

主権者教育としての消費者教育の授業開発・実践：
消費者市民社会形成の視点を踏まえて

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2019-07-01 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 三谷, 典生, 松浦, 早姫, 上野, 仁士, 竹澤, 優善, 足立, 大智, 橋本, 康弘 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10098/10661

主権者教育としての消費者教育の授業開発・実践 — 消費者市民社会形成の視点を踏まえて —

福井大学大学院教育学研究科 三 谷 典 生
福井市役所 松 浦 早 姫
福井大学大学院教育学研究科 上 野 仁 士
福井大学大学院教育学研究科 竹 澤 優 善
福井大学大学院教育学研究科 足 立 大 智
福井大学教育学部 橋 本 康 弘

本研究は、2016・2017年度の福井大学大学院教育学研究科修士課程学校教育専攻必修科目「協働実践研究プロジェクト」において行われた開発・実践を基盤としている。

本研究の目的は、主権者教育の枠組みの中で消費者教育を捉えなおすことにより、従来の啓発活動中心の消費者教育から脱却し、消費者市民社会の形成者を育成する授業開発を行うことである。

キーワード：主権者教育, 消費者教育, 消費者市民社会

1. はじめに

公民科の目標について、平成22年版高等学校学習指導要領解説 公民編では「広い視野に立って、現代社会について主体的に考察させ、理解を深めさせるとともに、人間としての在り方生き方について自覚を育て、平和で民主的な国家・社会の有為な形成者として必要な公民としての資質を養う」¹⁾とされている。つまり、公民科では社会を構成する一員として主体的に社会の形成に参画する態度を育てることが目標とされている。

また、公職選挙法の改正によって、18歳から投票が可能となったことから、主権者としての自覚と態度を育成することは社会的に要請されていると言える。しかし、国政選挙における若者の投票率は低く、平成29年10月に行われた衆議院議員選挙では10歳代の投票率が40.49%、20歳代の投票率が33.85%と低い水準だった²⁾。この状況を鑑みると公民科の目標である「主体的に社会の形成に参加する態度の育成」が果たされているとは言えず、主権者教育がより重要になっていると言える。

そもそも、主権者教育は「国や社会の問題を自分の事として捉え、自ら考え、自ら判断し、行動していく主権者としての自覚を促し、必要な知識と判断力、行動力の習熟を進める教育」³⁾と定義されるが、さらに分類すると狭義の主権者教育と広義の主権者教育に分けることができる。

狭義の主権者教育は「国民主権の主体としての教育」と定義され、政治参加教育と言い換えられる。具体的には「模擬選挙」や「模擬請願」といった活動を通して政治参加を体験させることである。

一方、広義では「国家の形成者としての教育」と定義され、国家・社会の形成者としての教育と言い換えられる。具体的には「ルール作り」や「身の回りの公平・正義について考える」といった活動を通して、社会で問題となっている事象に対して判断・意思決定する枠組みを作ることである。

主権者教育の課題について、桑原(2016)は「投票に行くことを義務として押し付けたり、投票を経験させて身近な物として慣れさせたりするだけでは政治離れや社会離れを止めることはできず、投票率の改善にもつながらないのではないかと述べている⁴⁾。これは上述した狭義の主権者教育だけではなく、広義の主権者教育を行うことの必要性について言及していると言える。つまり、若者の生活に身近な事象を題材にして、現代社会の課題を捉える問題意識や課題に対する公正な判断力などを育むことが必要であり、政治参加や有権者教育に縛られることなく、主権者としての資質を広く捉えることが必要である。そこで、本研究では若者の生活に身近な題材として「消費」を取り上げ、授業を構成することとした。

2. 主権者教育と消費者教育との関連

消費者教育では悪質商法等の手口を紹介したり、クーリングオフ等の制度を紹介したりするといった注意喚起中心の啓発活動が行われてきた。しかし、こうした注意喚起が行われているにもかかわらず、相談件数は2014

年度が94.6万件、2015年度が92.7万件となっており、消費者被害が減っているとは言い難い状況にある⁵⁾。このことから、啓発活動だけでは不十分であり、注意喚起にとどまらない内容を消費者教育において行う必要があると考えられる。

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及びこれに準ずる啓発活動である。この消費生活に関する教育には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」とされている⁶⁾。ここに述べられている「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」とされている⁷⁾。つまり、消費者市民社会とは消費者一人一人が社会に影響を与えるという自覚をもって消費行動をする社会であり、この社会を形成していく消費者を育てることが消費者教育では求められている。このことから従来の注意喚起中心の消費者教育では不十分であると言える。

消費者教育が目指す消費者市民社会と主権者としての資質を考慮すると、消費者市民社会を形成していく消費者市民は主権者としての資質の1つの側面とみることができ、主権者教育として消費者教育を行うことで従来の主権者教育と消費者教育、双方の課題を克服できると考えた。

以上の事から、「主権者教育としての消費者教育」をテーマとし、消費に関する問題を通して、現代社会の課題を把握し、これからの社会をよりよくする方策を考える授業提案を行う。

3. 福井県立奥越明成高校での授業実践

3-1 授業開発の過程

授業開発の前段階として、高齢者を対象とした消費者教育を行った。この活動では従来の消費者教育の枠組みの中で消費者市民社会の形成に寄与できるのかを検証することをねらいとしていた。結果として、従来の注意喚起型の消費者教育では消費者被害を防ぐ地域（社会）づくりという、消費者が主体的に社会を形成する意識を持つことは難しいと考えるに至った。そこで、従来の枠組みではなく、主権者教育の枠組みの中で消費者教育を捉えなおす必要性を再認識した。

授業を開発するにあたって、従来行われてきた消費者教育について検討を行った。検討には中学校で用いられる教科書を使用しており、以下は中学校社会と家庭科における消費者教育に関する検討結果である。

学校教育における消費者教育は中学校社会（以下、社会科）と家庭科で行われるが、消費者問題については主

に家庭科で扱われており⁸⁾、社会科は経済学習の一部として消費者や法制度を契約自由の原則から取り扱うように構成されていた⁹⁾。消費者教育について、各教科で扱う内容に差異が見られたが、消費者市民社会の形成という、消費者教育の目的を鑑みると、社会科と家庭科の両教科とも不十分であると言える。消費者市民社会の形成を目指すためには、消費者問題を通して社会をよりよくしていくためにどう行動していくかを考えていくことが必要である。

授業で取り上げる消費者問題の事例に関して、消費者教育では悪質商法やクレジットカードの問題などが主に取り扱われる。しかし、これらの消費者問題は高校生にとってはイメージしにくいものである。そこで、消費者問題のイメージをつかみやすくするため、授業では高校生にとって身近な事例を取り上げることとした。また、事例を紹介するだけでは意味がないため、体験的な活動を通して消費者問題に対する理解を深め、消費者市民社会の形成に向けてどう行動していくかを考えるという授業構成にした。

3-2 授業概要

開発した授業は福井県立奥越明成高校の協力を得て実践を行うことができた。授業概要および消費者問題の事例については以下のとおりである。

授業は2時間構成となっており、1限目の導入では「身近な消費に関する問題を知る」ためにスマホ課金問題を取り上げた。この事例は2017年に起こった問題で、スマホゲームに数十万課金した20代の男性（警察巡査）が失踪したというものである。この事例では日常生活において、「消費」に関わる問題が自分達にも起こりうるのだと理解することをねらいとした。

次に展開1では消費におけるモノの信用性に疑いを持たせる。事例としては2013年に起こった化粧水白斑事件を取り上げた。有名化粧品会社の商品であっても事件が起こるといことから値段やブランド、品質と言った基準は必ずしも信用できるものではないということに目を向けさせた。

展開2では2011年に起こったユッケ食中毒事件を取り上げた。この事例は自治体が監督している飲食店でも食中毒が起こってしまったということ、また、定められたガイドラインが遵守されていなかったという事情もあり、企業が利益を求めた結果、法が守られなかったという法制度上の問題を示している。これらのことから、絶対的な信用が置ける基準があるのかということに疑問を呈すとともに、安心して生活していくためには法が一層整備されていることが必要なのではないかということを生徒に投げかけた。

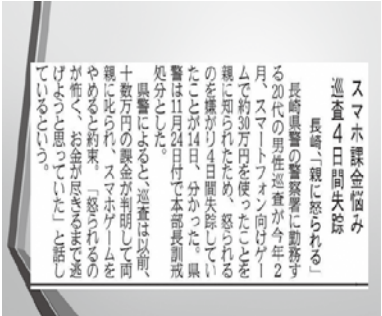
2限目の展開3ではフリーマーケットアプリで商品を購入した時に空箱しか送られてこなかったという事例を用いて、現在の法の実態について触れた。商品説明欄に

わざと長い説明を書いたり、小さい文字で書いたり、分かりにくい説明であったとしても、事実が記載されていれば法制度上は詐欺には問われない。また、フリーマーケットアプリでは購入できるかどうかは早い者勝ちということもあり、商品が人気商品だった場合には売買契約を成立させるためには商品説明を丁寧に読む時間がとれないという状況にある。つまり、説明を読まないと

いけないというきまりは分かっている、競争原理が働き、それができないということである。法の論理より、経済の論理が優先されてしまうことは、現代社会の問題点の一つであると言える。

展開4では県内で起こった事例について消費者センターの方に話をさせていただいた。

以下は実際に行った学習展開を示したものである。

時配	学習内容（活動）	資料	授業記録（生徒の反応）
1 限目 導入 -5分	あいさつ ・4～5人のグループを作る。		・グループを作る。
	<ul style="list-style-type: none"> ・スマホに重課金した成人男性が失踪した事件の概要を説明する。 長崎県の20代の巡査がスマホゲームに30万課金し、それが親に知られ失踪した。 ・20歳を過ぎて課金しすぎる大人をどう思うか尋ねる。 ・お金を使って買い物をする事を「消費」と言うが、身の回りにある消費の問題について考えてみよう。 ・普段、何にお金を使っているかについて尋ねる。 化粧品がでない場合は提示する。 ・買っている化粧品の種類やどうしてそれを買っているかを尋ねる。 ・値段やブランド、品質は本当に信用できるのか。 ・カネボウという会社を聞いたことがあるか尋ね、挙手させる。 ・カネボウの美白化粧品を使っていた女性が、次々と白斑が出たという症状を訴えた事件の概要を説明する。 ・カネボウの事例を聞いて、どう思うか尋ねる。 ・ブランド、品質、値段の信用性を問いかける。 有名な会社の商品でも白斑事件が起こるし、品質も使ってみないとわからない、値段も高い。 	<p>パワーポイント</p>  <p>福井新聞 2017年12月15日付朝刊より抜粋¹⁰⁾</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・話を聞く。 ・はずかしい。しょうもない。 ・30万円も課金しない。 ・食べ物（おかし）、携帯、漫画、文房具、本、化粧品 ・値段（高い・安い）、ブランド、品質（効果・肌に合う） ・知っている。知らない。 ・ショックだな、怒る、この会社のものは買わない。
		何を信用すればいいのだろう？	
	<ul style="list-style-type: none"> ・信用できるものはないか尋ねる。 		<ul style="list-style-type: none"> ・わからない、友達が使っている、国の基準

<p>展開2 40分</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・何を信用すればいいのかを別の事例で考えて見ましょう。 ・架空の2つの店の情報を提示して、どちらの店を選ぶかを考える。(公式HPやレビューサイト、ツイッターなどの資料)肉の質や、量、品種は同じとする。 →一人で資料の中から必要な情報を見つけ出し、店を選ぶ。 ・どのような基準で店を選んだのかを生徒に尋ねる。 ・お店には営業許可が出されていることを伝える。 ・県(自治体)が許可を与えているから、安いお店でも大丈夫なはず。信用できるか問いかける。 ・「えびす」で起こったユッケ食中毒事件の映像を見せる。(26分)(休憩) 	<p>資料</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・考えを記入する。 ・他の人の意見をメモする。 ・同じものなら安いほう、やっぱり高いほうがよさそう、わからない。 ・安いお店は胡散臭い ・できる。 ・映像を見ながら、考えたことをワークシートにメモする。
<p>2限目 導入 5分</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・前時のまとめをする。 生肉の取扱いにはガイドライン(国の基準)があって、これを守らないと営業できないはず。だけど、店が守らなかった。 ・事件当時の法制度と事件後の法制度について説明する。 事件当時に設定されていたのはガイドラインで守らなくても罰則が無かった。事件後には基準が厳格化され、罰則も設けられた。 ・企業が利益を求めて、市民の安全な暮らしが脅かされることが無いように、法制度を整備しておくことが必要。 	<p>パワーポイント</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・食中毒事件の問題点をワークシートにまとめる。 ・国が守ってくれているはずなのに守れていない。 ・ワークシートにまとめる。

展開1
25分

メルカリ

- ・シチュエーションを説明する。
今話題の物を買いたいが、お店は売り切れで手に入らなかった。その時に、フリーマーケットアプリで探したところ偶然手頃な値段で出品されていた。
- ・出品情報から購入するかどうか考える。
スライド1（アカウント名、出品者からのコメント、評価）
スライド2（出品物、値段）
スライド3（商品説明、値段）
を順に2秒ずつ提示する。
- ・買うかどうか挙手させ、理由を尋ねる。

- ・箱しか送られてこないこと、実際に起こった事例であると伝える。

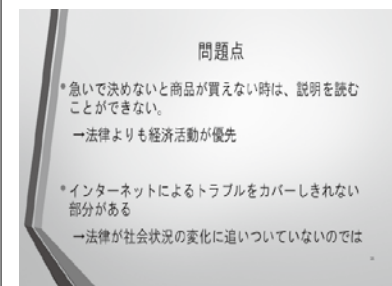
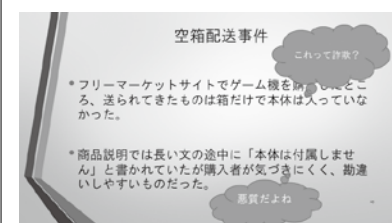
- ・なぜこのような事件が起きるのか？

- ・そもそもこれは詐欺だと思うか尋ねる。
- ・現在の法律制度を説明する。
刑法の詐欺罪にはあたらな
法の抜け穴がある
→経済活動が優先されて法律制度が機能しない、社会状況に法律制度が追いついていないのではないか。

パワーポイント



こんにちは。丁寧な対応に努めていきますので、よろしくお願いたします。
質問等ございましたら、気軽にコメントくだ...
もっと読む



- ・速くてよくわからない。

購入する。
丁寧そうな人だし、評価も良いから、値段が安い

購入しない。
悪い評価がついているから、怪しいから、出品物の写真が不明瞭だから箱だけだったから

- ・わからない
- ・ゆっくり説明を読むことができればわかるけど、読む時間がなかった。
- ・説明が長いから
- ・詐欺だと思う。

私たちにできることは何か？		
	・国が私たちを守りきれない状況で安心して買い物をするためにはどうすればいいですか。	主権者として ・法律を監視する。 ・法の課題（抜け穴）を考える 消費者として ・法律の課題（抜け穴）があったら伝える。
展開2 10分	・消費者センターの方による講演 福井県内で起こった消費者問題の事例をもとにした啓発	・話を聞く。
感想 5分		・本日の学習の感想を書く。

4. アンケートとヒアリング調査の結果

授業を通して、消費者市民としての意識が芽生えたのかを検証するため、授業の前後でアンケートを行った。

また、アンケートの記述内容について記述の意図を詳細に把握するため記述内容に特徴がみられた2名を選び、ヒアリング調査を行った。

4-1 アンケート結果

事前アンケートは時間の都合上、記入に時間がかからない選択式で行った。また、事後アンケートは授業後の変化について把握するため記述式で行った。

Fig.1は事前アンケートの「消費者被害を知っているか」という質問に対する回答の内訳をグラフにプロットしたものである。15人の生徒が消費者被害を知らないと回答しており、回答者の約60%が消費者被害を知らないという結果だった。

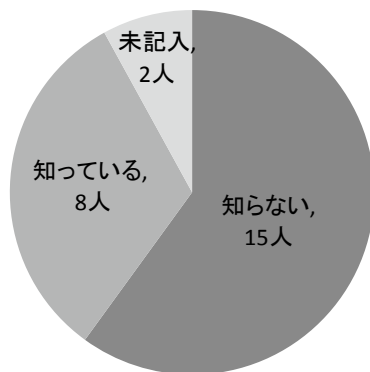


Figure.1 消費者被害を知っているか (単位：人)

授業後のアンケートにおいて、①今後自分の行動で心がけたいこと、②授業を受けて気をつけたいと感じたこと、③授業を受けての感想、以上3点について自由記述の回答を求めた。

自由記述の集計方法は質問ごとに生徒の記述内容をラベリングし、その項目に関する記述をした生徒の数を集計した。

Figure.2は①の質問に対する生徒の回答、Figure.3は②の質問に対する生徒の回答をそれぞれ集計し、グラフ

にプロットしたものである。なお、②の質問については複数の生徒が2つの項目について記述しているため、クラスの人数より多い集計結果となっている。

①の質問に対する生徒の回答を見てみると、「商品の説明を見る」と回答した生徒が20人おり、クラスのほとんどの生徒が記述していた。他には「情報を集める」や「自分の判断基準を持つ」という記述をした生徒が1人ずついた。

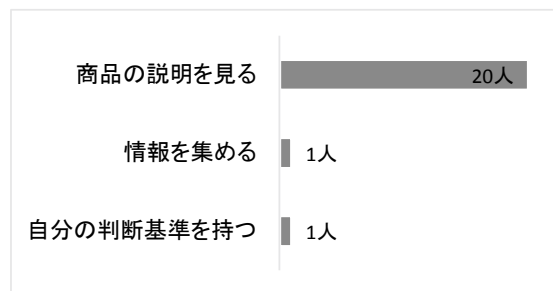


Figure.2 今後、心がけたいこと (単位：人)

②の質問に対しては、「消費行動に対する危機意識を持つ」という記述をした生徒が20人だった。他には「悪質な商品についてSNSを通じて発信する」や「法制度の不備を監視する」という記述をした生徒がそれぞれ3人ずついた。

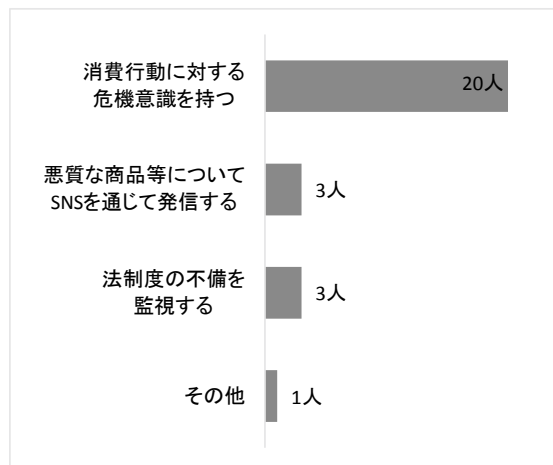


Figure.3 授業を受けて気をつけたいこと (単位：人)

4-2 ヒアリング調査の結果

ヒアリングでは授業後のアンケートについて、記述の意図や具体的にどのように感じたのかなどを質問した。

4-2-1 Aさんへのヒアリング結果

①今後の行動について 消費者も店側だけに任せるのではなく、買うことに責任を持ってしっかり調べることが大切だと思う。

②気を付けたいこと 売られている商品は安全だと思っていたが、実際には様々な事件が起きているので、事前に下調べを行ったり、法制度に抜け穴が無いかを監視したりしていきたい。

③感想 何を基準にすると大丈夫だと言えるかわからないので、色々な視点から自分自身で調べようと思った。

ヒアリング調査に対するAさんの回答を見てみると、自己の行動に注意を払うという消費者としての意識に加えて、法制度の監視やトラブルをなくしていくと言う主権者としての社会的な行動にも言及している点に特徴がある。

4-2-2 Bさんへのヒアリング結果

①今後の行動について 情報を集めてから行動する

②気を付けたいこと 法律や説明書きに注意する

③感想 行動を起こすことが大切で、他者ではなく、自分を信じるべき

ヒアリング調査に対するBさんの回答を見てみると、授業の内容については、伝わっているものの、「自分が気をつける」という消費者としての行動意識に留まっているという特徴がある。

5. 本研究の意義と課題

本研究の意義として、2点あげられる。1点目は消費者被害への意識が向上したことである。事前アンケートにおいてはクラスの60%が消費者被害について知らないと回答していたが、授業後のアンケートでは、「商品の説明を見る」や「情報を集める」、「自分の判断基準を持つ」という記述をしている。また、今後気を付けたいことに関する質問では「消費行動に対する危機意識を持つ」と回答した生徒が非常に多かった。このことから授業を通して、消費者被害への警戒心を高めることにつながったと言える。

2点目は、主権者としての意識の向上が見られたことである。授業後の感想やヒアリング調査の結果から、「法律を監視する」や「SNSを用いて情報を共有し、被害に遭う人を減らす」という、よりよい社会をつくるために自分たちはどのように行動していくことが望ましいのかという視点から記述されていた。この視点は主権者として必要不可欠なものであり、主権者としての意識を向上させることができたと言える。

反省・課題としては、社会全体へ目を向けることができた生徒がいる一方、「自分が気をつける」といった自分の消費行動への言及に終始する生徒も見られ、全員が

こちらの掲げた目標に到達したとは言い難い点である。原因として、法律の監視や自治体への要請といった行動は生徒にとっては想起しにくいからだと考えられ、主権者としての行動と消費者としての行動との間にある隔たりを解消する手立てが必要となる。

消費者市民としての資質を主権者の1つの側面として捉え、主権者教育の枠組みの中で消費者教育を行うことは消費者教育と主権者教育双方の課題を克服できる可能性があり、本研究はその可能性を示唆するものである。今回の反省・課題を改善した授業開発を行い、主権者教育と消費者教育の更なる発展につなげていきたい。

6. おわりに

本研究は2016年度と2017年度に行われた、福井大学大学院教育学研究科修士課程学校教育専攻必修科目「協働実践研究プロジェクト」において、福井大学教員と院生が協働して取り組んだ授業開発・実践を基盤としている。

本研究にご協力いただき、授業実践の場を提供してくださった福井県立奥越明成高校の斉藤雄次先生をはじめ、奥越明成高校の関係者の方々に改めて謝辞を申し上げます。

【註】

- 1) 文部科学省『高等学校学習指導要領解説 公民編(平成22年)』, 1章2節
- 2) 総務省 HP より
http://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo_s/news/sonota/nendaiabetu/
- 3) 藤井剛『主権者教育のすすめ—18歳選挙権に向けて先生・生徒の疑問にすべてお答えします』, 清水書院, 2016年, 20-21
- 4) 桑原敏典「まちづくりを通して学ぶ主権者教育プログラムの開発—ワークショップを取り入れた参加型学習の実践を通して—」, 『岡山大学大学院教育学研究科研究集録』, 163号, 2016年, 49-58
- 5) 消費者庁『平成28年版消費者白書』, 111-163
- 6) 消費者庁『消費者教育の推進に関する法律』, 2012年
- 7) 同上
- 8) 開隆堂『技術・家庭 家庭分野』, 2016年, 214-241
- 9) 東京書籍『新編 新しい社会公民』, 2015年, 120-127
- 10) 「スマホ課金悩み巡査4日間失踪」, 『福井新聞』, 2017年12月15日付朝刊

参考文献

- 阿部信太郎「消費者教育」日本社会科教育学会編『新版社会科教育事典』ぎょうせい, 2012年, 202-203
- 新井明「消費者教育」日本社会科教育学会編『社会科教育事典』ぎょうせい, 2000年, 200-201

三谷 典生, 松浦 早姫, 上野 仁士, 竹沢 優善, 足立 大智, 橋本 康弘

猪瀬武則「消費者教育」森分孝治・片上宗二編『社会科
重要用語の基礎知識』明治図書, 2000年, 248

**Lesson development and practice of consumer education as citizenship education:
Based on the viewpoint of consumer citizen society formation**

Yoshitaka MITANI, Saki MATSUURA, Hitoshi UENO, Masayoshi TAKEZAWA, Daichi ADACHI, Yasuhiro HASHIMOTO

Keywords : Citizenship education, Consumer education, Consumer citizen society