

消費者教育 実践事例集

高校生と大学生の 「教えあい・学びあい」交流授業

渡辺 力樹

Watanabe Riki

愛知県立南陽高等学校 教諭

商業科を担当。消費者教育を研究。ほかに起業家教育や金融経済教育、主権者教育なども実施し、体験から生きた経済を学ばせる手法を模索している。

このコーナーでは、消費者教育の実践事例を紹介します。

「エコジョ」との連携教育のきっかけ

愛知県立南陽高等学校(以下、本校)は、生徒が自らの進路希望や興味・関心に応じて2・3年生の科目を選択する総合学科の県立高校です。本校は科目をいくつかのグループ(系列)に分類しています。中でも「情報ビジネス系列」では、商業や情報の知識について体験を通じて実感しながら学ぶ環境を整えています。IT関連企業と連携して地元企業の商品販売のウェブページを生徒が作成する実習や、税務署と連携して「望ましい税金の使い方」を経済の専門家に提案する実習など、他校では行っていない外部連携教育を多く実施しています。

前回の学習指導要領改訂を受け、2015年度より本校の教育課程に設置された「ビジネス経済応用」は、経済に関する知識を応用して新たなビジネスを考案する能力を身に着けさせることを目的とした商業科目です。その中の単元「地域ビジネス事情」では、地域が抱える諸問題の解決方法を、生徒が外部団体に提案する実習を行うことになっています。この単元を指導するに当たり、消費者問題を取り上げたいと考えました。

まず、金融経済教育に詳しい企業に相談したところ、消費生活相談員に実際の相談事例を紹介してもらった後、生徒が消費者トラブル解決策を考案し、名古屋市消費生活フェアで行政等に提案するという取り組みが実現しました。2015年度は、「振り込め詐欺」と「マルチ商法」

のトラブル解決方法を取り上げました。

2016年度は6月より同じ取り組みで「アルバイト詐欺」と「クレジットカードの不正利用」について調べ学習をすることになりました。このときに、前出の企業から椋山女学園大学現代マネジメント学部の水野英雄准教授のゼミで経済(エコノミー)を学ぶ女子大学生「エコジョ」が、大学で学んだ経済知識を中高生に伝える取り組みを行っているで紹介されました。そこで、水野准教授に連絡を取り、ぜひ連携教育を実施したいと伝えたことが、今回の「教えあい・学びあい」交流授業のきっかけです。

知識のアウトプットによる学び

2015年度の実践から、知識をインプットさせるのみでなく他者へのアウトプットを経験させることが、生徒本人の学習にとっても有効であることを実感していました。この経験を通して、生徒は自信を身に着け、経済の諸問題に関して自ら思考する態度を修得できます。そこで、交流授業では「高校生が大学生から教わる」だけでなく「高校生が大学生に教える」場面を用意することが有効であると考えました。事前打ち合わせではそのねらいを伝え、双方がアウトプットを行うことを提案しました。また、体験的なグループワークを実施することも確認しました。

授業の具体的な流れと効果

11月11日の第3・4限の2時間を利用し、本

校で交流授業を行いました。参加した本校生徒は9名、大学生は水野ゼミの5名です。

〈第3限〉高校生と大学生双方の「教えあい」

第3限は生徒および学生が、それぞれ自分たちが学習した内容を「教えあい」しました。

生徒は、11月5日の名古屋市消費生活フェアで発表した「アルバイト詐欺」と「クレジットカードの不正利用」のトラブル解決方法を大学生向けに改良し、プレゼンテーションを行いました。「アルバイト詐欺」は、「クレジットカードを作るだけで高額なアルバイト代がもらえる」という偽求人サイト広告を見た大学生が、どのような手口でお金をだまし取られたかを寸劇で紹介しました。また、「クレジットカードの不正利用」は、カードの暗証番号について「誕生日だとすぐに推測されるが、好きな数字を足し算するだけで、他の人には分からず、自分は覚えられる番号になる」と設定方法を提案しました。さらに、短縮ダイヤル「188(いやや!)」で消費生活センターにつながることや、家族が高齢者を見守る場合のチェックポイント、声かけ例なども紹介しました。

学生からは「人生とお金について考える」というテーマで、個別に発表がありました。「進学と奨学金」では、奨学金受給率が増加しているデータが示されるとともに、なぜ返済ができなくなるのかが説明されました。「人生と資産運用」では、分散投資の重要性が指摘されました。「アルバイトの選び方」では、収入を増やすだけでなく学生割引を活用するなどして支出を減らすことも大切であることが提案されました。「自動車と私たちの暮らし」では、自動車メーカーが少子化や環境問題など社会の変化に対応した商品づくりをしている点などが発表されました。

すべての発表が終了した後、生徒と学生の混成グループを作り、アイスブレイクとして「お互いの発表の良かったところ」をテーマに話してもらいました。生徒からは「一人一人が個別に研究・発表している大学生はすごい」「自分は就職するから関係ないと思っていたけれど、将来、

子どもが奨学金を借りるかもしれないと考えるきっかけになった」、学生からは「寸劇がものすごく分かりやすかった」「私たち大学生が標的になっている詐欺なのに、高校生の発表で初めて知った」などの声が上がりました。

〈第4限〉グループワークによる「学びあい」

第4限は、実在する企業4社の、過去5年分の売上高や株価の推移を示したグラフを提示し、「オススの会社」を選択させるグループワークを実施しました。大学で経済を学んだ学生が「ここ数年の株価の伸びを見ると、この会社は自動車業界だと思う」と生徒に声をかけると、高校で簿記を学んだ生徒からも「こっこの会社は、売上が上昇している反面、利益率は下がっているので、たくさん費用がかかっています」と学生に分析結果を伝えました。それぞれのグループが「オススの会社」とその理由を発表した後、4社の企業名が公表されると「やっぱりそうだった」などの歓声が上がりました。お互いが学校で身につけた視点で情報を分析し、意見交換をすることによって「学びあい」が実現しました。事後アンケートでは、双方から「勉強になった」という声が聞かれました。



写真 高校生と大学生がグループワークで「学びあい」

今後も新しい試みを

学習者が主体的に学ぶアクティブラーニングは、どの発達段階にも効果的な教育手法で、実社会のことを扱う消費者教育はそれと折り合いがよい内容です。大学生のみならず、小中高生や保護者、地域住民とも「教えあい・学びあい」ができると考えます。生徒の中に、社会の形成に積極的に参画する態度を育てるため、新しい試みを模索していきたいと思っています。