

擬似体験学習を取り入れた消費者教育

1 感性と消費者教育

本校の家庭科では、自分の生活を楽しみ、それをよりよいものへと創造していく子ども、最終的には自立した子どもを育てることを目指している。

人は消費生活を営んでいく上で、多様な価値観と出会う。いろいろな異なる考え方があることを認め合い、その上で自分なりの考えをもつことが、自立につながっていくであろうと考えられる。

感性とは、「価値あるものに気づく感覚」であると定義されている。様々な価値観が存在する中で、自分なりの考えを持ち、それを自分の生活に生かしていくことが、消費者教育のねらいであるならば、感性が消費者教育に大きく関わっているということがいえるであろう。

一人一人の生活は当然異なるものであり、物や金銭に対する価値観も様々である。そこで家庭科における消費者教育では、単に物の買い方や選び方を学ぶのみではなく、一人一人が消費生活における課題を見つけ、それを解決、追究していくことのできるような学習を進めていきたい。また、消費者教育の目的は“賢い消費者づくり”のみにとどまらず、もっと人間の生活の本質を問うものであると考えていきたい。

2 実践事例——第5学年「通信販売で買い物をしよう」

(1) 題材について

今日、人が生活していく上で、物を買うことは欠かせない行為である。しかし、大量生産や大量流通のシステム、広告・宣伝などの情報の氾濫等により、様々な消費者問題が発生している。多くの価値観が存在する中で、消費者として何を選択するかを自己決定し、日常生活を的確におくるためにも、学校教育において消費者教育を行うことが必要であると考えられる。

通信販売の利用率は年々増加しており、本学級においても、半数以上が通信販売で家族の人などに品物を買ってもらった経験を持っている。さらに、自分で品物を選んで購入したことのある子どもも25%にのぼる。その中で、何人かの子どもは、品物のイメージと違っていただけの困った点を指摘している。しかし、通信販売で何か買ってみたいという気持ちを持っている子どもが多く、将来その利用率は増えることが予想される。

本題材では、通信販売で生じる問題点を解決する方法を探りながら、通信

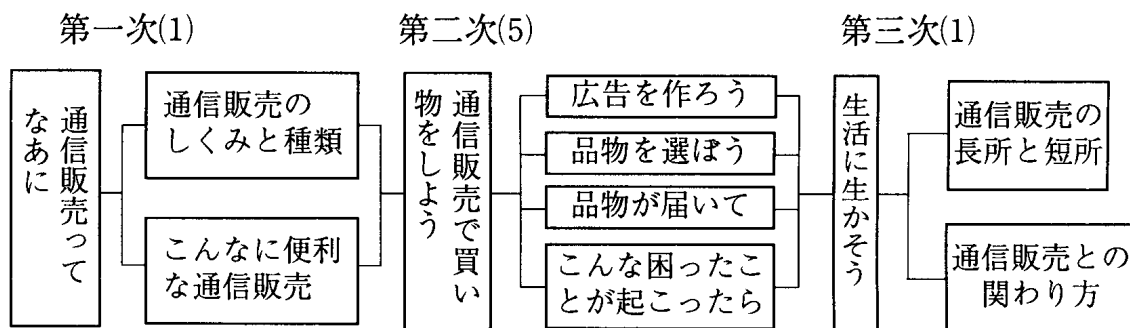
販売の長所と短所を明らかにし、その上で通信販売に対する自分なりの考えをもつことができるようにしたい。それが、子どもたちの消費者としての正しい判断力を養うことにつながるであろうと考える。

(2) 指導目標

① 通信販売で生じる問題点を見つけ、その解決方法を考えることによって、主体的に判断する力を身につけ、消費者としての自覚を高めることができるようにする。

② 通信販売のしくみと、その長所と短所を明らかにした上で、これから通信販売とどう関わっていくか、自分なりの考えを持つことができる。

(3) 指導内容と計画…………… 7時間（本時 第二次 第4時）

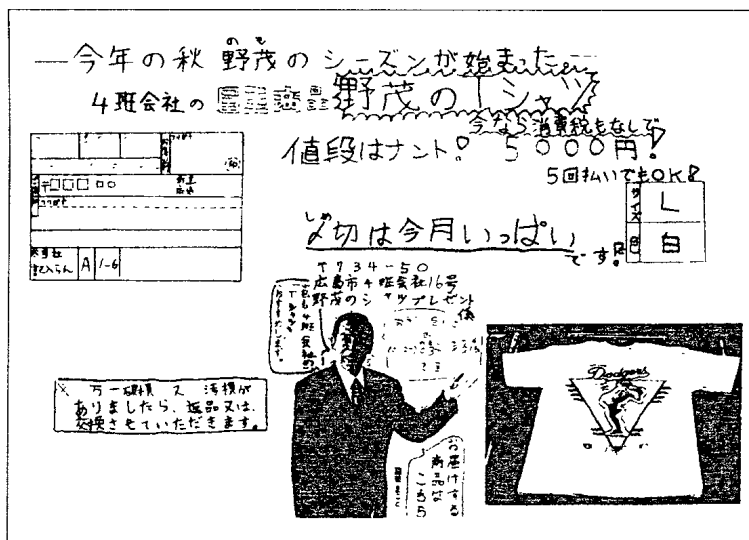


(4) 授業づくりにあたって

第二次では、通信販売の長所、短所を実感するために擬似体験学習を取り入れた。まずは、おのおのの集めた通信販売の広告をもとに、自分たちが売ろうと思った品物の広告をグループごとに作ってみることにした。ここでは優れた広告を作ることが目的ではないので、①商品名と値段は必ず書くこと②消費者が安心して買える広告になるように心がけることの2点のみを確認し、できるだけこちらからの投げかけはしないようにした。できあがった広告を見せ合い、その中から自分の買いたいものをひとつ選んだ。

本時は、自分たちが作った広告をもとに自分が選んだ品物が、実際に手元に届くというところから始まる。そこには、品物がイメージ通りだった、イメージ通りでなかったという二通りの感想が出ると思われる。異なる感想を持った子どもたちが、自分の描いた具体的なイメージとその品物が一致した理由、違っていった理由をそれぞれ出し合いながら、実物を見ないで品物を選ぶ難しさを実感できるようにしたいと考えた。さらにイメージと違っていった

場合に、どう対処すればいいかという投げかけをし、そのことから、どんなことに注意して広告を見ればいいかということに気づかせ、子どもたちに消費者としての判断力を身につけさせたいと考えた。



(子どもたちの作った広告より)

(5) 授業仮説

自分たちの作った通信販売の広告をもとに買い物をするという擬似体験学習を取り入れれば、子どもたちはどんなことに注意して広告を見ればいいかということに気づくであろう。

(6) 本時の目標

通信販売で買い物をするとき、どんなことに注意して広告を見ればいいかということに気づく。

(7) 評価の観点

関心・意欲・態度	実際に届いた品物が、自分の描いたイメージと一致した理由、違っていった理由を、意欲的に考えようとしている。
創意工夫	友だちと意見を出し合う中で、広告を見るときにどんなことに注意したらいいか、自分なりに見つけることができる。
技能	イメージ通りだった点とその理由、イメージと違っていった点とその理由を、ワークシートにまとめることができる。
知識・理解	広告を見るときにどんなことに注意したらいいかということがわかる。

(8) 学習の展開

学 習 活 動	指 導 ・ 支 援 活 動
1 自分の選んだ品物のイメージを描く。	1 ・ 同じ品物を選んだ子ども同士のグループを編成し、その広告を見る場とイメージを描く時間を設ける。
2 届いた商品がどうだったかを確認して、イメージ通りだった理由やイメージとの違いが生じた理由を考える。	2 ・ 前時に書いたワークシートをもとに、自分がその品物を選んだ理由を確認し、どこがイメージ通りだったか、またどこがイメージと違っていたかということに気づくことができるようにする。 ◎イメージ通りだった点とその理由、イメージと違っていた点とその理由を整理して考えることができるように、ワークシートを準備する。
3 それぞれの理由をグループで出し合い、それを発表する。	3 ◎イメージ通りだった子どもと、イメージと違っていた子どもとが、それぞれの理由を出し合いながら、考えを深めていけるようにする。
4 イメージ通りでなかった場合の対処方法を考える。	4 ・ いろいろな対処方法がある中で、本当にそれが可能かどうかを問いかけることによって、もう一度広告を確認することを促す。
5 通信販売の広告を見るときに、どんなことに注意したらいいかということを考えてまとめる。	5 ・ 自分ならばどんなことに注意するかということをもとに考えるように投げかける。 ・ 一人一人の考えを大切に、認めていく。

3 考察

(1) イメージについて、子どもたちはどのように受けとめたか。

「イメージ」ということばが、子どもたちにとってはとらえにくく、ことばそのものに惑わされた子どもが多かったように思う。

通信販売で買いたいものをしよう

5年組 ()

グループ名: WORLD グループ


イメージ	写真	イメージ	写真
イメージは、 デザインがかわいく かわいい商品	写真には世界地図が あってかわいい	イメージは、 色もきれい デザインもかわいい	写真には かわいい商品
大きさ	写真とイメージが 違ってました	イメージは、 かわいい商品	写真には かわいい商品
230面の時計の デザイン	写真で見ると イメージと違って		

よく商品が
返品できるのか

大きさ

詳しい説明が書いてあるか

住所や電話番号が書いてあるか




しかし、ワークシートには、「イメージ通りだった点」に63点、「イメージと違っていた点」に75点の記述があり、通信販売ではイメージの違いが生じやすいことを感じることはできたようだ。

授業の最後に書いた、「広告を見るときに注意すること」を分析すると、次のような記述が多かった。

- | | |
|------------------------------|----------|
| ○よく読む（商品の特徴、サイズ、返品、保証等を確認する） | ・・・87.5% |
| ○価格を検討する | ・・・52.5% |
| ○写真をよく見る（色、形等を確認する） | ・・・35.0% |

これらから、広告から描くイメージと実物との違いを生じさせない努力が必要なことに、意識が向いてきていることがわかる。また、写真や絵など視覚的な情報だけで決定することの危険性も感じているようだ。

(2) 実体験に迫る擬似体験になっていたか。

子どもたちが広告づくりをした品物は、置き時計（2グループ）、腕時計（2グループ）、CD、本、Tシャツ、ジーンズである。広告づくりの際には自分たちの売りたいものの広告を作ったため、買う立場に立ったときの、子どもたちの購買意欲はどうだったかという課題が残った。通信販売でどんなものを買ってみたいかという事前に行ったアンケートをもとに、広告を作る品物を決めるとか、もっと多くの品物の中から買うものを選べるようにするという手立てが必要であったと思われる。また、通信販売では正しく注文することができなければ品物は届かない。広告と品物を比較したイメージの違いからくるトラブルの擬似体験だけでなく、注文書の書き方から発生するト

ラブルの擬似体験も、授業の中に組み込むことができればよかったのではないかということがいえる。

体験学習を取り入れた授業が、子どもたちを引きつけることは言うまでもないが、実際の体験よりも擬似体験の方がねらいに迫ることができる場合も多い。実体験に迫る擬似体験学習を授業に取り入れるにはどのようにすればいいか、今後も探っていきたい。

(3) 通信販売に対する自分なりの考えをもつことができたか

この題材の最終的なねらいは、通信販売の長所、短所を学習した上で、これから通信販売とどう関わっていくか、自分なりの考えを持つことであった。

第三次の終わりにそれについて書いた子どもたちのノートを見ると、これからは広告をよく見るなどの注意をして、通信販売を利用していきたいという記述が多かった。しかしごく少数ではあるが、通信販売は利用したくないという子どももいた。二人の子どものノートの内容を紹介したい。

○ 時間がなくてお店に行けないということはあまりないけど、重い荷物をたのみたいというときは便利だから、これからも利用したいと思っています。でも頼むときは、値段や会社の住所、電話番号はきちんと確かめてからにしようと思います。でも夕方は家にいないことが多いから、生協のように品物を取りに行く方が、私は気楽でいいと思います。

○ いくら店に行かなくても買えるといっても、やはり店の品物を選ぶという楽しみがなくてはいけない。店には車で行くとすぐに行けるけど、通信販売だと時間がかかると思う。通信販売は品物がかぎられているが、店には種類がいろいろあって、選ぶのが楽しい。いくら安くても、ぼくは通信販売であまり買う気にはなれない。

子どもたちは授業での学習をふまえた上で、今の自分の生活に応じた自分なりの考えをもつことができたようである。しかしこれは現時点の考えであり、これから生活は変化していくし、考えも変わるかもしれないということ子どもたちと共に確認した。このように、通信販売の善し悪しについての結論を出すのではなく、一人一人の異なる考えを認め合うことによって、自分の生活をよりよいものへと創造していく力が育まれるのではないかと思われる。

(植田 順子)