

# 鳴門教育大学 消費者教育推進プロジェクト

鳴門教育大学では、平成28年7月に「鳴門教育大学消費者教育推進プロジェクト」を立ち上げました。プロジェクトの取り組みには、3つの柱があります。消費者庁、徳島県との協力体制のもと、多様な主体と連携しながら、消費者教育の先進拠点としてさまざまな取り組みをおこなっています。

消費者教育推進プロジェクト 3つの柱



## 1 消費者教育を担う教員の養成

効果的な消費者教育の内容と方法を、実践的な取組を通じて検討し、消費者教育に強い教員を養成します。

- 全学向け共通科目での消費者教育の実施
  - ・学内の各分野専門家による多角的な消費者教育の実施
  - ・関係機関との連携による消費者教育の実施



写真：消費者庁による大学院授業

- 教職科目・専門科目における実践的な教育
  - ・教職科目を通じた実践的内容・方法の習得
  - ・専門科目を通じた専門知識の習得、効果的な教育方法の検討（附属学校、地域の学校との連携）



写真：消費者情報センターとの連携による中学校での出前授業

- 環境に配慮した生活、活動の実施
  - ・エコアクション21への取り組み
  - ・大学祭におけるゴミ削減 など

- 附属図書館における消費者教育関連図書の充実
  - ・蔵書の充実
  - ・消費者教育関連図書フェアの開催



写真：消費者教育関連図書の展示

## 2 地域連携による消費者教育の推進

地域と連携しながら社会教育、生涯教育における消費者教育の場を拡げ、充実をはかります。

- 県教育委員会等との連携による現職教員研修の実施
- 学校教育における地域人材の活用
  - ・専門家の発掘、学校とのパイプ作り
- 地域での各種セミナー開催、講演
  - ・市民団体との連携による家庭教育セミナー開催
  - ・生涯学習としての地域での消費者教育セミナーの実施
  - ・国民生活センターの消費者教育研修等への協力
- 附属図書館における消費者教育関連図書を利用した取組
  - ・一般向けセミナーの開催



写真：地域でのセミナー

## 3 消費生活に関わる学術研究

学術調査研究を通じて、変貌を続ける消費社会の姿をふまえた消費者教育のあり方を検討し発信します。

- 消費生活の状況把握：普及啓発が必要な課題の抽出
- 特定課題に対する調査設計および分析
- 消費者教育の効果測定
  - ・短期的効果、長期的効果を測る指標の検討、調査方法の検討など

### 鳴門教育大学について

鳴門教育大学は、昭和56年に、主として現職教員に高度の研究・研鑽の機会を確保する大学院と、初等教育教員及び中学校教員の養成を行う学部をもち、学校教育に関する理論的、実践的な教育研究を進める「教員のための大学」及び学校教育の推進に寄与する「開かれた大学」として創設されました。特に、学校教育部においては、平成22年以降、全国44の国立教員養成大学・学部の中でトップの教員就職率を達成しています。

# 1 消費者教育を担う教員の養成

## 全学での消費者教育実施

### 消費者庁による公開授業の実施

H29年度より、大学院共通科目「現代の諸課題と学校教育」において、消費者庁の方にご来講いただき公開授業を実施しています。最前線の消費者行政に触れながら、今後の消費者教育を考える貴重な機会となっています。



平成30年4月24日  
「消費者と消費者法」  
消費者庁 川口康裕次長



平成31年4月23日  
「消費者法、消費者行政の役割」消費者行政新未来創造オフィス  
金子浩之 参事官

#### 学生のレポートより

- 製造物責任法や消費者契約法などの重要な点については、知っておかなければ日常生活の中で不利益を被ってしまうこともあると感じました。
- 「よい消費者」になるために、行政の対応を待つだけでなく自分で自分の権利を守り行使していくという意思を持つことも非常に大切だと感じました。
- 定期的に専門家の人と話し、疑問を解消する機会を設けてもらえる、とてもありがたいと思います。

## 大学祭での学生の取組



「エコ取組コンテスト」の実施を通じて、各学科による環境配慮の取組みを促進

## 教育実践を通じた学習

### 消費者情報センターとの連携による出前授業

徳島県消費者情報センター所属の現職教員による消費者教育出前授業が、県内各地の小中高等学校で実施されています。サポート役として本学学生を派遣し、実践を通じて消費者教育に強い教員を養成しています。



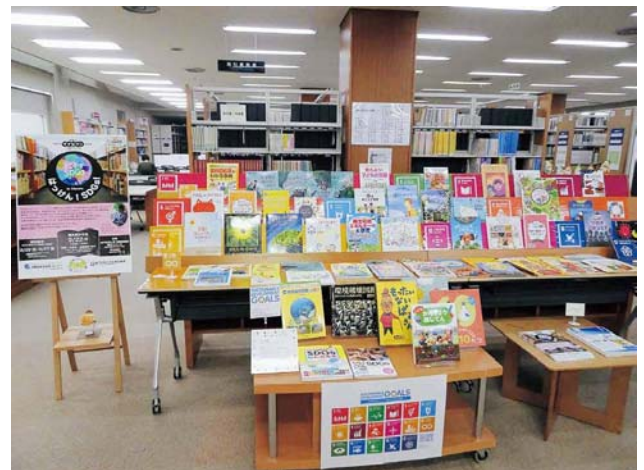
現職教員の授業をサポートすることで、効果的な教え方を習得します。



出前授業サポートを複数回実施した学生には、徳島県より「消費者教育次世代リーダー認定証」が授与されます。

## 蔵書を活かした教育活動

幅広い内容の消費者教育関連図書を約600冊揃え、学生の自主的な学びを支援しています。テーマを設定した図書フェアなど蔵書を活かしたイベントを行うことにより、消費者教育への関心を高める工夫を行っています。



# 2 地域連携による消費者教育の推進

## 現職教員への研修

### 教員を対象とした消費者教育研修

小学校～高等学校教諭を対象とした消費者教育研修講座を各地で実施しています。できるだけ講義のみにせず、班活動や発表を取り入れています。消費者庁が作成した「社会への扉」を用いた授業案作りや、徳島県で作成した中学校向け、小学校向け教材を用いた模擬授業などを通じて、消費者教育の重要性や奥深さ、面白さを実感できるような研修を心がけています。



アイスブレイクを兼ね、ジャンケン列車をしながら班編成をおこないました。



様々な教科の教員が集まり、徳島県で作成中の教材を用いて新学習指導要領の内容を学びました。

## 地域をフィールドとした授業開発

### 「買物マスターになろう!」

夏休みに地域の小学生を対象にお金の使い方や買い物の仕組みを学ぶ講座の実施を通じて、新たな授業の開発を行いました。大学院生が考えた実践的・体験的な活動を通して学ぶ教材で予算を立てる活動を行ったり、大学生と買い物場面のロールプレイングをしたりしました。学生も、教えながら一緒に学ぶことができました。



小学生に最も身近な菓子と飲料を題材に、予算内で買い物の計画を立てる活動をしました。



ホームパーティーのテーマと、用意するものを考えて紙に貼り、皆の前で発表しました。

## 地域での各種セミナー開催と講演



中高年のための消費者教育の方向性や重点箇所を明確化させることを目的にシニアのお片づけを題材とした講習会を開催しました。黒川衣代教授を代表者、金貞均教授と坂本有芳准教授をメンバーとした調査研究の一環で実施し、2日間で200名以上が受講しました。



鳴門市高島の地域活動団体、「てととて」による「なるとマナビバ! プロジェクト」の一環として、小学生を対象にワークショップ「フェアトレード素材で作るパンケーキ」を実施しました。

## 消費生活センターを活用した授業



鳴門市消費生活センターに備えられている様々な資料や、相談室の様子を見せていただきました。



小中学生、高校生が関連する相談事例、買い物や契約のときに消費者が心がけるべき点、センターに相談するときの用意しておくといふもの、これから消費者教育を担う学生に伝えたいこと、等について、お話いただきました。

## 重点的取組が必要な課題の抽出

### 小学生の商品選択力に関する研究

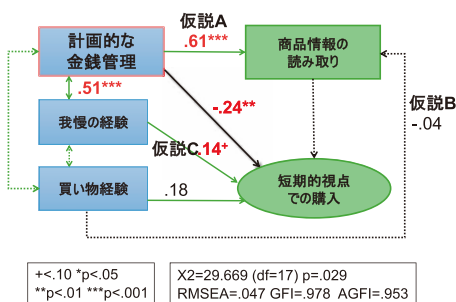
もの・サービスの入手がきわめて容易な環境の中、ICTの普及により氾濫する情報へのアクセスも容易になり、低年齢のうちから消費生活を適切に営む力を養う必要性が増えています。そこで現在の児童の消費行動・意識を明らかにするとともに、消費行動・意識に関わる様々な要因間の関連から、児童期の消費者教育で力を置くべき点を検討しました。

| 調査対象<br>(有効回収率100%) | A市内の3校の小学校 |     |     |      |
|---------------------|------------|-----|-----|------|
|                     | 4年生        | 5年生 | 6年生 | 計(人) |
| A小学校                | 64         | 61  | 69  | 194  |
| B小学校                |            | 58  | 54  | 112  |
| C小学校                | 46         | 42  |     | 88   |
| 合計                  | 64         | 165 | 165 | 394  |

調査方法 記述式集合調査によるアンケート調査  
調査時期 2015年7月～9月

アンケート調査を実施し、得られたデータを分析することで仮説を検証する

### 結果: 共分散構造分析



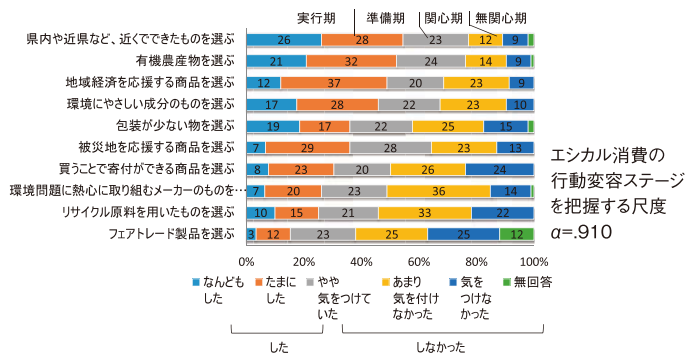
商品選択に必要な能力、情報収集、慎重な検討などとの関連が強いのは、「計画的な金銭管理」の力であった。商品選択に加えて、計画的な金銭管理を具体的に学ぶことが重要と考えられる。

## 特定課題に対する調査設計と分析

### エシカル消費への転換をうながす地域協働プログラムの開発

文部科学省による平成29年度「連携・協働による消費者教育推進事業」における消費者教育推進のための実証的共同研究として、以下の3点を実施しました。

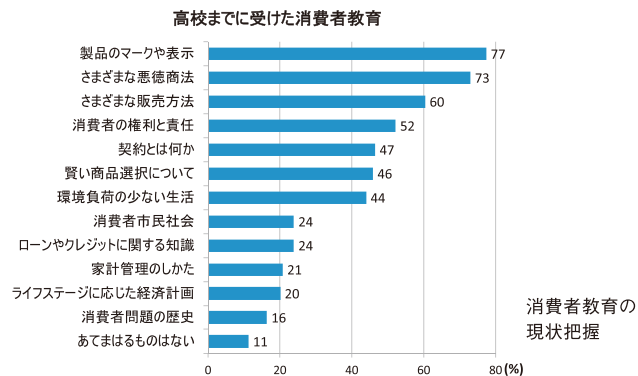
- 1) 行動変容につながるプログラムの開発
- 2) 消費行動の段階や変容をとらえる尺度の開発
- 3) 消費者教育を担う地域人材ネットワークの構築



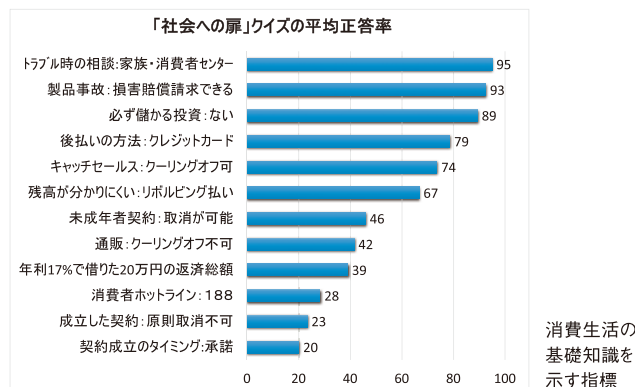
## 消費者教育の現状と効果測定

### 若年者を対象とした消費者教育推進に関する研究

成年年齢の引き下げが検討される現在、若年者に対する消費者教育の推進が喫緊の課題となっています。そこで消費者教育推進の成果を定量的に把握することを目的とし、「消費生活の知識」「合理的な商品選択」「計画的な金銭管理など、若年者の消費行動・意識を測定する指標を作成し、測定した要因同士の関連を検討しました。



- 「製品のマークや表示」「悪徳商法」「販売方法」等は多くが学習している。
- 家計管理・経済計画を学習している割合は少ない。
- ▶ 知識の暗記ではなく、自立した消費者としての態度や行動に結びつく教育、限られた資源を有効活用するための学びを深める



- 契約の成立・取消についての知識が不確かである。
- 消費者の権利を過大に認識する傾向がある。
- ▶ 契約について理解を確かにし、契約前の慎重な検討の重要性もしっかりと学ばせる。

| 商品選択時の多面的な考慮の度合い<br>測定項目 | 信頼性係数 |      |      |      |
|--------------------------|-------|------|------|------|
| 同じような商品を比べる              | .785  | .783 | .780 | .780 |
| どの程度、実際に使うか考える           |       |      |      |      |
| 他のもので代用できないか考える          |       |      |      |      |
| どこに置か考える                 |       |      |      |      |
| 長く使えるかどうかを考える            |       |      |      |      |
| 欲しくてもすぐに買わずに様子を見る        |       |      |      |      |
| 予算に合っているか検討する            |       |      |      |      |
| 商品を自分の目で確かめる             |       |      |      |      |
| 安全に使えるかどうか考える            |       |      |      |      |
| どの店で買うか調べる               |       |      |      |      |
| 商品表示やマークを確認する            |       |      |      |      |
| ネット上のレビューで評判を確かめる        |       |      |      |      |
| デザインがよいかどうか確かめる          |       |      |      |      |
| 家族や友人の意見を参考にする           |       |      |      |      |

→信頼性係数は0.7以上あり、全14項目を用いた場合が最も高い。

# 3

## 消費生活に関わる学術研究

1. 18歳成年への対応
  1. 高校生に必要な消費者教育に対する定量的評価（消費者庁）
  2. 中学生、小学生が売買契約を学ぶ教材の作成とその評価（徳島県）
  3. 特別支援学校高等部の生徒向け消費者教育教材の開発（消費者庁）
2. 持続可能な消費の実践
  1. 金銭、物、空間など生活資源の有効活用に関する研究
  2. 食品ロスの削減（消費者庁）
  3. 衣料品ロスの削減
  4. 廃食油のリサイクル促進に関する研究

13

# 3

## 消費生活に関わる学術研究

つづき

3. 非常時・生活リスクに対応する消費者教育に関する研究
  1. 子どもの事故防止（消費者庁）
  2. デジタル時代における子どもの生活習慣に関する研究
  3. 新型コロナウイルス感染拡大の影響による消費行動の変化に関する研究（消費者庁）
  4. 金属アレルギー予防のための装飾用金属製品の原材料および表示の規格化に関する研究
4. デジタル化に対応した消費者教育に関する研究
  1. デジタル教材の開発とその評価（消費者庁）
  2. キャッシュレス金銭の管理と効果的な教育に関する国際比較研究

14