

中学校家庭科における消費者教育の捉え直し — アクションリサーチによる授業改善 —

榎本優希*・草川政之**・鎌野育代***

Yuki ENOMOTO, Masayuki KUSAKAWA, Ikuyo KAMANO
Rethinking of consumer education in junior high school home economics
-consideration of lesson by action research-

要 旨

本研究は、中学校家庭科における消費者教育の教育的効果を高めるための実践的な知見を得るための手立てを検討することを目的とし、2名の家庭科教諭と1名の大学教員による約1年間のアクションリサーチによって、消費者教育の捉え直しを行った。まず、家庭科の教諭2名から消費者教育に関する問題点を挙げてもらい、その問題を解決するために必要なことを検討した。その後、研修会は1か月に1回程度実施され、それぞれの家庭科教諭が、課題への取り組み(Plan)をそれぞれ授業の中で実践(Act)し、その様子を観察(Observe)し、省察(Reflect)したうえで新たな取り組みを考えていくことを繰り返す実践について、オンラインによる研修会で語ってもらった。

アクションリサーチの効果としては、家庭科教諭の教材開発に対する積極的な姿勢である。共通の課題を設定し、教師がアクションリサーチに取り組むことで、自発的に問題解決に取り組むこととなり、個々の家庭科教諭の指導者としてのスキルアップが期待できるということである。もう一つは、学習指導要領にとらわれることなく自由な発想で教材開発に取り組むことで、生徒が意欲的に学習に取り組むようになること、そして何よりも教師自身が、授業を客観視するようになること、最終的には消費者教育の目標の捉え直しになったということが確認できた。

【キーワード：中学校、家庭科、消費者教育、アクションリサーチ】

1. 問題の所在と研究の目的

消費者を取り巻く社会は日々変化し、様々な商品が生産され、大量に消費されている。情報も日々変化が加速する現代において、消費者教育の目指すところは、国民の一人一人が自立した消費者として豊かな消費生活を営むことのできる消費者市民社会を実現することにある。平成24年8月に議員立法によって「消費者教育の推進に関する法律」が成立した。これに基づき、消費者庁と文部科学省において、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を変更し(平成30年3月20日閣議決定)、国全体として消費者教育施策の推進を図るとしている。これにより、従来の消費者教育は、消費者一人一人が、正しく、適切な情報を基に自分のために合理的選択を実践し、被害にあわない、豊かな生活を送ることを基本とする自立支援の教育から、個人として自立しているだけでなく、消費者が社会の一員として行動すること、消費者一人一人が「消費生活の問題は、自分だけでなく社会の問題」と理解し実践していくことだとしている。一方、食の安全・安心に関する問題、環境問題、悪質商法による被害や多重債務など、消費生活に関する社会問題が深刻なものになっているなか、SDGsの視点からは持続可能な社会づく

りに向けた人材の育成といった課題もあり、学校教育において消費者教育で扱うべき課題は増すばかりである。文部科学省(2018)は国民の一人一人が自立した消費者として豊かな消費生活を営む上で、消費者教育は重要であるとして、小・中・高等学校等を通じて社会科、家庭科を中心に児童生徒の発達段階に応じた消費者教育を推進するとしている。また、消費者庁の中学生向け消費者教育教材「消費者センスを身につけよう」(2019)では、中学生の消費者相談件数は3000件(2017年度)とされているが、相談窓口相談される件数は全体の7%程度であることから、実際には年間4万件以上のトラブルが発生していることが予測できるとしている。苦情の内容としては、放送コンテンツ、健康食品、化粧品の順で、放送コンテンツの内訳としては、アダルト情報サイト、オンラインゲーム、内容を特定できないデジタルコンテンツ、出会い系サイトといった順で、多くの子どもがスマホを個人で持つ時代となった今、問題は一層増加するとともに複雑化しているといえる。

一方、家庭科の教員の消費者教育に関する意識として、鈴木(2012)は中学校の家庭科と社会科の教員への質問紙調査から、消費者教育の関心の程度、学習経験、研修会参加経験については、社会科教員よりも家庭科教員の

* 千葉市立朝日ヶ丘中学校

** 千葉市立松ヶ丘中学校

*** 島根大学教育学部小学校教育専攻

方が高いこと、消費者教育の実施時間数と必要時間数との間にギャップが存在することを指摘している。また、奥谷(2011)も学校教員を対象に消費者教育研修の実態とニーズに関する研究の中で、研修に対する教員の関心は高く、参加に対しても積極的な傾向が示されたこと、しかし、学校教育における消費者教育の位置づけと教科との関連性が教員の中で明確化されておらず、消費者教育そのものの優先順位が低くなっていることを報告している。また、堀江(2016)は、家庭科担当教員を対象に開催された研修会に参加した教員(小学校48名、中学校25名)へのアンケートの結果から「D 身近な消費生活と環境」の指導に関する意識として「大変得意である」との回答は0名で、「得意である」が9名、「あまり得意ではない」が48名、「得意ではない」が13名という結果からこの分野は教員が自信をもって指導している学習分野とは言えないこと、消費者教育推進のために教員が望む支援としては「児童生徒向けの適切な教材」が最も多く挙げられていたこと、教員自身の能力の向上が直接的に見込めるであろう「教員向け研修」への要望はあまり高くなかったことを報告している。

以上の結果からも家庭科は扱うべき学習内容が多い反面、授業時間が短縮され、思うような授業が展開できないという現状があり、その中で消費者教育については自信をもって指導に当たっている教師が少ないこと、その背景として教師自身が多忙で新しい知識を得るための研修に参加し、教材を開発する時間的な余裕がないことなどが予想される。奥谷(2011)は教員のニーズに応じた研修の展開、研修の蓄積の必要性を示しているが、教育行政や消費者行政の行う研修については、新しい知識を得るという視点からすると十分に意味のあるものであるが、受講者からすると受け身になりがちであり、現場の教員が望む直接授業に生かせる適切な教材ではないという問題が存在すると考えられる。

これらの問題を解決するために、本研究では教員の自発的な教材開発と授業改善を目的としたアクションリサーチに取り組むこととした。アクションリサーチについて、佐野(2000)はアクションリサーチとは、「生徒や同僚の意見も聞きながら、系統的に持続して行う反省的授業研究」としている。加えて、良心的な教師なら実は誰もが無意識のうちに実施していることであり、例えば「今日の授業は失敗だった。導入の方法がまずかったからだろうか？明日はあの部分を変えてみよう」と考えたとしたらそれがリサーチの出発点であるとしている。つまり「教師が授業を進めながら、生徒の力も借りて実践を反省し、改良していく継続的な授業研究」であり、一人一人の教師が自分事として捉え、主体的に取り組むことができる方法である。

以上のことから本研究では、「家庭科の消費者教育において求められる授業を開発する」をテーマとして、アクションリサーチの手法を用いて、個々の家庭科教師が、自己省察を繰り返す中で授業改善していくプロセスを明らかにすることを目的とする。なお、本研究ではアクションリサーチを推進していくためのアドバイザーとして大学の家庭科教育担当の教員がスーパーバイザーという立場で参画する。また、本研究では、スーパーバイザーとしての大学教員が元中学校の家庭科の教員であったことから、中学生を対象とした授業開発に取り組むこととする。

ンリサーチを推進していくためのアドバイザーとして大学の家庭科教育担当の教員がスーパーバイザーという立場で参画する。また、本研究では、スーパーバイザーとしての大学教員が元中学校の家庭科の教員であったことから、中学生を対象とした授業開発に取り組むこととする。

2. アクションリサーチの概要

前述した通り、教師は消費者教育の適切な教材を求めている。しかし、提供される教材は、参考にできる部分はあるとしても学校の地域性や生徒の実態を考えるとすぐに使えるというものでもない。また、その教材を使用することによって生徒がどのような変容を示すのかという教育的効果を明らかにすることによって、その手立ての有効性を示すことが必要だと考える。

以上のような趣旨に基づき、本研究ではアクションリサーチの手法を用いた「消費者市民社会の育成を視点とした授業の開発とその有効性の検討」を進めた。

教育研究としてのアクションリサーチについて、秋田(2009)は、以下のように述べている。

1960年代イギリスの共生によるトップダウンのカリキュラム改革と、教師の人事考査や説明責任を求める動きに抗して、教師主導のカリキュラム改革を支える理論としてアクションリサーチが実施された。(中略)教師自らが開発したカリキュラムを評価していく方法として、アクションリサーチが使用され「ヒューマニスティック・カリキュラムプロジェクト」と呼ばれる運動が展開された。このプロジェクトの特徴は、アクションリサーチによる「反省的な教育実践」という一つの概念の中に授業の具体的な改善と教師の生涯発達、カリキュラム開発と評価、教育研究の実施と省察を統合し、実現しようとして生まれた点である。教育研究と授業改善の分離は、授業とカリキュラム開発の分離につながるととらえ、分離でなく統合連続するものとして授業を通してカリキュラム開発を行い、研究し、省察することを前提とされた。(中略)「授業改善－カリキュラム開発－教師の専門性の発達－学校改善」という様々な課題の網の目をつなぐ教育研究法としてアクションリサーチは生まれている。

上記の通り、本研究においては共通の課題を見つけ、課題への取り組み(Plan)をそれぞれ授業の中で実践(Act)し、その様子を観察(Observe)し、省察(Reflect)したうえで新たな取り組みを考えていくことを繰り返すということである。

以下、本研究におけるアクションリサーチの概要を示す。

- ・ 共通の課題:消費者教育の題材開発
- ・ メンバー:千葉市立中学校家庭科教諭2名と大学教員1名
- ・ 期間:2021年6月～2022年3月

3. 消費者教育の教育的効果をもとめるための手立ての検討

3-1 問題の共有

まず、個々の教師が消費者教育を行っている中で日頃感じている問題点を出し合った。まず、最初に出されたのは、中学生が消費者教育を自分事と捉えることが難しいということ、2つ目としては、生徒の学習意欲を高めることが難しく、教師自身も楽しく授業をすることができないという問題であった。その中で語られたことは、教師がつまらないと思って授業をやっていると、当然生徒も同じ気持ちであろうし、内容的にどうしても知識伝達になってしまうということであった。

そこで、二人の教員の課題として「生徒の学習意欲が高まる教材の開発」に取り組むこととした。

3-2 教育的効果の検討

今回の取り組みの生徒への教育的効果についてのアンケートの実施はしないこととした。そのため、教師も思い込みといった一面性に偏るといった批判も考えられるが、学習指導要領にとらわれることなく、自由な発想で教材開発することに重点を置いた。

4. 授業実践(A教諭の実践)

4-1-1 単元の目標

「自立」について中学生の時期は、「生活的自立」「精神的自立」を目指し、「経済的自立」に興味を持つようになると、家庭分野のガイダンスでも取り上げられている。また、地域や社会との関連もさせて学ばせることとしている。そこで、今回は、中学3年生(92名)を対象に、『自立した「おとな」になろう～目指せ！社会を変える消費者市民～』という単元目標を掲げた。消費者として、主体的・積極的に情報を収集し、自分で考え吟味し、評価し、判断し、意思できる資質・能力の育成を目指す。

<第1回アクションリサーチ研修会より>
SV「最終的に目指す生徒の育成像を明確にしましょう」
「『自立した消費者』とは、どのような姿なのか？」

<第2回アクションリサーチ研修会より>
T[E]「『自立した消費者』とは、自分で色々情報を集めたり、そこから考えたりして、その時に適した判断ができるようになってほしい。自分にとって有益となる情報だけではなく、もっと広い視野で考えられるようにしたい。
しかし、実際は、生徒たちにとってなかなか現実味のない話で、興味がない訳でもないが、まだまだ“他人事”、“遠い将来の話”という感覚。そのため、より現実的で実生活を踏まえた内容とし、将来のために今できることを意識させて、考えられるようにさせたい。
そのためにどのように授業を計画しようか、悩みである。」
SV「中学生の消費生活の授業で、何が求められているか?」「中学生の消費者教育を通して、今の彼らに何が必要か?将来どのような姿を目指して『今』何を教えるか?」

4-1-2 指導計画

この単元における「自立」とは、生徒が計画的な金銭管理の必要性について理解することや消費者として商品に対して自ら判断し、選択、行動できることとした。その際に、消費者として個人的な視点だけではなく社会的な視点も含めて考えられるようにした。全6時間構成で授業計画を立案した(表1)。成年年齢の引き下げにより、数年後には大人になる生徒たちだが、大人になることにより何ができるようになり、そのためにどのようなことを考えていく必要があるのかという意識は低い。そこで、まず1時間目には、事例を参考にして1人でできる契約内容について理解し、契約できるからこそ自分がしっかりと考えなくてはいけないということを実感させられるようにした。その後、様々な意思決定をする活動や事例から、今の自分を振り返り、自分に合った金銭管理の方法について考えられるようにした。

4-2 アクションリサーチによる授業改善

4-2-1 計画的な金銭管理

表1 本研究で実践した指導計画

学習課題	学習活動
①大人になるとはどういうことか	売買契約について、契約ができる年齢やタイミング、契約をする際の問題点などからこれから気をつけることを考える。
②自分の消費行動を振り返り、今後どのようなことを意識していくと良いだろうか。	・社会人2年目を想定し、1ヶ月の生活シミュレーションゲームを通して、収入バランスをはかり計画的な金銭管理の必要性について知る。 ・自分にあった消費行動とはどのようなものなのか考える。
③いろいろな販売方法や支払い方法について知り、上手な活用方法について考えよう。	・販売方法や支払い方法の利点、問題点を知り、それぞれの特徴を理解した上でその場に合った選択、自分に合った活用方法について考える。 ・クレジットカードのしくみ、利点と問題点を知り、計画的な金銭管理の必要性について再度、理解を深める。
④生活情報の上手な収集方法や活用方法を理解し、賢い消費者を目指そう。	新聞の折り込みチラシを活用して、販売者による消費者の購買意欲を高めるための工夫や消費者として収集した生活情報の落とし穴について考え、今後、消費者としてどのようなことに気をつけていく必要があるか考える。
⑤消費者を支えるしくみや消費者の権利を知り、消費者としての責任を果たす自覚をもてるようにしよう。	・事例を通して、消費者被害の現状とその背景、また、日常の消費行動から該当する消費者の権利について理解をする。 ・権利の保障として、消費者として責任を果たすことについて自覚できる意識を高める。
⑥消費者の行動がどのように社会や環境に影響を与えるのか考えよう。	・1人の消費者としての行動が、世界に震撼をもたらすような大事故に繋がることもあった事例を通して、今後、どのようなことを考えていく必要があるのか考える。

(1)社会人2年目を想定したシミュレーションゲーム

【第2時間目】

本時では、社会人2年目の1ヶ月の生活シミュレーションを現在の日本の平均収入や平均的な支出を参考に授業者が作成した。[表2]に授業の流れを示す。

しかし、展開②の時配がペアのペースにすると、展開②の時間が十分に確保できなくなる。その状況でまとめをして、生徒に授業の振り返りを記入させると、「もっと節約した方がよいと思った」「大人になったら自由に使えるお金が少なくなるので、必要な物だけを買うようにしたい」という内容が多く出てくる。実際は、節約することがベストな選択なのではなく、各自が優先順位を考えた計画的な支出、先を見通した消費行動が必要であることを理解させたい。そのためには、展開②の時間の確保が必要不可欠である。

表2 第2時間目の授業の流れ

	学習内容
導入	シミュレーションゲームの方法を理解する。
展開①	・ペアになりシミュレーションゲームを行う。 ・その際、決定まではお互いに価値観等を話しつつ、最終的な決定は個人とする。
展開②	シミュレーションゲームを通して、お互いにお金の使い方について改めて話し、振り返ってみるとどのようなお金の使い方をしていくとよかったのかなど考えさせる。
まとめ	現在の自分の消費行動を振り返り、どのようなことを意識していくと良いのか考える。

<第2回アクションリサーチ研修会より>

SV 「活動後に、できれば個に戻してほしい」
「基礎基本を学び、『うまくお金が使えていると思っている生活とその理由』『(自分のお金の使い方)はまだまだだと思っている生徒とその理由』などを話し合ったり記述したりできると良い」
T[K] 「価値観の変化を言語化してほしいと思っている。また、話し合い活動の効果として、他者の意見から新発見や共有化を期待した。しかし、実際に『誰から発表するか』、班の意見をまとめる紙を用意すれば、『誰が書くのか？字がきれいなのは？』などと、教師がねらいとしていることよりもハード面が先にきてしまう。充実した話し合い活動するための難しさがある。」
SV 「基本的な知識の欠如や不十分さから起こりえる可能性が高い。そのため、同じ土俵で話し合いをするだけの基本的知識の定着や活動が必要となる。」

この内容を受けて、授業の時配を再検討することとした。変更点は、展開①を授業者がタイムキーパーとなり、質問項目を読み上げた。補足説明が必要な部分は、その場で説明をした。また、ペアで話している内容やつぶやきを拾いながら全体に随時返すようにした。すると、展開②の時間を確保することができた。そして、シミュレーションゲーム後に、お互いの残金の多少や活動を振り返

り、各自が考えた支出の際の優先順位や活動を通して感じたことについて話し合えた。また、授業者がねらいとする活動中のつぶやきも改めて取り上げ、全体で考えるきっかけとした。

その結果、先を見通して支出計画を考える必要があることや、実は現在の実生活で自分の趣味にかけている支出は、今回のシミュレーションゲームの金額を上回るため社会人になったら、別の方法で趣味にかけるお金を捻出する必要があることなど、今の自分の消費行動について振り返りながら今後どのようにしていくのか考えられる発言が見られた。

<生徒の振り返り>

- ・自分が使いたいものにお金をかければ良いと思う。でも、必ず払わなければいけないものもあるし、何でも買ってもいいわけでもないの、何が必要なのか考えることが大切だなと思った。
- ・自分がどのくらいお金を使ったとか、どのくらいの収入があったとかをきちんと管理しないと、お金を使い過ぎていつかは足りなくなってしまうかもしれない。また、お金を貯金し過ぎて満足のいかない生活になってしまいかもしれない。だから、計画的に金銭管理をした方が良い暮らしを送れると思う。

(2)クレジットカードの活用【第3時間目】

クレジットカードの使い方についても、計画的な金銭管理ができる力を要する大切な教材である。しかし、授業については、生徒にとって内容が難しくDVDや動画を利用しても知識を定着させることの難しさを感じていた。さらには、生徒にとってクレジットカードが借金であること、指定の期日までに支払いができない場合のリスクの大きさばかり印象に残り、本来の便利さが薄れてしまう傾向が見られていた。そこで、第3回目のアクションリサーチ研修会において、話題にした。

<第3回アクションリサーチ研修会での内容>

T[K] 「自分は、実際にクレジットカードや請求明細メール、支払い期限メールを見せて授業を行おうと思っている。」
「『クレジットカードは、借金をしていることになるけど、なぜ、カード会社は先生にお金を貸してくれるのだろうか』という発問を通して、『信用』に対してお金を貸してくれているということに結び付けたい。」「『上限が決まっているから、いくら使っても良いのか』『期限までに返せなくては行けない。つまり、収入が〇〇円くらいだから、上限いっぱい使っても良いという訳ではない』』というやりとりを通して、お金の使い方について考えさせたい」
SV 「クレジットカードの仕組みより、金銭教育の本質を問う授業にできると良い。」「クレジットカードを作る際には審査が必要で、その審査というのは『期限内にお金を返せる人かどうか』というものである。申込書を見せて授業をしたこともある。」

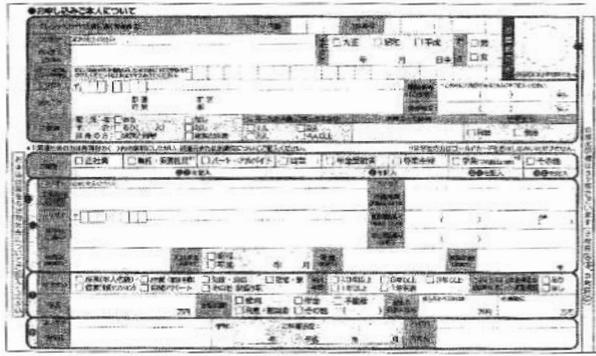


図1 実際に使用した申込書

このことを踏まえて、クレジットカードの申込書を参考にして、記載内容を確認する活動を追加した。

そして、クレジット(credit)の意味や事前審査について具体的に考えることから、期限内に支払う能力の信頼が関係あり、クレジットカードを使用することの責任を自覚させられる効果があったと感じる。

<生徒の振り返り>

- ・クレジットカードは便利な分、自分が今、どのくらい使ったかが現金と違い自覚を持ちづらいため、使う前から計画を立てて、信頼が持てるような使い方を学んでいきたいです。
- ・クレジットカードは上手に使えば、とても便利なものなので今後、(危機感を持ちながら)使っていきたいです。
- ・自分はある程度ためてから一気に使ってしまうので、大人になった時は、クレジットカードで支払うすぎないようにしたいと思う。
- ・カードだと「お金を使っている」という意識が薄れてしまうという問題点がある。私も将来クレジットカードなどを利用するかもしれない。そこで、調子によってお金の使いすぎないように、何円使ったかというメモをするなどの工夫をしたい。
- ・クレジットカードは現金を持ち歩かなくても良いという点も利点だけど、その日に何円使ったか見えないので、不安だなと思いました。私は、お金があるとすぐに使っちゃうタイプなので、クレジットカードを持った時に多大なる借金ができそうです。なので、お金の使い方とカードの使い方を直前に調べて使っていきたいと思います。

4-2-2 商品に対して自ら判断し、選択、行動できる力の育成

(1) 新聞の折り込みチラシの活用【4時間目】

アルヴィン・トフラーによる、生産者(producer)と消費者(consumer)を合体させた造語である「プロシューマー」という概念に基づき、考えるようにさせたい。

<第3回アクションリサーチ研修会の内容>

T[K] 「良識のある生産者の立場であったとしても、その商品を売るためのパッケージを作り広告を出している。不都合な部分は隠していることもある。それが逆に作り手の面白さでもある。そういう部分を学校では話してはいけないのか？タブーなのか？」

SV 「両面を知らない賢い消費者であるということは、企業側の『より買ってもらおう』ということも知らないといけない。企業側のねらいに意識的に騙されて買ったとしても、それを認識するだけでも良い」

教具として、身近な新聞の折り込みチラシを活用した。日常、よく目にする新聞折り込みチラシだが、じっくりと読み込むことはあまりしない。また、お菓子などお小遣いの範囲内で購入ができる物は注目するが、興味のない商品をあまり見ることはなかったようである。しかし、授業の中で何枚かのチラシをじっくりと見る活動やお互いに気になる点などを話し合うことを通して、小さな注意書きや記載事項に着目したり興味のある人とならない人との視点の違いや購入までの思考の過程に気づいたりすることで、商品に対して批判的意識を持ち選択していかうとする記述が見られた。

<生徒の振り返り>

- ・「安いなあ」と思う商品でも「この量でこの価格は？」という意識も必要だと思った。
- ・自分でその情報が正しいか、自分にとって有益であるか判断しなければならないと思う。
- ・実物を自分で確認したり、人が買った口コミを読むなどして、色々と情報を集めて判断していきたい。
- ・他の店や会社の商品と比較して、調べることも大切だと思った。

4-3 授業実践を行った教師の振り返り

今回の授業を進めるにあたり、指導計画を立案する前に、最終的に目指す生徒の育成像を明確にした。アクションリサーチを通して、「自立」した消費者とは何か、どのような資質・能力を育成したいのか具現化させることができたことで、授業者自身が安心をして授業に臨むことができた。また、授業を進めながら定期的に他人事のように捉えがちな消費行動をより自分事として捉えられるようになるための発問や授業展開例を話し合うことを通して、随時、授業内容を変更していくこともできた。今までの授業の感想を読むと、授業者の受け売りのような内容や深まりが見とることができない記述(例えば、他人事のような記述)も少なくなかった。しかし今回、全6時間の授業を終えた最後の感想で「『購入=投票』ということが分かりました。だからといって購入を止めることはできません。フェアトレード商品は通常より高い物ばかりです。僕は、顔も名前も知らない人たちのために自分のお金を使おうと思いませんでした。よっぽどお金持ちじゃないと…」という記述があった。「自立した消費者」として目指してきた「消費者として主体的に考え吟味し、評

価値、判断し、意思でできる資質・能力」の力ではないかと考える。

しかし、授業を進めていて、まだ生徒が主体的になって自分の消費行動について考えていこうとする実感は得られていない。今後の課題としては、消費者の権利や責任、クレジットカードの内容について、より主体的に授業に取り組めるような工夫をすることである。これまで動画等を活用して知識の定着を図ってきたが、それぞれ仕組みや権利の種類等は理解できたとしても実生活へのつながりや活用についてつなげる意識を高めることは難しい。第4回目のアクションリサーチ研修会において、スーパーバイザーより「家庭科の消費者教育で求められていることに『消費者市民の育成』というものがあり、その大きな柱から授業を問い直してみることが大事。例えば、その視点から改めてクレジットカードの授業を組み直してみるのはいかがでしょうか」とアドバイスされた。主体的に考えて責任のある消費者として行動していくために、三者間契約のクレジットカード、消費者の権利や責任の単元において、実生活につなげられるような学習方法や教材・教具を考えられるようにしていきたい。

5. 授業実践(B教諭の実践)

5-1-1 設定した課題

「消費生活を題材にした授業が教え込み型になってしまい、生徒も教師も興味がわからない」これが今回の授業改善の動機だった。授業で扱う題材を、知識を重視するものと技能を重視するものに分別していた。衣食住の題材では技能を扱うことができるが、消費や環境ではできないという前提のもとで授業を作っていた。

<第1回アクションリサーチ研修会の内容>

SV 「最終的に目指す生徒の育成像を明確にしましょう。自立した消費者とはどのような姿をイメージするか」

T(K) 「お金に興味を持ってほしい。お金を『面白い』と思ってもらえるようにしたい」「本来は、評価から作り上げるべきであり、教えなければならないことから授業を作るのは手順が違うはず。実際にはできていない。」

ここから、授業づくりの前に評価を設定することとした。評価規準に基づき、評価方法を設定することで、授業の内容が自然に見えてくるように感じた。授業で取り扱うべき内容を教え、そこから評価を考えるのではなく、評価を基に授業内容を検討していった。

●知識・技能

- ・購入方法や支払い方法の特徴がわかり、計画的な金銭管理の必要性について理解している。
- ・売買契約の仕組み、消費者被害の背景とその対応について理解しているとともに、物資・サービスの選択に必要な情報の収集・整理が適切にできる。
- ・消費者の基本的な権利と責任、自分や家族の消費生活が環境や社会に及ぼす影響について理解している。

●思考・判断・表現

- ・物資・サービスの選択・購入、自立した消費者としての消費行動について問題を見出して課題を設定し、解決策を構想し、実践を評価・改善し、考察したことを論理的に表現するなどして課題を解決する力を身に付けている。

●主体的に学習に取り組む態度

- ・よりよい生活の実現に向けて、金銭の管理と購入、消費者の権利と責任について、課題の解決に主体的に取り組んだり、振り返って改善したりして、生活を工夫し創造し、実践しようとしている。

<第2回アクションリサーチ研修会の内容>

SV 「どのような研究にしようかと構想しているか話してください」

T(K) 「授業で教えなければならない内容があって、それをどのように教えようかと考えていた。今日の授業ではこのニュースが使える、今日の授業ではこの評価をしよう、と本時の内容に合わせて導入を考える、というスタンスで、消費生活の授業に一貫性がなかった。しかし、先に題材の軸として扱うものを『成人男性の収支』とすることで、購入支払い方法から、権利と責任まで全ての内容に繋げることができると考えた。題材の学習を終えてから、知識項目に当てはまる内容や技能に当てはまる内容を振り返って見ていたが、先に評価を考えることで、ちょっと面白い授業になりそうと感じた。長期的な視点で授業を作るのは楽しいと感じた。」

5-1-2 指導計画

学習意欲を高める教材として「先生のプライベート」が使えると仮定した。生徒は、教師という存在に興味深さを感じている。教師のプライベートを知りたいと思ったり、教師の好きなものや関心があることに興味を持ったりする。これを授業に活用し、消費活動という、慣れ親しんだようで実はよくわかってない行動を、学問として身近に受け止めてもらうことを狙う。もちろんその中では、指導事項の説明や消費生活の課題に触れる。しかし、学習指導要領や教科書で指導すべき内容よりも、授業の進行や教師の伝えたいことを優先し、一連の授業の軸がぶれないことを大切にしたい。こうして、この題材を大きな枠組みで捉えて総合的に授業を進行できるよう計画した(表3)。

<第4回アクションリサーチ研修会の内容>

T(K) 「SV から、今回は指導要領にとらわれることなく、題材開発に取り組むということだったので、今回はクレジットカードの場面でも、前払い後払いは触れずに信用の話だけ触れたいと考えた」

表3 本研究で実践した指導計画(6時間計画)

時数	学習課題	内 容
1	実際の1ヶ月間の収入と支出を見て、家計の内訳を知ろう。	実際に担任の11月の収支を確認し、その内訳が何かを考える。クレジットカードの明細から項目をピックアップし、それをモニターに表示。
2	クレジットカード払いの仕組みを知って、メリット・デメリットを知ろう。	クレジットカードでの支払いを案内するメールから、カードの利便性と危険性を伝え、18歳から作れることや、なぜお金を貸してくれるかを考える。
3	投函されているチラシから、情報収集の必要性を知ろう。	外食が多く食費が高いことに注目し、ウーバーイーツ等のデリバリーサービスから、外食産業の利便性と節約を検討する。
4	SNSの広告が世の中から消えない理由を考えよう。	デリバリーサービスの価格が店舗販売の価格と異なることに気づかせ、広告が消費者に対してもつ効果を考える。社会はお金を使って欲しい。そのために興味を惹こうとあの手この手を尽くしてくる、ということを、SNS上の広告を実際に見ながら検証する。
5	先生の生活を改善するために必要な対策を考えよう。	ここまでの授業を振り返り、出納表を作ってみる。トラブルへの対応方法と余裕をもった生活の話の中で、貯金の必要性について考える。
6	自分が一人暮らしを始めた時に大切にすることを考えよう。	自立した消費者というキーワードをもとに、自分が両親の元を離れ1人で暮らす際の重要点を考える。

5-2 アクションリサーチによる授業改善

5-2-1 クレジットカード払いの仕組みを知る

【第2時間目】

本時では、前時のクレジットカード利用の話から、クレジットカードがどのような仕組みなのかに迫る。これまでの授業では、前払いや後払い、クレジットカード利用の危険性などを扱っていたが、今回は「なぜクレジットカードの会社は先生にお金を貸してくれると思う？」という問いを用意した。概要ではなく本質を取り上げて話すことは抽象的で、生徒たちの理解が追いつかない心配はあるが、アクションリサーチを通して、この授業内容の変更が必要であると強く認識した。そこで、「クレジットカードはいくらでも使える魔法のカードというわけではない」ことだけを重視し、信用による限度額の設定や、発行審査があることをわかりやすく説明するに留めた。

<第4回アクションリサーチ研修会の内容>

T(E)「クレジットカードのところは、言いたいことがあってもそれを全て網羅するには時間が足りない。ただ、簡単に済ますわけにはいかない。中学校として何を教えるか」「後払いの話など、『クレジットカードは使わない方が良い』となりやすい。結局は見えないお金を管理できるかが主題はず。怖い怖いという授業にはしたくない」

また、スーパーバイザーとの話の中で「なぜクレジットカードを作らせるのか」という問いも生まれ、購買を

促すためであり、クレジットカードを作ることによるメリットは誰が一番握っているのか、と議論した。ポイントカードも同様に購買意欲を掻き立てるため、という見方もでき、経済の仕組みや社会の仕組みを考えることも授業に活かせそうだと感じた。スーパーバイザーは、「仕組みの話は眠くなるかも」と不安も口にしていたが、中学生には早いとするのではなく、学問として深みを見せていくことは主体的に学習に取り組む力のきっかけになりうると考えた。

5-2-2 自立し、自分らしく生きることを考える

【第6時間目】

研修会の中で、節約という言葉に対して新しい視点を持つようになった。

<第2回アクションリサーチ研修会の内容>

T(E)「節約すればいいというものじゃない。生活する上で気持ち的に豊かでありたい。そうになると、服にはお金をかけるが、それ以外にはかけない。とかはあり得る」

<第4回アクションリサーチ研修会より>

SV「家庭科のイメージとして節約というものがある。昔の良妻賢母の時代に、節約や家計を上手にやりくりするためという流れから家庭科が考えられたとするとそうだが、実際には節約だけでは無い」

確かに、節約することを重視する生徒はおり、貯金することやお金を使わないことに美德を感じている生徒が多いように感じる。もちろん、自由に使えるお金を持っていないことにより、次いつ手に入るかわからないという不安から、手放したくない心理も読み取れる。資金循環の日米欧比較によると、日本の「家計の金融資産構成」のうち「現金・預金」が占める割合は54.3%と3地域で最も高い数値を示した(日本銀行統計調査局, 2022)。生徒だけでなく、国民全体でお金を貯める傾向にある。しかし、国をあげて資産運用を促し、銀行各社が投資に力を入れる昨今、金融教育としては拝金主義のように結論付けたくはないと考えた。そこで、今回の実践の目標としていた「お金は面白い」ということを伝える・お金を効果的に利用できる」という視点を追加した。そして、この題材の最後には、「自立した消費者を目指す」と結論づけることにした。①時間を節約するためにお金を使うことという視点は前時で扱ったが、実感を伴うものではないと感じた。そこで本時では、②自分の生活を豊かにするためにお金を使うことと話をすると、「好きなアニメのグッズを買うことで幸せになれる」という生徒の意見があり、大いに話題になった。そこで、「ゲームの課金やグッズの購入による幸福は一時的なものだ」と意見すると、生徒は納得してしまい、それ以上の意見がなくなった。授業のまとめができなかったため、これを踏まえ、自立するという考えさせるために、③生産者が狙っていることについてもう1時間授業を設けることにした。自立した消費者を目指し、どのように授業をまとめるかを課題にしたが、自分の中で自信を持った答えがないまま授業が終わってしまった。中学生にとっての消費生活と、社会が考える消費生活には、大きなズレがあり、消費者教育の本質に迫ることは中学生にとって大きな壁であると感じた。

5-3 授業実践を行った教師の振り返り

研修会の中で「自立した消費者とは何か」が話題になった。

＜第5回アクションリサーチ研修会の内容＞

SV「主体的な消費者を育成する、これを追求していくと面白い。消費者として主体的であるというのはどういう姿なのか」

T(K)「よく、生産者の立場に立って消費者のことを考えると『消費者にわかってもらえるようにする』という回答を、授業の狙いに気づけたものとするが、実際には生産者は、『ものを売るために不都合な真実を隠す』広告を打つこともある」「情報の正しさよりも、いかに手にとってもらえるかが大切なのは、生産者側の面白さでもある」

SV「両面を知らないといけない。賢い消費者であるということは、企業側の買ってもらおうという意図も知っているということ」

自立した消費者を育成することを、消費者としての社会の役割を理解させることだと仮定すると、生産から消費までのお金の循環の仕組みや、貨幣経済という社会の構造を説いていくが必要になる。しかし、大人であってもつい忘れてしまうこの仕組みから、生活に役立つ知識につなぐことは難しい。アクションリサーチの初めに、評価から授業を作ることを考えた。これと、教科書の枠を超えたアイデアを掛け合わせることはとても効果的で、授業全体の見通しを持つことができ、教師が主体的に授業を行うことができた。しかし、研修会を繰り返す中で、生徒に伝えたい本質を追求していくと、単純な評価で測り得ない、目に見えないことこそ、重要であると再確認できた。

最終的にこの取り組みを通して、生活の中にある気付きを学習にできるかが重要であるということに気づいた。私たちが昨日観たテレビCMや折込チラシ、SNS上の広告、値段の違う野菜、ポイントカード、流行、ニュースなど。これらになぜ? どうして? と疑問を持ち、それに対して自分なりの答えを導く。それこそが生活の学問である家庭科教育の役目である。すると、どのように授業をするか、という問いや、どんな教材を用意するか、という問いよりも、身近な生活の話から授業に繋げられるか、を考え授業を作るべきである。教科書や指導要領に書かれている本質を捉えれば、指導計画の組み立てや評価物の用意も可能である。授業の作り方、評価の作り方に迷うのは、教師が学習内容を理解していないことや、教養が浅いことが原因かもしれない。教材となるものや学習課題となるものは私たちの身の回りに溢れている。それに気付ける視点を持った、常に学び続けようとする教師でありたい。

6. まとめと今後の課題

本研究の意義は、中学校家庭科の消費者教育においての開発された題材や教材の有効性ととどまらず、約1年間をかけたアクションリサーチを通して、参加した家庭科教諭にどんな変化につながるのか明らかにすることである。その成果として以下の2点について述べる。

まず一つ目は、教員が学習指導要領にとらわれることなく自由な発想で、題材開発に取り組んだことで、生徒の授業への取り組みに変化が見られたということである。これは、家庭科の教諭の言葉として、消費者教育が中学生にとってなかなか“自分事”として捉えられないことが問題として挙げられていたが、中学生が興味・関心を高めるための教材を主体的に探った成果である。

二つ目は今回の取り組みで、家庭科の教諭は消費者教育が目指すものは何か、自立した消費者とは具体的にどんな姿なのか、その目標から見たときに、指導計画はこれでいいのかといった自発的な問いにつながっていったということである。

これまでも消費者教育の研修の問題点として、教師が受け身になりがちであるということが挙げられているが、アクションリサーチによる消費者教育の題材開発は、

この問題の解決につながるものといえると考え。

今後の課題としては、さらに大きな研修の団体を対象として教師の研修のあり方としてアクションリサーチに

取り組み、その有効性について数量的なデータにより明らかにしていくことである。

引用文献

秋田喜代美(2009)学校でのアクション・リサーチ・学校との協働生成的研究. 教育研究のメソドロジー. 東京大学出版社.

堀江さおり(2016)家庭科における消費者教育指導への支援のあり方—小・中学校教員への調査を通して—. 宮崎大学教育文化学部紀要. 芸術・保健体育・家政・技術. 第33・34号, 1-12.

文部科学省(2018)
https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/local_consumer_administration/meeting_001/pdf/meeting_001_180419_0014.pdf
(2022.8.31.閲覧)

日本銀行調査統計局(2022)資金循環の日米欧比較
<https://www.boj.or.jp/statistics/sj/sjhiq.pdf>
(2022. 9.16閲覧)

奥谷めぐみ・西村隆男(2011). 学校教員を対象とした消費者教育研修の実態とニーズ. 消費者教育. Vol31, 33-43

佐野正之(2000). 1-2 アクション・リサーチとは. アクション・リサーチのすすめ—新しい英語授業研究. 大修館書店.

消費者庁(2019)「消費者センスを身につけよう」
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/material_004/pdf/material_004_190322_0001.pdf
(2022.8.31.閲覧)

消費者庁(2021)若年者の消費者教育について
<https://www.moj.go.jp/content/001359512.pdf>

鈴木真由子・大木久美子(2012). 中学校における消費者教育の現状. 消費者教育. Vol32, 1-10。