

小学校家庭科における消費者教育の実践 —食育からのアプローチ—

古 田 豊 子*

大阪青山大学健康科学部子ども教育学科**

A practice of consumer education during the course of home economics in primary schools —Some aspects of consumer education in association with food education—

Toyoko FURUTA

Department of Child Education, Faculty of Health Science, Osaka Aoyama University

Summary This paper is intended to clarify some aspects of daily life-conscious consumer education, especially in association with food education given during the course of home economics in primary schools.

Firstly, we consider the possibility of teaching consumer education associated with food education. Food education includes all aspects of eating behaviors. There are a lot of scenes where consumers require “capabilities to decide, choose, and judge”. Here, we take up scenes of food education where we point out an exquisite parallelism between food education and daily life-conscious consumer education.

Secondly, we pay our attention to the stage of development of the child called “childhood”, and we give an example where we consider consumer education timely there. Also, in this respect, we re-examine problems lying in the actual life situation of today’s children in relation to expected consumer education, and deepen our consideration to provide consumer education from a new viewpoint.

Thirdly, we pay attention to the mutual relation between consumer education and food education. We point out that the past consumer education hitherto performed to bring up “smart consumers” resulted in food education to bring up “smart eaters” unexpectedly. Conversely, we could expect a lot of examples in which we are able to bring up “smart consumers” through food education.

Fourthly, we could set up a model of processes from production to consumption in which children can experience part of the processes in their lives, and study and analyze data obtained from consumer education performed there. We also discuss about the significance of consumer education at home and qualifications of responsible teachers.

Keywords: consumers’ education, food education, course of study in elementary school, home economics, social studies, integrated studies

消費者教育、食育、小学校学習指導要領、家庭科、社会科、総合学習

はじめに

本稿は、小学校の家庭科教育における、「生活実感を伴った消費者教育はどうあるべきか」について、とりわけ家庭科の食育領域の中で明らかにすることを目的にしている。

「消費者教育」ということばは、今ではごく普通に使われているが、内容が広範囲にわたっているため、それを定義することは難しい。「経済行為の主体としての消

費者の態度を育成するための教育のことである」という、具体的な内容を全て包括する定義は存在するが、これではあまりにも漠然としている。この点について、今井光映は、消費者教育を定義することの難しさを縷々述べながら、「消費者教育の定義の試案」の中で、「生産と消費が分離し、複雑多様化している現代の経済社会の中では、人は、消費者としての立場のみに立脚した暮らしを余儀なくされている。そのため、基本的な生活や生活の豊かさの実感から離れ、人間として自己実現しにくい状況

*Email: tykfrt2015@gmail.com
〒562-8580 箕面市新稲2-11-1

** 非常勤講師

におかれている」と述べている（今井光映：1994 p.48）。今井のこうした指摘は、主に大人からみた消費社会の論理であるが、現代人の生活が極端に狭められた範囲で営まれていることを鋭く把えており、注目に価する。だが、我々の生活が生産から消費への経済の連続やその流れの中にあることを大人も見落としがちであるのに、そうした実感を伴った生活への意識を小学生がもつことは、それほど容易ではない。

本稿は、今井光映のこうした指摘に共感しながらも、小学生にとっての消費者教育のあり方を可能な限り精密に追求することを試みる。ここでいう消費者教育とは、「単に買い物に関わるものだけではなく、日々の生活における様々な場面で、消費行動にかかわる情報や状況をもとに判断し、自分が納得して物を選択できる力を育てること」を指している。

自給自足の時代はともかく、現代では、生活するということは、すなわち消費活動を行うということであり、その点から言えば誰でも消費者である。したがって、消費社会が発展した現在では、消費者としての態度育成を図る教育は不可欠のものとなっている。それは、小学校教育においては、消費者としての自立や主体形成を目標として、主に家庭科において行われている。具体的には、平成20年3月公示の学習指導要領において、小学校家庭科の内容に「身近な消費生活と環境」が加えられた。それと関わる内容は、社会科や生活科の中にもあるが、本稿では、とりわけ家庭科の食育領域に着目して、その消費者教育の多面性を探る。

家庭科では、改訂以前から指導されていた金銭教育も、消費者教育の下地を培ったと言ってもよい。すなわち、それは、金銭の使い方を中心に、「ニーズとウォンツ」という消費行動の基礎から判断力を育てる内容になっているからである。しかし、このような力を身につけさせるためには、ただ買い物の場面からのみアプローチするのではなく、日々の生活の様々な場面で、消費者としての判断や選択をさせながら、まさに消費者としての力を育てていくことが必要である。

そこで、本稿では、今後、子どもたちが消費者としての確かな力を身につけるためにはどのような方法があるのかについて考察する。とりわけここでは、日常生活の中でもとくに「食に関わる行為」の中に、消費者としての力を付ける可能性があることを示し、「食育からみた消費者教育」へのアプローチを探っていく。次のような四つの視点から考察を進めていきたい。

まず、食育における消費者教育の可能性について考察する。食育というとすぐにレシピや栄養という観点

から論議されることが多い。しかし、食育はもちろんそれだけではなく、食に関するすべての行為を包含している。そして、そこには、生活者としての子どもの学びが多く含まれている。食行動に関わる各場面には、消費者としての力が要求される場面が多く含まれているからである。こうした場面は、消費者教育における「ものを選択する力」や「判断する力」、それに「決断する力」など、消費行動において必要となる主要な力を育成することができる場面である。

二つは、消費者教育の適時性について考察する。ここでは特に、児童期という発達段階が、消費者教育にいかにか適した時期であるかについて明らかにする。発達段階としては、心が柔らかく、しかも判断力の芽生えが始まる児童期が、消費者としての力を養うのに適した時期であることについて実例を通して明らかにする。あわせて、子どもを取り巻く環境の変化に目を向け、現代の子どもの実態と課題について整理するとともに、新たな視点での消費者教育が必要である点についても考察を深めたい。

三つは、消費者教育と食育との相互関連について考察する。すなわち、消費者教育は食育を随伴し、食育は消費者教育を随伴する。ここでは、「賢い消費者」を育成することを目的として行ってきたこれまでの消費者教育の実践が、予測していなかった食育の効果を随伴しており、それが「賢い食生活者」の育成へつながっていること、また逆に、食育の中には、「賢い消費者」を育てる素地の多くが含まれている、という点について事例を基にして考察する。

四つは、子どもの生活の中に、生産から消費までの過程を実際に体験できる小さなモデルを設定し、それを基にした消費者教育の実践事例を分析・考察する。ここでは、このような教育実践の試みを、親子で行うことに意味があることを指摘し、家庭教育における消費者教育の意義について、また、児童期の消費者教育を担う教師の資質についても若干の考察を付け加えたい。

1. 食育における消費者教育の可能性と適時性

(1) 食で育む消費者の視点

食育というと、先にも述べたように、多くの人が「栄養」や「レシピ」を連想する。確かに、栄養バランスのよい献立や朝ごはんを食べることの大切さを子どもたちに教えることは大事であり、それは食育の中心的な内容である。しかし、その他にも、子どもたちに消費者として身につけさせたい事柄が食育の中には多く含まれている。すなわち、食に関する一連の行為の中

には、食材の購入や調理、食事、後片付けといった様々な行為の中で、消費者としての思考や判断や選択を必要とすることが多い。それらを消費者教育の角度から分析し、適切な指導を加えることによって、子どもに消費者として、また、生活者としての知恵や技能を習得させる機会を与えることができる。ここでは、「一食分の食事を整える」という食に関わる一連の行為の中にどのような消費者教育の場面が存在するかについて考察する。

まず、食行動は、献立を考える場面、すなわち、どんな献立にするかを定めるための情報を集めることから始まる。その情報は、家族の好み、旬の食材、昨日の献立との違い、それに冷蔵庫に保存してあるものの確認、などから構成されている。

次に、買い物をする場面、何をどれだけ買うか、どこで買うか、何が安いかなどを考える。そのため必要な情報を入手し、判断する。その情報の獲得手段は、広告で調べる、直接店で品物を見る、店の人から有効な情報を得る、など多様な方法が考えられる。

また、調理に取りかかる場面にも様々な思考が随伴する。普通、家庭で食事の準備をする場合には、一汁三菜など、一度に複数のコンロを使って調理をすることは当たり前のことだが、小学生の調理実習は、卵をゆでることや野菜を油で炒めるなどの単品の調理から始まる。子どもたちはこのような単品の調理実習を幾度か体験した後に、複数のコンロを使って同時に二つの調理を行う「同時調理」を初めて体験する。それが「ご飯とみそ汁」の調理である。ここでは、子どもたちは、「ご飯とみそ汁」を計画的に段取りよく、「同時調理」として体験し、それを通して調理の段取りや見通しの大事さを理解しなければならない。

したがって、その学習を体験する以前に家庭で調理をさせる場面では、大人と一緒に調理を行うのが望ましい。また、どの程度のことを子どもにさせるかについては、年齢や実態に応じたものにすることが肝心である。準備を含めここまでの体験をすると、食事は、ただ単に空腹を満たすだけのものではなくなってくる。それは、食事を提供する者の気持ちをも理解した食事へと変わっていく。そうであってこそ、食事を大切に思う気持ちや食べ物に対する感謝等も自ずと醸し出されるわけである。

さらに、食後の後片付けも、子どもたちにとって、食に関する一連の行為を締めくくる大事な場面である。ここでも年齢や実態に応じた内容を設定し、排水量やエネルギーの節約など「環境」に配慮した行動を

とることの必要性を理解させなければならない。

このように、一回の食事を通して、そこに消費者として学ぶべき多くの事柄が含まれていることが分かる。

(2) 「賢い消費者」と「賢い食生活者」の育成

このような食で育む消費者の視点は、「賢い消費者」と「賢い食生活者」の育成につながる。「賢い消費者」という呼び方は、現在ではすでに、ある程度の共通理解を得たものになっているが、「賢い食生活者」という呼び方は、それほど一般的であるとは言えない。

まず、「賢い消費者」とは、①消費生活に関する知識や技能を身につけている、②その知識や技能を実生活の中で生かすことができる、③その資質と能力を生かし、その結果、豊かで安全・安心な暮らしを営むことができるといった三つの力を身につけ、それを実生活で活用する力をもった者のことをいう。

一方、「賢い食生活者」とは、①必要な食事をきちんと摂って健康な生活を営んでいる、②日々の生活に活力ある一定のリズムがある、③適度な運動の習慣があり、精神的にも落ち着きのある安定した日々を送っているといった、心身共に健康な暮らしを実践することができる知恵と力をもっている人を指す。したがって「賢い食生活者」は、自分で調理する場合に食材の購入に関する「賢い消費者」としての知識を活用する必要がある。大人の場合には、外食という食事の形態もある。その場合には食事の内容を栄養バランスのとれた献立であるかどうかを考えて決める必要があり、今の健康状態を考えて選ぶ、将来の健康も気遣って選ぶなどいくつかのパターンが考えられる。野菜を多くとるなどちょっとした気遣いを加えることができることも、大事な要素である。

こうした「賢い食生活者」を子どもに当てはめると、①早寝・早起きをして、規則正しい生活ができる、②朝ごはんを食べて登校し、元気に一日を過ごす、③しっかり身体を動かし、心身ともに健康である、といった三つの力を身につけ、それを基に健康な生活を送っている者、と行うことができる。

このような「賢い消費者」と「賢い食生活者」は、表裏一体の関係にある。そして、子どもたちは、両者を習得しながら成長していくことが大事である。日常生活の中には、食育と消費者教育が絡み合った場面が多く存在するが、その中で、子どもたちは、こうした「賢い消費者」と「賢い食生活者」との深い関係を知り、両方の力をたくましく身につけていく必要がある。

(3) 消費者教育の適時性、児童期への着目

消費者教育を始める時期は、できるだけ早い方がよい。その理由は色々あるが、なんと言っても柔らかい心と判断力の芽生えが見られる児童期こそが消費者教育に最も適しているように思われる。消費者教育のベースになっている「ニーズとウォンツ」との関連で、「お小遣い記録をつけることによって、色や臭いに惹かれて、いくつも消しゴムを買っていたことに気づいた子どもが、欲しいと思っても我慢をして、計画的に一番欲しかった買い物をするというストーリー」のDVD（東京学芸大学：平成23年）視聴を基にした学習指導例を示す⁽¹⁾。

この学習指導のねらいは、子どもたちに①生活を支える金銭の大切さや必要性に関心を持たせ、②金銭の価値について考えさせ、物の使い方を工夫しようとする態度を育て、③生活を支えている金銭がどのようにして得られたものであるかを知り、金銭の価値について深く考えることができるようにする、ことにある。

DVDを視聴する前の指導としては、DVDの内容についての概略を説明し、主人公の行動の変化に着目するように指示する方法と、内容には全く触れないで、今、自分が欲しいと思っているものを列記させ、その後に視聴するという方法とがある。いずれにおいても、視聴後の学習は、「主人公の行動の変化から、自分の消費生活を見つめ直す学習」として進められる。ストーリーはいたって分かりやすくシンプルなものである。子どもたちは主人公の行動に共感したり、時にはその行動を批判したりしながらまじめに視聴し、そこに含まれている消費者としての無駄な行動に気づいていく。

視聴後の指導は次のようになる。それは、今、自分が欲しいと思っている物を書き出し、それが本当に必要な物なのかを考えるという授業として進められる。「欲しいと思っている品物が本当に必要かどうかを考えさせる時間をとり、欲しいものをすぐ買うのではなく、我慢したり、同じようなものが未使用のまま手元にあることを思い出させたり、お金を貯めて買う計画を立てさせるなど、自分の今までの消費行動を見直し、今後どうあるべきかについて学ばせる」ことを中心に授業を展開する。そうした学習指導を通して、子どもたちの消費者としての判断力が確実に身につくことを目指すわけである。

賢い消費者を育てるための大切な時期を逃してはならない。こういう時期に適切な消費者教育を受けずに大人になった場合は、買物の欲求が膨らみ自己抑制が利かなくなることが多い。

大学生の場合を考えてみる。最近の大学生のペンケースには、カラーペンなどのカラフルで便利なグッズが詰め込まれている。また、先述のDVDを大学生に視聴させた後で「消費者教育に関する授業」（教職科目・家庭科教育指導法）を行った場合、彼らは、先にみた小学生の子どもとは違った考え方や選択をする。大学生に「ニーズとウォンツ」を考える消費者教育を実践しても、小学生を対象とする授業のようなねらい通りの反応や成果は得られないことが多い。DVDの内容が取り上げている品物が、消しゴムという子どもっぽい物だから実感がわかないということもあるかも知れない。だが、それだけではなく、友だちや家族のアドバイスは概ね聞き入れない傾向が強い。大学生くらいになると、「ウォンツ イコール ニーズ」であり、欲しいものは買うというただ一つの選択になることが多い。彼らは、「欲しいものは、自分にとっては買う必要のあるものである」と主張する。判断力の問題ではなく、「所持金があれば買うという考え」が彼らの考え方の主流を占める。クレジットカードで安易に物を購入する習慣も日常化している。このような状態になってから消費者教育を行っても効果は期待できない。

小学生の年齢では、一般的に言って、自分が自由に使うことのできるお金の額も限られている。したがって、欲しいという欲求が即座に購買へとつながることは少ない。具体的な買い物の場面で「ニーズとウォンツ」についていろいろと考えながら、比べ、迷いながら判断し、決断するといった一連の行為を伴う「消費者教育」を行うと、彼らは真剣に考え判断し、自分なりの価値基準を明らかにしていく。そして、これが力となって身に付いていく。その点で、児童期はお金の大切さをはじめ、何が正しいか、何が大事か、なぜ我慢しなければならないかを教えるのに適した時期であるといえる。

2. 消費者教育の顕在的機能と潜在的機能

消費者教育の成果は、消費者教育の二つの機能によって得られる。

その一つは消費者教育の顕在的機能であり、もう一つはその潜在的機能である⁽²⁾。消費者教育における顕在的機能とは、消費者教育についての目標を掲げ、その目標に向かって意図的計画的に指導したことによって得られる、その意図にふさわしい一定の結果を指している。消費者教育の潜在的機能とは、消費者教育を必ずしも意図していなかったにもかかわらず、消費者教育の求めるねらいにふさわしい結果が子どもたちの

行動の中に現れていることを指している。例えば、消費者教育を目的にして行った教育過程で、予期してはなかったが結果として「賢い食生活者」も育つ。つまり、消費者教育が食育に関わる効果を随伴することがある。逆に、食育の指導の中で、消費者教育に関わる効果が生まれることもある。この場合は、食育の指導が「賢い消費者」を育てるといふ消費者教育が目指す結果を随伴したことになる。

ここでは、そうした消費者教育の二つの機能について、具体的な実践例を挙げて分析的に考察する。

(1) 消費者教育は食育を随伴し、食育は消費者教育を随伴する

①消費者教育の顕在的機能

ア. 学習指導要領が目指し求める顕在的機能

先にも述べたように、平成20年3月の小学校学習指導要領の改訂において、家庭科に「身近な消費生活と環境」の項目が新たに設けられた。これは、社会の変化に対応し、持続可能な社会の実現に向けて消費者教育を重点化することをねらいとしている⁽³⁾。具体的には、小学校学習指導要領 第5学年・第6学年の家庭科の内容「身近な消費生活と環境」の中に、消費生活における「物や金銭の使い方と買い物」の項目が挙げられている。またそこでは、(ア)物や金銭の大切さ、計画的な使い方、(イ)身近な物の選び方と買い方、の二つについて学ばせることが目標として掲げられており、それは、物の選択、購入及び活用に関する基礎的・基本的な知識及び技能を身に付け、身近な消費生活や環境をよりよくしようと工夫する能力と実践的な態度を育てることをねらいとしている⁽⁴⁾。ここでは、消費者教育のこうしたねらいにそった授業展開の実例を基に考察を深めていきたい。

ここでとりあげる授業の学習指導案は、次のようなものである⁽⁵⁾。

家庭科学習指導案

1. 学年・組 第6学年1組 在籍37名
2. 題材名 金銭や物の使い方を考えよう
3. 目 標
 - ・身の回りの物や金銭の使い方を見直し、日常生活で実践しようとする態度を育てる。
 - ・自分の生活とのかかわりで物の買い方や選び方を工夫する力を養う。
 - ・目的に合った物の選び方や金銭の使い方が分かり、それに基づく購入力を育てる。

4. 題材観・指導観

本題材は、金銭や物の使い方を自分の生活とのかかわりで考えて見直し、計画的に使うことができるようにすることがねらいである。児童にとってお菓子や文房具を買うことは、日常の生活場面でよくあることである。児童は、お金や物は大切にしなければいけないと分かってはいるはずであるが、家族が生活するためのお金であることを十分意識しているとはいえない。

本題材は、実際に買い物をする活動や自分の持ち物調べをする活動を通して、有効なお金の使い方を考えていくことを目標としている。

第1次では、修学旅行での買い物の場面を取り上げ、有効な金銭の使い方について考えるようにさせる。第2次では、おこづかい記録をつけることによって無駄使いに気づき、計画的に貯金をして欲しい物を買うというストーリーのDVDを視聴し、必要かどうかをよく考えて購入することが大切であることに気づかせる。第3次では、自分の持ち物を調べることにより、物の使い方や買い方を見直そうとする態度を育てる。

5. 指導計画 全3時間

第1次 修学旅行のお土産の選び方について考える。

…… 1時間

第2次 計画的な金銭の使い方について考える。

…… 1時間

第3次 物の使い方や買い方を見直す (本時)

…… 1時間

6. 本時の学習

目標：自分の持ち物を調べ、物の使い方や買い方について見直す。

展 開

児 童 の 学 習 活 動	教 師 の か か わ り ・ 支 援	資 料 他
1. 学習のめあてを知る。 2. 自分の持ち物調べをみて、気付いたことを発表する。 ・カラーペンが何本もあって、驚いた。 ・同じものがたくさんある。 ・まだ使えるのに、新しい物を使っている。 3. 「欲しいから買った」について考える。 ・まだ使えるのに新しい物を買うのは、お金の無駄使いではないか。 4. 持ち物を大切にすることや物を購入する時に気をつけることを整理する。	・自分も持っている文房具などを調べ、物の使い方や買い方について見直すことを確認する。 ・なぜ増えたのか、その理由を考えるように促す。 ・教室に落ちていた鉛筆などを見せ、自分の持ち物の管理ができているかを考えさせる。 ・実際に使っている物とそうでない物との違いは何かを考えるように助言する。 ・新しい物を買うときに、何に気をつけて買っているかを考えるようにさせる。 ・必要以上の物を持っていることに気づき、物を大切にすることや購入時に気をつけることをまとめる。 <評価>物の使い方や買い方を見直すことができたか。	学習カード (持ち物調べ) 学習カード (気づきと学び)

実際の授業展開は、次のようなものであった。

まず、子どもたちは、自分の持っている筆箱（ペンケース）に鉛筆やボールペンなどが何本入っているか、また、家にあるものも含めて何本ぐらい持っているかをふり返り、本当に必要なものなのかどうかを考えた。最近の子どもたちのペンケースといえば、小物入れぐらいの大きさがあり、中には鉛筆をはじめ様々なカラーペンが何本も入っている。それらを使って整理する彼らのノートは、カラフルで美しい。だが、ノートのそうした美しさと内容の充実度とは必ずしも相関しない。また、大半の子どもが、家に保有しているものを含めると、100本を超えるペンを所有していた。

当初授業は、「今の子どもたちは、必要ではないのに欲しくて我慢ができず、次々とペンを買っているのではないか」、という仮説のもとに進められた。意外なことに、子どもたちが持っているたくさんの文房具（ここでは、カラーペン）は、自分で買った物ではなく、他者からもらった物であった。それは家族が買い与えた物、よその大人からもらった物、また子ども同士の誕生会のプレゼントであった。すなわち、それらは、子どもが自分から求めて手に入れた物ではなく、勝手にやってきた物である。学習の役に立てて欲しいという思いと、何となく無難な品物であるという気持ちか

ら、子どもへのプレゼントに文房具を贈る大人は多い。そのため、子ども自身が特に望んだわけでもないのに、大人がそのような状況を作っていたのである。

この現象は、物が大量に生産され、消費されている現代社会の一断面を如実に現している。そして、この授業は、学習指導要領のねらいに沿って行われたものであったが、当初のねらいである購入に際して必要かどうかを考え、買い方を考えるというものからはかなりズレのある授業になってしまった。また、全3時間を通して、お金の使い方に偏り過ぎてもいた。さらに、授業前に行う子どもの実態把握が不十分であったことも、教師が意図した授業展開にならなかった原因として重く見なければならない。子どもの実態を十分把握した上で、その実態に合った授業を展開していれば、もっと学習指導要領のねらいを追求することができたはずであり、学習指導要領の意図に沿った消費者教育の顕在的機能が見られたはずである。この授業だけではなく、子どもが使うお金は、家族が働いて得た大切なお金から出費されたおこづかいであることへの思考が欠落している授業が多い。家族が働いて得たお金は生活費であることを、小学校の高学年ともなれば理解することが必要である。子どもに消費者教育を行う場合、子どもの実態を的確に把握した上で、その実

態に応じた消費者教育を行うことが重要である。実感を伴った理解が得られないと、実生活で生きて働く力なる知識は得られない。

イ. 子どもの生活実態を把握した指導への改善

それでは、教師が子どもの生活実態を的確に把握して行う授業は、どのような展開になるか。

「物が大量に生産され消費されているという現代の社会状況」は、大きな現代社会の課題である。それは、小学生の子どもにとっては大きすぎる課題である。しかし、そういう社会の中で生活をしている子どもたちには、どういった選択をし、どういった判断をするべきなのかを考えさせることは重要であり、それこそ家庭科の役割と言ってよい。そこで、こうした観点から家庭科の授業を考えると、先の授業（第3次・物の使い方や買い方を見直す）は、次のように変わらねばならない⁶⁾。

まず、学習指導案は次のように変わらねばならない（ゴチック体で表記された部分が改善箇所である）。

目標：自分の持ち物調べから分かった課題の解決方法を考える。

展 開

児 童 の 学 習 活 動	教 師 の か か わ り ・ 支 援	資 料 他
1. 学習のめあてを知る。 2. 自分の持ち物調べをみて、気付いたことを発表する。 ・カラーペンが何本もあって、驚いた。 ・同じような物がたくさんある。 ・まだ使えるのに、新しい物を使っている。 ・たくさんあるので、次々と新しい物を使ってしまう。	<ul style="list-style-type: none"> ・自分も持っている文房具などを調べ、物の使い方や買い方について見直すことを確認する。 ・必要以上の物を持っていることに気づき、課題について考える。 ・なぜ増えたのか、その理由を考えるように促す。 ・教室に落ちていた鉛筆などを見せ、自分の持ち物の管理ができているかを考えさせる。 ・実際に使っている物とそうでない物との違いは何かを考えるように助言する。 	学習カード (持ち物調べ)
3. どうすれば課題が解決できるかを、親と子で考える。 ・まだ使えるのに新しい物を使うのは、もったいない。 ・誕生会には、手作りのプレゼントを贈るようにしよう。 ・計画的に使うようにしよう。 ◎子どもの持ち物に関心をもつようにしよう。(親)	<ul style="list-style-type: none"> ・まだ使えるのに新しい物を使ってしまうのはなぜかを考えさせる。 ・子どもと親の混成グループによるグループワークをさせる。 ・親子で、気づいたことを発表させる。 <評価> 物の使い方について課題解決の方法も見つけることができたか。	学習カード (気づきと学び)

(2) 消費者教育の潜在的機能としての「賢い食生活者」の育成

次に、消費者教育の潜在的機能としての「賢い食生活者」の育成について、「商品の流通過程」に関連する授業例を基に考察する。

わたし達消費者は、生産者から消費者へ物が運ばれる「流通」過程の中で、その「流通」の最終点である「販売の場面」で物に出合う。ここでは、焦点を食材の流通に絞り、わたし達のところへやって来るまでの「食べ物の旅」としてそれを学習させる授業を例にとりあげて考察を進める。

この授業を通して子どもたちは、農業や漁業に携わる人々、流通に関わる人々の仕事の内容はもちろんのこと、その人々の仕事への思い等にもふれることにより、命をいただいてわたし達の食生活が成り立っていることに気づくことができる。こうして、買い物場の理解だけではなく、愛情のこもった食材に対しての理解も深まる。すなわち、お金を支払って食材を購入するという、単に商品への対価という域に留まらない、食材に対する愛情のこもった深い理解が可能になる。こうして、食べ物やそれに関わった人々への感謝の気持ちも育ってくる。すなわち、そこには、食育の効果も現れる。

子どもたちは、このような「流通」についての学習を第4学年の社会科および総合的な学習の時間において行う。その中で子どもたちは、生産から販売までの流れを知り、自分たちの消費生活がどのような物資の

流れで成り立っているのかを理解する。また、その流れの過程で多くの人々の働きがあることにも気づく。

こうした学習は、社会科および総合的な学習の時間における「流通過程を課題にした消費者教育」として展開され、その中で、子どもたちは、生産者の思いを知り、流通販売に携わる多くの人々の働きがあることを理解する。そのことを通して食材から自然の恵みに感謝する気持ちも芽生える。そして、流通過程に携わる人々の熱い思いにも気づく。このことは、消費者教育に止まらない、「賢い食生活者育て」としての食育の機能でもある。

次に、流通や市場といった消費生活とかかわりの深い内容を有する消費者教育において、食育の効果が随伴するという事例「第4学年 社会科・総合的な学習－JA・中央卸売市場の協力による食材の生産・流通・消費について－」の授業を例に挙げて考察する。その学習指導案は次の通りである⁷⁾。

題材名 「ハロー、食材！－食べ物の旅－」

目 標：

- 地域の人々の生産や販売に見られる仕事の特徴及び国内の他地域などのかかわりに気づかせる。
- 大阪市中央卸売市場が自分たちの生活と深く関わっていることに気づかせる。
- 給食ができるまでには、いろいろな人たちと深いつながりがあることに気づかせ、感謝の気持ちを持つようにさせる。

学習指導計画 全20時間〈全20時間の中には総合的な学習の時間「キッズタイムさぎす」〔指導案中では（社・総）〕及び社会科の時間〔指導案中では（社）〕を含む。

次	時	学 習 活 動	指導者の働きかけ	学習材○・評価☆
I	1 2	○ 給食調べをする。	食材について考えよう	
			○ たくさんの食材が使われていることに気づくことができるようにする。	○ ワークシート① ☆ たくさんの食材が使われていることに気づいたか。
気づく	3	○ 給食調理員さんにインタビューする。 ・給食室に届く食材はどこから来ているのか。	○ 給食は、栄養バランスの良い食事であることが分かるようにする。	○ビデオ ☆ 大阪市中央卸売市場からの食材が多いことに気づいたか。
			○ 給食に使われている生鮮食品の多くは、大阪市中央卸売市場から届けられていることに気づくようにする。	○ 大阪市中央卸売市場について話し合う。 (社)
			○ 自分の経験や知っていることを出し合って興味・関心を持たせるようにする。	
			○ 生産地から大阪市中央卸売市場へ届けられていることに気づくようにする。	

次	時	学 習 活 動	指導者の働きかけ	学習材○・評価☆	
調べよう！食材はどこから来るの？					
II 学 ぶ	4 5	○ 大阪市中央卸売市場を見学する。 (社・総) ・青果のせり 写真 ・店の様子 ・働いている人の様子 ・大阪市中央卸売市場の役割	○ 前時で話し合ったことをより深められるように、それぞれ視点を持って見学できるようにする。 ○ 普段食べている食材は大阪市中央卸売市場から届いていることに気づくようにする。	○社会見学のしおり 写真 ☆ 自分の課題をもとに見学できたか。	
	6	○ 見学して分かったことや感想を書く。	○ 分かったことや気づいたこと、さらに知りたいことを書けるように助言する。	○ワークシート②	
	7 8	○ 鮮魚についてくわしく知る。 ・鮮魚の種類 ・鮮魚のせり ・魚クイズ	○ 何日もかけて遠くの海に漁に出かけることを知らせる。 ○ 鮮魚への親しみを育てるようにする。	○ゲストティーチャー (水産物卸業者の方) ☆ 鮮魚への興味・関心を高めたか。	
	9	○ 大阪市中央卸売市場と自分たちの食生活とのつながりについて考える。 ○ 自分の食生活をふり返る。	○ もっと知りたいこと・疑問に思ったことを質問できるように助言する。 ○ 家庭や給食で使われている食材は、旅をしてきていることを確認するようにする。	○ワークシート③ ☆大阪市中央卸売市場と、自分たちの食生活とのつながりが分かったか。	
	まとめよう！食べ物の旅				
	10 11 12	○ 食べ物新聞を作る。 ・青果 ・鮮魚 ・せり ・店の様子 ・働いている人の様子 ・働く人の思い ・市場とのつながり ○ 発表の仕方を考える。 ・発表方法 ・役割分担	○ 大阪市中央卸売市場に届くまでに様々な人が携わっていることに気づくようにする。 ○ 日々の食事ができるまでをふり返り、様々な人に感謝の気持ちを持つことができるよう助言する。 ○ 見学して分かったことを工夫してまとめることができるように支援する。 ○ 伝えたいことをはっきりさせるように助言する。 ○ 構成を考えて、分かりやすく作るように促す。 ○ 絵や写真、表やグラフを活用すると理解しやすいことを知らせる。	○ワークシート④ ☆ 食材に携わった多くの人々に感謝の気持ちを持てたか。 ○記事プリント ○図書資料など ○パンフレット ☆ 自分なりにまとめることができたか。	

次時	学 習 活 動	指導者の働きかけ	学習材○・評価☆
II 学 ぶ	<p data-bbox="295 280 683 443">○ 発表会をする。</p> <p data-bbox="295 369 683 443">○ 漁場とのつながりや鮮魚のひみつについて聞く。</p> 	<p data-bbox="722 235 1142 264">伝えよう！食べ物の旅</p> <p data-bbox="722 280 1142 353">○ 気づいたことや思ったことも書くように支援する。</p> <p data-bbox="722 369 1142 443">○ グループで協力して活動できるように支援する。</p> <p data-bbox="722 459 1142 611">○ 何をどのように伝えるのか、いろいろな表現方法の確認をし、発表者の思いに合った表現になるように助言する。</p> <p data-bbox="722 627 1142 701">○ 自分のまとめたことと比べながら聞くように助言する。</p> <p data-bbox="722 716 1142 869">○ よかったところや感想等をワークシートに書き、発表者に伝えることで、発表者が達成感や成就感を持てるようにする。</p> <p data-bbox="722 929 1142 1041">○ 鮮魚が様々な人の手を経て届けられることが分かり、感謝の気持ちを新たにすることができるように促す。</p>	<p data-bbox="1185 280 1390 309">○ワークシート⑤</p> <p data-bbox="1185 369 1390 521">○OHC ○ゲストティーチャー（水産物卸業者の方）</p> <p data-bbox="1185 627 1406 1041">☆ 食材について分かったことを工夫してまとめ、伝えることができたか。 ☆ 食材が様々な人の手を経て届けられることが分かり、感謝の気持ちを持つことができたか。</p>
	III 生 か す	<p data-bbox="295 1108 683 1182">○ 青果を生産している人の話を聞く。</p> <p data-bbox="295 1276 683 1350">○ 食材と生産地とのつながりが分かる。</p> <p data-bbox="295 1444 683 1518">○ 旬の果物や野菜を使ったアイデアパフェを考える。</p> <p data-bbox="295 1579 683 1608">○ アイデアパフェを作る。</p> <p data-bbox="295 1668 683 1780">○ ゲストティーチャーに来ていただいた大阪市中央卸売市場の人や生産者に手紙を書く。</p> 	<p data-bbox="722 1064 1142 1093">つなごう！食べ物の旅</p> <p data-bbox="722 1108 1142 1220">○ 育てる様子や苦労、工夫などの話を聞き、生産者の思いに気づくようにする。</p> <p data-bbox="722 1276 1142 1433">○ 生産者が持ってきた果物を実際に見たり、触れたり、味わったりすることで、つながりを実感できるようにする。</p> <p data-bbox="722 1444 1142 1556">○ 野菜や果物を使って、おいしく食べることができるパフェを考えることができるようにする。</p> <p data-bbox="722 1579 1142 1653">○ 旬の果物や野菜を使ったアイデアパフェを作る。</p> <p data-bbox="722 1668 1142 1780">○ 手紙を書くことで、これまでの学習をふり返り、これからの食生活に生かすようにする。</p>

大阪市中央卸売市場は、日常生活に欠かすことのできない多種多様な品目の生鮮食料品を産地から集荷し、公正な値決めを行い、消費者に安定して供給する、という流通における中心的な役割を担っている。そこで、この授業は、子どもたちが大阪市中央卸売市場と自分たちの生活とのつながりについて学習することで、生産から消費までの流れについて理解することをねらいとしている。流通の過程に様々な人が携わっていることを子どもたちに気づかせることは、消費者教育の重要な目標要素の一つである。

「天下の台所」と呼ばれた大阪には、様々な食文化が伝えられている。その食文化を支え食の中核である大阪市中央卸売市場の協力のもとに進めたこの学習（消費に関わる学習）の中には、言うまでもなく、食に関わる内容が豊富に含まれている。そこで、子どもたちは、健康な体を維持することに加え、食べ物と人とのつながりを考えて感謝の気持ちを持ったり、自分たちの食生活を見直したりすることで、食に対する意識を高めるという具合に、消費者教育に随伴する食育的效果を得ることができる。

この授業では、JA 愛媛や生産農家の方、中央卸売市場の鮮魚販売の方など、実際に携わっている方をゲストティーチャーとして招いて行われた。このことは、子どもたちにとって、生産者とのつながりを直に感じることができ、作る人の思いにも気づくことができる点で大いに効果的であった。加えて、旬の果物や野菜を使ったアイデアパフェを考えて作る活動へとこの授業を発展させたことによって、子どもたちが自分の食生活をふり返り、食への意識をさらに高めることにもなった。

次に、食育の中に、その潜在的機能としての「賢い消費者」を育成する要素が含まれているケースについて考察する。

これから述べる事例は、学習指導要領で述べている消費者教育を意図的に行っているわけではないが、それが結果的に消費者教育の効果を含んでいるケースである。食育を中心とした次の三つの事例すなわち、調理指導、大学の食農教育、「干し柿作りの交流」の潜在的機能としての消費者教育について考察する。

①調理指導の潜在的機能としての消費者教育

まず、次に示す調理指導の例は、一食分の食事を整えるという、いわゆる日常生活における食事の準備や後片付けといった毎日の食事に関わる一連の過程の中に、「賢い消費者」を育成する機能が存在することを

示している⁸⁾。表1は、「一食分の食事を整える」という課題解決過程の中に、消費者教育としての成果が得られる場面が多く含まれていることを示している。一食分の食事を整えるという目的を遂行するために行った行為の中に、消費者教育を行うチャンスが多くあることがそこから見てとれる。

表1の左の欄は、調理指導の過程を時系列で示している。中央の欄は、その場面ごとに「賢い消費者」を育てる要素があることを表している。右の欄は、左と中央のそれぞれの場面で、大人の支援があればより効果的に「賢い消費者」を育てることができることを表している。ゴチックで示した箇所が、消費者教育が存在すると考えられる箇所である。

表に示したことから、「一食分の食事を整える」という行為の中に、目的とする調理の学習以外に消費者としての学びがあることが分かる。場面ごとに、大人のちょっとした助言があれば、子どものそうした力を大いに引き出すことができる。

今日のように家庭に電化製品が普及していなかった時代には、食事の準備にかかる手間や作業が必要であった。そのため家族は助け合って、食事の準備をした。そして、親は、年齢に応じた作業を子どもに手伝わせながら、必要な知識や技能を教えていった。しかし、今日では、簡単に調理できる器具も家庭に備わっている。また、それほど多くの手間をかけて食事の準備をすることも少なくなってきた。食事を大切にすることは、家族の健康の基盤作りであるとともに、同じ食事を分け合って食べるという、本来の家族のあり方に立ち戻り、家族の絆を改めて認識することにもなる。共に食べるということの大切さが叫ばれ、「共食」は「食育推進基本計画」(第2次)のコンセプトにもなっている。

これら一連の食行動に関わる各場面で、生活実感を伴った体験を積み重ねた子どもは、年令とともに消費行動における必要な力をも身に付けていく。このように日々の生活と密着した体験を積み重ねることは、小学生段階の子どもの理解力には適している。また、時間的にもゆとりのあるこの時期でこそ、着実に力を付けることができる。いろいろな意味で未完成な小学生の子どもにとっては、小さなステップで物事を理解し、生活実感を伴った知識の体得ができることこそ最も重要である。

そこで、次に、このことを「生産から消費までをミニモデルで体験する」という具体的な場面に移してさらに考察を深めてみる。

(表1) 「一食分の食事を整える」活動の中に消費者教育が存在する

食に関わる行為	子どもの消費者としての育ち	大人の支援・関わり
献立を考える	○ニュースや新聞等の情報を集める。 ○旬や栄養バランス等を生かした献立を考える。	○チラシの見方や判断基準などを話す。 ○季節感や生活リズム等、家族の好みなども考えることを示唆する。
食材の買い物	○商品の内容について、店の人からの情報を得る。 ①価格の変動を知る。 ②お買い得商品の活用 ③大量入荷で安いことなど ○表示やマークをよく見る。 ○計画的な買い物の仕方を身に付ける	○値段は変動することを知らせる。 ○商品についての情報を得ることが大事だと知らせる。
調理	○エコ調理を心がける。 ①廃棄量やごみを少なくする。 ②火の通りやすさ、食べやすい大きさ等を考える。 ③水、ガス、電気等のエネルギーを効率よく使う。	○段取り八分の意味を教える。 ○見通しをもって計画的に進める。 ○エコを考えて調理する。
食事	○一家団らん、会話を楽しむ。 ○自分が調理したものを食すという達成感を得る。	○食事を通して、文化の伝承、マナーを教える。 ○共食の楽しさ、大切さを教える。
後片付け	○水、ガス、電気等のエネルギーを効率よく使う。	○排水など、家庭生活と環境について話す。

「ご飯とみそ汁の調理」については、学習指導要領家庭「日常の食事と調理の基礎」にその旨が記されている。子どもたちがそれまでに習得している調理技能は、「茹でる」と「炒める」の二つであり、どちらか一つの技能を駆使して行う単品の調理であった。この学習過程で初めてご飯とみそ汁を「同時調理」するが、このことは家庭で日常行う食事の準備では当然のことであり、そうした学習体験は日常の食生活に直結するものである。

ここでは、冬の味覚である、旬の大根を使った調理をする例を取り上げる。この実践は、「一食分の食事を整える」という先述の基本の流れをベースにした、「生産から消費までに幅を広げた実践」である。ここでの調理につかう大根は市販のものではなく、自分で育てた大阪の伝統野菜である田辺大根である。それは、生産から消費までを体験できるように設定したミニモデルとして構成されている。

表2の右欄（ゴチック表記）に、消費者教育の視点を示している⁹⁾。表2にもとづいて考察を進めたい。



この授業は食育として行われたものであるが、その過程で子どもたちは、〈生産から消費まで〉の一連の流れを全体的に把握し、判断力や選択力を身につける。その力は、消費者として育つための必須条件であり、実感を伴った意思決定力をつけるために重要な意味をもつものである。実際に、栽培から消費までを体験することで、子どもたちは、食育が目指す「命をいただく」ありがたさや、それぞれの立場で関わっている人々たちへの理解を深めることができるとともに、食材に対する実感を伴った理解や選択力、すなわち消費者としての力も身につけることができるわけである。

また、学校で実習したことを家庭での実践に生かすことは、家庭科指導のねらいの一つであるが、それは

(表2)「生産から消費までの中に見られる 消費者教育」

活 動	消 費 者 教 育 の 視 点
(1) ペットボトルで大根を栽培する。 * 大阪の伝統野菜である田辺大根を育てる。	①栽培：水やりなどの継続的な努力。 ②収穫：喜び・生産者の気持ちに気づく。 ③新鮮な野菜のおいしさを知る。 ④野菜の匂を知る。 ⑤フードマイレージ（地産地消）など、エコについて知る。
(2) 食事の計画・献立作り 《材料を丸ごと使い切る 献立》 「 ご飯・みそ汁・大根の煮物 」	①予算を考える。 ②栄養バランスのよい献立を考える。 ③家族の好み・匂・嗜好を思い浮かべる。 《大根は1本全部 使い切る。》 ①輪切りにして煮る。 ②残りは大根おろしにする。 ③大根の皮は、きんぴらにする。 ④葉は、刻んで、みそ汁の実にする。
(3) 食材の買い物をする。	①購入する店を選ぶ。 ②必要量、値段、鮮度を考えて選ぶ。 ③安全について意識する。（消費期限・賞味期限・安全マークなど） ④販売や流通に関わる人たちの仕事について知る。
(4) 調理をする。	①水、ガス、電気などの使用量を考える。 ②安全に調理をする。（やけど、包丁の扱いなど） ③食材の廃棄量を減らす。 ④適量を調理する。
(5) 食事をする。	①食べきれる量を配膳する。 ②残食糧を減らす。
(6) 後片付けをする。	①水や湯の使用量を考える。無駄をなくす。 ②洗剤の使用量を考え、環境への配慮を意識する。

「学校における食育の家庭への波及効果」を目指すことでもある。すなわち、こうした食育を親子で実践できれば、消費についても家庭内での同一基準を持つことができ、そのことは実生活での「生きる力」として機能するようになる。

②大学における食農教育における潜在的機能としての消費者教育

大学の食農教育の授業⁽¹⁰⁾では、野菜を育てて収穫するという作業を行う。この中にも消費者教育としての「賢い消費者」を育てる機能が存在する。それは、食農教育の授業がもたらす学生の意識と態度の変容、すなわち食農教育の潜在的機能としての消費者教育の機能である。

この授業には、農業経験が皆無の学生が参加してくる。そのため、彼らは、初回の授業ではじっと受け手で指示を待っているだけであるが、自分たちが植えた野菜が育っていくにつれ、次第に積極的な学習態度に変容していく。栽培するに当たっては、理論通りの耕作と十分な肥料を施して行うため、結果として立派な野菜が沢山収穫できる。こうして育った野菜は、当然新鮮でみずみずしく美味しい。こうした新鮮な野菜を食し、その美味しさを初めて知ると、自分から調理方法を聞き、家で調理するといった具合に、積極的な行動へ移る学生が増えてくる。

また、この授業では、大量の収穫による採れたての野菜を販売することも行う。

この体験を通して、学生たちは、生産から消費への

過程を理解することができるとともに、それが食卓に上るところまでの手応えある実感を味わう。買ってくれた人に対する感謝の気持ちもわいてくる。これらの学生には、特に消費者教育を受けているという意識はないが、結果的には、そうした活動を通して、生産に関わる努力や愛情、そして大地の豊かな恵みに対する感謝の気持ちが育っている。それは、食農教育における潜在的機能としての消費者教育の成果である。



③干し柿作りの交流における潜在的機能としての消費者教育

次に、干し柿作りを通じた食育の潜在的機能である消費者教育について考察する。

事例は、大阪総合保育大学の教員志望の大学生が参加する家庭科の授業（干し柿作り）⁽¹¹⁾である。この授業は、教員志望の大学生と島根農林大学の学生が、島根県庁、島根JA、島根県大阪事務所、大阪市中央卸売市場青果とのコラボレーションを媒介に展開された⁽¹²⁾。

言うまでもなく、干し柿作りは、日本人の食に関する昔からの知恵として、すなわち食文化の一つとして存在する。渋くてそのままでは食べられない渋柿を干して乾燥させることにより、甘くて美味しい甘柿が生まれる。それは、秋に実った柿を初冬の寒風にさらして干しておくという、日本の風土に合った食材の有効な活用方法として、後世に連綿と伝えたい伝統文化の一つである。



受講生の中には、干し柿を一度も食べたことがない者や、柿を食べたことがないという者もいる。教師は食育基本法に基づいて食育を指導する者であり⁽¹³⁾、とりわけ教師志望者には、学習指導要領でも食育を担

う教科としての家庭科の内容を熟知している必要があること、また、その内容には、食育推進基本計画等の求めている「伝統文化の伝承」が含まれていることなどを指導する必要がある⁽¹⁴⁾。

この授業で受講生は、日本に昔から伝わる干し柿作りについて説明を受けた後、その干し柿作りを実際に行う。その中で彼らは、渋柿はそのままでは食べることができないことを食して初めて体験し、干すことによってその渋柿が甘くなるということの不思議と先人の知恵にふれることになる。農林大学の学生が、彼らの学習や作業の手助けをし、そうした援助のもとで干し柿作りの授業が進められた。そうした授業の中で展開された小学校の教員志望の大学生と農林大学の学生との交流は、ともに将来食育を担う者同志の出会いの性質を帯び、それはまた、生産者と消費者が互いの存在を意識し結びつく授業にもなった。これは、食育の潜在的機能としての思いがけない成果である。



3. 消費者教育における教師の資質

消費者教育について考えるとき、それに携わる教師の資質向上という点にも着目する必要がある。

教師を志望する者が消費者教育について学ぶ機会は、教員資格として小学校教諭免許取得のために受講する初等教科教育法の家庭科の内容「身近な消費生活と環境」においてである。しかし、上記に挙げた学びと実践を体験した学生は、理論だけでなく、現実に即した体験から教師としての資質の多くを学び取っている。そのことを知る一つの資料が、以下に挙げる学生の感想である⁽¹⁵⁾。

「実際に自分で作ってみて、昔の人の知恵ってすごいと改めて感じました。渋柿は本当に渋くて、これが甘い干し柿になるなんて、とても不思議だと思いました。やってみて、皮付きでしたらどうなるかなと次々と知りたいことが出てきました。今まで作りすら考えたこともなかったのに、自分で作るという貴重な体験ができてよかったです。この体験を、将

来子どもたちにもしてほしいと思います。先生になったときに教えられるように、まず自分が体験して、理解しておくことが大切だと、今回の干し柿作りで実感しました」(3回生女子)。

「20年生きてきて渋柿を食べたことがありませんでした。“渋い”という感覚は、正直まずいという感覚と同じだと思っていました。しかし実際に食べてみると、まずいというより舌がピリピリしてしびれるような感覚でした。今まで経験したことのないような感覚だったので、とても驚きました。想像だけでなく、しっかり自分が経験することの大切さを改めて感じました。先生になったときには、子どもたちと一緒に干し柿作りを体験したいと思います」(3回生男子)。

「初めて干し柿というものにふれ、干し柿の美味しさを知りました。今ではもうすっかり干し柿の虜です！今まで柿はあまり好きではなかったのですが、今回の活動を通して柿に興味をわき、スーパーでも自然と柿に目が行くようになりました。この経験を忘れず、自分が教育現場に出たときに、子どもに伝え、子どもが様々な食べ物に興味を持てるよう発信していきたいと思います」(4回生女子)。

消費者教育や食育の指導者としての教師は、ここに見られるような実体験を通して獲得する生きた資質を十分に蓄積していることが必要であると考えられる。

おわりに

以上、本稿では消費者教育と食育との関係について考察してきた。その結果、消費者教育は食育との関係も深く、そこに様々な可能性を抽出することができた。

その一つは、食に関わる行為の中には、消費者教育に繋がる場面が数多く存在する。すなわち、一食分の食事を整えるという行為の中にも、①献立を考える ②買い物をする ③調理をする ④後片付けをする行為等において、判断力や選択力を必要とする場面が多く存在し、そこにわれわれは、消費者教育の様々な切り口を見出すことができる。

二つは、児童期こそが、消費者教育を行うのに最も適した時期であるということにわれわれは改めて意を用いなければならない。消費者教育の成果を得るには、思考力や判断力の芽生えが著しく、真面目に取り組む

素直さや心の柔軟性がみられる、児童期こそ最も重要な時期であると言ってよい。

三つは、「消費者教育は食育を随伴し、食育は消費者教育を随伴する」。消費者教育の中の学びは、食育の効果も包含している。逆に、「賢い食生活者」を育てる食育においても、消費者としての素地が育つ。こうした消費者教育と食育との相互関連に着目することが、これからの消費者教育や食育にとって極めて重要となる。

このような考察の延長線上には、次の三つの大きな課題が残されている。その一つは、消費者教育を行う教師の力量を育成する方法論の開拓であり、二つは、こうした教師の力量の育成と同様、家庭における保護者の指導性の育成が鍵となる。そのため、保護者への学習支援活動を活性化する方法論の開発が必要である。三つは、体験活動を軸に据えた、大学生向けの消費者教育の方法を多方面から開発する必要がある。以上、いずれも、今後の研究課題としたい。

謝 辞

本稿の執筆にあたり、懇切丁寧なご指導を賜りました大阪青山大学教授住岡英毅先生に深くお礼を申し上げます。また、このような教育実践研究にご支援いただきました、大阪市中央卸売市場、島根県大阪事務所、JA 島根、JA 愛媛、島根農林大学校の皆様感謝申し上げます。

注

- (1) 大阪市学校教育研究会家庭部 実践授業研究 大阪市立鷺洲小学校での授業 2009.11
- (2) ここでいう顕在的機能と潜在的機能については、R・K マートンの機能分析による(森 東吾、森好夫、金沢 実、中島竜太郎 訳『社会理論と社会構造』みすず書房、1961)。マートンによる顕在的機能と潜在的機能との区別は、社会学の文献に見られる混同、すなわち、社会行動の意識的動機づけとその客観的結果との誤った混同を防ぐために考え出された。
- (3) 文部科学省 小学校教育課程説明会 中央説明会 家庭科部会での説明 2008.7.3.4 及び 当日配付資料：初等教育資料 2008.6月号。そこでは、「家族と家庭に関する教育などの充実、健全な食生活のための食育の推進、持続可能な社会の構築のため

めの消費の在り方及び資源や環境に配慮したライフスタイルの確立をめざした指導の充実など、社会の変化に対応し、主体的に生活の課題を解決できる能力をはぐくむこと」が目指されている。

- (4) 小学校学習指導要領 家庭 内容D「身近な消費生活と環境」による。
- (5) 大阪市小学校教育研究会家庭部 実践授業研究 大阪市立荻田南小学校での授業（授業者：木下貴義）2009.11
- (6) 上記(5)で提出された学習指導案に対して、学習目標をより正確にするための筆者が提案する学習指導案。上記(5)で示された学習指導案に、学習のねらいを正確に達成するために必要な改善を加えた。
- (7) 第45回全国小学校家庭科教育研究会全国大会 大阪市大会 第一会場 大阪市立鷺洲小学校公開授業指導案（授業者：木下理恵）2008.10.31
- (8) 「一食分の食事を整える」行為の中には、多くの消費者教育の可能性が含まれている。調理指導の過程において消費者教育が成立する場面をゴチックで表した。大人のかかわりが加わると、より一層の効果が期待できる。
- (9) 筆者が提案する「生産から消費までの中に存在する 消費者教育」を体験できるミニモデルである。各活動場面における消費者教育の視点をゴチックで表している。
- (10) 大阪教育大学での食農実践教育の授業 柏原キャンパスにある農園での実践。
- (11) 大阪総合保育大学における、小学校教員免許取得のための授業「家庭」での実践
- (12) 島根県の西条柿を使った干し柿作り
- (13) 内閣府「第2次食育推進基本計画」は、「食育の推進に関する施策についての基本的な方針」の一つとして、「学校、保育所等における食育の推進」を挙げており、「社会状況の変化に伴い、子どもたちの食の乱れや健康への影響がみられることから、学校、保育所等は、子どもへの食育を進めていく場として大きな役割を担っており、学校や保育所等の関係者にはあらゆる機会とあらゆる場所を利用して、積極的に食育の推進に努めることが求められている」と述べている。
- (14) 小学校学習指導要領 第1章 総則には、「教育課程編成の一般方針」の中で、「学校における体育・健康に関する指導は、児童の発達の段階を考慮して、学校の教育活動全体を通じて適切に行う

ものとする。特に、学校における食育の推進並びに体力の向上に関する指導、安全に関する指導及び心身の健康の保持増進に関する指導については、体育科の時間はもとより、家庭科、特別活動などにおいてもそれぞれの特質に応じて適切に行うよう努めることとする。また、それらの指導を通して、家庭や地域社会との連携を図りながら、日常生活において適切な体育・健康に関する活動の実践を促し、生涯を通じて健康・安全で活力ある生活を送るための基礎が培われるよう配慮しなければならない。」と述べられている。

- (15) 2014年10月28日 大阪総合保育大学「家庭」の授業（上記と同様の食育実践）後の学生の感想。

参考文献

- 1) 安藤明人. 大学生とクレジットカードをめぐる問題. 武庫川女子大紀要. 2002, p. 55-56.
- 2) 飽戸 弘. 消費文化論 ―新しいライフスタイルからの発想―. 中央経済社. 1987.
- 3) ダニエル・ベル, 内田忠夫他訳. 脱工業社会の到来 上・下. ダイヤモンド社. 1975.
- 4) 暮らしの豆知識. 独立法人国民生活センター. 2013, 2012.
- 5) 今井光映, 中原秀樹. 消費者教育論. 有斐閣ブックス. 1994.
- 6) 西村隆男著. 日本の消費者教育 その生成と発展. 有斐閣. 1999.
- 7) 何を、どうやってつたえるか 教員・講師のための消費者教育ティーチングガイド. 内閣府国民生活局. 消費者教育用教材作成に係る調査委員会. 2008.
- 8) 毎日新聞社. 話のタネー会話が弾む教養読本. PHP 文庫. 1998.
- 9) NHK取材班. 消費者の時代. NHK 放送出版協会. 1978.
- 10) 野田文子. 消費者市民社会の担い手を育む. 日本消費者教育学会関西支部. 2013.
- 11) 奥村美代子, 谷村賢治編. 生涯消費者教育論―生活の安全保障を考える―. 晃洋書房. 2000.
- 12) 大阪市消費生活通信講座テキスト. 家庭での消費者教育. 大阪市消費者センター. 1990.
- 13) ルース・シュウオーツ・コーワン著, 高橋雄造訳. お母さんは 忙しくなるばかり. 法政大学出版社. 2011.

- 14) スギヤマカナヨ作, 畑山重篤監修. 山に木を植えました. 講談社. 2008.
- 15) セヴァン・カリス＝スズキ著, ナマケモノ倶楽部編/訳. あなたが世界を変える日 ― 12歳の少女が環境サミットで語った伝説のスピーチ. 学陽書房. 2003.
- 16) シム・シメール, 小梨 直訳. 地球のこどもたちへ. 小学館. 2000.
- 17) 谷村賢治, 小川直樹編. 新版 生涯消費者教育論 ―地域消費者力を育むために―. 晃洋書房. 2007.
- 18) 東京学芸大学, みずほフィナンシャルグループ. 考えてみよう これからの暮らしとお金. 金融教育共同研究プロジェクト. 2011.
- 19) 武長脩行. アメリカとイギリスの消費者教育―定義、歴史的な発展と金融サービス―. 早稲田大学消費者金融サービス研究所. 2001.
- 20) 宇都宮健児. 悪質商法から身を守る方法. 東洋経済新報社. 2001.
- 21) 山本紀久子. 自己責任を育てる 消費者教育. 日本書籍. 1999.
- 22) 米川五郎, 高橋明子, 小木紀之編. 消費者教育のすすめ. 有斐閣選書. 1994.