

# グローバル社会における消費者教育の推進に向けた 家庭科の取り組み

—小学校教員対象の学習教材の検討—

星 野 洋 美

Promoting Consumer Education Through Home Economics  
Education in the Globalizing World: A Case of Learning Materials  
for Elementary School Teachers

Hiromi HOSHINO

2018年11月9日受理

## 抄 録

グローバル化や高度情報化等の進展に伴う社会の変化により、生活課題の多様化・複雑化が懸念される現在、新学習指導要領は様々な生活課題に対応できる資質・能力の育成をめざした内容となった。さらに、学習指導要領に示された家庭科の見方・考え方は持続可能な開発のための2030アジェンダ/SDGsの内容とリンクしているため、持続可能な未来のための生活行動力の育成に直接関わる「消費生活と環境」の学習が重要視されると考えた。また、ここでの学習内容は地球規模での環境問題や国内外の貧困の深刻化などSDGsが示すグローバルな課題と共に、海外も関与し巧妙化する特殊詐欺や、携帯端末等の急速な普及により起こっている国内外でのトラブルにも対応していることから益々重要度が高まることは必至である。そこで、「消費生活と環境」の学習内容について、基本情報・基礎知識・授業事例に分けて分類整理し、教員の学習を促す教材として活用出来るように整理を行った。

キーワード：消費生活と環境、SDGs、エシカル消費、グローバル化、消費者教育、

### 1. はじめに

2016（平成28）年12月から家庭用品品質表示法の改正（衣類等の繊維製品の取り扱い絵表示（洗濯表示）が、国際規格に準じた新しいJIS L001に変更）が施行された。表示を変えなければならない主な理由は、「グローバル化への対応」、「洗濯機等の技術進歩」、そして「WTO（世界貿易機関）のTBT協定（貿易の技術的障害に関する協定）」といわれている。

1 番目の市場のグローバル化の例として、ファストファッションの流行やインターネットの普及による、衣類やファブリック商品の海外からの輸入増加や、海外メーカーの日本進出等が挙げられる。諸外国から日本に衣類を輸出する際、取り扱い絵表示が日本独自のものであると、日本式品質表示ラベルを付けるという手間がかかるので、国際規格の表示に準じた規格にしてほしいという要望があったと考えられる。

2 番目の洗濯機の技術的進歩とは、これまで日本で一般的となっていたパルセーター式洗濯機がドラム式洗濯機と同じような機能（乾燥機能付等）を持つようになったことなどである。高度経済成長期より団地建設が進み、出入口や洗面所や脱衣所などが団地サイズと呼ばれるように狭かった日本の家屋では、縦長のパルセーター式が長く使われていたのである。しかし、現在では、ヨーロッパで一般的となっていたドラム式洗濯機が、日本の家庭でも使われるように改良が進み、大きさも様々となり、多くの家庭で使われるようになってきた。

3 番目については、日本はWTO（世界貿易機関）に加盟している故に、TBT協定（貿易の技術的障害に関する協定）の適用を受けざるを得ないということである。日本だけが諸外国とは違う洗濯表示であることが、貿易障害になってしまう恐れがあるということではないかと思われる。

以上のことから、グローバル化や高度情報化が、私たちの消費生活に多大な影響を及ぼしていることがわかる。また、消費者問題の多様化をもたらし、問題の複雑化がさらに進むことが推測できる。

本研究者は、これらの状況を鑑み、さらに新学習指導要領の小学校家庭科で示された見方・考え方の視点である「持続可能な社会の構築」と関わりのあるSDGs (Sustainable Development Goals: 持続可能な開発目標) を意識して、グローバル化や多文化共生社会に対応した「消費生活と環境」の学習内容を検討し提案することとした。ここでは、学習を支援する教員、および小学校の教員を目指す大学生の学習を促す教材として活用出来るように、基本情報・基礎知識・授業事例に分けて分類整理した結果について報告する。

## 2. 基本情報 —消費生活の現状—

### (1) 児童・生徒の消費生活の実態

グローバル化や高度情報化等の急激な進展に伴う経済社会の変化により、消費者問題は多様化しており、どの世代においてもトラブルに遭遇する可能性がある。特に子どもの場合は、大人以上にインターネット利用率が高く、手軽でいつも持ち歩けるスマートフォンやゲーム機等で様々なサイトにアクセスしたり、コミュニケーションツールとしてSNSを利用したりする頻度が多い。そのため、SNS使用による人間関係トラブル、興味本位からアダルトサイトなどにアクセスし高額な使用料金を請求されるケース、さらにモバイルデータ通信利用の際にデータ容量の上限超過に気づかず追加データ容量を購入してしまうなどのオンラインゲームに関わる様々な問題に遭遇

しやすい。特に SNS 使用についての課題は多く、警察庁が平成 30 年 4 月 26 日発表したまとめによると、2017 年に SNS をきっかけに被害に遭った 18 歳未満の子供(1,813 人)は統計を取り始めた 2008 年以降の最多を更新していて、被害内容については、淫行や買春、わいせつな画像を撮影・送信させる「自画撮り」が大半を占め、ツイッターにからむ被害者も多かったという。

インターネット利用者が年々低年齢化していることから、国レベルでは警察や消費者庁は業界団体などと連携して対策強化を進める必要があり、地域レベルでは家庭や学校が連携して使い方のルールを学ぶ場を多く設ける必要があると思われる。

また、子どもを対象とした物やサービスなどを販売する市場も拡大し続け、昨今はキャラクターやブランド、トレンドなどの嗜好優先の選択を促す広告を目にすることが多い。物やサービスを選ぶ際、流行や欲求だけでなく、安全や品質、そして必要度や予算などを考えて選ぶようにさせたい。このことは、インターネットによる物やサービスの購入をはじめ、SNS の利用やゲームを行う場合も同じで、消費者トラブルに遭わないために、金銭の使い方をはじめとした消費行動のルール、そして商品やサービスの情報を得る方法をきちんと学ぶ必要があると思われる。

## (2) 最近の消費者問題の動向

最近の消費者トラブルについてまとめた表 1 を見ると、新卒の悪質商法や特殊詐欺の中にもインターネット絡みのトラブルが多いことがわかる。また、インターネット関連のトラブル被害者は、操作等ハード面での情報リテラシーが十分とは言えない中高年層や、情報モラル等ソフト面での情報リテラシーに問題のある若年層に多い。消費者への適切な情報リテラシーの浸透は喫緊の課題である。

しかしながら、あらゆる消費者問題の未然防止や解決のためには、生活を営む上で必要な基礎力(家庭科で学ぶ基礎的な知識や技能)と自分の生活経験を関連付けて応用できる生活実践力を培うことが大切である。

表 1 最近の消費者トラブルの例<sup>注1)</sup>

	トラブル名	内容
インターネット	インターネットでの通信販売	通販サイトで商品を購入し代金を銀行振込で支払ったが商品が届かない、メールで問い合わせしても返信がない。
	架空請求 不当請求	利用した覚えのない「コンテンツ利用料」や「サイト利用料」、「アダルトサイト利用料」等の請求メール、さらに『有料動画の料金が未納、本日付で連絡しないと法的措置をとる』という文面の請求メールが届く。
	誘い出し なりすまし	SNS やネット上で知り合った人による性犯罪被害など。警察庁によると、平成 27 年のコミュニティサイトに起因する児童被害は約 1700 人
健康	「お試し」のつもりが定期購入?	健康食品等について、お試しということで通常価格より安い価格で購入したところ、定期購入の契約をしたことになっており、高額請求された。
	健康食品の送り付け商法	頼んでもないのに送ってきて、事業者から「申し込んだのだから払え」と高圧的に言われ(暴言等)、押し切られて承諾してしまうケース等。

勧誘	劇場型勧誘	複数の業者が役回りを分担し、パンフレットを送り付けたり、電話で勧誘したりして、消費者があたかも得をするように信じ込ませて実体不明の金融商品等を買わせる手口。高齢者を中心に深刻な被害がある。
	光回線サービス等	『契約の更新時期が来ている、更新するには転用ナンバーが必要』などと転用以外に更新できないような説明での勧誘、代理店の会社名をはっきりと名乗らず大手電話会社が電話しているかのような勧誘があった。

### (3) 持続可能な未来のために求められる消費行動

日本は第二次世界大戦後の復興期を経て、20世紀型工業中心社会において経済発展を遂げていく中、物質的・経済的な豊かさを追求してきた。その結果、多くの人が便利で快適な生活を送れるようになった。しかし、この便利で快適な生活スタイルが、地球温暖化や生物多様性損失、資源枯渇などの環境問題を助長し、経済格差を生み出す要因となっていることから、私たち消費者には、これまでの生活スタイルを見直し、現在だけでなく、将来の人々の生活、国内外の社会情勢や地球環境にまで思いをめぐらせて生活することが求められている。

国際的には、2015年9月の国連総会で採択された持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）にある達成すべき17の分野別目標に、貧困、エネルギー、気候変動、平和などととも、持続可能な消費に向けた取組が盛り込まれており、世界規模での取り組みが始まっている。国内では、2012（平成22）年に施行された「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」に基づき、消費者市民社会の形成を目的とした消費者教育が推進されている。

消費者教育推進法では、消費者市民社会を「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」と定義し、消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することを基本理念として掲げている。つまり、私たち消費者一人一人が、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いを馳せて生活することが消費者市民社会の形成に繋がるということである。

## 3. 基礎知識 一 小学校で取り上げるべき具体的な内容一

### (1) 物や金銭の大切さに気づき計画的な使い方を考えるために必要な知識

金銭の計画的な使い方を考える体験的な教材として、「おこづかい」が挙げられる。家計をやりくりする大人にとって「おこづかい」は支出であるが、子どもにとっては大事な収入となる。その「おこづかい」は、自由に使える反面、自分できちんと管理しないとすぐに無くなってしまふものであることを、子どもは体験的に知ることができる。そして、体験から、収入と支出のバランスを考えて計画的に使わなければならないということを学ぶのである。計画的に使うためには、欲しいものがあったとしても我慢

しなければならないこともしばしばあるが、この我慢により、金銭の使い方に関して自分をコントロールするが身につく、つまり、消費生活における自己管理能力が習得できると思われる。

そこで、「おこづかい」そして「家計」に関わる、収入と支出、計画的な使い方、購入方法、そして消費者トラブル等についての基礎知識を以下で論じていく。

### 1) 収入と支出

家庭における経済活動を家計という。家庭生活を維持していくためには、収入（働いて得たお金）と支出（生活のために使うお金）のバランスがとれるよう、計画を立てて家計をやりくりする（工夫する）ことが大切である。収入と支出の主な内訳は以下の①②に示した通りである。

①収入：家計は、家族の構成員が働いて稼いだお金がもとになっている。このような家庭に入ってくる“働いてかせいだお金”を、収入または所得と呼んでいる。この所得というのは、以下に示したように「勤労所得・事業所得・財産所得」の3種類に分けられる。家庭における所得は、企業等に労働力を提供することによって得られる勤労所得が最も多い。

- ・勤労所得・・・企業（会社や工場など）で働いて得た給料など
- ・事業所得・・・会社、商店、商店を経営して得た収入など
- ・財産所得・・・アパートや土地などを売ったり貸したりしたときに得た収入等

②支出：家計から出て行くお金を支出と言う。支出には様々な種類があるが、大きく分けて、消費支出と非消費支出がある。モノやサービスの提供を受けて代金を支払ったりすることを、消費支出と言う。モノを買わないが、税金や社会保険料などを納めることを、非消費支出という。消費支出と非消費支出の具体的な内容については表2に示す。

表2 消費支出と非消費支出の例

	消費支出	非消費支出
項目	教育費・・・塾や家庭教師、学校などの授業料、ノートや鉛筆を買うお金など 食料費・・・毎日の食事に必要なお金など 通信費・・・インターネットや電話、切手代等 娯楽費・・・映画館や遊園地などの入場料など 光熱費・・・電気料金、ガス料金、水道料金等 交際費・・・慶弔費など ※その他、医療費、衣料費、交通費等がある。	税金・・・所得税、消費税など 社会保険料・・・医療保険、年金保険、介護保険など

### 2) 契約

- ・法律で保護するに値する「約束」のこと。
- ・売買契約など、口約束でも、契約書がなくても、捺印しなくても、お互いの合意があれば契約は成立する。
- ・契約が成立すると、互いの「権利」と「義務」が生じ、それらは法律で守られる。  
例：たとえば、あなたがパン屋でアンパンを購入する場合、あなたは、「アンパ

ンを受け取る権利」と、「アンパンの代金を支払う義務」が生じる。また、パン屋は、「アンパンの代金を受け取る権利」と、「アンパンを提供する義務」が生じる。

- いったん契約を結んだら、契約内容を互いに守る義務が生じ、本来はどちらかの一方的な都合で契約をやめることはできない。ただし、表3の法律の適用が認められる場合は契約を解除したり、取り消したり、無効を主張したりできることがある。

表3 契約における法律の適用の例

1. 民法4、5条：未成年契約
2. 特定商取引法：クーリング・オフ
3. 消費者契約法：消費者契約取消権
4. 民法90条：公序良俗違反
5. 民法95条：錯誤
6. 民法96条：詐欺または強迫
7. 民法415、416条：債務不履行

表4 学習の確認

「契約クイズ-初級編-」にチャレンジ！ Q次の中で契約として成立するものには○、成立しない者には×をつけましょう。
1. 隣の家の宅配便を預かること
2. 友達と野球の約束をすること
3. お菓子屋でおやつを買うこと
4. 電話でホテルの予約をすること
5. ガスを使って料理すること

(答：1×,2×,3○,4○,5○)

### 3) 物やサービスの販売および購入の方法

販売方法は、店舗販売と無店舗販売の2つに分類できる。店舗販売には、小売店、専門店、デパート、スーパーマーケット、ディスカウントショップ、コンビニエンスストア（以下コンビニと略す）等がある。無店舗販売には、訪問販売、通信販売、自動販売機、インターネットショッピングなどがある。

近年、コンビニとインターネットショッピングの利用者が各段に増えている。前者は、長時間営業で、すぐ近くにあり様々な物やサービスに対応していること、後者は、出向かなくても欲しいものが入手できることが、受け入れられる要因となっている。具体的な購入方法については、表5（現在使われている購入方法の例）に示す。

表5 現在使われている購入方法の例

	現金（即時払い）	プリペイドカード（前払い）	クレジットカード（後払い）
使い方	小銭や札で直接的に支払いをする。	事前にカードを購入。利用し支払った分だけ残額が減る。	カードを提示しサイン等する。利用代金は後日に預金口座から引き落とされる。
長所	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 利用できる店が多い。</li> <li>• 購入者も店も手数料が生じない。</li> <li>• 所持金内の買い物ができ、使いすぎない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 現金携帯のリスクが低い。</li> <li>• 使いすぎない。</li> <li>• 誰でも持てる。</li> <li>• ギフトとして贈れる。</li> <li>• 少しサービスが付く。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 現金携帯のリスクが低い。</li> <li>• 持金を超える決済が可能。</li> <li>• 支払い時間が早い。</li> <li>• 海外でも利用可能。</li> <li>• 保険、ポイント等サービス付。</li> </ul>

短所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・支払いに時間がかかる</li> <li>・多額の現金を携帯する場合のみ、リスクがある。</li> <li>・所持金以上は払うことができない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・使える所が限定される。</li> <li>・紛失した際に戻ってこない可能性が大きい。</li> <li>・残額が表示されない場合、後いくら使えるのか分からず不安である。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・管理していないと、使いすぎてしまう恐れがある。</li> <li>・高額商品を購入しがち。</li> <li>・利用できる店に限られる。</li> <li>・スキミング等のリスクがある。</li> <li>・カード作成に審査が必要。</li> </ul>
----	---	---	---

	デビットカード（即時払）	電子マネー（前・後払い）	振り込み、コンビニ決済（前・後払い）
使い方	買い物などの際にカードを提示し暗証番号を入力することで、利用代金が口座から即時に引き落とされる。	金銭的な価値をもつ電子的なデータ。買い物、バスや電車に乗る際に、カード等の提示で決済ができる。プリペイド型とポストペイ型がある。	購入先からの振込用紙で金融機関あるいはATMで支払う。購入先から送られた払い込み番号によりコンビニエンスストアのレジに行き、支払いをする。
長所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・借金をするリスクが少ない。</li> <li>・審査がない。</li> <li>・キャッシュカードの付帯機能が付いている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・借金をするリスクが少ない</li> <li>・支払いが圧倒的に早い</li> <li>・近年急速に普及して多くの人が簡単に利用できる決済手段となっている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・近くの金融機関、ATMあるいはコンビニエンスストアで支払いができて楽。</li> </ul>
短所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・預金額を超える支払いはできない。</li> <li>・使える店に限られる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・チャージした金額を超える支払いはできない。</li> <li>・使える店に限られる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・期限がある。</li> <li>・払い込み番号や振込用紙の紛失をした場合、手続きが困難。</li> </ul>

※最近使われている支払方法：インターネットバンキング（インターネットを介した銀行振込）や、電子収納サービス（インターネットバンキング、モバイルバンキング、ATMによる支払）

#### 4) 消費者問題とその対策

①消費者の権利および責任：消費者が安心して健康で文化的な消費生活を送るためには、消費者の権利を確保することが大切である。表4は、1962年にアメリカ合衆国のケネディ大統領が提唱した4つの権利、1975年にアメリカ合衆国のフォード大統領が追加した消費者教育を受ける権利と、1982年に国際消費者機構が追加しさらに責任を加えた「8つの権利と5つの責任」を示したものである。

消費者問題の実態およびその対策について論じる前に、消費者の権利と責任について理解おく必要があると考える。

表6 消費者の権利と責任

8つの権利		5つの責任
1. 安全である権利	2. 情報を与えられる権利	1. 批判的意識を持つ責任
3. 選択する権利	4. 意見が反映される権利	2. 主張し行動する責任
5. 補償を受ける権利	6. 消費者教育を受ける権利	3. 社会的関心を持つ責任
7. 生活の基本的に必要なものが保証される権利		4. 環境への自覚
8. 健全な環境の中で働き生活する権利		5. 連帯する責任

②消費者問題：最近注目を浴びた消費者問題として、外食や中食によるO-157への感染、異物混入や表示の偽装、スマートフォンのバッテリーの過熱・焼損事故があ

る。インターネットに絡む問題や特殊詐欺等がクローズアップされているが、相変わらず表5に示した典型的な問題商法も現在横行している。

表7 注意を促したい悪質な商法

悪質な商法	販売の手口
点検商法	点検と称して家庭を訪問し、「床下に水たまりがある」「瓦の下に白アリの巣がある」などと不安をあおり、工事、除湿剤散布、換気扇などの契約をさせる。
不当・架空請求	クレジット引き落としの不足金や、各種情報サイトなどの利用料金と称して、消費者に電話、電子メールやハガキなどで法的根拠のない支払請求を行う。
SF（催眠）商法	健康診断や講習の名目で高齢者などを会場に入れ、日用品を無料配り配り雰囲気盛り上げ、判断能力が曖昧になった時点で高額商品を売り付ける。
アポイントメントセールス	「あなたが選ばれました」と特別であることを強調した連絡をして営業所などに誘い出し、着物やアクセサリー、パソコン、絵画など高額商品を売り付ける。
キャッチセールス	繁華街の路上や駅前などで、アンケートの呼びかけに対して応じると、営業所や店に連れ込んで、アクセサリーや化粧品、絵画鑑賞券などを売りつける。
デート商法 (恋人商法)	主に出会い系サイトやメール等で知り合って付き合う機会を作り、デートにこぎつけると、恋愛感情を利用して和服やAV機器等の高額商品を売り付ける。
送りつけ商法 (ネガティブオプション)	購入の申し込みをしていないのに、商品（紳士録、書籍、写真集など）を勝手に送ってきて、代金引換郵便や着払い宅配などを悪用して料金を請求する。

## (2) 物の選び方・買い方・使い方を考えるために必要な知識

高学年になる頃から、子ども自身による物やサービスを選択する権利と意思の相互作用が生じる。この発達段階に応じて、物やサービスを選ぶ際に、欲求を優先に選ぶのではなく、必要度や予算、安全、品質を考えて選ぶことの大切さを学ぶ必要がある。先述の管理能力に加えて、物やサービスの情報を得る能力、例えば、表示やマーク等を正しく読み取る能力を身につける必要があると思われる。そこで、買い物の仕方、表示やマークについての基礎知識を以下に記していく。

### 1) 買い物の手順

#### ① 買い物の目的を明らかにする

例えば、「鉛筆が小さくなって使いにくくなったから鉛筆を買うため」、「カレーをつくるからその材料を買うため」、「髪の毛が伸びすぎたから床屋で散髪してもらうため」など、物やサービスを購入する理由を明確にする。

#### ② 計画をたてる

- ・「○物やサービスの具体的な形や様子」「△予算」「□時期」「◇場所」等について決める。鉛筆を例にすると、○はBの赤、△は1本80円として消費税込みで5本で400円以内、□は今すぐ、◇はABC文房具店、ということになる。
- ・買う物やサービスについての情報を得る。○については、インターネットで調べたり、家族や友達に相談するなどして、情報をもとに決めることが出来る。△□◇についても同様で、情報を得てから決めることが大切である。



③きちんと選ぶ

目的や好み、予算、品質（汚れ、破損、性能）、表示およびマーク（食品の期限、何が入っているか、何で出来ているか、アレルギーに関する記載があるか、安全か、環境に優しいかなど）をよく見て確かめる。

④代金を払い、物を受け取る（契約成立）

購入者は、「〇〇を受け取る権利」と、「〇〇の代金を支払う義務」が生じる。店は、「〇〇の代金を受け取る権利」と、「〇〇を提供する義務」が生じる。

代金の支払い方は、現金払いが基本であるが、支払いの方法は多様になっており、児童であっても電子マネーやプリペイドカード、ポイントカードを利用した支払いが可能となっている。（表5参照）

⑤使う

買い物についての振り返り（計画に見合った物か、目的や好み、品質）を行い、物使いの仕方（用途に合った使い方、長持ちする使い方や手入れの仕方）を確認して、使用する。（振り返りの段階でサイズや品質に不備があれば、レシートと品物（未使用）を店に持って行って交換する必要がある場合もある。）

2) 表示・マークから得られる情報

食品には色々な表示やマークがついていて、これらを利用すれば様々な情報が得られる。例えば、アレルギーに関する情報など、健康に関わる情報がある。また、品質の劣化がはやい食品には「消費期限（安全に食べられる期限）」、割と長持ちする食品には「賞味期限（おいしく食べられる期限）」などが表示されており、買い物の際にはいつごろ食べるかを考えて、消費期限を確認することができる。

表8 表示の例

	表示と意味
食品	賞味期限：この年月日まで、品質が変わらず美味しく食べることが出来る期限 消費期限：この年月日まで、安全に食べることが出来る期限 アレルギー表示：特定の食品アレルギーの健康危害防止の為 その他、栄養成分表、原材料、保存方法、製造者など
衣料	品質表示：サイズ、組成表示（繊維とその割合）、洗濯表示などの取り扱い表示（手入れの仕方）、原産国、製造者に関する情報など。

3) 人や地球に優しい選び方・買い方

買い物などの消費行動が経済、社会、そして環境に影響を与えることを自覚して、意識的に行動することのできる「消費者市民」の育成が、家庭科に求められている。そのキーワードとなる項目について以下に述べていく。

①グリーンコンシューマー

環境のことを優先に考え、Reduce（ごみを減らす等）や Reuse（再利用）を行い、Recycle（再生）等に協力し、環境によい商品やサービスを購入する消費者のこと

をいう。環境負荷を減らす取組みを行う生産者や企業の提供する商品やサービスを選択するという考えが社会に浸透すれば、環境に配慮した商品が増え、環境保全に役立つ。3Rの他、4Rや5R（表10）を推奨するところもある。

#### ②フェアトレード

開発途上国からの原料や製品を適正な価格で継続的に購入することで、立場の弱い生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易の仕組みである。児童労働を禁止し、安全な労働環境を保証しているのが「国際フェアトレード基準」で、生産者が正当な対価を得られるフェアトレード価格を設定している。最近目にする「国際フェアトレード認証ラベル」は、その原料の栽培から完成品となるまでの全過程で、「国際フェアトレード基準」が守られていることを証明するラベルである。私たち消費者は、このラベルがついている商品を選ぶという行動が、開発途上国の子どもの教育の支えになる。

#### ③食品ロス

日本では、年間1700万トンの食品廃棄物が出されており、このうち、食べられるのに廃棄される食品が500万トン～800万トンあると試算されている。これは日本の※の年間生産量に匹敵する量となっている。このように、食べられるのに捨てられてしまうことを「食品ロス」といい、非常に問題となっている。食品を食べずに捨てた理由として多いのは、「鮮度の低下、腐敗・カビの発生」「消費期限・賞味期限が過ぎた（期限までに食べきれない）」などである。安全で健康的な食生活の維持や、地球環境、家計に優しい買い物のためにも、「買い過ぎない」「使いきる」「食べきる」を実践したい。最近では、処分される前の安全な食品を企業や個人から寄贈を受け、生活困窮者等に配布するフードバンク事業が、NPOなどによって行われている。

#### ④地産地消

私たち消費者の身近なところで生産されたものを選んで食べる（購入する）こと。輸入食品の安全性が問題になっている中で、食料自給率を高め、しかも生産者が近くにいるという安心感がある。フードマイレージに着目すると、生産物の移動距離が短ければ、輸送コストがかからず、CO<sub>2</sub>排出量も減少でき、環境保全につながる。また、地域の食文化の継承や、産業や経済の活性化につながり、生産者が地域のためにより物をつくる意識も高まると思われる。

#### ⑤エシカル消費

エシカル消費とは、「環境への配慮」、「社会への配慮」、「地域への配慮」の3つに集約出来る。例えば、環境に配慮したエシカル消費とは、環境を思いやって消費するということである。例えば、環境に配慮した製品の購入はグリーン購入と呼ばれ、日本では20年以上の歴史がある。政府やその関係機関、地方自治体や民間企業にはグリーン購入する努力義務がある。社会へ配慮したエシカル消費としては、途上国などで児童労働などの社会問題や環境問題を引き起こすことなく生産された服を購入するエシカルファッションなどがある。地域へ配慮したエシカル消費とし

ては地産地消や応援消費があり、2011年東日本大震災以降、応援消費が活発になっている。

表9 覚えておきたいマーク











色々なマークの種類		
環境 関係	エコマーク 環境保全認定  ※認定品	材料識別マーク（リサイクルマーク） ペットボトル プラスチック 紙 スチール アルミ      ※お菓子の袋や飲み物のペットボトルや缶等の容器包装物
	JAS マーク トクホマーク （日本農林規格）（特定保健用食品）   ※ヨーグルトや飲み物等の食品	JIS マーク SG マーク （日本工業規格）（製品安全）   ※文房具や自転車等の工業製品

表10 5つのR

Rの種類	内 容
1. リフューズ (Refuse)	不要なものは買わない・断る・もらわない
2. リデュース (Reduce)	ごみや資源の使用量を減らす
3. リユース (Reuse)	ごみにしないで再利用する
4. リペア (Repair)	修理して長く使う
5. リサイクル (Recycle)	再資源化に協力する

※1・3・5を3R、1・2・3・5を4Rと言い、さらに多くのRを提唱する地域もある。

#### 4. 授業・教材の具体的事例

##### (1) お金の計画的な使い方、物やサービスの選び方を考える授業

###### 1) 教材について

金銭の使い方を考える教材として、限りある予算の中で何を選択するのかを個々に考えさせること、そして自分の選択の思考過程を振り返ることができる『カレー作りゲーム』を活用することができると考えた。

この教材は、ビーフカレーが好きな親（大切な人）のためにカレーの具材を購入するという設定で、金額は限られ、何かを買ったら何かを買えなくなるという「トレード・オフ」の体験ができる。また、何を学ぶことができたのか、それが今後の生活にどう生かすべきなのかということを考えることができる

###### 2) 授業例

###### 1. 題材名「くふうしよう かしい生活」

2. 題材の指導計画（5時間）

・計画的に買うくふう〈2時間〉

①生活を支えるお金について考えよう ②計画的な買い方について考えよう（本時）

・買い方のくふう〈3時間〉

③買い物の計画を立てよう ④適切な買い方を考えよう ⑤買い物にチャレンジ

3. 本時（お金の計画的な使い方を考える授業）について

(1)本時の目標

適切な買物について自ら考え工夫しようする。(意欲・関心・態度)

金銭の計画的な使い方と適切な買物に関する基礎知識を理解する。(知識・理解)

(2)学習展開例

	学習内容・活動等	教師の関わり・留意点等
導入	1. 前時の学習について振り返る。 (収入と支出を考えてお金を使うことが大切であ	○前時の学習を想起させる。
展開	2. 課題を確認する。 「1000円でカレーの材料を買おう！」 ・親のためにカレーを作るようになった。 ・好物はビーフ（牛肉）である。 ・予算は1,000円である。 (コイン1個を100円とし、1人に10個用意) ・食材の値段は資料(図2)の通りである。 3. 買うものを選択し、買うもの・金額・選んだ理由等を、個々のワークシート(図1)に記入する。 4. ゲーム終了後、意見の交流を行う。 ○選択理由や感想等を発表する。	○各児童に、おはじき10個とワークシートを配布する。 ○場面設定と条件、ルールを説明する。  ○食材と値段の表(図2)を資料として用意し、配布すると共に、模造紙大にして前に貼ってよく見えるようにする。 ○ルールや条件等が理解できているか確認する。 ○机間支援で助言をおこなう。 ○意見交流に役立つ言動について観察を通して記録する。 ○どの選択も間違いではなく、それぞれに特徴があることをおさえる。
まとめ	5. 振り返り ○記入用シートに本授業で感じたこと考えたことを書く。 6. 次回は、実際の買い物の計画を立てよう。	○トレード・オフの体験から、何を学べたのか、また学んだことをどう自分の生活に生かしていくかについて考えさせる。

4. 授業後の感想

金銭管理能力を育むためには、このような学びを繰り返し行う必要がある。保護者の授業参観において本授業をおこなった上で、「ルールを設けて、家庭教育

の一環として行うことが最も効果があり、その絶好の機会がお小遣いである」ことを保護者に伝え、家庭と連携した取り組みをおこなう試みをするに至った。

ワークシート

1. カレーの材料の選び方を考えよう！ 

	1案	2案	3案	4案
考えられる 組合せ				
金額				
考えられる 良い点				
考えられる 悪い点				
目的の 達成度				

2. 自分で考えた結論を書こう！

図1 ワークシート

カレーの材料を買おう！

※予算は1,000円以内  
※○(コイン1個)が100円

ジャガイモ ○○ 2個  
たまねぎ ○○ 2個  
ニンジン ○○ 2個  
ピーマン ○ 1個  
ぶた肉 ○○○ 3個  
牛肉 ○○○○ 4個  
シーフードミックス○○ 2個  
牛乳 ○ 1個  
カレー粉 ○ 1個

図2 カレーの材料と値段

## (2) 消費行動と環境問題との関わりを考える授業

### 1) 教材について

消費者の責任に、環境への配慮や、社会的弱者への配慮がある。中学校において、じっくりと学ぶ内容ではあるが、児童期からグローバルな視点や社会的価値観を育てておくことで、中学校の家庭科への関心度や重要度を高めることになり、主体的に消費行動に関わることのできる消費者市民の育成につながると思われる。

また、循環型社会形成推進基本法において、持続可能な社会をめざした消費行動として環境の3Rが提唱されてから17年が経過したが、未だに使い捨て文化は消えず、分別の手間を惜しむ行為が多くみられ、十分定着したとはいえない。児童期から、環境配慮に向けた責任ある行動につながる価値観や、SDGsにも示された社会的弱者への配慮といった行動につながる価値観を身につける必要がある。そのためには、身近な食品のルーツや環境に配慮した買い物について考える「フードマイレージ」を利用した教材や、自分たちの買い物と世界とつながっていることから考える「エシカル消費」を扱った教材を活用すべきである。

フードマイレージを扱った授業では、まず広告(チラシ)に載っている食品の生産地が外国産と国産があることに気付かせ、次に比較させる。比較の方法はフードマイレージを計算して数値化することである。それをもとに、環境を考えた購入の仕方について検討をしていく。フードマイレージは、「食料の輸送量」×「輸送距離」で計算するのが、最も児童に分かりやすい。

エシカル消費の教材例としては、ノートやチョコレートが挙げられる。ノートは

JIS マークやエコマーク、再生紙の表示等があるか否かといった点で、品質保証や環境に配慮した商品であるかどうか分かる。チョコレートは、フェアトレードや募金付等の表示、ベルマークなど社会貢献を伴う物であるかどうか分かる。また、表示などの情報から、生産工程における背景を窺い知ることが可能となることから、” Think Globally Act Locally” につながる教材になり得る。

授業では導入に1枚のカカオ農園の労働者の写真(図3)を使う。

この写真から、原料がカカオであること、どこか遠い国が原産地であること、子どもが働いていることなど、チョコレートの背景が見えてくる。展開では、複数のチョコレートのパッケージから様々な情報が得られることを体験し、児童それぞれが自分なりの価値観でチョコレートを選ぶ。振り返りでは、チョコレートの生産国で起こる問題の解決につながる消費行動について確認をする。

図3 児童労働 「カカオ農園で働く子ども」⇒  
 写真：ダニエル・ローゼンタール 文：白木朋子さん  
 撮影：シニコッソン・象牙海岸 2008年10月  
 出典：DAYS JAPAN 2010年9月号



## 2) 授業例

1. 題材名「人や環境に優しい買い物の仕方を考えよう」
2. 指導計画(3時間)
  - ①私たちのもとに食品はどうやって来ているのだろう(1時間)
  - ②人・環境に優しい買い物の仕方を考えよう(2時間 本時は2/2時間目)
3. 本時(人・環境に優しい買い物の仕方を考えよう 2/2)について

### (1)目標

身近な商品の背景を知り、人・環境・社会に配慮した消費行動についての実践的な態度を育てる。(関心・意欲・態度)

### (2)学習展開例

	学習内容・活動等	教師の関わり・留意点等
導 入	1. 写真を見て気付いたことを発表する。 ・外国人の子 ・働いている ・大きな袋 2. 写真の解説から、袋にはカカオの実が沢山入っていること、カカオがチョコレートの原料であることについて知る。 3. 袋を持つ少年は学校に行かないで働いていることを知る。 4. 子どもたちが学校に行けるようにするにはどうしたらよいか考える。	○写真とワークシートを配布し、気付いたことを書くよう指示する。 ○写真について解説する。 ○カカオがチョコレートになるまでの工程について簡単に説明する。 ○チョコレートができるまでの工程での児童労働について説明する。 ○自分の考えを書くよう指示する。

展 開	<ul style="list-style-type: none"> <li>・親がしっかりする ・そんなことできない</li> <li>5. 本時の学習課題を知る。 「人と環境に優しい物の選び方を見つけよう」</li> <li>6. チョコレートを見て、人と環境に優しいことがわかる箇所にマーカーで印をつける。</li> <li>7. チョコレートのパッケージからわかったことを班で話し合い、整理する。             <ul style="list-style-type: none"> <li>・フェアトレードマークがある。</li> <li>・災害地支援の募金ができる。</li> </ul> </li> <li>8. 一つ選ぶならどのチョコレートか、班が薦めるチョコレートとその理由を発表する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○チョコレートをグループ毎に4種類ほど配布する。〈市販品、フェアトレード品、様々な募金付の品など〉</li> <li>○わからない説明やマークについての質問に答える。</li> <li>○開発途上国であるカカオの国の、児童労働を禁止しするため、森林破壊を防ぐため、など様々な情報をチョコレート毎に整理させる。</li> <li>○班ごとに選んだチョコレートについて発表してもらうことを伝える。</li> </ul>
まとめ	<ul style="list-style-type: none"> <li>9. 今日学んだことをまとめる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○生産する人も、買う人も、幸せになる商品の選び方があることを伝える。</li> </ul>

#### 4. 授業後の乾燥

この授業をきっかけに、子どもたちが日々の生活の中でエシカルな消費行動を心掛けるようになった。また、社会科や道徳との教科横断的な授業へと発展した。

#### 5. おわりに

現代社会において、消費者教育の機会が提供されることは消費者の権利の1つとなっている（消費者教育推進法第1条）ことから、学校教育をはじめ社会教育や企業、自治会など様々な場においてその機会は以前よりも増えていると思われる。学校の場合は教員が消費者教育を行うのであるが、社会教育においては、推進法を受けて、市町や県が消費者教育の「担い手」を育成し、出前講座の形で様々な場に派遣し、保育園児から高齢者までの広い世代に向けて消費者教育を行っている。「担い手」は、消費者の自立を支援するという推進法の趣旨を踏まえた上で、教育や啓発的な活動を推進する役目を果たしているのである。学校に目を向けると、現時点では消費者教育を行っている教員は必ずしも消費者の自立を支援するという推進法の趣旨を踏まえているとは言い難いが、ここ3年間で担い手講座に積極的に参加する小中高校や特別支援学校の教員が少しずつ増えてきていることから、推進法の趣旨を踏まえた消費者教育が学校において徐々に行われるようになってきていると言えよう。

本研究では、すべての教員が推進法の趣旨を理解した上で消費者教育を行うことを願い、教員を対象とした学習教材を作成したのであるが、多忙な日々を送る教員に本教材を使っての講座に参加してもらうのは難しい状況ではないだろうかと考えた。そこで、教職大学院の授業、小学校教員養成課程の家庭科の授業、そして教員免許更新講習における活用を試みることにした。現在、予備調査の段階ではあるが、本教材の活用前と後での消費者教育に対する認識や意識の違いがあるのかどうか等を明らかにしている。今後は本調査を行い、結果をもとにより良い内容の学習教材を開発して

いく所存である。今回は、教材の作成に主眼を置いた報告となっているが、次回は活用に重点をおいた報告を行う予定である。

#### 注

- 1) 「消費者トラブルメール箱 2016 年度のまとめ」(独立行政法人国民生活センター 2017)、「平成 26 年版消費者白書」(消費者庁 2014) をもとに、筆者作成。

#### 引用文献

- (1)内野紀子他「小学校 私たちの家庭科 5・6」開隆堂 2015, pp.54-55
- (2)荊尾梨絵、多々納道子、竹吉昭人「小学校家庭科における環境保全意識をそなえた消費者の育成を目指す教材開発—フードマイレージを利用して—」 島根大学教育臨床総合研究, 12, 2013, pp.67-76
- (3)あんびるえつこ「『カレー作りゲーム』と『おこづかい』で教える経済の基礎概念」金融広報中央委員会ホームページ：知るぽると, 2005
- (4)公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会 (NACS)、静岡県消費者教育推進フォーラム実行委員会 「チョコレートはどこから来るの」 2017 年度静岡県消費者教育推進フォーラム分科会 A 資料, 2017
- (5)静岡県：静岡県の消費者教育ポータルサイト「なるほど！消費者教育」, 2014
- (6)消費者庁「消費者行動・意識と消費者問題の現状」『平成 26 年版消費者白書』, 2014
- (7)日本弁護士連合会 「Q&A 消費者教育推進法と消費者市民社会」 2015, pp.4-5
- (8)農林水産省：子どもの食育「注目しよう食べ物のこと 消費期限と賞味期限」, 2006
- (9)星野洋美「第 10 章 消費生活と環境に関する教材を考える」『小学校 家庭科教育法』(大竹美登利、鈴木真由子、綿引伴子編), 建帛社, 2018, pp.117-130
- (10)松本純「『世界消費者権利デー』を迎えるに当たって (消費者及び食品安全)」消費者庁ホームページ, 2017/3/14
- (11)鷺見繁樹「繊維製品の取扱い絵表示が変わります！— JIS L 0001：2014 新ケアラベルの記号について—」国民生活 2015/1, 2015, pp.12-16

#### 参考文献

- (1)金融広報中央委員会企画, (株)電通・(株)グラウコープス制作「見てわかる！金融教育—授業の進め方」金融広報中央委員会, 2011
- (2)松田優子「第 5 学年 家庭科学習指導案『じょうずに使おう 物やお金』」板橋区教育ネットワーク, 2015