

消費者研究校報告書

自分で考え、行動できる消費者を育成するために

～家庭科、社会科、若年消費者教育推進支援事業との連携による実践～

愛知県立豊田高等特別支援学校 松島 万里子

1 はじめに

本校は、知的障害の程度が比較的軽い生徒が通う高等部のみの特別支援学校である。一学年 54 名の生徒が在籍しており、卒業後はほとんどの生徒が一般企業に就職し、一般社会人としての生活を送る。

2022 年 4 月から成年年齢が 18 歳に引き下げられることになり、18 歳から保護者の同意なしに一人で高額な契約を結ぶことができるようになる。成年になった直後は特に消費者被害に遭いやすく、その被害金額も未成年時に比べて高額になる。給料を得るようになった卒業生が消費者トラブルに巻き込まれたという話も聞く。今後、ますます若年者の消費者被害が拡大することが懸念され、学校での消費者教育を充実させていくことは大きな課題である。

本校では、以前から 3 年生の家庭科において消費生活について学習し、様々な販売形態や消費者トラブル等について学んでいる。本実践では、更に消費者教育の充実を図り、自ら適切な行動ができる知識や実践的な能力を身に付けることを目指し、家庭科と社会科、若年消費者教育推進支援事業との連携を図った取組を行った。

2 ねらい

本校におけるねらいを以下のように設定した。

- ・身近な消費者トラブルについて知り、正しい知識や対処方法を理解する。
- ・自分で考え、行動できる実践的な能力を育成する。

3 実践

本実践は、家庭科に加えて社会科、若年消費者教育推進支援事業の外部講師による授業の三つを連携させて取り組んだものである。学習内容は、重複する部分もあるが、それぞれの教科の視点から消費者教育に取り組んだ。

(1) 家庭科の授業

ア 実態把握

6 月の授業開始前のアンケートでは、「契約をしたことがあるか」の質問には、65%が「ない」と答えた。「ある」と答えた生徒は 35%で、全てスマートフォンの契約の経験であった。また、「消費生活について困ったり、悩んだりしたときに誰かに相談しようと思うか」の質問には、52%が「思う」と答えたが、その対象を問うと、親や友人であり、それ以外の専門機関の相談手段を認識している生徒はいなかった。48%は対処法が分からなかったり、自分で対処しようと考えたりする傾向が見られた。「相談できる場所を知っているか」の質問に「知っている」と答えた生徒は 1 名のみで、「消費者ホットラインを知っているか」の質問では、知っている生徒はいなかった。日常生活の中で様々な契約をしているという意識はなく、契約についての基礎的な知識をもつ生徒はほとんどいないことが分かった。

イ 授業実践

表 1 のように 6 月後半から 7 月にかけて 4 時間「消費生活」という単元で行った。契約について知ることをねらいとし、消費者教育教材「社会への扉」を使用したり、品物のやり取りを再現したりして契約の学習を行った。また、「あいち暮らしっく」を使用して、消費者トラブルの事例や対処法を学んだ。

【表 1】家庭科の授業計画

時数	学習内容
1 時間目	消費とは
2 時間目	契約とは
3 時間目	様々な販売方法について
4 時間目	消費者トラブルの事例



【図 1】授業の様子

ウ 授業の成果

生徒たちはコンビニで買物をすることや電車に乗ることなど日常生活の様々な場面で契約をしていることに気づき、驚いていた。品物のやり取りを再現したり、契約についてのクイズに答えたりする学習を通して、おおまかにではあるが、契約についての基本的な知識を身に付けることができた。買物をするときにはよく考えて買わなければいけないという意識を高めることにもつながった。

(2) 社会科の授業

ア 実態把握

家庭科の授業後から6か月後の12月の授業開始前のアンケートでは、「契約をしたことがあるか」の質問に、「ない」と答えた生徒は、65%から41%へと減少した。「相談できる場所を知っているか」の質問では、「知っている」と答えた生徒の割合が2%から26%に増加し、「消費者ホットラインを知っているか」の質問では、「知っている」と答えた生徒の割合が0%から20%へと増加した。

家庭科の授業を通して、契約については6割の生徒が理解できたが、相談場所や消費者ホットラインの認知については、2割程度の生徒にしか定着していなかった。

イ 授業実践

表2のように12月から「消費生活」という単元で9時間行った。消費や契約の意味、様々な支払方法の利便性や危険性を知ることなどをねらいとして学習を行った。外部講師による授業を見据えて、クレジットカードの仕組みや後払いのクレジットカード以外にも様々な支払方法があることなど、外部講師による授業で初めて聞いて理解することが難しいと思われる事柄については、事前に授業の中で知識として習得できるようにした。生徒がイメージしやすく、分かりやすいように、視聴覚教材を使用して学習を行った。

【表 2】社会科の授業計画

時数	学習内容
1・2 時間目	消費と契約について
3・4 時間目	お金とものの流れ
5・6 時間目	クレジットカードと様々な支払方法
7・8 時間目	消費者トラブルについて (外部講師による授業)
9 時間目	消費者トラブルへの対処法 (まとめ)



【図 2】授業の様子

ウ 授業の成果

難しい用語や語句が多くあったが、板書やプリントへの記入を重要なポイントだけに絞ったり、分かりやすく簡潔に生徒に伝えたり工夫することで、契約の意味や契約が成立するタイミングをほとんどの生徒が理解することができた。また、トラブルに巻き込まれたときには、消費者ホットライン「188番」に相談すればよいことも理解できた。

(3) 若年消費者教育推進支援事業の外部講師による授業

ア 実践

事前の打合せにより、生徒が社会人になって巻き込まれる可能性が考えられる「ワンクリック請求」と「デート商法」の二つの事例を取り上げることにした。また、キャッシュレス決済が進む社会状況を考え、キャッシュレス決済の概要とその中でクレジットカードについても取り上げることにした（表3参照）。

授業の形式は、講義を聞くだけではなく、具体的な事例はロールプレイングで分かりやすく示し、グループワークを通してどうしたらよかったのか、自分だったらどうするかについて意見交換をした。全員の前で発表後、講師が解説し、専門的なアドバイスを行った。

【表3】外部講師による授業内容

講師：	愛知県消費生活総合センター消費生活相談員 宮島真弓氏
内容：	1 若者の契約トラブル
	2 キャッシュレス決済とクレジットカード
	3 契約トラブルあれこれ ワンクリック請求、デート商法についてロールプレイングで考える
	4 消費者トラブルに遭わないために

イ 授業の成果

生徒たちは家庭科と社会科で学習した知識を踏まえて、学習内容に関心をもって意欲的に取り組むことができた。具体的な事例をロールプレイングで見ること、トラブルに巻き込まれていく流れがイメージしやすいようであった。グループワークでは、個人の考えを積極的に伝え合う姿がどのグループでも見られ、全体の発表の場でも積極的に自分の考えを発表することができた。講師からのアドバイスを基に、適切な対処方法を学ぶとともに、相談窓口である消費生活センターが生徒たちにとって身近な存在になったり、消費者ホットラインについての理解を深めたりすることができた。



【図3】講座の様子

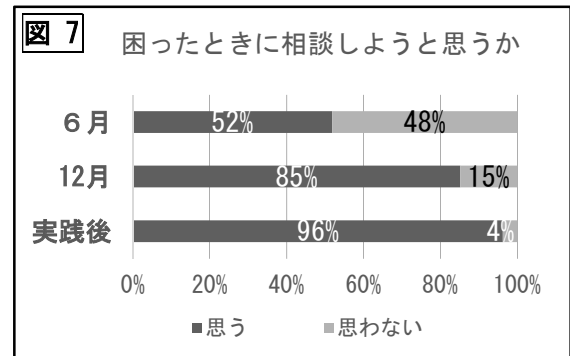
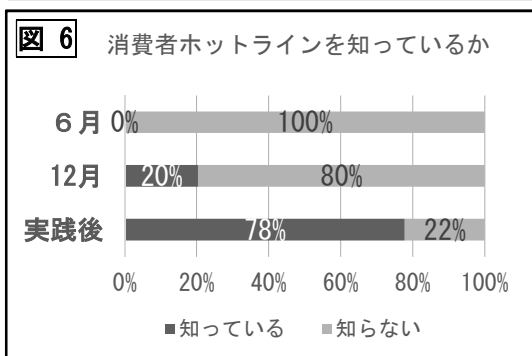
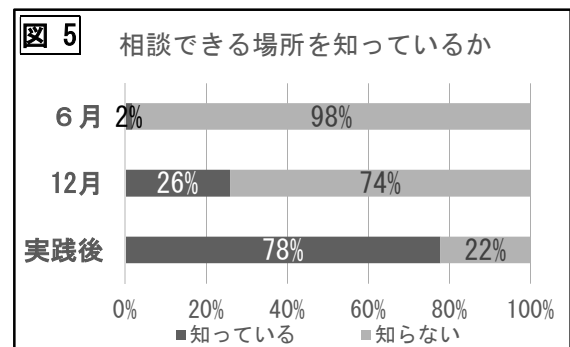
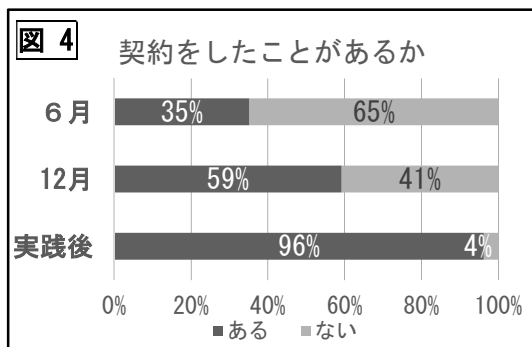
【表 4】生徒の振り返り

- ・成人したら詐欺やトラブルに遭いやすくなるのが分かりました。自分で抱え込まずに 188 の消費者ホットラインに電話をして解決できるようにしていきたいです。
- ・クレジットカードのメリットとデメリットが詳しく分かりました。トラブルに遭ったときに誰に相談すればよいか、どうしたら防ぐことができるのかがよく分かりました。
- ・ロールプレイングで分かりやすく演技をしてもらったことで危ないことがあることが分かりました。ワンクリック請求が来てしまったら落ち着いて対処したいと思いました。また、困ったときには消費生活センターに相談しようと思いました。
- ・弱みや経験が少ないところにつけ込んでいく手口を授業で学んでいなかったら正しい判断がすぐにできないかもしれないので、このような勉強は必要だと思いました。

4 学習の効果

事後のアンケートの結果は以下のとおりであった。

- ・96%の生徒が「契約をしたことがある」と答え、日常生活の中で様々な契約をしているという意識をもつことができ、契約についての基礎的な知識を理解することができた（図 4 参照）。
- ・消費生活センターや消費者ホットラインという相談窓口があることを知ることができた（図 5 参照）。
- ・相談窓口の存在の認知だけでなく、消費者ホットラインが 188 番であることも認知することができた（図 6 参照）。
- ・学習前は、相談しようという意識はあるが、その対象が親や友人に限られていたり、対処法が分からなかったり、自分で対処しようと考えたりする傾向が見られていた。しかし、消費生活センターや消費者ホットラインの存在を知り、困ったときやトラブルに巻き込まれたと思ったときには、周りの人や消費生活センターなど適切な相談できる場所に相談しようと思う生徒の割合が 52%から 96%に増加した（図 7 参照）。



5 成果と課題

事後アンケートの結果から、契約や消費者トラブルの事例や対処方法についての基礎的な正しい知識を理解することができた。また、困ったときには相談する方法を身に付けることができた。

消費者教育に関する内容は、生徒たちにとっては実体験を伴わないものも多く、イメージをもちにくいものである。学習内容も幅広く、一度で理解することが難しい内容も多い。従って、一度話を聞いただけで概要や仕組みなどを十分に理解することは難しい。また、一度聞いてその時点では分かったつもりでも、時間の経過とともに忘れてしまったり、深い理解ができていなかったりすることも考えられる。今回の実践では、家庭科の授業に加えて社会科の授業、外部講師による授業を通して繰り返し学習することで、正しい知識の習得や定着を図ることができた。また、適切な対処方法を自分で考え、自分から行動しようという意識をもつことができ、大きな変容が見られた。特別な支援が必要な生徒たちにとって、正しい知識を定着させるために多様な方法で繰り返し学習に取り組むことは有効な手段であった。

一方で、繰り返し学習に取り組んだが、事後のアンケートで22%の生徒が相談できる場所や消費者ホットラインを「知らない」と答えた結果（図5、図6）から、特別な支援が必要な生徒たちの実態に合わせて身に付けさせたい力を絞り、その中で正しい知識や実践的な能力を育成する学習内容や指導方法を工夫する。こうした研究が今後も必要である。

今年度より新たに社会科でも消費者教育に取り組んだが、消費者教育の充実のためには今後も継続して家庭科と社会科が連携をして指導を行っていく必要がある。また、家庭科における消費者教育は現在3年次のみで行っているが、成年年齢が引き下がり、正しい知識や適切な対処方法を定着させるためには1年次、2年次と継続的に消費者教育に取り組んでいく必要がある。適切な指導計画や内容を今後も研究していきたい。