

全国各地で開催され好評を博す、 体験型教育イベント「キッズフリマ」

～子どもの自主性を育むユニークな取り組み～

🔊 NPO法人キッズフリマ代表理事

赤池慶彦（あかいけ よしひこ）

帝京技術科学大学卒業（現・帝京平成大学）、1990年に株式会社東京リサイクル設立。
「すべての子どもに金融教育を」という思いから2009年NPO法人キッズフリマを設立。



お金や経済を学べる体験型の教育イベント「キッズフリマ」を運営するNPO法人キッズフリマ代表理事の赤池慶彦さんに、「キッズフリマ」の魅力や今後の展望についてお話を伺いました。

キッズフリマについて

——まず、キッズフリマについて教えてください。

キッズフリマは、子どもが実際のお金を使って売り買いを体験するフリーマーケット型のイベントです。ただのフリーマーケットではなく、「体験を通じてお金の価値やモノの価値を楽しく学ぶ場」として運営しています。大きな特徴は、売るのも買うのも子どもだけという点で

す。会場内は保護者の立ち入りを禁止し、保護者は会場の外から見守るだけで、子どもへの声かけも遠慮していただいています。お店を出す子どもはお客さんとのやり取りはもちろん、値段を決めるのも、売上や、経費、利益の計算も、どうやって売るかを考えるのも、すべて子どもが自分で考えて行います。

お店を出せるのは小学3年生から6年生までですが、買い物をする側は未就学のお子さんでも参加できます。そのため、高学年の子が小さい子に「おつりはこうだよ」と自主的に教えてあげる場面はよくあり、教える側にとっても学びになります。子ども同士で自然にお金のやり取りを教え合っています。私たちスタッフは見守りながら、必要なときにサポートする立場です。



キッズフリマの会場



お客さんとのやり取り

——キッズフリマで、子どもは何を学ぶのでしょうか。

①金融リテラシー

実際に現金を使って物の売り買いを体験することで、お金の大切さや価値を実感しながら学びます。頭で理解するだけでなく、体験を通じて「お金とは何か」を身につけていきます。

②リユース意識

自分にとって不要になった物が、誰かにとって大切な物になる体験を通じて、物を大切に作る心や、物が循環する社会の仕組みを学びます。

③コミュニケーション能力

学校や学年の違う子ども同士でやりとりする中で、自分の言葉で伝える力や相手の話を聞く力が育ちます。リアルな対面での交流が、社会性を伸ばす機会になります。

キッズフリマで身につく3つのこと

1. お金のリテラシー



2. リユース意識



3. コミュニケーション能力



——キッズフリマは、いつ頃から始めたのですか。

2006年から始めているので、もう20年になります。累計で1,500回以上開催していて、出店を体験した子どもは5万人を超えました。買い物の参加も含めると、かなり多くの子どもがお金のやり取りを体験しています。

開催回数を重ねる中で、社会の変化を感じます。キッズフリマの活動を始めた頃は、「子どもの前でお金の話をするなんていやらしい」とか、「小学生の子どもに、お金の話はまだ早いんじゃないか」という反応も少なくありませんでした。家庭の中では、子どもの前でお金の話をしないという空気があの当時は強かったと思います。

最近では、高校の授業で金融教育が扱われる時代ですし、金融リテラシー形成の必要性が社会全体で語られるようになってきました。そういう流れの中で、私たちの活動に関心を持っていただける機会が増えてきました。

また、2024年には、子どもの笑顔を育む先進的な取組を行っている団体を表彰する「令和6年度こどもスマイルムーブメント大賞」にて、子どもがお金の使い方やリユース意識などを楽しみながら多様な学びに繋がる活動として東京都から表彰されました。



「令和6年度こどもスマイルムーブメント大賞」の受賞式の様子

——キッズフリマを始めたきっかけを教えてください。

一つは、日本の子ども向け金融教育がまだ十分ではないと感じたことです。海外と比べて、子どもの頃からお金について学ぶ機会が少なく感じていました。また、家庭でも学校でもお金の話をしづらい雰囲気がありました。生きていくうえで欠かせないものなのに、きちんと学ぶ場がないのはおかしいのではないか、という思いがありました。

もう一つは、私自身の経験が大きいです。中学生の頃、家庭の事情で生活がとても厳しくなった時期があり、自ら商品を仕入れ、路上で販売することがありました。大変でしたが、その経験を通して、お金の価値や働いて対価を得ることの意味を身を以て知りました。また、人と向き合うことの大切さも学びました。あの時の経験が今の自分の土台になっています。だからこそ、子どもにも安全な範囲でお金や商売の体験をさせてあげたい。ただし、私のような厳しい環境ではなく、安心して挑戦できる場で、という思いがキッズフリマにつながっています。

キッズフリマが大切にしていること

——キッズフリマを運営するうえで、大切にしていることは何ですか。

一番大切にしていることは「子どもの自主性を守ること」です。先ほどお話ししたとおり、イベント中は保護者の方には会場内への立ち入りをご遠慮いただき、子どもたちだけで売り買いを完結させることにしています。これは、子どもが自分で考え、失敗や成功を体験することが何よりの学びになると考えているからです。ただ、親としては「失敗させたくない」「つい口を出したい」というお気持ちも強く、最初にご理解いただくのが難しいこともありました。

そこで、事前の案内や注意事項、会場のサイン看板、SNSでの発信などを通じて、「これは教育イベントであり、稼ぐことが目的ではない」ということを丁寧に伝える

よう心がけています。また、キッズフリマの会場で保護者の方へ注意を促すサイン看板には「親の口出し厳禁」ではなく、「子どもの成長を見守るライン」などと記載し、やわらかく伝える工夫を重ねてきました。そのため、少しずつではありますが、保護者の方にもご理解をいただけるようになり、「子どもの自主性を守ること」ができています。

キッズフリマに参加する子どもには、イベントの冒頭で10～15分ほどのレクチャーを行います。内容は、キッズフリマで学んでほしいことや、売り買いのルール、そして「これは単なるお店屋さんごっこではなく、経済活動の体験なんだよ」ということを伝えます。レクチャーでは、新紙幣やキャッシュレス決済の話など、時事的な話題も取り入れます。身近にお金が存在していることを分かってもらい、子どもがお金に興味を持てるように工夫しています。ただ、説明が長くなりすぎると子どもは飽きてしまうので、ルール説明5分、お金の話5分程度がベストですね。



キッズフリマスタッフのレクチャー

その後、実際のフリーマーケットの時間は1時間です。フリーマーケットの時間についても、試行錯誤を重ねて、実際に参加した方からのアンケートの結果から、1時間が最適だと分かりました。45分だと短く、90分だと長いという声がありました。

また、子どもが夢中になれるように、キッズフリマの空間づくりにも力を入れています。会議室に机を並べるだけでなく、会場や什器をカラフルにすることで、わくわくできる空間を目指しています。当然、キッズフリマのスタッフも盛り上げ役として参加する子どもをサポートします。子どもが夢中になれば、会場全体が活気づくことが多いです。例えば、1人の子が「タイムセール！」と値引きサービスを始めると、周りの子も真似して自分で考え、工夫して売り方を変えていく姿を見ることがあります。このような光景を目の当たりにすると、運営側としても嬉しくなります。



子どもたちが、売上等を計算します

——参加した子どもや保護者からは、どのような反応がありますか。

子どもからは「もう一回出たい」「次はもっと工夫したい」という声が多く寄せられています。子ども自身は親に頼らなくても、一人でできたことが自信になるようです。商品があまり売れなかった子も「どうしたら売れるかな」と考え直し、次回に挑戦したいという前向きな気持ちを持ってくれます。保護者からは「子どもに任せてみる大切さを実感した」、「親が干渉しすぎていたことに気づいた」という感想があり、子どもが親の助言もなしに自発的に行動している様子を見ることに感動している方もいました。

一方、「もっと事前に親子で話せばよかった」、「準備段階で一緒に考えればよかった」という声も多いです。実は、これも私たちの狙いの一つで、キッズフリマをきっかけに家庭でのコミュニケーションが増えることを期待しています。キッズフリマに参加した日を境に、親子でお金の話をしたり、日常の買い物で値段を意識するようになったりと、親子の関係性にも良い変化が生まれていると感じます。

お金に対して苦手意識や怖さを持っている子、また、普段はなかなかお金の話をする機会がない子にこそ、ぜひキッズフリマを体験してほしいです。お金は正しく向き合えば自分を守る大きな武器になります。小さいうちからお金との付き合い方を学ぶことはとても大切だと考えています。

——印象的な開催事例があれば教えてください。

特に印象に残っているのは、大阪府泉大津市での開催です。毛布の生産地として有名ですが、次世代の産業の担い手を育てるために「幼少期から子どもの“稼ぐ力”を育てたい」という泉大津市のニーズがあり、その点で子どもが金融リテラシーを学ぶことのできるキッズフリマの活動と一致する部分がありました。

泉大津市では4年前からキッズフリマを年2回開催

し、直近で開催した昨年11月では、約700名の子どもが参加しました。地域一体となって子どもを育てていこうという姿勢がとても強く、商工会議所の方々も協力してくださるなど、まさに“まち全体で子どもを育てる”ような取組になっています。

キッズフリマは同じ地域で複数回実施することで、地域の子どもの学びに定着すると考えています。泉大津市では長い期間続けて実施しており、私たちにとっても非常にやりがいのある事例です。地域をあげて、子どもを育てる取り組みが全国に広がっていくことを楽しみにしています。

これからのキッズフリマ

——今後の展望について教えてください。

現在、キッズフリマは全国で年間100回以上開催していますが、実際に参加できる子どもの数にはどうしても限りがあり、応募が定員の何倍にもなることも少なくありません。様々な事情により、参加したくてもできない子どもに、どうやって学びの機会を届けるかが大きな課題です。

開催数を増やすことも1つの方法ですが、主催者である私たちの根本には「地域や家庭の経済状況による格差なく、すべての子どもにお金の学びを届けたい」という思いがあります。そのため今後の展開として、以下の2点を考えています。

①地域でも実施できる仕組みにより、体験の機会を広げる

一つは、私たちが主催しなくてもキッズフリマを実施できる形をつくることです。具体的には、PTAや学校などにキッズフリマのノウハウを提供し、それぞれのコミュニティで小規模でも開催できるよう支援していく構想があります。

②カードゲーム教材「ルクラ」を使って、参加が難しい子どもに学びを提供

もう一つ力を入れているのが、キッズフリマの体験をもとにしたカードゲーム教材「ルクラ」の普及です。実際



カードゲーム教材「ルクラ」の概要

のフリーマーケット形式のイベントは、不用品の準備や会場への参加が必要なため、環境によっては参加が難しい子どももいます。

そこで、物がなくても売り買いの仕組みやお金の流れを学ぶことのできるカードゲーム教材「ルクラ」を開発しました。この教材を活用し、児童養護施設や子ども食堂、放課後クラブなどにキッズフリマのスタッフが出向く「出前授業」を展開していく予定です。できるだけ多くの子どもに、お金との正しい向き合い方を伝えていきたいですね。

終わりに

——最後に、季報「住宅金融」を読んでもくださる金融機関や自治体へメッセージをお願いします。

キッズフリマは単発のイベントではなく、地域の子どもの未来を育てる“土壌づくり”だと考えています。継続して取り組むことで、子どもの中にお金への前向きな感覚や、自分で考えて行動する力が少しずつ根づいていきます。

自治体の皆さまとは、泉大津市のように「地域の子どもを地域で育てる」という視点で、単発のイベントとしての開催ではなく、継続的に連携できたら嬉しいです。また金融機関の皆さまとも、出前授業や教材の活用などを通じて、一緒に子どもの金融リテラシーを育てていきたいと思っています。

多くの大人が関わることで、子どもがお金と向き合える力を身につけてもらい、自分らしく生きていける社会に近づいていくことを願っています。

キッズフリマホームページ
<https://kids-fm.jp>