

消費者市民社会の形成に向けて

弁護士 野々山 宏

1 消費者教育推進法と消費者市民社会

(1) 自覚的消費者ノススメ

平成24年8月に制定された「消費者教育の推進に関する法律」では、消費者教育を

- ① 消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育
- ② 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について理解及び関心を深めるための教育を含む

として、消費者市民社会の形成を目指す自覚的消費者の育成を目指している。

(2) 今なぜ自覚的消費者が求められるのか

① 高止まりしている消費者トラブル件数

消費者庁の創設、地方消費者行政の強化、消費者契約法制定、特商法・割販法改正など新たな立法などの影響で、2004年以降全国の消費者トラブルは徐々に減っているが、80万件から90万件で高止まりしている（資料1）。

→ 行政や立法対応だけで件数は減らない。消費者自身が自覚的に被害を回避し、さらに積極的に防止活動をしなくては被害が減っていかない。

② 消費者被害の高齢者へのシフト

人口割合の高齢化、核家族からさらに孤立化の進展、資産が高齢者に集中していること、福祉政策への不安、判断力不足などから、最近急激に消費者被害の高齢者へのシフトが進んでいる。

60歳以上の被害相談は、2003年は全体の13%だったのが、2012年は全体の33%に増加（資料1）。

→ 孤立している高齢者への積極的情報提供や、地域と家族の見守りなどの、周りの積極的行動が無いと被害は防止できない。

③ 豊かさを持続する社会が危機を迎えている

石油や森林などの資源に限りが見えてきたこと、消費財の大量生産・大量消費が環境悪化や地球温暖化をもたらしていること、大量なゴミ処理が限界に来ていることなど、このままの消費行動をしている

と豊かな社会が持続していかないことが明白となってきた。

→ 大量消費をしている消費者が、何を購入するか、どう使うか、どう捨てるかを自覚的に考え行動しないと、持続的な社会が維持できない。

④ 消費者の力が蓄積されてきている

消費者の支出は国内総生産の6割を占める。個人金融資産は1500兆円。消費者の支出行動、消費行動が社会、経済、政策に大きく影響。ECO商品の普及、節電など地球温暖化防止行動、食品ロス対応など。

東日本大震災を契機とする消費者の意識の変化・・・国民生活センター第40回国民生活動向調査（資料2）

→ 消費者の自覚的な行動によって社会への影響力を行使できる基盤ができてきた。消費者の自覚的行動による力を認識していく必要がある。

⑤ 消費生活を取り巻く大きな変化に対応していく必要

消費生活の環境の変化は近年著しい。PC、スマホなど、新しい機械がどんどんできてくる。インターネットなど新しい通信手段が日常へ。国境を越えた取引が日常化（インターネット通販、海外の決済代行業者など）。価格システムの複雑化（金融商品、交通運賃、携帯電話など）。

→ 消費者は、情報化、グローバル化の急速な進展に対する対応力や、商品や価格システムを選択する力が必要となっている。

↓

以上から、消費者教育によって自覚的消費者を育成する需要が高まっている。

その具体化として、消費者市民の育成と、その行動によって形成される消費者市民社会の実現

(3) 消費者市民社会とは何か・・・五方良しの消費行動による公正で持続可能な社会を実現

1) 消費者教育推進法による定義

「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」

2) 五方良しの消費者行動とは

生活において、利益や幸福を求める消費行動に当たり、

- ① 自分
- ② 家族
- ③ 地域（日本）
- ④ 地球全体
- ⑤ こどもなど将来の人々や未来の社会

に、どんな影響を及ぼすかを考える。そして、公正で継続的に豊かな社会の形成のために何ができるか考え、主体的・能動的に選択して行動すること。

→ 毎日の消費行動で、地域（日本）と地球全体と未来に対して社会貢献活動をしていることになる。

その担い手となりうる自覚的な「消費者市民」を形成するには、これまでのネガティブな「どうしたら騙されないか」の教育だけではなく、ポジティブな「どうすれば社会に貢献できるか」の教育へ。

2 動き出している消費者市民社会への形成

1) 企業が変わりだしている

- i イオン、森永のフェアトレードチョコレートの導入
- ii 電化製品における ECO 商品の強調
- iii 自動車、洗剤など

消費者が、自覚的選択をすると生産者も変わる。
自覚的選択の継続が必要。

2) 消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下「基本方針」。法令・例規集 2 参照）

- i 消費者教育推進法に基づき、平成 25 年 6 月 28 日閣議決定。

- ii 国（文科省、消費者庁、国民生活センターなど）、地方団体（本課、消費生活センター、教育委員会など）、その他多様な消費者教育の担い手の指針となるもの。
- iii 消費者教育の推進の基本的な方向
 - （1）育むべき4つの領域を定める
 - ① 消費者市民社会の構築に関する領域
 - ② 商品、サービス等の安全に関する領域
 - ③ 生活の管理と契約に関する領域
 - ④ 情報とメディアに関する領域
 - （2）各領域について、幼児期から高齢期の各段階において体系的に実施する参考として、体系イメージマップを作製（法令・例規集3参照）
 - （3）重要なそれぞれの役割を持った各主体の連携・協働
- iv 消費者教育の推進の内容を定め、関連する他の消費者施策との連携の必要を強調

3) 地方の消費者教育の事例や実践の紹介

- i 地方公共団体における消費者教育の事例集・消費者庁 平成25年6月
http://www.caa.go.jp/region/pdf/130628_torikumi_1.pdf
- ii 地域における消費者教育実施のヒント集・文部科学省 平成25年
http://www.mext.go.jp/a_menu/ikusei/syouthisha/_icsFiles/afieldfile/2014/02/19/1304435_1.pdf
- iii 消費者教育支援センターによる実践紹介・・・消費者教育研究（資料3）。例としての、埼玉県の高校での実践。最後に実際行動につなげていることが重要。

4) 自治体等での取り組み

- i 国の基本方針を受けて、各地で消費者教育基本計画の策定が進む
京都府も平成26年3月に、「京都府消費者教育推進計画」を公表。
※計画をどう具体化するのか、その主体の確立と体制などの課題に関して、消費者団体等が意見を述べている。
- ii 教員、相談員、介護関係者への消費者教育の実践者を養成する研修会の実施
 - ・国民生活センター・・・平成25年度は8コース、対象は計450人
 - ・自治体・・・埼玉県、静岡県などが熱心
- iii 学校、地域でつかえる教材等の開発と提供

- ・消費者教育用教材・国民生活センター
<http://www.kokusen.go.jp/c-edu/index.html>
- ・消費者教育ポータルサイト・消費者庁
<http://www.caa.go.jp/kportal/index.php>
- ・出版物や教材の販売、講師派遣・消費者教育支援センター
<http://www.consumer-education.jp/nice/publ/index.html>
<http://www.consumer-education.jp/nice/project/lecture.html>
- ・各自治体の HP
京都府は学生発の大学生用冊子「ぼくらのチカラに」を平成生
26年1月作成
<http://www.pref.kyoto.jp/shohi/news/press/2014/1/20140108.html>
- ・事業者も積極的につくっている・・・代表的なのは第一生命の「ライフサイクルゲームⅡ」

3 消費者に求められるもの

- (1) まず、自分の消費行動が社会に影響を与えていることに自覚を持とう。
- (2) その上で、できることから始めよう。
たとえば、以下のような問いについて考え、消費行動につなげていく。
 - 問1 商品やサービスを購入するときに、家計や本当に必要かを考えて購入しているか？
勧誘文言に対して、自分で判断しているか？
 - 問2 購入するときに何を大事にしているか？
 - 問3 生活するときに地球温暖化など環境保全を意識するか？物を購入するときはどうか？
 - 問4 「地産地消」「ユニバーサルデザイン」「フェアトレード」とは？これらを意識して買い物をしているか？
 - 問5 購入情報はいつどこからどういうものを得ているか？（購入時か、購入前か）
 - 問6 商品だけでなく、製造会社や販売会社の企業姿勢を評価して購入しているか？
最近の消費者被害の状況や問題状況について情報を得て判断内容としているか？
- (3) 商品やサービスを購入したのち、問題だと感じたら、声を上げる。消費生活センター、消費者団体へ情報提供。
- (4) 地産地消、フェアトレード商品のこと、消費者被害の情報を人に話そう。
- (5) 新聞や雑誌の消費者関連情報に関心を持つ。
- (6) 講演会や研修会に積極的に参加する。
など

4 消費者教育実施者に求められるもの

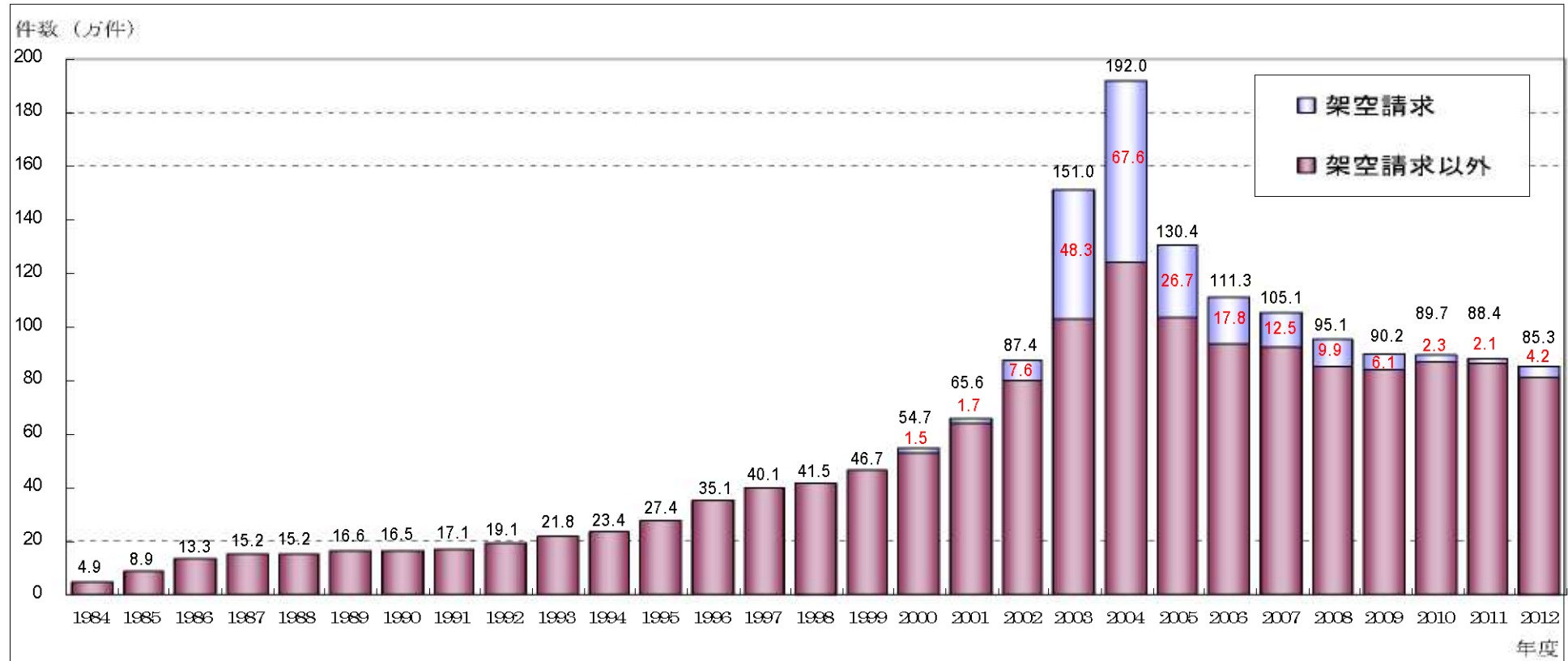
- 1) 消費者教育推進法の成立によって、消費者教育が、個人の社会生活における自立や今後の社会の豊かさを持続可能にしていく重要な柱のひとつとなるとの認識を持つ必要がある。
- 2) 上記に対処するために、「消費者市民」「消費者市民社会」「消費者市民教育」に対する正しい理解が必要。
- 3) そのうえで、常に新たな問題を生じている消費者問題の現状についての知識、情報を知っていくことが必要
- 4) 「どうしたら被害にあわないか」から、よりポジティブな「どういう消費行動をとれば社会に貢献できるか」の消費者教育の手法の修得・・・消費者庁、国民生活センター、消費者教育支援センターなどに蓄積されており、今後も蓄積が進むであろう、教材や教育方法などの情報の収集、検討、習得。
- 5) 学校教育だけでなく、幼児期、成人期、高齢期などの体系的な教育や地域教育も意識した対応が求められてくる。
- 6) 地方自治体では、消費生活センターが、教育や人材育成の拠点化と位置付けられており、同センターとの連携が必要となる。
- 7) 消費者への情報提供主体、被害回復機関として、行政だけでなく、消費者団体、事業者団体の役割も重要となってくる。これらの発信する情報や連携にも注意を払っていく必要がある。

1. 相談件数等

(1) 相談件数は約85万件、架空請求の相談は倍増

図1は、消費生活相談の年度別総件数の推移を示したものである。2012年度に全国の消費生活センターが受け付け、PIO-NETに登録された消費生活相談情報の総件数は852,649件であり、2004年度以降、減少傾向が続いている。一方、架空請求の相談件数は、2004年度をピークに減少し続けているが、2012年度は約4万件と前年度よりほぼ倍増した。

図1 消費生活相談の年度別総件数の推移



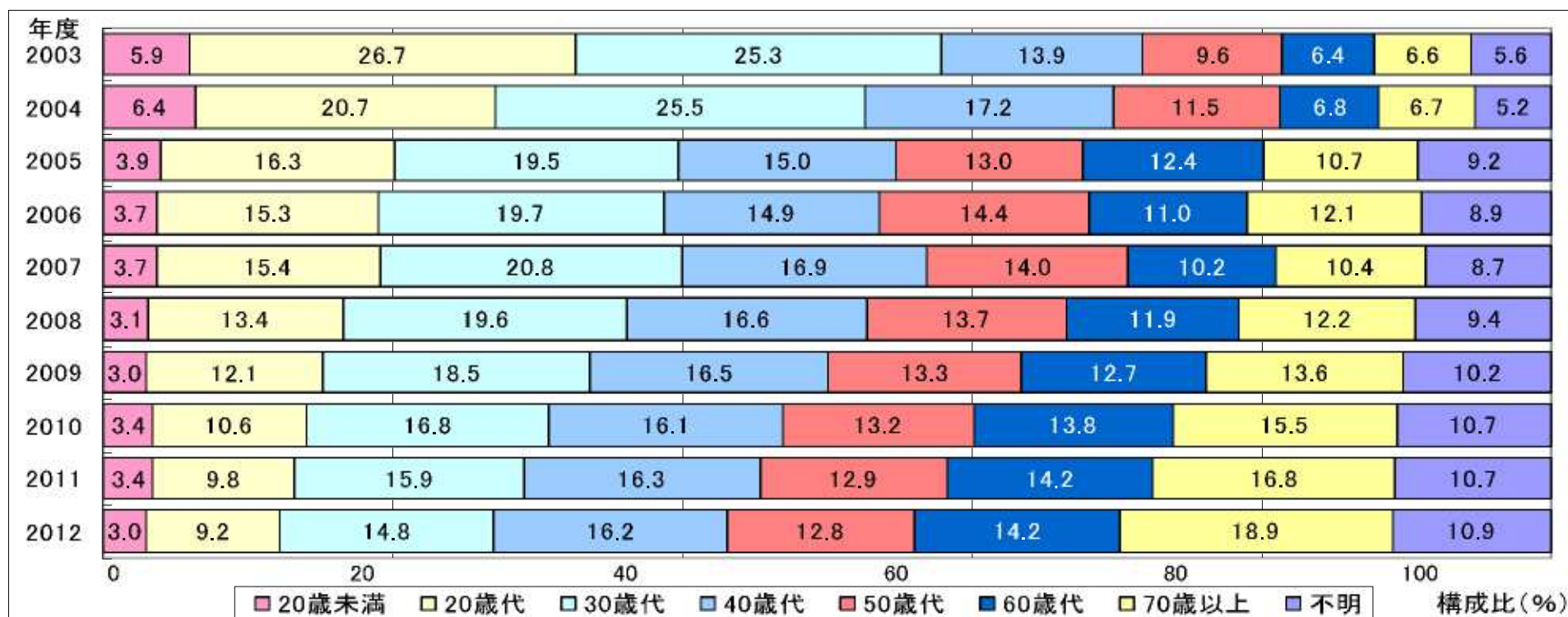
(注1) 架空請求の件数は2000年度以降集計している。

(注2) 2012年度の相談件数のうち、東日本人震災に関連した相談は相談全体の約0.5%、(2011年度は約2.3%)

(2) 70歳以上の割合が大きくなり、契約当事者の高齢化が進む

- ・契約当事者の割合を見ると、70歳以上の割合が引き続き増加し18.9%となった。
- ・2012年度の60歳以上の割合は合計で約33%と全体の3割以上を占めており、2003年度の60歳以上の合計（約13%）の約2.5倍になっている。
- ・高齢化の進展に伴い、相談も高齢者に関するものが増加する傾向にあると考えられる。

図2 年度別にみた契約当事者年代別割合

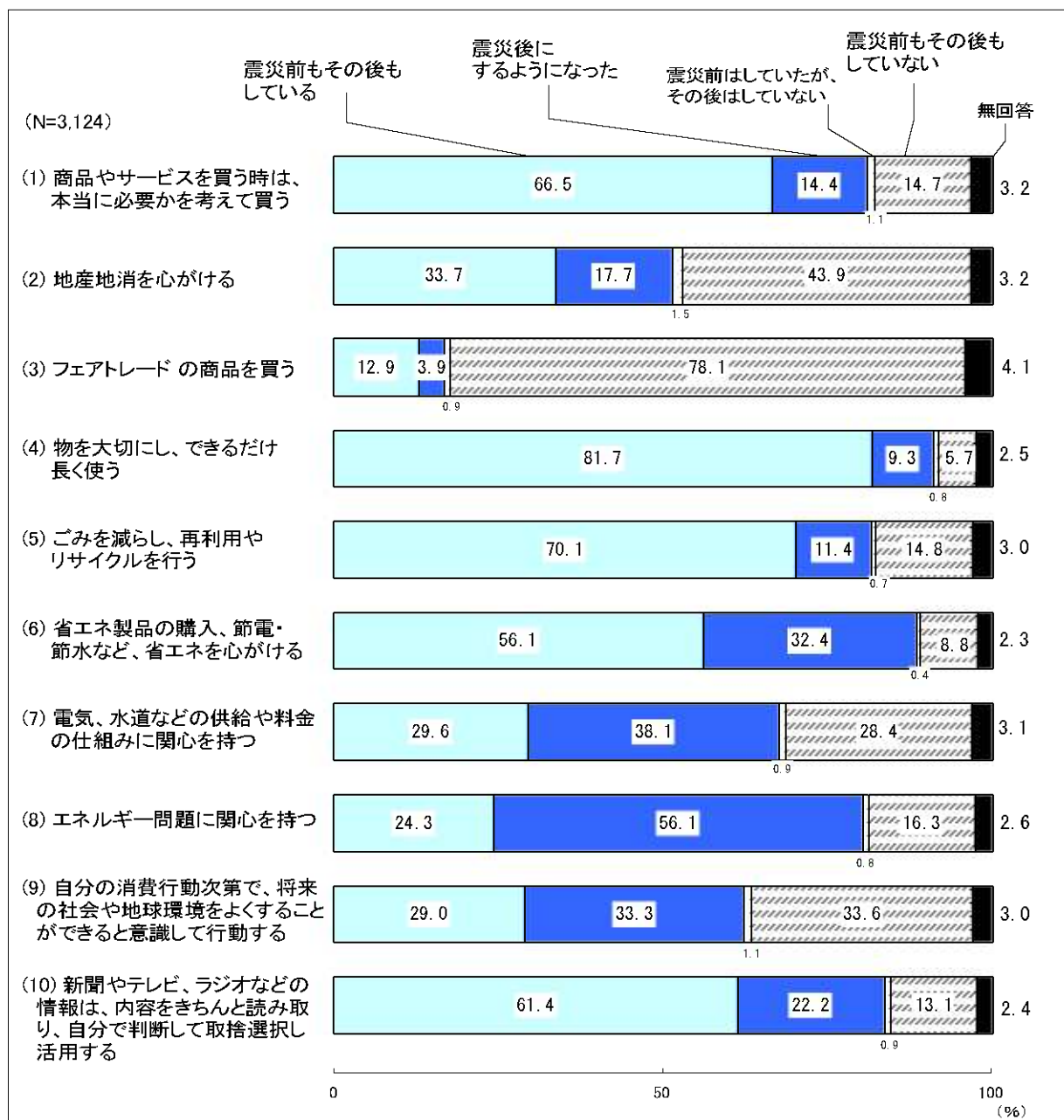


(注) 構成比は各年度の総件数を100として算出した値である。

(備考) 報道発表資料
 平成25年8月1日 独立行政法人国民生活センター
 2012年度のPIO-NETにみる消費生活相談の概要 より

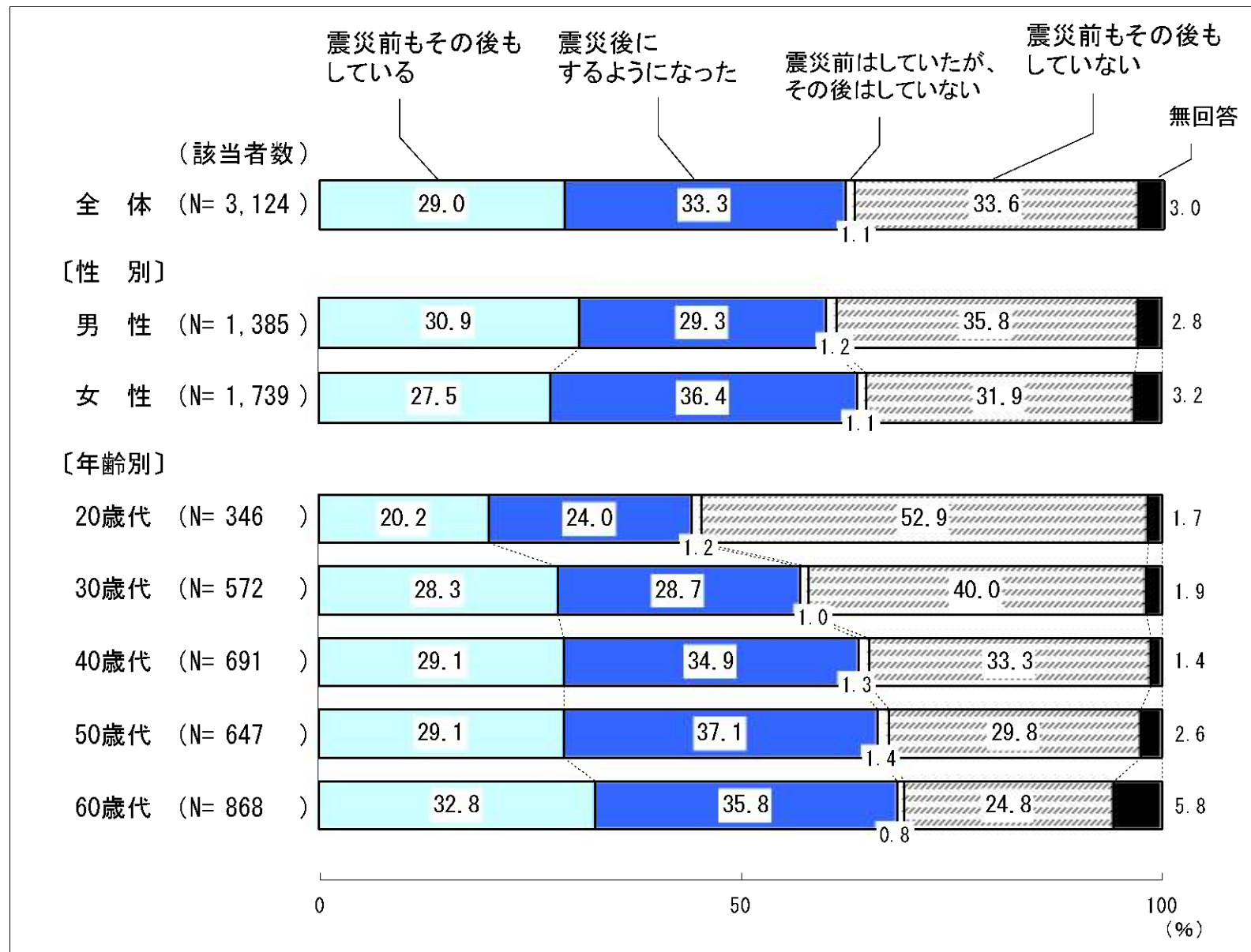
東日本大震災の前と後で、普段の生活における意識・行動はどのように変化したか

(資料2)



(備考)国民生活センター
「第40回 国民生活動向調査
—くらしの中のインターネット—」
(2013年3月)

自分の消費行動次第で、将来の社会や地球環境をよくすることができる意識して行動する



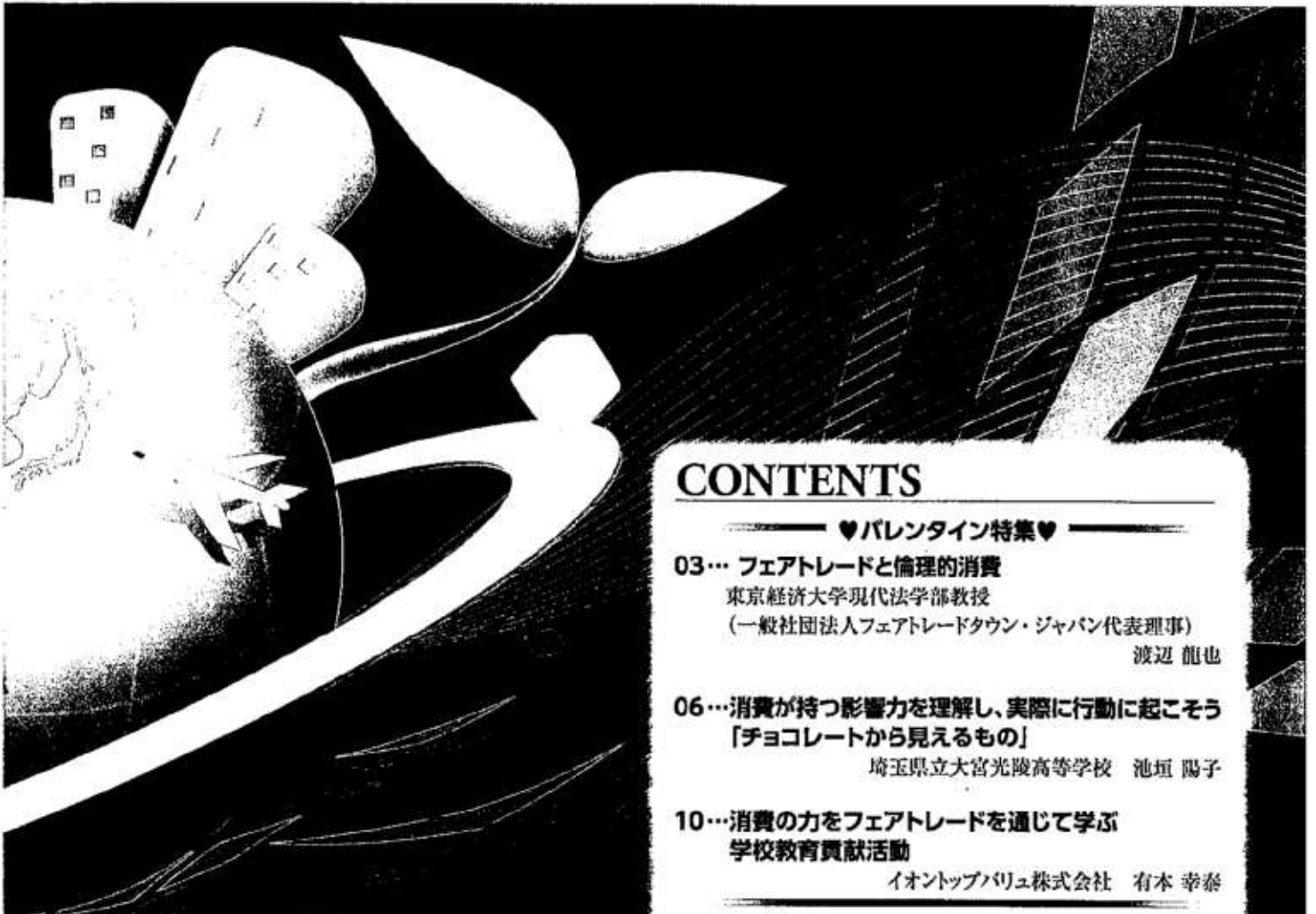
(備考) 国民生活センター「第40回国民生活動向調査－暮らしの中のインターネット－」(2013年3月)

2/3月号
No.162

NICEニュースレター

消費者教育研究

JAPAN JOURNAL OF CONSUMER EDUCATION



CONTENTS

♥バレンタイン特集♥

- 03… フェアトレードと倫理的消費
東京経済大学現代法学部教授
(一般社団法人フェアトレードタウン・ジャパン代表理事)
渡辺 龍也
- 06…消費が持つ影響力を理解し、実際に行動を起こそう
「チョコレートから見えるもの」
埼玉県立大宮光陵高等学校 池垣 陽子
- 10…消費の力をフェアトレードを通じて学ぶ
学校教育貢献活動
イオントップバリュ株式会社 有本 幸泰
- 13…学生が自立した消費者となるために、自ら学んだ!ひょうご
の「消費者市民社会」を大学生が創造するワークショップ
大学生協阪神事業連合 専務理事スタッフ 岡田 幸博
- 15… 国における消費者教育の動き
・消費者庁 ・文部科学省
- 16… 日本消費者教育学会NEWS
INFORMATION 他



「消費者市民社会」を創造する大学生のワークショップ

消費が持つ影響力を理解し、実際に行動を起こそう 「チョコレートから見えるもの」



埼玉県立大宮光陵高等学校 池垣 陽子

1 はじめに

学校における消費者教育の推進について規定された「消費者教育推進法」が、平成24年12月13日に施行されました。また、新学習指導要領では、改訂の重要事項の一つに消費者に関する学習の充実が掲げられています。その流れを受け、埼玉県では主体的に判断し、責任ある行動ができる消費者、積極的に社会参加する自立した消費者の育成を目指し、平成24年度から消費者教育推進事業に取り組んでいます。2年間研究委員として携わり、平成25年度消費者教育実践報告会（平成25年11月29日実施）において発表した取り組みについて紹介します。

2 題材設定の理由

本来、消費者は守られるだけの存在ではなく、行動を通してよりよい社会を築いていく存在です。しかし、高校生は毎日何らかの消費行動を取ってはいても、適切な意思決定に基づいているとは言い難い現状にあります。これから社会人となるにあたり、悪質商法を含む消費者被害に遭わないための対策の仕方や対処の仕方について学ぶことも大切です。しかし、倫理、社会、経済、環境面を考慮して選択を行う個人である消費者市民としての能力を身につけることも重要であると考え、題材設定をしました。

工夫した点は、扱う規模が大きいため他人事とならないよう、高校生にとって身近な食品であるチョコレートを切り口に学習を展開させる流れを考えたことです。生活に密着したことから考えさせ、生徒が社会とかかわりを持ち行動を起こすことを前提に授業を組み立てました。商品の選択を通して、自らの消費行動が社会や環境に影響を与えることを理解し、消費者として適切な意思決定に基づいて行動できる力を身につけさせたいと考えました。

3 指導計画

（4時間扱い／1年生「家庭基礎」で実施）

学習項目	時間	学習内容
チョコレートから見えるもの	1	○チョコレートの原材料と生産・消費 ○児童労働 ○フェアトレード
おいしいチョコレートの真実	1	○カカオ生産国と消費国の生活 ○カカオの価格変動による生活への影響
消費者の権利と責任	2	○消費者の権利と責任 ○私達ができることを考えよう ○適切な意思決定と消費行動

4 授業実践

1時間目「チョコレートから見えるもの」…気づく

普段食べているものがどのように生産されているのかを理解し、自分達の生活と世界の関わりを知る。そして、商品の選択を通して、自らの消費行動が社会や環境に影響を与えることを理解することを目標に授業を行いました。

導入では、内容量やパッケージの似ている2種類のチョコレート（大手メーカー商品88円と、フェアトレード商品118円のもの）を提示し、何を基準に選択するかを考えさせました。大多数の生徒は、大手メーカーのものを選びました。理由は、値段が安いから、知っているものだから、おいしいからというものでした。こういった商品選択の仕方があるのか、また、その商品がどのように生産・製造されているか考えることが本時の学習課題であることを伝えました。



はじめに、チョコレートの原材料や生産・消費に関する簡単なクイズを出し、写真や実物を提示しながら説明しました。カカオ豆を実際に手にしたのは初めての生徒がほとんどで、興味深く観察していました。



カカオ豆を初めて手にする生徒

世界地図と照らし合わせ、カカオ豆の生産が西アフリカを初めとする熱帯地域の開発途上国に集中している一方、消費は先進国に偏っていることに注目させました。参考までに、埼玉県内には製造工場が複数あり、都道府県別のチョコレート類の出荷額は全国第1位です。(平成24年経済センサス活動調査より)

次に、そのカカオ豆はどのような人が生産しているかを考えていきました。カカオ豆の生産には、児童労働が関与している可能性が大きいといわれています。児童労働について、その実態を最新のデータを基に説明しました。世界には1億6800万人もの子どもが児童労働に従事し、これは世界の子どもの9人に1人の割合です。生徒の理解を深めさせるため、ガーナの力カオ農園で働き続ける兄弟が登場するDVD[※]を15分程視聴させました。

※フジテレビ「世界がもし100人の村だったら ディレクターズエディション」

【DVD視聴後の感想】

- ・2人の兄弟を見ていて胸が痛くなり、チョコレートを食べるのをためらうようになりそう。甘いチョコの裏には甘くない現実があった。
- ・世界には不当な扱いを受けている子どもが多くいて、自分たちはそのようにできているものをふんぞり返って食べていることになる。これには本当に衝撃を受けた。

また、以前保育分野の授業において、子どもの権利について学習をしたことを振り返り、なぜこれ程まで自分達と格差があるのかを考えさせました。それは、安さが作り手の犠牲の上に成り立っており、不公平な貿易の仕組みがあるからです。一方で、開発途上国の生産品を、現地生産者の生活支援や環境保護なども配慮した適正な価格で、対等な関係で継続的に支援する仕組みのフェアトレードもあります。実際の商品を提示しながら、フェアトレードの説明をしました。公正な取引の元に作られたフェアトレード商品を選ぶという日々の私達の消費行動が生産者の生活改善につながり、世界を変えていく力になることに触れました。

最後に、生徒がほとんど食べたことのないフェアトレードのチョコレートを試食し、普段食べているチョコレートとの違いがあるかを考えさせました。自分の経済力に見合った生活の中で、安さだけでなく商品の選択の仕方があることに触れ、本当に賢い消費者とは何かを考えさせました。



フェアトレードチョコレートを味わう

【授業後の生徒の感想】

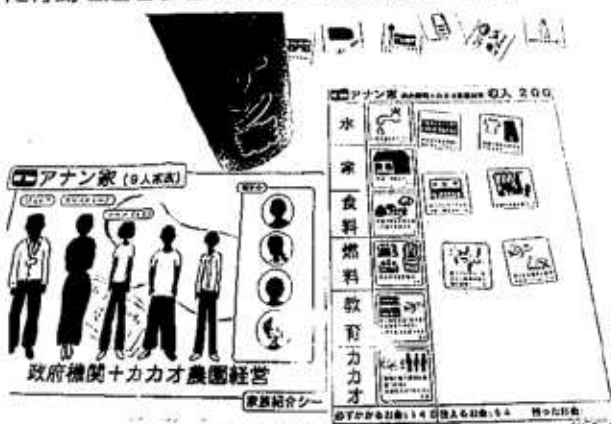
- ・今まで値段を基準に買い物をしていたが、児童労働で働く子どもたちの願いを聞いていたら、なるべく

フェアトレードのものを買おうと思った。安さや質だけではなく、その商品の裏も知った上で買うことができるといいと感じた。

自分がいつも口にかけているものだからこそ、選ぶひとつの基準として、今回学んだことを意識すれば、大きな力になると思った。

2時間目「おいしいチョコレートの真実」…考える

ACE*の開発した教材「おいしいチョコレートの真実」を使用し、4人1班でグループワークを行いました。ガーナと日本の家族の生活を疑似体験し、児童労働の原因を考えるものです。そして、問題解決に向けた行動を起こすきっかけづくりがねらいです。



*特定非営利活動法人ACE <http://acejapan.org/>

【授業後の生徒の感想】

- ・国によって大きな差があり、同じ国内でも格差がある。会社の経営はガーナの児童労働で成り立っていることに気づいた。お金の裏に犠牲があるのはあってはならないと思った。
- ・ガーナの労働者は収入ぎりぎりの生活をしているので、少しでも収入が減ってしまうと水、食事も十分に取れず、子どもが学校に行けなくなってしまう。
- ・自分は日本の家族担当だったが、自分たちに有益な部分を見すぎでしまい、原材料を生産している側の経済的な状況を見ていなかった。このようなことが現実の問題として起こっていると思うと少しゾッとする。

3・4時間目「消費者の権利と責任」…実行する

消費者の権利と責任について学習した後、児童労働のない世界を作るために自分たちにできることを考え、具体的に行動に移す取り組みを行いました。

消費者が権利を実現し、責任を果たすとはどのようなことかを、自転車を購入した後、事故が起きた際の行動を例に説明をしました。そして、クレームの本来の意味を説明し、消費者として主体的な行動を取ることの重要性を認識させました。また、中学生の手紙が元で平成25年夏に、釜石にファッションビル「SHIBUYA109」が限定出店した事例を紹介した後、2時間目と同じグループで行動案を考えさせました。白紙の状態からだと案がほとんど出てこないため、ACEの「おいしいチョコレートの真実」にあったアクションヒントを参考資料として提示しました。グループごとに発表して考えを共有した後、クラスで案を1～2つにまとめ、実際に行動に移しました。



【生徒が考えた行動とその理由】

- ・普通のチョコレートより高くても、児童労働で作られていないフェアトレードのチョコレートを買う
皆でフェアトレード商品を買えば、児童労働の問題にも少しは効果がある。わずかな行動力でできる。
- ・近くのスーパーやコンビニでフェアトレード商品を置いてもらうようお願いする
意見箱に書くなどして、すぐにできる。身近なところで大勢の人に知ってもらえる。
- ・児童労働について知識をつけたうえで、新聞に投書する
知識が浅いまま訴えかけても説得力に欠けるので、自分たちがまず理解した上で、たくさんの人にこの問題を知ってもらうよう、今の思いを伝える。
- ・フェアトレードのチョコレートを作りたいと、企業に手紙を送る
フェアトレードを広めるにはまず消費者の目に触れる機会を増やすべき。まずは商品を増やしてほしいと企業にお願いの手紙を書く。
- ・カカオ産業の児童労働について、身近にいる人たち

と話す

児童労働の現状を知れば、そのことについて考えたり、意見を言うことができる。SNSも活用して情報を発信していきたい。

【実際に生徒が起こした行動】

- ・フェアトレード商品を買う（買ったことを報告してくれる生徒も多くいました）
- ・新聞への投書（平成25年11月13日付毎日新聞朝刊に掲載）

恵まれぬ外国人の子に支援を
 高校生 古園 駿16（埼玉県川口市）
 みなさんは、フェアトレードの商品を知っていますか？どこかで買ったことがある人も、聞いたことのある人も、フェアトレードとは、公正な取引という意味で、売るのが現状でした。日本でも農産物の原料や製品を適正な価格で継続的に購入し、立場の弱い途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を支援する運動のことです。
 私は、以前、家庭科の授業でチョコレート原料、カカオの原産国がナドの児童労働についてのビデオ

- ・近隣のコンビニに、フェアトレード商品を置いてほしいとお願いの手紙を書く

トであると思いきや、なんと「私たちが提案があります。児童労働をなくすために、児童労働者の生活支援や環境保護のためにフェアトレードの商品を是非とも販売してほしいです。フェアトレードの商品は、全額が販売者に渡り、利益も少なく、消費者が安心して買えるので、販売が難しいのに買ってもらえる。しかし販売が難しいのは、私たちが家庭科の授業で初めて児童労働やフェアトレードのことを知りましたが、そのころにはまだ知らず、知らないで、小さい子供が、汗を流して安い賃金で働かされている美味しいチョコレートが出来る現状を知りたいです。これからフェアトレードの商品は、御社の様な大きな企業がフェアトレード

- ・フェアトレードのチョコレートを作ってほしいと、チョコレート製造会社に手紙を送る

拝啓 いつもおいしいチョコレートを作っていただき、ありがとうございます。お返しは、学校で児童労働のことを学びました。小さい子どもたちが勉強をせずに懸命に働いている様子をビデオやチョコレート原料カカオの生産にも子どもの労働が使われていることを知りました。御社でも扱っているチョコレートの原料に子どもの労働が使われているかどうか調べていただけませんか。また、フェアトレードのチョコレートを作りたいのですがそのお返しはありますか。私が児童労働や、フェアトレードを知ったように、このことを知らない人はたくさんいると思います。私は御社の商品が大好きです。

企業に送った手紙は全て返信が来て、その後の授業で読み解きました。日本でフェアトレード商品を販売

することの難しさを感じながらも、何らかの形で児童労働について考え活動している会社の姿勢に一縷の希みを感じ、だからこそ消費者が声を上げて行動に移すことが大切だと考えた生徒が多くいました。

5 4時間の授業を終えての生徒の感想

- ・私たちが行動することで、世界を変えていくことができるのだと希望を持つことができた。また、ひとつの問題（児童労働）を解決するには、周りがフォロー（行動）するべきだと改めて思った。学んだことをこれで終わらせずにいたい。
- ・今まで、会社に手紙など出したことはなかったので、どのような返答が返ってくるか楽しみだった。よく知っている大きな会社が、私たちの考えたことについてこんなにしっかり返事をくれるということに驚いた。
- ・フェアトレードの認知度の低さに悲しくなったが、だからこそ知っている人が動いて、よりよい社会をつくることができるのだらうと思った。これから自分にできることをやっていきたい。消費者の責任をきちんと果たしたい。

6 おわりに

自分と同世代、もしくは年下の子どもが過酷な環境の下に働いてできた安くおいしいチョコレート。生徒にとって衝撃的な事実だったからこそ、授業に取り組む姿勢は真剣そのものでした。

私自身、一消費者として、気づき、考え、そして行動に移すことの大切さを改めて認識することができました。教材のヒントは社会や生活の中にあります。常に自分に戻して考えていく力をつけていくこと、自立の姿勢を持ちながらも、他者と関係性を持ち、解決に向かう力を身につけることが消費者教育の魅力であると思いました。学んでいることが直接社会とつながる面白さを感じられ、大変興味深く授業をすることができました。

また、家庭科だけでなく、公民科や情報科など他教科と連携をして取り組むことで、より印象深く、効率的に理解させることができると考えます。今後も研究を重ね、生徒と共に考えていきたいです。