

1 研究主題

「消費者市民社会の形成に主体的に参画する消費者を育成するために」
(第1学年 ビジネス基礎 3単位)

2 主題設定の理由

近年、社会情勢の変化により消費者トラブルはデジタルコンテンツを中心に低年齢化している。そのため、商業の科目「ビジネス基礎」において、希少性と価格の関係性に着目させるとともに、生徒の消費に対する倫理観や金銭感覚の実態を調査することとした。

2012年には「消費者教育の推進に関する法律」が施行され、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の重要性が求められており、学習指導要領でも持続可能な社会を実現するための教育が明確に位置付けられている。そこで、本研究において、生徒の消費生活に関する行動を見直しさせるとともに消費者トラブルに関する知識や対応策を習得させ、さらには一消費者として消費者市民社会の構築に向けてより良い社会の発展のために積極的に関与する姿勢を育むことが必要であると考え、本テーマを設定した。対象となる生徒は1年生の男子11名、女子26名の計37名である。

3 研究仮説

より良い社会の発展のために積極的に関与することができる生徒を育成するためには、生徒の消費者としての自覚を高めさせ、消費行動がもつ影響力を理解させるとともに、社会に参加することの意義を理解させることが必要である。そこで、次のような仮説を設定した。

始めに、身近な若者に多い消費者トラブルに関心を持たせる。次に、外部講師による講座を受けることにより消費生活に関する知識を習得させ、地域のため社会のために何ができるのかを考えさせる。その後、ワークショップを導入し、グループ毎で話し合いまとめたものを発表させ、実行につなげることでより良い社会の発展のために積極的に関与することができる消費者を育成することができるであろう。

4 研究計画・研究方法

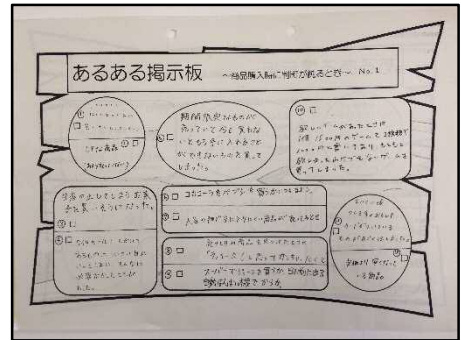
(1) 導入の工夫

「商品購入時に判断が鈍るとき」という日常の金銭の使い方を問うテーマで意見を記述させることで、生徒の消費者としての自覚を高めさせた（写真1）。その生徒各々の意見が掲載された資料（自作プリント：あるある掲示板）を用いて学習に入ることで、生徒が実際の消費場面を想定しやすく疑問や関心を持ちながら学習できるようにした。消費者の生活に希少性が関わっていることを理解させてから、消費者トラブルの事例や対処法を学ぶことで生徒が社会的背景を理解し、実感を持った学習ができると考えたからである。

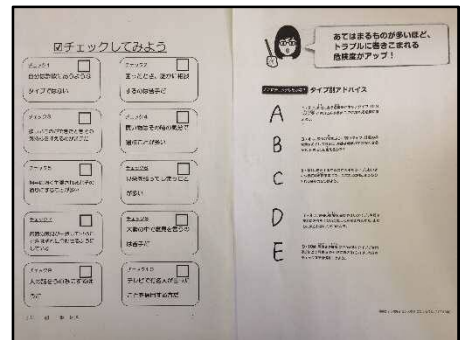
また、トラブル心理チェックを行いだまされやすさを診断した（写真2）。消費者トラブルが年齢に関係なく誰にでも起こりうる可能性があることを意識させることで、生徒の興味関心がより高まるのではないかと考えたからである。診断の結果、タイプBの好意的な言葉や脅しの言葉に冷静な判断ができなくなる「感情の揺さぶりに弱いタイプ」が半数を占めることがわかった。

(2) 「消費生活講座」の活用

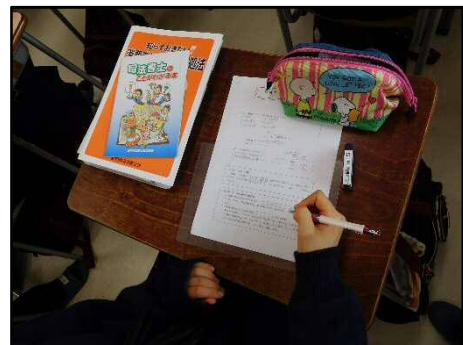
若者に多い消費者トラブルに関する事例や対処法を学ばせるため、愛知県県民生活課に「あいち消費者市民講座」の講師派遣を依頼した。そこで、愛知県司法書士会所属の花井茂樹先生と杉浦洋史先生をご紹介いただき、「若者に多い消費者トラブル事例」というテーマで講座を行っていただいた（写真3・4）。内容は、希少性を語る手口を中心としたトラブル事例や対処法の外、法律が万能ではないということをわかりやすくお話しいただいた。また、社会に対して声を挙げることで、社会に参加することの意義を生徒にわかりやすく説明していただいた。生徒のアンケートからも、「法律が作られるものであるということがわかった。」「最後の、皆さんにもきっとできることがある！という言葉を聞いて、自分が行動を起こすことで社会を変えられるかもしれないと思った。」「みんなが安心して暮らせる社会をつくりたい。」等の意見があり、社会の改善や発展に積極的・主体的に参加する態度を身につけさせることができ、次のワークショップへのつながりがスムーズに行えた。



(写真1：あるある掲示板)



(写真2：トラブル心理チェック)



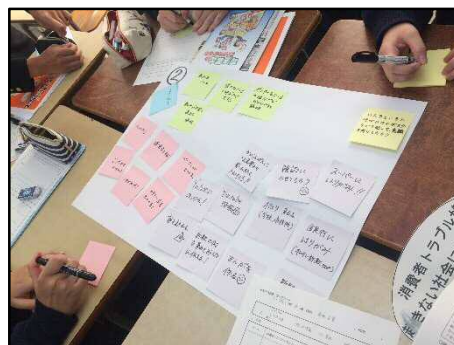
(写真3：講座資料)



(写真4：講座の様子)

(3) ワークショップの効果

「消費者トラブルが起きない社会にするために自分たちができることはないだろうか」というテーマについて、4または5人の少人数のグループで付箋を用いて話し合い活動を行った（ブレインストーミング）。グループ全員の意見を披露し合い、KJ法により、類似する意見をカテゴリー化し、グループとしての意見をまとめさせることで、生徒が物事を多面的に捉え、思考を深めることができるようにした（写真5）。



(写真5：ワークショップの様子)

(4) 生徒の感想（ワークショップについて）

- ・「質より量」を意識することでいつもよりもたくさんの意見が出せた。この時点で消費者トラブルに対する思いが出てきた。
- ・話すのは上手くできなくても、付箋なら少し書いてぽんと貼るだけだから意見を出しやすく授業がとても楽しかった。
- ・付箋は動かせたりグループ分けしやすかったから、まとめやすくレイアウトの工夫ができた。
- ・反対意見を出されないから自分もたくさんの意見が出せたし、他の子の意見もたくさん聞くことができた。まとめるとき紙が大きくて見やすかった。
- ・人の意見に反論しないし、自由に出せるので楽しかった。でもその分意見を絞るのが大変だった。
- ・出た意見からさらにたくさん意見が出たから全体的に色々な意見が出て良かった。
- ・自分の思いつかないような意見が聞けておもしろかった。少なめの人数だから自分の意見が伝えやすかった。
- ・深く考えずに不可能なことでもたくさん意見を出し合っている色々な視点から見れてとても面白かった。
- ・普通に話し合うより、とりあえず思ったことを紙に書いたので、いつもよりも頭の中にアイデアがたくさん浮かんでとてもいいなと思った。
- ・自分が思っているトラブルとみんなが思っているトラブルがたくさん重なっていたので、みんな抱えているトラブルは一緒なんだなと思った。
- ・1番多く意見が出た人と1番多く意見が出た班にスタンプがもらえるとすることで意見が多く集まった。人ごとに付箋の色が違ったから、数のカウントがしやすかった。
- ・班の人たちと意見を出すのを競ったので、えっ!?!と思うような意見や、おお〜!と思う意見があったりしておもしろかった。
- ・自分では見つけられなかった意見がたくさんだったので、改めて自分はみんなと考えが違うと実感した。
- ・思わず反論してしまいそうになり、全てを肯定するというものは中々難しいなと思った。

(5) 発表・評価の工夫

1 グループの人数は4または5人の全8グループとし、各グループ2分間の発表時間とした(写真6・7・8)。発表後、4つの評価項目(内容・話し方・姿勢・表現)により4段階評価をさせた。また、自分たちの発表について良かった点や反省点を各自記入させ、その後グループで意見交換をさせることにより、グループ内の話し合いをより活性化させた。

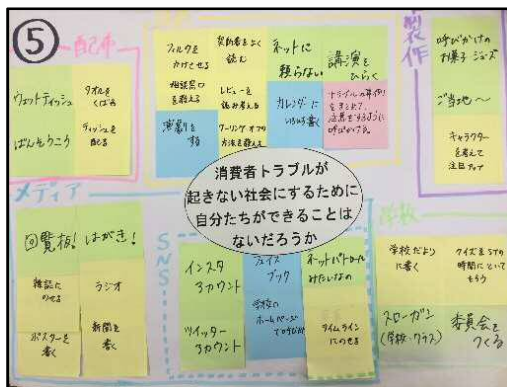
発表時には、教師側からの支援として良かった点について一言ずつ褒めることにより生徒の意欲向上や能力伸長につながるよう心掛けた。また、ワークシートから生徒の思考の道筋を読み取り、今後の動きでさらに思考が深まるようワークシートにアドバイスや称賛をし生徒にフィードバックした。



(写真6：発表の様子1)



(写真7：発表の様子2)



(写真8：発表用紙一例)

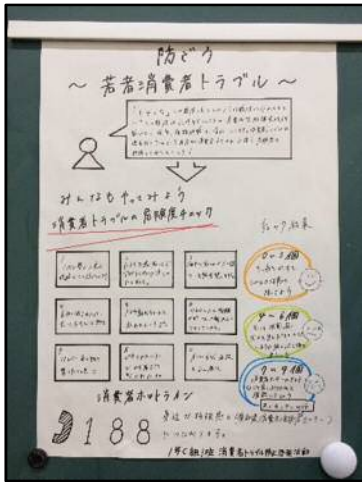
(6) 生徒の感想（発表について）

- ・電話番号は覚えにくいから替え歌にして発表していた班は、わかりやすく記憶に残るという点で良いと思った。
- ・消費者トラブルが増加している現状をグラフで示している班がわかりやすかった。
- ・同じ“ポスターを描く”という活動でも全く違う内容でどの班も想像以上の工夫があって良かった。
- ・話の内容だけでなく話し方や資料の出し方など、工夫して発表することで相手に伝わりやすくなるということを実感した。
- ・マスコットキャラクターを作成した班は、周囲に呼びかけるときに覚えやすく効果的で良いと思った。
- ・歌や劇など様々な手法があっっておもしろかった。
- ・なぜ取り組みたいのかの理由をしっかりと伝えていた班がわかりやすかった。
- ・聞いている人を巻き込む参加型の発表をしている班が多くてすごいと思った。

5 研究の実際

(1) 各グループの取組内容

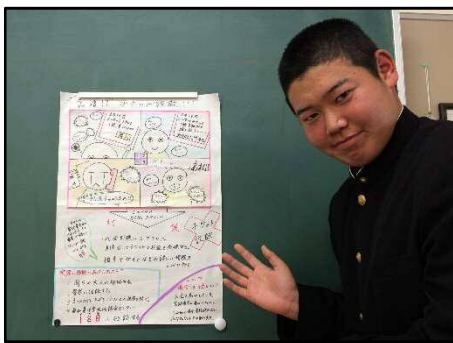
グループ	取 組 内 容
1	消費者トラブルの危険度チェック項目及び結果を作成し、校内廊下にポスターを1枚掲示した。
2	高齢者向けに詐欺の注意を呼びかけるポスターを作成し、市役所、名鉄東岡崎駅、ピアゴに掲示を依頼し、掲示してもらった。
3	若者向けと高齢者向けの消費者トラブル4コマ漫画を作成し、対処法も合わせて掲示した。（若者向けは校内廊下、高齢者向けは市民病院）
4	消費者トラブル防止を呼びかけるカードを作成し、外部の方とも関わりのあるOKASHOP部に配布の協力が呼びかけた。
5	消費者トラブルについてより注目が集まるようネットトラブルを防ぐマスコットキャラクターを作成し、ポスターを校内昇降口に掲示した。
6	中日新聞の発言ヤングというコーナーに消費者トラブルについての作文を投稿した。 消費者トラブルに関する新聞記事をポスターに掲載するとともに記事に関するクイズも合わせて掲載し、1年生全教室に掲示した。
7	小さな子どもや親に向けた紙芝居を作成し、教室で披露した。
8	岡崎市政だよりに若者のスマホに関するトラブルについての記事を掲載してもらえるか岡崎市役所広報課に依頼した。



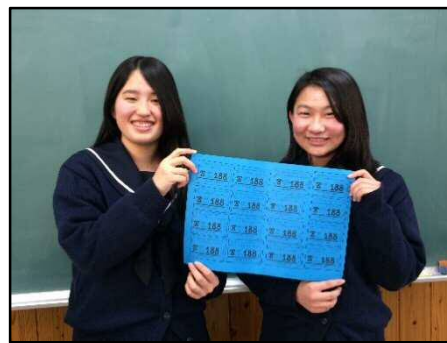
(グループ1：掲示物)



(グループ2：掲示物)



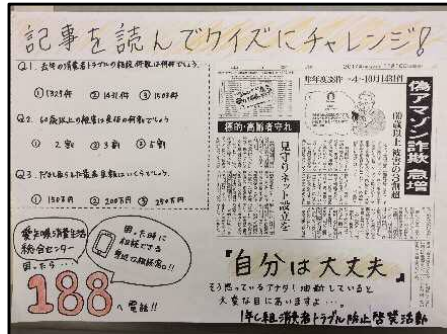
(グループ3：掲示物)



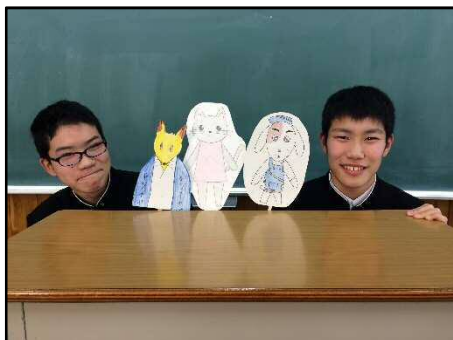
(グループ4：作成カード)



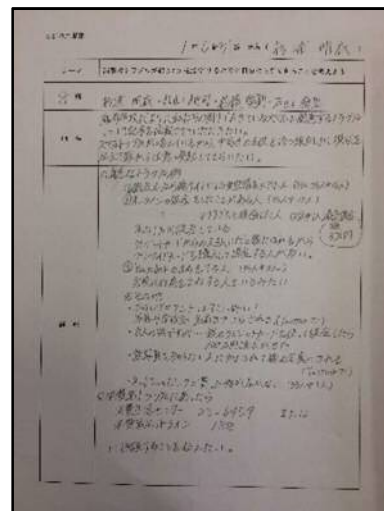
(グループ5：掲示物)



(グループ6：掲示物)



(グループ7：作成物)



(グループ8：依頼案)

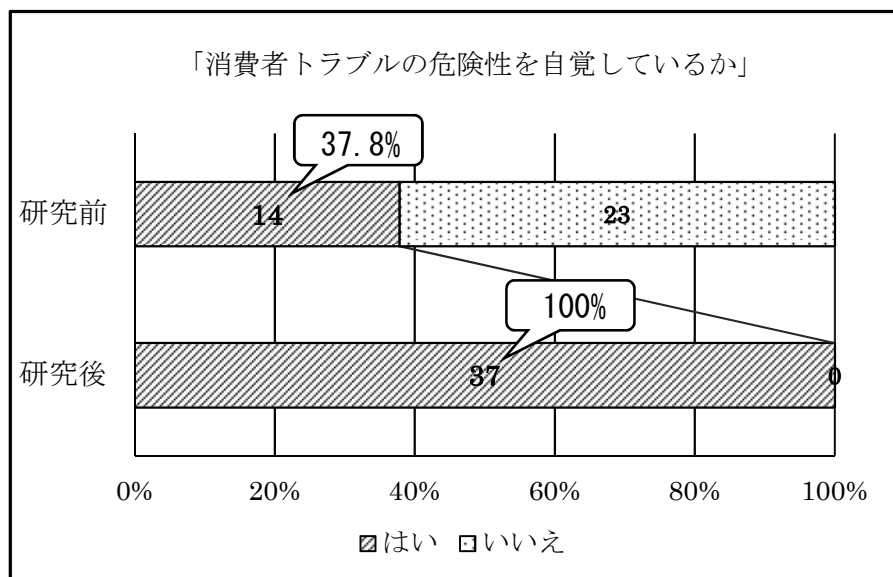
(2) 生徒の感想（取組について）

- ・詐欺防止のポスターを様々なところに貼って少しでも詐欺を防止できるように頑張れて良かった。小さなことだけど、より良い社会の発展に協力できたので良かった。
- ・最初思っていたよりも大きな活動ができた。自分たちで考え、社会に呼びかけられることの達成感を感じた。
- ・アイデアを出すまでは良かったけど、そこからが大変だった。社会に呼びかけるということなので情報が間違っているのはだめだから難しかった。
- ・4コマ漫画は4つの場面でポイントを押さえるのが難しかったけど、作ることで自分たちもトラブルについて深く知ることができてよかった。
- ・マスコットキャラクターの名前を考えるのに一番苦戦した。でも、たくさんの人が見られていると思うと頑張ってたよかったと思う。
- ・消費者トラブルだけではなく社会に対して何ができるのか考えるのが大事だとわかった。
- ・教室掲示は読んでもらえるか不安だったけど、読んでもらってるようなのでよかった。
- ・来年度の市政だよりに掲載させてもらって私たちの親世代に読んでもらって高校生が巻き込まれやすいトラブルについて知ってもらいたい。そして、スマホ利用には危険が潜んでいることを子どもに伝えてもらって被害が少しでも減ってほしいと思う。
- ・ピアゴと市役所と東岡崎駅にポスターを貼ってもらえたので、この活動によってお年寄りの方々の詐欺被害がなくなるとうれしいです。
- ・誰もが見てしまうようなポスターを作りたいが難しかった。もっと工夫したかった。
- ・良い社会にするのは、今回みたいにまず自分から動いていかなければいけないと思うから頑張っていきたいと思う。
- ・消費者トラブルのことを学んでみてテレビやニュースで以前より気にするようになった。これからも家族や知り合いに危険性を伝えていきたい。
- ・「188」をもっと広めていきたいし、もっと家族とコミュニケーションをとってほしいなと思う。
- ・トラブルの被害を防止するよりトラブルのきっかけをつくる悪い人達を退治したい。

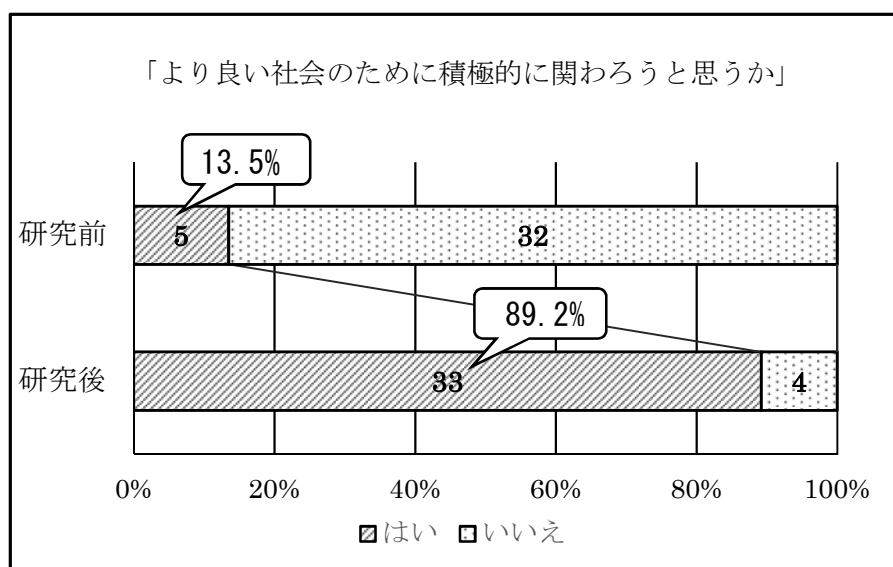
6 研究の成果

当初の計画通り実施することができた。「消費者トラブルの危険性を自覚しているか」という調査を研究前に実施したところ37.8%であったのが、本研究実施後の調査では100%となった（**グラフ1**）。生徒のアンケートでは、自分は詐欺には絶対に遭わないと思っていたけど、どこにでも危険は潜んでいるということや、年齢に関係なく詐欺に対してもっと危機感を持たなければならないということに気付けたという内容の意見が多くあった。このことから、消費者トラブルの知識や対処法を身に付けさせるだけでなく、消費者トラブルが他人事ではなく自分の身にも起こりうるかもしれないという意識の変化が全生徒に見られたことがわかる。

また、「より良い社会のために積極的に関わろうと思うか」という内容の調査では、研究前は13.5%であったのに対し、本研究実施後の調査では89.2%と大幅に増加したことから、多くの生徒が一消費者として消費者市民社会の構築に向けて、より良い社会の発展のために積極的に関与する姿勢を育むことができたと思う。（**グラフ2**）



(グラフ1)



(グラフ2)

7 今後の課題

今回は1年生の1クラスの実施であったが、来年度は4つの学科に分かれてしまうため継続しての研究が難しい。特に、グループ8が取り組みたいと考えた岡崎市政だより掲載については、平成30年度の掲載記事として依頼してあるため、引き続き対象生徒と行政と連絡を密に取り、より良い岡崎市の発展に向けた地域連携となるよう進めていきたい。また、ポスターを校内に掲示したグループが多くあったが、どの程度消費者トラブルについて本校生徒に知らせることができたのか把握できなかったのが反省である。この1年だけの研究で終わらせることなく、消費者教育を今後も継続し、より良い消費者市民の育成をしていきたい。

8 参考文献等

- ・消費生活情報あいち暮らしWEB 〈<http://www.pref.aichi.jp/kenmin/shohiseikatsu>〉
- ・『消費者センスを身につけよう』消費者庁(2010年)
- ・『気をつけよう！消費者トラブル』汐文社(2012年)
- ・中日新聞2017年11月10日付朝刊