

学びを重ね 視野を広げる 消費者教育の可能性

コーディネーター

上村協子氏

東京家政学院大学 現代生活学部 教授
消費者教育推進委員会

パネリスト

赤塚朋子氏 宇都宮大学教育学部 教授

石渡美穂氏 栃木県教育委員会 学校教育課 副主幹

内田 守氏 柏市教育委員会教育研究所長

水川和彦氏 岐阜県教育委員会義務教育総括監



2011年3月文部科学省「大学等及び社会教育における消費者教育の指針」では、消費者教育の目的を以下の3点としました。

①消費者の権利を実現し、消費生活の安定と向上を図るため、消費に関する基礎的・基本的な知識及び技能を習得し、これらを活用して消費者被害等の危機を自ら回避する能力、将来を見通した生活設計を行う能力、及び、課題を解決する実践的な問題解決能力を育む。

②自己の利益だけを求めるのではなく、他者や社会とのかかわりにおいて意思決定し、よりよい社会を形成する主体として、経済活動に関して倫理観を持って責任ある行動をとれるようにする。

③消費を、持続可能な社会を実現するための重要な要素として認識し、持続可能な社会を目指してライフスタイルを工夫し、主体的に行動できるようにする。

2012年の消費者教育推進法、さらには2013年の消費者教育体系イメージマップや閣議決定「消費者教育の推進に関する基本的な方針」で持続可能な消費のための教育(Education for Sustainable Consumption)は消費者教育の柱となりました。

パネルディスカッションでは、「学びを重ね 視野を広げる 消費者教育の可能性」をテーマに、生活者の視点で、地域に密着した「日本型 消費者教育」の可能性を探ります。

生きる力を育み 持続可能な社会をつくる アクティブな学び



コーディネーター
上村協子氏

パネルディスカッションの目標

本日は、「いつでも どこでも だれでも できる! 消費者教育のヒント&事例集」と、パネリストの発表から、こんな活動もあるんだというヒントを得て視野を広げていただくことを目標としたいと思います。

私は2010年にフィンランドの消費者教育を視察し、北欧の「持続可能な」を打ち出した消費者教育はとても素敵だと思いました。国内では消費者庁や文部科学省の方々が消費者教育フェスタの形で地域に広げられていきました。日本らしい、地域に根付いた知恵はたくさんあると思います。それを掘り起こし、消費者教育の可能性を皆さんで考えていけるといいなと思います。

2011年から続けてきた消費者教育フェスタには、いろいろな地域、いろいろな立場の方にご参加いただいています。昨年は茨城県の神栖高校学校家庭クラブの皆さんが発表してくれたのですが、発表後に「私たちはフェスタで地域の学びについて発表してきました」という内容の壁新聞を地元の市役所に持ち込んで貼ったそうです。高校生が地域に発信する活動を主体的に行ったことに感動しました。

「いつでも どこでも だれでも できる! 消費者教育のヒント&事例集」

冊子の表紙には光る電球があります。以前、岐阜県の教育委員会の方が「消費者教育はこれまでやってきた環境教育や食育、異文化理解教育などに“電流”を通しさえすればいい。新たなものはやらなくても大丈夫ですよ」と仰っていました。「いつでも どこでも だれでも できる」とは、今まで実践されている、例えば衣生活に消費者教育的な視点を入れることで、いろいろな学びができるということです。そんなヒントを「電流を流す」表現で表したものがこの表紙です。

この冊子にはさまざまな工夫がなされています。今、アクティブラーニングが盛んにいわれますが、「アクティブに学

ぶ」、つまり、自分が当事者になっているいろいろなことを考えるには消費者教育がとても良い学びになります。

冊子の20ページでは、自分にとっての正解とは何かを考えながら、既存の教育に消費者の視点をプラスする地域の取組を紹介しています。

2~3ページには、一生涯を表す道の周りに赤・緑・青・紫の円に囲まれたさまざまなイラストがあります。これは、22ページの「消費者教育の体系イメージマップ」の4つの重点分野に対応しています。消費者にかかわるさまざまなことを私たちは一生涯を通じて学び続けることで、私たちの人生をより豊かにしていくことを目標としています。



重なり、つながる「学び」

消費者教育には、いろいろな分野との重なり・学びがあります。金融教育、環境教育、食育、異文化理解をはじめ、ESDといった世界的な視点に重ねることもできます。

これからのパネルディスカッションでは、グローバルな視点で、ローカルな視点で、皆さんと学びを重ね視野を広げる消費者教育の可能性を語り合えるといいなと思います。

まずは、パネリストの皆さまに1人ずつお話をさせていただきます。



衣生活における消費者教育



パネリスト
赤塚朋子氏

問題意識と研究内容

衣生活は、毎日着るという行動を考えると、プライベートな領域であり、その人らしさやその人自身が着心地が良ければいいという消費環境があります。その中で、衣生活における自立した消費者とはどのような力を持てばいいのかという問題意識のもとに研究を行ってきました。また、小・中・高・大学と学びを重ねる中でどんな力が付いていくのかに視点を合わせて研究してきました。

「消費者教育の体系イメージマップ」に、消費者市民社会に向けて消費者が身に付けたい力として、幼児期から若者までの衣生活の場面を想定した消費行動例について追記し、これに基づいて実践をしてきました。

小学校～大学での実践

●小学校

小学生は自分で選ぶということをやり始める時期なので、靴下を題材に取り上げ、素材やデザイン、値段といった商品選択における最初の視点をおさえました。

●中学校

中学生は衣服の購入について、自分で購入する25%、保護者16%、自分と保護者58%となっています。衣生活の自立について考えるにあたり、題材はTシャツとしました。購

入時のポイントとしては安全性や環境まで視野に入れます。またTシャツのデザインを考える授業を行い、生産者・消費者の両方の立場から考えました。Tシャツの最初から終わりまで、ライフサイクルを考える実践をしました。

●高校

高校生では、自分で購入が45%、保護者と自分が53%、保護者は2%くらいに減ります。自分が失敗したこと、気をつけていることなどを出させながら、消費者問題を踏まえつつ、衣服の社会的背景や課題にまで展開します。小・中・高と、購入時のポイントについて同じことが何回も出てくるのですが、その内容はどんどん広がり、高校になると購入時の基準が明確になることが分かりました。

●大学

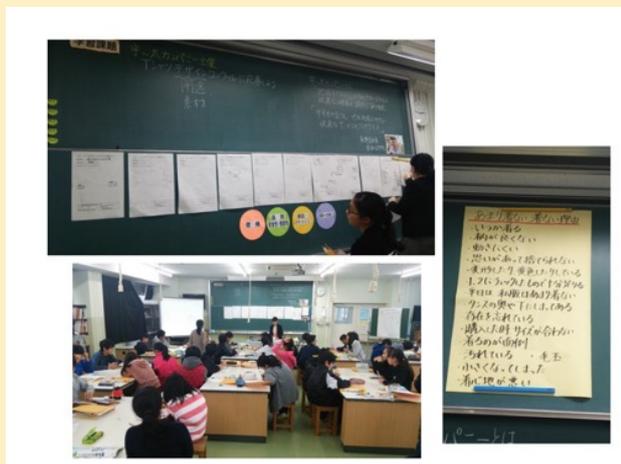
私が担当する「消費生活論」では、消費生活アドバイザー、栃木県消費生活センターの方を招いて授業を行いました。子どものフード付き衣料のヒモについて、消費者が「危険である」という意見を言ったことで子供服のJISの制度ができた、という事例紹介をしてもらいました。

また、消費生活上の問題を相談から解決していく道筋について授業をしていただきました。大学生になると自分が実際に問題を抱えることもあるので、課題に気がついたときにどのような行動をとるといいのか、そして、その行動によって社会が良くなっていく事例をみていきました。

衣生活から広がる視野

衣生活は、ライフスタイル、ライフステージ、ライフサイクルと共にあります。これと先ほどの発達段階に応じた消費行動事例を重ね合わせてご覧いただくと、衣生活についていろいろなことが分かってきます。

衣生活を通すといろいろなことがみえてきます。被服材料、生産・流通、構成・製作、選択・購入、着用、手入れ・管理、廃棄といった一連の流れは、着る意味、着るものの材料、ものづくりの現場、流通のからくり、消費の実態、管理の問題、環境問題、労働問題、倫理問題、廃棄問題、人権問題へと視野を広げ、消費者教育の可能性を無限に広げます。



中学校での授業実践の様子

家庭科、技術・家庭科（家庭分野） における消費者教育



パネリスト
石渡美穂氏

小・中学校 家庭科、家庭分野における 消費者教育

家庭科、家庭分野は、何年生で何を学習するかは決められていません。各学校で実状に合わせてよりよい方法を探って計画を立てていきます。

家庭科、技術・家庭科（家庭分野） における消費者教育	
内容項目一覧	
小学校	中学校
A 家庭生活と家族	A 家族・家庭と子どもの成長
B 日常の食事と調理の基礎	B 食生活と自立
C 快適な衣服と住まい	C 衣生活・住生活と自立
D 身近な消費生活と環境	D 身近な消費生活と環境

消費者教育としては、Dの「身近な消費生活と環境」が中心になるかと思います。それを少し具体的にすると、例えば小学校ではこのような内容を学習していきます。

- ・家庭で使う金銭は家族が働くことによって得られる限りあるものであることに気づかせる
- ・ものは長く大切に使う、無駄なく使い切る、再利用することが大切であることに気づかせる

小学校では子どもたちが生活の中で気づかずにいることを意識化していくことが大切です。大人であれば当たり前で見過ごしてしまうことを、しっかりと見つめさせていくことから学習を始めています。

中学校では、消費者基本法や販売方法、支払方法、消費者の権利と責任など、小学校より具体化された内容を学んでいきます。これらの内容を踏まえて各学校でどのような流れで授業を進めるか、どうすると多くの学びが子どもたちに身に付くのかを考えながら授業を進めています。

中学校 技術・家庭科の実践例

本日、授業を公開された宇都宮大学附属中学校の星野先生の実践例を紹介します。「自ら行動する消費者になろう」

中学校技術・家庭科「自ら行動する消費者になろう」

時間	小題材名	主な学習活動
1	筆箱の中身を確認してみよう	自分の筆箱の中身を確認を使う頻度ごとに分類し、 自分の消費行動について振り返る。
2	消費生活のしくみを知ろう	物資とサービスを分類するとともに、商品とお金の循環 についてワークシートにまとめる。
3	物資・サービスの購入方法について考えよう	物資・サービスの 購入方法 と選択の視点について考え、特徴をまとめる。
4	カードから学ぼう	電子マネーやプリペイドカードなどの特徴を知り、いろいろな 支払い方法 をまとめる。
5	消費生活のトラブルを防ごう	契約 の成立の事例について考えたり、 消費者にかかわるトラブル についてロールプレイングをする。
6	消費者の権利と責任について考えよう～バッグの購入を通して～	消費のトラブルの事例について 消費者の権利と責任 について考えながら、対処方法を考える。
7	自分や家族の生活に必要なものの購入・活用の仕方を考えよう	デジタルカメラの購入に関しての 情報を収集整理 する。その情報を活用して、 自分や家族にとって適切な選択・購入及び活用方法を考え、工夫 する。

と題し全7時間の計画で授業を行います。このうち6時間目の「消費者の権利と責任」についてご紹介します。

この授業は消費者の権利と責任について学ぶことを目標としていますが、単に文言を教える、覚えさせる授業ではありません。通信販売で通学バッグを購入する場面を設定し、その中で消費者の権利と責任について考え、生徒自身に消費者として適切な行動を考えさせるよう工夫されています。

授業の流れ

中学校技術・家庭科「自ら行動する消費者になろう」

小題材名：「消費者の権利と責任について考えよう
～バッグの購入を通して～」

目標：消費に関するトラブルの事例について考えることを通して、消費者の権利と責任について理解する。
【生活や技術についての知識・理解】

- ・生徒の身近な持ち物である通学バッグの購入場面を題材とする
- ・消費者が得ている情報量の少なさに着目させる
- ・自分と社会とのつながりを自覚させる

場面設定としては、「中学生が通信販売でリュックを購入したが、2週間ほどで持ち手がほどけてきてしまった」という例です。

①購入時にインターネット上で得た情報をもとに、自分ならどうするかを考えていきます。ここでは生徒一人ひとりの消費行動が確認できます。また友達の意見に触れることで、自分の行動の特徴が見えてきます。実際の授業では、「しよ

うがないや」とあきらめて泣き寝入りする、返品する、商品を交換する、自分で直して使うなどの意見が出ていました。

②消費者の権利と照らして、どの権利が保障されていなかったのかを場面設定の中で考えていきます。すると、安全性の確保はどうだったか、インターネット上の情報が少なく、知らされる権利が守られていなかったのではないかと、というようなことを子どもたちは話し合います。

③返品や交換をただけでよいのか、と先生が問いかけ、さらに考えを深めさせます。そうすることで、権利の行使だけでなく、消費者に求められる責任にも目を向けるという仕組みになっています。子どもたちからは、「レビューを書く」、「消費生活センターへ連絡する」「情報がきちんと提示されていない業者からは買わないようにする」などが生まれ、自分でできる行動を考えている姿がみられました。そこから「消費者の行動が社会を変える」ことに子どもたちの考えを導いていきます。

家庭科は実践的・体験的な学習活動を通して学ぶことを大切にしている教科です。この授業のように、自分の生活場面に引き寄せて実際の状況と照らし合わせて考えていくということがとても重要であると思います。

消費生活センターとの連携・協働

栃木県消費生活センターでは学校または教員向けにセミナーを開催しています。毎年、先生方にとって非常に興味深い内容を設定していただいております。実施時期や参加者数の課題はありますが、参加された先生からは好評を得ています。また出前講座も、子どもたちの学習に合わせて組み込んでいただいております。消費生活センター発行のさまざまなリーフレットも活用しています。

県消費生活センター主催のプログラム「親子で学ぶ食品表示」では、夏休みを利用して親子で食品表示について学び、学んだことを活かして菓子の箱を作るという活動が行われました。全体を通しての感想は非常に好評で、抽選をしなければならぬほど多くの参加希望がありました。県消費生活センターで行われるプログラムは、教育委員会に学習内容を確認していただいたうえで実施されており、とてもありがたいと思っています。学習指導要領や学校の学習に合った形で授業を提供していただけることに感謝しています。

中学校技術・家庭科「自ら行動する消費者になろう」

中学生が通信販売でリュックを購入したが、2週間ほどで持ち手がほぐれてきてしまった。

- ①購入時に得た情報を基に、自分ならどうするかを考えていきます。
現時点での生徒一人一人の消費行動
- ②消費者の権利について考えさせます。
「安全が確保される権利」
「知らされる権利」
- ③返品や交換をただけでよいのか、さらに考えさせます。
「被害の救済を受けられる権利」
「主張し行動する責任」 →消費者の行動が社会を変える

県消費生活センターから出された「消費者教育リーフレット」の活用



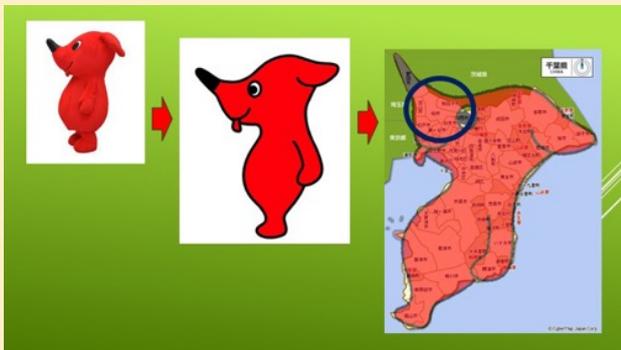
柏市消費者教育推進連絡会 の取組 ～消費生活センターと教育委員会の連携～



パネリスト
内田 守氏

柏市について

初めに柏市について紹介させていただきます。下は千葉県県の公認マスコット「チーバくん」で、横から見ると、千葉県の地図に重なるような形をしています。この目と鼻の間に柏市があります。柏市は人口41万人を超え、市政62年目にして少しずつ人口は増えています。平成20年に中核市となり、鉄道が3つ交差し、東京都のベッドタウンとして発展してきました。市立の学校は小学校42校、中学校20校、高校1校があり(平成28年11月現在)、3万人を超える子どもたちが学んでいます。



柏市消費者教育推進連絡会

柏市では消費生活センターがさまざまな消費者施策を行っています。消費者教育啓発事業の1つとして平成3年度から柏市消費者教育推進連絡会が設置されています。平成4年度、学習指導要領に初めて「消費者教育」という文言が盛り込まれたタイミングに合わせて設置されました。会の目標の大きな柱は学校における消費者教育の推進で、小・中・高等学校の教員、教育委員会職員で構成され、研修、情報・意見交換などを実施するものです。

本年度の構成メンバーは、委員が小学校教諭7名、中学校教諭5名、高校教諭2名、教育研究所員3名、事務局は消費生活センター所長をはじめ消費者教育相談員で、学校の教員を中心に組織していることが大きな特徴です。

委員の任期は原則2年で、研修や授業実践を行っていた

できます。定例会議を年3回行い、初年度は研修が中心、2年目に授業実践とその公開、実践事例集を作成します。発足して26年目になり、すでに13期・のべ100名を超える委員が携わってきました。

研修の実際（平成28年度）

今年度の取組例をご紹介します。第1回目は、「社会参画の力を育む消費者教育～イメージマップで消費者教育のイメージを広げよう!～」と題し、関東学院大学准教授 天野恵美子先生を講師に迎えて研修を行いました。

天野先生からは、消費者を取り巻く現在の社会情勢・社会環境から、子どもたちの実態や教材開発まで、幅広くかつ重要な視点で講義をしていただきました。参加した委員からは、消費者教育を進めていくうえでの悩みについて話し合えたことや、新しいことを学べて良かったなどの意見・感想がありました。

第2回目は、「柏市版消費者教育イメージマップの検討」と題し、柏市立教育研究所 深野指導主事をファシリテーターとして研修を行いました。今年度と来年度の2年間をかけて柏市版のイメージマップを作成したいと考えています。消費者教育の重点的な4つの分野の表を作成し、そこにどんな視点でどんな授業を組み込むかをグループごとに出しながら作成します。この成果は来年度に発表する予定です。

連絡会では定期的に「連絡会つうしん」を発行しています。A4表裏の簡単なリーフレットですが、全校に配布

1. 子ども中心、6ポケットという社会環境
2. 消費者被害は、いつでも、どこでも、誰にでも、突然に発生
3. イメージマップを超えて、より子どもの生活実態に即した教材の開発を
4. スクールマーケティングという手法

- ◆どの教科で消費者教育を進めていくのか悩むので勉強していきたい
- ◆自分の消費行動が他者にどのように影響するかを考えさせたい
- ◆出前授業には教師側のコントロールが欠かせない

し、連絡会の活動を伝えています。

消費者教育授業実践事例集

連絡会の肝である事例集は、委員の先生方が行った授業の事例をまとめたもので、平成19年度から1年おきに発行し、現在5冊となっています。この10年間続く取組を大事にして今後も続けていきたいと思っています。

平成27年度版を見ると、学習指導要領で重点的に盛り込まれている教科・領域以外に国語、算数、生物、数学などの教科で消費者教育の授業にチャレンジしています。

小学校1年の道徳の授業で「批判的思考力を育むには」を目標に実践したものが公益財団法人消費者教育支援センターのニュースレターに取り上げられました。

柏市教育委員会ホームページには「柏市版消費者教育ポータルサイト」があり、教育研究所のホームページや校務支援ホーム画面から入れるようになっていました。この中に事例集や連絡会つうしんなども掲載されています。このポータルサイトを周知するための教員向けリーフレットも配布しています。リーフレットの中で特に強調しているのは、「どの教科・領域でも消費者教育ができます」ということです。

消費者教育 授業実践 事例集

◆平成19年度
から1年置き
に発行
(I~V)



連絡会から柏市の先生方へ

最新の実践事例集Vには、柏市の先生方に向けて、次のような文章を子どもたちの声として載せました。

選ばせられる人でなく、選ぶ人になりたい。
だから知りたい、練習したい!

環境を大事にしたい。
公正な社会づくりに参画したい。
知らない人には伝えたい!

先生、教えて、
消費者が持つ影響力を。

時間割に「消費者教育」がなくても大丈夫ですし、あらゆる場面で「先生の一言」が消費者教育になります。消費者教育は消費者に対する教育です。先生方には、学校で習ったことを実生活に生かすための一言、社会参加したくなる一言を、子どもたちに伝えてもらいたいということを大切なテーマとして、当会は活動を進めています。

各学校とは、「日常生活を取り巻く課題そのものに教材づくりのヒントがある」、「教科・領域を中心に、学校全体で体系的に実践する」ことが効果的であることを共通認識できるように、当会の活動を進めていきたいと思っています。



岐阜県における消費者教育



パネリスト
水川和彦氏

岐阜県について

宇都宮から約500キロ離れた岐阜から来ました。消費者教育はまだまだ発展途上ですが、消費者教育につながるネタは多いかなと思います。

岐阜では白川郷が世界遺産になった途端、観光客数が10倍に増えました。また、映画「君の名は」の舞台となったことで「聖地巡礼」が続いていて、宣伝効果の大きさに驚いています。

消費者フェスタ・フォーラムの開催

岐阜県では平成24年に消費者フェスタ、昨年は地方消費者グループフォーラムを開催しました。平成24年は3.11の翌年で、フェスタでは保護者と子どもが同じテーブルについて風評被害をテーマに授業を行いました。お母さんが「あなたのことを心配して買うとき気をつけているんだよ」というと6年生の子は「でもどこに根拠があるの?」と質問した場面があり、なかなか考えさせられました。昨年は、地区別に消費生活センター、小学校～高校教諭、校長、教育委員会、事業者がすべて同じテーブルにつき、連携のあり方を模索しました。

消費者教育の全県展開

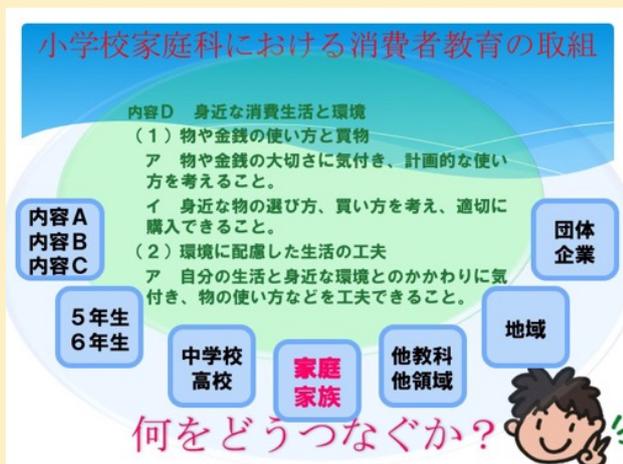
推進法ができた翌年、「みんなで学ぼう！消費者知識知トク BOOK」を小中学生向けに作成しました。さらに中高生向けの消費者教育副教材「おっと！落とし穴」を作成、高校1年生全員に毎年配布しています。

義務教育段階における消費者教育

義務教育段階での消費者教育は、社会、家庭科、総合的な学習の時間等で展開していくのですが、消費者教育だけを銘打って展開することは難しい状況です。そのため、いろいろな授業の中で消費者教育にかかわる視点を入れ込んで実践するのが現実的です。

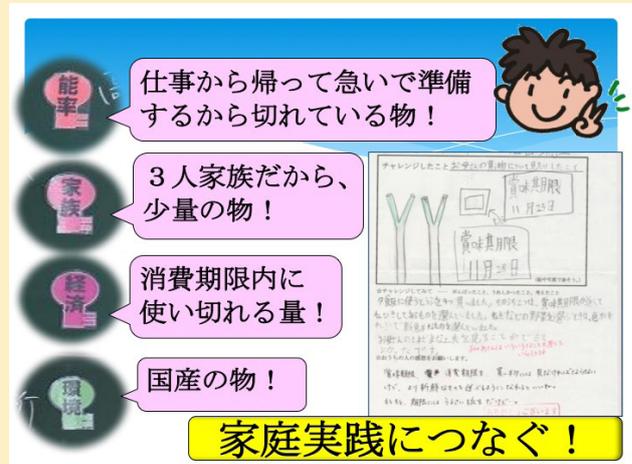
事例を1つご紹介します。消費者教育の内容は学習指導要領のDにあるわけですが、その授業だけで終わらないために、5年生から6年生にかけて他の教科や領域にどうつながるか、中学や高校にどうつながるか、あるいは家庭、地域や企業・団体にどうつながるかという課題が出るとしています。そこで、例えば小学校では、消費生活と関連させた指導内容の系統性を明らかにし、見方・考え方の高まりを描きつつ中学校へつなぎます。

例えば「B 日常の食事と調理の基礎」の授業では、家族のためにジャーマンポテトを作る場面を設定し、材料のペー



コンをどれにすればいいかを考えるというコマを入れ込む、という考え方です。材料の例として小分け、1パックのロングベーコン、ブロックベーコン、ハーフの1パック減塩ベーコン、細切れベーコンの4つを用意考えさせます。仕事から帰ってくるお母さんの能率を考えれば切れているほうがよい、3人家族だから少量でいい、消費期限内に使い切れる量であるべきだ、環境を考えて国産のものがいいなど、このような小さな視点を盛り込みながらジャーマンポテトを作るというものです。小さな視点を家庭科の授業の中に入れ込むことによって無理なくカリキュラムをこなしつつ、消費者の権利と責任までにつなげることができるのではないかと考えています。

子どもの発達をふまえた無理のない積み上げで、賢い消費者を育てる取組に期待しています。



義務教育における消費者教育の構え

- 1 全教育活動に消費者教育の視点をプラスする
- 2 各教科の学習素材に消費生活につながる素材を盛り込むことが大切
- 3 専門家(機関・団体等) とつながることで得意分野を生かした深い学びを実現
- 4 消費者教育の目的は「よりよい暮らし」であり、「だまされない」という視点だけでなく「より豊かな暮らし」という観点から学ぶことが消費者の自立や消費者市民社会の形成につながる



参加者・パネリストのディスカッション

「つながり」をどうつづけていくか

上村 ここで、会場の方からご質問やご意見をいただきましたと思います。

参加者 今日のテーマの「学びを重ねる」について、上村先生は横のつながり、赤塚先生は縦のつながりについてお話しされました。そうしたいろいろなつながりが消費者市民にとって有効なものになることを実感しました。先生方は、人のつながりをつくっていくうえで、どんな工夫をされているのですか。またどんな可能性を感じられていますか。

赤塚 私たちの研究会には消費者教育の実践力を育成するため教員の力を付けたいという思いがあります。大学・大学院の卒業生、現場の先生方とのつながりをまず根拠にしながら、専門分野を中心に、消費生活センターや消費者団体との輪をまとめていく形で推進体制をつくっていきました。県に推進協議会ができたので、専門的な方々とタッグを組んでいければと思っています。人と人のつながりは信頼関係を基本に作るとうまくいくのかなと思いました。

石渡 児童・生徒にさまざまなつながりを持たせるために、教員自身がいろんな人とかかわりを積極的に持つことが大切だと思っています。子どもの生活圏は狭く、人と人のつながりもそれほどないのが実状です。ともすれば家族とのつながりさえ希薄になっている場合もあるかもしれません。つながりを創出するようなきっかけを家庭科の授業を通して作っていくために、まず私たち教員がいろいろな人とつながりを持てるようになると、子どもの学びも豊かになると考えています。

内田 柏市では早くから組織づくり・仕組みづくりに取り組んでいます。組織や仕組みをつくることで人がつながり、授業や実践事例がつながるということが実現しています。仕組みづくりは大きなポイントではないかと思っています。ヒント集の6ページに、「これまでの授業や活動に消費者教育の視点をプラス」とありますが、これを柏市では主眼としてやってきました。消費者教育の視点を少し入れるだけで味付けが良くなって、授業に深味が出る。入れてみて良かったとなると、これもつながっていくことになります。

水川 何のために人をつなぐかという点、1つは消費者教育の質を高めるためです。もう1つは、消費者教育で付けた力

を日常生活で働かせるためです。質の高い情報を持っている人とつながるために何をするかですが、1つはフェスタなどの機会です。まず出会わせてみる。教員は教員以外となかなかつながれないので、出会う場を確保することが大切です。もう1つは市教委レベルで消費者教育をどうするかというアクションが出てくると、おおいに実働的になってくるだろうと思います。3つめに、子どもの視点、子どもの学びを大事にすること。「お母さんに聞いておいでよ」とか「近所のお店の赤ちゃんに聞いておいでよ」というような小さな体験を積み重ねると、質の高い消費者教育がおのずと提供できるのではないかと考えています。

企業や団体の消費者教育を学校と結びつけるには

参加者 この場には、企業や団体の方をはじめ「子どもたちにこんな消費者教育の授業がしたい」と考えている方が集まっていると思いますが、学校にアプローチするのが難しいという声をよく聞きます。いつ・どのような形で提示すれば一緒に授業をすることができるのでしょうか。具体的なヒントをいただけたらと思います。

内田 柏市の場合は教育研究所は消費生活センターにご連絡いただくか、または、センターとのパイプを作っていただければ、どこの学校でどのようなニーズがあり、どんな授業ができるという情報をお伝えすることができます。キーになるセンターや組織があると、事業者さんなどもアプローチがしやすいのではないかと思います。学校へ個別に、となるとなかなか難しいので、そういうとりまとめができているところをねらっていられるといいかと思っています。

参加者 学校現場と消費者団体、企業を結びつけて消費者教育を実践するには、消費者教育コーディネーターが必要ではないかと思っています。岡山県の場合、私がコーディネーターとなり、どこがどのような教育をしているのかをある程度把握しながら、学校現場で求められているものをつかみ、教材を作ったり結びつけたりという活動をしています。皆様をコーディネートする役割の人が県や市に必要ではないかと感じています。柏市さん、岐阜県さんも、消費生活センターなどしっかりと連携をとりながら実践することで消費者教育が進んできたのではないかと感じました。

上村 組織として仕組み作りができているところはいいのですが、そうでないところはコーディネーターさんに協力していただくというのでもいいかと思います。

消費者教育を漢字二文字で表してみると

上村 最後に、今日のフェスタを通して、消費者教育推進のヒントやイメージを力行の漢字二文字で表していただきたいと思います。

赤塚 「苦勞」です。衣生活領域からお話していますが、衣生活を支えている人たちの労働条件ははまだ苦勞の連続ではないかと思えますし、いいものを作るため丁寧に一生懸命ものづくりをするという苦勞によって、私たちは着心地が良いものを着ることができていることを忘れてはいけません。衣服がどこから来たか、誰が作っているのかという原点を意識しながら、私たち自身が社会を変えていく、消費者の力が社会をより良くしていく、それが幸せにつながるんだということを忘れず、苦勞が報われる社会にしていきたいと思えます。

石渡 「経験」です。授業を通して感じるの、子どもたちの経験不足です。消費者の視点を育てるためには、まず自分が生活の主体者とならないとその視点に行き着きません。経験をさせていくことが第一歩となるのではないかと思います。料理の中でどんなことが無駄なのか分からないければ、どこに注意を払えばいいのか分からないと思えます。まずは授業で実践的な学習活動を通して子どもたちに経験させ、家庭に持ち帰って実践してもらい、そうして子どもたちに経験を積ませていくことによって消費者の目線に厚み深みが出てくるのではないかと思います。

内田 「環境」です。消費者教育を取り巻く環境という意味で考えました。消費者教育が進む環境を整えていくことが大事だと思います。その肝は人的環境、人とのつながりであると思えます。顔が見えるかどうかはとても大きくて、顔が見えて仲が良いというところから好循環が生まれ、発展していくということがあると思えます。柏市でも消費者教育相談員が熱心に人をつないでくれたことで、ここまで来たという思いがあります。公開授業では子どもたちが「しげおき君」の登場で笑っていましたが、理科の先生なのだそう。子どもたちにとって近い存在であること、身近であることは、それだけで子どもに与える影響が大きいと感じました。

上村 私は「交換」にしました。本学で金融教育の講義を受けた学生が書いた卒論は「冷たい貨幣を温かいお金にする若者の金融リテラシー」でした。ものやサービスを提供してもらったら、きちんと対価を払う、お返しをする、自分の世代で返せなくても次の世代で返していく。そんな「三方よし」

の交換ができるような持続可能な消費者市民社会をつくりたいという思いがあります。労働に対する正しい評価できるビジネスが進んでいくような買い手が育つことを期待して交換としました。

水川 「希望」としました。消費者教育はだまされないための教育という側面はありますが、私は希望でありたいと思っています。フェアトレードもそうですね。人間が消費者市民社会の中でいかに主体的に豊かな生活を送れるかということなので、学校で子どもたちに消費者教育を施すことは、子どもたちに豊かな生き方を目指してもらうことに他なりません。公開授業で私が見たグループの子は、「ワードローブ調べ」の3・4(あまり着ない・ほとんど着ない)がほとんどなく、最後に解決策を考えることになったとき、困っていました。「だってお母さん、どんどん友達にあげるから」と。この子たちの母親は、消費者市民社会の一員として素晴らしい実践をしているということです。そして、それは自分の子どもが育った大切な服だからだと思います。そういう家庭に育つ子どもたちもいることに目を向けないと、消費者教育はまだ弱いと感じます。そのグループの子はこうも言っていました。「お気に入りだからどんどん着る。だからヨレヨレになるんだよね」。だから、優しく洗ってきちんとたたんだり、大事にしなければいけないのです。このことこそ賢い消費行動じゃないかと思います。附属中学校の授業は本当に素晴らしく、いろいろな人たちのつながりの中で消費者教育はさらに発展していけるのではないかと思います。

上村 カ「環境」キ「希望」ク「苦勞」ケ「経験」コ「交換」、そろいました。私の洋服は、大学の指導教官、職場上司、親や姉のいただきもの・もらいものが多いです。今日のお話に合わせて何か一つでも工夫をしたいと、この手ぬぐいをスカーフ代わりに巻いてきました。これは福島の被災地の耕作放棄地で綿を作り、福島のデザインで売っている人たちが作ったものです。今日の消費者教育フェスタ in 栃木は、そういう作り手を大事にする衣生活のあり方を発信できたと思います。

「さようなら消費者、こんにちは生産消費者」。東京家政学院大学学長・天野正子の言葉です。私たちは単にお買い物をするだけの消費者ではありません。何かを作り出す作り手にみんながなれるということだと思います。栃木で学んだ「消費者教育の地産地消」、この地域で学び、発信し、地域を活性化する学びについて今日はみなさんと議論できたのではないかと思います。ありがとうございました。

