

① 消費生活相談員と連携を図った家庭科の授業

神山 留美子 Koyama Rumiko

岐阜市立精華中学校 教諭

2012年3月末まで同市立青山中学校に勤務



はじめに

消費生活相談員と連携を図った家庭科の授業を行って5年になります。それまでは、メディアで報道されているような消費者トラブルを紹介し、注意を促していました。しかし、生徒の感想からは、それらのトラブルを自分のこととしてとらえられていないことが分かりました。そこで、身近なトラブルを題材とすれば、生徒は自分のこととして関心をもてるのではないかと考え、地元の岐阜市消費生活センターへ連絡しました。ここから消費生活相談員（以下、相談員）と連携した授業が始まりました。

授業実践のための準備

授業を行うに当たり、専門的な立場の相談員が参加することでより効果的な授業となるよう、生徒の実態を十分に把握するとともに、付けたい力を明確にして題材を構想することを大切にしました。また、相談員と連携した授業が持続可能となるよう、打ち合わせや準備についても入念に進めました。

▶ 題材名 「めざせ、かしこい消費者！」

▶ 実施学年 第1学年

▶ 題材のねらい

消費者としての自覚をもち、消費者の1人として生活を工夫し実践することができる。

(1) 生徒の実態把握と目標設定

生徒の実態を把握するに当たり、「消費生活に関わるアンケート調査」を行いました。その結果から、生徒は商品を購入するときに、価格や内容量などの情報を入手して判断していることが分かりました。一方、購入後や環境という視点を持っている生徒はほとんどいないこと、必要性や機能性などで判断せず、「欲しいから購入する」という理由から購入していることも分かりました。また、購入した商品にトラブルが生じた場合の対応については、「放置」「売る」「譲る」といった回答が多くありました。

【消費生活に関わるアンケート調査】

①商品を購入するときに考えることは何か。

●商品の価格が安ければ買う…………… 93%

②「欲しい」と思うきっかけは何か。

●「商品がかわいい（格好いい）」…… 56%

●「有名人がCMをしている」…………… 22%

③商品を購入後に希望（想像）していた商品と違ったことがある…………… 79%

④希望（想像）していた商品と違ったときの対応（店舗販売の場合）

●時計を買ってすぐにベルトが切れた⇒返品

●靴を購入したら、左右のサイズが違っていた⇒交換

〈インターネット販売の場合〉

●サイズの違う服が来た⇒放置

●本が破れていた⇒返品

●既に持っている漫画本だった⇒オークション

●いつものサイズで靴を頼んだが、大きかった⇒譲る



3 消費者教育 現場レポート ①消費生活相談員と連携を図った家庭科の授業

そこで、購入時における商品の必要性に加え、使いやすさやアフターケアといった購入後の利便性についても考えさせることを通して、生徒の「消費者の責任」についての認識を高めたいと考えました。

さらに、「1人の消費者」としてのよりよい態度を育てることの必要性も感じました。これについては、消費者から事業者へ寄せられる商品や広告への意見は、事業者の商品開発や改良、分かりやすい広告を制作することの参考となり「消費者全体の利益」につながっていくことを学ばせたいと考えました。

(2) 付けたい力を明確にした題材の構想

責任ある「1人の消費者」としての実践力を育てるために、消費者としての立場や消費行動のあり方の基礎を学ぶ「身に付ける授業」と、学んだ知識や技能を活用する「生かす授業」に単位時間を位置づけ、題材を構想しました(表1)。

(3) 相談員との打ち合わせ

生徒の日常の生活認識や知識量と題材の構想について相談員に伝えた結果、購入後の利便性についての視点をもたせる第3時と、題材のねらいに迫る第5時に来ていただくこととしました。

また、打ち合わせでは、5回の授業を通して生徒に身に付けさせたい知識や認識を整理して

伝えるとともに、それに必要な統計資料や新聞記事などの情報、参考となる実物などの資料を準備していただくようお願いしました。

相談員からは、既存の資料だけでなく生徒に分かりやすいよう県や市で作成されたデータを編集したり、新たに探した身近な事例などの資料を提供していただきました。

第5時の授業実践

相談員との2回目の授業では、高学年になるにつれて携帯電話の所有率が高くなっており、インターネットを利用する機会が増えていくと考えられたため、第5時の授業のねらいに従い展開を下のように構成しました(表2)。

そのため、ネットショッピングを模擬体験できるように、事業者との契約が成立するまでの画面をパワーポイントで作成しました。

導入では、全国の状況や県や市の実態について、相談員から話を聞きました。生徒は、中学生による相談件数が想像以上であったことや、提示された数字が氷山の一角であることに驚き、

単位時間の学習のねらい	
〈身に付ける授業〉	
第1時 「かしこい消費者をめざして」	今までの消費生活を振り返り、どんな消費者になりたいの願いを持つ。
第2時 「販売方法と支払い方法」	販売方法や支払い方法の特徴を知る。
第3時 「商品の購入」	自転車購入の模擬体験学習を通して、商品に関わる必要な情報を収集・整理する技能を身に付ける。
第4時 「消費者トラブル～悪質商法～」	悪質商法の手口を知り、巻き込まれないための方法や巻き込まれた時の対応を理解する。
〈生かす授業〉	
第5時 「消費者の権利と責任」	ネットショッピングのトラブル防止法や対処法を考えることを通して、消費者としての自覚を高め、よりよい判断をしようすることができる。

表1 5回の授業計画

ねらい	
ネットショッピングのトラブル防止法や対処法を考えることを通して、消費者としての自覚を高め、よりよい判断をしようすることができる。	
展開	
1	消費生活センターへの相談件数を知る 相談件数や内容とともに、インターネットに関わる相談や中高生からの相談が増加していることが分かる。
2	岐阜市消費生活センターへ寄せられたネットショッピングについての相談を知る。
3	実際にあったトラブルの事例をもとにロールプレイングで行い、トラブルの対処方法について考える。 ●返品 ●交換 ●譲る ●売る ●放置
4	今後、トラブルを回避するため、消費者としての責任と自分たちにできることについて考える。 ●同じトラブルにあう消費者をつくらないためにも、商品に対する不都合な点を事業者に伝える。
5	消費者の声で改良された商品を確認する。 ●持ちやすくなったペットボトル ●襟元のラベルが印字になったTシャツ

表2 第5時「消費者の権利と責任」の授業の展開



写真1 ロールプレイングをしているようす

また、相談内容が身近なところでも起こり得ることだと知りました。

その後、実際の相談事例を基にロールプレイングを行い、トラブルにあったときの対処方法について考えました（写真1）。

生徒は、「いかに自分が損をしないか」という視点から結論を出そうとし、「返品」「交換」「売買」「放置」といった対応が挙げられました。

そこで、さらにこれらの対応の質の違いに気づかせるために、A（「返品」「交換」）、B（「売買」「放置」）に分けて板書しました。生徒はしばらく考え、「Aは事業者と関わっているけれど、Bは事業者と関わっていない」と気づきました。

そして、事業者との接点とは消費者に不都合があったことを事業者に伝えることであると知りました。また、商品に付いている「お客様カード」や「お客様相談室」などを活用することは、消費者の意見が事業者の商品開発や改良につながることであり、消費者全体の利益につながっていくことが理解できました。

最後に、消費者の声で改良された実際の商品を提示しました。中央に凹みを作り持ちやすくなったペットボトルや襟元のラベルがなくなったTシャツなどです。日々の生活の中で何気なく使用している物を目にしたことで、消費者の声が事業者に届いていることを実感できたようでした（写真2）。



写真2 中央に凹みを作り持ちやすくなったペットボトル

おわりに

参観された先生方から次のようなご意見をいただきました。

- ロールプレイングの内容が生徒の実態に沿って設定され生徒にとって考えやすい内容であった。また、「1人の消費者」という視点を身に付け、「消費者の責任」についての認識を高めることにつながる授業であった。
- 生徒が商品を購入しているのは店舗販売がほとんどであり、将来を想定してネットショッピングの学習を進めるより、実生活を基に学習を進めていくほうが効果的である。

今後も、生徒が「1人の消費者」としてのよりよい行動を考えることができるよう工夫していきたいと思います。

【生徒の授業後の感想】

- ぼくは消費者の権利ばかり言って、責任まで考えていませんでした。お店の人に意見を伝えることで、ぼくの後に買った人が同じトラブルにあわないと思いました。自分のことではなく、消費者全体のことを考えて行動できるようにしたいです。
- 最初、自分が損をしないことを考えていました。だから、お金のことを考えて対処方法を決めました。しかし、意見を伝えることで、同じトラブルを避けることができると知りました。消費者の1人としての行動を考えられるようになりたいです。