

グループディスカッション

【進行・総括】

横浜国立大学 名誉教授 西村 隆男

【ファシリテーター】

神戸市健康局 地域医療課 担当係長
荒木 武文

埼玉県立蓮田松韻高等学校 教諭
池垣 陽子

姫路市立四郷学院 教頭
北村 純一

特定非営利活動法人アスクネット 顧問
白上 昌子

愛媛大学教育学部 准教授
竹下 浩子

横浜国立大学教育学部 教授
松葉口 玲子

愛媛県小学校 教諭
吉見 香奈子

■グループディスカッション 趣旨説明

西村: それでは、ただいまから、ディスカッションに入つてまいりたいと思います。

今回、このフェスタではグループディスカッションということになります。パネルディスカッションで進めることはこれまで多かったのですが、参加者の方にできるだけ満足感を得て帰りいただこうと、できるだけ議論の中に加わっていただこうということで、グループディスカッションという形にして、全員参加を今回のメインに据えさせていただきました。

今日、原田先生のご講演に続き事例発表もありました。これからの消費者教育を考えるにあたって何が必要なのか、皆さん方の経験を交流していただいたり、あるいは、これから消費者教育を進めていこうというものの、なんらかのきっかけにさせていただけるような話で盛り上がっていただければありがたいと思っています。

本日は、3つのグループをつくらせていただきました。

この後の流れですが、全体としては、趣旨説明も含めて90分とし、その中で、全体でどんな話をしたか、最終のファシリテーターによる発表・プレゼンもありますので、最初のパートとしては、皆さん方が自己紹介を兼ねて、講演あるいは事例発表を聞いて、どのように感じられたのか、そんなことを最初に10分程度グループで共有していただきたいと思います。

それから、パート1として、今、申し上げたストーリーで事例発表等々の交換をしてもらいわけですが、最初は、ファシリテーターの自己紹介をしていただくということで、3分程度でこんな意識を持って今日は参加しているということを話のきっかけにご説明いただき、講演あるいは事例発表についての印象と全員の自己紹介を兼ねた意見交換、ここはパート1としたと思います。ですから、全体でそこまで、だいたい20分くらいと見ていただければいいかと思います。

パートの2番目として、この消費者教育を進めていく上での狙いであるとか、あるいはこんなことをやって凄くよかった、子どもたちが喜んだ、非常に意識が広がった、気づきがあったというような、成功例であったり、ここがちょっとうまくいかないというような失敗事例、あるいはこんなことをやってみたいという学生さんのご意見もウエルカムだということに思います。

そのあと、パート3として、これから消費者教育を進めていくために、今日、手がかりになるお話もあったと思うのですが、課題や解決への鍵は何かということをご議論していただきたい。ここが足りないのではないかと、特に、若い方は、今日、原田さんのお話にありましたけれども、「Z世代」と言われている、まさにその世代に当たる方々だろうと思いますけれども、若い方へアプローチ、どのようにしていったらいいのか。若い人たちが気付くことで、我々が動かされていく部分も多々あるだろうということに思います。そういった今後に向けての発信ということ、手がかりになるよ

うなことを議論していただきたいと思います。

最後に、各グループから代表者、ファシリテーターの代表の方にどんな議論があったのか、その3グループのそれぞれの話を全員で共有したいと考えています。

最後、総括的なことを私から、今日のまとめというようなことができればと思います。

以上、長くなりましたが、これからフリートーキングの場があります。ファシリテーターの皆さんのご協力を得て、活発に議論いただきたいと思います。

それでは、各グループ、ディスカッションをスタートしてください。よろしくお願いいたします。

■グループディスカッション 発表

荒木：私たちのメンバーは5名です。キーワードは「気づきの種のまき方」です。いろいろな場面がありますが、待っていてはだめ、あるいは強要されても、いろいろところで気づきの場面が必要だというのに対して、消費者教育を推進していくためにはその種まきが必要であるということ。

気づきの種のまき方
共感から気づき合う
子どもの声が社会を変える

それから、「共感から気づき合う」です。いろいろな場面、皆さん、地域、あるいは学校、あるいは教員同士などいろいろな場面いろいろな出会いを含めてあったときに、そこで初めて共感して、そこから、「あっ、そうなのか」と、ある意味、全教科でできることだということの気づきにつながっていております。

「子どもの声が社会を変える」です。例えば地産地消、あるいは地域の応援を含めて、子どもたちが地域とかかわってすることで、いろいろなアンケートに答えた、そのことがまた生産者あるいは地域の方々に返って行って、地域の方々もそういう消費ということへの改めて大事さを感じる。子どもの声って大変大きいんだなという声が出ました。

出会いと経験の場を、漢字では「自分事」に、そして、

「人間事」なのですが、全て「ひとごと」自分という人です。他人事ではないです。よく消費者教育を含めて、いろいろな話を聞いても、まあ、それはどうせ人のことだから、他人事だから自分は関係ないというものですけれども、消費者問題、消費者教育こそ自分事、いわゆる人間事、人事であるということが共通の認識になっています。

出会い 経験の場を
自分事ひとごとに…人間事ひとごとに
つながりの大切さ
行政もカンバレ!!

つながりの大切さ、いろいろな場面、NPO 法人も含め、学校現場も含め、いろいろな積極的に皆さん、つながりを求めているのですけれども、その中で行政もいろいろなところと非常にたくさん関わって、「行政も頑張れ」というところが最後の言葉でした。以上です。

参加者 A：私たちのグループの発表をします。私は愛媛大学4回生です。よろしくお願いいたします。

私たちの班には、現役で高校の先生をされている方、法律事務所で働いている方、NPO 法人で働いていらっしゃる方、また愛媛県の県庁で働いている方がいらっしゃいました。たくさんの方々の多様な視点から考えることができました。

○ 成人年齢引き下げ → 責任
↳ 社会参画 という捉え方

○ ○○教育が多すぎる → 根本は 繁がっている

○ 教師が否定的 → 子どもは 何もいなくなる

○ 周囲の大人の体験談
→ 上手くつきあっていく方法
○

4つの大きな視点で考えました。1つは成人年齢が引き下げられることによって、子どもに責任が増えるという考え方ではなく、子どもが社会人になって、大人になって社会参画ができるようになるというポジティブな考え方で捉えること。

2つ目は、消費者教育や環境教育など、たくさんの〇〇教育が多すぎる位ありますが、根本の考え方はつながっているので、指導の仕方を改めて考えていく必要があるのではないかと。

3つ目は、教師が「こうしたらだめ、ああしたらだめ」と、否定的に言ってしまったら、子どもは「そうしたら失敗するんだ、だめなんだ」と考えてしまいます。そうではなく、これが4つ目の視点になるのですけれども、周囲の大人が自分の体験談であったり、失敗談を話すことによって、子どもが例えばお金の使い方であったり、SNSの使い方についてうまく付き合っていく方法を自分で見つけていくことができるのではないかと考えました。

池垣：ちなみに、いろいろな立場の方のお話を聞いて率直にどんな感想を持たれました？

参加者 A：私は4月から教員の卵として働くようになるのですけれども、たくさんの大人の方にいろいろなご指摘であったり、知識をいただけたので、それを含めて、自分自身を4月から学び続ける姿勢で頑張っていきたいと感じました。

池垣：Aさん自身が頑張るだけでなく、いろいろな立場の方と一緒にやっていくことも凄く大切ですね。

以上で終わります。ありがとうございました。

北村：私たちのグループも、言葉一言でまとめました。

ワンチーム
ネットワーク

2つの言葉です。1つが「ワンチーム」、もう1つが「ネットワーク」という言葉です。どちらもつながる言葉ですけれども、今日の話し合いでも、たくさんの業種の方が来られました。教員、NPO法人、大学、行政、それから、教育委員会も大事だということで、そういった団体が1つの方向に向かって、同じ目的で「ワンチーム」になって、進んでいくことが大事です、という話をしました。

それから、もう1つは「ネットワーク」です。一人の力または単体の団体では、なかなか前に進めないことがあります。話の中で、ある団体が教育委員会に大切さを伝えようとしたが、なかなか教育委員会が「うん」と言ってもらえなかったということがありました。そこは複数でいろいろな団体で一緒になって、お願いをしに行くというような形で突破できたという話もありました。もちろん、教育委員会も含めて、学校、NPO法人、行政も一緒になって進めていくことが大切だと思います。

それから、ネットワークということでもう1つ話が出たのは、自分一人だけではなくて、今日、この場で、我々もネットワークを広げることで、明日からの私たちの行動もつながって、さらに仲間が広がって活動できる、ということで今日のグループをスタートとして、私たちが「ネットワーク」「ワンチーム」で、明日から消費者教育推進に向かって進んでいきたいと思えます。以上です。

■グループディスカッション 総評

西村：今日ご参加の皆さん、遅くまでありがとうございました。

この消費者教育に私自身がかかわって30年近くになります。「消費者教育推進法」ができて、今年10年目

を迎えます。この推進法をつくったことに関して、私自身も最大の努力をした一人でありますけれども、狙いはどこにあったかという点、私も推進法の条文の中に、これだけは必ず入れて欲しいということで、当時、消費者教育学会の学会長をやっていたので、申し上げてきたのは「消費者市民」ということなのです。

消費者市民と消費者は何が違うか。これは単に、自分の生活を防衛するというようなニュアンスではなくて、先ほど来、ご発表の中にも何度か重ねて出てきましたけれども、社会参画であったり、あるいは社会に対する責任っていうのでしょうか、そういうことを考え得る。今で言うところのSDGsの問題にも目が届く、そうした消費行動を取ることで自分自身が社会に発信していく、伝えていく、そういう原動力を養うことだということのように考えて、そこに消費者市民社会であるとか、持続可能な社会であるとか、あるいは世代を超えて伝えていくとか、そういったことを法律の条文の中に入れていったわけです。

もちろん、議員立法という形を通して、議員さんに尽力をいただいて、4年かかってつくった法律です。これは10年目になりますので、微調整もしなくてはいけないのではないかと私自身は思っています。

今日、それぞれに豊かな議論があったと思いますが、オンラインで参加されている方から、こんなチャットがきました。今回はテーマが「成年年齢引下げに伴う消費者教育」ということではあったのですが、その部分が全体として薄いのではないかと、こういう指摘です。施行を目の前にして、指導の上で何を大切にすべきでしょうか。また、その施行後、重要な点はどのようなことになるのでしょうか。これに対して、皆さんはどのようにお答えになりますかということなのです。

私は、例えば、よく指摘されていること、今日も冒頭の消費者庁の方のご説明の中でありましたけれども、「契約教育」をしっかりやって、自分が被害に遭わないように気を付けなさいと。契約書は最後までしっかり読みなさいと、そういったことが指摘されています。

しかし、よくよく考えてみると、そのことって、もしかしたら、自分さえ被害に遭わなければいいのではないかと。ですが、消費者市民というためには社会への働き掛け、それがあって初めてのことになるわけです。

だから、自分が今、食べているもの、あるいは買ってきたもの、それが果たして第三世界にどういう影響を与えているのか。今日ご報告の中でも、フェアトレードの話もありました。それから、ポリビアですか、小学校の先生のご報告では、生産者の名前が入ったコー

ヒー、私は、これは初めて聞きました。なんとかさんのコーヒー。よく今、地産地消でどこの産地の野菜であるとか、どこの農家で作ったなんとかとか、どこで産んだ卵であるとか、そういうラベリングをして商品が売られることはありますね。

私はコーヒー通ですが、コーヒー通って、コーヒーが詳しいのではなく、コーヒーが好きで一日、5、6杯飲むわけですけれども、ブラジルのコーヒーとか、コロンビアのコーヒーとか、それもフェアトレードとか、有機栽培とかありますけれども、名前を冠したコーヒーは初めて聞いたのです、今日。

だから、ぜひ、それを調べて買ってみたいなと思うのですが、その気持ちは何かといったら、社会とつながる、世界とつながりたいというわたしの意思なのです。それがトレードとして、確かなトレードにつながっていくことだということのように思います。

だから、リサイクルの考え方然り、食品ロスの考え方然り、全般を見ていったときに、考えていることは、環境にも負荷を与えないようにとか、携帯に使われているレアメタル、これが紛争鉱物に該当しないかというようなことを考えたり、あるいは自分が着ているものが人権侵害に当たってないか。例えば中国の新疆ウイグル地区の関係とかかわりがあるのかというようなことを意識したり、自分にできることを少しずつやっていく。

つまり、責任ある消費っていうことを進めていく力になるのが消費者教育。あるいは社会を変えていくという意味でいったら、主権者教育と言ってもいいのかもしれない。そういう意味では、消費者市民教育というのは、先ほどのご発表の中にもいろいろな教育があって、いろいろな教育があると言われるものにつながって、必ず言われることは、「こんなできないよ」と、そんな時間がないし、国際理解教育、ESD、環境教育、なんだかんだ、消費者教育、今さら、主権者教育、今度は法教育、金融教育…。これは全部、つながっているという話がありました。考えていることはみんな一緒なのです。ただ、ちょっと入り口が違うだけです。

人間として豊かに生きるために、社会をより良く生きるための世代をつくっていくために、皆さん、若い人たち、Z世代の方たちは、これから頑張って社会に出て、我々を支えていただく側ですから大事にしないとイケないのです。彼らの考え方がしっかり成長されて、世の中を動かしていくようなことにしないといけない、社会を動かす力です。

話を戻しますと、先ほどチャットで質問された方には、単に成年年齢引き下げが単なる被害防止教育に、

被害防止教育の罠に陥らないように、矮小（わいしょう）化して考えられることがないように。もちろん、当面、契約の問題で、例えば携帯を自分で買えるとか、アパート契約が自分でできるとか、銀行業界も少し考えて、銀行協会はカードローンを自粛するというのを業界で決めたと新聞に載っていましたが、クレジットカードは発行できるのです。

今、クレジットカードを使わない取引がどんどん増えています。それは何かというと、アプリで借り入れるローンなのです。これがかなり多く進んでいて、3回までの分割ができるけれども、ネット上の取引がもの凄く増えている。そうなってくると、みんなビジネスの中に飲み込まれているわけです。デジタルの中に飲み込まれている。そういうことを改めて考える。

先ほど、話し合い中で「批判的思考」という言葉を、どなたかの発言で聞きましたけれども、消費者教育が狙っていくのは、今ちょっとおかしいなと、斜めに見るという発言がどこかでありました、斜めに考える。ちょっと一呼吸おいて、「これ大丈夫かな」「これ安心なのかな」「これ地球を傷めてないかな」「貧困・飢餓、その原因に自分自身が加担していないかな」ということを考えるのが消費者市民教育だと思います。

ですから、あまり消費者教育を、例えばクーリングオフを何日までというようなことを知識として覚えたり、あるいは契約のトレーニングをするということだけに、狭く考えることがなく、全体として行動力、判断力、消費者市民力につながっていくような力を養っていくことが重要だろうと思います。

それから、Cグループが「ワンチーム」「ネットワーク」というようにおっしゃいましたけれども、「ワンチーム」というのは、武田さんの発表の中もありました。一人ではできないです。一人ではなかなかできないですから、これを皆さんのいろいろな方々の知恵をお互いに取り合って、広げていくということが不可欠だろうと思います。

この文科省の事業も、主体間の連携・協働ということをずっと長く言ってきました。ですから、さまざまな方々がかかわりあって、地域の消費者力を上げていくことに繋がっていくのではないかなと思います。

今日は長時間にわたりまして、講演あるいは事例発表、そして、最後には全員参加のディスカッションということで、参加いただきましてありがとうございました。これを機会に、ぜひまた消費者の問題、自分自身の消費者としての力を高めるために、私自身も考え直していきたいと思っています。

どうも本日はありがとうございました。