

中学校家庭科における消費者の自立をめざした 「消費者の権利と責任」に関する授業実践

菱 村 佳 子 (藤女子大学大学院 人間生活学研究科 人間生活学専攻)

中学校家庭科において、「消費者の権利と責任」とは何かについて意識づけ、自覚し、消費者としての基本的態度に結び付けることができることを目標とした授業実践報告である。

中学生にとって身近な購入対象である商品（こんにやくゼリー）を教材として選び、その商品を販売する企業と購入する消費者それぞれの立場でイメージさせながら、適切な購買行動につながる情報の読み取り方について考えさせた。まとめでは消費者の権利と責任のうち「知らされる権利」「安全を求める権利」「選択をする権利」「批判的意識をもつ責任」について確認し、意識づけを行った。授業開始当初は注目されていなかった表示に目を向ける生徒が多くなり、また消費者にとって本当に必要な情報は商品パッケージの裏面に多くの表示がありしかも小さい文字で書かれていることへの気づきがあった。授業後の生徒の記述からは、「生活に活かせる知識・技術」としての授業効果が確認された。複数の観点評価につながるワークシートの改善を検討していきたい。

キーワード：家庭科教育、消費者の権利と責任、中学生、授業実践

1. はじめに

学校における消費者教育は、平成元年の学習指導要領改訂の際に導入された。同年施行された「消費者教育推進法」においても、児童・生徒の発達段階に応じた体系的・総合的な消費者としての能力の開発が目標とされ、家庭科がその役割を担うところは大きい。

中学校家庭科の学習指導要領では、「身近な消費生活と環境」の内容として、「自分や家族の消費生活に関心を持ち、消費者の基本的な権利と責任について理解すること」、「中学生にかかわりの深い事例を通して、物資・サービスを購入する主体であり、適切な消費行動をとる必要があることなどに気付くようにするとともに消費者の基本的な権利と責任について理解し、消費者としての自覚を高めるようにする」と解説されている¹⁾。とくに「消費者の基本的な権利と責任については、実際の消費生活とかがかわらせて、具体的に考えさせるとともに、消費者基本法の趣旨を理解できるように」とし、さらにそれが単なる啓発的な言葉上の理解のみに終わるのではなく、「商品を購入することは、選ぶ権利であるとともに責任を伴うことなどについて理解できるようにする」とある²⁾。

鳥井葉子ら（2009）は、これまでの消費者教育は、よりよい商品の選択や購入を目指す教育実践が主であり、「消費者の権利と責任」を意識づけ、主体的に行動できる消費者を目指す実践はほとんど報告されていないことを指摘している³⁾。また奥田麻美子・水谷節子（2010）は、「消費者の権利と責任」の授業実践上の難点として、授業時間数が少ない、生徒が具体的事例と結び付けにくい、生徒の消費者としての自覚が低い、生徒の興味関心や理解度が低いことなどの問題点を指摘し、中学生に“一消費者”であると自覚させる授業、あるいは中学生にかかわりの深い具体的事例と結びつけて考えさせる授業が求められていると述べている⁴⁾。

家庭科における消費者教育はおもに問題商法やクーリング・オフの実践に重点が置かれ、具体的事例をもとに「消費者の権利と責任」に結びつけた授業実践はまだ少ない⁵⁾。

北海道においても中学校家庭科で消費者教育に充てる時間数は、基本的には各学校の自由裁量で決められるものの、「家庭生活と環境」も含めておよそ6～8時間程度と少ないのが現状である。また衣・食・住生活の分野と組み合わせて取り扱われているケースもあ

る。

そうした状況にあつて、中学校段階から「消費者の権利と責任」に関して身近な消費行動をとおしてより具体的に理解し、主体的に行動できる消費者としての自覚を高めていくことが、中学校における消費者教育の目標としてもっとも重要な視点であろう⁶⁾。

そこで本研究では、中学校家庭科において、「消費者の権利と責任」とは何かについて意識づけ、自覚し、消費者としての基本的態度に結びつけることができることを目標とした授業実践を試みた。

2. 授業計画

今回の授業実践では、以下の3つの課題を設定した。第1は課題発見として、中学生にとって身近な購入対象である商品（こんにゃくゼリー）を選び、その商品を販売する企業側が消費者に伝えたい商品情報と、購入者側が目しやす、あるいは知りたい商品情報をそれぞれ確認した。第2に、商品を選択する際に消費者としてどのような情報を読み取り、選択し、適切な購買行動に結び付けていったらよいかについて考えさせた。第3にまとめとして、この授業から消費者には「安全を求める権利」「選択する権利」「意見が反映される権利」があることを確認し、一方、消費者として「批判的な意識を持つ責任」があることを意識づけた。

なお、今回の授業実践にあたっては、中学生の日常の購買行動を予め知っておく必要から、2015年12月に札幌市内の公立中学校（A校）2年生4クラス116人を対象として、2016年8月には同じく札幌市内の公立中学校（B校）3年生4クラス126人を対象として「消費生活に関わるアンケート調査」を実施した。その調査項目のうち、今回の授業実践に直接結びつくものとして「あなたが欲しいものを買う時、一番重視する判断基準は何ですか」との質問に対して、中学生が購入時に重視するのは、「価格」と「好み（味）」であることを把握した。

3. 授業の実践

(1) 本授業の目標

商品購入場面で、消費者にとって必要な情報を集め、整理し、適切な選択と購入につなげることができる。さらにそれとおして「消費者の権利と責任」について具体的に理解し、これからの生活に意識して行動できるようにする。

(2) 授業の展開

中学校家庭科の「商品の選択と購入」の授業として、「考えてみよう！ 読み取り上手は買い物上手～こんにゃくゼリーの場合～」を1時間（50分）の授業として実施した。教材として市販のこんにゃくゼリーの商品パッケージ（両面）を印刷したワークシートを作成し使用した。対象は、2016年2月にA校2年生116人、2016年11月にB校3年生126人である。授業の展開は表-1に示すとおりである。

はじめに商品外袋の表と裏表紙をカラー印刷したワークシートを配布し、こんにゃくゼリーを購入する場面をイメージさせた。第一段階は、個人作業として「買う人の立場になって、この商品の注目するところを1つあげよう」との問いかけをし、つぎに「売る人の立場になって、この商品のセールスポイントを1つあげよう」との問いかけをした。生徒は商品が印刷されているワークシートにマーキングした。第二段階は、それらをもとにグループ作業に入り、個人作業の結果についてグループ内で意見交換をさせた。その後、こんにゃくゼリーによる事故の記事を紹介した。第三段階は、再び個人作業として、「買う人の立場でとくに注意した方がよい商品情報」を複数あげさせ、その理由について同じワークシートに記入させた。第二および第三段階を通して発表された各意見は、教師が黒板に板書する形でまとめていき最終的にはクラス全体で確認をおこなった。その際、自分の意見以外については、それぞれのワークシートに追加記入するよう指示をした。〈まとめ〉は、A校では「あなたの友達がこの商品を買おうとしている時、あなたはどのようなアドバイスをしますか」について各生徒に考えてもらい、それぞれワークシートの指定の空欄に記述させた。

なおB校での実践では、より具体的な内容記述を求めて、最後の〈まとめ〉の部分を「今日の授業をどのように生活に活かしていきますか、あなたの考えを書きましょう」との問いかけに修正して記述させた。

(3) 実践結果

A・B両校の授業実践の結果をまとめると、生徒が売る人の側のセールスポイントとして挙げたのは、商品パッケージの表面に書かれている「おなかの調子を整える」（約60%）が最も多かった。一方買う人の側としての注目ポイントは、「価格」（約36%）、「味と内容量」（約24%）、「1個あたりの食物繊維量」（約19%）の順であった。中学生では、「価格」について栄養効果よりも味に対する期待が上回っていた。この他では期限表示に注目した生徒が約1割あったが、期限表示は小学校家庭科でも扱っている内容であるため中学生に

表-1 授業の展開（B校での授業展開）

時間	○生徒の学習活動	◇教師のはたらきかけ	□資料
導入 5	○前時の振り返り 悪質商法 中学生に多い消費者トラブル	◇消費者をだまして契約を結ばせようとする 悪質な業者による様々な商法があること、 中学生でも消費者トラブルに巻き込まれて いることを確認する	
	○これまでの買い物を振り返り、失敗した(後悔した) 経験について考える	◇これまでの消費行動(買い物)で失敗した (後悔した) 経験について振り返る (アンケート結果を参考に)	
	【学習課題】 考えてみよう「読み取り上手は買い物上手」		
展開 40	○こんにゃくゼリーの購入場面をイメージし、考える (個人作業) ①買う人の立場で、商品の注目するところを1つ選び、青で○をつける ②売る人の立場で、商品のセールスポイントを1つ選び、赤で○をつける (グループ作業) それぞれがつけた赤○、青○をグループ別シートに記入し、まとめる	◇ワークシートを見ながら考えさせる ◇ワークシートへの記入の仕方を説明する [机をグループの隊形にさせる] ◇グループで意見交流 ワークシートに記入(記入方法説明) [机を元に戻させる] ◇黒板に掲示したパッケージ(拡大)に発表された意見を記入する	□ワークシート配布 (個人作業) □黒板にパッケージ (拡大印刷)を掲示 □ワークシート配布 (グループ作業用)
	○グループで交流した意見を発表する 《予想される意見》 赤○：おなかの調子を整える 食物繊維1.6g 青○：価格(税込み160円) おなかの調子を整える オレンジ味 (個人作業)	◇事前アンケートの結果と結び付ける 生徒は、商品を購入する際、「価格」や「好み」を重視する傾向にある ◇パッケージに記載されているその他の表示に目を向けさせる	
	○買う人が特に注意した方がよい情報だと思う部分に黒で印をつけてその理由も記入する	◇こんにゃくゼリーによる事故の記事を紹介する	
	○記入した意見を発表する 《予想される意見》 賞味期限：期限切れになっていないか 1日4個：1日4個食べる必要あり 体調によりおなかがゆるくなる：おなかを壊す可能性あり 原材料名：アレルギーの人注意	◇発表された意見を拡大印刷したパッケージに記入	
まとめ 5	○買う人にとって大事な情報の記載は、パッケージの裏面が多く、また文字が小さいことに気付く ○今日の授業をどのように生活に活かしているか、考えをワークシートに記入する	◇発表された意見を記入したパッケージから、気づいたことを発表させる 「裏面の記入が多い」 「文字が小さい」 ◇今日の授業を日常の消費行動に結びつけて考え、記述するようながす ◇次時の予告を行う 「使用中におこるトラブルから考える」	□ワークシート回収

はかなり定着していることが確認できた。第二段階でおこなったグループ単位での意見交換と発表の後は、買う人の側がとくに注意すべき商品情報としてパッケージの裏面にある「食べる際の注意事項」(死亡事故につながるかもしれない、体質によってはおなかの調子が悪くなる)や、「原材料名」(アレルギーへの注意)、「問い合わせ先」(問題が起きた時に必要)など、授業開始当初は注目されていなかった表示に目を向ける生徒が多くなった。さらに、消費者にとって本当に必要な情報は、商品パッケージの表面よりも裏面に多く表示があり、しかも小さい文字で書かれていることに気づきがあった。

〈まとめ〉では、商品の表面の大々的な商品表示に惑わされることなく、むしろ裏面に記載されている各種の説明文にもっと注目するような記述内容が多く見られた。

なお、今回の授業評価に関しては、〈まとめ〉の記述内容をもとに「生活や技術への関心・意欲・態度」の観点で次のような基準が設定できた。

- A：「もっと細かい文字もしっかり確認して商品を選びたい」など、学習した知識を将来の生活に活かそうとする記述があるもの
- B：「パッケージの裏側にも大事なことが書いてあることがわかった」など、授業内容を理解した具体的な記述があるもの
- C：「買い物で気をつける」「大事なことがわかった」など、漠然とした記述しかないもの

また授業実践後に実施した「学習記録表」から本授業実践に関して記入された内容をみると、「これから買い物をするときには小さい文字もよく見て買うようにしたい」「気をつけて見る必要がある表示がたくさんあって驚いた」「今までは価格と好みだけで選んでいたが、これからはもっと他の表示にも目を向けたい」といった記述が見られ、「生活に活かせる知識・技術」としての授業効果も確認された。

4. まとめ

今回の授業実践では、生徒たちがこれまでに購入経験のある身近な商品にも、消費者にとって必要となる様々な情報が記載されていることや、その情報の中にはアレルギー表示に代表されるように、購入した商品によって生命や健康が脅かされることがなく安全で安心な消費生活を送るために必要な表示が含まれている

こと、また、別のこんにやくゼリーの商品パッケージには、商品に関わる死亡事故があった後に、注意喚起のための表示が大きく記されるようになったことなどを説明し、これらを消費者としての「知らされる権利」「安全を求める権利」へ意識づけることができた。さらに、消費者は、様々な商品から自由に選び購入する「選択をする権利」をもっているが、与えられた情報を読み取り、自分にとって有益な商品であるかどうかを判断していくことが重要であること、情報に疑問があれば販売者に問い合わせ、さらなる情報を入手していくことも必要であることにも気づかせ、「批判的意識をもつ責任」とも結びつけることができた。

今後の課題は、複数の観点評価につながるようなワークシートの改善である。学習指導要領では「身近な消費生活と環境 家庭生活と消費」の評価規準に盛り込むべき事項として「生活を工夫し創造する能力」の観点で、「家庭生活と消費について課題を見つけ、その解決を目指して工夫している」とある。今回基準を設定した「生活や技術への関心・意欲・態度」の観点の他に「生活を工夫し創造する能力」の観点の評価材料につながるようなワークシートの改善について検討を行いたい。

付記

この論文の一部は 2016 年日本家庭科教育学会（新潟市）において発表した。

注

- 1) 文部科学省：中学校学習指導要領解説 技術・家庭編，平成 20 年 9 月，pp 66-67.
- 2) 文部科学省：同上，pp 67.
- 3) 鳥井葉子他 (2009)：新学習指導要領実施に向けた家庭科の教育実践上の課題，鳴門教育大学研究紀要 24，pp 204-220 および鳥井葉子・石田紘子 (2010)：小・中・高等学校家庭科における消費者教育の構想：先行研究の分析・授業事例を踏まえて，消費者教育 30，pp 149-158.
- 4) 奥田麻美子・水谷節子 (2010)：「消費者の権利と責任」に関する消費者教育の新展開へ 消費者教育 30，pp 137-147.
- 5) 速水多佳子・石田紘子 (2013)：消費者の自立を目指した「消費者の権利と責任」に関する授業実践，日本家庭科教育学会誌，no. 55，vol. 2，pp 95-102.
- 6) 神山久美・堀内かおる (2010)：家庭科における消費者教育の実践と評価 日本家庭科教育学会誌 53，vol. 1，pp 32-39.

Teaching Practice of “Consumers’ Rights and Responsibilities” in Home Economics Classes Aiming for Consumers’ Independence in Junior High Schools

Yoshiko HISHIMURA

(Graduate Student, Division of Human Life Studies, Graduate School of Human life Science, Fuji Women’s University)

Key words: Home Economics Education, Consumers’ Rights and Responsibilities, Junior High School Students, Teaching Practice