

<学術論文>

家庭科教育における消費者教育の現状と課題

—『学習指導要領』改訂を踏まえて—

岡野雅子 信州大学教育学部生活科学教育講座

大原明美 信州大学教育学部生活科学教育講座

キーワード： 家庭科教育, 消費者教育, 環境, 教科書分析, 家庭科教員

1. はじめに

平成20年3月に『小学校学習指導要領』¹⁾および『中学校学習指導要領』²⁾が改訂告示された。今回の改訂について家庭科の特徴として、まず、教育内容の整理の仕方について挙げられる。小学校『学習指導要領』の家庭科の内容は、それまでの8つから4つになった。すなわち、A：家庭生活と家族、B：日常の食事と調理の基礎、C：快適な衣服と住まい、D：身近な消費生活と環境、である。一方、中学校『学習指導要領』の技術・家庭科の家庭分野の内容は、それまでは大きく2つに大別されていたが、今回の改訂で4つになった。すなわち、A：家族・家庭と子どもの成長、B：食生活と自立、C：衣生活・住生活と自立、D：身近な消費生活と環境、である。このように、家庭科の内容は、小学校と中学校が4つの括りとして統一的に整理され、連続性をもってスパイラルに学習を進めることが図られている。

今回の改訂のもう一つの大きな特徴は、教育内容の4つの括りの1つとして小学校・中学校でともに「身近な消費生活と環境」が位置付けられていることである。4つの括りと言っても授業時間数が等分に割り当てられることを意味しているわけではないが、しかし、「消費生活と環境」は家庭科教育の内容を構成する4本柱の1つとして大きな位置を占めることになった。

わが国では、2004年に消費者保護基本法が改正され消費者基本法となり、消費者の権利および責任が示された。また、2007年には「消費者教育の総合的推進に関する報告書」³⁾が内閣府より出され、幼児期から高齢期までの生涯にわたって、どのような内容を学ぶべきかが体系的に明らかになった。その報告書においては消費者教育は、4つの領域、すなわち、安全、契約・取引、情報、環境から成っている。このような近年の流れのなかで、学校教育において「生活を科学する」ことを命題としている家庭科において、消費者教育がより一層の充実が図られたことは、当然のことと言えるだろう。

ところで、わが国は1985年頃からの数年間は空前の経済の活性化の時期があり、いわゆる「バブル経済」期であった。子どもは生活の中で育つことから、このような社会経済的環境は子どもの金銭感覚にどのような影響を及ぼしているかを探った研究から、幼児、小学校低学年児童、中学生、高校生に比べて小学校高学年児童は、お金やお金持ちに対して「欲し

い」「いいな」などのストレートなプラスの情緒反応を示す傾向が強く、相対的に影響が大きいことが認められた⁴⁾。さらに、母子をペアにして家庭教育との関連を検討したところ、金銭感覚は母子間にストレートな関係は見いだせなかった⁵⁾。また、消費者教育とは意思決定能力の育成がその重要なねらいであると言われている⁶⁾が、意思決定能力の発達に関する研究からは、小学生は意思決定という自分自身を問うことを自覚する以前の状態であり、中・高生になると不安や迷いをより多く自覚していて、青年期の自己に対する内省的な洞察が可能になる時期と相俟って、意思決定能力の形成が進む時期であることが推察された。しかし、高校生でさえも自主性や他からの自立には十分な自信があるわけではなかった⁸⁾。近年の少子・高齢社会では、一人の子どもはシックスポケットをもっていると言われている。そこで、子どもに対するプレゼントを取り上げ、子ども自身はプレゼントをどのように捉えているかについて探ったところ、プレゼントをもらうことに対して非日常のこととしての認識は乏しく「普通のこと」であるという。すなわち、プレゼント自体の子どもにとっての意味が従来とは異なってきていることがうかがえた⁹⁾。

ところで、消費者教育の変遷を概観すると、時代とともに焦点が変化していることが分かる。アメリカ主導の第1期には消費者は主として「経済環境における自立能力」を身につけることが求められ、ヨーロッパが主導となった第2期には「社会・自然環境への責任に対する共同能力」が加わった。北欧が先導的役割を担うようになった第3期（現在）は、さらに「多様なライフ環境における共生能力」の育成が加わっていると、大原¹⁰⁾は指摘している。現代に生きる我々にとって、持続可能（サステイナブル）な社会に向けての活動は必須課題の一つであるといえる。

このような社会状況を受けて、今回の『学習指導要領』の改訂で、生活を科学する視点から小・中学校の家庭科教育の中の「消費生活と環境」が4本柱の1つとして明確に位置づけられたことは、適時性に叶っているといえよう。

新『学習指導要領』の告示を受けて、教育内容の改訂は、小学校では平成23年4月から、中学校では平成24年4月から全面実施となる。このような今、家庭科教育における消費者教育の現状を把握し、今後に向けての課題を考察することは、意義あるものとする。そこで、本研究では、新『学習指導要領』に基づく小・中学校の家庭科教科書を対象に分析を行うと共に、家庭科の授業を担当している小学校教員および中学校教員を対象に「消費生活と環境」（家庭科のD領域）に関する調査を行った。この2つのアプローチにより、家庭科における消費者教育およびそれと関連が深い環境教育の現状と今後の課題について検討することを試みたい。

2. 研究Ⅰ：新『学習指導要領』に基づく小学校・中学校家庭科教科書の分析

2.1 目的

今回の『学習指導要領』の改訂に伴って発行された小学校家庭科教科書および中学校家庭科教科書のなかの「身近な消費生活と環境」（以下ではD領域と記す）について分析するこ

表1 「消費者教育の体系シート」の小学生期の領域別目標

安全	安全①	商品を安全に扱うための基本的なきまりを守ることができる。また、身の回りの商品の安全に関するマークや品質表示に気付くことができる。
	安全②	身の回りの商品の被害を身近な人に説明できる。
契約	契約・取引①	身の回りの商品を買うときに、必要性を考えた上で、価格や品質を比較することができる。
	契約・取引②	小遣いを家族と相談して計画的に使うことができる。
取引	契約・取引③	約束や社会のきまりを守ることができる。
	契約・取引④	身の回りの商品の購入で不安になったときは、身近な人に説明し、解決方法を相談できる。
情報	情報①	情報の収集などの際に情報通信を適切に活用できる。
	情報②	情報通信を活用する際に、自分や身近な人の情報を大切にすることなどの配慮ができる。
	情報③	独創性や人のアイデアを尊重することができる。
環境	環境①	身の回りの商品に、環境に関するマークなどの情報があることに気づくことができる。
	環境②	自分の消費生活が環境に影響を及ぼすことに気づき、身の回りの商品の使用・廃棄について適切な対処ができる。
	環境③	身の回りで取り組まれている環境保全活動の方法を話し合ったり、参加したりすることができる。

表2 「消費者教育の体系シート」の中高生期の領域別目標

安全	安全①	日用の商品のマークや品質表示などの意味を理解して、集めた情報の中から、安全な商品を選び適切な取り扱いができる。
	安全②	日用の商品による事故・危害に応じた相談機関を利用できる。
	安全③	商品の安全性、消費者の安全を確保するための取り組みを知り、法律や制度に関心をもつことができる。
契約 取引	契約・取引①	日用の商品を買うときに、必要性や価格・品質などを比較検討して選択できる。
	契約・取引②	家計や将来の生活を考えて、買い物の購入計画を立てたり、貯金などを有効に活用できる。
	契約・取引③	契約の意味と基本的なルールや仕組み(契約当事者としての権利と義務等)を理解し、適切な消費行動ができる。
	契約・取引④	契約・取引のトラブルにあったときに、消費者のための法律・制度を活用したり、身近な人や相談機関に相談することができる。
情報	情報①	情報通信の利便性を理解し、情報の収集・発信などの際に情報通信を適切に活用できる。
	情報②	情報の収集・発信の際に起こる問題や解決方法などを理解して、個人情報や権利を適切に管理し、自他の権利や利益に配慮して情報通信を適切に活用できる。
	情報③	作品や商品には知的財産権があり、法律で保護されていることを理解し、知的財産権に配慮して他人の創作物などを利用できる。
環境	環境①	日用の商品のマークや品質表示などの意味を理解し、環境に配慮した商品を選ぶことができる。
	環境②	消費生活が環境に及ぼす影響を理解し、日用の商品の使用・廃棄について適切な対処ができる。
	環境③	国内や国際的・地球規模の環境問題と消費生活との関連に関心をもち、それらに関わる環境保全活動に参加・協力できる。

とにより、家庭科における消費者教育および環境教育についての現状と課題について把握する。

2. 2 方法

平成22年2月22日検定済みの小学校家庭科教科書2冊、および平成23年2月15日検定済みの中学校家庭科教科書3冊のなかのD領域に関連する箇所について調査し、分析および考察を行った。分析に際しては、内閣府による「消費者教育の総合的推進に関する報告書」において幼児期から高齢期までに学ぶべき内容を明らかにした「消費者教育の体系シート」（以下では「体系シート」と記す）の小学生期および中高生期の目標（表1、表2）と照合することにより行った。

2. 3 結果と考察

(1) 小学校家庭科教科書について

小学校家庭科教科書は、現在2社から刊行されている。全体構成の中でD領域を章または節として取り上げている頁数はA社11頁、B社11頁で、全体に占める割合は約10%である。小学校家庭科教科書は5年・6年の合冊本であるため、前半は主に5年生対象、後半は主に6年生対象となるが、前半にも後半にも章・節があり、学年による偏りは認められない。ただし、2社とも「消費生活」は5年生で、「環境」は6年生で学習する配置となっている。

また、小学校家庭科は「家庭生活を総合的にとらえる視点から、家族の生活と関連させながら衣食住などの内容を取り扱うことを一層重視する。」¹⁾と記されているように、家庭生活・家族を中心軸として、生活の様々な領域（食、衣・住、消費・環境）をそれに関連付けて学ぶことと位置づけられている。したがって、D領域の章・節以外にも関連する記述があり、そのような箇所には2社ともに「消費者マーク」「環境マーク」が付けられている。そして、2社ともに環境マークの方が消費者マークよりも多い（表3参照）。

小学校教科書D領域の記述と「体系シート」の関係を見ると、表3のようである。「体系シート」の「安全」①、「契約・取引」①②④、「情報」①、「環境」①②③は網羅されているが、「安全」②、「契約・取引」③、「情報」②③については十分とは言えないようである。一方、「環境」について触れている頁は多く、「環境マーク」のほとんどは「環境」②の内容を表している。つまり、消費生活と環境との関係性や、省エネに配慮することはしばしば取り上げられていることがわかる。

なお、教科書には2社ともに「安全マーク」の記載があるが、それは「湯気や、熱くなったやかんの取ってでやけどをしないように注意する。」「ミシンは重いので、カバーが外れないように注意して両手で運ぶ。」などの実習の際の事故を未然に防ぐことなどを目的とした直接的な安全のためのマークが多く、「体系シート」4領域の中の「安全」とは意味合いが若干異なる場合が多い。

(2) 中学校家庭科教科書について

中学校家庭科教科書は、従来2社から刊行されていたが、今回の検定には3社が申請し3社から刊行されることになった。全体構成の中でD領域の頁数は、30～46頁であり、教科書

表3 小学校教科書D領域と「消費者教育の体系シート」の関係

A社	教科書D領域の章・節	「消費者教育の体系シート」の4領域			
		安全①	安全②	情報①	情報②
	前:環境手エック・2頁				
	前:1章3節:地域の人とかかわり方を考えよう:1頁				
	前:4章3節:物を生かす生活をしよう:1頁				
	前:5章:考えよう!買い物と暮らし:5頁				
	5章1節:お金の使い方、物の選び方をみよう				
	5章2節:計画的に買い物しよう				
	5章3節:買い方をふり返ろう				
	後:7章3節:快適な夏の暮らしを実践しよう:1頁				
	後:10章3節:快適な冬の暮らしを実践しよう:1頁				
	総頁数:D領域の頁数(D領域頁数の占める割合)		114:11(9.6%)		
	前:食:「環」水を出しっぱなしにしない。				
	前:食:「環」後かたづけの方法				
	前:食:「環」食べ残る分量を考えてつくり、残さず食べる。				
	前:食:「環」やかんの水ぎきに合わせて、ほのおの大きさを調節する。				
	前:食:「消」朝の足かけ方				
	前:衣:「環」布のむだか少なくする型紙の置き方				
	前:衣:「環」布をむだにしないように、必要な分を準備する。				
	前:衣:「環」米を洗った水はよこを落とす。				
	前:住:「環」そうじ道具の工夫				
	前:住:「安」洗剤の表示				
	後:食:「環」後かたづけ				
	後:住:「環」掃除機				
	後:住:「環」掃除機				
	後:衣:「環」必要以上に洗剤を使うと、水のむだだけでなく川や海をよごす原因になる。				
	後:食:「消」食品の日付表示				
	後:食:「環」必要量をだけ買う。過剰に包装していない物を選ぶ。				
	前:8章:「環」物やお金の使い方を直そう				
	8章1節:物やお金の使い方を直そう				
	8章2節:買い物のしかたを考えよう				
	後:2章3節:「環」エコライフ				
	後:6章1節:わたしたちの生活と環境:1頁				
	後:6章3節:人びとや環境とのかかわり:2頁				
	総頁数:D領域の頁数(D領域頁数の占める割合)		110:11(10%)		
	前:食:「環」ほのおの調節				
	前:食:「環」環境を悪くしてとどめをしよう				
	前:食:「環」生活ごみのしまつのくふう				
	前:住:「消」持ち物の分類				
	前:家庭生活:「環」掃除機				
	前:家庭生活:「環」ごみや不用品を少なくするくふうをしよう				
	前:住:「環」住まいであたかく過ごす方法				
	後:食:「消」材料を賢く使うこと				
	後:食:「環」ごみのしまつのしかたは?				
	後:食:「環」使ったフライパンのあとをしまつ				
	後:住:「安」住居用洗剤の表示				
	後:住:「環」台所の油汚れのくふう				
	後:住:「環」冷房器具のじょうずな利用の例				
	後:住:「環」窓を開けるときは				
	後:衣:「消」衣服の手入れに必要な取扱い表示の例と意味				
	後:衣:「環」洗たくと環境				

※A社は環境書籍、B社は開隆堂である。小学校教科書は5年6年合冊本であり、前半は主に5年生むけ、後半は主に6年生むけである。
 ※「消」は消費省マーク、「環」は環境マーク、「安」は安全マークを表す。

全体に占める割合は12～16%程度である。

中学校教科書D領域の記述と「体系シート」の関係を見ると、表4のようである。「安全」①②③、「契約・取引」①②③④、「情報」①②、「環境」①②③は、3社ともに網羅されている。D領域の本文の記述以外におけるD領域に関わる記載については、A社は「消費者マーク」「環境マーク」を記しており、B社は「環境マーク」のみ、C社はいずれのマークもないが、D領域に関連すると思われる記載をみると、食・衣・住における「安全」①と「環境」②が多いことが分かる。

(3) 考察

小学校家庭科の改訂の基本方針として、「社会において子どもたちが自立的に生きる基礎を培うことを特に重視する。」¹²⁾が挙げられている。そのため、児童自身が気づき、分かるようになり、できるようになることに重点が置かれているといえるだろう。このことは、小学校教科書の内容を「体系シート」と照合したとき、「安全」②の、被害に遭った時には身近な人に説明したり相談できるというような内容が比較のおろそかになっていることと符合していると思われる。

中学校教科書は、小学校に比べて教科書に占めるD領域の割合は若干多い。中学校の内容は「体系シート」のほとんどを網羅しているものの、しかし「情報」③については1社を除いて触れられてはいない。ちなみに、小学校教科書の2社も「情報」③には触れていない。すなわち、「独創性や人のアイデアを尊重することができる」(小学生期)および「作品や商品には知的財産権があり、法律で保護されていることを理解し、知的財産権に配慮して他人の創作物などを利用できる」(中学・高校生期)については教科書での取り上げ方に違いが見られた。中学校教科書が「体系シート」のそれ以外はすべてを取り上げていることを考えると、若干不可解に思われる。しかし、「体系シート」のライフステージは、幼児期、児童期(小学生)、少年期(中学・高校生)、成人期(その中の小粋に高齢期)という大まかな分けのもとに領域別目標が記されている。したがって、表2は中学生のみならず高校生も含めた発達段階における目標を示しているのであって、記述のない2社については「情報」③は高校生期の内容と捉えられているのかもしれない。

なお、鎌田¹³⁾は、「体系シート」と現行の高校家庭科教科書の消費者教育の内容の関係を調べた結果、高校教科書では生活設計が重視されてきているが、体系シートでは生活設計の視点が薄いことを指摘している。

3. 研究Ⅱ：新『学習指導要領』の「消費生活と環境」に対する教員の認識

3.1 目的

『学習指導要領』が改訂され、小学校では平成23年4月より、中学校では平成24年4月より全面実施される段階を迎えている。今回の改訂で消費者教育は4本柱の1つとして位置づけられることになったが、小・中学校における消費者教育の現状を把握するとともに、家庭科担当教員の消費者教育に対する認識を探り、それを通して消費者教育の現状と課題につ

いて考察することを目的とする。

3. 2 方法

対象者と手続き： 方法は質問紙調査法である。調査対象者は、小学校教員については、長野県N市立小学校全56校の家庭科担当教員および5・6年生担任教員である。中学校教員については、長野県内の北信・東信・中信地区にある公立中学校119校の家庭科担当教員である。

本調査に先立ち、中学校家庭科教員の協力を得て予備調査を実施した。その結果を受けて、調査票を検討し修正して質問紙票を作成し、本調査の実施へと進んだ。質問紙調査票は、各小学校・中学校宛に郵送により配布し、回答記入後に郵送により回収した。小学校は26校より回収（回収率46.4%、回収数71）、中学校は57校より回収（回収率47.9%、回収数57）し、計128名の教員から得た回答を資料とした。

調査項目： 調査票は、①D領域に対する取り組みの現状、②D領域に対する捉え方、③D領域における今後も重点を置きたい内容である。①と③は、「体系シート」の4領域の「内容」欄から抽出して若干わかりやすくした文章を、小学校教員向けは10個、中学校教員向けは13個提示した。回答方法は、①は「扱っている」から「まったく扱っていない」までの4件法、③は「そう思う」から「そうは思わない」までの5件法である。②は「家庭科に『消費生活・環境』は必要だ」など教員自身のD領域に対する認識にかかわる11個の文章を提示し、当てはまるものを複数回答とした。その他にD領域に対する意見の自由記述欄を設けた。

調査時期： 調査時期は2011年9月である。

3. 3 結果と考察

(1) 「消費生活と環境」領域に対する取り組みの現状および今後重点を置きたい内容

「現在扱っている内容」の「扱っている」程度について（現状）、および「今後重点を置きたい内容」の「そう思う」程度について（今後の重点）の回答を比較したものが、図1・図2である（なお、「現在扱っている内容」の回答は4件法であり最大値4であるが最大値5に換算して「今後重点を置きたい内容」と揃えた）。

小学校教師の回答（図1）から、「現状」は、「買い物をするときは、必要なものか、必ずしも必要ではないが欲しい物かを、見分ける意識をもつ」（「契約・取引」①）、「日常生活で、配慮した物の使用、ゴミの分別、水や電気の使い方などの習慣を身につける」（「環境」②）、「身の回りにある物の環境に関するマークや表示に気づく」（「環境」①）、「お小遣いは計画的に使う」（「契約・取引」②）などが高い値を示していて、これらの内容は小学校家庭科のD領域で現在広く扱われていることが分かる。一方、「他人が考えたアイデアを無断で使ってはいけないことが分かる」（「情報」③）、「商品の被害にあった時には身近な人に相談する習慣を身につける」（「安全」②）は、現在扱われている程度は低い様である。

「今後の重点」については、すべての項目で「現状」よりも値が高くなっている。「省エネに配慮する」（「環境」②）、「環境に関するマークに気付く」（「環境」①）は、今後重点を置く内容であると捉えている小学校教員が多い。

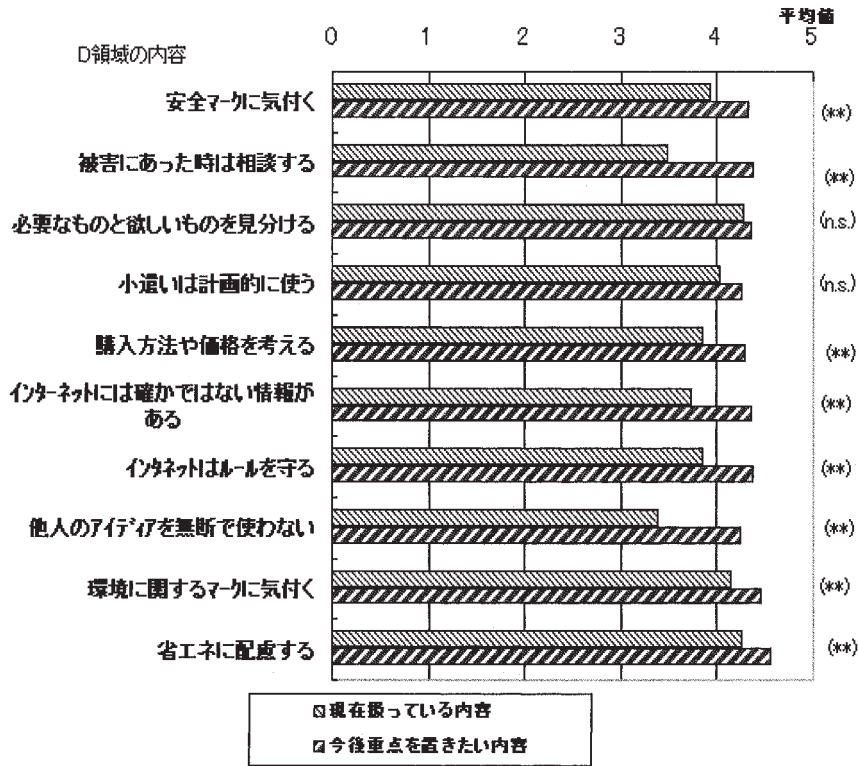


図1 小学校D領域の「現在扱っている内容」と「今後重点を置きたい内容」

「現状」と「今後の重点」を比較すると、10項目中8項目に統計的有意差が認められた。「必要なものと欲しいものを見分ける」(「契約・取引」①)と「小遣いは計画的に使う」(「契約・取引」②)の2項目には「現状」と「今後の重点」の間に有意差が認められないが、それは既述のように現状で取り扱っている程度が高いことに因ると思われる。

一方、中学校教員の回答(図2)を見ると、「現状」は、「日常生活で、省エネに配慮した物の使用、ゴミの分別、水や電気の使い方などの習慣を身につける」(「環境」②)、「商品の被害にあった時には、身近な人に相談する習慣を身につける」(「安全」②)、「契約の意味や基本的法律について理解する」(「契約・取引」③)、「買い物をするときは、必要な物か、しも必要ではないが欲しい物かを見分ける意識をもつ」(「契約・取引」①)、「環境に配慮した商品の表示マークの意味を知り、それが環境に及ぼす効果や影響について理解する」(「環境」①)などの内容は、中学校家庭科で現在広く扱われていることが分かる。一方、「他人が考えたアイデアを無断で使ってはいけないことが分かる」(「情報」③)、「インターネットで他人を誹謗中傷してはいけないなどのルールやマナーを守る」(「情報」②)は、現在あまり扱われてはいない様子である。

「今後の重点」については、小学校の場合と同様に、すべての項目で「現状」よりも値が高くなっている。しかも、中学校ではすべての項目で「現状」と「今後の重点」の間には、

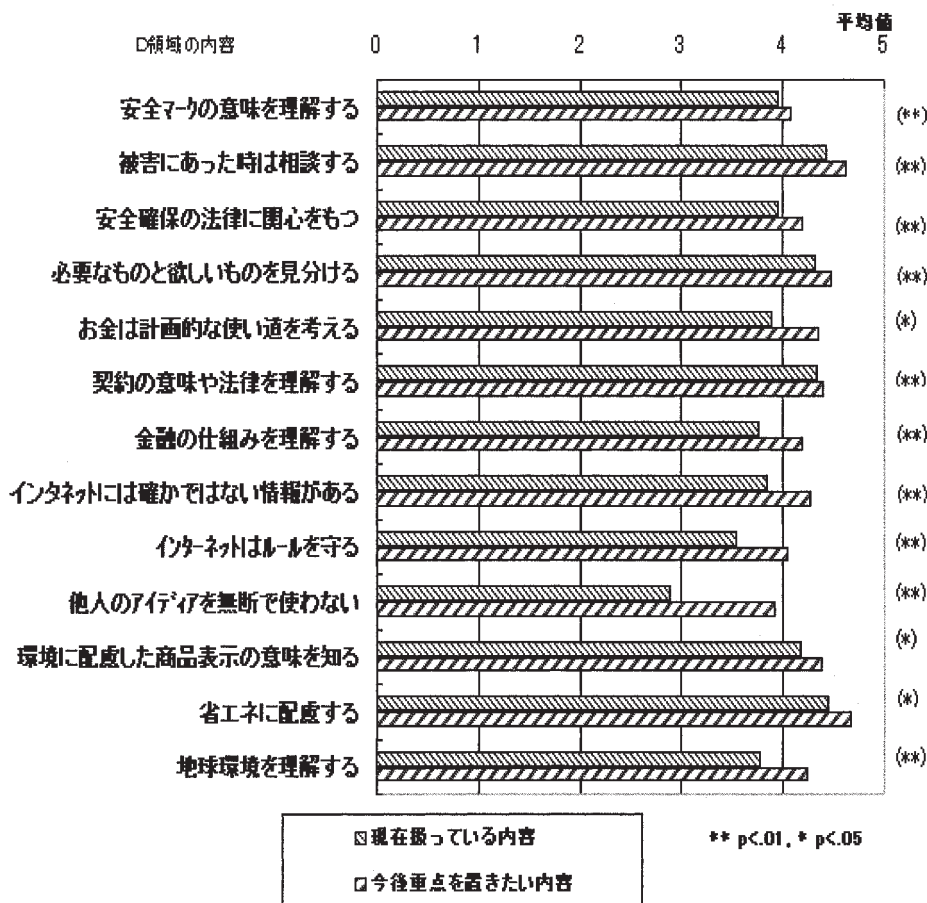


図2 中学校D領域の「現在扱っている内容」と「今後重点を置きたい内容」

統計的有意差が認められた。「省エネに配慮する」（「環境」②）、「商品の被害にあった時には相談する」（「安全」②）、「必要な物と欲しい物を見分ける」（「契約・取引」①）は値が高いが、これらの内容は既に見たように「現状」でも扱われている内容であるが、今後も重点を置きたい内容であると捉えている中学校教員が多い。

(2) 「消費生活と環境」領域に対する教員の認識

教員のD領域に対する認識は図3の通りである。8割の教員は「家庭科にD領域は必要だと認識し、過半数が「D領域は今後重要だ」と捉えている。しかし「実習などに時間が取られてD領域は短時間になりがちだ」という悩みを半数がもち、特に中学校教員は6割以上が回答している。「私はD領域に関心が高い」という教員は1/3で、小学校教員よりも中学校教員に多い。

しかし、「私はD領域の指導が得意だ」と自己分析する教員は僅か2.3%弱にすぎず、小学校教員にはいない。それと呼応するように「D領域は扱いやすい」の回答は1割である。児童生徒のD領域に対する関心は「高い」の回答は1割強で、中学校教員よりも小学校教員に

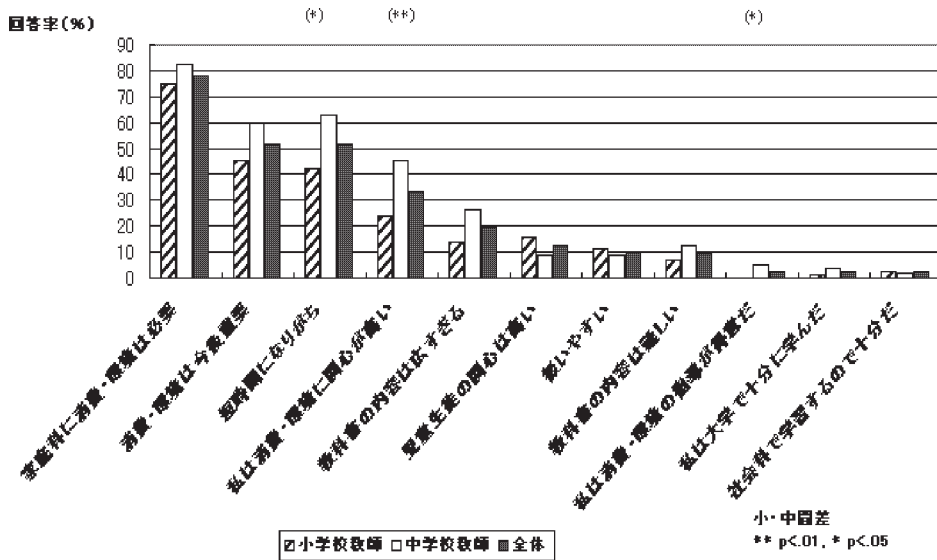


図3 教員のD領域に対する認識

多い。これらの回答は、「私は大学でD領域について十分に学んだ」と認識している教員が2.3%であることと関連が深いと考えられるのではないだろうか。

(3) 考察

小学校・中学校の家庭科を担当している教員の多くは、家庭科にD領域は必要であると認識していて、「体系シート」の4領域の内容のすべてについて現状では十分に組み込んでいない内容についても今後は重点を置きたい内容であると捉えていることが明らかとなった。

「省エネに配慮する」(「環境」②)は小学校・中学校ともに「現状」で扱っている程度が高い内容である。研究Iにおいても「環境」②は教科書の記載が多い内容であることが明らかとなっている。

一方で、「他人が考えたアイデアを無断で使ってはいけないことが分かる」(「情報」③)は、小学校・中学校ともに「現状」の値は最も低く、扱われている程度は低いことが分かった。「情報」③の「知的財産権」は、研究Iで見たように、記述がない教科書もあることと対応しているといえるだろう。

小学校と中学校で教員の認識に若干の相違が見られた項目に、「インターネットで他人を誹謗中傷してはいけないなどのルールを守る」(「情報」②)がある。すなわち、小学校教員は「情報」②を今後重点を置く内容として捉えているのに対して、中学校教員は「情報」②の内容をあまり扱ってはいない現状があり、今後重点を置く内容としても相対的に高くは捉えていない。なお、「情報については、技術科で扱っています。」と自由記述欄に書き込みのある調査票が複数枚あったことから、中学校家庭科教員の中には「情報」に関わる内容は、家庭科のD領域の範疇外であると捉えている者がおり、それが今回の結果となって現れている

ものと思われる。

また、家庭科を担当している教員は、D領域は他の実習などの影響で十分な時間がとれないという悩みを抱えており、児童生徒の関心は高くはなく、自分自身もD領域の指導が得意ではない、と自己分析をしている。したがって、D領域は重要であり、今後重点を置きたいという彼ら彼女らの捉えの基にD領域の教育を充実させて、児童生徒の関心を高めるためには、教員自身が研鑽を積む必要があるといえるだろう。そのための教員研修などの環境整備が望まれよう。

4. 総合考察

小学校・中学校の家庭科教育で扱っている「現状」から、「省エネに配慮する」(「環境」②)は小学校・中学校ともに扱っている程度が高い内容であることが研究Ⅱから明らかとなった。教科書の記載を見ても、「環境」②はD領域の章・節のみならずそれ以外の「食」「衣」「住」でも触れられていることは、研究Ⅰで見た通りである。しかも、「環境」②は今後も重点を置きたい内容であると、小学校・中学校教員ともに捉えていた。したがって、現代の消費生活が環境に及ぼす影響を理解して適切な対処ができることは、家庭生活を科学する家庭科教育において極めて重要な今日的な課題であることが改めて認識される。

また、中学校教員は「体系シート」の「情報」②について「現状」でも「今後の重点」でも高い値を示してはいなかった。それは、中学校の教科は「技術・家庭」であり、「情報」の内容は技術科で扱う内容であると捉えている教員がいることが察せられた。消費者教育は、家庭科が専一的に取り組むべき教育ではなく、技術科あるいは社会科においてもさらにその他の学校教育においても教育すべき内容を含んでいることは、当然のことである。それらの教科間には消費者教育に対するアプローチに若干の相違があり、それゆえ消費者教育の様々な側面を学ぶことを可能にしている。したがって、児童生徒がそれらの教育内容を総体として理解するよう導くことが重要であると思われる。

また、「体系シート」の「情報」③の「知的財産権」に関しては、教科書の記載の有無は出版社により対応が分かれており、教員の回答からも現状で扱う程度は低く、今後も重点を置く程度も低かった。ただし、「知的財産権」について取り上げているC社教科書では、「買い物はお金の投票」という小タイトルのもとに「本物を買う」と「ニセモノを買う」ことを対比させ、個人の視点、社会の視点と順に視野を拡大させながら消費者の選択がどのような社会につながるか、自分のお金を何に投票するかを考えるよう促している。

ところで、消費者教育の先進圏であるヨーロッパにおいては、近年では、消費者教育について究極の目的を共有し合う「環境教育」「シティズンシップ教育」と合わせた概念をもつ「Consumer Citizenship Education (コンシューマ・シティズンシップ教育)」に研究の焦点が当てられている¹⁴⁾。今回の『中学校学習指導要領』の改訂に伴う『解説 技術・家庭編』¹⁵⁾にはD領域の(2)ーアにおいても、「消費生活と環境とのかかわりについて関心と理解を深め、持続可能な社会の構築のため、これからの生活を展望して、自分や家族の生活を見直し、

環境に配慮した消費生活について工夫し、実践ができるようにすること」がねらいとして示されている。

消費者教育は、生活環境適応能力と生活環境醸成能力の双方を育成する教育として認識されながらも、大原¹⁴⁾が指摘しているように、わが国の消費者教育は、従来、生活環境適応能力に重点が置かれてきた経緯がある。本稿で見てきたとおり、「省エネに配慮する」(「環境」②)は小学校・中学校の教科書で広く取り上げられており、また、教員の認識も高いが、これは生活環境適応能力の育成といえるだろう。

しかしながら、持続可能な社会を構築することが地球市民としての重要な課題となっている21世紀においては、消費者教育のもう一方の生活環境醸成能力を育成することも大きな課題であり、それに取り組むことが必要であると考えられる。

ここで、「持続可能な社会」を構築するための「生活環境」とは、一体どのように捉えたらよいのかを考える必要があると思われる。北欧の新消費者教育アクションプラン¹⁶⁾では、エコロジカル、経済的、社会的、文化的の4つの側面すべてを通して捉える必要性を強調している。これに対してユネスコは、文化を社会に含めた3つの側面として捉えている¹⁷⁾。いずれも「生活環境」を各側面が調和的に発達した環境としてホリスティック(全体論的)に捉えていることがわかる。翻って、わが国では、内閣府が示した「消費者教育の体系シート」を見ると、「消費生活が環境に及ぼす影響を理解し、…」(中高生期の環境②の目標)と記されていて、この場合の「環境」は自然環境を指しているといえる。また、「体系シート」では経済的環境については、情報③で経営者側の視点といえる「知的財産権」について触れているのみである。

これからのわが国における消費者教育を考えた時、生活環境適応能力の育成にシフトした言わばノウハウを教える教育から脱却し、前述のC社教科書が示唆するように、消費と社会・環境を繋げて捉え、その影響を考えて選択することのできる能力、つまり、なぜ、どのような目的でそれを選ぶのかといった、価値観や倫理観の開発を含めたアプローチが環境醸成能力の育成に向けて求められていると考える。

しかし、研究Ⅱの調査結果からは「私は、大学で『消費生活・環境』領域について十分に学んだ」と回答した教員は僅か2.3%にすぎず、家庭科に「消費生活・環境」領域は必要だ、今後この領域はさらに重要になる、という教員の認識との間には大きな乖離があると言わざるを得ない。したがって、教員養成において消費者教育に対する十分な教育を行うとともに、現職教員に対しては消費者教育についての研修の機会を拡充することが必要であると思われる。

謝辞

調査にご協力いただきました小学校教員および中学校教員の方々に、深く感謝いたします。

引用文献

- 1) 文部科学省. 小学校学習指導要領. 2008.
- 2) 文部科学省. 中学校学習指導要領. 2008.
- 3) 内閣府国民生活局. 消費者教育の総合的推進に関する調査研究報告書. 2007.
- 4) 岡野雅子. 子どもの金銭感覚の発達 (第1報) —消費者教育のための基礎的研究—. 日本家政学会誌, 43(8), 745-758. 1992.
- 5) 岡野雅子. 子どもの金銭感覚の発達 (第2報) —家庭教育との関連—. 日本家政学会誌, 43(11), 1087-1097. 1992.
- 6) 経済企画庁国民生活課消費者行政第一課編. 新しい消費者教育の推進を目指して—消費者教育の概念と指導方法への一考察—. 大蔵省印刷局, 2. 1988.
- 7) 鶴田敦子・福留美奈子. 消費者教育の理念と家庭科教育 (第4報) —消費者教育の学習内容とその指導過程—. 日本家庭科教育学会誌, 34(3), 21-27. 1991.
- 8) 岡野雅子. 意思決定能力の発達について—消費者教育と子どものレディネス—. 日本家庭科教育学会誌, 37(3), 31-38. 1994.
- 9) 岡野雅子. プレゼントに対する幼児の認識と態度—子どもが育つ環境としての現代の消費社会—. 信州大学教育学部紀要, 104, 153-163. 2001.
- 10) 大原明美. 「北欧型」消費者教育の意義・役割に関する考察—「学校における消費者教育の体系化」への示唆を得る視点から—. 日本消費者教育学会誌「消費者教育」, 26, 11-22. 2006.
- 11) 文部科学省. 小学校学習指導要領解説 家庭編, 4. 2008.
- 12) 文部科学省. 小学校学習指導要領解説 家庭編, 3. 2008.
- 13) 鎌田浩子. 家庭科教育における消費者教育の今後の方向性—学習指導要領改訂を背景に—. 日本消費者教育学会誌「消費者教育」, 30, 117-126. 2010.
- 14) 大原明美. 「ヨーロッパにおけるコンシューマ・シティズンシップ教育」に関する考察—高等教育向けのガイドラインの分析からの示唆—. 日本消費者教育学会誌「消費者教育」, 30, 1-12. 2010.
- 15) 文部科学省. 中学校学習指導要領解説 技術・家庭編, 69. 2008.
- 16) Nordic-Estonian Consumer Education Groups. *Teaching Consumer Competences — A Strategy for Consumer Education*, 21-31. 2009.
- 17) 「持続可能な開発のための教育の10年」関係省庁連絡会議 (編). 我が国における「国連 持続可能な開発のための教育の10年」実施計画, 2011改訂版, 3-4. 2011.

付記: 本研究は, 科学研究費 (基盤研究(C) 課題番号 23601005) の助成を受けて実施した研究の一部である。

(2011年10月11日 受付)

(2012年1月20日 受理)