

平成29年度

消費者教育フェスタ in 柏

身近なところから始めよう!

～あなたの一言から始まる! 消費者教育～



日時 平成29年11月2日(木) 9:00～16:30



会場 **授業公開会場**: 柏市立柏第三小学校 (千葉県柏市若葉町4-54)
柏市立柏中学校 (千葉県柏市明原4-1-1)
千葉県立柏の葉高等学校 (千葉県柏市柏の葉6-1)
全体会場: アミュゼ柏 (千葉県柏市柏6-2-22)



プログラム

午前の部
(授業公開)

- ・ 小学校4年生 (総合) 「エコアップ大作戦」
- ・ 小学校5年生 (家庭科) 「じょうずに使おうお金と物①」
- ・ 小学校5年生 (家庭科) 「じょうずに使おうお金と物②」
- ・ [授業実践報告] 特別支援学級第4学年～第6学年 (生活単元学習) 「グッジョブ!」
- ・ 中学校2年生 (学級活動) 「情報モラル」
- ・ 中学校3年生 (社会科) 「消費生活と経済」
- ・ 高等学校1年生 (情報科) 「レコメンドアルゴリズム」

午後の部
(全体会)

- ・ 基調講演「買い物で世の中を変えてみよう!」
西村 隆男氏 (横浜国立大学名誉教授)
- ・ 柏市における消費者教育の取組について
美留町 紀子氏 (柏市教育委員会指導主事)
- ・ パネルディスカッション
「身近なところから始めよう! ～あなたの一言から始まる! 消費者教育～」
コーディネーター: 柿野 成美氏 (消費者教育支援センター総括主任研究員)
パネリスト: 天野 恵美子氏 (関東学院大学准教授)
金野 千佳氏 (柏市立柏第三小学校教諭)
錦巢 寿氏 (柏市立柏中学校教諭)
佐藤 一樹氏 (千葉県立柏の葉高等学校教諭)

主催: 文部科学省 共催: 柏市、柏市教育委員会

協力: 社会的責任に関する円卓会議 後援: 消費者庁、千葉県、千葉県教育委員会、日本消費者教育学会



買い物で世の中を変えてみよう!

横浜国立大学名誉教授 西村 隆男 氏



世界的ブランドのある選択

今年9月、センセーショナルなテレビCMが流れました。外国人のモデルの女性が登場し、「ちょっと時代遅れ」というコピーで「毛皮は時代遅れだ」とうたうアパレルブランドのCMです。そのアパレルブランドはブランド戦略として2018年から毛皮製品を一切生産しないことにしました。つまり動物を虐待しないということです。

着ると暖かく、ステータスも感じられる毛皮ですが、動物を殺して製造するのは残虐だということで、その他のアパレルブランドでもすでに皮革製品を販売しないことを宣言している企業もあります。

持続可能な開発目標 (SDGs)

時代は持続可能な社会を構築する方向にどんどん動いており、ここ数年めざましい動きを見せています。最初にお話するのは「買い物で世の中を変えてみよう」のゴール、SDGsについてです。SDGsとは世界を変えるための17の目標を2030年までに達成しようとするもので、2015年に国連総会で採択されました。目標の12番目に「つくる責任つかう責任」があります。私たち消費者は「つかう責任」を考えて消費行動をする必要があるということです。

地球環境問題は非常に深刻な状態です。1964年の東京オリンピックの頃、社会科の地理の授業で東京の平均気温は年間15℃、降水量は年間1500ミリと教わりましたが、

持続可能な開発目標 (SDGs)



最近のデータと比較すると、平均気温は1.5度上昇、降水量も増えています。地球温暖化の影響が随所に出ている結果であると考えられます。「つくる責任」を担う企業では、環境に負荷をかけないことをひとつの重要な要素としてさまざまな動きを進めています。また、政府も、SDGsを推進しこの目標を達成するため自治体や事業者、大学、学校などに呼びかけを行っています。

姫路市の取組

兵庫県姫路市における消費者教育の取組についてご紹介します。消費者教育に対する考え方は、今年3月に公表された「姫路市学校園消費者教育指針」に示されています。「学校園」となっているのは、幼稚園から高等学校まで含まれることを意味しています。

自分のこと(セルフ)を考えることからスタートし、少しずつ視点を広げていきます。セルフの次にローカル(地域)のことを考え、さらに地域のことを考えながらグローバルに広がっていきます。消費生活の中で主体的に判断する子供を育て、地域を発展させていく、さらに消費社会の将来を展望して望ましい社会形成に積極的に参画する、このような取組が教育長のリーダーシップにより進められてきました。

韓国消費者教育モデル校での公開授業

次に韓国の状況をお伝えします。数年前、ソウル市のある小学校で消費者教育の公開授業が行われました。4年生の国語の時間に「人前で発表する時に必要なものは何ですか」という課題についてグループディスカッションをしました。子供たちは手元の白い紙に自分の考えを書き、みんなに見せたのですが、ある児童は一言「勇気」と書きました。この児童は、人前で発言をしたり提案したりするのは勇気がある、と言いました。確かにそうだなと思いました。私たちの生活でも、役所や企業に何か意見や提案をするというのは難しいものです。しかし、そこで何かを伝えて初めて変化が起こる可能性があるわけです。授業では、勇気を大事にして乗り越えていこう、それがやがて社会参画につながっていくという展開だったと思います。

基調講演 一買い物で世の中を変えてみよう!

韓国の小学校の公開授業



スウェーデンの小学校家庭科の授業

昨年、スウェーデンに行き、小学校の授業を見せていただきました。スウェーデンの小学校は秋に新学期が始まるので、家庭科では、休み中にどんな食事をしたか、その食事は体によいものだったかなどを考える授業が行われました。子供たちが自分の生活の中にあるものを示し、先生からアドバイスを受け、みんなで議論して、生活を見つめ直すという授業でした。

スウェーデンの小学校の授業



日本の小学校の道徳の授業

次に紹介するのは柏市の小学校の公開授業です。1年生の道徳の授業で、非常によかったという印象が強く残っています。

みなさんは、この絵が何に見えますか？ うさぎでしょうか。アヒルでしょうか。外国の絵本の1ページなのですが、見方によってはどちらにも見えます。児童たちは黒板の前に集められ、それぞれどうしてウサギだと思ったのか、どうしてアヒルだと思ったのか、意見を出し合いました。すると、他の児童の意見を聞いているうちに気持ちが変化の子が出てきました。ウサギだと思ったけれどやっぱアヒルに変更するという子、一方その逆の子もいます。他人の意見を聞

これは何に見えますか？



き、それを受け入れることで自分の考えが変わっていったということです。

この授業は、「ものの見方というのはいろいろあっていい」ということを教えています。一面的にも物を見てはいけない、これは消費者教育にとって非常に重要な考え方です。ただ安ければいいというものではない、安さの裏に何かあるのかを考える選択の眼を持つことが大切です。消費者教育にとって批判的思考が大切だといわれますが、多面的なものの考え方ができることがその基礎にあるのです。

新しい小・中学校学習指導要領について

今年3月、小・中学校の新学習指導要領が発表されました。「子供たちが未来社会を切り開くための資質・能力の一層確実な育成」がうたわれています。そして今回は、「持続可能な社会の作り手を育てる」ということが前文に書かれています。

これからの時代は、学校教育を通じてより良い社会を作っていくこと、そして学校と社会が協働していくことが求められます。このような考え方に基づき、新たなカリキュラムが組まれています。

例えば小学校3年生の社会科では「消費者の多様な願い」という言葉が使われました。また、5年生の社会科では、今までは生産者の立場を考えることが中心でしたが、消費者の立場も含め多角的に考える、さらには自分の考え方をまとめることができることが重要な課題になっています。5・6年生の家庭科では新たに「買い物の仕組みや消費者の役割」が入り、契約の基礎について触れるということも登場しました。

中学校の技術・家庭では、売買契約の仕組みや消費者被害について直接的に指導要領に書かれるようになりました。中学校の道徳にも、社会参画の意識と社会連帯、公共の精神などが加わっています。いろいろなものの見方・考え方があるという相互理解や寛容についても書かれています。

基調講演 一貫い物で世の中を変えてみよう!

消費者の視点が強化された背景

消費者の視点がこれまで以上に重視されるようになった背景には、やはり消費者教育推進法の制定があると思います。消費者と事業者との間には、交渉力や情報量にはつきりとした格差があり、大企業の前で個人は小さな存在です。この法律には、消費者が自立し主体的に選択や判断ができるようになるための教育の機会を提供されることは権利であると書かれています。さらに消費者教育を進めることが国や地方公共団体の責務であると書かれています。

この法律ができて5年になります。消費者教育の定義は、「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育」、加えて「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解および関心を深める教育」と書かれています。自分たちの社会を作っていく、よりよい社会の作り手となっていくためには「参画すること」がより重要な要素であることがこの定義からもわかります。

「消費者市民社会」の定義

そして私たちが目指す消費者市民社会とは、「自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう」と定義されています。

今はまだ小さい動きかもしれませんが、やがて10年後、20年後には大きな変化になっているかもしれません。2015年のパリ協定で、地球の温度上昇を2度未満に抑えることが目標数値となりましたが、その目標に向かって今から行動する必要があります。準備は早ければ早いほどいい。私たちが目標とするのは公正で持続可能な社会です。将来世代を考慮した消費行動は不可避ですし、公正で持続可能な社会を作っていくという動きに私たち消費者が積極的に参画していくことが重要です。

「消費者市民」を3要素で理解しよう

そのために具体的に何をすればいいのかを、私は経済的市民・倫理的市民・政治的市民の三つに分けて考えました。

「経済的市民」とは、消費・非消費で市場に参加し、ある企業の製品を応援するために買うことや、逆に不買という行動で意思を表明することです。何か問題があったらクレームとして事業者に伝えることもその範疇に入ります。

「倫理的市民」とは、環境に配慮した消費行動や、フェアトレード製品や被災地の商品の購入など、倫理的な消費行動をすることで市場に参加することです。フェアトレードとは、商品の背後に児童労働や低賃金での長時間労働と

いった問題を孕んでいないかを精査し、適正な価格で取引される商品です。フェアなトレードのために一定の上乗せをしなくてはならず、値段は高くなりますが、それが将来の社会にとって不可欠な要素であるということです。日本では熊本を中心にフェアトレードタウンの動きも広がっています。もつとも広がっていくことが望ましいのではないかと思います。

「政治的市民」とは、例えば役所に意見を提案するなど直接的に政治にアプローチすることです。国もパブリックコメントという形で国民から意見を募っていますが、そういう機会に積極的に意見を出していくことも社会参画のひとつのあり方だと思います。

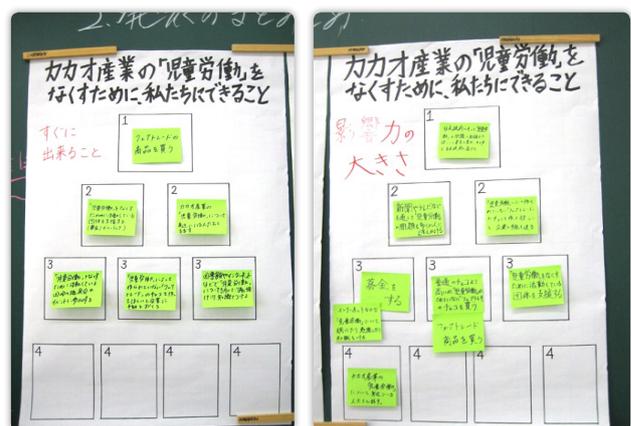
人類が直面する緊急課題として、資源枯渇、地球温暖化、児童労働や低賃金労働、貧困の問題があります。そのような課題に対して自分にできることは何かを身近なところから考えていくことが基本になると思います。

高校での実践

フェアトレードを学ぶ埼玉県の高校での実践事例を紹介します。大手スーパーのひとつがフェアトレードのチョコレートを開発し販売していますが、生徒にはあまり知られていませんでした。でも、試食してみると味には何ら問題はなく、むしろおいしいという体験をしました。ではなぜ大手企業がフェアトレード商品を作らないのかを生徒たちが考えていくという授業でした。自分たちが学んだことを新聞に投書し、社会にメッセージを発した生徒もいました。

山梨県の県立高校では「買い物で社会を変えられる」と題し、コンプレインレター（苦情の手紙）を書く授業実践が行われました。児童労働をなくすために自分たちができることは何かを生徒が考え、ポストイットに書き出し、先生が黒板に貼っていきました。「すぐにできること」と「影響力の大きさ」とに整理され、それぞれをテーマに生徒たちは議論しました。

山梨県の高校の授業から



基調講演 一買い物で世の中を変えてみよう!

アメリカ政府が出している『コンシューマーハンドブック』にはコンプレインレターのサンプルが載っています。そこではコンプレインレターを書くときのポイントとして、①どんなトラブルが生じたのか、②いつ、どこで、いくらで買ったものなのか、③いつ、どんな問題が起こったのか、④解決するために自分はどのようにしてほしいのかの4つを、筋道を立てて主張していくことが大切だとしています。

経済的投票の考え方

商品の選択というのは経済的な投票であるといわれます。商品を買うことは消費者による意見の表明であるということです。不買によって悪質な企業や製品を市場から排除する、あるいは購買によって企業や製品を応援する、一人一人の小さな声が大きき力になっていくということです。

日経新聞では「投票消費」という言葉でこれを取り上げ、日弁連は「お買い物で世界を変える」と題するブックレットを発行しました。弁護士の方々は消費者教育に非常に熱いエールを送られており、消費者教育推進法を作るときの大きな力にもなりました。

より良い世界のための買い物ガイド

買い物で世の中を変えていこうという動きは、今に始まったことではありません。30年近く前の1989年、アメリカでは『Shopping for Better World (より良い世界のための買い物ガイド)』というペーパーバックが発行され、飛ぶように売れました。当時、大手石油会社のタンカーが座礁するという大事故があり、流出した原油を回収するのに何カ月もかかるといわれ、海の汚染が深刻化していました。そのような中、企業はどれだけ社会的責任を果たしているかを市民グループが調査し、各企業に点数をつけてまとめたものがこの本です。調査項目には、どれだけ寄付をしているか、環境にやさしいか、男女平等をどう実現しているか、動物実験が行われていないかなどの11の項目があります。

『Shopping for Better World』

Company or Product	Abbr.	\$	♀	♂	♿	♻️	🌱	🐾	🚫	🚫	🚫	ALERT
White Rose	DIG	?	✓	?	No	?	✓	?	No	No	✓	✗
Frozen Juices & Drinks												
Bacardi	KO	✓	✓	✓	No	?	✓	✓	No	Yes	✓	✓
Chiquita	UB	✓	✓	✓	No	✓	✓	✗	No	No	?	✓
Citrus Hill	PG	✓	✓	✓	No	Ⓜ️	✓	✓	No	Yes	✓	✓
Dole	OKE	?	✗	?	No	?	✗	✗	No	No	✗	?
Five Alive	KO	✓	✓	✓	No	?	✓	✓	No	Yes	✓	✓
Hawaiian Punch	RJR	✓	✓	✓	No	?	?	?	No	Yes*	✗	✗
Minute Maid	KO	✓	✓	✓	No	?	✓	✓	No	Yes	✓	✓
Snowkist	GIS	✓	+	✓	No	✓	✓	✓	No	No	✓	✓
Squeeze Fresh	KO	✓	✓	✓	No	?	✓	✓	No	Yes	✓	✓
Tropicana	VO	?	?	?	No	✓	✓	?	No	No	✓	✓



ファストファッション

今、安すぎる衣料品が出回っています。ファストフードになぞらえて「ファストファッション」と呼ばれます。その安さの裏に安価な労働力と劣悪な労働環境条件の下で働く人々の悲惨な現場がありました。

2013年、バングラデシュの首都ダッカで縫製工場のビルが倒壊するという事故が起こりました。工場に働いていた1,100人もの人が亡くなり、多くの負傷者も出ました。このことは世界で報道され、少しずつ労働者の待遇が改善される体制が整いつつあるといいますが、どこまで実現できているかはまだわかっていません。

紛争鉱物

携帯電話やスマートフォンには、タンタル鉱石やスズなどの希少金属がたくさん使われています。希少金属は、紛争が絶えない赤道直下の途上国で採掘され、反政府ゲリラの資金源になっていることが問題となっています。アメリカでは2010年に紛争鉱物が使用されているかどうかを情報開示するための法律ができました。また、ILOの調べでは2015年現在、奴隷状態で働かされている人が世界に2,100万人いるとされ、イギリスでは売上高が30万ポンド以上の企業に対し奴隷的な労働者を使っていないかどうかの情報開示を義務づける法律ができました。

アニマルライツ (動物の権利)

アニマルライツとは、動物が人間による搾取や虐待を受けることなく自然に生活する権利です。NPO法人アニマルライツセンターのアンケート調査結果によると、約7割の人が、購入する肉、卵、牛乳などがどんな環境で飼育されたものか知りたいと思っています。エシカルな(倫理的な)消費行動を意識するにあたっては、こうしたことにも目を向けていく必要があると思います。冒頭に紹介したアパレル企業のCMは、まさにアニマルライツを意識した広告ということです。

基調講演 一貫物で世の中を変えてみよう!

倫理的消費(エシカル消費)の取組

環境への配慮	社会への配慮	地域への配慮
<ul style="list-style-type: none"> ・グリーン購入 ・自然エネルギー利用 ・エコマーク付き製品 ・有機農産物 ・国産材使用 ・車のレンタル・シェア ・エコホテル ・動物福祉製品 ・FSC認証 ・MSC認証 	<ul style="list-style-type: none"> ・障がい者作業所製造品の購入 ・生産・流通段階で児童労働、過酷な労働、紛争鉱物等の社会問題や環境問題を引き起こしていない製品(エシカルファッション)、フェアトレード製品の購入 ・社会的責任投資 	<ul style="list-style-type: none"> ・地産地消 ・地元商店での買い物 ・応援消費 ・被災地産品購入 ・伝統工芸品の購入

倫理的消費(エシカル消費)の取組

倫理的消費(エシカル消費)についてまとめると、上の表のようになります。

これらを私たちが実践したり、世の中に発信したりすることが消費者教育につながっていくのだと思います。

消費者市民になる!

消費者市民になることは、私たちの究極の目標です。私たちは消費者であると同時に市民でもあるということです。私たちは、このことを肝に銘じて過ごしていきたいし、家庭や学校や地域で伝えることで次の世代に伝えていく必要があると思います。

消費者教育といっても何から手をつけていいのかわからない、というときの案内役として、消費者庁の「消費者教育の体系イメージマップ」があります。幼児期から高齢者までの各期に、四つの重点領域(①消費者市民社会の構築、②商品等の安全、③生活の管理と契約、④情報とメディア)において何をどう学ばよいかをマップの形にしたものです。私も作成に携わりました。

私たちは、生まれてから死ぬまで消費者です。子供は子供なりに消費行動をしますし、中学生・高校生になればさらに消費行動の範囲も広がります。成人し、高齢者となってリタイアした後も、ずっと消費者であり続けるのです。持続可能な社会の構築に向けて、みなさんも今日からできることを始めてみてはいかがでしょうか。

消費者教育の体系イメージマップ

	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
					特に若者	成人一般	特に高齢者
各期の特徴	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に興味を持ち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境の興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決能力の育成が望まれる時期	生涯を見通した管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し、自ら行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
重点領域							
消費者市民社会の構築							
消費がもつ影響力の理解	おつかいや買物をする中で試してみよう	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝えよう
持続可能な消費の実践	ゴミを少なくする工夫を考えて行動しよう	自分の生活と身近な環境とのかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考慮し、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう
消費者の参画・協働	協力することの大切さを知らせよう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう
商品等の安全							
商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う方法を知ろう、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方を考える習慣をつけよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝えよう
トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣をつけよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくろう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
生活の管理と契約							
選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え、約束やきまりの大切さを考えよう	商品を選択し、契約のルールを知り、よりよい契約の仕方を見よう	適切な意思決定に基づいて行動しよう。契約のルールを活用して理解しよう	契約の内容・ルールをよく確認して契約する習慣をつけよう	契約とそのルールを活用し、くらしに生かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝えよう
生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な買い方を考えよう	消費に関する生活管理の技術を活用しよう。買い物や貯蓄を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう。生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し、支え合いながら生活を管理しよう
情報とメディア							
情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用方法を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技術身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族の情報を守ることの大切さに気づこう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣をつけよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう
消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知らせよう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知らせよう	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣をつけよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう