



家庭科における消費者教育指導への支援の在り方  
-小・中学校教員への調査を通して-

メタデータ	言語: jpn 出版者: 宮崎大学教育文化学部 公開日: 2020-06-21 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 堀江, さおり, Horie, Saori メールアドレス: 所属:
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10458/5822">http://hdl.handle.net/10458/5822</a>

# 家庭科における消費者教育指導への支援の在り方

## —小・中学校教員への調査を通して—

堀江さおり

### A Survey of Elementary and Junior High School Teachers Who Support Inclusion of Consumer Education Guidance in Home Economics Classes

Saori HORIE

#### 1. 研究の背景と目的

学校教育における消費者教育の本格的な導入は1989年の学習指導要領改訂を端緒としている。二十数年以上を経た現在、消費者教育の必要性は広く国民に認識されるに至ったが、消費者教育の学習経験に関して、内閣府の調査<sup>i</sup>では回答者4,164人中77%が<sup>ii</sup>、消費者庁の調査<sup>ii</sup>では回答者6,690人中82.4%が「消費者教育の経験がない」と回答しているなど、「消費者教育を受けたことがある」との認識を持つ者の割合は低く、消費者教育が生活の中に定着しているとは言い難い状況にある。

経済情勢の変化や、変化に付随する様々な消費者トラブルが個人の生活に与える影響は大きいため、消費生活を学習対象とする家庭科においては、新しい生活課題に対応できる能力を身につける指導が望まれている。これを受けて、消費者が自立した主体として生活を送れるよう、2012年施行の消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）によって、あらゆる年代にあらゆる場で生涯にわたって消費者教育を受けられることができる学習機会の確保が、国や地方自治体に求められることとなった。同時に、各都道府県においては、地域の実情を踏まえた消費者教育の推進に関する基本方針を定めることが求められることとなった<sup>iii</sup>。当然ながら、学校においても学習機会の確保と場の提供、各都道府県が定める消費者教育の推進に関する基本方針を踏まえた学習が必要となり、従来にも増して家庭科における消費者教育の実施に期待が寄せられるところとなった。

しかしながら、消費者教育の指導を効果的に進めていくためには、教員自身の指導に対する意識や意欲、物理的な指導時間の確保などの諸条件を把握しておくことが必要である。

学校における消費者教育の実施に関しては、内閣府<sup>iv</sup>や消費者庁<sup>v</sup>などが、学校における消費者教育の取り組み状況や指導内容・授業テーマ、教員の研究機会の確保などについて調査を行っている。また、東京都生活文化局<sup>vi</sup>といった地方自治体も、学校や地域における消費者教育の実施状況等を把握するための調査を行っている。このように様々な調査研究がなされているものの、教員を対象とした消費者教育の学習経験や指導に際しての不安等を探る調査はほとんどなされていない。

そこで、本調査では、小学校および中学校において家庭科の指導に携わる教員を対象に、教員個人の消費生活に関する学習基盤や指導上の不安をアンケート調査を通して把握し、教員を支援するにあたってより良い消費者教育の実施と定着に向けて、その方向性を検討することを目的とする。

なお、2008年の学習指導要領改訂で、系統性や連続性を重視した小学校と中学校の内容整理が行われ、小学校は中学校の学習を見通した指導が、中学校では小学校の学習を踏まえた指導が求められることとなり、小学校教員と中学校教員の両者が協力する必要性に迫られていることから、小学校教員と中学校教員に調査対象を限定することとした。

## 2. 研究の方法

### (1) 調査対象

家庭科担当教員を対象に開催された研修会の参加教員の計73名（小学校教員48名，中学校教員25名）。

### (2) 調査時期

2014年8月上旬

### (3) 調査方法

無記名式の質問紙を研修後に配布し、直接および後日郵送によって回収した。

### (4) 調査項目・内容

①回答者自身の基本属性、②小・中学校の家庭科の「D身近な消費生活と環境」分野における消費者教育の指導に関する意識と理由、③大学在学時の消費者教育の学習経験と内容、④消費者教育の指導における独自の取り組みとその内容、⑤消費者行政に求める支援（学校全体への支援、教員個人への支援）の5項目とした。

### (5) 分析対象

回収率は、小学校97.3%（47件）、中学校96.0%（24件）、合計97.3%（71件）であった。

## 3. 結果と考察

### (1) 回答者の基本属性

回答者の性別は女性67名（94.4%）、男性4名（5.6%）で、圧倒的に女性が多かった。また年代別では、40歳代が29名（40.8%）と最も多く、次いで50歳代が27名（38.0%）となっていた。

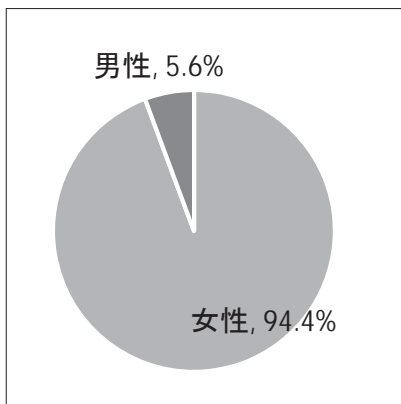


Fig.1 回答者の属性（性別）

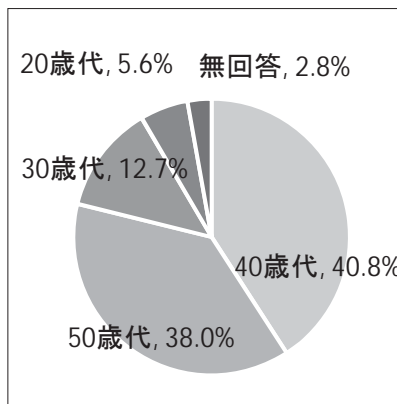


Fig.2 回答者の属性（年代別）

男性4名はいずれも家庭科以外の教科を専門とする小学校教員であり、内訳は、30歳代1名、40歳代1名、50歳代2名であった。50歳代男性教員は、小学校家庭科以外での家庭科の履修経験を有していない世代であると推測される。

(2) 「D身近な消費生活と環境」の指導に関する意識

小・中学校の家庭科において消費者教育を中心的に取り扱う分野は「D身近な消費生活と環境」である。そこで「D身近な消費生活と環境」の学習分野について、どの程度、指導を得意だと感じているのか（4段階）、またその理由を尋ねた。

全回答者のうち、「大変得意である」との回答は0名で、「得意である」が9名（12.7%）、「あまり得意ではない」が48名（67.6%）、「得意ではない」が13名（18.3%）、無回答が1名（1.4%）であった。

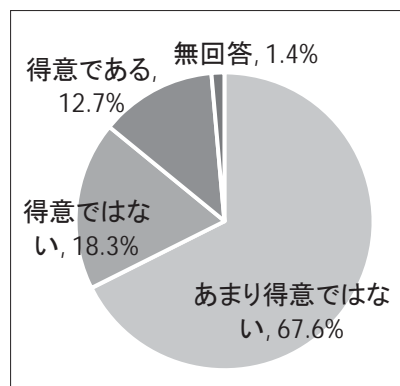


Fig.3 「身近な消費生活と環境」の指導意識

年代別に見てみると、いずれの年代においても「あまり得意ではない」「得意ではない」の合計が50%を超えており、「D身近な消費生活と環境」の分野では、教員が自信を持って指導している学習分野とは言い難いことが明らかとなった。

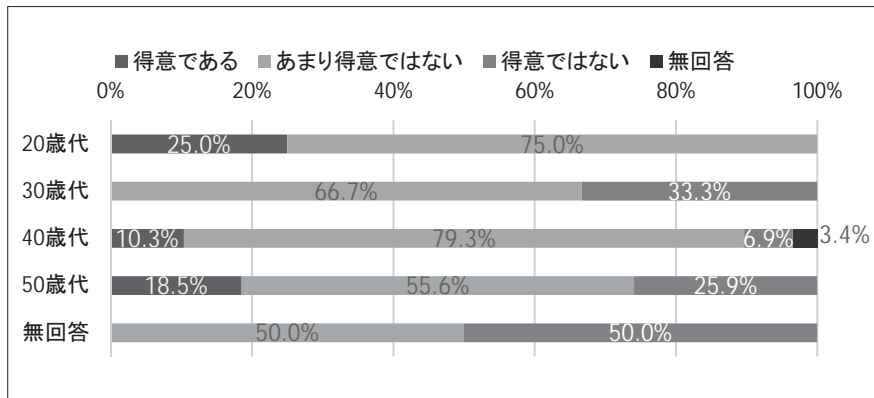


Fig.4 年代別の「身近な環境と消費」の指導意識

そこで、得意・不得意を判断した理由をみていくこととした。

「得意である」の理由内容は、日常生活との関連を踏まえた回答、指導上の工夫を踏まえた回答、自己の経験を踏まえた回答の3項目に分類できた。

日常生活との関連を踏まえた回答では、「日常生活と結びついている内容なので、子どもに意識を持たせやすいから。」(小学校, 40歳代, 女性), 「身近な暮らしについての話であるので、教員、児童の双方において実感を伴った理解を促しやすいから。」(小学校, 20歳代, 女性), 「生活に役立つ内容であり、自分も興味関心があり、生徒も興味をもてる場所だから。」(中学校, 50歳代, 女性)など、児童・生徒の日常生活に密接に関連しているため実感を伴った理解をさせやすいとの点があげられていた。

自己の経験を踏まえた回答では、教員自身が主婦として消費生活に深く関わってきた経験・体験を元に指導できるから教員にとっても教えやすいという理由が見られた。ロールモデルとして教員自身の生活経験を示すことは、児童・生徒が理解しやすいという点では効果的であるものの、家庭科を指導するための学問的裏づけが不十分なままに指導してしまうという危険性を孕んでいよう。

Table.1 「D身近な消費生活と環境」の指導が得意な理由

日常生活との関連を踏まえた回答	身近な暮らしについての話であるので、教員、児童の双方において実感を伴った理解を促しやすいから。(小学校, 20歳代, 女性)
	日常生活と結びついている内容なので、子どもに意識を持たせやすいから。(小学校, 40歳代, 女性)
	家庭生活での体験を踏まえながら指導できるから。(小学校, 40歳代, 女性)
指導上の工夫を踏まえた回答	生活に役立つ内容であり、自分も興味関心があり、生徒も興味をもてる場所だから。(中学校, 50歳代, 女性)
	時間数は限られているがポイントは抑えて指導しているつもり。身近なトラブルについては最新の情報を伝えたいと思い、消費生活センターでDVDを借りて見せている。(中学校, 50歳代, 女性)
	ロールプレイングをしたり、ワークシートの工夫がしやすい。(中学校, 50歳代, 女性)
自己の経験を踏まえた回答	事例等を入れている。(中学校, 50歳代, 女性)
	結婚して専業主婦をしたので消費生活については深くかかわってきたし、関心もある。指導においても自分の体験したこと、考えたこと、必要だと思うことをこれから成長したときのために少しでも伝えていきたいと考えている。(小学校, 40歳代, 女性)

※個人の特定につながる表現が含まれる記述箇所を除いて示している。

「あまり得意ではない」の理由内容は、日常生活との関連を踏まえた回答、指導上の工夫を踏まえた回答、自己の勉強不足などに関する回答、指導機会に関する回答、消費者教育の認識に関する回答の5項目に分類できた。

指導上の不安に関する回答では、「自分の価値観を押しつけそうで怖いです。」(中学校, 30歳代, 女性)のように、授業の手法についてだけでなく、教員の考えや価値観を軸に授業を展開

してしまいやすい点もあげられていた。

Table. 2 「D身近な消費生活と環境」の指導があまり得意ではない理由

日常生活との関連を踏まえた回答	児童に日常生活を意識させることが難しい。(小学校, 30歳代, 女性) 指導はしているも実際の生活(実践部分)が具体的に見えないので、実態に即した指導になっているかどうか分からない。(小学校, 40歳代, 女性) 得意である・ないにかかわらず、子ども達が生きていくうえで特に大切であると考えるので、自分自身、いろいろな情報得を得て指導していきたい。(小学校, 50歳代, 女性)
指導上の不安に関する回答	型にはまった内容になってしまい、自分自身の考えで授業をすることがまだできないので。(小学校, 30歳代, 女性) 学校で金銭教育に取り組むことになっているが、それをどう考えていこうか考え実践しているところです。(小学校, 40歳代, 女性) 教科書にある内容をひととおり進めるだけという感じで、子どもに思考・判断させるとい意識は薄かった。(小学校, 40歳代, 女性) 身近なことや日常生活においてのお金の使い方、商品の選び方など指導することが必要であるとは思いますが、実際、授業の中でそこまで学ばせることが難しい。できれば実践していくことも必要なのではないかと思えます。お金の大切さ使い方というのは一生の生活に関することなので今のうちから・・・と思います。(小学校, 40歳代, 女性) 自分の経験は話せるが、現状の一般的な問題を知らないのでは果たして自分の考え、教科書どおりでよいのかと不安なので。(小学校, 40歳代, 女性) 自分の価値観を押しつけそうで怖いです。(中学校, 30歳代, 女性) 知識・理解は定着させたいと努力しているが、生徒一人ひとりのプライベートな面も大きいので気をつけて取り扱っている。(中学校, 40歳代, 女性) 生徒が興味を持つような教材・教具の準備が十分にできない。情報機器の操作が得意でない。(中学校, 50歳代, 女性) 一般的な話しかできず、生徒に興味関心を持たせられていないと感じるから。(中学校, 50歳代, 女性) 生徒に分かりやすく教える手立てや教材が難しい。(中学校, 50歳代, 女性) ロールプレイングをしたり、動画を見たりして、より体験的な形で指導をしている。しかし、実践例の種類や本人の意識にどこまで深まっているかを考えると、授業時間のとり方を考え直していきたい。(中学校, 40歳代, 女性) 消費者教育の内容は多岐に渡り、その内容をいかに精選して教えるかが難しい。消費生活センターの講座を利用しているが、学習内容のどの部分を取り扱うかとても悩む。(中学校, 50歳代, 女性) 理論中心になりがちであるから。ロールプレイングやクーリングオフ等は実践させている。(中学校, 50歳代, 女性)
自己の勉強不足等に関する回答	どういことを内容として取り上げればよいかが自分自身よくわかっていないので。(小学校, 50歳代, 女性) 不勉強で内容・方法ともよくわからない。(小学校, 50歳代, 女性) 情報量が多いから。消費者問題が多様化しているから。(小学校, 30歳代, 女性) 知識があまりない(小学校, 無回答, 女性) 教材研究の時間が十分に取れない。自分の知識不足。(小学校, 40歳代, 女性) 自分自身があまり詳しくないので。(小学校, 40歳代, 女性) 勉強(情報)不足のため。(小学校, 40歳代, 女性) 勉強不足。(小学校, 40歳代, 女性) 消費生活を取り巻く現状を客観的に捉えることができない。実態がめまぐるしく変化しているため。(小学校, 40歳代, 女性) 多様化が進んでおり、指導しにくい。(小学校, 40歳代, 女性) 専門用語について詳しく語れない。(中学校, 50歳代, 女性) 新しい情報についていけておらず、自信がない。(中学校, 40歳代, 女性) 勉強不足であると思うからです。(中学校, 40歳代, 女性) 日々めまぐるしく状況が変化している。(中学校, 40歳代, 女性)
指導機会に関する回答	毎年家庭科を担当するわけではないので、得意とはいえない。しかし、食育でも衣生活について学習するときでもつねにDの内容に関連付けようにはしている。(小学校, 50歳代, 女性) 家庭科について専門的、論理的に研修した経験があまりなく、一般常識的なところで指導していたのではないかと思うから。(小学校, 50歳代, 女性) まだあまり家庭科の授業で指導をしたことがなく、実感できていません。(小学校, 20歳代, 女性) 家庭科の授業研を数回行ってきたが、Dの内容を中心とした内容で授業研究会をする機会がなく、自分自身が勉強不足である。(小学校, 30歳代, 男性) 子ども達に指導すべき大切な学習内容だと思うが、担当学年によって指導する機会がこれまであまりなかったから。(小学校, 40歳代, 女性) 学校の家庭科や社会科の授業ではじっくり指導する時間がなく、十分に指導できる自信がない。(小学校, 40歳代, 女性) これまで高学年担当が少なかったため、あまり取り組んでいない。(小学校, 50歳代, 男性) 社会科を担当しているため、内容は把握しているが、それを伝えて今後に生かせるように指導することに対して自信がない。(中学校, 20歳代, 女性)
消費者教育の認識に関する回答	これまで特に意識して取り組んでこなかったから。(小学校, 40歳代, 男性) あまり関心がなかった。(小学校, 50歳代, 女性) 消費者教育のゴールが見えない。(中学校, 40歳代, 女性)

※個人の特定につながる表現の含まれている記述箇所は除いて示している。

自己の勉強不足等に関する回答では、「どういことを内容として取り上げればよいかが自分自身よくわかっていないので。」(小学校, 50歳代, 女性)や、「新しい情報についていけておらず、自信がない。」(中学校, 40歳代, 女性)など、日々めまぐるしく変化する消費生活をどのように捉えて指導していくべきなのかといった不安を感じている点をあげていた。

指導機会に関する回答では、「家庭科が配当されている学年を担当することが少ないから。」(小学校7件)のように指導担当を行う上での制約が理由としてあげられており、家庭科を担当

しなければ、「D身近な消費生活と環境」を指導することはないため、この分野の指導が「得意である」とは、自ら判断しにくい状況といえよう。

消費者を取り巻く環境の変化はめまぐるしく、変化に伴う新たなトラブルが次々に発生している現実を踏まえたとき、教員が何をどのように教えれば良いのか、何をもって良しとすればよいのかとの不安を抱えるのも致し方ないことであろう。

また、教える・教わるという関係性の中で、児童・生徒にとっては教員が示す価値観が一つの規準となってしまう、結果として教員の考えを押し付けることとなる危険性を孕むことも否定できない。

「得意ではない」の理由内容は、自己の勉強不足に関する回答、指導機会に関する回答、消費者教育の認識に関する回答の3項目に分類できた。

消費者教育の認識に関する回答では、「消費者教育を知らない」「消費者教育がわからない」といった消費者教育そのものが捉えにくいことを示す回答があげられていた。

消費者教育の定義については、様々に議論されてきたものの、統一された定義が長らく存在しなかったため、教員にとっては、消費者教育自体の内容がわかりづらく、指導しづらいものであったと思われる。2012年に制定された法律によって、「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」であると定義された<sup>vii</sup>ものの、消費者教育の定義や内容は十分に浸透してはいないため、消費者教育が1989年から学校教育の中に導入されているにもかかわらず、学校教育現場には十分に定着しているとは言い難いという現実が、本調査によって浮き彫りとなった。

Table. 3 「D身近な消費生活と環境」の指導が得意ではない理由

自己の勉強不足等に関する回答	自分自身が勉強不足である。(小学校, 30歳代, 女性)
	身近な消費生活と環境の指導についてしっかりと研究したことがないので。(小学校, 30歳代, 女性)
	社会の変化の速さは著しく、このころ、低・中学年の担任をすることが多く、家庭科の授業を担当することがなく、教科の研究をしていないため。(小学校, 50歳代, 女性)
	通り一遍のことしか考えたことがなく(消費生活、消費者の権利・義務について)、他者への配慮など、どちらかというと人事のような気になっていたので、真剣に取り組んだことがない。(小学校, 50歳代, 女性)
指導機会に関する回答	自分の勉強不足。(中学校, 50歳代, 女性)
	専門教科ではなく、昨年初めて3年生で扱い苦労した。消費生活センターのDVD等を活用したい。(中学校, 無回答, 女性)
	まだ指導をしたことがない。(小学校, 30歳代, 女性)
消費者教育の認識に関する回答	行ったことがない。(小学校, 40歳代, 女性)
	ここ6~7年家庭科を教えたことがなく、どういった内容を指導すればいいかわかっていなかったから。(小学校, 50歳代, 男性)
よく知らない。(小学校, 50歳代, 女性)	
あまりよく分らない。(小学校, 40歳代, 女性)	

※個人の特定につながる表現の含まれている記述箇所は除いて示している。

### (3) 教員自身の消費者教育の学習経験

大学在学中に「D身近な消費生活と環境」もしくは消費者教育に関する授業を受講した経験の有無を質問した結果、全回答者のうち、「授業を受けたことがある」が5人(7.0%)、「授業を受けたことがない」が36人(50.7%)、「覚えていない」が30人(42.3%)であった。

「授業を受けたことがある」との回答では、家庭経済・家計に関する授業や、衣服のリサイクル、オゾン層の破壊といった環境保全に関する授業があげられていた。

校種別に学習経験の回答をみると、小学校教員に比して中学校教員で「授業を受けたことがある」との回答が多い。中学校教員は教科単独の免許を取得するため、より専門的な知識・技能の習得が必要になるという背景があるためと推測される。

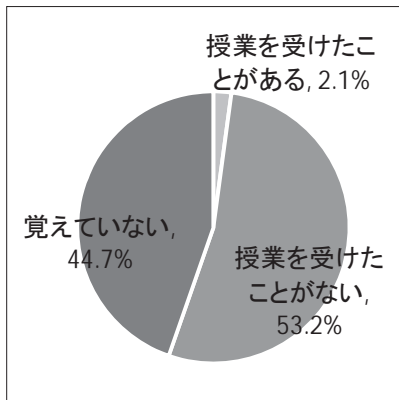


Fig.5 大学時代の「D身近な消費生活と環境」に関する学習経験（小学校）

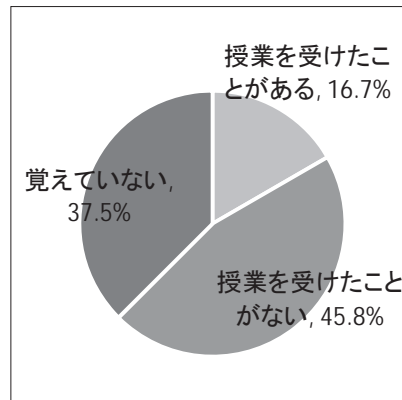


Fig.6 大学時代の「D身近な消費生活と環境」に関する学習経験（中学校）

「授業を受けたことがない」の回答には、「現在では、一般教養として必要な講義だと感じている。」というものもあり、教員になる準備段階である大学在学時に学習経験があれば、教員となった現在、児童・生徒の自立を促すようなより効果的な取り組みが行えたかもしれないという教員の思いを読み取ることができた。

しかしながら、教員免許状を取得するために履修する授業科目の中に単独の科目としては設定されていなかったとしても、家庭科に関連する授業科目の中で、学習指導要領の内容を学習しているはずであり、授業を受けたという自覚がない、もしくは授業を受けたという印象が残っていないということではなかろうか。

「覚えていない」という回答は半数近くに上ったが、「授業を受けたことがない」という回答と同様、授業を受けた自覚がない、授業内容に対する印象がないということの意味しているであろう。

本調査では学習経験を否定する回答が多い結果となったが、これは教員自身が学習者であった時代を振り返ったとき、消費生活に関する学習内容は、家庭科で扱う他の学習分野の内容ほどには意識的に学習することが少なかったということを示している。

#### (4) 「D身近な消費生活と環境」の指導のための個人的な取り組み

「D身近な消費生活と環境」の学習分野を指導するために教員自身が独自に取り組んでいることがあるかとの質問に対して、全回答者のうち、「取り組んでいることがある」が11名(15.5%)、「特に取り組んでいることはない」が47名(66.2%)、無回答が13名(18.3%)であった。

「取り組んでいることがある」の内容は、3項目に分類できた。「D身近な消費生活と環境」における工夫では、学習対象となる児童に適した題材を探したり、ディベートを取り入れた指導を行うなどの回答があげられていた。

他分野との関連では、消費するという日常的な行動が、単独の事象ではないことに配慮し、家庭科で扱う「A家庭生活と家族」、「B食生活」、「C衣生活・住生活」の各分野と関連付け、効果的な学習を目指しているという回答があげられていた。

他機関との連携では、中学校において、消費生活センターを活用しているとの回答があげら



れていたが、中学校の「D身近な消費生活と環境」の学習内容は、小学校に比して、より専門的な指導が必要となるため、外部の専門家に協力を依頼しているのであろう。

Table. 4 「身近な消費生活と環境」の指導が得意ではない理由

「D身近な消費生活と環境」のなかでの工夫	・自分の買い物や子どもの買い物など題材探しはしている。(小学校)
	・文房具の買い方。(小学校)
他分野との連携	・お金の使い方として5年生の教科書に出ているノートの選び方を行う際、3つのグループに分けてディベートさせる。他の子どもたちの意見を聞いて学ばせている。(小学校)
	・環境家計簿。(中学校)
他機関との連携	・食育でも衣生活について学習するときでもDと関連させながら指導している。(小学校)
	・指導途中だが、衣生活の自立の内容と関連づけている。(中学校)
	・環境でエコバック作りを関係機関と連携して行っている。ハウジングフェアのカーテンを再利用し、そのカーテンでエコバック作り。また環境面をあわせて講和して深めている。(中学校)
他機関との連携	・食物ではごみの量、ごみの分別。衣服ではリサイクル。(中学校)
	・消費生活センターと一緒に家庭科の授業を行っている。(中学校)
	・消費生活センターの出前授業を活用している。中3を対象に主に携帯電話のトラブルについて。(中学校)

※個人の特定につながる表現が含まれる記述箇所を除いて示している。

日常生活においては、あらゆる場面で消費という行為を行わざるを得ないという事実を踏まえたとき、家庭科で取り扱う他の学習分野と消費生活とを関連付けた授業を実施することで、消費者教育のみならず家庭科教育総体において高い学習効果が期待できよう。また、教員が補いきれない専門性の高さや最新情報を活用した授業を行えるという点で、消費生活センターをはじめとした消費者行政を活用することは、教員のみならず児童・生徒にとっても利点が多いといえるであろう。

#### (5) 消費者教育の積極的な実施のために消費者行政に求める支援

学校において消費者教育を積極的に実施していくための支援として、学校全体に向けた支援と教員個人の学習への支援の両面から質問した。

##### ①学校全体に向けての支援

地方自治体の消費者行政部門では消費者教育推進法の施行以前から、消費者教育や消費者啓発に関する取り組みを行っている。ただし、対象を学校教育機関や教員に限定した取り組みとは限らないため、教員が求めている取り組みと地方自治体が提供しているそれとは一致していない可能性がある。また、地域住民に向けての消費者教育・啓発活動は比較的小規模で実施されていることが多いため、支援を必要とする教員のもとに適切に届いてはいない可能性も予測される。そこで、学校での消費者教育を積極的に進めていくために教員側が必要と考えている地方自治体からの支援について質問した。

消費者教育を積極的に行うために教員が必要と考える支援としては、学校種別に関わらず、「児童・生徒向けの適切な教材」が最も多くあげられていた。児童・生徒の学習を深めるために、教科書よりも踏み込んだ内容を扱っている教材を求めているということであろう。これに対応する形で、「教員向けの資料集や解説書」への要望もあげられていた。

次いで多かったのが「実践事例の紹介」であった。「D身近な消費生活と環境」の指導が「あまり得意ではない」「得意ではない」と回答している教員が過半数をこえていたことから、「実践事例の紹介」を受けた上で、それを自身の授業に取り入れていきたい・工夫を加えたいとの意向を読み取ることができる。

学校向けの出前講座は、比較的多くの自治体が行っている活動であるが、時間調整や内容の打合せなど、事前準備・調整のための教員側の負担が求められるためか、教材ほど需要は高く

はなかった。

また、「D身近な消費生活と環境」の指導が「あまり得意ではない」「得意ではない」と回答している教員が過半数をこえていたにもかかわらず、教員自身の能力の向上が直接的に見込めるであろう「教員向け研修」への要望はあまり高くなかった。教員一人当たりの業務負担が増加しているといわれている昨今、時間的・場所的な制約を受ける「教員向け研修」には参加しにくい状況があるのではなかろうか。

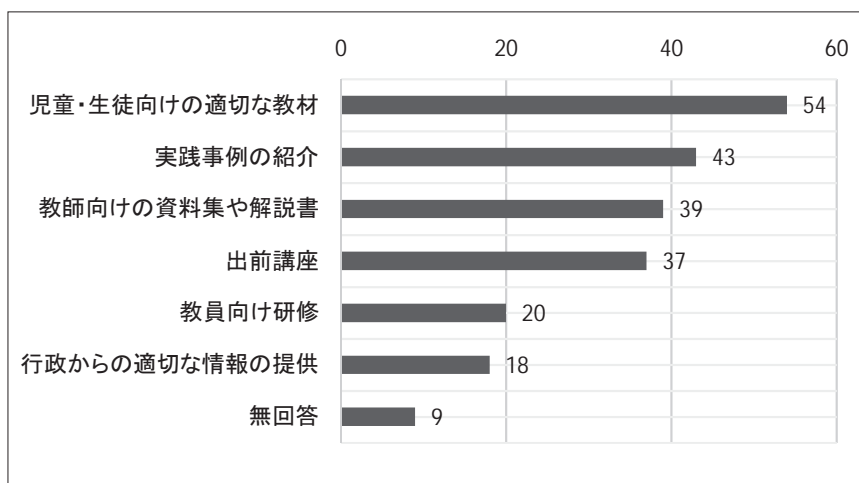


Fig.7 消費者教育推進のために教員が望む支援（複数回答）

回答の全体を通して、実際の授業に直結しやすい支援、教員側に過剰な制約や負担を求めない形での支援が望まれているといえよう。

#### ②教員の学習機会確保のための対応

学校教員向けの消費者教育研修講座を実施している地方自治体は数多いが、色々な制約があり、なかなか参加できない教員の事情もある。そこで、色々な制約がある中でも、参加してみたいと思う「教員向け研修」のテーマについて、自由記述で回答を求めた。その結果、基本的な知識を習得する、子どもを含む消費者被害の実態を知る、授業の手法を学ぶ、専門性を必要とするテーマの知識を深める、その他の5項目に分類することができた。

Table. 5 教員が参加したいと思う「教員向け研修」のテーマ

分野	具体的な回答
基本的な知識を習得する	消費者として知っておくべき基礎知識。将来設計の具体的方法。
子どもを含む消費者被害の実態を知る	具体的な例のもとにした研修を受けてみたいと思った。 実際に起きた事件・被害など。 消費者問題の事例など。 中学生が被害にあっている消費者問題。
授業の手法を学ぶ	授業実践の報告・発表。 実践発表。ワークシートや授業の流れ。教材研究。 実際に使える授業を見せてもらいたい。 児童向けの授業のあり方。 消費者教育を小学生に向けてどのように行うか実践例を教えてください。 知らないうちに足を踏み入れてしまうもの。子供たちへの指導。大人自身の知識を増やす。親への情報提供。 消費生活と児童の身近な生活との結びつき。 情報化社会とそれに伴うトラブルの実情など。
専門性を必要とするテーマの知識を深める	金融ローンやカード社会の盲点、注意点。より良い消費者になるためのポイント。振り込み詐欺をはじめとする金融詐欺。 インターネット関係の研修。 インターネット消費について。金融商品。消費者教育の実践紹介。 保険・年金・不動産。 金融関係のテーマ。 悪質商法。多重債務者の研修。 消費者教育を踏まえた情報ツール活用の上での留意点。 住生活についての中学生にかかわる内容の研修。防災教育や換気や動線等。 環境教育。
その他	ワークショップ。 消費者教育の授業研に参加してみたい。

※個人の特定につながる表現が含まれる記述箇所を除いて示している。

基本的な知識を習得するでは、消費者として最低限おさえるべき知識を知り、教員自身の指導体制を整えたいという回答がみられた。教員自身の消費者教育に関する十分な学習経験がなかったことから、基本的な知識を習得することが自信を持って授業に望み、積極的に消費者教育を進めていくきっかけとなるであろう。

子どもを含む消費者被害の実態を知るでは、小・中学生が実際にどのような消費者被害にあっているのかを把握し、事例に基づいて、より具体的な指導を行いたいという回答がみられた。教員が児童・生徒の実情を理解しておくことも重要だが、同時に、児童・生徒が同年代の子どもたちの遭遇しているトラブルの内容を知るとは、自分自身の生活を見つめなおす契機にもなるだろう。

授業の手法を学ぶでは、消費生活と児童・生徒の身近な生活をつなぐ指導方法や授業の組み立て、ワークシートの活用などの教材研究を行いたいという回答がみられた。他の設問において、教員の価値観を押し付けてしまうのではないかという懸念や実践事例などを知りたいという回答が見られたことを踏まえるとき、消費者教育の指導は難しいと意識しているからこそ、しっかり準備をして指導にあたりたいという意欲がくみ取れる。地方自治体に対して、児童・生徒向けの教材を配布することに加え、その教材を授業で使用することに際しての具体的な活用方法の指南をも同時に求めているということであろう。

専門性を必要とするテーマの知識を深めるでは、インターネットやクレジット・ローン、保険・年金など、高い専門的知識がなければ指導しづらいテーマへの要望が多かった。とりわけ、日常的にスマートフォンやパソコン等の情報ツールを活用している児童・生徒たちが増加傾向にあることを踏まえたとき、関連する知識や情報トラブルの実態、その対処方法などについて教員自身が学ばざるを得ない状況にあるからであろう。

本調査の結果、教員が参加したいと望む研修のテーマは、現代的なニーズを踏まえたもので、地方自治体が提供している教員向け研修テーマとかけ離れたものではなかった<sup>viii</sup>。とするな

らば、「教員向け研修」に求められているのは、教員に時間を割いてでも参加したいと思わせるような主催者側の働きかけであり、研修内容の奥深さであろう。受講後に、知識が深まったことや指導力が高まったことを受講した教員が実感できる研修を実施するとともに、習得した内容がすぐに授業で実践・活用でき、参加後の教員自身の成果・効果が読み取れるような研修内容を提示することこそが求められているのである。

#### 4. まとめと今後の課題

本調査の結果、学校において、現代的ニーズ・社会的ニーズを踏まえた消費者教育への取り組みを強化すべき状況にあること、また強化せざるを得ない状況にあることは理解されているものの、教員自身が消費者教育に関連する十分な学習経験を持っているとは言い難く、実際の指導において戸惑いを感じていることが明らかとなった。

また、学校における教育内容は学習指導要領というよりどこころがあるが、授業という実際の運用面では、教員自身の意識や教員が費やせる労力には限界がある。児童・生徒にとって大切な学習内容であることを教員自身が理解していても、十分な準備ができない、取り組み方がわからないといった不安を抱えている状態では積極的な授業の実施は見込めない。

そこで、今後、家庭科において消費者教育を積極的に実施するための課題について以下にまとめることとする。

##### (1) 教員養成段階での学習機会の確保と学習内容の精査

そもそも学校において、児童・生徒に消費者教育の十分な学習機会を提供するためには、指導者である教員自身がこれまでに学習機会を確保してきたこと・これからも確保できることが重要である。消費者教育の推進に関する法律が施行されて日が浅いことを踏まえるとき、法の趣旨を理解し、学校教育現場の実情に合わせた指導ができる教員を養成することが急務である。そのため、これから教員を目指す学生に対しては、カリキュラム上、十分な消費者教育の学習機会を保障していくことが必要となる。

学校における消費者教育は、家庭科のみならず、社会科、生活科、道徳、総合学習の時間、特別活動など多岐にわたる教科等で学習することが可能である。そのため、主たる担い手として期待されている家庭科の免許取得を目指す学生だけでなく、教員免許取得を希望している全ての学生に対して学習機会を保障すべきであろう。目まぐるしく変化する経済情勢の下で、自立した消費者として生活できる能力を獲得する指導を十分行えるようにするためには、消費者教育を教員免許取得の必須科目とすることを検討すべき時期にさしかかっているのかもしれない。

また、教員自身が指導するにあたって自らの知識不足を指摘していたが、今一度、教員が学習すべき内容の整理が必要になっているのではないだろうか。何を指導すべきか不安を抱いているということは、言い換えれば、指導にあたって核をなす内容が何であるかを理解した上で指導にあたることができているということであろう。消費生活の指導では、現代的ニーズ・社会的ニーズとしてめまぐるしく変化する消費者問題に注目しながらトラブル解決法を教えることも重要になるが、消費者とは何か、消費者の権利・責任とは何かといった消費者教育で扱う基本概念や基本知識を習得し、指導の基盤を築いておかなければ、消費者として考え行動する力を養うための指導を行うことは難しい。

## (2) 消費者行政による継続的な支援の提供

消費者行政は最新の消費者トラブルに関してもあらゆる情報や対応等を集約している。一方、消費生活における新しい生活課題に対応できる力を育成するための指導を行うために教員一人ができる取り組みには限界があるため、豊富な情報や知識等を持つ消費者行政の適切な支援は必須である。

消費者行政が提供する教材や出前講座、教員向け研修などを、1回限りの利用で終わらせるのではなく、教員が活用しやすいよう学校のカリキュラム等を考慮した計画的かつ継続的な支援ができれば、消費者教育はよりいっそう効果的に行えるのではなかろうか。

そのためには、消費者行政から各学校・各教員に個別にアプローチするのではなく、教育委員会をはじめとした教育行政と連携し、教員が年間計画を検討する段階から様々な支援を行う、教員向け研修を共に作り上げていくといったことが必要となるであろう。

文部科学省が教育委員会を対象に行った調査では、消費生活センターと連携して消費者教育を実施している教育委員会は全体の14.9%、連携していない教育委員会は全体の65.0%<sup>ix</sup>という結果が示されている。国の消費者政策により、今後、各都道府県単位で消費者教育推進計画の実施が求められることとなるが、この計画を効果的に実施していくためにも、教育行政と消費者行政とが早期に協力体制を構築し、学校教育現場の実情を最大限考慮しつつ、学校教育現場の実情に合致した取り組みを実現することが求められているといえるだろう。

## 引用文献・参考文献

- <sup>i</sup> 内閣府「国民生活白書 平成20年版」, 2008, 146-147
- <sup>ii</sup> 消費者庁「消費者意識基本調査」, 2013, 13-15
- <sup>iii</sup> 消費者教育の推進に関する法律第10条第1項「都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるよう努めなければならない。」の規定による。
- <sup>iv</sup> 内閣府「学校教育における消費者教育の実態調査報告」, 2001。内閣府「消費者教育の新たな展開にむけて『消費者教育に関する研究会』報告書」, 2002
- <sup>v</sup> 消費者庁「消費者教育推進のための課題と方向 —消費者教育推進会議の報告—」, 2012
- <sup>vi</sup> 東京都生活文化局「消費者教育に関する実施状況調査」, 2013
- <sup>vii</sup> 消費者教育の推進に関する法律第2条第1項の規定による。
- <sup>viii</sup> 例えば、東京都は、「平成26年度 すぐに役立つ! 「教員のための消費者教育講座」で、「若者に多い消費者トラブルと学校で押さえておきたいクーリング・オフの知識」や「先生が押さえておきたいクレジットカードと多重債務の知識」、「食の安全〜リスクをどう考える?〜」など、計16の講義や実験を提供していた。<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/manabitai/shouhisha/138/07.html>, 最終アクセス: 2015年9月28日)。神奈川県では、「平成26年度消費者教育教員研修」で、「SNS・ソーシャルゲームの仕組みと裏側を知る」や「身近に潜むマネートラブル」, 「ズバリ解説! “新”食品表示」など、計19の講義や実験, 実地見学などを提供していた (<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f370212/p802126.html>, 最終アクセス: 2015年9月28日)。
- <sup>ix</sup> 三菱総合研究所「消費者教育推進事業における国内の取組調査 報告書」, 2011, 79