

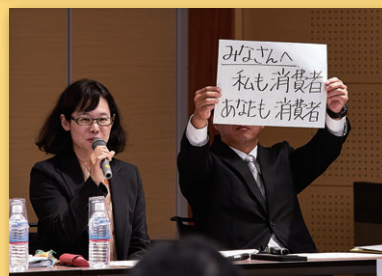
平成
30
年度

消費者教育 フェスタ

in 姫路

身近なところ
から始めよう！

学び、つながり、高めあおう！



平成30年
11月19日(月)

会場

姫路市立総合教育センター及び姫路市立城巽公民館
兵庫県姫路市北条口 3-29



CONTENTS

基調講演「消費者教育の意義と成年年齢引下げへの対応」西村隆男氏（横浜国立大学名誉教授）	2
実践報告「姫路市教育委員会における消費者教育の取組について」北村純一氏（姫路市教育委員会総務課管理指導主事）	8
公開授業 指導案 姫路市立豊富小学校第2学年・第5学年・第6学年 / 姫路市立豊富中学校第2学年	13
市立高校合同公開授業 ポスターセッション 姫路市立姫路高等学校 / 姫路市立琴丘高等学校 / 姫路市立飾磨高等学校	18
実践報告 市立幼稚園実践報告	19
パネルディスカッション「学校園における消費者教育の効果的な取組」	20

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：
吉井美奈子氏（武庫川女子大学 専任講師）
黒田郁子氏（姫路市立豊富幼稚園 園長）
宗和博樹氏（姫路市立別所小学校 教諭）
西本裕子氏（姫路市立神南中学校 教諭）
岩尾和宏氏（姫路市立飾磨高等学校 教諭）



文部科学省

主催：文部科学省

共催：姫路市 / 姫路市教育委員会

協力：社会的責任に関する円卓会議

後援：消費者庁 / 兵庫県 / 兵庫県教育委員会 / 日本消費者教育学会

基調講演

消費者教育の意義と成年年齢引き下げへの対応

横浜国立大学名誉教授 西村隆男氏

1. 消費者教育の意義

消費者教育とは何か

「批判的思考力」という言葉が学校教育でも最近よく使われるようになりました。批判的思考力を働かせて主体的に判断できる、コマーシャルに惑わされない、自らの判断で選択ができるような力、これを鍛えていこうというのが消費者教育です。これまでも「批判的思考力」と「意思決定能力」は消費者教育の鍵であると繰り返し述べられてきました。たとえば、買い物をするときの意思決定の判断の根拠には、どれにしようか（値段／品質／量）、産地、メーカー（信頼度？ 知名度?）、いつできたものか（製造日／消費期限・賞味期限）のほか、環境にやさしいか、安全な製品か、生産にどんな人がかかわっているのかなどが挙げられます。批判的思考力を働かせ、安ければいいんだろうか、よく知っているからいいんだろうかと考えることが大切です。

消費者教育の重要性への認識～法律の制定

消費者教育の必要性は古くからいわれていましたが、なかなか定着してこなかったという歴史があります。学校をはじめ社会の重要な教育要素として消費者教育を位置付けることをねらいとして、2012年8月に消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」）が成立、12月に施行されました。それから6年、消費者教育の考え方や目標も時代とともに変化してきました。1960年代は賢い消費者、1980年代は自立する消費者、2000年代は行動する消費者へ、そして消費者教育推進法が目指す「消費者市民」へ。消費者であると同時に市民である、こうした消費者像が求められました。

消費者教育推進法では、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であり（1条）、消費者教育の総合的な推進を国（4条）及び地方公共団体（5条）の責務とすることが明確に位置付けられています。



消費者教育の定義

消費者教育推進法は「消費者教育」という言葉が使われる最初の法律であったため、定義付けがされました。

「消費者教育とは、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（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及び関心を深める教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう」（2条1項）

消費者市民社会の定義

また、消費者市民、消費者市民社会についても定義されました。

「消費者市民社会とは、消費者が個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、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」（2条2項）

大きな企業を前に小さな存在でしかなかった消費者が、将来世代を考慮した消費行動をとり、公正で持続可能な社会形成に積極的に参画する社会が、推進法が目指す「消費者市民社会」としたわけです。消費者市民は単なる消費者ではなく、市民としての働きかけができる、社会への影響力を考えて行動する消費者市民であること、そして消費者市民によって形成される社会が消費者市民社会であると位置付けられました。

基調講演

消費者教育の体系イメージマップ

消費者教育を学校教育でどのように反映させていくかを具体的に示したものが「消費者教育の体系イメージマップ」です。消費者教育の体系化について消費者教育推進法以前から議論を重ね、2013 年 1 月にマップとして公表されました。

縦軸に消費者教育の 4 つの重点領域（消費者市民社会への構築、商品等の安全、生活の管理と契約、情報とメディア）、横軸に発達段階が示されています。消費者教育は幼児期から高齢者に至るまでのすべての段階で行っていくべき教育であるとして、発達段階ごとにその学習内容をイメージできるようになっています。自治体や学校では、これをベースに消費者教育が実施されています。

姫路市の取組

姫路市では、日本で初めて市教育委員会主導による「姫路市学校園消費者教育指針」を作成されました。各学年のカリキュラムにイメージマップを当てはめ、消費者の視点をどこにどのように盛り込めるかについて検討を重ねて出来上がったものです。

ごく簡単に紹介すると、「自立した消費者として、自ら学び、他者と協働し、心豊かな社会をつくる姫路っ子の育成」を目標に、セルフ（自分自身）、ローカル（地域）、グローバル（世界）へと少しずつ視野を広げていながら、「消費について主体的に学び、適切判断し、行動できる子供」から「消費生活を通して、より良い故郷の発展に貢献できる子供」を経て「消費社会の将来を展望し、望ましい社会の形成に参画できる子供」へと育成していくことが指針となっています。

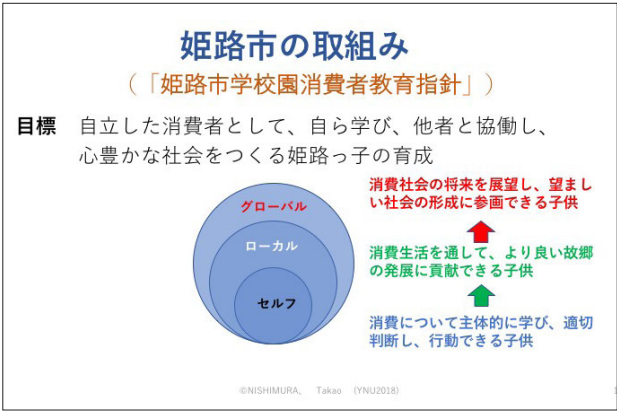
2. 成年年齢引下げと学校教育

買う=契約する

私たちは毎日、市場経済のメカニズムの中に身を置かなければ生きていけません。ものやサービスを買うという行為が日常的に行われ、繰り返されています。何を、何のために、いくらで買うかを決めるときに、姫路市の「セルフ、ローカル、グローバル」の視点が必要となります。選択行動のためには、多くの様々な情報が必要

各期の特徴	幼児期	小学低学年	小学高学年	中学校	高校	成人期
重点領域	生活の基礎となる生活習慣の確立、社会生活の基礎となる生活習慣の確立、社会生活の基礎となる生活習慣の確立	生活の基礎となる生活習慣の確立、社会生活の基礎となる生活習慣の確立、社会生活の基礎となる生活習慣の確立	生活の基礎となる生活習慣の確立、社会生活の基礎となる生活習慣の確立、社会生活の基礎となる生活習慣の確立	生活の基礎となる生活習慣の確立、社会生活の基礎となる生活習慣の確立、社会生活の基礎となる生活習慣の確立	生活の基礎となる生活習慣の確立、社会生活の基礎となる生活習慣の確立、社会生活の基礎となる生活習慣の確立	生活の基礎となる生活習慣の確立、社会生活の基礎となる生活習慣の確立、社会生活の基礎となる生活習慣の確立
消費者の意識	消費者の意識の確立、消費者の意識の確立、消費者の意識の確立	消費者の意識の確立、消費者の意識の確立、消費者の意識の確立	消費者の意識の確立、消費者の意識の確立、消費者の意識の確立	消費者の意識の確立、消費者の意識の確立、消費者の意識の確立	消費者の意識の確立、消費者の意識の確立、消費者の意識の確立	消費者の意識の確立、消費者の意識の確立、消費者の意識の確立
消費者の行動	消費者の行動の確立、消費者の行動の確立、消費者の行動の確立	消費者の行動の確立、消費者の行動の確立、消費者の行動の確立	消費者の行動の確立、消費者の行動の確立、消費者の行動の確立	消費者の行動の確立、消費者の行動の確立、消費者の行動の確立	消費者の行動の確立、消費者の行動の確立、消費者の行動の確立	消費者の行動の確立、消費者の行動の確立、消費者の行動の確立
商品等の安全	商品等の安全の確保、商品等の安全の確保、商品等の安全の確保	商品等の安全の確保、商品等の安全の確保、商品等の安全の確保	商品等の安全の確保、商品等の安全の確保、商品等の安全の確保	商品等の安全の確保、商品等の安全の確保、商品等の安全の確保	商品等の安全の確保、商品等の安全の確保、商品等の安全の確保	商品等の安全の確保、商品等の安全の確保、商品等の安全の確保
生活の管理・契約	生活の管理・契約の確立、生活の管理・契約の確立、生活の管理・契約の確立	生活の管理・契約の確立、生活の管理・契約の確立、生活の管理・契約の確立	生活の管理・契約の確立、生活の管理・契約の確立、生活の管理・契約の確立	生活の管理・契約の確立、生活の管理・契約の確立、生活の管理・契約の確立	生活の管理・契約の確立、生活の管理・契約の確立、生活の管理・契約の確立	生活の管理・契約の確立、生活の管理・契約の確立、生活の管理・契約の確立
情報とメディア	情報とメディアの活用、情報とメディアの活用、情報とメディアの活用	情報とメディアの活用、情報とメディアの活用、情報とメディアの活用	情報とメディアの活用、情報とメディアの活用、情報とメディアの活用	情報とメディアの活用、情報とメディアの活用、情報とメディアの活用	情報とメディアの活用、情報とメディアの活用、情報とメディアの活用	情報とメディアの活用、情報とメディアの活用、情報とメディアの活用

消費者教育の体系イメージマップ



姫路市学校園消費者教育指針より

となります。

買うというのは契約です。単純な行為ですが、ある権利を発動し、ある義務を履行しているという極めて法律的な営みであることを忘れてはならないと思います。

たとえば、先生が「明日までに〇ページを読んできなさい」と言ったことに生徒が「はい」と答える、親が「卵一箱買ってきて」と子に頼み、子が「はい」と答える、これらは契約ではありません。しかし、子どもが店で「この卵をください」と言って店員が「はい」と答え、お金を渡して商品を手にする瞬間、契約が成立します。

成年年齢引下げが決まった！

契約者が未成年であれば、一旦契約をしてしまっても、親がその契約に承諾していなかった場合は取消ができます。ところが、このたび法律が改正され、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることが決定しました。これは「大事件」と言ってもいいのではないのでしょうか。

民法は明治時代に日本の資本主義社会を安定させる

基調講演

ためにつくられた法律です。明治 29 年の成立以来、成年年齢については一度も改正されずにきました。なぜ今こんなことになったのか、その背景には憲法改正の議論があることを私たちは意識しておく必要があります。

憲法改正手続法（国民投票法）は 2007 年に制定され、国民投票の権利は 18 歳以上とされました。その後、憲法改正の発議ができる国会議員を選ぶ選挙権も 18 歳以上にする必要があるという議論がなされ、2015 年に公職選挙法が改正されて 18 歳選挙権が規定されました。このとき、併せて民法、少年法の法制上必要な措置を講ずることが明記され、2018 年の民法改正へと進みました。

明治 22 年には 25 歳であった選挙年齢は昭和 20 年に 20 歳となり、平成 27 年に 18 歳に引き下げられました。民法では明治 29 年から 120 年変わらず成年年齢は 20 歳とされてきましたが、今後経過期間を経て 2022 年から 18 歳になります。少年法の改正については現在も審議が続いています。また、飲酒・喫煙については 20 歳のままで変わりありません。

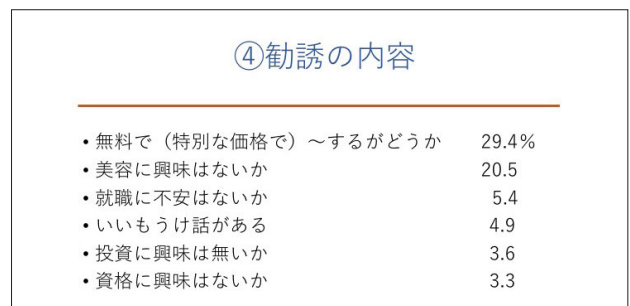
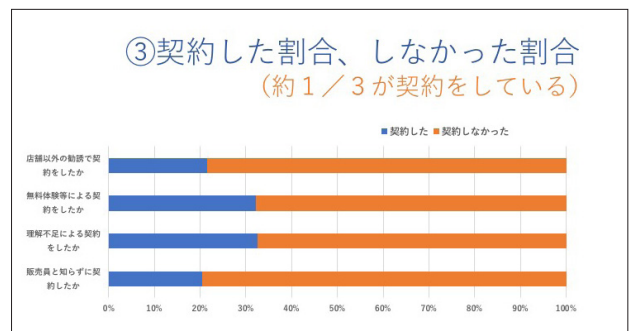
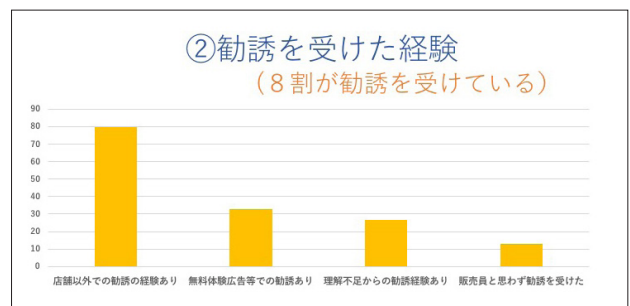
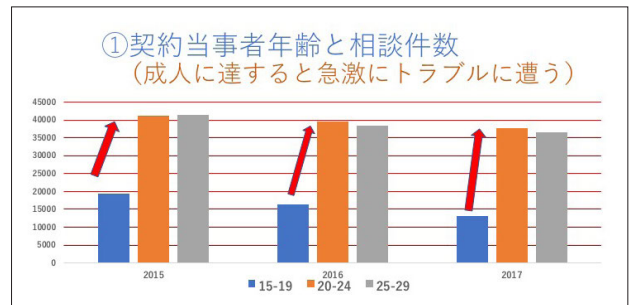
若年消費者被害の実態

若年の消費者被害についての調査結果を 3 つ紹介します。消費者庁が行った「若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会報告書」（2018 年 8 月）によるもので、18 歳～ 29 歳の 12,000 人に調査しています。

①は国民生活センターが把握している相談件数を示したもので、成年に達すると急激に相談件数が増え、ほぼ倍増していることが分かります。この傾向は過去 3 年間で変わっていません。この結果が示しているのは「20 歳になると、即、ターゲットになる」ということです。20～24 歳と 25～29 歳の件数はあまり変化がないことから、未成年者取消権が行使できるかどうかが大きく影響していることが分かります。成年ではなかったことで取消ができた件数がたくさんあったということです。

②は勧誘を受けた経験ですが、驚くことに 8 割が勧誘を受けています。

③はその勧誘によって契約をしたかどうかを表してい



ますが、約 3 分の 1 が契約してしまっています。どのような状況で契約したかということ、一番上は「店舗以外の勧誘」で、電話、呼び出し、アンケートなどでしょうか。2 番目は「無料体験」、3 番目は「理解不足」による契約です。4 番目の「販売員と知らずに契約」という場合もあります。

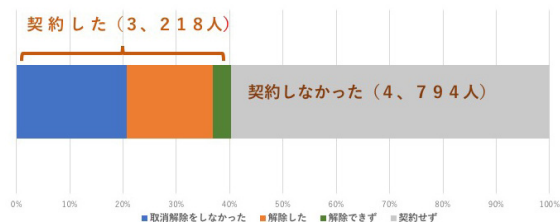
④勧誘の内容は、トップは「無料で」と誘われた場合で約 3 割、次いで「美容に興味はないか」が 2 割です。その他、「就職に不安はないか」「いい儲け話がある」などが続きます。

基調講演

⑤声を掛けてきた人の印象
(1/3は好印象を受けている)

- | | |
|-------------------|------|
| ・ とてもよい印象だった | 2.1% |
| ・ どちらかといえば好印象だった | 34.0 |
| ・ どちらともいえない | 32.3 |
| ・ どちらかと言えば印象が悪かった | 14.8 |

⑥契約したかどうか



⑤声をかけてきた人の印象は、さすがに「とてもよい」は2%と少数ですが、「どちらかといえば好印象」は34%もあります。「どちらかといえば印象が悪かった」にもかかわらず契約してしまったケースも15%近くにのびります。

⑥契約した3,218人のうち、取消解除をしなかった人と解除できなかった人は満額を支払っています。

⑦購入・契約について、6割が「今思えば断るべきだった」と答えています。「良い購入契約だった」が17.5%、「分からない・考えたことはない」も案外多く、契約について不安・不信にならない人も多いという状況があります。

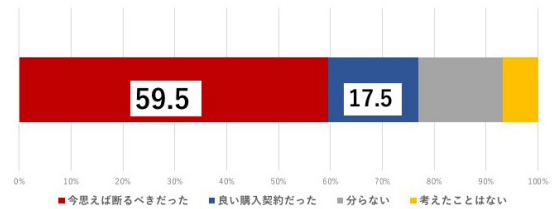
⑧契約後、相談したかどうかについては、相談した人が4割で、相談した結果解除に結びついたのであればよかったと思います。しかし6割は相談しませんでした。現在、大学でも成年年齢引下げに対応し、相談窓口の設置や啓発活動を充実させる講習会の開催など、様々な取組を進めています。

学習指導要領の改訂のポイント

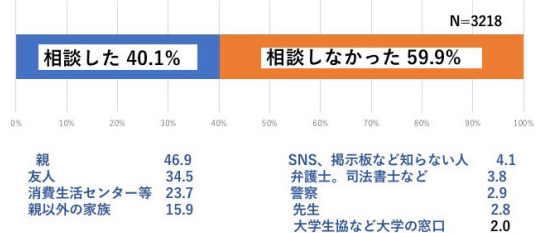
学習指導要領は大きく変わってきました。高等学校も2018年3月に告示され、8月には指導要領の解説も出そろいました。改訂のポイントを消費者教育の視点でみてみましょう。

「消費者」という言葉を小学生のうちに理解させよう

⑦購入・契約についてどう思うか



⑧契約の後、相談したかどうか



というのが新たなポイントの1つです。3年生の社会科では「消費者の多様な願い」、5年生の社会科では「消費者や生産者の立場などから多角的に考えて」「自分の考えをまとめることができるよう」などの表現が今回加われました。5・6年生の家庭科でも「買物の仕組みや消費者の役割が分かり」と、「消費者」が使われています。

私たちの暮らしのベースには消費という営為があるわけですが、消費をする人間としての消費者は社会でどんな働きをしているのかを理解することが求められています。また、内容の取扱いには「売買契約の基礎について触れること」とあります。これまでは中学校の家庭科において二者間契約の基礎を、高等学校の家庭科では三者間契約（クレジット契約）を学びましたが、契約の基礎は高等学校から中学校へ、そして今回は小学校へ降りてきたわけです。これらはすべて成年年齢引下げや未成年者取消権との関係で消費者としての自覚や成人としての自立をいち早く学ばせようと指導要領の中で展開されてきたものと思われます。

中学校の技術家庭（家庭分野）では、「売買契約の仕組み、消費者被害の背景とその対応」として消費者被害がなぜ起こり、欠陥商品がなぜできるのかが理解できることが付加されました。そして自立した消費者として責任ある消費行動を考え、工夫することが求められています。

中学校の社会科（公民分野）では、「消費者の自立

基調講演

の支援なども含めた消費者行政を取り扱うこと」が新たに入りしました。

高等学校の新科目「公共」には「多様な契約及び消費者の権利と責任」が入ります。この「多様な契約」については解説に詳しく書かれており、まさに民法総則にある、これまで大学の授業で扱ってきたものが入っています。従来の公民科では憲法学習が中心でしたが、そこへ私法領域が大きく入ってきた形です。これも成年年齢引下げに関連して未成年者契約の問題や消費者の権利と責任を取り扱うということです。消費者の権利と責任については、地球環境への影響を考えた消費行動について解説されています。また、土地・建物や金銭の貸し借り、雇用など“契約については具体的に教えない”と書かれています。これは今までまったくなかった内容です。

高等学校家庭科では、「消費生活・環境」に「持続可能な」という言葉が付きしました。そして、金融についてはこれまで以上に詳しくなると感じています。高齢社会を見据えた将来設計を意識してのことかと思いますが、「預貯金、民間保険、株式、債券、投資信託等の基本的な金融商品の特徵（メリット・デメリット）、資産形成の視点にも触れる」とあり、これも新しい内容です。さらに解説には、「年金生活へのリスクに備えた経済的準備としての資金計画を具体的な事例を通して考察できるようにする」が加わりました。

従来からの内容をさらに充実させる方向では、「責任ある消費」「持続可能なライフスタイル」、つまり環境に配慮した生活のあり方、そして主体的な社会への参画という内容が盛り込まれました。

また、今回、学習指導要領に初めて「前文」が付きしました。そこには、（学校は）「豊かな人生を切り拓き、持続可能な社会の創り手となることができるようにすることが求められる」と記されています。学校は、子どもたちを持続可能な社会の作り手にしていくべきだという考え方です。こうした前文が入った意義は非常に大きいと感じています。

「契約」を学ぶ意味

繰り返しになりますが、私たちの生活は商品・サービスの購入によって成り立っています。他人が作ったもの



を、どんなふうに作られたかも知らずに購入せざるを得ない社会です。そして売買取引の基礎は「契約」です。お金を払う以上、完全な商品を受け取る権利があるのです。ですから、品質が悪くなかったり、思っていたものと違っていた場合は取り替えてもらう、サービスの場合は延期するなど、相互の関係にあることを考える必要があります。

契約は法的拘束力を持つ約束であり、合意（納得）によって成立します。私たちは契約に拘束されることを知らなくてはなりません。消費者だけでなく事業者も拘束されますから、商品に問題があればしかるべき要求ができます。契約から解放される手段としては、未成年者であれば未成年者取消、クーリング・オフ、消費者契約法による取消しなどがあります。学校では、売買契約をはじめローンや賃貸借契約、クレジットなど様々な内容を取り上げることになるかと思います。

3. 消費者市民としての自覚

消費者被害救済とクレーム

消費者被害が起きたとき、消費者はしかるべきところに相談することによって権利回復の手続がなされ、被害救済される権利があります。また、販売店やメーカーに苦情を伝えるなど正当な権利主張をする習慣をつけていくことが大切です。こうした主体的な行動によって、同じようなケースが広く認識される場合や、事業者も気付かなかった欠陥が発見される場合があります。このよ

基調講演

うな消費者の行動が社会の発展につながっていくことから、必要な発信を消費者側からしていくことが求められます。市場における主体となる消費者と同時に、持続可能な社会の担い手になっていくということ、消費者としての社会的責任があるだろうということです。

消費者市民としての消費者へ

経済的市民、倫理的市民、政治的市民であることで消費者市民としての消費者となります。

倫理的消費（エシカル消費）としては、環境への配慮、人や社会への配慮、地域への配慮があります。市場における受け手としての消費者から、市場・社会・地球への発信力を持った消費者市民を目指す消費者教育がよりいっそう重要となってきます。

国連では2015年に「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択されました。「誰一人取り残さない」という理念が掲げられ、2030年までに各国で達成させるべき17の目標が示されています。環境問題、食料問題、貧困などはすべての国が取り組まなければならない目標であり、12番目に「つくる責任 つかう責任」があります。「つくる責任 つかう責任」への取組は日本でも始まっており、積極的に取り組む自治体も出てきています。



持続可能な開発目標 (SDGs)

自治体のSDGsへの積極的な取り組み

～千葉県木更津市～



©NISHIMURA, Takao (YNU2018)

57

消費者市民としての消費者

社会へ影響力をあたえられる消費者（責任ある消費者へ）

経済的市民：消費、非消費の選択を通じて市場に影響力を与える

倫理的市民：地球環境、人権、社会貢献などを考慮し消費する

政治的市民：企業や役所に自身の意見を投げ社会参加する

倫理的消費（エシカル消費）の取組み

環境への配慮

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

人や社会への配慮

障がい者作業所製造品の購入
生産・流通段階で児童労働、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）、フェアトレード品の購入
寄付付製品の購入
社会的責任投資

地域への配慮

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

市場を通じた社会参画を

私たちは社会的に影響力のある消費、つまり、「市場を通じた社会参画」を心がける必要があります。自らの行動が社会にどのような影響を与えていくのかを考えていく必要があるのです。ものを買うのは契約であり、基本的には企業とも対等な関係なものですから、決して消費者は弱いと思わず、「いいものならば買う」という意思を伝えて、お互いがwin-winの関係になるようにしていかなければなりません。契約における権利と義務というのは、このように大きな意味を持っていることなのだと認識することが大切だと思います。

実践報告

姫路市教育委員会における消費者教育の取組について

姫路市教育委員会 教育総務部 総務課 管理指導主事 北村純一氏

子供（消費者）を取り巻く状況

現在の子供を取り巻く環境は、利便性の向上が追求され、大量生産、大量消費、大量廃棄の経済社会において資源・エネルギーの消費量も増加の一途をたどっています。そして地球温暖化、食品ロスといった問題や、食文化に関する意識の希薄化が危惧されています。

これらのことにより、自らの消費行動が社会に影響を与えることを自覚し、日常における省資源・省エネルギーなど環境に配慮した行動をすることが求められるようになりました。また、食に関しては我が国の大切な食文化が失われることのないよう食文化の継承をすることが重要な課題となっています。

下図は姫路市における20歳未満の商品・役務相談件数です。

姫路市における商品・役務相談件数(20歳未満)									
(単位:件)									
	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度				
1位	デジタルコンテンツ 86	デジタルコンテンツ 72	デジタルコンテンツ 74	デジタルコンテンツ 81	デジタルコンテンツ 84				
2位	自動車 4	塾・家庭教師等 3	携帯電話 4	学習塾 5	インターネット通信サービス 4				

※「平成23年度～平成27年度 姫路市消費生活センター相談概要」により作成

若い世代において、デジタルコンテンツに関する相談件数が圧倒的に多い状態が続いている。

近年は、若い世代においてスマートフォンやインターネットなどのデジタルコンテンツに関する相談件数が他と比べて圧倒的に多い状態が続いています。

「姫路市教育振興基本計画」の策定

このような実態から、本市教育委員会においては、平成27年3月に策定した「姫路市教育振興基本計画」の中に現代的な課題に対応する教育の一つとして「消費者教育の推進」を新たな事業として盛り込み、消費生活に関する知識を習得し、適切な意思決定や消費行



動ができる児童生徒の育成を目指しています。

本日のフェスタのテーマでもある「学び、つながり、高め合う教育を目指して」は姫路市教育振興基本計画のサブタイトルになっています。

姫路市教育委員会が進める消費者教育

本市教育委員会においては消費者教育を推進するため4つの取組を進めています。

- 1) 姫路市学校園消費者教育指針の作成
- 2) 実践推進校による研究推進
- 3) 教職員を対象とした研修講座の実施
- 4) 教員から委嘱した教育研究員による研究

本日は1) 姫路市学校園消費者教育指針（以下、指針）の作成について紹介しながら姫路市の取組をご紹介します。



実践報告

明します。

指針は昨年3月に策定し、すべての市立学校園に配付しました。昨年度から各学校園ではこの指針を参考に消費者教育を進めていただいています。

目標・目指す子供像

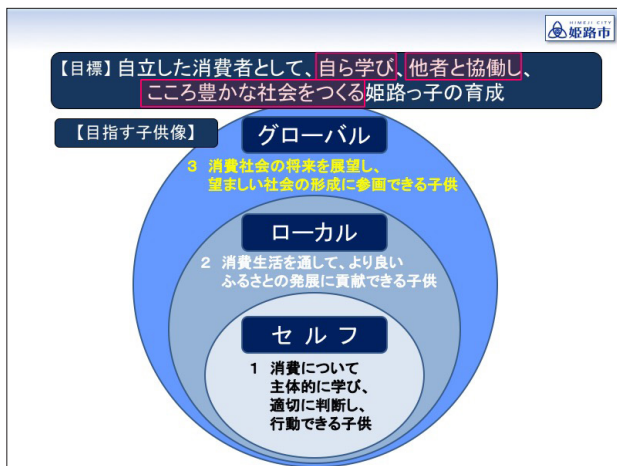
本市では消費者教育の目標および目指す子供像を設定しています。

【目標】自立した消費者として、自ら学び、他者と協働し、こころ豊かな社会をつくる姫路っ子の育成

この目標は「姫路市教育振興基本計画」の本市教育を推進するうえでのコンセプトである「学び、つながり、高め合う」にも対応させています。目標の実現に向けて、次のような視点で子供の育成を目指しています。

【目指す子供像】

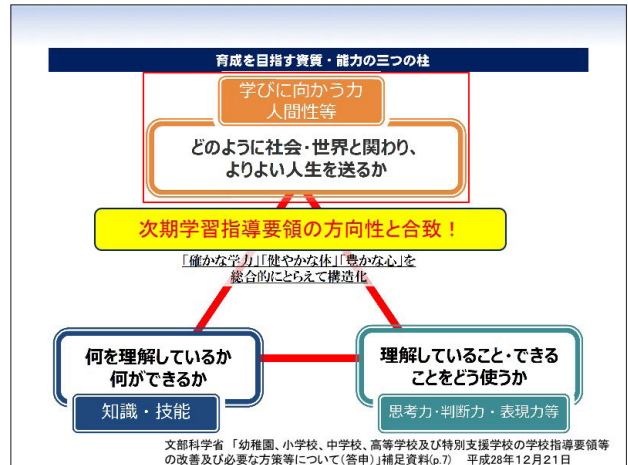
- 1 セルフ：消費について主体的に学び、適切に判断し、行動できる子供
- 2 ローカル：消費生活を通して、より良いふるさとの発展に貢献できる子供
- 3 グローバル：消費社会の将来を展望し、望ましい社会の形成に参画できる子供



1 は自分自身の視点です。2 は地域の視点、3 は地球規模の視点です。

本市学校園における消費者教育では、これらの目標および目指す子供像のもと、被害に遭わない消費者、合理的意思決定ができる自立した消費者にとどまらず、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成を目指しています。

このように、目指す子供の姿を考えていくと、消費者



教育に取り組むことは、新学習指導要領が示す「育成を目指す資質・能力」の1つ「学びに向かう力、人間性等を涵養すること」すなわち「どのように社会・世界と関わり、より良い人生を送るか」につながります。消費者教育は、新学習指導要領の方向性と合致しているといえます。

学校教育における消費者教育の体系図の作成

消費者教育の範囲はとても広く、消費生活のあらゆる領域に関係しています。国が示している「消費者教育の推進に関する基本方針」では、消費者教育の対象領域を4つに分類し、それぞれの領域で「育むべき力」を示しました。それをまとめたものが「消費者教育の体系イメージマップ」です。

本市でもこのイメージマップにならい、4つの重点領域および10個の育むべき力を設定しました。

〈消費者市民社会の構築〉

- ①消費がもつ影響を理解する力
- ②持続可能な消費を実践する力
- ③他者と協働して解決に向け行動する力

〈商品等の安全〉

- ④商品等の安全の理解と危険を回避する力
- ⑤トラブルに対応する力

〈生活の管理と契約〉

- ⑥契約等を理解し、適切な意思決定をする力
- ⑦生活を設計し管理する力

〈情報とメディア〉

- ⑧情報を収集・処理・発信する力
- ⑨情報社会のルールや情報モラルを理解する力
- ⑩消費生活情報に対して批判的に思考する力

実践報告



(1) 学校教育における消費者教育の推進図



自立した消費者として、自ら学び、他者と協働し、こころ豊かな社会をつくる姫路っ子の育成

	特徴	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
領域	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に好奇心をもち、それを取り入れる時間	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての意識の形成が促される時間	行動の範囲が広がり、権利と責任を認識し、トラブル解決方法の理解が促される時間	生活を通じた生活の管理や計画の重要性、社会的責任を認識し、主体的な行動が促される時間	生活を通じた生活の管理や計画の重要性、社会的責任を認識し、主体的な行動が促される時間
育むべき力	責任感や責任感を持つ力	責任感や責任感を持つ力	責任感や責任感を持つ力	責任感や責任感を持つ力	責任感や責任感を持つ力
消費者教育の社会的意義	①消費者が持つ影響力を高める ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ③消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が持つ影響力を高める ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ③消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が持つ影響力を高める ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ③消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が持つ影響力を高める ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ③消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が持つ影響力を高める ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ③消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力
商品等の安全	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力
生活の質の向上	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力
情報とメディア	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	①消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力 ②消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力



※ 商品選択力 「自分の生活をしっかりと管理」

消費者教育の社会的意義 消費者が持つ影響力を高める 消費者の行動が環境や社会に与える影響を認識し、責任ある消費行動を促す



自分の生活をしっかりと管理・管理しよう！

領域	特徴	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期
育むべき力	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に好奇心をもち、それを取り入れる時間	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての意識の形成が促される時間	行動の範囲が広がり、権利と責任を認識し、トラブル解決方法の理解が促される時間	生活を通じた生活の管理や計画の重要性、社会的責任を認識し、主体的な行動が促される時間	生活を通じた生活の管理や計画の重要性、社会的責任を認識し、主体的な行動が促される時間
消費者教育の社会的意義	消費者が持つ影響力を高める	消費者の行動が環境や社会に与える影響を認識し、責任ある消費行動を促す	消費者の行動が環境や社会に与える影響を認識し、責任ある消費行動を促す	消費者の行動が環境や社会に与える影響を認識し、責任ある消費行動を促す	消費者の行動が環境や社会に与える影響を認識し、責任ある消費行動を促す
商品等の安全	消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	商品の安全性や品質の理解を深め、安心して商品を購入する力	商品の安全性や品質の理解を深め、安心して商品を購入する力	商品の安全性や品質の理解を深め、安心して商品を購入する力	商品の安全性や品質の理解を深め、安心して商品を購入する力
生活の質の向上	消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	商品の安全性や品質の理解を深め、安心して商品を購入する力	商品の安全性や品質の理解を深め、安心して商品を購入する力	商品の安全性や品質の理解を深め、安心して商品を購入する力	商品の安全性や品質の理解を深め、安心して商品を購入する力
情報とメディア	消費者が安心して商品を購入し、適切な商品を選択する力	商品の安全性や品質の理解を深め、安心して商品を購入する力	商品の安全性や品質の理解を深め、安心して商品を購入する力	商品の安全性や品質の理解を深め、安心して商品を購入する力	商品の安全性や品質の理解を深め、安心して商品を購入する力

幼稚園の活動、「社会科」「公民科」「生活科」「家庭科」「技術・家庭科」「情報科」「道徳」「総合的な学習の時間」の単元等を取り上げ、体系化

姫路市教育委員会 107-1（107-1）

幼稚園の活動、「社会科」「公民科」「生活科」「家庭科」「技術・家庭科」「情報科」「道徳」「総合的な学習の時間」の単元等を取り上げ、体系化

これらの育むべき力を育成することにより、消費者教育の目標や目指す子供像の達成を目指しています。

また、本市では国のイメージマップを参考に、学校教育における消費者教育の体系図を作成しました。消費者教育の対象領域および育むべき力を縦軸に、発達段階を横軸に配して、それが交わる部分に各領域の各発達段階における消費者教育の学習目標を示しています。

消費者教育はすべての教育活動で進めていますが、指針では特に消費者教育に関わりの深い幼稚園の活動や社会科、生活科、技術・家庭科、情報科、道徳、総合的な学習の時間などの単元等を取り上げ、4領域それぞれについて体系化しています。たとえば、「⑥契約等を理解し、適切な意思決定をする力」を育成するためには、幼稚園の「しっぽとりをしよう」という活動から始まり、小学3年生 社会科、4年生 道徳、中学校 技術・家庭科（家庭分野）、高等学校 公民科において、それぞれの発達段階に記載している消費者教育のめあてに迫る活動を取り入れることで、教科横断的に⑥の力の育

幼稚園 「しっぽとりをしよう」		約束やきまりを守ろう
小学3年生 社会科「店ではたらく人々の仕事」	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう	約束やきまりの大切さを知り、考えよう
小学4年生 道徳「『正直』五十円分」	商品を選択し、適切に購入しよう	約束やきまりの大切さを知り、考えよう
中学校 技術・家庭科（家庭分野）「よりよい消費生活のために」	商品を選択し、適切に購入しよう	約束やきまりの大切さを知り、考えよう
高等学校 公民科「消費者保護と契約」	商品を選択し、適切に購入しよう	約束やきまりの大切さを知り、考えよう
⑥契約等を理解し、適切な意思決定をする力		

成を目指すということです。

このように、教育の目的や目標の実現に必要な内容を教科横断的な視点で組み立てていくことは、新学習指導要領で重要とされているカリキュラム・マネジメントをとらえる1つの側面として示されています。

新しく教科等を設置するのではない

教育委員会が学校の先生方にお伝えしているのは、消費者教育は、教育課程に新しい教科として位置付けるものではないということです。すでに、教科の単元の中に消費者教育の要素を持つものがたくさん「点」として散らばっています。それらをピックアップし、消費者教育の視点がより明確になるように指導計画を再構成したり、使用する教材を工夫したりすることで、意識的に消費者教育の取組を進めています。

先ほどの例のように消費者教育のねらいに迫る活動を取り入れた単元を相互に関連付けるなど、教科横断的、体系的に進めることで消費者教育の視点をより明確にし、効果的に進めていきたいと考えています。

また、消費者教育において重要な批判的思考と意思決定を学習活動に取り入れることで、主体的・対話的で深い学びが実現でき、授業改善につながると考えています。

学習指導案の工夫

ここまでのお話は、1つが「新しい教科ではない」ということ、もう1つは「授業改善につながる」ということです。この2点について現場の先生方に意識していただくために、学習指導案も少し工夫しました。

実践報告

まず、10の育むべき力から1つを設定したうえで、消費者教育の視点を学習の目標とは異なる部分に記入することにしました。そして、消費者教育のポイントとなる部分、授業改善につながる部分に「ここがポイント」マークを入れることにしました。授業で目指すのはあくまでも各教科の目標ですが、そこに消費者教育の視点を入れることで授業改善ができることを意識できるようにしました。この学習指導案を実践推進校に事前に実践していただき、幼稚園から高等学校まで合わせて26の実践例を指針に掲載しています。また、内部ポータルサイトにも掲載し、市内の先生方がいつでも閲覧できるようにしています。今後作成する指導案も随時掲載していく予定です。

初めて先生方に消費者教育の話をしたとき、「また新しい取組を始めるのか」「これ以上現場を忙しくしないでほしい」といった声を聞きました。しかしこれまでお話ししたように、新しい教科ではなく、授業改善につながるものであることを説明し理解していただくことで、現場にも少しずつ浸透するようになってきたのではないかと感じています。

言い換えると、新しい教科を設置するのではなく通常の学習にワンポイントとして消費者教育を取り入れた、これが姫路市の特徴であり消費者教育の取組を持続可能なものにする大きなポイントであると考えています。

姫路市の特徴！

◆学習指導案の工夫

①本時の学習で育むべき力を設定

②「消費者教育の視点」を記述

③「ここがポイント」マークを記す

☆本指針には、幼稚園、小学校、中学校、高等学校あわせて26実践掲載

☆指導案は、内部ポータルサイトにも掲載。
今後作成する指導案も、随時内部ポータルサイトに掲載

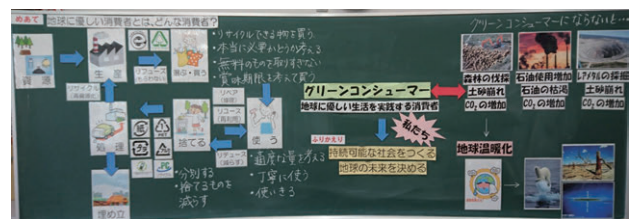
平成29年度の実践から

消費者教育は市立学校園の全144校園で実践していますが、昨年度から各授業における板書を報告していただき、これを実践事例として内部ポータルサイトに掲載しています。何点が紹介させていただきます。

中学1年生 総合的な学習の時間

「環境に配慮した生活」

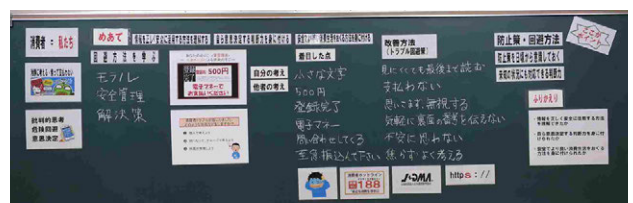
- ・育むべき力：②持続可能な消費を实践する力
- ・消費者教育の視点：製品の表示やマークを調べ、環境に配慮する表示の意味を理解した上で、消費者としてできることは何か考える。



中学2年生 技術・家庭科（技術分野）

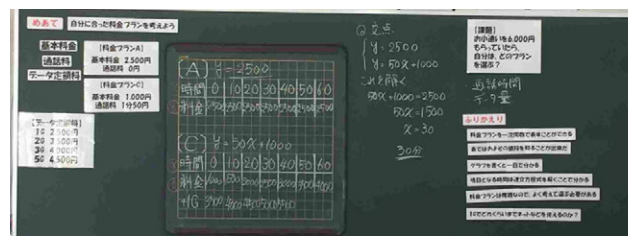
「情報ネットワークと情報セキュリティ」

- ・育むべき力：⑩消費生活情報に対して批判的に思考する力
- ・消費者教育の視点：消費生活情報を批判的に思考する活動を通して、消費問題やそれに伴う危険性を知り、主体的に判断して回避する能力を身に付ける。



中学2年生 数学「一次関数」

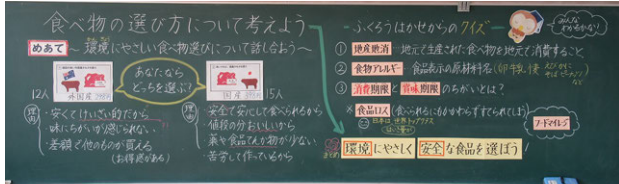
- ・育むべき力：⑥契約等を理解し、適切な意思決定をする力
- ・消費者教育の視点：身近である携帯電話の料金プランを通して、「利用する状況に合った料金プラン」を判断して、選択する能力を身に付ける。



実践報告

小学4年生 社会科「住みよいくらしをつくる」

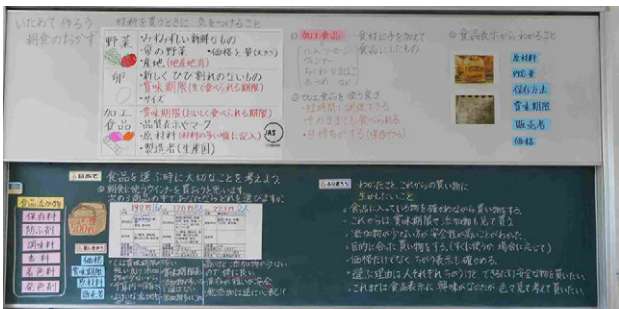
- ・ 育むべき力：①消費がもつ影響を理解する力
- ・ 消費者教育の視点：商品を選ぶ活動を通して、消費者の行動が環境に大きな影響を与えていることに気付く。



小学6年生 家庭科

「いためてつくろう 朝食のおかず」

- ・ 育むべき力：④商品等の安全の理解と危険を回避する力
- ・ 消費者教育の視点：食品の安全性についての理解を深め、より良い食品を選ぶ力を育成する。



小学1年生 道徳「きいろいベンチ」

- ・ 育むべき力：②持続可能な消費を実践する力
- ・ 消費者教育の視点：みんなが使うベンチを汚してしまいましたが、女の子などの様子を見て、みんなが使うものは大切に使わなければならないことに気付く。

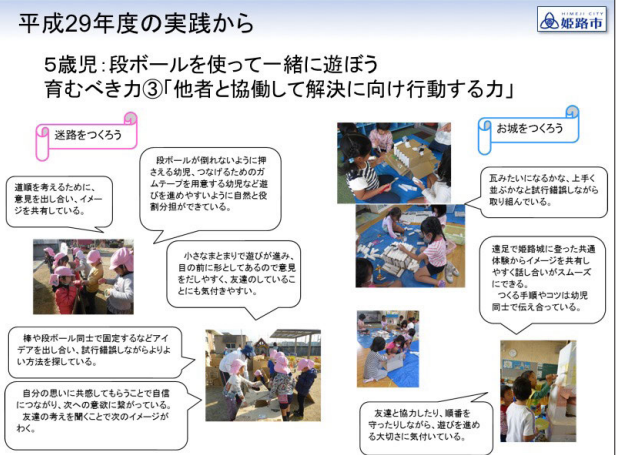


5歳児：お店屋さんごっこを楽しもう

育むべき力①「消費がもつ影響を理解する力」など

5歳児：段ボールを使って一緒に遊ぼう

育むべき力③「他者と協働して解決に向け行動する力」



この他の取組として、次のようなものがあります。

実践推進校による研究推進

- ・ 平成 28 年度から平成 30 年度までの3年間、継続して実践研究を推進
- ・ 実践推進校として豊富幼稚園・豊富小学校・豊富中学校・節磨高等学校

教育研究員活動

- ・ 教員から研究員を募集し、委嘱して消費者教育を研究
- ・ 平成 29 年度から平成 30 年度の2年間

教職員研修講座

姫路市消費生活センターとの連携

- ・ 出前講座の実施
- ・ 教員、児童生徒にパンフレット等を配付

この消費者教育の取組が持続可能なものとなるよう、今後も関係機関と連携しながら全市をあげて推進し、自立した消費者として、自ら学び、他者と協働し、こころ豊かな社会をつくる姫路っ子の育成を目指していきます。

公開授業 小学校第2学年（生活科）

「作ってためして」

姫路市立豊富小学校 藤本とも子氏

(1) 目標

- ・おもちゃまつりを協力して行い、自分のおもちゃの良いところを伝えとともに、みんなで楽しみ、活動を振り返って楽しかったことやそれぞれの工夫点をグループで話し合うことができるようにする。

(2) 消費者教育の視点

- ・互いに協力し楽しくお店を運営する活動を通して、約束やきまりを守ることの大切さに気づく。【⑥契約等を理解し、適切な意思決定をする力】

(3) 展開 (18/20)

主な学習活動	○指導上の留意点 ☆評価	備考
1. 本時の学習のめあてやまつりの約束、役割などを確認する。	○本時の活動の流れを確認し、活動への意欲づけをする。 ○安全に活動できるように、お店を開くにあたっての約束や役割の確認を行う。	前時までの学習ポスター
おもちゃのよさをつたえ、おきゃくさんに楽しんでもらおう。		
2. おもちゃまつりをひらき、活動する。 (1) お店の準備をする。 (2) お店屋さんになって活動する。 ・新聞はっしゃき ・コトコトのほり ・コリントゲーム ・ジャンプロケット ・きょうそうコトコトのほり ・つれるかなつりゲーム ・ロケットはっしゃだい	○お客さんが楽しめるお店作りができているか、最終確認する。 ○まず全体に自分たちのおもちゃのポイントや遊び方を説明し、その後個人的にアドバイスするように助言する。 ☆友達やお客さんと一緒に楽しいおもちゃまつりにしようと進んで活動に取り組んでいる。 〈発言・ふり返りカード〉 ○一人一役の役割を考えているが、友達が困っていたら臨機応変に活動するよう声をかける。 ○お店やさんとして正しくふたのやりとりができているか、遊びのルールが守れているか見て回り、助言したり励ましたりする。	
(3) 場所ごとに簡単に後片付けをする。	○お店やさんとして正しくふたのやりとりができているか、遊びのルールが守れているか見て回り、助言したり励ましたりする。	
3. 本時の活動を振り返り、感想や工夫したほうが良いところを書き、話し合う。 ・○○さんが、大きい声で説明してがんばっていた。 ・ふたがいっぱい集まってうれしい。 ・ペットボトルのふたの数を考えて選んでくれてうれしかった。	○グループで話し合う中で、友達の良さ、みんなと協力する楽しさに気付かせる。 ○お客さんと正しくふたのやりとりができたか、楽しめるルールだったかを考える中で、約束やきまりの大切さを理解させる。 ○集まったペットボトルのふたは、自分たちの働きの対価であることを知らせ、成就感を持たせたい。	ワークシート
4. 学習の見通しを持つ。	○次時は、おもちゃまつりのことをふり返り、カードに書くことを知らせる。	

ここがポイント



公開授業 小学校第5学年（社会科）

「これからの食料生産」

姫路市立豊富小学校 毛利彰太氏

(1) **目標**：日本のこれからの食料生産にとって大切なことは何かを、生産者や消費者、流通に携わる人々などの立場から多角的に考えることができる。(社会的な思考・判断・表現)

(2) **消費者教育の視点**：日本の食料生産の現状と課題を理解し、これから食料を安定的に確保するためにはどのようなことができるのかを考え、課題解決に向けて自分自身の関わり方を判断することができる。【③持続可能な消費を実践する力】

(3) 展開

主な発問と評価	児童の活動と内容	教師の支援と留意点	備考
○日本の食料事情について振り返り、世界の現状を知ろう。	1. 日本の食料事情を確認し、資料やグラフから世界の食料事情を捉え、本時の問いをつくる。 <日本の食料事情> ・食料自給率が低い。 ・たくさんの食料を輸入に頼っている。 ・食料の安全を守る取組をしている。 <世界の食料事情> ・人口は増えるのに、生産量は変わらない。 ・将来、食料が足りなくなる。 ・食料を輸出にまわせなくなる。	・前時までの学習で使用した資料を提示することで、日本の食料生産の現状と問題点を想起させる。 ・人口と耕地面積の移り変わりのグラフを比較させることで、人口増に生産量が追いつかない時代が来ることを捉えさせる。 ・他にも輸入がなくなる原因があることを知らせ、輸入は突然止まることがあるという切実感をもたせる。	学びの足跡 グラフ「世界の人口のうつり変わり」 「世界の耕地面積のうつり変わり」 補足資料（パワーポイント）
食料が輸入されなくなったら、わたしたちの食生活はどうなるのだろう。			
○食料を安定的に確保する方法を考えよう。	2. 食料危機に備えて、食料を確保するための方法を考える。 (1) 国内生産を増やす。 (2) 輸入先を広げる。 (3) 食品ロスを減らす。	・全体で話し合うことで、実現可能ないくつかの方法に意見をまとめる。	資料「国産品だけでつくった食事」
○どのように実現するか、具体的な取り組みを考えよう。	3. 食料を確保するための具体的な取組を考え、予想する。 (1) 地産地消を進める。 (2) 外国と良い関係を築く。 (3) 食品ロスを減らす運動を行う。	・グループごとに1つの方法の視点を与え、どう実現するかについて個人で予想させた後、話し合わせる。 ・予想を紹介し合わせるだけでなく、より具体的な方法はないか問いかけ、話し合いが深まるようにする。	ワークシート
○実際の取組について調べよう。	4. 食料を確保するための実際の取組を調べる。 (1) 産地直売所の取組・姫路市で行われている地産地消 (2) 農業支援などの国際協力 (3) 社会全体での食品ロス削減の取組	(1) 産地直売所の方の思いを知ることで、地産地消の良さに気付かせるとともに、地産地消が国内生産を高める取り組みにつながることを理解させる。 (2) 国際協力や支援が、食料輸入においても外国との良好な関係につながることを理解させる。 (3) 省庁が各団体に呼びかけて進めている食品ロスの対策を知らせ、自分たちにできることはないかを考えるきっかけとする。	資料「産地直売所の取り組み」 新聞記事 本「食料自給率を考える」(文研出版) 資料「食品ロス削減運動啓発資料」等 ワークシート ノート
○日本のこれからの食料生産にとって大切なことを考えよう。	5. 日本のこれからの食料生産について、自分の考えをまとめる。 ・日本全体で地産地消の取り組みを広げていけばいい。 ・同じ輸入先に頼らず、色々な国から安全な食料を輸入できるようにする。 ・食品ロスを減らすために、必要な分だけ買い物をするようにする。	・日本のこれからの食料生産と安定的確保について分かったことをまとめさせる。 ・これまでの学習を振り返らせ、自分にもできることを考えてワークシートに書かせる。	

ここがポイント



☆評価：日本のこれからの食料生産にとって大切なことは何かを考え、表現することができる。
 〈ワークシート・発言〉

公開授業 小学校第6学年（道徳科）

「自分を守る力って?」

姫路市立豊富小学校 久斗友貴美氏

- (1) 本時のねらい：A 節度、節制「自分を守る力」とは、どのようなことなのか様々な場面で考えることを通して、危険から身を守るためにはどのようにすればよいのかを考え、節度ある生活をしようとする道徳的実践意欲と態度を育てる。
- (2) 消費者教育の視点：(イ：商品等の安全 ④商品等の安全の理解と危険を回避する力) 危機管理意識の大切さに気づくとともに、実際に起こり得る問題場面に対して、自分の選択すべき言動を考え、危険を予測し、回避しようとする態度を養う。

(3) 展開

	学習活動	主な発問と予想される児童の反応	指導上の留意点（☆評価）														
導入	1. アンケートの結果から、『自分を守る』ことについて考える。	○これまでに、どのような危険な思いをしたことがありますか。 ・交通事故　・不審者　・個人情報の漏えい　など 危険から「自分を守る」には、どうしたらよいでしょう。	・事前アンケート調査の結果を紹介することで、自分の生活と関連づけて考えられるようにする。 ・「自分を守る」ためにはどうすることが必要なのか、問題意識を高める。														
展開	2. 教材を読み、話し合う。 ・ヒデキの思いや行動について考える。	中学生に囲まれたとき、ヒデキはどう思ったでしょう。 ・しまった。どうしよう。 ・寄り道をせずに、買い物に行けばよかった。 ヒデキの行動や思いの問題点は、どのようなことでしょう。 ・買い物の途中に、友だちに誘われてサッカーをしたこと。 ・お母さんからお金を預かっているのに寄り道をしたこと。 ・中学生に見られていることに気づいたが、大丈夫だと思ったこと。 ヒデキは、どう考えて行動すればよかったでしょう。 ・お金を持っているときは、寄り道をせずに普段より気をつけて行動しなければならない。 ・何かおかしいと思ったら、安易に大丈夫だと思わずに、危険に巻き込まれないか周りに気をつけて行動する。 次の場面では、どこに問題があり、どうしたら問題が起こらなかったでしょう。	・ヒデキの思いを考えることにより、危険に巻き込まれてしまった状況を把握させる。 ・ヒデキの行動や思いについての問題点を明らかにすることにより、表面的な言動ではなく、背景にある危機管理意識の低さにつなげたい。 ・お金を預かっているのに寄り道をしたり、何かあやしいと感じてもそのままにしまったりしたヒデキの言動から、普段から危機管理意識をもっておくことの必要性を感じ取らせる。														
	・4 場面のうち1つを選択し、グループや全体で話し合う。 ここがポイント	<table><thead><tr><th></th><th>問題点</th><th>どうすべきだったか・理由</th></tr></thead><tbody><tr><td>①</td><td>夜遅くまでゲームをしている。/ 真っ暗な道を急いで走っている。</td><td>ゲームは時間を決めてやるべき。/ 友だちの家に遅くまでいるのは迷惑になる。/ 夜道は危ない。</td></tr><tr><td>②</td><td>知らない人に携帯番号を教えた。</td><td>携帯電話を教えることで起こり得る危険を考え、きっぱりと断るべきだった。/ 個人情報は大切に扱わなければならない。</td></tr><tr><td>③</td><td>お母さんに確認せずに、勝手にアイテムを購入した。/ ついついしてしまっていること。</td><td>有料アイテムを買うときは、おうちの人に相談するべき。/ やりたいことに夢中になり、とめられなかった。</td></tr><tr><td>④</td><td>レンジの使い方を確認しなかったこと。/ 加熱中、放っておいたこと。</td><td>取扱説明書を探して、よく読んでから温めればよかった。/ 加熱中は、その場を離れずに食品の様子を見ながら加熱するべきだった。</td></tr></tbody></table>		問題点	どうすべきだったか・理由	①	夜遅くまでゲームをしている。/ 真っ暗な道を急いで走っている。	ゲームは時間を決めてやるべき。/ 友だちの家に遅くまでいるのは迷惑になる。/ 夜道は危ない。	②	知らない人に携帯番号を教えた。	携帯電話を教えることで起こり得る危険を考え、きっぱりと断るべきだった。/ 個人情報は大切に扱わなければならない。	③	お母さんに確認せずに、勝手にアイテムを購入した。/ ついついしてしまっていること。	有料アイテムを買うときは、おうちの人に相談するべき。/ やりたいことに夢中になり、とめられなかった。	④	レンジの使い方を確認しなかったこと。/ 加熱中、放っておいたこと。	取扱説明書を探して、よく読んでから温めればよかった。/ 加熱中は、その場を離れずに食品の様子を見ながら加熱するべきだった。
	問題点	どうすべきだったか・理由															
①	夜遅くまでゲームをしている。/ 真っ暗な道を急いで走っている。	ゲームは時間を決めてやるべき。/ 友だちの家に遅くまでいるのは迷惑になる。/ 夜道は危ない。															
②	知らない人に携帯番号を教えた。	携帯電話を教えることで起こり得る危険を考え、きっぱりと断るべきだった。/ 個人情報は大切に扱わなければならない。															
③	お母さんに確認せずに、勝手にアイテムを購入した。/ ついついしてしまっていること。	有料アイテムを買うときは、おうちの人に相談するべき。/ やりたいことに夢中になり、とめられなかった。															
④	レンジの使い方を確認しなかったこと。/ 加熱中、放っておいたこと。	取扱説明書を探して、よく読んでから温めればよかった。/ 加熱中は、その場を離れずに食品の様子を見ながら加熱するべきだった。															
終末	3. 本時の学習を振り返る。	「自分を守る力」とは、どのようなものでしょう。 ・これくらいなら大丈夫と簡単に考えない。 ・危険を予測し、回避できるようにする。 ・日頃から自分でしっかりと考えて行動する。 ・自分のやりたいことだけを優先するのではなく、見通しをもって考えられるようにする。	・事前アンケートや自分自身の経験をもとに、自分自身の問題として捉えさせ、自ら進んで自分の生活を見直し、よく考え、節度をもって行動する意欲につなげることにより、道徳的価値を深められるようにしたい。 ☆危険から身を守るためにどのようにしたらよいかについての考えを深めることができたか。														

公開授業 中学校第2学年（総合的な学習の時間）

「ネットショッピングの光と闇」

姫路市立豊富中学校 富永和希氏

(1) 目標

- ・インターネットショッピングにおけるトラブルを自分事として捉え、被害の未然防止・トラブルにあった場合の対処法を学ぶ。
- ・買い物は自分自身の意思表示であると同時に、買い物の仕方によって社会や世界に影響を与えることを理解する。

(2) 消費者教育の視点

- ・インターネットショッピングにおいての良い点、悪い点を理解した上で、トラブルに巻き込まれないために消費者としてできることは何かを考える。【ウ：生活の管理と契約 ⑦生活を設計し管理する力】

(3) 展開

学習活動	指導上の留意点 ☆評価	備考
1. 本時の学習を知り、見通しを持つ。	・インターネットショッピングの利用世帯は、年々増加しており、2年前と比べると約10%増加し、現在の利用世帯は約40%になっていることも押さえる。 ・中学生でも簡単に買うことができる（本校は約25%）ことを理解させる。	資料
インターネットショッピングが社会にどのような影響を与えるか考えよう。		
2. インターネットショッピングの良い点は何かを考える。 良い点 ①値段が安い。品数が多い。 ②家まで配達してくれる。 ③いつでも、どこでも簡単に買うことができる。 ④カード決済でのキャッシュレス化。	・班になって様々な意見を考えさせる。 ・様々な意見を、教師が4つのグループにまとめる。 ・個人間の売買ではなく、主に企業を通しての販売に関しての事例で考えさせる。	資料 ワークシート
3. インターネットショッピングの悪い点は何かを考える。 悪い点 ①安い分、保証がない。買いすぎた。 ②再配達の労働問題、商品が届かない。 ③買いすぎた。商品の誤購入。（サイズ、色等）想像していたものと違う。 ④個人情報の流出。架空請求。	・班で1つの良い点を選び、それに対する悪い点を考えさせる。 ・自分自身に関する悪い点だけでなく、商品が手元に届くまでに関わる人たちの悪い点まで考えさせる。	ワークシート
4. 消費者がトラブルに巻き込まれないためにできることは何かを考える。 ・注意事項をよく読む。（返品可能か等） ・本当に必要な物をよく考える。 ・再配達がないように時間指定をする。 ・後払い可能な業者から購入する。 ・トラブルが起こった時には必ず相談する。（消費生活センター、弁護士、保護者） ・あやしい業者からは買わない。（所在地や電話番号の記載、これまでの購入者の評価等） ⇒「何を買うか」だけではなく「どこで買うか」、「どのように買うか」を正しい判断で行動することが安心・安全な企業だけを残していく意思表示になる。（あなたの買い物で世界を変える）	・間違って購入してしまった商品や注文した商品が届かないとき、個人情報が流出したときにはどうするか等の対処法も具体的に考えさせる。 ・トラブルが起こった場合、必ず誰かに相談することが必要であることを押さえる。 ・商品が安く、便利にかえるだけではないことに気づかせる。 ・インターネットショッピングは手軽にできるが、意思決定の仕方によって自分自身だけでなく社会や世界に影響を与えることを理解させる。	ワークシート
5. トラブルに巻き込まれないための行政の工夫を知る。 ・ジャドママーク ・https ・消費者契約法 ・消費者庁のサイト情報	・技術・家庭科での既習内容を思い出しながら考えさせる。 ☆インターネットショッピングについて自分の意見をまとめることができたか。〈発言・ワークシート〉	



公開授業 中学校第2学年（技術・家庭科〈家庭分野〉）

『商品の選択と購入』 クレジットカード

姫路市立豊富中学校 柏木麻里氏

(1) 具体的な目標（評価基準）

- ・多様化している支払い方法に関心を持ち、その利点と問題点について考えようとしている。
- ・クレジットカードの仕組みや利用上の利点と問題点について理解している。

(2) 消費者教育の視点

- ・クレジットカードの申し込みの疑似体験を通して自分のことと捉え、キャッシュレス化が消費者に与える利点と問題点について理解を深める。

(3) 展開

学習活動	指導上の留意点 ☆評価	備考									
1. 現金以外の支払い方法の特徴について話し合い、発表する。	・前時の復習として、プリペイドカード、クレジットカード、デビットカードや電子マネーの特徴を確認させる。	大型ディスプレイ									
2. 持っているカードと持っていないカードの種類をあげる。クレジットカードは、中学生が持てないことを確認する。	・使用方法、目的や年齢によって、使用できるカードが異なることを知らせる。	大型ディスプレイ ワークシート									
クレジットカードの仕組みを通して、目に見えないお金について考えよう。											
3. クレジットカードの申込用紙を見る。個人情報を書く記入する必要があることを知る。 ・氏名 ・生年月日 ・性別 ・住所 ・電話番号 ・家族構成 ・借入状況 など	・申込用紙に、生徒が記入できる項目にカラーペンで丸を付けさせる。 ・カード会社の信用を得る為に、申込用紙に多くの個人情報を記入する必要があることに気づかせる。	申込用紙									
クレジットカードの仕組みについて知り、現金と比較し、どのような利点と問題点があるかを考える。	・クレジットカードには、後払い機能とキャッシング機能があることを伝える。 ・三者間契約の仕組みの図を見せ、二者間契約である現金支払いと比較しながら利点と問題点を考えさせる。	ワークシート									
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th><th>利点</th><th>問題点</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>現金</td><td>・どこでも利用できる。 ・現金がある範囲内でしか買い物ができないため、使いすぎることはない。</td><td>・手元に現金がないと買えない。 ・現金を持ち運ぶ必要がある。</td></tr> <tr> <td>クレジットカード</td><td>・手元にお金がなくても購入できる。 ・多額のお金を持ち歩かなくてよい。</td><td>・目に見えないので使いすぎる。 ・紛失すると悪用される可能性がある。</td></tr> </tbody> </table>			利点	問題点	現金	・どこでも利用できる。 ・現金がある範囲内でしか買い物ができないため、使いすぎることはない。	・手元に現金がないと買えない。 ・現金を持ち運ぶ必要がある。	クレジットカード	・手元にお金がなくても購入できる。 ・多額のお金を持ち歩かなくてよい。	・目に見えないので使いすぎる。 ・紛失すると悪用される可能性がある。	
	利点	問題点									
現金	・どこでも利用できる。 ・現金がある範囲内でしか買い物ができないため、使いすぎることはない。	・手元に現金がないと買えない。 ・現金を持ち運ぶ必要がある。									
クレジットカード	・手元にお金がなくても購入できる。 ・多額のお金を持ち歩かなくてよい。	・目に見えないので使いすぎる。 ・紛失すると悪用される可能性がある。									
個人で考えた後、班で意見交換をする。 班でまとめた意見を全体で発表し、理解を深める。	・カードを提示するだけで、お店に代金を支払わずに商品を購入することができるが、クレジット会社に借入をしていることに気付かせる。	資料									
安易にカードを使用すると、借入れ金額が増えたり、多重債務になることを知る。	・個人で考えた意見を班や全体で交流することで、共通理解を深めさせる。 ・2022年から成年年齢が引き下げられ、18歳から親の同意なくクレジットカードを持てることを伝える。資料を提示し多重債務に陥らないように金銭の管理をするように伝える。										
	☆クレジットカードの利用を通して、目に見えないお金の利用上の利点と問題点が理解できたか。 〈ワークシート・発表〉										
4. 本時の学習を振り返り、現金払い以外の支払い方法の適切な利用の仕方をまとめる。	・クレジットカードや電子マネーなどの支払い方法の注意点を確認し、今後の生活で実践することが大切であることを助言する。										

ここがポイント

市立高校合同公開授業

ポスターセッション

姫路市立姫路高等学校

姫路市立琴丘高等学校

姫路市立飾磨高等学校

グループ名	発表テーマ
姫路市立姫路高等学校 A (2年)	みんなにとって使いやすいものとは
姫路市立姫路高等学校 B (2年)	メディアと私達の感情との関わり
姫路市立姫路高等学校 C (2年)	Fair Trade
姫路市立琴丘高等学校 A (1年)	Sustainable and Self-sufficient "Omotenashi" Food Recipes
姫路市立琴丘高等学校 B (1年)	SHOPPING FOR A BETTER WORLD
姫路市立琴丘高等学校 C (2年)	Sustainable consumption patterns and life style ①～Food Loss
姫路市立琴丘高等学校 D (2年)	Sustainable consumption patterns and life style ②～Fair-Trade Mark
姫路市立琴丘高等学校 E (2年)	Sustainable consumption patterns and life style ③～Sustainable Goods
姫路市立琴丘高等学校 F (2年)	Sustainable consumption patterns and life style ④～Environmental Problems
姫路市立飾磨高等学校 A (2年)	みんなのための居場所づくり
姫路市立飾磨高等学校 B (2年)	福祉と防災の連携



実践報告

市立幼稚園実践報告

姫路市立幼稚園保育内容（消費者教育）班



パネルディスカッション

学校園における消費者教育の効果的な取組

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

吉井美奈子氏（武庫川女子大学 専任講師）

黒田郁子氏（姫路市立豊富幼稚園 園長）

宗和博樹氏（姫路市立別所小学校 教諭）

西本裕子氏（姫路市立神南中学校 教諭）

岩尾和宏氏（姫路市立飾磨高等学校 教諭）



幼稚園の取組

消費者教育 はじめの一步

姫路市立豊富幼稚園 園長 黒田郁子氏

幼稚園における消費者教育の取組

みなさんは「幼稚園教育と消費者教育」にどんな結びつきがあるのかと思われることでしょう。幼稚園教育における消費者教育の実践例を発表されている園は全国でも非常に少なく、私たちは、まさに手探り状態のなか「はじめの一步」の取組を進めてきました。

幼稚園教育は環境を通して行うものであり、まずは私たち教職員も学ぶ環境作りとして豊富の小中学校との連携を進めるとともに、姫路市内の他園と合同で消費者教育研修班を組織し、計画的に取り組んできました。

研修方法としては、武庫川女子大学 吉井美奈子先生を招いて講話を聞き、消費者教育指針の中の体系図や保育指導案、実践記録を作成しました。さらに豊富幼稚園においてその指導案に基づいた保育を実践し、事後研修を行いました。研修班の各園においても消費者教育の視点に基づいた保育を実践し、報告、検討を行いました。

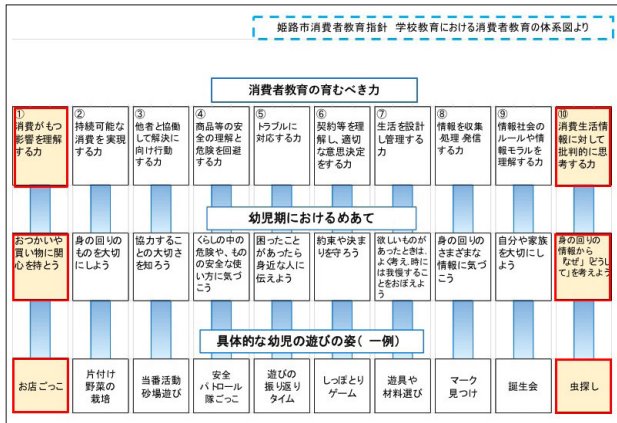
このように研究保育とカンファレンスを繰り返し、幼稚園教育における消費者教育を研究していきました。平成28年度・29年度の研修内容は、「姫路市立幼稚園研究集録」に記載されています。



幼児期に育むべき力と具体的な遊びの例

次頁の図は、消費者教育指針の中の体系図の幼児期の部分を取り上げ、縦書きにしたものです。この体系図の中の10の力を育むために、幼児期におけるめあてを達成できる具体的な遊びを考えてみました。例えば、一番左の育むべき力「消費がもつ影響力を理解する力」は「おつかいや買い物に関心をもとう」というめあてになります。遊びの一例としてはお店ごっこや、実際にお金を使って野菜の苗などを買いに行く買い物体験などが挙げられます。育むべき力の力もすべて様々な遊びや活動につな

パネルディスカッション



がっていることが分かります。幼児は様々な体験を通して、身の回りの物事に関心をもち、いろいろな力を身に付けていきます。教師は普通の保育の中で、タイミングをとらえて、消費者教育の視点をもって丁寧にしかかわることが、幼・小・中とつながる消費者意識の芽生えに必要な援助と捉え、実践を重ねてきました。

姫路市立豊富幼稚園の取組

次に本園での実践についてお話します。平成28年度から豊富中学校・豊富小学校・豊富幼稚園の隣接する3つの学校園が、姫路市教育委員会から消費者教育実践研究助成校の指定を受け、“自ら考え、自ら行動する、自立した消費者の育成”を共通テーマとし、3年計画で取り組んできました。

本園では“発達段階に合ったふさわしい体験を通して様々な環境(ひと・こと・もの)に自分からかかわり、幼児期に必要な力を身に付ける”ということを研究課題としました。連携を大切にしながら取り組むことで、地に足のついた、生きた消費者教育が実践されていると感じます。

1年次は、まず全教員が消費者教育についての共通理解を図ることを大きなテーマとし、横浜国立大学の西村隆男教授から講義を受け、小中学校と研究授業・研究保育を相互参観し事後研修も行いました。

2年次は、1年次の課題を踏まえ、多方向から消費者教育をとらえ、保育のねらいを大切にもちながら、消費者教育の視点を意識し実践しました。1つの遊びの中に消費者教育の要素がたくさん含まれていますが、視点を絞ることで学びがより深まることが分かりました。

本年度は、まとめの年度として保育のねらいと消費



黒田郁子氏

者教育の視点を大切に意識しながら丁寧に保育を進め、保育の検証を行っています。

本園の実践例

本園で行った保育の実践例を2つお話します。1つ目は、1年次10月下旬に5歳児がお店ごっこを楽しんだ事例です。この活動のねらいは、友達と相談したり協力したりして遊びを進める楽しさを味わうことです。グループでたこ焼き屋や寿司屋など、どんなお店をつくるか話し合い、商品や看板など必要なものを考えながら準備を進めていきました。そして4歳児や保護者、地域の未就園児をお客さんとして招くと、5歳児は生き生きとした表情で活動を楽しむ姿を見せました。この後、4歳児も教師とともにお店をオープンし、園全体でのお店ごっこへと遊びが発展しました。

この活動は、お店ごっこに必要な物の準備や売り買いを通して、買い物に関心をもちという消費者教育の目当てにつながっています。その他にも、遊びの中での約束やルールの大切さに気付くことや、言葉で思いを伝え合うことなど、総合的に様々な力を育んでいます。



パネルディスカッション



次に5歳児の今年7月の実践です。園庭で見つけた虫の名前がわからず、5月ごろから「モグラムシ」と名付けて親しんでいた5歳児。その話を小学校に伝えると、図書室体験という幼小連携につながり、小学校の図書室を利用させていただきました。身近な虫に思いをよせ、調べたり考えたりして、やっと虫の名前が判明した時はどの子も安心したような笑顔を見せました。幼児の興味に教師が丁寧に向き合い、様々な体験の場を

準備したことで、幼児の探究心が深まり、満足感を味わうことができました。

この実践は、お店ごっこの実践事例と比べると、一見、消費者教育との接点は薄いように感じられるかもしれませんが、しかし、消費者教育において育むべき力の“⑩身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう」というめあてを教師が意識して行った活動です。物事を多方面から見るという幼児の意識につながり、消費者教育の基礎の部分が育っていることが分かります。

研究当初、消費者教育とはお店ごっこや物の売り買いというイメージが大きかった私たちですが、日常の保育の中で消費者教育の視点を教師が意識することで幼児期にふさわしい発達の姿につながることを3年間の実践研究を通して学ぶことができました。

まだまだはじめの一步の取組の真っ最中ですが、今後も家庭・地域との連携を大切にしながら、一人ひとりに丁寧に関わり、幼稚園で育まれた力を小・中学校へとつなげ、“自ら考え、自ら行動する自立した消費者”を目指して取組を進めていきたいと思います。

小学校の取組

消費者教育の取組

姫路市立別所小学校 教諭 宗和博樹氏

児童の実態

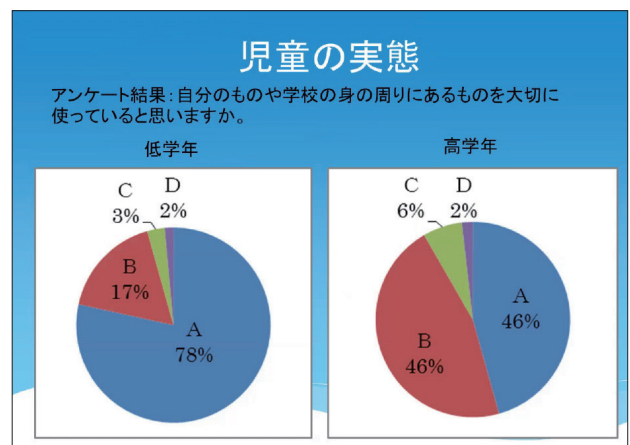
本校では、昨年度から家庭科を中心に研究を進めています。まず初めに本校児童の家庭科における実態を把握するためアンケートを実施しました。その結果を分析していくと、本校の児童の実態を鑑みた消費者教育が必要であるという結論に達し、現在、家庭科と消費者教育の両輪で研究を進めています。

アンケート結果の一部を紹介します。

**Q. 自分のものや学校のものを大切に使うと
思いますか。**

これは児童が自分で「そう思う」と答えたもので、それを鵜呑みにはできませんが、高学年になるにつれて肯定的な意見が減っているような結果となっています。高学年になると自分のことを客観的に分析する力も付いてきますので、この結果すなわち高学年はも

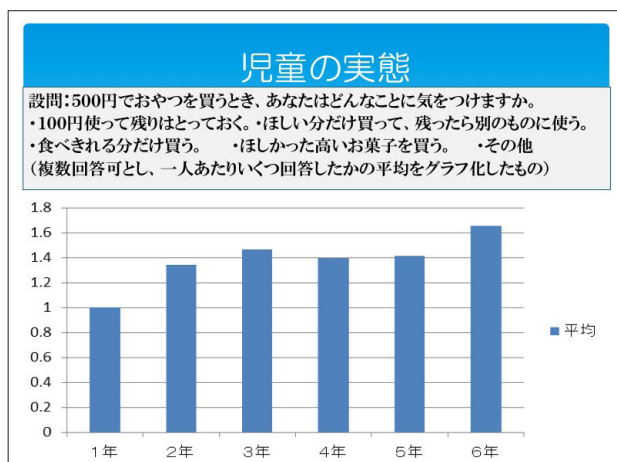
のを大切にできていないということではないと思いますが、客観的にみても「自分は環境に配慮してものを大切に使っている」と思えるように育てほしいと私たちは思っています。



パネルディスカッション

Q. 500 円でおやつを買うとき、あなたはどんなことに気をつけますか。

これは、どの選択肢がいいというわけではなく、買い物をするときにいろいろなことを考えて買い物ができているかを問うものです。そのため複数回答可とし、1人あたりいくつ回答したかの平均をグラフ化したものです。いくつ回答してもいいのですが、6年生でも2つ弱と、あまり多く回答した児童はみられなかったようです。



この他にも、「自分でお金を持って買いに行く経験がありますか」、「おこづかいを管理していますか」などの問いもありましたが、肯定的な結果が多いとは思えませんでした。

このような結果から、本校の子供たちは自分でお金をもって買い物をするという経験が少ないのではないかとこの考えに至り、次のような力を育む必要があるということになりました。

- ・生活を設計し管理する能力（計画的に買い物をする→経験上・家庭の方針等）
- ・消費生活情報に対する批判的思考力
- ・消費に関する情報の収集、処理、発信能力

計画的に買い物をする経験が乏しいことで、消費生活情報に対する批判的思考力を働かせる経験も少ないだろう、また、消費に関する情報をどのように集め、使うかという経験も必然的に少なくなってくるだろうということです。このような経験が薄い状態のまま子供たちを社会に送り出していいはずがありません。私たちは消費者教育の必要性を強く感じています。



宗和博樹氏

そこで本校では、重点的に研究する単元を学年ごとに設定しました。その中から6年生の総合的な学習の時間「広告を調べよう」について紹介します。

実践例：第6学年「広告を調べよう」

目標：広告で用いられているテクニックやイメージに気づき、情報を冷静に判断することの大切さを知る

消費者教育の目標：情報とメディア（消費生活情報に対する批判的思考力）消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知る

まず子供たちは、シャンプーや飲み物など日常で使っているものの広告をグループで見えて、どんなイメージを持ったかについて話し合います。すると、有名人が使われている、わくわくするようなキャッチコピーが使われているなどの意見が挙がりました。そこから、その広告に使われているテクニックについて全体で話し合い、まとめていきます。広告から連想するイメージを見つけ、全体で共有します。このような学習活動を通して冷静に判断して商品を選ぶような批判的思考力を付けていきたいと考えています。

批判的思考力というものはずぐに身に付くものではありません。大事なことは、それぞれ授業をする教師がその重要性をしっかりと意識し、クラスの実態を考慮したうえでクラスに合わせた実践を積み重ねていくことです。それが自立した消費者としての資質を養っていくことにつながっていくのだと考えています。

パネルディスカッション

中学校の取組 技術・家庭科（家庭分野）の授業実践を通して

責任ある消費行動がとれる生徒の育成

～自ら考え、行動できる消費者をめざして～

姫路市立神南中学校 教諭 西本裕子氏

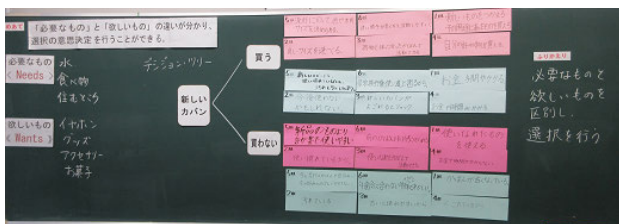
私たちは、「責任ある消費行動がとれる生徒の育成～自ら考え、行動できる消費者をめざして～」をテーマに研究を進めています。様々な実践の中から、次の3つの実践について発表します。

- ・「商品の選択と購入」「商品購入のプロセス」
- ・「場面に応じた商品の選択」「購入方法と支払い方法」
- ・「生活情報の活用」「情報を読み取る力～SNSを通して～」

商品の選択と購入 “商品購入のプロセス”

現在、私たちはあふれる物資やサービスの中から何かを選ぶことができる生活を送っています。言い換えると、常に何かを選ばなくてはならない生活をしているとも言えます。そのため、より良い商品の選択と購入ができるよう、必要なものと欲しいものの違いが分かり、商品購入のプロセスを体感できるような授業を行いました。

授業では、修学旅行に持っていくカバンを購入するかどうかの意思決定シミュレーションを「デシジョン・ツリー」というツールを使って行いました。デシジョン・ツリーは「意思決定の樹」とも呼ばれています。今回は、新しいカバンを買うのか買わないのか、その理由や、選ぶことによって得られるメリット・デメリットを考えていくことで、最終的な意思決定に至る過程を体感していきました。なお、生徒個人の家庭環境の違いに配慮し、架空の人物の立場として考えさせています。



薄いピンクの部分が「買ったときのメリット」、薄い水色は「買ったときのデメリット」、濃いピンクは「買わなかったときのメリット」、濃い水色は「買わなかったときのデ

メリット」です。

生徒は、初めは個人で考え、その後班で意見交換し、さらにクラス全体での意見交換を行いました。そのことで、考え方に幅を持たせ、意思決定には慎重さを要することを実感していました。

デシジョン・ツリーを作成することで、商品の選択と購入の際の自分の気持ちや起こり得ることを冷静に考え、さらに視覚化し意見交換することで、普段考えることの少なかった商品購入のプロセスを考える機会になりました。

授業後の生徒の感想には「買わないメリットというのを今まで考えたことがなかったので大切だと思った」、「自分が欲しいものと必要なものの区別をして購入することが大切だと思った」などがありました。

場面に応じた商品の選択
“購入方法と支払い方法”

商品購入についてしっかり考え、購入するとなったとき、次はどの購入方法や支払い方法を選ぶかというステップに進みます。2つ目の授業実践は、場面に応じた商品の選択をするために、購入方法と支払い方法の特徴を知って最適な意思決定ができるようになることを目指して行いました。

この授業では中学生にとって身近な商品として自転車、Tシャツ、スポーツ飲料を題材に、班ごとに指定された商品を購入する場合の購入方法および支払い方法を選び、その理由もワークシートに書かせました。その際、選択しなかった方法についても理解を深めるために、なぜ選ばなかったのかという理由を書かせました。

この授業の前段階に、各種購入方法と支払い方法について、長所・短所もふまえて学習しています。

購入方法・支払い方法としては図のようなものがあることを前提に、購入方法については比較しやすいようそれぞれの商品につき3～4種類に絞り提示しました。

パネルディスカッション

生徒は学習した内容とこれまでの実体験を合わせて考え、その後意見交換をしました。発表時は、ワークシートをタブレット端末で写真に撮り、大型ディスプレイに表示しました。他の班の意見を聞き、再度考える時間を設けたことで、より良い意思決定のできる基礎をつくることができたと考えています。

生徒の感想としては「自転車は店員さんのアドバイスを聞き、試乗してから購入できるのでインターネットよりも専門店で買いたいと思った」「スポーツ飲料は、すぐ飲みたいときは自動販売機で買ってしまおうけれど、値段が高いので計画的に購入したいと思った」などがありました。

もちろん、これから中学生たちが成長し大人になっていく過程で選択の結果は状況によって変わっていくと思います。その時々には最適な責任ある消費行動を自らとれるようになってほしいと願います。



生活情報の活用

“情報を読み取る力～ SNS を通して～”

私たちは様々な選択の場面で何かしら情報を利用しています。それらの生活情報を正しく活用するためには情報をしっかり読み取る力が必要です。情報源としては、近年インターネットからのものが大変多くなり、SNSに関連する消費生活相談も増加しています。SNSは今や中学生にとっても身近な存在です。情報源としての影響力が増していることや、消費者被害のきっかけになっていることが問題視されています。SNSを含むインターネット広告は商品購入を喚起しやすい傾向にあることや、SNSでの知人からマルチ商法に勧誘されたなど、



西本裕子氏

消費者相談も報告されています。もちろん正しい情報もありますので便利な側面もありますが、情報が正しいとは限らないことを知ったうえで消費生活を送ってほしいと思います。

そこで、新学習指導要領にも記されている「消費者被害の背景とその対応について理解し、物資・サービスの選択に必要な情報の収集・整理が適切にできるようになる」ことを目指して、SNS 疑似体験ゲームを通して考える授業を行いました。

この授業で使った「出会い体験ゲーム」（武庫川女子大学 吉井美奈子専任講師考案）を紹介します。

架空の SNS サイト、「中学生しか登録できない友達をつくる疑似体験サイト」という設定で、班をつくり、役割を書いたカードを見て自分の役割を確認します。役割カードには学年、性別、趣味などの設定が細かく書かれています。その中には、中学生ではない、例えば 40 代男性といった設定も含まれます。ここではそれを「犯人」と呼んでいます。

次に、お互いに自己紹介を紙に書いて見せることを数回行い、多くの人に気に入ってもらえるようにしつつ同時に犯人も探します。ゲームの最後には「会ってみたいと思う人」と「犯人」を理由を含め挙げさせ、結果を発表します。実は、役割カードの情報は、そのまま伝えても良いし嘘を言っても良いという設定になっており、情報を発信する側は出す情報を選択し嘘すらつけてしまうことを体験します。生徒の感想にも「情報は本当のことばかりではない。だまされる」、「途中から悪乗りして嘘をついてしまった」などがあり、被害者にも加害者にもなり得る怖さを感じたようでした。

この学習を通して、自分たちの周りにある情報は決し

パネルディスカッション

て本当のことばかりではないということ、その結果、場合によっては消費者被害のきっかけになり得ることを実感しました。責任ある消費行動がとれる人になるために情報を適切に読み取る力を付けてくれることを心から望みます。

学校や様々な場所で得る知識は大切なものです。悪質商法にしても、知っているということで警戒する気持ちをもつことができますし、万が一被害に遭ったとして

も最善の策をとることにつながります。しかし大切なのは、知識を知識だけにとどまらず実際の生活に反映させていくことだと考えます。そのため学校の学習では実生活をイメージしやすい体験的な授業を通して自分のこととして考えられるようにしていきたいと思っています。学校で得た知識、深めた内容を実際の生活に反映させてくれることを願いながら今後も授業実践を進めていきたいと考えています。

高等学校の取組

「私の福祉マインド」～私はこの仕事（分野）で、このように働きたい～

姫路市立飾磨高等学校 教諭 岩尾和宏氏

取組の目標

本校では、特色である健康福祉コースにおいて福祉探求ゼミという時間を設定し、消費者教育あるいは金融教育に関連した内容を取り扱っています。生徒それぞれが興味のある分野、あるいは進もうとしている分野に着目し、現状を調べるとともに、問題点や課題を発見し解決策を考えていくという内容で展開しています。

また、その解決策の現実化を考えたときにお金の流れがどのようにかわってくるかを調べながら、それぞれが自分のテーマを探求しています。

ゼミの目標は、コースの特色である「健康」「福祉」を軸にすえ、主体的に学び、自分の魅力を生かして社会に貢献する気概と知識を身に付けさせることです。今回は、「健康」「福祉」という入り口から誰かのための「出口」を軸に、生徒たちが様々な分野で探求し発表することを目標としています。

活動のポイント

- (1) 自分の進む分野のより具体的な知識を身に付け、進路実現への志を高める。
- (2) 課題を発見し、根拠に基づき考える力、自分の意見を健全に伝える力を身に付ける。
- (3) 興味のある分野をビジネスと関連させ、実現・継続のための「お金」の役割を知る。

以上の3点をポイントに、姫路市消費者教育の目標



岩尾和宏氏

である「自立した消費者として、自ら学び、他者と協働し、こころ豊かな社会をつくる姫路っ子の育成」をベースとして活動しています。

年間計画

4月に研究テーマと構造計画を考えるとところから始まり、6月に中間発表、7月に経過報告あるいは個人的な面談をし、10月にポスターの作り方を経て11月に本日のフェスタでのポスターセッション（仕上げ80%を目標に作成しています）、そして12月には金融教育と関連させての公開授業を実施、最終的には2月のポスターセッションで100%の完成と、3月の論文提出を目標に計画的に進めています。

5月・6月に行った「プロに聞く」では、美容、介護、音楽、保育などそれぞれの分野の専門家に直接お話を聞き、現状の様子や抱えている課題などを情報収集し

パネルディスカッション

年間計画と詳細	
4月	研究テーマ提出・構想計画作成
5月	活動開始 プロに聞く①
6月	中間発表①
7月	経過報告面談、修正
9月	プロに聞く②
10月	中間発表② ポスターの作り方、論文の書き方
11月	プレ・ポスターセッション 消費者教育フェスタにて発表（仕上げ80%目標）
12月	プレ・ポスターセッション 金融教育と関連させての講演会
2月	ポスターセッション「提案型発表」（仕上げ100%）
3月	論文提出

たうでで解決策を考え、1回目の中間発表で発表しました。生徒全員がしっかりとメモを取り、真剣な顔つきで話を聞いていました。また、講義が終わった後でもさらに追求した内容を聞こうと積極的に取り組んでいる姿がみられました。

9月・10月の「プロに聞く」では、中間発表の現実化あるいはビジネスを考えたときのプランや収入源、資金、運営費などお金の流れを考えていくために専門家に詳しく聞きました。そのまとめを、2回目の中間発表として80%の完成を目指し発表しました。2回目の「プロに聞く」では、生徒たちは初めて金融に触れることもあり、なかなかの射た質問はできませんでしたが、一生懸命に取り組む姿がみられました。4月当初は右も左も分からない状態だったのが、2回目の発表では自分の目指す形がイメージでき始めていることが分かりました。



そして11月、このフェスタのポスターセッションで2名の発表が行われました。3校それぞれ特色のある発表で、聞く側も真剣に様々な質問が飛び交う良い時間だったと感じています。

12月には金融教育公開授業として全員がポスターセッションでテーマや調査結果、課題、提案を90%の完成を目途に発表します。ここではそれぞれの課題解決のためのアイデアや方法として、新しい仕組みを立ち上げるのか、今ある仕組みに新しいものを追加するのか、また、ターゲットは何か、さらに期待できる効果などについてまとめていきます。

また、有限会社加賀谷感動ストアマネージメント代表取締役 加賀谷克美氏の講演も予定しています。

その後2月には100%の仕上がりのポスターセッション、3月に論文の作成・提出により、この計画を完成していきたいと考えています。

まとめ

それぞれの分野における現状や課題、問題点を調べ、解決を考え実行していくプロセスの中で、お金のどのように動いているのかを知ることにより、お金はその人の価値判断の指標であり、その信頼に応えるべく仕事をする事の大切さを理解できるとらえています。また、社会科、家庭科の授業の中で地産地消やフェアトレード、児童労働など消費者教育に触れている時間もあり、さらに健康福祉コースでは障がい者やホームレスの方の作品購入という消費行動がその人たちの自立を支援することにつながるという内容も取り扱っています。

今回の「私の福祉マインド」における活動は、サービスを提供する側、つまり生産者の側から消費を考えることができました。提供する側を少しでも考えることで消費者としてその背景を考えて消費選択をするきっかけになり、エシカル消費を考えることができるのではないかと思います。この取組が誰かの笑顔のための「出口」へとつながることを生徒たち自身が感じていけるようになればと考えています。

パネルディスカッション

姫路市学校園における消費者教育の効果的な取組

～助言者として～

武庫川女子大学 専任講師 吉井美奈子氏

姫路市の目指す子供像

私は姫路市学校園の消費者教育の目標、指針づくりから参加させていただいたご縁もありますので、先生方とお話した内容を中心に紹介させていただきます。

指針づくりでは、姫路市教育振興基本計画「ふるさと姫路の未来をひらく人づくりー学び、つながり、高め合う教育を目指してー」をベースに検討を重ねられました。そこで本日基調講演をされた西村先生が「姫路っ子っていいですね!」とおっしゃったことが印象的でした。消費者教育は、どんな世界でも生き抜いていける力を付けるために行うものです。近年はインターネットによる購入も当然のように行われており、世界中のあらゆる場所で使える力を育むことが消費者教育では必要になるかと思っています。そこで、姫路で育った「姫路っ子」がキーワードになると考えています。消費者教育を通して、姫路を愛せる心豊かな社会をつくる姫路っ子を育成することで、故郷を大事にする、ひいては日本、地球、そして他者の故郷をも大切にできる人材に育つのではないかと考えています。

姫路市の「学校教育における消費者教育の体系図」でも「自立した消費者として、自ら学び、他者と協働し、こころ豊かな社会をつくる姫路っ子の育成」と明記されています。この体系図は現場の先生方のバイブルのような存在で、何かあるとこのページを開いて授業内容を検討されていたことが印象的でした。

学校教育における消費者教育の意義

では、なぜ消費者教育を学校でやらなければならないのでしょうか。忙しい先生方に「なぜ学校で?」と疑問に思われることもありますので、研修の場などでは特に詳しくご説明するようにしています。

家庭科も「家庭でやればいいのか」と言われる教科です。買い物の仕方など、保護者がやればいいのかという声を聞きます。しかし、実際に家庭で学



吉井美奈子氏

んだ場合を考えてみてください。様々な家庭があるなかで、消費者市民として身に付けるべき消費生活能力を体系的に学ぶことができるのでしょうか? 保護者の考え方や価値観が様々であることは現場の先生方もよくご存じだと思いますが、その考え方や価値観がそのまま子供たちに降りていくことになります。生活環境によっては学べない子供もいると思います。

学校は消費者市民として身につけるべき消費生活能力を体系的に学ぶ場であること、ここに学校で行う意義があるのだと思います。そして、すべての生徒が平等に消費者教育を受ける機会を提供する場が学校だと思います。また、消費者教育を通して身につけた意思決定スキルや批判的活動、メディアリテラシー等は、様々な生活場面で活用できます。さらに、いろいろな方々との連携を図ることは幅広い専門的な知識を取り入れ、教員だけの知識や意見に頼らずそれぞれの専門性を生かした学校教育の展開が可能になります。学校教育で行う意義をぜひ感じていただき、実践していただければと思います。

さらなる広がりを目指して

学校教育における消費者教育をさらに広げていくために、これまで先生方から受けた質問をご紹介します。説明したいと思います。

「消費者教育は答えがなくて悩みます」：ご自分の授業

パネルディスカッション

について「これが消費者教育なのでしょうか」と授業後に聞かれることがありました。消費者教育はAかBのどちらを買えば正解、ではなく、本当に「答え」のないものです。熱心な先生であればあるほど答えを求められると感じてきましたので、それが消費者教育の難しさなのかなと思いました。消費者教育で大切なのは、「なぜそれを買うか」、その商品を選んだ理由だと思っています。「なぜ」の部分を考えることを授業にすることで消費者教育をより深めることができると考えています。

「あれも大事、これも大事とどんどん広がって、ポイントが複数あってどこに焦点を絞るか悩む」：消費者教育というのは「単発型」や「やりきり型」ではなく、いろいろな先生がいろいろな教科でやるのが大切なのではないかと思っています。繰り返し生徒たちに話しかけることで、おさえるべきポイントがじんわりと伝わっていくと思います。

「授業で配慮することが多い」：家庭科の先生は常に考えておられることですが、いろいろな家庭環境があるなかで、たとえば「エシカルな商品を買うことは素晴らしい」と教えてしまうと、それを買うことが難しい家庭環境の子が「エシカルな商品を買えないことは良くない」と思って嫌な気持ちになってしまいます。授業で学んだことを明日に生かすというのはベストだと思いますが、消費者教育は長い目で見て必要なことですので、家庭環境に

配慮しながら子供たちの思いを大切にできる授業をしていただけたらと思っています。今は買えなくても、将来大人になったときに授業を思い出してエシカルな商品を選択することもあるでしょう。個人的には未来の消費者市民につながるような教育であってほしいのかなと思います。

「教科の目標との関わりを考えることが難しい」：元々の教科の目標があるうえに消費者教育を取り入れるとなると、どちらを優先すればいいのかわからないという声もあります。姫路市はどんな教科でも消費者教育を行うことに力を入れられていますので、教科の目標を大切にしながら消費者教育の視点を入れ込んでいくと考えていただければと思います。

エシカルコンシューマーを目指して

消費者教育は最終的には他者理解や共感性だと思います。ここにはないが、どこかで困っている人を理解し共感してものを買う人、生産者など関わる人やものごとを考えられる人に育っていくことを目指しています。SDGsにも位置づけられているように、世界的に大切だとされているのが消費者教育だと思います。倫理的な消費ができる人を育てるために、難しいと思わず、これからも継続して、少しずつ進めていただきたいと思います。

ディスカッション

消費者教育との出会い

柿野 本日のフェスタでは、午前中に公開授業、午後は基調講演と姫路市の取組の発表がありました。これらを聞いて、「姫路はすごいな」「取組がとても進んでいる」と感じた方も多かったのではないかと思います。そしてこのパネルディスカッションでは、最初に幼稚園、小学校、中学校、高等学校の先生方から授業実践の発表を、そして武庫川女子大学 吉井先生からは学校教育における消費者教育の意義についてお話しいただきました。これら多くの実践例から得たヒントなどをそれぞれの現場に持ち帰っていただき、「自分たちに何ができるか」を



柿野成美氏

考えていただけたらと思っています。

パネルディスカッション

さて、ここからはパネリストの先生方とディスカッションをしていきたいと思います。まず、発表者の先生方に質問をさせていただきます。先生方の消費者教育との出会いについて教えてください。また、消費者教育を実践したことで消費者教育に対する印象の変化はありましたでしょうか。あった場合はどのような変化であったかも教えてください。

黒田 3年前、豊富幼稚園への辞令が降りた直後に実践推進校であることを知りました。それまでも消費者教育の研修を受けていましたが、「まさか自分が？」と衝撃的な出会いでした。自然豊かなこの豊富でどんな消費者教育を展開していこうかと、不安な気持ちとわくわくした気持ちがありました。それまで消費者といえば「使う」イメージが大きかったのですが、3年間の実践研究を通して、使うことはもちろん、子供の創造力を膨らませながら「つくる」ことが重要だと感じるようになりました。消費者教育は、未来に向けて新しいものを生み出していける子供たちを育てる教育だと思っています。幼稚園においては、家庭や地域と連携しながら日常生活の保育のあらゆる場面で教師が消費者教育の視点をもって丁寧に関わることが消費者意識の基礎を育むのだと分かりました。

宗和 私は2年前、家庭科の研究を進めるにあたり消費者教育の必要性を感じたことが消費者教育との出会いでした。印象の変化ですが、当時、本校ではキャリア教育を進めており、今後プログラミング教育なども入ってくる、そこへさらに消費者教育か、という負担感は多少ありました。しかし、実践を通して「必ず要るもの」だと実感しました。学校現場は決して余裕があるわけ



はありませんが、将来子供たちが社会に出て行くにあたり、より良い社会をつくりあげていくために必要なものなんだと感じるようになりました。

西本 10年以上前になりますが、中学校で家庭科を教えるようになった頃が消費者教育との出会いであったと思います。「教える」となった時に思い出したのは、幸い被害には遭っていませんが過去に自分自身をかすめていった悪質商法でした。印象の変化ですが、消費者教育は「深い」と思いました。生まれてこのかた消費者として生きてきて消費者教育もしている立場のはずですが、特に今回フェスタに参加して、いざ発表する、まとめるとなった時、こんなにも深いんだと改めて思いました。SNSひとつとってみても、悪質商法の入り口になることもあるということで、身近なものの深さを実感しています。

岩尾 2年前の指針づくりの際に、本校は情報科と総合的な学習の時間の担当になり、私は1年生の総合的な学習の時間に関わっていたことで消費者教育と出会いました。最初、消費者教育は大人になれば自然と身に付くものという感覚がありましたが、時代の流れや環境の変化、また成年年齢引下げや若者の消費者被害の実態もあり、やはり早い段階で知識を身に付けたほうがいい、消費者教育はとても大切なことなんだと考えるようになりました。

柿野 先生方、ありがとうございました。吉井先生、姫路市の消費者教育と関わるなかで先生方に感じられた変化がありましたら教えていただけますか。

吉井 姫路市には消費者教育の専門家として呼んでいただいて、私自身、必要であることは分かっていたし、お話しすれば先生方にも分かっていただけと思っていたのですが、研修会の最初の頃は「どうして学校



パネルディスカッション



で?」と思ってらっしゃるようでとても固い雰囲気でした。ですが、必要なことが分かると先生方はどんどん自主的に実践してくださって、私からの助言にも積極的に耳を傾けてくださり、姫路にはすごい先生方がそろっているなと改めて感じました。今では、さらなる広がり・深まりを求めて積極的な活動をされる先生や、先生同士で交わされる鋭い助言など、消費者教育が十分に浸透していると思えます。

「つながり」を大切に

柿野 ありがとうございます。もう1つ、質問をさせていただきます。今回のフェスタのサブタイトル「学び、つながり、高めあおう!」は姫路市教育振興基本計画のサブタイトルと同じだと聞いています。この中の「つながり」というキーワードですが、先生方は実践にあたり、「つながり」の観点から意識されたことや工夫されたことはありますか。

岩尾 本校は健康福祉コースにおいて「みんなの居場所づくり」、「福祉と防災」をテーマに、いろいろなつながりを意識しながら消費者や金融について考えてきました。自分の知らないところ、見えないところでも必ず相手がいて関わっているんだということを意識して進めてきたつもりです。

西本 今回の発表そのものもつながりであったと感じています。中学校で家庭科を専門とする教員というのは多くて学校に2人か1人、まったくいない学校もあるかと思います。ですので、1つは教科の担当者間のつながりでした。いろいろな先生方と集まり相談や学びがあったことはありがたかったと感じています。それから、発表資料を作成するときに職員間で教え合う、内容につ

いて雑談するといったなかで他教科の職員とも自然に消費者教育について深めることができたことも新たなつながりになったと思います。

宗和 つながるために大事なのは発信することだと思っています。消費者教育に取り組み始めて、まだまだ手探りしている感があります。本校の実践をいろいろなところに発信することで、他校の実践などの情報が集まってきます。それをきっかけに交流することで高め合えることも多かったと感じており、意識して発信するようにしています。

黒田 3つの「つながり」が考えられます。1つは園生活の中での友達や教師とのつながりです。1人ではできないことでも、友達と一緒にならできることもあり、自分の思いを出し合って、時には多方向から見る考え方を知り、満足感を味わいながら協力することの大切さを学びます。2つ目は、豊富校区の小学校・中学校とのつながりです。幼稚園で身に付けた力を卒園生が発展させているのを見る喜び、学びがつながっているという実感は、私たち教師にとって何物にも代えがたいものです。また、園児にとっても小学校・中学校に憧れをもち、理想のモデルが身近にあることはとてもラッキーだと思っています。3つ目は家庭や地域とのつながりです。幼稚園で学んだことを家庭や地域に丁寧に伝えていくことでその経験が広がり、後に家庭・地域から学ぶ機会となります。例えば幼稚園で子供たちがお城をつくる材料を集めていることが分かったと、家庭や地域の工場から段ボールや紙などが届きました。子供たちはそのことに感謝し、材料をより丁寧に扱おうとしていました。こうした繰り返しによって、家庭や地域との連携の中で地に足のついた消費者教育の学びがあると感じています。



パネルディスカッション

柿野 ありがとうございます。吉井先生から見て、先生方の「つながり」でお気付きになったことなどありますか。

吉井 消費者教育は教科を超えてできるものなので、他教科と関わりをもちながら、1つの授業をみんなで見学する、意見やアドバイスを交換するなど、普段の授業ではできないようなこともできて学びを深められたと感じました。本日の豊富小学校の公開授業で、小学2年生が廃材を利用したゲームを行いました。そこで高校生たちが児童のお客さんとして一生懸命遊んでいるのを見ました。高校生たちは「小学生ってすごい」、「面白かった」などと話していました。高校生と小学生が触れ合う機会は少ないと思いますが、学校や学年を超えた、しかも年上の子が年下の子を尊敬するという素晴らしいつながりが生まれていると感じました。

児童・生徒の変化

柿野 いろいろな「つながり」がさらに新しい「つながり」や学びを生み出していることがよく分かりました。では、ここで会場からの質問を受け付けたいと思います。ご質問のある方がいらっしゃいましたらお願いします。

会場 様々な取組を通じて児童生徒に変化が見られたこともあったと思いますが、消費者教育ならではのポイントについておうかがいしたいと思います。

宗和 消費者教育で学んだことは実生活の物を買う場面などで発揮できるかと思います。取組を変えるのではなく、引き続き実践していくことが大事だと考えています。

岩尾 高校生は社会に出て行く時期が間近に迫っていますので、教科書の中だけのことなく、現実の身

近な世界のことで生徒たちが感じていることが授業のたびに伝わってきました。

西本 中学校では、例えば悪質商法の話をする、話を聞く前と聞いた後で生徒の変化を感じます。「もしもこういうことがあったらどうする?」という質問に対して、今までなら黙っていたり、何かしてややこしくなったら困ると言っていた子たちが、消費生活センター等の存在を知って、万が一の時は相談する場所があるという気持ちをもってくれたのかなと感じられました。

黒田 幼稚園では目に見える変化は難しいかと思いますが、教師が園の水道の蛇口を「水を大事にしようね」と言いながら閉めたり、年長児が年少児に蛇口の閉め方を教えたりすることで、「もったいない」の気持ちが芽生えているなど感じます。このような、何気ないことについて、教師や保護者も丁寧に受けとめるようになったという大人の変化も大きいと思っています。

学校現場で消費者教育を広げるために

柿野 子供たちの変化はすぐには目に見えにくいこともあるかと思いますが、大人が丁寧に見ていくことで、変化の兆しに気付くこともあると思います。そのような変化を私たち大人がしっかりと受けとめていくことの重要性を改めて感じました。

それでは最後にまとめとしてお聞きします。今後、学校現場で消費者教育を広げていくために、誰に、どのような言葉を投げかけるといいでしょうか。お手元の用紙に記入してご発言をお願いします。

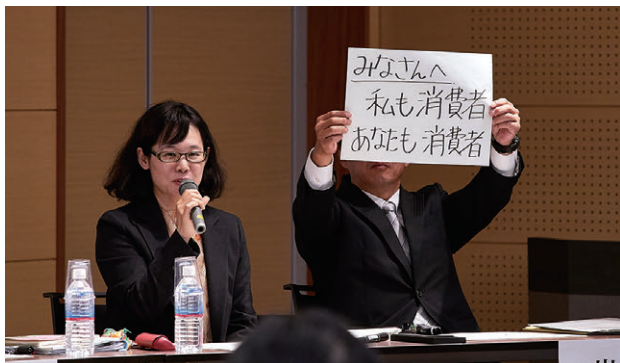
黒田 私は幼児に携わるすべての人に、「気負わず、身近なところから」と伝えたいと思います。平成29年度に姫路市の全学校園において実践が始まった時、たくさんの先生方から「何から始めたら良いか分からない」という声を聞きました。実際、私自身もそうでした。でも、「これを教えよう」と思わず、気負わずに目の前の子供たちの姿を丁寧に見て、感じてください。すると、きっと子供のほうからヒントが出てくると思います。

宗和 教師そして保護者に、例えば18歳になった子供が5年ローンで車を買ったと言った時に、「あの子なら安心だと言えるような消費者教育を実践していきましょう」と伝えたいと思います。

西本 教職員のみならず、みなさんへ「私も消費者、



パネルディスカッション



あなたも消費者」と伝えたいと思います。生きている以上は何らかの消費をしています。身近なところから気楽な感じで1つずつ考えていけたらと思います。

岩尾 子供と関わるすべての人へ「消費者としての視野を広げよう」と伝えたいと思います。ものを買う、契約する、サービスを受けるといった単純なことだけでなく、いろいろな角度から物事を見て判断してほしいと思います。



吉井 先生方へ「先生方の消費者教育が世界を変える」とお伝えしたいと思います。先生方が消費者教育を実践し、子供たちが世界で活躍するようになって新しい社会をつくっていくということは、先生方が世界を変えたことになるのではないのでしょうか。「世界を変えるんだ」



という意識で消費者教育に取り組んでいただけたらと思っています。

柿野 ありがとうございました。姫路市の素晴らしい取組が素晴らしい先生方に支えられていたことを、このディスカッションを通じて深く感じました。学校で行う消費者教育は子供たちの自立にとって非常に重要な意味をもつものです。しかし、消費者教育を受ける権利は誰もがもっているにもかかわらず、なかなか着実に実施できていない現実もあります。今後、教育機関、行政、企業・団体の関係者のみなさまの力によって消費者教育をさらに盛り上げていきたいと思っています。