



中学校家庭科の授業における消費者市民性育成の可能性：金融教育の授業実践から

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2014-03-13 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 小野, 恭子, 鎌田, 浩子, 川邊, 淳子, 大西, 康史, 藤本, 将人, 濱地, 秀行, 森川, 玲奈, 太田, 和幸, 野口, 泰秀, 福本, あい, 小高, 絵梨 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.32150/00006197

中学校家庭科の授業における消費者市民性育成の可能性

— 金融教育の授業実践から —

小野 恭子¹・鎌田 浩子¹・川邊 淳子²・大西 康史³・藤本 将人⁴・濱地 秀行⁵・
森川 玲奈⁶・太田 和幸⁷・野口 泰秀⁸・福本 あい⁹・小高 絵梨⁹

¹北海道教育大学釧路校家庭科教育学研究室

²北海道教育大学旭川校家庭科教育研究室

³釧路市立幣舞中学校

⁴北海道教育大学釧路校社会科教育学研究室

⁵北海道教育大学札幌校経済学研究室

⁶伊達市立伊達小学校

⁷札幌市立山鼻中学校

⁸根室市立花咲小学校

⁹北洋銀行

Possibility of consumer citizenship development in the class of the junior high school home economics

— From the teaching practice of a financial education —

ONO Kyoko¹・KAMATA Hiroko¹・KAWABE Junko²・ONISHI Yasufumi³,
FUJIMOTO Masato⁴・HAMACHI Hideyuki⁵・MORIKAWA Reina⁶,
OTA Kazuyuki⁷・NOGUCHI Yasuhide⁸・FUKUMOTO Ai⁹・ODAKA Eri⁹

¹ Department of Home Economics Education, Hokkaido University of Education, Kushiro Campus

² Department of Home Economics Education, Hokkaido University of Education, Asahikawa Campus

³ Nusamai Junior High School, Kushiro

⁴ Department of Social-Studies Education, Hokkaido University of Education, Kushiro Campus

⁵ Department of Economics Education, Hokkaido University of Education, Sapporo Campus

⁶ Date Elementary School, Date

⁷ Yamahana Junior High School, Sapporo

⁸ Hanasaki Elementary School, Nemuro

⁹ Hokuyo Bank

概要

2012（平成24年）に消費者教育の推進に関する法律が制定されたことにより、消費者教育の取り組みがより重要視されてきている。特に消費者教育において、消費者が主体的に消費者市

民社会の形成に関わる能力（消費者市民性）を育むことの大切さが唱えられてきている。そこで、これまでも消費者教育の一端を担ってきた家庭科において、消費者市民の育成が可能であるかどうかについて、授業計画と授業で生徒が記入したワークシートの記述から探ることにした。ワークシートには、商品を購入する場面で必要な知識や能力について、複数の情報を読み取ることの大切さに気づいた記述、価格と品質を総合的に比較し商品を選択する必要性についての記述等があり、消費者市民性の育成の可能性があることが示唆された。しかし教材とした商品が、中学生の実態に即しているのかといった授業改善の必要性も明らかになった。

1. はじめに

消費者教育の重要性が唱えられ始めたのは、高度経済成長期である。この時期に顕在化した消費者問題に対応するため、1968（昭和43）年に消費者を保護するための消費者保護基本法が制定された。その後、さらに複雑化した社会状況の変化に対応するため、2004（平成16）年に、消費者がより自立するための支援をする目的に改正され「消費者基本法」が成立した。消費者基本法では、わが国で初めて消費者の権利が規定されるとともに、事業主の責務、行政機関の責務等を規定している。これらの消費者教育の流れを受けて2012（平成24）年度から完全実施された、中学校学習指導要領では、新しく「身近な消費生活と環境」の内容が取り入れられ、「販売方法の特徴を知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択・購入及び活用ができること」「自分や家族の消費生活が環境に与える影響について考え、環境に配慮した生活について工夫し、実践できること」等、その内容が充実された。

さらに、2012（平成24）年には消費者教育の推進に関する法律（以下、推進法と記す）が施行され、よりいっそうの消費者教育の重要性が唱えられるようになった。この推進法第2条第1項では、消費者教育を「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ための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動」と定義しており、さらに第2条第2項では「消費者市民社会とは、消

費者が、ここ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与える影響を及ぼしう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」と定義している。

我が国では消費者庁において、消費者市民社会の構築に向けて消費者が身につけたい力を提案している。これによれば、消費者が身につけたい力は「消費者が影響力を持つ力の理解」、「持続可能な消費の実現」、「消費者の参画・協議」の3点をあげている。「消費者が影響力を持つ力の理解」とは自らの消費が職場、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼしうるものであることを理解し、適切なサービスを選択できることとし、「持続可能な消費の実践」とは持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力とし、「消費者の参画・協議」とは消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できることであるとしている。

また、日本弁護士連合第52回人権擁護大会シンポジウムの報告書では、消費者市民社会の重要性と時代のニーズに対応するために消費者教育の重要性をまとめている。さらに、この報告書では、消費者市民社会における消費行動には(1)消費者の力（消費行動）、(2)消費者が影響力を行使し市場や

表1 「消費者市民社会」における消費行動

視点	具体的な行動
商品を選択する際の視点	商品の品質と価格 特徴と危険性を理解し、妥当な価格かどうか判断する。
	商品の使用に際する十分なケア ①使用方法について適切な情報提供があるか。 ②欠陥や不都合があった時に速やかに交換してくれるか。 ③事故発生時に被害救済があるか。 ④リコールを迅速確実に実施されるか。
	製造・販売にされる過程 ①原材料が適切な価格で購入されているか。 ②商品を製造する工場がトラブルを起こしていないか。 ③環境に影響を与えていないか。
	企業の社会的責任を実行させる契機 ①健全な雇用政策や労務政策をしているか、男女共同参画を実施しているか。 ②人道支援等の社会貢献をしているか。 ③暴力団や反社会的団体との関連がないか

※1 日本弁護士連合第52回報告書より筆者が作成

社会を改善変革する様々な方法の2つがあると定義しており、消費行動において必要な視点として(1)消費者の力のイ)において具体的な視点を4つあげている(表1)。

1点目は商品の品質と価格に対する視点、2点目は商品の使用に際する十分なケアに対する視点、3点目は製造販売される過程に視点を置く、4点目は企業に社会的責任を実行させる契機となりうるかに視点を置く、の4点である。それぞれの視点では具体的に何を見て判断すればよいかあげられている。

このように昨今の消費者教育では、持続可能な消費の実践を行うために、消費者市民の構築が必要であり、とくに消費者行動が与える影響を学ぶことに重点を置かれてきている。

以上のような消費者教育の流れを受け、中学校家庭科で消費者市民性の育成を目指す授業におい

て、環境と消費行動を取り扱う実践にするためには、まずこれら4つの消費行動についての視点を持たせることが大切であると考えた。

2. 研究の目的

本研究では、中学校家庭科において、2010(平成22)年度改訂学習指導要領中学校「技術・家庭」家庭分野で新設されたD領域「身近な消費生活と環境」に相当する、消費行動について振り返らせる授業実践を行うこととした。この授業実践のプロトコルとワークシートの記述をもとに、生徒の学びの実態及び消費者市民育成の可能性を探ることを目的とした。

3. 授業実践及び分析方法

授業実践は、2013(平成25)年3月から4月にかけて、北海道内公立中学校2年生60名を対象に行った。分析方法は、授業で用いたワークシートの記述を類似の内容に分けてカテゴリー化し、学びを検証した。さらに検証した学びから授業改善のポイントを探った。

実践した授業は、前半及び後半の2部構成で計画し、単元全体の時間数は7時間である。表2に単元計画及び主な生徒の学習活動について示した。

本研究では、消費者市民性の育成で重要視されている消費者市民生活の形成に参画することを目指すために、環境と消費を結びつけやすい第2次の授業を検証することとした。

前半の第1次に収入と収支について考え、第2次に自分にあった商品の選択について考えさせた。後半の授業計画は生徒の実態を踏まえ、2年生後期に実施する予定であり、第3次では支払い方法について知り、どのように支払うことがよいのか考えさせる、第4次では家計簿のつけ方を知り計画的に金銭を使うことについて考え、第5次で消費者の権利と義務を考えさせることとした。

表2 単元計画

前半	単元名	主な生徒の学習活動
第1次 1時間	収入と収支を考えよう	・家計のバランスについて、収入と社会保険等生活に必要な支出を知る。
第2次 1時間	自分にあった商品の選択について考えよう	・家庭で使う冷蔵庫が壊れてしまったため、購入することになり、2種類の冷蔵庫からどちらを選ぶか考える。
後半	単元名	主な生徒の学習活動
第3次 1時間	支払い方法について知り、どのように支払うと良いかを考えよう	・支払い方法について、様々な種類があることを知る。 ・クレジットカードの分割払いであった場合の利息を計算し、その大きさを実感する。 ・収入と支出のバランスを考え計画性と持った購入の大切さに気づく。
第4次 1時間	家計簿のつけ方を知り、そのよさを考えよう	・家計簿のつけ方を理解し、必要経費について考える。 ・計画的にお金を使うことの良さに気づく。
第5次 1時間	悪徳商法について知り、消費者の権利と義務を考えるよう	・悪徳商法の種類と被害にあった時の対処方法について知る。 ・消費者の権利と義務について知る。

4. 生徒の学び

1) 商品選択の条件について

第2次では、学習課題を冷蔵庫の購入について考えることに設定した。第2次の主な生徒の学習内容と教師の手立てを表3に示した。

生徒は、教師の用意したプリントにある2種類の冷蔵庫のチラシから、Bの冷蔵庫を家族に薦めるための説得ポイントを探し、説得文章を考えた。さらに、説得するための文章をグループ内で発表し合い、どのような条件があると説得されやすいのか話し合う中で、商品を選択するポイントにつ

いて考えた。

また教師は学習課題を把握させるために、次のような投げかけを行っている。

「この人はBがいいと思っている。しかお母さんは10万円以下がいいと言っていたので、きっとAがいいと思うのね。Bを選んでもらうように、お母さんの要望を踏まえながら、ここにある情報を比較しながら、是非値段の差はあるけれど、絶対にBの方がいいよということをお母さんに説得して欲しい。」

表3 第2次の生徒の学習内容と教師の手立て

過程	主な生徒の学習内容	教師の手立て
導入	・学習課題をつかむ。 冷蔵庫が壊れてしまい、購入することになった。そのために購入する冷蔵庫をA・Bの2種類から選ぶ。	・学習課題の説明をする。 2種類の冷蔵庫を比較させることを提示する。
展開	・2種類の冷蔵庫の広告から、Bの冷蔵庫の利点を探し、どうしてBの冷蔵庫がよいのか、家族を説得する説得文章を作る。 ・グループで自分たちが考えた説得文章について意見交換をし、新しい視点を学んだり情報を共有化したりする。	・電気店のチラシから比較をする2種類の冷蔵庫を載せたワークシートを配布する。 ・Bの冷蔵庫を薦めるためのポイントを見つけるように指示する。
まとめ	・学んだことを振り返り、言語化する。	・学んだことを言語化させることで定着をはかる。

この教師の投げかけから、教師の意図としては、「10万円以下」という値段（予算）、「情報を比較しながら」という情報収集、「値段の差があるけれど絶対にBの方がいい」という商品の価値について考えさせようとしていることが分かる。さらに「母親を説得して欲しい」ということから、相手意識を持たせることで根拠を明らかにさせようとしている。

また、使用したワークシートでは家電量販店のチラシから2つの冷蔵庫を例示し、価格、冷蔵庫の大きさ、消費電力、保証期間、配送量、エコポイント、省エネ達成率、年間電気代の情報を載せている。生徒はこのワークシートからBの冷蔵庫の良さを見つけ、母親を説得する言葉を考えることに取り組んだ。

この説得するための文章から生徒が何を根拠にしたのかカテゴリーに分け表4に示した。生徒の記述は、①容量・大きさ、②保証期間、③消費電力、④省エネ達成率、⑤エコポイント、⑥性能の大きく6つのカテゴリーに分類することができた。1名の意見であっても、カテゴリーに分類できるものは、複数カウントを行ったために、全部の記述は288記述となり、1人当たりの記述数は4.8記述であった。

表4 説得文章記述内容

カテゴリー	記述数
容量・大きさ	63
保証期間	58
消費電力	57
省エネ達成率	31
エコポイント	24
性能	24
その他	32
合計	288

それぞれのカテゴリーにおける記述数は、容量・大きさについてが63、保証期間及び消費電力についてが57、省エネ達成率についてが31、エコ

ポイント及び性能についてが24となっていた。よって生徒がワークシートから読み取り、説得文章の根拠としたものは、容量・大きさ、保証期間、消費電力についてが多く、さらにこれらの記述数からほぼ全員が根拠にしていることが分かった。

さらに、生徒が具体的にどのように情報を読み取り解釈しているのかについて分析を行った。

保証期間については「(Aよりも) Bの方が5年保証も長い」、「Aよりも無料保証期間が5年長い10年保証」といった、保証期間の比較を単純に比較している記述が45記述あった(表5)。

これに対して「保証が10年ついていて安心」「10年間無料保証がついているから壊れても安心」といった、保証期間が長いことがどうしてよいのかと追求し、安心できると考えた記述が12記述あった。

しかし、Bの冷蔵庫を選択する理由として保証期間をあげていても、保証期間が長いからといったチラシの言葉をあげているだけの生徒が多く、どうして保証期間が長いとよいのかということにまで気づける生徒は少なかった。

表5 保証期間についての記述

カテゴリー	記述例	記述数
保証期間の単純比較	Bの方が(Aより)5年間無料保証が長い	45
	Aよりも無料保障期間が5年長い10年保証	
	無料保証もAは5年間だけど、Bは2倍の10年間	
保証機か期間から安心・便利さに気づく	Bは10年間無料保障だからもしどこか壊れてしまっても安心できるよ。	12
	保障も10年だし、何かあった時に便利だと思うからBの方がよい。	

次に、電気代についての記述を分析したところ、4つのカテゴリーに分類することができた。表6にその結果を示した。

表6 電気代についての記述

カテゴリー	記述例	記述数
電気料金の単純比較	年間の電力量もAよりも3,740円もお得。	25
	電気代が約6,160円と、Aの冷蔵庫よりも3,800円ぐらい安いんだよ。	
年間電気料金と消費電力の2点比較	年間電気代がAは約9,900円のところBは6,160円違いがあって、年間消費電力はAのおよそ1/2。	18
年間電気料金と使用年数の比較	年間電気代がBの方が3,740円も安いから長年使い続けるとBのほうが得かもしれない。	13
消費電力量の単純比較	年間消費電力量も約170kWh / 年もお得なんだよ。	1

電気代についての記述では「電気代が約6,160円とAの冷蔵庫よりも3,800円ぐらい安いんだよ」といった、電気料金の単純比較をしている記述が25記述と最も多くなっていた。次に「年間電気代がAは約9,900円のところBは6,160円違いがあって、年間消費電力はAのおよそ1/2」と、年間電気料金と消費電力の2点を踏まえて比較している記述が18記述、電気料金の単純比較と消費電力の単純比較、さらに、「電気代がBの方が3,740円も安いから、長年使い続けるとBの方が得かもしれない」といった、年間電気料金と使用年数を関連させて考えている記述が13記述あった。

このことから、電気代を冷蔵庫選択の根拠としてあげている生徒では、電気料金を単純比較し根拠としている場合も半数近くあるが、消費電力との関連性をあげ根拠にしていたり、年間電気料金と使用年数を合わせて根拠にしたりしている生徒が多いことが分かった。

これ以外に、容量と性能についての記述も分析を行ったが、両方の記述ともワークシートに載せてある数値の単純比較を行っているものがほとんどを占め、読み取った情報を他の情報と結びつける、さらに深めて考えて根拠にはしていないことが明らかになった。

2) 生徒の記述と消費者行動の視点の関連

生徒がワークシートの情報から読み取った内容と、日本弁護士連合が述べている消費者行動の視点についての結びつきでは、表7のようになった。

表7 消費者行動の視点に関わる生徒の記述

視点	記述例	記述数
商品の品質と価格	消費電力も少ないし、ドアの開け閉めが多くても大して問題ないと思うよ。ちょっと高めだけど年間の電気代は6,000円ぐらいだし、元は取れると思う。	141
	ちょっと高いけど電力量も約2倍も違うし、年間3,000円も得している。もういいこと尽くめ。お得さで言えばBの方がお得と思うよ。	
商品の使用に際する十分なケア	Bは10年間無料保障だからもしどこか壊れてしまっても安心できるよ。	120
製造・販売にされる過程		0
企業の社会的責任を履行させる契機		0

商品の品質と価格についての視点には、141記述と最も多く記述されており、商品を使用に際する十分なケアについては120記述であった。

しかし、製造・販売される過程や企業に社会的責任を履行させる契機についての記述はなかったもので、消費者市民としての消費行動を起こす上で必要な2つの視点については、考えるきっかけとなり気づくことができていたが、今後はさらなる授業改善を要することが明らかとなった。

3) 学習感想からみる生徒の学び

学習の感想から、生徒がどのような学びをしていたのかを、先の述べたように類似した内容をカテゴリー化したところ、実践意欲、情報活用、購入する視点を持つこと、先の見通し、自分の経験との結びつきについての5つのカテゴリーに分類

表8 学習感想からみた学び

カテゴリー	記述例	回答数
実践意欲	<ul style="list-style-type: none"> ・お金だけを見ても駄目なんだなあと思った。この先にかかるお金のことも考えなきゃ駄目だと思った。 ・安いことに越したことは無いけど、いろいろなことを考えると多少高くても高い方がいい場合もあると分かった。今後大きな買い物をした際にはこのことを活かして買いたいと思った。 	20
情報活用	<ul style="list-style-type: none"> ・商品をえらぶ時は、値段だけではなく情報を集めて他の商品と比べながら選ぶことが必要。 	10
視点を持つこと	<ul style="list-style-type: none"> ・見方を変えることで悪いところも良いところも出てきた。 ・商品の値段だけで選ぶのではなく性能や特典等を見て選ぶことが分かった。 	9
先の見通し	<ul style="list-style-type: none"> ・その時の値段で選ぶより、それより先へ先への未来を見通すのも買い物に必要なんだ。 	4
自分の経験との結びつき	<ul style="list-style-type: none"> ・ちょっと前に電子レンジを買ったけど性能を比べてはいなかったと思うので、家に帰ってから調べてみようと思った。 	2
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・細かく考えるとどちらが本当に安いのかをしっかりと考えることができました。 	19

することができた。それぞれのカテゴリーに含まれる記述例と記述数を表8に示した。

最も多かった記述は、実践意欲についてであり20記述あった。具体的にどのようなことに気をつけて今後商品を選択すればよいかについて書いてある意見が多かった。次に、情報活用についてが10記述、視点を持つことについてが9記述、先の見通しについてが4記述、自分の経験との結びつきについてが2記述であった。

したがって、生徒は本授業の学びを実生活において活用できると考えており、その方法について学ぶことができていた。これは家庭科の教科特性につながるところであり、一定程度の

成果が見られたといえる。

5. 成果と課題

1) 成果

本研究では、消費者教育の重要性及び消費者市民社会を担う消費者市民の育成のために、中学校家庭科の授業実践の分析を行った。消費者教育として、以下の3点の成果があったと考える。

1点目は、生徒の記述が1人当たり4.8個であったことから、複数の情報を読み取ることができたということである。2点目は、商品の価格と品質を比較させることで、価格だけを判断基準にするのではなく、商品の品質についても考える必要があることに気づかせることができたことである。3点目は、冷蔵庫という長い期間使う商品を教材として提示したために、保証期間と使用年数、消費電力及び使用年数と将来を見通して考えることができたことである。

また、消費者市民の育成としては、消費者行動の視点のうち、商品の品質と価格商品の使用に際する十分なケアに対する視点に気づかせることができた。これにより、これからの時代に必要不可欠な持続可能な消費につながる気づきがみられたといえる。よって、中学校家庭科において、消費者市民の育成が可能であることが示唆されたと言えるであろう。

2) 課題

消費者行動の視点をより身につけさせるためには、以下に示す3点の授業改善の必要性が明らかになった。

1点目は、商品の製造販売される過程のことを考えて、商品を選択することができてないことである。2点目は、消費者として自分の行動がどのような影響を与えるのかについて考えることができていない点である。3点目は、消費電力やエコポイントから環境に配慮している商品かどうかを判断しているが、その情報は企業が提示しているものでしかないことである。

生徒がこの教材から学んだことに対する課題として商品の製造・販売過程における環境への配慮について、また企業の社会的貢献について考えることができなかつたこと、消費者として社会に与える影響を理解することや消費者として行動することまでは、身についていないことが分かつた。

6. 考 察

本研究では、中学校家庭科のD領域「身近な消費生活と環境」の領域で、消費者教育として必要とされている消費者市民社会における一部分の育成が可能であることが示唆された。

しかし、消費者市民社会の消費者の力には、様々な力が求められている。消費者市民社会を構築していくための消費者市民の育成のために必要な授業改善のポイントとして、以下の2点あげる。

1点目としては、製造過程や販売過程の理解しやすい商品購入を、さらに授業に組み込む必要があることである。中学生として、商品を選択する時の視点を身につけることも大切である。中学生にとって身近である物、同じ家電製品であっても携帯電話やゲーム機等を、授業計画の後半で支払い方法等を考えさせる時に、他の商品を選択肢としてあげて考えさせる等の方法が考えられる。

2点目としては、自分の消費行動が、生活の様々な場面に影響を与えることを考え、理解させるための分かりやすい教材開発が必要である。さらには、環境への負荷等を理解させる教材の開発が望まれる。

また、具体的な視点を持ち積極的に活動することができる消費者市民を育成するためには、D領域でのみ取り扱うのではなく、他領域でも消費者市民性を意識した授業を実践する必要があると考えられる。

参考文献

- ・公益財団法人消費者教育支援センター『先生のための消費者市民教育ガイド～構成で持続可能な社会を目指し

て～』, 2013年

- ・日本弁護士連合会『日本弁護士連合会第52回人権擁護愛会シンポジウム第3分科会基調報告書「安全で公正な社会を消費者の力で実現しよう～消費者市民社会の確立を目指して～』, 2009年
- ・中学校学習指導要領解説 技術・家庭編, 教育図書, 2008年

付記

本稿は、日本家庭科教育学会第56回大会にて発表した内容をもとに執筆したものである。

- (小野 恭子 釧路校講師)
- (鎌田 浩子 釧路校教授)
- (川邊 淳子 旭川校准教授)
- (大西 康史 釧路市立幣舞中学校教諭)
- (藤本 将人 釧路校准教授)
- (濱地 秀行 札幌校講師)
- (森川 玲奈 伊達市立伊達小学校教諭)
- (太田 和幸 札幌市立山鼻中学校教諭)
- (野口 泰秀 根室市立花咲小学校教頭)
- (福本 あい 北洋銀行)
- (小林 絵梨 北洋銀行)