

## 持続可能な社会の担い手として、意思決定のできる児童を育てる

菊陽町立菊陽西小学校(熊本県在住)

清永 康代

今から5年ほど前、県教育センターへの内地留学で消費生活領域の授業研究に取り組む機会を得た。以来、「持続可能な社会の担い手として、意思決定のできる児童を育てる」ことを日頃から考え、小学校家庭科を核とした消費者教育の実践を重ねてきた。その中で、持続可能な社会につながる「消費」の視点は一体いつから育むべきなのか、持続可能な社会につながる商品を選ぶことを「価値」として教えるのかなど、多くの疑問を持つようになった。そして、その根幹となる消費者教育とは一体何なのか、消費者教育について詳しく学びたいと考えるようになった。

折しも、小学校で本年度から完全実施の新学習指導要領においては消費者教育の充実が明記され、各教科で学ぶ内容が詳細に示されている。しかしながら、小学校家庭科の現場では「売買契約の基礎」が新設されたことばかりが取り上げられているように感じる。売買契約の基礎を学ぶことは確かに大切であるが、生活技術的なことだけを身に付けても消費者教育の本質的な部分である意思決定を押さえていなければ、自分で判断し行動する子どもたちの力には結びつきにくいのではないかと考える。

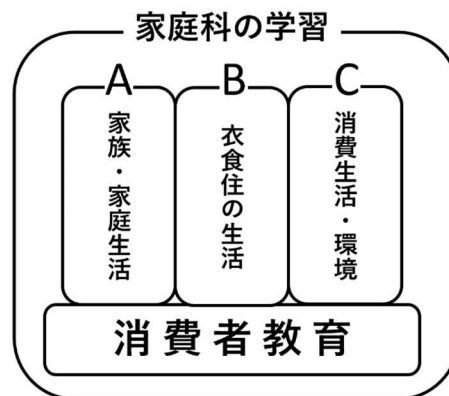
以上より、小学校家庭科での消費者教育の展開について、これまでの実践を踏まえ、わたしの考える消費者教育について述べてみたい。

### 1 わたしが考える消費者教育を基盤とした小学校家庭科のカリキュラム

小学校家庭科の学習内容は、現行の学習指導要領において「A 家族・家庭生活 B 衣食住の生活 C 消費生活・環境」と明記されている。ここでは3つの分野が並列となっているが、今日の生活は消費経済生活であり、ほとんどの場合、家族・家庭も衣食住も消費・環境の上に成り立っていると言えよう。家庭科を学び始める小学校5年生初期の段階で、「日々の私たちの生活は『何かを消費』することで成立している」ことを意識させ、「何をどのように消費するのか、いつも決めなければならない」という意思決定の視点を基本に据える消費者教育を常に意識しながら他の2分野を学んでいく横断的学習の必要があると考えている。

現在、小学校家庭科の教科書において、「消費生活・環境」そのものを学ぶ単元は、2年間を通じて1つだけである。授業者がよほど意識して他分野の学習と関連して学ばせようとしなければ、消費者教育の学習機会は極めて限定的になるということである。

筆者は図1に示すように、家庭科の基盤に消費者教育を位置付け、全ての分野において消費者教育の視点を盛り込んだ小学校家庭科2年間分のカリキュラムを作成し、学習を進めていった。家庭科を指導する初心者であっても、各分野で学ばせたい消費者教育の視点が明示されていれば、消費・環境以外の学習でも消費者教育を意識した授業展開が可能になると考えている。これらを踏まえ、筆者がこれまでに実践した5年生の消費生活、食生活及び衣生活分野の学習について紹介する。



【図1】消費者教育の位置付け

## (1)消費生活の実践

【表1】第5学年「じょうずに使おうお金と物」学習計画

	時間	消費者教育の視点
①わたしたちの生活とお金	1	・家ではどのようなことにお金を使っているのか、話し合う。 ・1,000円の使い方を考える。 ・生活の様々な場面でお金を使っていることに気付かせる。
②お金や物の使い方を考えよう	1	・食品ロスの事実を知り、自分の消費行動を振り返る。 ・食品ロスと自分の消費行動との関連に気付かせる。
③買物の仕方を考えよう	1	・模擬買物を体験し、商品の情報を集め、整理する。 ・商品の情報を知り、物を選ぶ視点の多様性を理解させる。
④自分ができることを考えよう	1	・持続可能な社会づくりのために、自分ができることを考える。 ・自分の行動で世界や未来は変えられることを伝える。

自分の家の冷蔵庫から、社会や世界の課題である「食品ロス」を実感し、自分にできることは何か、何をすべきかについて「いらぬものを買わない大作戦」、「買いすぎ禁止大作戦」などを考え出し実行することで、お金や物の使い方に必要な意思決定を学び、実践する活動につなげることができた。

## (2)食生活の実践

【表2】第5学年「『和食』のよさ再発見！～持続可能な食の継承者に～」学習計画

	時間	消費者教育の視点
①和食の秘密を探ろう	1	・和食が「ユネスコ無形文化遺産」に登録されていると知る。 ・和食の特徴を探し当て、日本の食材や郷土料理に興味を持つ。
②五大栄養素や3つの食品グループのはたらき	1	・地産地消の取組、フードマイレージについて知る。 ・旬の食べ物のよさに気付く。
③ご飯とみそ汁を作ろう	9	・産地、必要量、容器や包装を意識し、みそ汁の材料の買物をする。 ・「家族も地球もうれしいみそ汁づくり」の計画を立てる。

食生活の学習では「調理は買物から片付けまで」を合言葉に、実際に地元の商店(県・町産品がおいてある店)に出かけ、自分たちで調理実習の材料を購入しながら消費者としての体験を積んだ。小学校の2年間、調理実習だけでも最低5回はある。価格・必要量・産地・生産者・旬・容器・賞味(消費)期限など、多様な商品選択の視点を少しずつ増やしながら、繰り返し学ぶことのできる格好の機会となった。実習の材料購入の際には、店内で持続可能な社会につながる商品探しを行った。阿蘇の草原や農業を守る取組を行っている会社の牛乳、熊本地震の復興を支援するサイダーなど、多くの商品を見つける児童の姿があった。

また家庭生活でも、同じ商店に家族と買物に行くことを想定し、子どもたちが学んだことを家族に伝える機会ともなるようにした。実際に牛乳の買い方について「すぐ飲むんだから、前に置いてある牛乳(賞味期限の短い牛乳)でいいよ」と家族に声をかけることができた児童が数名いた。

### (3)衣生活の実践

【表3】第5学年「わくわくミシン」学習計画

	時間	消費者教育の視点
①布製品とのつながりを考えよう	1	・実物のタオルを用いて、値段の異なる手がかりをつかむ。 ・1枚の布に関わる人々(綿を採る・作る・売る人など)を想像する。
②ミシンぬいにチャレンジ	4	・使い捨ての紙製品と再利用できる布製品を比べ、布製品のよさを見つける。 ・大量生産や大量消費の使い捨て社会について考える。
③計画を立て、作ってみよう	6	・アプリケや刺繍によるオリジナルのエプロンを製作する。 ・日本の伝統であるさき織(布を使い切る方法)について知る。

衣生活の実践では実習に重きが置かれ、消費者教育の学習は難しいと捉えている先生方が多い。しかし、消費者教育の視点を持っていれば、指導は可能である。

筆者は、小学校5年生のミシンの導入として「タオルの価格の違い」を考える学習を行った。子どもたちは「100円のタオルと1,000円のタオルは何が違うのか？」を考察することにより、タオル1枚の価格の背景には、材料・製法・広告・環境等が関係していることを知った。これまでは与えられた製作キットでエプロンを完成させることだけが目的になっていたが、布そのものに目を向けたり、市販のエプロンとの違いから手作りのよさを感じたりする子どもの姿があった。

## 2 「消費者教育」の理念を教科指導に定着させることの必要

筆者としては、学校教育全体を通じて実践可能なテーマであり、これからの未来を拓く子どもたちにとっても大切にしたい消費者教育であるが、賛同する仲間は決して多いとは言えないのが現状である。その理由として、指導する側に「消費者教育を受けた記憶がない」、「覚えているのは、高校卒業前に体育館に集められて悪質商法に関する講話を聞いたことくらい」であるなど、学校で受けた消費者教育の印象の薄さがうかがえる。加えて、社会として求められている教育であるにも関わらず、大学での教職課程において必修扱いではないため、ほとんどの先生が消費者教育の基礎・基本を学ぶ機会もなく教職に就くことになっている。そのためか、多くの先生方の消費者教育への認識は「消費者教育＝悪徳商法対策・契約問題対策」などの表層的理解に留まっているように見受けられる。筆者も教職15年目にして初めて消費者教育に出合ったというのが、率直な思いである。

消費生活の授業について他の先生方と話をすると「学習内容としての消費生活に関する知識」と「実生活における自身の消費行動」とが繋がっていないと感じることは多い。契約、金銭管理、商品知識などの具体的な学習内容は、発達段階に応じて習得すべき必須の生活技術であるが、その知識を実際の行動につなげる意思決定能力が不可欠と言えよう。実効性ある消費者教育にしていくには、長期的に見て教育効果が最も大きいとされる学校教育において、消費者教育の本質である意思決定を小学校・中学校・高校と一貫して学ばせることの重要性を、指導する側が十分に理解することが必要である。筆者と同じように「家庭科の基盤に消費者教育の視点を」と考える仲間を増やし、このような考えに基づくカリキュラムを共に実践し、教科等の指導に消費者教育の理念を定着させていきたい。

## 3 わたしの考える消費者教育 ～「意思決定」の力を育むために～

日本財団「18歳意識調査」(2019)によると「自分で国や社会を変えられると思う」と回答した17～19歳の日本人は、9カ国中最下位の18.3%であった。「自分の国がこれから『よくなる』」との回答は9.6%で、同様に最下位

であり、国や社会に展望を持つことができないという実態が明らかとなった。このような社会において「自分だけがやっても無駄なのではないか」と考え、よりよい消費行動を学んだとしても実践につながらない子どもたちになってしまうのではないかと懸念する。この現状を改善するためには、消費者教育の本質である意思決定の力を育むような以下の取組が有効ではないかと考えている。

小学校の段階から「意見を出し合い、活動を計画し実行する」場を保障し、「自分たちが行動することで集団をよりよく変えることができる」という経験を積ませることである。特別活動における話し合い活動はもちろんのこと、教科等の学習や日々起こる子ども同士のトラブルについても双方の意見を十分に出し合い言い分を聞くなど、「言いたいことが言える」場を保障し、「言ったら聞いてもらえる」、「話し合えばいい方向に物事が進む」体験を積み重ね、意思決定の手法を学習していくことが必要であると考えている。

子どもだから判断は難しいと思ひ込み、何でも大人が決めるのではなく、子どもなりの意見や言い分を聞き、意思決定の場面をつくり、選択させる。小さな経験の積み重ねが、日々どの商品を手にとろうかという意思決定の場面につながり、商品の背景を想像することができる子どもたちに成長する。また、適切な意思決定は消費者被害の抑止力に最も有効である。学校教育において意思決定の場を十分に確保することで、将来の消費者として好ましい判断と行動ができる児童を育てるための消費者教育を推進し、定着させていきたい。

これまで「持続可能な社会の担い手として、意思決定のできる児童を育てる」ことを常に念頭に置き、子どもたちと共に過ごしてきた。消費者教育を基盤とした家庭科の授業を一緒に創り上げ、意思決定の場を設定するように心掛けてきた。2年間共に学んだ子どもたちに、「きれいな水や空気などの自然や食べ物は、これから先なくなるかもしれない」、「何かを決めるときには、多くの情報を集めてから決める」、「県産・国産の商品を選ぶように心掛けている」などの意識が、少しずつではあるが上向きになったことを記しておきたい。消費者教育の本質的視点を常に意識した授業が、これから未来を切り拓く子どもたちにとって、自ら考え判断し行動する消費者としての資質・能力の育成につながっていくと確信している。

#### 審査委員長のコメント

意思決定のできる児童を育てることを考え、小学校家庭科の学習内容である「家族・家庭生活」、「衣食住の生活」、「消費生活・環境」の3分野の基盤に消費者教育を位置付け、カリキュラムを作成し、学習を進めたことは高く評価できる。実践してきた授業についても分かりやすく記述されており、他の教員も活用できる。今後は意思決定に加え、さらに社会的責任やSDGsを見据えた内容となることに期待したい。