福井大学リポジトリ
UNIVERSITY OF FUKUI
REPOSITORY

「消費者市民社会」の構築をめざした「消費者教育」の研究-大学院『消費者教育研究』の授業における協働をもとに-

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2013-03-05 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 松田, 淑子, 宮永, 麻生, 清水, 美歩蕗, 齊藤, 康介 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10098/7306

「消費者市民社会」の構築をめざした「消費者教育」の研究

ー大学院『消費者教育研究』の授業における協働をもとにー

松田　淑子(*1)　宮永　麻生(*2)　清水　美歩蕗(*2)　齊藤　康介(*2)

（2012年９月27日　受付）

キーワード：消費者市民社会・消費者教育・持続発展教育・家庭科・学習指導要領・知識社会

緒　言

グローバル化、情報化の進んだ資本主義社会の中で、人類は、地球環境の悪化、政治経済の閉塞感、格差と貧困、人間関係の希薄化など、数々の深刻な課題に直面している。そして、経済最優先の資本主義社会からの脱皮が希求されるとともに、それに代わる社会として、「知識社会」、すなわち人が模索し協働しながら新しい知を生み出すことに価値が置かれる社会へと移行しつつあると言われている。

他方、資本主義経済の発展は、社会を「生産」と「消費」に二分した。先進国においては、既にその重心が「生産」から「消費」へと移って久しく、現代社会を生きる人々は、生まれてから死ぬまで「消費者」として存在する。従って、「消費者」としての生き方を考えることは、現代人としての生き方を考えることに通じ、消費の在り方の転換とは現代社会の在り方の転換に通じるのである。そのことを念頭におけば、「消費者教育」とは、現代人の生き方と現代社会のこれからの在り方を考え、描き、その方向性を示す極めて重要な教育だと言えるだろう。

本論は、大学院の授業において、教員と院生との協働により、「消費者教育」の変遷、土台、めざすべき方向性について調査・検討したことを踏まえ、これからの「消費者教育」の在り方について提案したものである。併せて、このような大学院での学び合い、協働によって生ずる新しい知と、その「知の創造」の営みそのものの価値についても言及した。

本研究は、新しい時代の価値でもある「知の創造」をめざした授業スタイルをとりながら、現代社会の課題解決に向けたこれからの「消費者教育」の在り方を提案したものである。

---

*1福井大学教育地域科学部生活科学教育講座
*2福井大学大学院教育学研究科教科教育専攻

1．本研究の目的と構成

（1）研究の目的①：これからの「消費者教育」への提案

資本主義社会とは、ものが「商品」となり、ひとが「労働力」となり、それらが「市場」で自由に売買されて成り立つ社会である。資本主義社会の発展期には、「市場」中心で社会全体が回るため、「市場」の外、つまりものの原材料のもとであり最終処分場ともなる「地球環境」や、ひとを生み育てケアする「家庭」のことを考慮することはなかった。しかし、資本主義社会が成熟期に入った頃から、そのつけは表面化し、資源の枯渇と争奪、地球環境の悪化、少子高齢化に伴う諸問題、家庭内暴力や児童虐待など家庭内の諸問題、人間関係の希薄化などが本格的に噴出し始めた。さらに市場経済も、南北や各国内での格差、貧困問題などを背景に行き詰まり、グランドデザインを持てない中で政治の混迷も進行してきている。

これらの根底にある市場中心、経済最優先の資本主義社会に対する問い直しが迫られていることは言うまでもない。それは、グローバルな経済や政治における問い直しの必要性であるとともに、現在の資本主義社会で中心となっている「消費」の在り方とそれを担う「消費者」一人ひとりの生き方への問い直しの必要性でもある。この社会の行く末は「消費者」としての私たち一人ひとりの行動にもかかっているのである。「消費者」が自らの立場への自覚と責任をもつことの重要性を認識し、行動していけるようになるために、これからの「消費者教育」は一層重要になるだろう。本年８月10日に「消費者教育推進法」が成立したことは時代の要請なのである。そして、学校教育におけるこれからの「消費者教育」の提案とそれを創造し実践できる教師力も望まれるだろう。

本研究は、これからの「消費者教育」の方向性を提案することを目的とするとともに、そのような授業を担える教師力育成を第一の目的としている。

（2）研究の目的②：「知の創造」の授業の価値

本論は、2012年度前期の本学大学院教育学研究科『消費者教育研究』の授業を基盤としており、授業において、授業担当教員と受講院生３名によって構成し執筆したものである。

前述したように、現代社会は人が模索し協働しながら新しい知を生み出すことに価値がおかれる「知識社会」へと進化しつつある。このような時代の転換期において、子どもたちや若い世代の生き方や彼らが必要とする能力は、現在の大人たちが育った時代のそれとは大きく異なってくるだろう。そして、「知識社会」に向け、児童・生徒・学生が主体的に考えることを重視した、授業改革・教育改革も進められており、本年８月28日には中央教育審議会から二つの答申、「教職生活の全体を通じた教員の資質能力の総合的な向上方策について」、「新たな未来を築くための大学教育の質的転換に向けて～生涯学び続け、主体的に考える力を育成する大学へ～」が示された。教育改革の鍵は、小・中・高等学校の教育を担う教員の資質向上と大学教育の転換にあるからである。

教師を志す者が受講する教員養成の大学や大学院の授業は、彼らにとって教師側に立つ前の最後の授業の機会となる。つまり、授業改革のモデルを体感する最後の機会として、その授業の意味は大きい。本授業はそのことを強く意識したものであり、特に今年度の本授業[1]は、協働で論文（本論）にまとめるプロセスを通して「知の創造」を試みたものである。前述したように、「知識社会」を担う子どもたちを育てるこれからの教師には、「教える」だけにとどまることなく、児童・生徒の主体的な学びを支え、児童・生徒とともに協働しながら新しい知を生み出せるような授業を実践していくことが望まれる。教師自身にそのような学びの体験があることは重要であろう。

本研究は、これからの「知識社会」を牽引するための「知の創造」の授業の価値を示すとともに、そのような授業を担える教師力を育成することを第二の目的としている。

（3）本研究の構成

第１章では、本研究全体の目的と構成を示した。

第２章では、目的①に応じ、これからの「消費者教育」の提案を行う。そのために、まず第１節では、これまでの学校教育における「消費者教育」の変遷を確認し、現状での「消費者教育」の方向性やこれからの「消費者教育」の重要性をについて考察する。第２節では、持続性の危ぶまれる現代社会における「持続発展教育」[2]の重要性とその課題を確認した上で、「消費者教育」の土台にも「持続発展教育」を据えることを提案する。第３節では、これからの「消費者教育」のめざすべきものとして「消費者市民社会」の構築を位置付けることを提案する。これらを踏まえて、第４節では、これからの「消費者教育」の展望をまとめる。

第３章では、目的②に応じ、第２章で展開した論を導くプロセスを通して実践された「知の創造」の授業について考察するとともに、本論全体についてのまとめと課題を提示する。

２．新しい「消費者教育」の展望

本章では、学校教育における「消費者教育」の変遷と、「持続発展教育」、及び「消費者市民社会」に関する調査に基づき、それらの関連性を踏まえ、これからの「消費者教育」の方向性と展望について提案する。

（1）学校教育における「消費者教育」の変遷

緒言で触れた通り、資本主義は社会を「生産」と「消費」に二分した。「生産」優勢の時代に「弱者としての消費者」を守るための教育が生まれた。それは時代と共に変化し、現在では消費者の「権利」と「責任」が謳われるまでになった。本節では、学校教育における「消費者教育」の変遷をたどる。

以下、１）から４）に記す「消費者教育」の変遷については、西村隆男氏の著書『日本の消費

者教育』第3章、第4章を参考にしている。

1）「生産」優勢の経済社会

学校教育における「消費者教育」は、戦後の米国による新教育と共に始まった。1947年度版の最初の学習指導要領では、「消費者教育」は新設された社会科の中に位置付けられ、単元「消費者の物資選択に際して社会の力はどういう影響を与えているであろうか」（第9学年）が設けられた。米国による民主化政策の意向もあり、ここでは、消費者主権を打ち出し、消費者の選択能力を高めることを課題として取り上げた。

第1次改訂が行われた1951年度版の学習指導要領では、同じく社会科において、単元「経済社会を改善するにはどのように協力したらよいか」（中学3年）が置かれた。日常の消費生活を改善し、生産に寄与し、経済の発展に貢献しうるという自覚、態度を持たせるべきと示された。この頃、家庭科では、特に「消費者教育」についての単元は置かれていなかった。ただ、1957年発行の家庭一般の教科書には、「公正な価格の商品を買うと、健全な産業の正しい発達につながる」などの消費生活に関する記述が見られる。

1947年度版の学習指導要領とは打って変わり、これらはまさに高度経済成長の時代を反映している。社会の力、つまり「生産」が「消費」へ大きく影響し、また、経済の発達のために良い消費生活を送ることが求められていた。このように、家庭で行われる「消費」に対して、社会の側の「生産」が優勢であったことが、「消費者教育」が「家庭科」ではなく「社会科」で取り上げられた理由だと考えられる。

ただし、この後、さらなる経済発展のために、社会では知識詰め込みによる一定の学力水準のある労働者が求められるようになった。受験教科である社会科の中で、「消費者教育」のウエイトは次第に弱まっていった。

2）消費者の保護

再び「消費者教育」を動かしたのは、行政による力が大きかった。高度経済成長下では、1955年の森永砒素ミルク事件をはじめとする食品公害や、1962年のサリドマイド事件などの薬害のように、購入した商品が大きな被害を招く事件が次々と発生した。当時は、被害者が行政へ救済を求める手段は無かった。これらの被害は社会問題となり、消費者問題が意識されるようになった。

この状況に対処するべく、1961年には経済企画庁長官の諮問機関として、国民生活向上対策審議会が設置された。国民生活向上対策審議会に、生活環境及び消費者問題についての諮問がなされると、これに対し、1963年「消費者保護に関する答申」が示された。ここでは、国民経済の最大の集団である消費者は、行政全体が生産に傾いている中で、全く保護されていないとして、消費者保護行政を充実させるべき時に来ていると答申した。この答申を機に、行政では消費者保護の流れが次々と起こった。

1964年には、通産省の産業構造審議会消費経済部会から「消費者意向の活用の方策と「消費者教育」の在り方についての答申」が示された。この答申では、これからの消費者は商品やサービ

スの多様化へ対応し、誇大不当な表示に対抗していくことが必要とされると示し、学校での「消費者教育」も充実を図ることが望ましいと触れている。続いて、1966年には、国民生活審議会が「消費者保護組織及び「消費者教育」に関する答申」を出し、自主性を持った「賢い消費者」を育てることとした。ここでも、学校教育における「消費者教育」について触れられ、より広範囲な対象を教育できると期待された。

さらに、1968年に「消費者保護基本法」が施行された。この法律は、消費者の利益の擁護、消費生活の安定向上を目的とした。そして翌年には消費者保護は地方自治の事務に組み込まれ、70年前後には各自治において消費者センターが次々と設置された。

上記の行政の動きを受け、第４次改訂1971年度版学習指導要領では、ついに「消費者保護」を中学校、高校社会科に取り入れた。国や地方公共団体は消費者保護に関する施策を推進すること、事業者はそれらの施策に協力することに触れ、それとともに、消費者は消費生活に必要な知識を習得し、自ら消費生活を向上する努力が必要であることを理解させるとした。(中学社会・公民)しかし、これらは、「消費者問題とその解決に向けた消費者保護」という政治・政策の問題としての学習に留まった。生活に根ざした消費教育的思考は、むしろ家庭科にシフトし、高校家庭科の家庭一般では「購入と消費」「消費者の立場」などの項目が次第に現れるようになった。

３）消費者の自覚

1980年頃、日本経済は低成長期を迎えた。若者や高齢者への訪問販売による悪質商法などが頻発し、消費者を取り巻く環境もより厳しくなった。1976年には訪問販売に関する法律が設置された。さらに、多重債務による個人破産も多発した。このころから、消費者の自覚が謳われるようになり、特に経験の浅い若者の消費者取引における契約教育の重要性が指摘されるようになった。その為、学校教育における契約についての学習も要請されるようになった。

そして1986年、国民審査委員会より、意見書「学校における消費者教育について」が出された。資産形成取引、消費者信用、無店舗販売など契約に関する取引被害が多くなった今、契約の重要性や生活設計の考え方を理解させ、合理的判断ができる消費者を育てる必要があるといった内容であった。

この意見書が大きく影響し、第６次改訂1989年度版学習指導要領では、契約の重要性についての理解が「消費者教育」に含まれるようになった。中学社会科の単元「国民生活の向上と経済」（公民分野）の中では、当時の取引の多様化、契約の重要性を取り上げ、消費者として主体的に判断し、行動することが大切であることを考えさせることとした。家庭科では男女共修制が導入されたこともあり、「消費者教育」の趣旨が一段と強調された。単元「家庭経済と消費」が新設され、その中に小単元「消費生活と消費者としての自覚」が置かれた。

４）家庭で営まれる「消費」優勢へ

第７次改訂2002年度版学習指導要領では、完全週５日制の実施に向けて、教科の内容が大幅に削減された。各教科の学習内容の整理統合が行われる中で、「消費者教育」については社会科で

は深入りしないこととし、家庭科に移行する形になった。消費者保護の項目は社会科公民に残るが、その扱いは消費者保護行政を中心に扱うことと敢えて明示されている。一方、高校家庭科においては、家族と家庭生活の領域で販売方法や消費者保護について知ることに加え、消費者の権利と責任を理解し、主体的に判断できるようにするとしている。また、新たに、自分の生活が環境に与える影響について考え、環境に配慮した消費生活を工夫することが内容に加わった。

社会科から始まった「消費者教育」は、学習指導要領の第４次改訂の頃から徐々に家庭科へと移行してきた。その背景には、「消費者教育」の目的が変化してきたことが挙げられる。かつては、経済発展の為の「消費者教育」であった。次第に「消費者教育」は、消費生活の向上や、消費者の育成を目的とするようになった。今日では消費生活は家庭経済の中で大きなウエイトを占め、大人だけでなく子どもまでも、消費者になり得る時代となった。そして、家庭での消費生活が環境をはじめ、社会に大きな影響を与える「消費」優勢な生活へと変化してきた。この変化が、「消費者教育」が「社会科」から「家庭科」へ移行した経緯と考えられる。

５）これからの「消費者教育」

2004年、「消費者保護基本法」が「消費者基本法」に改正された。規制緩和、高度情報通信社会への状況の変化に対応するため、消費者がより自立するための支援をすることが目的とされた。この改正に現れたように、消費者は「保護」されるものから「自立」するものへと変わった。そして、これからは、消費者は指導されるだけでなく、消費者としての生き方を学び、自ら考え行動していくことが求められている。

第８次改訂2013年度実施の学習指導要領において、高校家庭科では、今日の消費者問題や、消費者が意思決定を行う過程について具体的な事例を通して考えさせ、意思決定の重要性について理解させるとしている。また、第７次改訂の学習指導要領から取り入れられた消費者の権利と責任も引き続き取り上げられている。消費者の責任とは、自ら進んで消費者生活に必要な情報を収集し、適切な意思決定や消費行動によって意見を表明し、社会への影響を考えて行動することであると示されている。現代では、商品やサービスと同様、消費者被害や問題もますます多様化、複雑化している。生徒は、先に述べたように「具体的な事例を通して」意思決定について学ぶが、実際は「事例」とは異なる、多様で複雑なケースにおいて意思決定を求められるであろう。その中で、消費者としてどう対応し、どう意思決定するかを、自分だけでなく社会への影響も考慮しながら判断する力を学校教育の中で育むよう期待されている。

また、同じく第８次改訂2011年度版学習指導要領では、小・中学校の家庭科が、「家族・家庭と子供の成長」、「食生活と自立」、「衣生活・住生活と自立」、「身近な消費生活と環境」の四つに構成された。消費の項目が、従来主流であった衣食住、家族の分野と肩を並べる形になったことからも、消費生活に関する教育が、これからの生活全体をより良くしていく為の一つの重要な鍵であることが伺える。

そして2012年８月10日、「消費者教育推進法」案が可決された。この法律では、学校において、

「消費者教育」の機会を確保するための施策を推進する義務が定められている。既に消費者による主張や行動が、消費生活、家庭生活、社会をつくる時代に移っている。これからは、生活者を育てるために「消費者教育」は大いに重要となる。学校教育の中でも、今後益々「消費者教育」が取り入れられることが望まれる。

（2）「持続発展教育」を土台とした「消費者教育」

前節では、学校教育における「消費者教育」の変遷と現状、及び学校教育におけるこれからの「消費者教育」の重要性について確認した。そこで明らかにしたように、これまでの学校教育における「消費者教育」は、消費者の保護から始まり、自立、権利の確立、責任へと移行してきた。それを受け、本節と次節では、これからの消費や消費者の在り方について考え、行動できるような責任ある消費者をめざした「消費者教育」の在り方について検討する。

21世紀に目を向けると、地球環境問題や資本主義経済の行き詰まりを感じさせられる。このような現代社会において、未来社会や人々の生き方をよりよいものにし、持続可能なものとすることは喫緊の課題である。その課題に取り組むための教育として「持続発展教育」は非常に重要である。

そこで本節では、第１項で「持続発展教育」について説明し、第２項でこれからの学校教育における「消費者教育」の土台に「持続発展教育」を取り入れていくことを提案する。

１）「持続発展教育」が生まれた経緯と今後の課題

「持続発展教育」（以下、ESD と略する）とは、一言で言えば、未来までずっと続いていくような社会をつくる力を育む教育のことである。

マスメディアを通して、私たちには日常的に戦争、貧困、環境破壊などの問題が伝えられている。それらの問題に NGO や政府、企業などのあらゆる人たちが、各分野で問題の解決に取り組んでいる。一方、問題の根本的解決に最も必要なのは、まさに今起きているそれらの課題に取り組み、解決していく人を育むことであると考えられ、そのような教育が国際的に推進されるようになった。

前述の教育と情報化が進む中、平和や貧困、環境、政治、経済など各分野での問題が、複雑につながり合い、共通の根を持っていることが理解されるようになり、今後は各課題を総合的に見て、課題同士をつないでいく教育が必要であると考えられるようになってきた。

世界的な動向に目を向けると、1987年の「国連環境と開発に関する世界委員会」で「持続可能な開発」という概念が提示され、その後いくつかの国際的な会議で「持続可能な開発のための教育」の必要性が確認された。

1992年にリオデジャネイロで行われた「国連環境開発会議」（地球サミット）では、アジェンダ21の中で持続可能な開発のための教育の重要性が指摘された。

2002年、ヨハネスブルグでの「持続可能な開発に関する世界首脳会議」（ヨハネスブルグサミ

ット、第2回地球サミット）の実施計画の議論の中で、日本のNGOと政府が「国連持続可能な開発のための教育の10年」を共同提案し、各国の政府や国際機関の賛同を得て、実施計画に盛り込まれた。日本は2002年の第57回国連総会に、2005年から2014年までの10年間を国際連合「持続可能な開発のための教育（以下、「持続発展教育」と同様にESDと略する）の10年」としてスタートしようという決議案を提出し、決議された。これは、環境問題をはじめとする諸問題が山積する中、経済発展にしても、このままでは持続可能な社会が築けないのではないかという懸念を背景として、教育の側面を強調したものであった。その決議でユネスコが主導機関に指名され、ユネスコを中心に2005年からESDの動きが始まった。2006年には内閣官房に設置されたESD関係省庁連絡会議が、我が国におけるESDの実施計画を策定し、同計画に基づいてさまざまな関係者と連携し、ESDを推進している。

本年6月にはブラジルのリオデジャネイロで「国連持続可能な開発会議」（リオ＋20）が開催され、1992年の地球サミットから20周年を機に、今後10年の経済や社会、環境のあり方などについて議論された。しかしながら本会議は、アメリカをはじめとする主要先進国首脳の不参加の中、環境保全を優先しようとする先進国と、経済成長を優先しようとする新興国、発展途上国との対立がみられ、経済と環境を両立させる「グリーン経済」を提唱した成果文書を採択したものの具体的な数値目標も示されることはなかった。

以上のように、ESDは国連と日本政府が共に推進している教育界の最重要課題である。しかしながらその理念と現実には溝もあり、その溝を埋めるためにも、さらなるESDの推進が重要であると言えるだろう。

2）「持続発展教育」を土台とした「消費者教育」の必要性

経済のグローバル化により、世界中から安値で大量のものが入ってくるようになった。同時に大量消費社会となっている。大量消費の生活を続けることで、ゴミの増加、エネルギーの過剰消費、労働雇用環境の悪化、経済格差、貧困などの問題が起こっている。安くて便利なものを消費するということは、自由な競争を追い求めたことで起こる低賃金・不安定な雇用、ひとやものの使い捨てをすることであり、この消費形態が続けば、持続可能な社会の形成は不可能である。従ってこれからの消費者は、ものの消費・選択の際に、持続可能性を意識するとともに、社会に対して持続可能な仕組みを提案していく主体的な関わりをもつことが必要となるだろう。

前述したように、世界には環境、貧困、平和、開発といった様々な問題がある。私たちが直面する様々な課題を解決し、今世界に生きる人々から将来の世代までが安心して暮らすことのできる社会が「持続可能な社会」だと言える。その実現のためには、一人ひとりの人間の尊厳を尊重する、人を生かしてくれている自然に畏敬の念を持つ、他者との違いを認め合い多様性を尊重する、などの価値観をすべての人が共有することが必要となる。この価値観の共有は、平和教育や人権教育、環境教育など様々な教育が最終的にめざすところでもある。

ESDは、環境教育、人権教育、平和教育など社会的な課題に関わる様々な活動をつなぎ、分

野や立場を越えて協力し合い、子どもや大人に「共に生きる力」を身につけること、先に挙げた価値観にたどり着くことを目的とする学びである。換言すれば、持続可能な開発を進めていくためには、環境問題、貧困、差別、戦争など様々な社会的課題に多角的に取り組んでいくこと、ESDを土台とした多岐にわたる学習の積み重ねが必要だということである。そのようなESDを「消費者教育」の土台にも据えることにより、子どもたちが消費者の責任を実感し、消費行動を変えていこうとする意識の変容と行動の変容が起こることが期待できる。

とりわけ学校教育の中で、自ら進んで消費生活に必要な情報を収集し、適切な意思決定や消費行動による意思表明をし、社会や環境などへの様々な影響を考え行動できる判断力を持った消費者を育成できる「消費者教育」を行うことが重要であろう。経済、社会、環境など幅広い視野で消費を考え、行動することのできる消費者を育てることで、持続可能な社会の形成に大きく近づいて行くと考えられる。

ESDの視点を取り入れた授業実践は、財団法人ユネスコ・アジア文化センター（ACCU）発行の「ESD　教材活用ガイド－持続可能な未来への希望－」や「ひろがりつながるESD　実践事例48」、「学校＆みんなのESDプロジェクトひろがりつながるESD実践事例101」などに紹介されている。これらの授業実践には、教師が知識を軽んじることなく必要な知識や技術は教え、児童・生徒に体験や行動をさせ、最後に児童・生徒が提言をしているという共通点がある。これからの社会では、子どもたちが学んだことを活かして、よりよい生き方を自ら求めていけるかどうかが大切である。知識詰め込み型で終わらない、ESDを土台とした「消費者教育」は、学んだことを活かして行動できる子どもの育成につながっていくであろう。

ESDは特定の教科のみならず全ての教科の土台にあり、持続可能な社会をどう創っていくのか、という観点を提供するものである。そして、ESDを土台にした「消費者教育」がこれからの未来社会を担う子どもたちに必要であることを、まず教師自身が認識することが大切である。教師には、よりよい社会づくりをし、よりよい人生にしていこうとする行動力のある子どもを育成していく責任があるのである。ESDを土台とした学校教育における「消費者教育」と、その様な教育を担える教師力の育成が一層希求されるだろう。

（3）「消費者市民社会」の構築をめざした「消費者教育」の提案

第1節で明らかにしたように、「生産」優勢の時代から「消費」優勢の時代へと変化する中、「消費者教育」における消費者は、守られる立場から、自立する存在へと転換してきた。そして現在、将来世代へ持続できるような社会が求められており、第2節で述べたように、全ての教育の土台にESDが位置付けられようとしている。その中で消費者は、自立とともにその責任を問われるようになってきた。消費者の責任とは、将来の世代をも含む他者や将来の社会全体が、持続発展できるような消費行動をとるという責任であり、そのような責任ある市民としての消費者をめざすことである。

このような視点に基づき、本節では、「平成20年版国民生活白書」で示された「消費者市民社会」[3]について解読し、そこで特に重要だと思われたことについて第１・２項に要約した。その上で第３項において、「消費者市民社会」の構築をめざした「消費者教育」の提案を試みたい。特に、「環境・倫理的消費者力」[4]という新しい価値観と、その価値観を形成していく「消費者教育」の在り方について提案したい。

１）「消費社会」から「消費者市民社会」への転換

第１節では、日本の学校教育における「消費者教育」の変遷をたどることにより、生産と消費と教育の関係を見てきた。ここでは、「平成20年版国民生活白書」第２章「消費者政策の経済分析」に基づき、世界における「消費者の時代の変遷」について考察する。

「消費者の時代の変遷」（図１）[5]は、20世紀初頭から始まり、「消費社会の時代」、「消費者運動の時代」、「グリーン消費者運動の時代」へと変化していき、今新しい時代、「消費者市民社会の時代」を迎えようとしている。

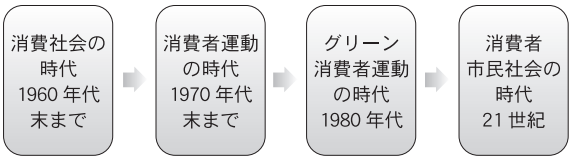

図１　消費者の時代の変遷

「消費社会の時代」は、20世紀初頭から1960年代に位置付いており、「大衆消費社会の時代の到来とともに消費者意識の高揚と家計における金銭管理、商品テストなどの情報による自己防衛などに最も焦点が当てられた時代」[6]であり、大量生産・大量消費の時代の中で、消費に必要な貨幣に価値が置かれていた。そのため、家計の金銭管理が消費の自己防衛手段として重要な時代であった。

次に来る「消費者運動の時代」は、1970年代に大衆消費社会における問題が多数発生し、消費者はその問題に対して不買など消費者運動を起こすようになった。「市場構造の問題に焦点を当てて消費者としての権利や消費者全体の利益の実現に重心が置かれた」[7]時代である。消費を行わなければ、市場が成り立たないことから、不買運動によって消費者としての権利を作り上げた時代であり、消費者行政も進み、消費者を守るようになった時代でもあった。

「グリーン消費者運動の時代」は、「大気汚染や水質汚染などによる身近な生活環境の悪化に伴い、環境保護への関心が更に高まった」[8]時代である。身近な環境汚染から消費者の生活が脅かされるようになり、身近な環境を配慮するような消費生活が求められるようになった。

そして、グリーン消費者運動は「身近な環境から、地球規模の環境、社会の在り方まで議論の広がりを見せ」[9]、「21世紀に入ると、さらに生活する市民としての「生活者」という視点が重視され「消費者市民社会」という概念を基に、公益的問題へ積極的に参加する消費者・生活者が意識され」[10]る「消費者市民の時代」へと進化してきている。消費者は単に守られる存在から自立する存在へと転換したのである。その背景には、日本人の意識調査[11]においても表れているように、「自己利益だけの追求が必ずしも社会を良くしないことを示す事件や世界規模での自然災

害」[12]の増加からくる、「個人の利益よりも国全体の利益を大切にすべきだ」という意識の高まりなどもあるだろう。

2）「消費者市民社会」における消費者の役割とそれを支える素地

「消費者市民社会」の時代において、消費者としての行動は、社会全体、将来世代に大きく影響を与える。そのため、求められる消費者像は社会の主役として活躍できる人であり、その人たちを「消費者市民」と呼ぶ。ここではまず、「平成20年版国民生活白書」はじめに、に示されている「消費者市民社会」における消費者の役割と消費者が活躍できるために必要な素地について要約し、考察したい。

消費者は、経済の主体として、より公益のある企業を選択していくことが重要であるが、同時に消費者が何を求めるかは企業にとって最も重要な視点である。その中で、より公益のある企業の商品・サービスを選択することによって、公平な市場や企業の競争力が生まれ、国全体の力になっていく。またその選択の中で、社会の問題解決や、困窮者への支援など、社会的価値行動を重要視するようになれば、消費行動が社会の在り方まで変化させていくことにつながっていく。

しかし、このように「消費者市民」としての行動を継続していくには、それができるような環境、つまり心にゆとりをもてる環境を維持できることが必要である。現代はストレス社会といわれるほど、多くの人がストレスを抱えながら生活しており、それが原因で鬱になったり、病気を引き起こしたり、最悪の場合自殺に追い込まれるケースもある。そのような状態では、「消費者市民」は育たないであろう。「消費者市民社会」の実現には、一方で人々がストレスを感じず、幸福でいられるような社会をつくりあげていくことも必要である。

このように、「消費者市民社会」においての「消費者市民」の役割は、自分たちが「消費」という行動によって、経済の主体となることを自覚した上で、経済がよりよい発展を遂げるように選択していくことである。一方、そのためにも、人々が社会をよくする主体として、社会的価値行動に取り組めるよう、ストレスを感じない社会をつくり上げていくことが「消費者市民社会」の素地として重要となるであろう。

3）「消費者市民社会」の構築をめざした「消費者教育」にむけて

「平成20年版国民生活白書」第３節「我が国の消費者力」では、消費者が、消費者として生きる力を「消費者力」とし、消費者市民に必要な「消費者力」を、「経済・金融に関する消費者力」、「価格に敏感な消費者力」、「環境・倫理的消費者力」の三つに分類している。そして、個々の「消費者力」に値する内容は国ごとに違ってくるが、その三つの「消費者力」をバランスよく持つことが消費者市民社会において重要になると述べている。「消費者市民教育」とは、自らの商品選択や、積極的な行動によって、公正で持続可能な社会づくりに貢献できると感じ、そのために行動する消費者を育てる教育である。その教育内容は、前述した三つの「消費者力」を育み、「消費者市民」として貢献できる態度を育成できるようになるものでなければならないだろう。

但し、筆者らは、今日の日本においては、北欧諸国と比しても、特に「環境・倫理的消費者力」

に力点を置かなければならないと考える。なぜなら、価格や経済・金融についての消費者力は、消費者としての「今」を見据える力であるが、「環境・倫理的消費者力」は、「今」から「未来」へつなげていく力であり、それこそが「消費者市民社会」のあり方に最も必要な力であると考えるからである。言うまでもなく、ここで言う環境倫理とは、自然環境だけでなく、他者とのつながりや世界とのつながりなど、人を取り巻く環境全てを含めている。

但し、これら三つの力は互いに連動しているものでもある。例えば、「価格に敏感な消費者力」とは、安さ・便利さの裏側にあるものも考え、調べる力を育むことにもつながるだろう。値段に表れない見えないコストをも読み取る力を育むことも含むのである。つまり、価格に敏感というのは、ただ単に安いか、安くないかだけでなく、その価格が設定されている背景を認識することである。「環境・倫理的消費者力」として、自分の支払うお金が環境や生産に携わる誰かを幸せにする力を持つものだと感じる力を育むことに通ずるのである。また他にも、フェアトレード商品を購入することによってもたらす効果を学ぶことによって、消費と他者とのつながりを学ぶことができるだろう。特に、持続可能な社会を構築していく上で、消費における他者との関わりを認識し、行動できるようになるための「環境・倫理的消費者力」は、「経済・金融にかかわる消費者力」と連動して、自分の消費が経済社会に影響を与えることに気付き、よりよい選択を考える力を育むことになる。このようにして、消費行動を多角的に考えることを学ぶことによって、様々な消費と社会とのつながりを意識することができるようになるだろう。

これらの「消費者力」を学び行動していくための「消費者教育」が「消費者市民教育」である。換言すれば、「消費者市民教育」とは、ESD を土台とし、「消費」という分野から作り上げる教育である。具体的には、消費者として、消費に関わる背景を見抜くための情報収集・分析能力を身につけ、その背景を多角的にとらえる思考力や持続可能な発展に関する価値観を身につけ、消費における新しい代替案を考える批判力を育むことなどである。そして、その価値観を見出し、作り上げていく過程で必要なコミュニケーション能力も重要になる。これらの学びを得るためには、ESD のように、探求や実践を交えた参加型アプローチの教育を展開していくことが必要であろう。そして、最終的には、知識の習得で終わるだけでなく、それを行動に移すことができる消費者になることが重要なのである。

以上のことを踏まえて、改めて定義すれば、「消費者市民教育」とは、消費者として持続可能な社会を構築していくために、必要な理解力、思考力、判断力、表現力を学び、そこで得た価値観を行動に移す消費者市民を育むための教育なのである。

（4）これからの「消費者教育」の展望

地球環境問題や資本主義経済の行き詰まりを感じさせる今日の社会において、消費の在り方、消費者の生き方は、未来社会や人々の生き方にかかわる重要事項である。そして「ポスト消費資本主義社会」を牽引できるのは、他でもない「消費者」なのである。本章では、現代の「消費者」

に対する「消費者教育」についての提案を行ってきた。

第１節では、これまでの学校教育における「消費者教育」の変遷を確認し、時代とともに「社会科」と「家庭科」を往還しながら進化してきたことを確認した。その上で第２節では、これからの「消費者教育」の土台にESDを据えることを提案した。さらに第３節では、「環境・倫理的消費者力」に重点を置いた「消費者力」育成をめざした「消費者教育」により、「消費者市民社会」の構築をめざすことを提案した。

今、消費者は、保護されるべき受け身の存在から、自立し、その責任を自覚し、他者や世界の未来にも考慮した「消費者市民」へと転換することが求められている。そして、社会問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況などを考慮した「消費者市民」としての消費行動をとること、社会の発展と改善に積極的に参加し「消費者市民社会」を構築していくことは、現代人の使命とも言える。

「今」の消費を「未来」へつなげていくため、人々が環境・倫理的価値に基づいた消費行動をとれるための「消費者教育」を樹立し実行していくこと、そしてそれを実践できる教師力の育成が望まれている。

３．終わりに　～「知の創造」の授業の価値と「消費者教育」の発展に向けて～

本授業では始めに、３人の院生に対して三つのテーマを提示した。「学校教育における「消費者教育」の変遷」「消費者市民社会」「ESD」である。これらのテーマは、これからの「消費者教育」を創造していく上で、是非押さえておきたい事実や概念であった。院生の興味・関心に応じて三つのテーマを分担し、調査・発表（中間報告会と最終プレゼンテーション）を行った。「学校教育における「消費者教育」の変遷」は宮永、「消費者市民社会」は齊藤、「ESD」は清水がそれぞれ担当した。当初は各自のテーマを調べることが課題であったが、報告を重ねるごとに三つのテーマの関連性が見え、そのつながりを明確にしつつ、めざすべき「消費者教育」を追求しようとすることが統一の課題となって浮上してきた。この営みはこれからの「消費者教育」を担う教師にとって、土台となる重要な力量形成と言えるだろう。さらに今後、ここで導き出しためざすべき「消費者教育」を授業実践に結び付け、授業案の作成を行いたい。

本論の執筆に際しては、何度も原稿検討会を重ねた。検討会では、各パーツの内容の検討や加筆修正のみならず、三つのテーマの関連性と本論全体の主張や主題についての検討を重点的に行った。調べたことを要約して表すことから始まり、それについての自分の考察を交え、さらに各自が調べたことや考察したことを基に、そのコラボレーションによって全体として何かを導き出すという経験であった。院生にとって初発のテーマこそ与えられたものではあったが、本論の執筆は、各パーツを深く理解した上で、教員も含めた四人で創り出すものであり、まさに「知識社会」の中核となる、協働による「知の創造」の貴重な体験となったと思われる。このように、教員と院生がともに学び合い、知を創造するという体験は、将来、教師となった時の授業創りに大

きく影響を及ぼすのではないだろうか。

「知識社会」の実現と進展は、「消費者市民社会」の実現と相俟って、現代社会の諸課題解決と持続可能性の遂行への希望とも言えるだろう。

本論では、ESD を土台とし、環境・倫理的消費による「消費者市民社会」をめざした「消費者教育」を提案した。

本論は、教師を志す院生の授業の取り組みの中で生まれたものである。学校教育における「消費者市民社会」に向けた消費領域の授業開発と、それを実践できる教師の育成は、「消費者教育」の両輪であろう。

今後、具体的な授業案を提示することを次の課題とすると同時に、本論作成に当たり協働的な学びを体験した院生たちが、やがて協働的な学びを実践する教師となり、「消費者教育」を実践することを期待して本論を閉じたい。

【注】

[1] これまでの本授業については、松田淑子、2010、『知の創造としての授業をめざして　～授業改革へ向けての一提案～』教師教育研究、第３巻（Vol.３）、217-224頁、及び、松田淑子・山田志穂・吉村祐美・賈璐、2012、『大学院の授業における「学び合いの場」の創出とその意義』福井大学教育地域科学部紀要、第２号、305-317頁などを参照。

[2] ESD（Education for Sustainable Development）は「持続可能な開発のための教育」と訳されていたが、日本ユネスコ国内委員会で、国内への普及促進を目指し、より簡単な名称である「持続発展教育」に変更された。

[3] 「平成20年版国民生活白書」では、「消費者市民社会」とは、個人が、消費者・生活者としての役割において、社会問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況などを考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会、と定義している。

[4] 「平成20年版国民生活白書」159頁より

[5] 「平成20年版国民生活白書」第２－１－１図「消費者を取り巻く環境の変遷」より一部抜粋して作成

[6] 「平成20年版国民生活白書」75頁より引用

[7] 「平成20年版国民生活白書」77頁より引用

[8] 「平成20年版国民生活白書」79頁より引用

[9] 「平成20年版国民生活白書」81頁より引用

[10] 「平成20年版国民生活白書」81頁より引用

[11] 内閣府「社会意識に関する世論調査」（2008年）より

[12] 「平成20年版国民生活白書」３頁より引用

【参考・引用文献】

石井克枝　編著、2010、高等学校新学習指導要領の展開　家庭科編、明治図書

上野千鶴子、1990、家父長制と資本制、岩波書店

尾島恭子・大浦美雪・綿引伴子・分校（松田）淑子、2004、『持続可能な社会に向けての「消費者教育」の転換』

（第１報）金沢大学教育学部紀要　教育科学編、53号、117-139頁
巻頭特集　持続可能な開発のための教育知っていますか？、月刊子ども論、2005年11月号
外務省　HP www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/kankyo/rio_p20/gaiyo.html
学校＆みんなの ESD プロジェクトひろがりつながる ESD 実践事例101、2012、財団法人ユネスコ・アジア文化センター（ACCU）
高等学校家庭科教科書『家庭一般』中教出版（1957年発行）
高等学校家庭科教科書『家庭一般』学習研究社（1972年検定済）
高等学校家庭科教科書『家庭一般』実教出版（1998年発行）
高等学校家庭科教科書『家庭基礎』開隆堂（2007年発行）
高等学校学習指導要領解説　家庭編　2010
「消費者教育」キーワード269、1989、「消費者教育」を考える教員交流会　編著　株式会社たいせい
消費者市民教育の考え方と作り方、島田広、http://vimeo.com/35154377
田村正紀、2011、消費者の歴史、千倉書房
特集　ユネスコが創る未来～持続発展教育（ESD）～、文部科学時報、2010年１月号
西村隆男、1999、日本の「消費者教育」、有斐閣
ひろがりつながる ESD　実践事例48、2011、財団法人ユネスコ・アジア文化センター（ACCU）
分校（松田）淑子、2001、『持続可能な社会に向けての「消費者教育」』、「消費者教育」研究　№87、1-6頁
平成20年版国民生活白書、2009、内閣府、社団法人時事画報社
松田淑子、2010、『知の創造としての授業をめざして　～授業改革へ向けての一提案～』教師教育研究、第３巻（Vol.３）、217－224頁
松田淑子・山田志穂・吉村祐美・賈璐、2012、『大学院の授業における「学び合いの場」の創出とその意義』、福井大学教育地域科学部紀要、第２号、305-317頁
松田淑子、2012、教育改革と高大接続、連載　大学は今、週刊　教育資料、日本教育新聞社、６月11日号、28-29頁
松田淑子、2012、「知の創造の場」としての大学共通教育の授業にむけて　～『消費社会と私』の授業実践を事例として～　福井大学高等教育推進センター年報、No.２、127-140頁
身近なことから世界と私を考える授業、2009、開発教育研究会、明石書店
文部科学省　HP www.mext.go.jp
ユネスコスクールと持続発展教育（ESD）、2012、日本ユネスコ国内委員会
ユネスコスクール　HP http://www.unesco-school.jp
綿引伴子・分校（松田）淑子・尾島恭子・大浦美雪、2004、『持続可能な社会に向けての「消費者教育」の転換』（第２報）金沢大学教育学部紀要　教育科学編、53号、117-139頁
綿引伴子・分校（松田）淑子・尾島恭子・大浦美雪、2004、『持続可能な社会に向けての「消費者教育」の転換』（第３報）金沢大学教育学部紀要　教育科学編、53号、117-139頁
ESD　教材活用ガイド－持続可能な未来への希望－、2009、財団法人ユネスコ・アジア文化センター（ACCU）
ESD-j　HP www.ESD-j.org