話題にして、お子さんと家庭でのルールを話し合ってください。

ウ) 高齢者

この先、ご近所の方に今日の話を紹介し、自分の身に同じようなことがなかったか、話題にしてみてください。

ドリル6の解説

24 ページのプランニングシートを参考にして、25 ページのプランニングシートに記入してみましょう。30 分の時間配分例としては、導入 5 分・展開 20 分・まとめ 5 分などが考えられます。プランニングシート作成では特に以下の点に留意しましょう。

- ・ テーマを魅力的なものにすること
- ・ 「ねらい」をしっかり練ること（知る・理解するというだけでなく、受講者が話を聞いて行動に結び付けられるような具体的なねらいを設定する）
- ・ 導入で受講者を引き付ける工夫がされているか
- ・ 講師が一方向的に話をする形ではなく、受講者の参加の場面が十分に用意されているか

ドリル7の解説

① はじめて講師をする人が予行練習をしてみると、予定より時間が超過することがあります。決められた時間内に収めるために、言いたいことを早口で進行することは絶対に避けましょう。内容が予定時間より多いことがないか、スリム化できる部分がないか、十分に吟味しましょう（時には一つのパートをすべて削除するなど、大手術が必要なこともあります）。

また、掲示物等を用意する等の事前準備で時間短縮できることもあるので、全体を見直しましょう。

録音することで自分の話し方の癖や、言い回しで工夫できる部分等が見えてくると思います。「Ⅱ 効果的に話す技術」を参考に、振り返りを行いましょ

う。

② アンケートでは、講座の内容を理解できたか、講師の話し方や進め方はどうだったかを率直に質問しましょう（次ページ参照）。講座の感想だけでなく、受講者の関心事項などを聞いてみるのもよいでしょう。講座の内容や時間にもよりますが、アンケートは A4 用紙 1 枚に収めるのが適切です。記入する受講者の負担にならないような設問を心がけましょう。

講座実施アンケート（例）

実施者名_____

本日は講座にご参加いただき、ありがとうございました。

本日の講座の感想をお聞かせください。

今後の参考にさせていただきますので、ご協力よろしくお願いたします。

1. 講座の内容を理解できましたか？

- ①よく理解できた ②だいたい理解できた ③あまりよく理解できなかった

2. 講師の話し方、話の進め方はいかがでしたか？

- ①大変よかった ②よかった ③あまりよくなかった

3. 講師のレジュメ、配布資料はいかがでしたか？

- ①大変よかった ②よかった ③あまりよくなかった

4. 今後のあなたの生活に役立ちそうですか？

- ①大いに役立ちそう ②まま役立ちそう ③あまり役立ちそうにない

5. ご意見、ご感想などご自由にお書きください。

ご協力ありがとうございました。

メ 毛 欄



©山口県

消費者教育講師養成テキスト 制作検討ワーキンググループ

(敬称略)

メンバー

早野 木の美	消費生活専門相談員
浜田 節子	フリーアナウンサー
坂根 裕子	消費生活アドバイザー
柿野 成美	公益財団法人消費者教育支援センター 総括主任研究員
奥西 麻衣子	同センター 研究員

消費者教育講師養成テキスト

平成27年3月

発行 山口県環境生活部県民生活課
〒753-8501 山口市滝町1-1
TEL:083-933-2608 FAX:083-933-2629

制作 公益財団法人 消費者教育支援センター
〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-17-14 全国婦人会館3階
TEL:03-5466-7341 FAX:03-5466-2051