

すすすく消費者

島根県 平成24年度
消費者教育情報紙

第29号

■トピックス (P1-P3)

- ・消費者教育の推進に関する法律について
※消費者問題出前講座について

■実践教育事例 (P4-P11)

- ・島根県社会科教育研究会
- ・隠岐郡中学校技術・家庭科部会
- ・島根県高等学校家庭科研究会

■島根県金融広報委員会からのお知らせ (P12)



消費者教育の推進に関する法律について

平成24年12月13日、「消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）」が施行されました。

今後、消費者庁に「消費者教育推進会議」が置かれ、消費者庁及び文部科学省は、「消費者教育の推進に関する基本方針」の案を作成し、同会議及び消費者委員会の意見を聴き、基本方針を定めることとなります。



Q1 この法律の目的は（第1条）

背景

消費者と事業者との間の情報の質・量や交渉力に
差があることで生じる消費者被害の防止

消費者自らが考え・行動できるようその自立の支援

消費者教育
が重要

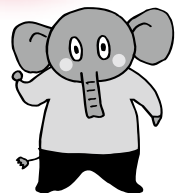
目的

消費者教育を総合的かつ一体的に推進する

- 消費者教育の**基本理念**を定める
- 国・地方公共団体の**責務**を明らかにする
- 消費者教育の推進に関する
基本的な方針等を明らかにする

国民の
消費生活の安定
及び向上に
寄与する

悪質商法に関する相談、クーリング・オフや契約についての詳しいお問い合わせは、
島根県消費者センター（TEL0852-32-5916）
石見地区相談室（TEL0856-23-3657） まで



島根県消費者センター
マスコットキャラクター
たまされんゾウくん

Q2

そもそも「消費者教育」とは（第2条）

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



持続可能な社会の形成に向けて積極的に行動する消費者を育てる教育

※「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
- ・自らの消費生活に関する行動が将来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 をいいます。

この法律では、「基本理念」として以下の項目が定められています。消費者教育を推進する際には、これらの点を考慮しなければなりません。

基本理念 (第3条)

◎消費生活に関する知識を習得し、

適切な行動に結びつける**実践的能力**の育成

◎主体的に**消費者市民社会の形成**に参画し、

発展に寄与できるよう積極的に支援

体系的推進

- 幼児期から高齢期までのライフステージに応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無等消費者の特性に配慮



効果的推進

- 学校、地域、家庭、職域において行われる消費者教育を推進する主体との連携等を確保
- 消費生活行動が現在及び将来の社会経済情勢等に与える影響等多角的視点に立った情報の提供
- 災害等においても合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解の促進
- 環境教育、食育等その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携

消費者問題
出前講座
受付中です!!



講座内容

最近の消費者トラブル事例と対策 など

講座日時

原則、年末年始（12月29日～1月3日）を除く午前9時～午後5時までです。
土・日曜日もご要望に応じて調整します。

講座の時間

1～2時間程度

Q3

国や地方は、どのような責務を負い、具体的には何をするのですか？

消費者教育の推進のため、国や地方には、以下の責務があることが明らかにされています。

国

- 消費者教育推進に関する総合的な施策の策定及び実施（第4条）
※消費者庁と文部科学省は、緊密な連携を図りつつ、消費者教育の推進に関する施策を推進
- 消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下「基本方針」という。）を策定（第9条）
※例えば、「消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項」等が盛り込まれる予定
- 消費者庁に、消費者教育推進会議を設置（第19条）
- 財政上の措置を講ずる（第8条）

地方

- 地方公共団体の社会的経済的状況に応じた施策の策定及び実施（第5条）
※その際には、消費生活センター、教育委員会その他の関係機関相互間で緊密に連携
- 基本方針を踏まえ、都道府県における消費者教育推進に関する施策についての計画（以下「消費者教育推進計画」という。）を策定（努力義務）（第10条）
- 消費者教育推進地域協議会を設置（努力義務）（第20条）
- 財政上の措置を講ずる（努力義務）（第8条）

国や地方は、学校、大学、地域等における消費者教育推進のために、具体的には、以下のような項目を実施しなければなりません。

- 学校における消費者教育を推進（第11条）
⇒・幼児、児童及び生徒の発達段階に応じた適切かつ体系的な教育機会を確保
・教職員に対する消費者教育に関する研修を充実
・消費者教育に関する知識、経験等を有する人材を活用
- 大学等における消費者教育を推進（第12条）
⇒・学生等の被害防止のための啓発等
・教職員への研修機会の確保等
- 地域における消費者教育の推進（第13条）
⇒・高齢者・障害者への支援のための研修・情報提供



この法律の施行後、消費者庁において、消費者教育推進会議が開催されます。消費者教育推進会議は、多様な立場の委員が相互に情報交換する場であり、消費者問題に携わる人、学校の教員、研究者だけでなく、福祉関係者や事業者など幅広い層の意見が消費者教育に反映される予定です。

また、消費者庁及び文部科学省では基本方針の策定に向けて検討されます。関係省庁と協議し、消費者委員会の意見を聴き、消費者教育推進会議で審議されます。

この法律の成立により、「消費者教育の重要性」、「消費者教育が何を意味するのか」、「消費者教育の推進のため何をするべきか」といったことが、法律上明確にされました。本県としても、市町村、消費者団体等とも連携し、消費者教育の推進に取り組んでいきます。



消費者教育の推進に関する法律 HP（消費者庁 HP）

<http://www.caa.go.jp/information/index12.html> ※よくある質問と回答が掲載されています。

対 象

県内に在住するおおむね 10 名以上の団体・グループ等
(各学校へも要望に応じて伺います)

費用負担

講師派遣にかかる旅費・謝金は不要

そ の 他

会場手配、開催周知および当日の準備、片付け、受付等は申請団体でお願いします。

申し込み先

島根県消費者センター（県消費とくらしの安全室） ☎ 0852-22-5103

消費者としての自覚を高め、 主体的な消費行動ができる生徒の育成 ～選択と購入に関する体験的な活動を通して～

安来市教育研究会中学技術家庭部会

1. はじめに

時代とともに購入方法や支払い方法は多様化していくが、その中で一消費者として持つべき普遍的な感覚は「目先のことだけにとらわれず、自分の身の回りの条件を考えて、最も必要な物を選ぶという選択眼を持つこと」ではないだろうか。また、「主体的な消費行動ができる」とは「自ら情報を収集・整理し、有意義な商品選択ができること」ととらえ、次の2点に留意して実践をすすめた。

- ①消費生活の基礎的・基本的な知識を習得する ⇒ ②知識を活用(創意工夫)する という流れを基本パターンとして授業を構成する。
- 中学生に身近な物資・サービスの選択と購入について、疑似的に体験する活動を行わせる。

2. 題材について

題材名 「主体的な消費者としてよりよい消費生活をめざそう」 第2学年

ねらい ○実践的・体験的な活動を通して、消費者の基本的な権利と責任について理解する。

○たくさんの物資・サービスの中から自分にとって必要な情報を収集し、適切な選択や購入、及び活用ができる力を身につける。

学習の流れ(全6時間)			
次	主な学習内容	時	具体的な学習活動
1	自分の持ち物について見直そう	1	○自分の持ち物について不要なもの、必要なものを整理し、見直す。 ○不要なものについて買った理由について考える。
2	自分に必要な商品を選ぼう	1	○必要なTシャツ/筆箱を選ぶときのポイントを考え、グループで話し合う。 ○自分に必要なポイントを選ぶ。
		2	○購入するときの適切な販売方法や支払い方法を選ぶ。 ○それぞれの特徴について考える。
		3	○購入の失敗経験から消費者としての自覚を考える。 ○消費トラブルの対処法を考える。
		4	○買い物シミュレーションをする。
3	不要なものをうまく活用しよう	1	○いらないものについて活用する方法を考える。

3. 疑似体験学習の様子

(1) 買い物シミュレーションⅠ(ソックス)

これまで学習してきた知識を総合して創意工夫する場面で、「運動をするときに使うソックスを選ぼう」という疑似体験学習を設定した。

品質や価格の異なる店舗販売の実物のソックス3足と、通信販売の例1件を提示した。生徒たちは「サイズ、素材、機能」などの視点について表示や手触りをもとに情報を読み取ってワークシートに整理し、友達と意見交換しながらソックスを選んだ。

最終決定の理由は「白地で学校用にいいから」「ス

学習したことを生かして、適切な商品を選ぼう

(1) 購入のための情報収集

氏名()

商品	A	B	C	D
サイズ				
品質				
機能				
デザイン				
価格				
その他				

底の生地が厚くていいね



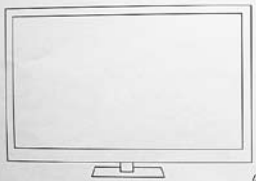
ポーツマンらしいかっこいいデザインの物が欲しかったから「サイズが合うのがこれだけしかなかった」「動きやすそうだった」など、それぞれが自分に合った条件を考慮していた。購入方法については、糸のほつれや破れがないか確かめたいので、店舗販売を選ぶ生徒が多く、価格もそれほど高くないので、現金で即時払いをするという生徒が多かった。

月 日 ()	年 組 番 氏名 ()
<我が家のテレビを購入しよう>	
(1) 条件選び	
◇自分にとって必要だと思う条件に○をしよう	
サイズ	画質
価格	機能
アフターサービス	デザイン
消費電力	オプション
その他 ()	
(2) 商品選び	
◇どの商品にするか選んでみよう	
・第一印象	
商品 ()	理由・・・

(2) 買い物シミュレーションⅡ (テレビ)

「ソックス」のかわりに「テレビ」を用いた疑似体験学習の実践では、「サイズ・画質・価格・機能・アフターサービス・デザイン・消費電力・オプション」の情報を盛り込んだ3種類のチラシを作成し、提示した。

最終決定の理由は「価格」を重視する生徒が多く、次に、部屋の大きさや家族に合わせた「サイズ」や「機能」、購入後の「アフターサービス」を挙げていた。支払方法も分割払いやクレジットカードなど「後払い」を選ぶ生徒が多かった。生徒の感想からは、高価な商品は慎重に情報を吟味して、自分や家族に合ったものを選びようとしている姿がうかがえた。

商品C


<特徴>

- ・40v型
- ・高画質
- ・ダブルチューナー
- ・2画面機能あり
- ・インターネット機能あり
- ・年間約140Wの消費電力
- ・薄型、ブラック系
- ・セットでブルーレイレコーダー、ラック
- ・1年間無料保証
(2年目以降は5%支払い)
- ・¥99,800
- ・通信販売 (〇ヤバネット)

<生徒の感想>

- 実際に自分の目で見て、機械類ならきちんと店員さんに説明を聞くようにしたい。
- 外見だけでなく、機能や中身も理解して、自分の条件や好みに合った商品を買いたい。
- 今まであまり気にしなかったアフターサービスや消費電力についてもちゃんと考えたい。
- 正しい情報を得てから、また高いものは家族や友達に相談してから決めたい。

4. まとめ

疑似体験学習での自由な話し合いを通して生徒の中に新たな気づきがおこり、積極的に情報を収集し、活用しようとする態度が見られた。そして、個人が考えつく以上の多岐にわたる視点から生活に必要な商品を選択することができた。

今後も購入方法や支払い方法の多様化に伴い、生徒の実態にあった身近な具体例も変わっていくであろうが、変化に対応できる力につなげるためには、いかに興味関心を喚起するような題材を取りあげるかということが重要であり、常に教材開発していかなばならない。

また、習得した知識を繰り返し活用して定着させるために、紹介した実践のほかに食生活の学習と関連した疑似体験学習を行ったが、3学年間を見通してどの部分で消費にかかわる学習ができるか、位置づけしていくことが重要であると感じた。

5. おわりに

ほどほどに品質の良い商品が豊富にある便利な生活の中で、生徒自身が主体となって選択したり試行錯誤する場面は少ないというのが実情である。しかし、今回自分たちが主体となって商品選択を疑似体験したことは、具体的なイメージとなって実生活での行動につながっていくだろう。

今後も市内各校の家庭科教員が互いに連携を図りながら、生徒が生き生きと活動し、一消費者としての自覚をもって行動できる人に育つよう、授業を工夫していきたいと思う。

よりよい消費生活をめざし、 豊かなくらしを築こうとする児童の育成 ～「スーパーマーケットではたらく人」の学習より～

島根県社会科教育研究会

指導者 安来市立安田小学校 富山 隆志

1. はじめに

安田小学校は、安来市の中部に位置し、また、鳥取県との県境に近く、5 kmほどで鳥取県米子市の市街地へのアクセスが可能な場所に所在する。周辺には伯太川の水流を生かした田園地帯が広がり、また、土地の気候を生かしたお茶づくりも盛んである。こうした自然豊かでのどかな場所に立地しているが、校区内には商品等を販売するお店は一軒もない。したがって、自家用車で安来市や米子市の中心部まで買い物に行く必要がある。週末になると安来市のスーパーマーケットや米子市の大型ショッピングセンターへ家族で出かける児童も少なくない。児童の買い物の傾向はこうした大型店を利用することが多い。ただ、買い物の経験という点では、自分で品物を購入するということはほとんどなく、多くの場合、欲しいものや必要なものは家の人を買ってもらっている。つまり、自分で判断して買い物をしたり、必要に応じてお店や商品を選んだりする経験はほとんどないと言える。買い物をする際に家の人が商品の品質や価格等に注意していることについてはなんとなく分かっているといった程度であり、また、お店で働く人たちの努力や工夫について考えるにはいたっていない。

そこで、児童やその家族が多く利用しているスーパーマーケットの見学を計画した。今回とりあげるのは、安来市中心部にあるスーパーマーケットA店である。地域に根ざした店づくりをしていて、市内の小学校の絵や習字などの作品展示も行っている。児童は実際に店内の様子や働く人たちの姿を見たり話を聞いたりすることを通して、販売する側の努力や工夫について考えていく。見学時には、これまでの学習で疑問に思ったことをお店の人やお客さんに直接インタビューする。そして、普段は見ることでできないお店のバックヤードに案内してもらい、野菜や肉、魚等を加工したり包装したりするところを見せてもらう。また、お金を持ってきて自分や家族に必要な物を自分で選んで買い物をする。自分自身も消費者の立場になって商品を選ぶことで、商品の並べ方や配置、案内板等の様々な工夫に気づくとともに、よりよい消費者としての意識も高めていきたいと考えた。

2. 単元名 はたらく人とわたしたちのくらし「スーパーマーケットではたらく人」

3. 単元の目標

地域には販売に携わる仕事があり、自分たちの生活を支えていることや、これらの仕事に見られる特色、他地域などとのかかわりを理解するとともに、販売の仕事と自分たちの生活とのかかわりを考えようとする。また、地域の販売の仕事の様子から学習問題を見だし、見学・調査したり、資料を活用したりして具体的に調べたことをグラフや白地図、作品などにまとめるとともに、これらの仕事と自分たちの生活とのつながりについて考えたことを適切に表現する。

4. 指導計画（14 時間）

時 間	主 な 学 習 活 動
つかむ(4)	①日ごろどんなお店で買い物をするのかを振り返り、紹介し合い、白地図にまとめる。 ②家の人のお店の利用について質問することを整理し、質問カードにまとめる。 ③質問カードをもとに家の人の買い物についてまとめる。 ④スーパーマーケットがなぜよく利用されているのかを話し合い、見学の計画を立て、見学メモをつくる。
調べる(7)	⑤見学計画をもとにスーパーマーケットを見学し、売り場の工夫について調べる。(見学) ⑥スーパーマーケットで働く人にインタビューをし、働く人の工夫について調べる。(見学) ⑦お客さんにインタビューをし、お客さんがお店に求めていることを調べる。(見学) ⑧スーパーマーケットの見学を通してわかった、売り場や働く人の工夫を振り返る。 ⑨インタビューでわかったお客さんの願いと、見学等で見つけたお店の工夫とのつながりを考えて話し合う。 ⑩スーパーマーケットの品物の産地を調べ、他地域とのつながりを考え、話し合う。 ⑪お店で行われている環境を守るための取り組みや、地域の人びとが利用しやすい取り組みについて調べる。

まとめる・いかす(3)	⑫地域にあるお店の特色を知り、わたしたちの生活とのかかわりについて考える。 ⑬地域にあるお店の工夫をまとめる。 ⑭学習してまとめたことを発表する。
-------------	---

5. 授業記録

(1) つかむ

買い物調べをする前に、買い物によく利用する店の予想をした。すると、学校から3キロほど離れた場所にあるコンビニエンスストアという意見が多く出された。ちょっとした買い物で児童が連れて行ってもらっていたのがコンビニエンスストアであったためである。そこで、買い物調べをしてお家の人に聞いてみると実際にはA店をはじめとしたスーパーマーケットを圧倒的に多く利用していることが分かった。

(2) 調べる

児童は見学を終えた後、今度は消費者の立場になって実際に買い物を体験した。自分や家族に必要な物を各コーナーを回りながら探し、値段や量などを比べながら選んで買い物をした。少ない金額での買い物ではあったが、自分自身が消費者の立場になって商品を購入する貴重な体験となった。

見学とはまた違った視点でお店の中を回ること、商品の並べ方や配置、案内板等の様々な工夫に気づくことができた。

(3) まとめる・いかす

見学後の学習では、それぞれ調べてきたことをもとに話し合いをした。自分が予想していたことやインタビューして初めて分かったことなどを手がかりにして、お店のいろいろな努力や工夫が、消費者の願いと結びついていることを理解することができた。

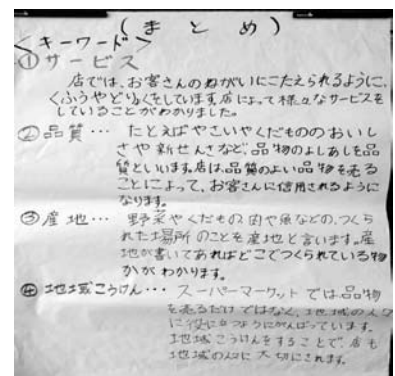
また、スーパーマーケットの見学で学習した経験を生かしながら、店の工夫や特色、消費者の願いなどをさらに詳しくまとめ、学習発表会で発表した。(下の写真は児童が発表会に向けて学習したことをまとめ、ポスターセッションで使用するために作成したものの一部)



店内しょうかい



お店の人にインタビュー



まとめ

6. まとめ

児童はこの単位を通して、販売に携わる仕事が生産生活を支えていることや、これらの仕事に見られる特色を理解することができた。そして、販売の仕事と消費生活とのかかわりについて考えを深めることもできた。また、買い物調べやスーパーマーケットの見学、消費者として実際に買い物をするという体験活動を通して、消費者の願いやニーズを知ることができた。

今後は、本単元で学習したことを生かしながら、どのようなことに気をつけて買い物をすればよいか意識し、よりよい消費生活をめざして豊かなくらしを築いてほしいと考える。

一人の消費者として考え、 行動できる生徒の育成 ～ライフプランの作成を通して～

島根県社会科教育研究会

指導者 益田市立益田東中学校 山 吹 望 美

はじめに

さまざまなものやサービス、情報があふれる現代、消費者の自己決定力や判断力がますます重要になっている。新学習指導要領では経済に関する内容の学習において、経済活動が我々の社会生活に密接なかかわりをもっていることを踏まえながら今日の経済活動に関する諸課題について着目させ、自ら考えようとする態度を育てることが大切である、と記されている。ライフプランを作成することで消費生活を身近なものとしてとらえ、これまで、そして今後の消費や貯蓄について生徒自ら考えることができるよう指導をしていきたい。

1. 単元名 わたしたちの生活と経済

2. 単元目標

- (1) 消費生活や流通・生産のしくみについて意欲的に調べることができる。(関心・意欲・態度)
- (2) 自らの生活と比較し、日本の消費者社会の特徴や課題を考察できる。(社会的な思考・判断)
- (3) 自らのライフプランや家計簿などの資料を活用して所得と消費の関係を考えることができる。(資料活用
の技能・表現)
- (4) 消費者の権利や流通・生産のしくみについて理解することができる。(知識・理解)

3. 単元指導計画

- 消費と貯蓄（1時間：本時）
- 消費者の権利と保護（1時間）
- 流通のしくみ（1時間）
- 生産のしくみ（1時間）

4. 本時の目標

- (1) 家計簿やライフプランの作成を通して、自らの消費生活を意欲的に追究することができる。(関心・意欲・
態度)
- (2) 作成したライフプランを活用し、自らの消費生活を見直すとともに将来の消費生活を考えることができる。
(資料活用 of 技能・表現)

消費者市民を育てる家庭科の試み ～家庭クラブ活動を活用した高等学校消費者教育実践事例～

島根県高等学校家庭科研究会

(実践 島根県高等学校家庭クラブ連盟)

1. はじめに

平成20年度の国民生活白書では、消費者の選択が企業や商品に与える影響力の大きさに着目し、消費者・生活者の行動が社会構造を変えていく消費者市民社会への展望を示した。先進諸国において消費支出は経済の5割以上を占め、消費者の動向は市場経済に大きな影響力を持っている。加えて、近年、社会貢献意識が高まり、2008年の内閣府「社会意識に関する世論調査」によれば「社会の役に立ちたい」という意識を持つ人が7割に達するという。特に環境保護に対する意識の高まりが大きい。また、企業に対しても一定の責任ある行動を求める意識も高くなっている。

しかし一方で、個人的な利益の追求を求める傾向も根強く、さらに経済の複雑化やサービス化の中、様々なりスクにさらされる弱者としての消費者の姿もまた現実の問題である。制度の整備や市場形成のあり方も課題であるが、消費者が自らの役割と課題を自覚して行動することが求められている。

同白書では、消費者教育の有用性を認める一方で、学校での消費者教育が根付いていないことを指摘している。高等学校家庭科では平成6年度から男女共修が始まり、このときの学習指導要領の改訂により消費者教育が本格的に導入されたにもかかわらず、それらの世代(10～20代)でも消費者教育を受けたと答えるものは3～4割台にとどまる。(内閣府「国民生活選好度調査」2008年)そして、学校教育に関わるものとして衝撃的なのは、学校教育における消費者教育受講の有無が、消費者力に影響を及ぼしていないことが指摘されたことである。(消費者力調査は消費者力検定による)学校での本格的な消費者教育導入後の世代では環境に関する消費者能力は高いが、契約・悪徳商法に関する消費者能力はむしろ低くなっており、また高等学校での消費者教育を受けて間もない10代後半の3割弱が、「消費者教育を受けたかどうかかわからない」と回答している点から、学校での消費者教育のあり方を検討する必要があることが指摘されている。

そこで、高等学校で家庭科教員として消費者教育に携わる立場から、何が足りないかを考えた。授業で行う消費者教育の定着が不十分であることから、そのさらなる充実をはかることはもちろんであるが、そのほかの方策も含めてどのような手立てが考えられるか。消費者教育を確実に受けているはずの若い世代の消費者としての能力が、特に契約・悪徳商法の分野で低いことは、実体験の不足とも考えられるが、消費者被害の体験と消費者能力の向上の関連性は否定されていることから、単純に体験を積むことが不可欠とはいえない。よく行われるロールプレイなども、体験不足を補うだけの目的ではじゅうぶんには効果が上がらないだろう。さらに当事者意識(主体性)と行動に結びつける力をつけることが求められている。

白書で指摘されたもう一つの重要な点(これこそがこの白書の目指したものと直結しているが)は、社会的価値行動を実践している人の消費者力が高いことである。それが、「消費者市民」であり、そのような人々が作り出す社会が「消費者市民社会」である。そして白書では「我が国では消費者市民社会で十分に力を発揮できる能力を身につけた人が、きちんと育成されているとは言えないのが現状である。…経済社会を変える存在として批判力、判断力が求められ、教育の在り方を検討していく必要がある。」と述べている。批判力、判断力を育成する教育のあり方こそが、今現場に求められる消費者教育である。

その観点で今、家庭科を眺めると、この教科が他教科にない教育資源を持っていることがわかる。「家庭クラブ」である。「学校家庭クラブ」は、高等学校で家庭科を学ぶ生徒が組織する教科クラブである。この組織を活用して、消費者教育の実践を試みることにした。

2. 学校家庭クラブと島根県高等学校家庭クラブ連盟指導者養成講座

「学校家庭クラブ」活動は、家庭科を学習する生徒が、「自己の家庭生活や地域の生活と関連付けて生活上の課題を設定し、解決方法を考え、計画を立てて実践することを通して生活を科学的に探究する方法や問題解決の能力を身に付けさせる。」ことを目的に、ホームルーム単位又は家庭科の講座単位、さらに学校としてまとまって学校や地域の生活の中から課題を見だし、課題解決を目指して、グループで主体的に計画を立てて実践する問題解決的な学習活動である。(学習指導要領より)

この実践活動により、家庭科の学習で習得した知識と技術を、学校生活や地域の生活の場に生かすことができ、問題解決能力と実践的態度の育成はもとより、ボランティア活動などの社会参画や勤労(この部分が前述の白書で言う「社会的価値行動」と重なる考える)への意欲を高めることができる。という位置づけの活動であり、さらに活動の発展のため、全国高等学校家庭クラブ連盟が任意に組織され、その下部組織である島根県高等学校家庭クラブ連盟には、県内の大多数の高等学校が加盟する。島根県高等学校家庭クラブ連盟では、毎年夏に、加盟校の生徒代表を集め、一泊二日の指導者養成講座を行っている。この研究では、この指導者養成講座をフィールドとして、生徒たちに「社会的価値行動」を行う意義と姿勢を、消費者としての行動と絡めて考えさせることとした。

3. BlueEarthProject 大学部の招聘

BlueEarthProject は、もともと神戸松蔭中学・高等学校で、高校卒業前の生徒が行っていた課外活動である。その活動で「社会的価値行動」の意義に目覚めた生徒たちが、卒業後さらに活動を発展させたいと、顧問である谷口理教諭とともに BlueEarthProject 大学部を立ち上げ、各地で実践的なワークショップを中心とした啓蒙活動を行っている。平成 23 年度の指導者養成講座では「BlueEarthProject (大学部) 島根塾」として招聘した。今回のワークショップのスタイルは、一つのテーマについて数人の生徒と一名の大学生がグループを作り、解決方法を考え、アクション (行動) に結びつける。というものである。生徒たちはあらかじめ自分のグループのテーマについて事前学習を行っている。

今回は、講座全体の大きなテーマを「大震災後の日本を作る案～消費者市民としてチェンジメーカーになろう～」とし、BlueEarthProject 島根塾のほか、モルツウェル (株) 代表 野津積氏を講師として、企業の視点から「社会的価値行動」について講演をいただいたことも付け加えておきたい。

4. ワークショップの実際

ワークショップは次のような流れで行った。

1 日目	内容 活動紹介
30 分	BlueEarthProject の活動の紹介、消費者としてのアクションのあり方にも触れる
2 日目	内容 ワークショップ (テーマ: 食 水 温暖化)
15 分	アイスブレイク 大学生一人と高校生数人のグループごとに分かれ、自己紹介など
15 分	それぞれのグループの大学生による、高校時代のアクションの体験談
40 分	高校生による模擬企画会議 (大学生の体験を受けて、自分たちができることを考える)
20 分	各グループによる発表
10 分	まとめ



5. 結果・考察

事後のアンケートによると、この企画会議の結果、生徒が特に強く感じたのが、「多様な視点が得られた」ことと、「チームワークの大切さ」(ともに平均 6.0 / 7 点満点中) である。また、ついで「社会貢献への意識」と「相互尊重の大切さ」(ともに平均 5.9 / 7) も得点が高く、さらに「自分の可能性の広がり」(平均 5.8 / 7) も感じていた。一方で、「自分の未熟さ」(平均 5.7 / 7) への自覚も生まれていた。これは「事前準備が役立った」(平均 4.8 / 7) と感じた生徒が調査項目中最も低い得点であったことから裏付けられる結果であり、生徒たちが今後真摯に社会に向き合うために自分の未熟さを自覚することは、消費者として欠かせない批判的思考の醸成にも重要である。しかし、社会貢献への意識は高かったが、「社会の中での役割意識」や「社会への責任」(ともに平均 5.4 / 7)、「社会への使命感」(平均 5.2 / 7) まで強く感じるには至らなかった。また、顧問教員からの回答でも、大学生との交流が「新たな学び・気づき」(平均 6.0 / 7) をうみ、「市民性育成に役立つ」(平均 5.8 / 7) と評価されていたが、「消費者市民としての自覚」(平均 5.5 / 7) につながったとまでは明確にはいえないと思われ、課題が残った。

最後に参加した生徒の感想を引用する。「今回一番驚いたことは、若い人や高校生が広報することで、自分たちより年上の社会人の心を動かせるということでした。これからは、この模擬企画会議で学んだことを身近な人から伝えていき、高校生から発信して地域を変えていこうと思います。」

消費者市民社会で発揮できる力を育てる消費者教育を、その基盤である社会的価値行動の育成を通して取り組んでいきたい。

金銭・金融教育の講師(ゲストティーチャー)を派遣します

私たちが生活をしていくうえで、お金とは切っても切れない関係にあります。

それだけに早いうちからお金とのつきあい方をしっかりと身につけておくことが大切です。

島根県金融広報委員会では、児童、生徒の成長段階に応じた金銭教育や金融教育を行うことが必要と考え、小・中・高等学校における授業や講演会、教員やPTA向けの研修会等に無料で講師を派遣しています。

▼金銭・金融教育とは？

金銭教育

- 物やお金を大切にすることを通して、正しい金銭感覚を養う
- 働くことを尊ぶ考え方を身につける

金融教育

- 金融・経済に関する正しい知識を習得する
＜金融教育の4つの分野＞
- ①生活設計・家計管理
- ②経済や金融のしくみ
- ③消費生活・金融トラブル防止
- ④キャリア教育



小学校家庭科「じょうずに使おう物やお金」の授業で行われた「カレー作りゲームに挑戦しよう」の様様

▼テーマ事例

(小学校向け)

- 私たちの生活とお金
お金はどのように家庭に入ってくるのだろう？
私たちの生活のためにどんなお金が使われているのだろう？
お金の価値を知って、よりよい「お金」の使い方を考えてみよう。
- お金の役割と使い方
- カレー作りゲームに挑戦しよう
限られた予算の中で、カレーの材料を買う方法を考え、金銭感覚を養おう。
また、物を買う時の基本的な態度や意思決定する力を身につけよう。
- おこづかい帳をつけてみよう
おこづかい帳のつけ方を学び、おこづかいを計画的に貯めたり有効的に使う習慣を身につけよう。
- どうする？お年玉の使い方
- ものの値段が決まる仕組みを知ろう
- お金と仕事

(中学校、高等学校向け)

- 私の命を育んだお金はいくら？
生まれてから高校(中学)を卒業するまでに、どのくらいお金がかかっているのか計算してみよう。
- 受験のための経済学
自分の進路にかかる経費を計算し、授業や学生生活に関する価値を経済的側面から考えてみよう。
- ひとり暮らしの生活費
- インターネット、携帯電話のトラブル事例
いつでもどこでも気軽に利用できる便利なインターネットや携帯電話も、使い方を誤るとトラブルに。無用なトラブルを回避する知識を身につけよう。
- 正社員とフリーターの違いを知ろう
- 将来の夢とお金の関係
- 税金の仕組み
- 金利の計算をしてみよう
- 銀行の仕組み
- クレジットカードの仕組みと多重債務
- 金融商品のリスクとリターン

＜お問い合わせ先＞

島根県金融広報委員会事務局

〒690-8553 松江市母衣町55-3 日本銀行松江支店内
http://www3.boj.or.jp/matsue/kinkoui/kinkoui.html

TEL：0852-32-1509 FAX：0852-32-2042