

消費者教育は生活の礎を

消費者教育推進法が施行されて10年。その歩みは学校現場でどのように展開しているのか。そしてどのような課題があるのか。長年にわたり消費者教育に携わってこられた大阪教育大学教授の鈴木真由子さんに聞いた。

形づくる

大阪教育大学 教授

鈴木 真由子（すずき・まゆこ）さん

—— 消費者教育を始められたきっかけからお聞かせください。

大学で家政教育を専攻していました。生活経済が専門分野で家計調査の分析や生活設計などをテーマにしていました。その後、私立の短大に就職します。そこである学生から生活相談を持ち掛けられました。消費者トラブルについてある程度知識はありましたが、学生に納得のいく回答をしてあげられなかったのです。それがきっかけとなり消費生活アドバイザーの資格をとったり、消費者教育学会に入会したりしました。自分が想定していたものより消費者教育は守備範囲が広く、「生き方」そのものだと感じました。今から30年近く前の話になります。同じころ、学校でも消費者教育が明確に位置づけられつつある時期でした。私自身、社会とのつながりを感じながら、学生たちに自信をもって消費者教育を教えていきたいと、そのとき決心しました。

消費者教育の現状と課題

—— 来年4月から成年年齢が18歳に引き下げられますね。

中学校では平成29年、高校では平成30年の学習指導要領の改訂で、その点を大きく取り上げています。背景には消費者トラブルに巻き込まれる子どもの低年齢化と、デジタル化やキャッシュレス化の影響があります。文部科学省は、もっと早い時期

から消費者教育に取り組んでいかなければならぬといっています。これまでの学習指導要領の改訂で、今回が一番消費者教育に重点的に力を入れるよう明文化され、教科書も多くのページを割いています。ですから、学校の先生方の気持ちも少し変容があればいいと期待しています。

中学校、高校では主に家庭科と社会科で消費者教育が行われてきました。中学校では社会科の公民として、そして高校では来年4月から新設される公共という科目になります。現在、学校現場において消費者教育がうまくかみ合っているかといえば、まだ十分ではないと私は思っています。でも、18歳成年問題など、法律改正やそれに伴う社会情勢が教育の必要性につながり、それを学ぶことによって学習効果が確認できるような、そういう意味での好循環が生まれてくれば、消費者教育はもっと定着してくると思っています。

—— **消費者教育の必要性が高まる一方、家庭科は副教科という見方があります。**

20年ほど前に新潟大学から大阪に移ってきました。そのとき、すごく驚いたことは副教科という言葉が学校の先生や管理職が使っていることでした。もうがく然としました。受験科目の5教科以外が副教科と呼ばれていたのは、ずっと過去の話だからです。しかも、暗黙のうちに先生のランク付けを生徒たちがしている。受験教科の先生はランクが上で、副教科の先生はランクが下……そういう感覚が残念ながら根強くありました。

しかし、生徒たちの中には家庭科での学びは、生きていくうえで価値があり、自分自身が生きていくのに必要な知識・スキルだということをすごく実感している、という調査があります。たとえば、口座の作り方やお金の貯め方、実際に自分が暮らしていくなかで家計管理などをすると、なにをどうすればうまくいくのかわからない、家庭科をもっと

しっかりやっておけばよかった、という声があるのも事実なのです。

大切なのは自分事 そして一緒に学ぶこと

—— **学校の先生になにかアドバイスいただけますか？**

消費者教育には、消費者トラブルの未然防止などの学習がある一方、家計管理や生活経済という学習があります。まさに生活の礎を形成していく教育です。お金だけではなく、時間や情報をどう使っていくのか。それは生きていくために必要な生活資源をマネジメントすることです。そこが消費者教育における重要な点だと思います。そのために、まず先生方に関心をお持ちいただきたいのが消費生活の実態です。児童や生徒らが、休みにどこで買い物をしているのか、高額だと思っている金額はいくらなのか、金銭感覚はどのくらいコントロールできているのかなど。そういう情報を得ることが授業で生かされてきます。

消費者問題でも、生活経済でも、生徒たちがそれを「自分事」として捉えることができれば、授業は退屈なものになるでしょう。たとえば、平均値は統計学的に重要な数値に違いありませんが、それ自体はなにも語りません。なぜかという、平均値は生徒たちにとって他人事だからです。あなたの暮らし、あなたの生活、あなたが持っている貴重な生活資源をどう使うのか、それをあなたはどう管理していくのか、というところが肝要なのです。そこに近づけてあげないと、特に家庭科の中で消費者教育を学んでいく意味が薄れてしまう気がします。生徒にとって身近な情報をいかに授業に取り入れられるか、そこがポイントだと思います。

—— **家庭での消費者教育について、どのようにお考えでしょうか。**

デジタル化やキャッシュレス化になり、情報や金銭管理など、いろんなものが見えにくくなっています。たとえば、スマホの扱いなどは親よりも子どもの方が長けていたりするケースがありますよね。ですから、親子が一緒に学ぶという発想がいんじゃないですか。以前、ゲーム課金を保護者参観で取り上げたとき、そこにいるみんなが問題点を考えました。約款はどうなっているのか、なにが子どもたちの射幸心を煽るのか、どうすれば課金を減らせるのか——「中学生に多額のお金を使わせる仕組みを大人が考えていることについてどう思う？」って聞いたんです。そうすると生徒からも保護者からも、「消費者に不利な約款はおかしい。こんなの許しておいていいんですか？」というような反応がありました。そして、トラブルの背景にはルールを知らない、親がクレジットカードを使える状態にしていたり、何よりもゲームを使うルールが親子のなかでちゃんと決まっていなかったのはよくない、という指摘が生徒自身から出てきました。

大人や親や先生が、何も知らない子どもたちに知識を教える、諭していくというのは昭和の教育です。今はそういう発想では通用しません。それぞれが対等な立場で意見を言い、選択肢の中でどれが一番合理的なのか、考え方や価値観に合っているのか、一緒に考えることが大切です。つまり、どう解決するか大人と一緒に考える。そうやって最終的には自分でコントロールできるようにしていく必要があります。親から叱られると思うからこそ、黙っておこうとなるわけです。親は敵ではないことを子どもが理解すれば、きっと相談してくれそうです。そういう考え方が生まれてくると子どもたちも、よりチャレンジしてみようと思うし、何かあったら安心して助けてもらえるかなと思えるでしょう。これは教育全般にいえることです。

(聞き手・井出奈緒／写真・原田修身)