

消費者教育と 高校職業教育との接続

— 生徒自主制作の消費者啓発リーフレット
「通販トラブルさようなら」が示唆するもの —

浜野 義明 Hamano Yoshiaki 埼玉県消費生活支援センター春日部 担当部長

このコーナーでは、消費者教育の実践事例を紹介します。

成年年齢を18歳に引き下げる民法改正案が議論されています。成年年齢が引き下げられた場合、高校3年生のうち一部の生徒は消費者トラブルにあっても未成年者取消しができなくなります。そのため、高校での消費者教育は喫緊の課題です。本稿では、高校生が自発的に消費者被害の予防を啓発するリーフレット制作に至った経過を報告し、消費者教育推進策の一つの切り口として高校職業教育との接続について紹介します。

消費者教育の状況と高校連携の試行

埼玉県消費生活支援センター(以下、県センター)では、主に出席講座の実施、加えて悪質商法体験セットを利用した参加型の消費者教育に取り組んでいます。学校教育との連携では、消費生活相談員が中学校へ出向いての出席講座実施等で多少の実績とノウハウが蓄積されていますが、高校との連携では公民科教育の実例がある程度で、十分なノウハウがありません。

2016年7月、埼玉県立越谷総合技術高等学校流通経済科から「インターネットトラブル等の消費者被害の実態を学びたい」という打診がありました。同校は第3年次で「課題研究」に取り組んでおり、この中の生徒5名が「自分たち世代があいやすい消費者トラブルは何か」から検討し、「インターネットトラブル」をテーマにしたとのことでした。「課題研究」は高等学校学習指導要領の商業科目の1つです。しかし、消費者

教育と関連づけがあるわけではないので、今回のアプローチは高校職業教育との連携の嚆矢^{こうし}になると考え、快諾しました。

消費者教育の内容検討と実施

課題研究では、成果の発表機会を設けるよう定められており、その中で「作品制作」も示されています。従来、県センターが取り組んできた出席講座とは異なり、生徒自身が課題を発見して解決するという問題意識で臨んできます。この一期一会を逃さないことが肝要です。商業教育の流れを念頭に置きながら、消費者教育を推進する私たちが生徒に課題を発見させるために、どのような事例紹介や問題提起をすればよいか、課題解決のためにどう誘導するかが課題でした。そこで、2時間程度の講座形態とし、8月18日、当センターで次のとおり実施しました。

① 消費者問題の歴史的な流れと消費生活センター(約30分)

重要な事件、消費者問題の変遷や消費生活センター設置の背景等を説明しました。

② 消費生活相談の実態(約70分)

「インターネットトラブル」に関する実態や、消費生活センターに実際に寄せられた相談事例を情報提供しました。高校生にとって「消費生活センター」が身近に認知されていないことが分かりました。

③ 質疑応答(約20分)

質疑応答では、「インターネット取引で留意す

る点は何か」「インターネット取引の顧客に対して企業は努力しているのか」「トラブルにあった場合、消費生活センターに相談するのが一番いいのか」「相談をためらっている人もいないのか」「被害を減らすためにはどうしたらよいか」等の活発な質問がありました。この質疑応答が後のリーフレットの内容となりました。

最後の総括で「皆さんが消費者トラブルにあったら消費生活センターに相談してほしい」「学校に帰ったら消費生活センターをPRしてほしい」と話しました。すると「作品制作」を念頭に置いていたのでしょうか、生徒からチラシ制作の提案がありました。生徒のやる気を後押しするため、「チラシ完成の暁には、県の消費生活センターに置いて活用する」と約束しました。

啓発リーフレットの制作

同校「課題研究」の成果発表は11月に予定されていました。講座から約1カ月経った9月下旬、生徒から「インターネット通販トラブルの予防策をもっと多くの人に知らせるため、リーフレットを制作したので監修してほしい」というメールが届きました。添付されていたリーフレットのデータを開けてみるとタイトルに「通販トラブルさようなら」とあり、トラブル予防対策等や、トラブルに巻き込まれた場合は消費生活センターに相談するようにとの記載がありました。若干の修正は必要でしたが、想定以上の出来に驚きました。つまり、リーフレットは監修こそ受けたものの、生徒の完全自主制作なのです。



図 リーフレット「通販トラブルさようなら」

A4三つ折り表面

「通販トラブルさようなら」の活用

数回の修正のやり取りを経て、「通販トラブルさようなら」を実際に活用してみようということになりました。まず、地元市で開催された商工まつりで配布したところ、「通販トラブルにあったことがあるので参考になる……これ、高校生が作ったの？ すごいね」といった声が複数聞かれました。好評かつ実用性もあるリーフレットであることが分かりました。

リーフレットは生徒との約束どおり、県内4カ所にある県センターに置いて配布することとしました。また、こうした消費者教育の成果物である「リーフレット」は、今後の消費者教育の先行事例になると考え、報道発表を行い、併せて本県のホームページからダウンロードできるようにしました*。また、市町村数カ所から参考にしたいので提供してほしいという申し出がありました。

消費者教育と職業教育との接続

今回、高校商業教育の現場からアプローチがあり、「課題研究」の取り組みの中から好循環が生まれ、リーフレットという成果物になりました。商業科生徒の多くは、将来、流通業界に関わる人材となります。こうした高校との連携は、単に高校生への消費者啓発だけでなく、消費者と逆の立場(事業者)側に消費者問題と向き合う意識を持たせることにつながります。また、商業科目には「経済活動と法」という法教育が生まれ、民法等を扱っています。こちらも含めて消費者教育を推進する側から商業教育の現場へ切り込んでいく余地があります。

越谷総合技術高校とは今後も消費者教育と職業教育で連携する方向性を確認しています。商業教育に限らず消費社会の重要なプレーヤーを供給する高校職業教育との接続は、消費者教育推進策の1つの切り口を示唆したと考えます。

* <https://www.pref.saitama.lg.jp/b0304/syoushisakyoku/torikumi-koshigayasougikou.html>