

高等学校家庭科における“21世紀型消費者教育”の実施状況と今後の課題
- 「家庭基礎」の教科書分析を手がかりに -

How is “Consumer Education of the 21st Century” Carried out
in a High School Home Economics Class?
- An Analysis of “Basic Home Economics” Textbooks -

椋山女学園大学 東 珠実

Tamami Azuma

小田 奈緒美

Naomi Oda

キーワード

21世紀型消費者政策、消費者教育の体系化、少年期の消費者教育、
家庭基礎、教科書分析

要 旨

本研究では、消費者基本法（2004年）に基づいて策定された消費者基本計画（2005年）によって政策的に実施された「消費者教育の体系化」及び「総合的推進研究」の成果に注目し、それらが提示した消費者教育の新しい枠組みや内容を「21世紀型消費者教育」としてとらえ、そこにみる学習内容が現在の高等学校家庭科においてどの程度実施されているかを明らかにすることを目的とした。具体的には、現在使用されている7種（7社）の「家庭基礎」の教科書において、「21世紀型消費者教育」を構成する41項目（安全領域：10項目、契約・取引領域：11項目、情報領域：10項目、環境領域：10項目）の学習内容が、どの程度取り上げられているかについて捉えたものである。

分析の結果、「家庭基礎」の教科書において掲載率が最も高い領域は契約・取引（各学習内容の平均掲載率：74.7%）で、次いで、安全、環境の順となり、最も掲載率が低いのは情報領域（平均掲載率：30.7%）であった。また、個別項目に注目すると、食の安全や家計管理・生活設計及び契約トラブル、グリーンコンシューマーとしてのライフスタイルに関する学習内容の掲載率が高く、製品の安全、金融商品、インターネットの利用及び知的財産権、環境活動への参加等に関する学習内容の掲載率が低かった。掲載率の低い学習内容については、今後家庭科だけでなく、他の教科や総合的な学習の時間、個々の家庭など、多様な場において学習の機会が設けられる必要のあることが明らかとなった。

緒言

2003年に内閣府国民生活局が報告した『21世紀型の消費者政策の在り方について』¹⁾を受け、2004年に制定された「消費者基本法」においては、「消費者の権利の尊重及び自立の支援」が基本理念とされ、消費者教育の機会が提供されることが、権利の1つに掲げられた。さらに、翌年、策定された「消費者基本計画」では、「学校や社会教育施設における消費者教育の推進」が消費者政策の重点の1つに位置づけられ、以後、消費者教育は、これまでにないほどの強い政策的後押しを受けながら、展開されることとなった。

消費者基本計画の「具体的施策」には、消費者教育に関連するものとして、推進体制の強化、担い手の強化及び機会の拡充、内容の充実、リソースセンターの機能強化の各項目が掲げられたが²⁾、とりわけ、「内容の充実」に関して、2006年3月に「消費者教育の体系化」が試みられたことは意義深い。ここでは、「自立した消費者」をめざすという理念の下、従前、必ずしも明確にされてこなかった消費者教育の領域（安全、契約・取引、情報、環境）が設定され、ライフステージ（幼児期、児童期、少年期、成人期（高齢期を含む））に応じた領域別目標が整理されることによって、消費者教育の全体像

が初めて提示されたのである³⁾。さらに、翌年には、消費者基本計画の追加施策⁴⁾に応えるかたちで「消費者教育の総合的推進に関する調査研究」（以下、「総合的推進研究」という。）が行われ、ライフステージ別の領域別目標に対応する学習内容が明らかにされた⁵⁾。

このように消費者教育に関する近年の政策的な進展には画期的なものがあるが、それにもかかわらず、その成果は十分周知されておらず、その活用が図られる機会は、ほとんどみられない。そこで、本研究では、「消費者基本計画」に基づいて実施された「消費者教育の体系化」及び「総合的推進研究」で提案された消費者教育の新しい枠組みや内容を「21世紀型消費者教育」としてとらえ、それが現行の家庭科教育においてどの程度実施されているかを把握することを目的とした。さらに、今後、高校生に対して21世紀型消費者教育を展開していく場合、具体的にどのような課題があるかを明確化したいと考えた。

研究方法

1. 研究の枠組み

本研究の全体的な枠組みは、図1に示したとおりである。また、図1に掲げた「消費者教育の体系化」によって提示された少年期（中学・高校生）の

消費者教育の目標は、表1（右列）のようである。ここでは、「自立した消費者」をめざすことを理念に、全体目標（左列）に対応するかたちで、安全領域：3、契約・取引領域：4、情報領域：3、環境領域：3の合計13の目標が掲げられ、知識・技能だけでなく、興味・関心や意識・態度・行動等について、広く求められる事項が取り上げられている。

さらに「総合的推進研究」においては、少年期の13の領域目標のそれぞれ

れについて、2～4項目の学習内容が提示され、全体で41項目の学習内容が明らかにされている（安全／目標：5項目、目標：3項目、目標：2項目、契約・取引／目標：3項目、目標：4項目、目標：2項目、目標：2項目、情報／目標：4項目、目標：3項目、目標：3項目、環境／目標：2項目、目標：4項目、目標：4項目）。各項目の内容については、後掲の表2-1～表2-4に示したとおりである。

図1 研究の枠組み

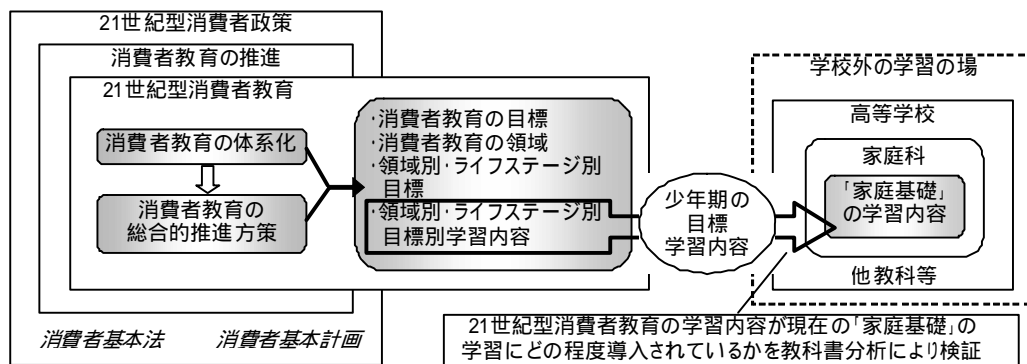


表1 消費者教育の体系化によって提示された消費者教育の目標・領域と
 少年期（中学・高校生）の領域別目標

消費者教育の理念：「自立した消費者」をめざして	
目標	消費生活に関して、自ら進んで必要な知識を習得し、必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動できる消費者の育成
目標	消費生活に関して、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮する消費者の育成

領域	全体目標	少年期(中学・高校生)
安全	商品(食品を含む)の安全性等に関する情報を確認し、生命・健康への影響に配慮して、商品を選択・利用できる。	日用の商品のマークや品質表示などの意味を理解して、集めた情報の中から、安全な商品を選び適切な取扱いができる。
	商品による事故・危害に適切な対処ができる。	日用の商品による事故・危害に応じた相談機関を利用できる。
	安全に暮らせる社会を目指し、消費者の安全を確保するために協力して取り組むことができる。	商品の安全性、消費者の安全を確保するための取り組みを知り、法律や制度に関心をもつことができる。
契約・取引	自己の必要性を満たすために、適切に判断し、合理的な選択ができる。	日用の商品を買うときに、必要性や価格、品質などを比較検討して選択できる。
	家計を適切に管理し、合理的な生活設計やお金の使い方ができる。	家計や将来の生活を考えて、買い物の購入計画を立てたり、貯金などを有効に活用できる。
	契約の意味・内容や契約上の権利と義務を理解し、契約を誠実に履行できる。	契約の意味と基本的なルールや仕組み(契約当事者としての権利と義務等)を理解し、適切な消費行動ができる。
	トラブルにあったときに適切な対処ができるとともに、安心して契約・取引ができる社会を目指し、協力して必要な取り組みができる。	契約・取引のトラブルにあったときに、消費者のための法律・制度を活用したり、身近な人や相談機関に相談することができる。
情報	情報通信を消費生活の向上に役立てることができる。	情報通信の利便性を理解し、情報の収集・発信などの際に情報通信を適切に活用できる。
	個人情報適切に管理し、自他の権利や利益に配慮して情報通信を適切に活用できる。	情報の収集・発信の際に起こる問題や解決方法を理解して、個人情報を適切に管理し、自他の権利や利益に配慮して情報通信を適切に活用できる。
	知的財産権に配慮して、他人の創作物などを利用できる。	作品や商品には知的財産権があり、法律で保護されていることを理解し、知的財産権に配慮して他人の創作物などを利用できる。
環境	商品の購入段階において、商品の環境に関する情報を確認し、環境への影響に配慮した商品を選択できる。	日用の商品のマークや品質表示などの意味を理解し、環境に配慮した商品を選ぶことができる。
	商品の使用・廃棄段階において、物を大切にするとともに、消費生活が環境に及ぼす影響を認識し、適切な対処ができる。	消費生活が環境に及ぼす影響を理解し、日用の商品の使用・廃棄について適切な対処ができる。
	持続可能な社会を目指し、消費生活に関わる環境保全の取り組みに協力して取り組むことができる。	国内や国際的・地球規模の環境問題と消費生活との関連に関心をもち、それらに関わる環境保全活動に参加・協力できる。

注：財団法人消費者教育支援センター『消費者教育体系化のための調査研究報告書』、最終頁(2006)「消費者教育体系シート - ライフステージに応じた領域別目標」より、関連事項を抜粋した。

これらの少年期(中学・高校生)の消費者教育の目標や学習内容については、中学生の段階で習得すべき事項と高校生の段階で習得すべき事項につい

て明確な区別は示されていないが、本研究においては、少なくとも高校生に対して、これらすべての目標及び内容項目を学習する機会が提供されること

が望ましいと考えた。そこで、13 の目標の下に設定された 41 の学習項目が、高等学校の消費者教育を担う中心的教科である家庭科において、どの程度取り扱われているかについて把握することにした。なお、ここでは、高等学校家庭科の各科目のうち、最も履修者の多い「家庭基礎」の教科書を手がかりに、以下のとおり、分析を実施することにした。

2. 分析の方法

(1) 分析対象

本研究で分析対象としたのは、出版社の異なる次の 7 種の「家庭基礎」の教科書である。

- A : 開隆堂『家庭基礎 明日の生活を築く』(平成 19 年 3 月 15 日発行)
- B : 教育図書『家庭基礎』(平成 19 年 2 月 5 日発行)
- C : 実教出版『新家庭基礎 未来へつなぐパートナーシップ』(平成 19 年 1 月 25 日発行)
- D : 第一学習社『改訂版 家庭基礎 自分らしく生きる』(平成 19 年 2 月 10 日発行)
- E : 大修館書店『新家庭基礎 生活の創造をめざして』(平成 19 年 4 月 1 日発行)
- F : 東京書籍『家庭基礎 自立・共生・創造』(平成 19 年 2 月 10

日発行)

- G : 一橋出版『家庭基礎 - すこやかに生きる - 』(平成 19 年 1 月 20 日発行)

(2) 分析方法

分析は、以下の手順に基づいて実施した。

上記 7 種の教科書において、21 世紀型消費者教育に求められる 41 の学習内容がどの程度取り上げられているかを確認・評価した。ここでは、安全、契約・取引、情報、環境の領域順に分析を行った。結果については、各学習内容のほぼ全体に関連する表記が見られる場合()、一部のみに関連する表記が見られる場合()、関連する表記が見られない場合(x)の 3 段階で評価し、特徴的な掲載内容を捉えることにした。

の結果に基づき、各学習内容の掲載率(掲載教科書数/全教科書数(7))を求め、掲載率の高い学習内容項目と掲載率の低い学習内容項目を把握した。なお、掲載教科書数については、 の場合を 1、 の場合を 0.5 とした。さらに、掲載率の低い学習内容に対して、今後、どのような場で、学習の機会をとらえるべきかについて検討した。

結果及び考察

1. 「家庭基礎」の教科書における 21 世紀型消費者教育に関する学習内容の掲載状況

(1) 安全領域

安全領域について、少年期の消費者

教育に求められる学習内容が、現在使用されている高等学校「家庭基礎」の教科書にどの程度掲載されているかを明らかにすると、表 2 - 1 のとおりとなる。

表 2 - 1 「家庭基礎」の教科書における安全領域の学習内容の掲載状況

[安全領域] × < 少年期 > の目標別学習内容		教科書の種類						
目標	目標に対する学習内容	A	B	C	D	E	F	G
a	製品の正しい使用方法やマーク等を無視した誤った使用は危険であることを理解する。			×	×	×	×	×
b	製品に付与された安全のマーク(SGマークなど)や警告マークの意味や特徴などについて理解する。			×		×	×	
c	食品表示(JASマーク)や、アレルギー物質などに関する正しい知識を理解する。					×		
d	食品の安全について興味・関心をもつ。							
e	防災製品など、安全を守るための様々な製品の存在を知り、使い方を身につける。			×				
a	安全に問題がある製品や食品等に接した場合、身近な人に相談する習慣を身につける。	×	×	×	×		×	×
b	製品の安全に関する相談機関やPLセンターなどの存在や役割を理解する。							
c	安全に問題がある製品や食品等に接した場合、クレームを出すことができることを理解する。							
a	製品の安全を確保するための取り組みや法制度(製造物責任法等)について興味をもつ。							
b	法律や制度が遵守されない場合、被害が発生することを理解する。		×					

注：1) 目標に対する学習内容は、株式会社三菱総合研究所『消費者教育の総合的推進に関する調査研究報告書』、～(2006)より抽出している。目標～は、表1に示したとおりである。

2) 各教科書に各学習内容のほぼ全体に関連する表記が見られる場合は、一部のみに関連する表記がみられる場合は、関連する表記がみられない場合は×を記した。

目標 「日用の商品のマークや品質 表示などの意味を理解して、集めた情

報の中から、安全な消費を選び適切な取扱いができる」に関する学習内容は、5項目である。総じて、食品表示やアレルギー物質等の理解（-c）や食品の安全への関心（-d）など食品に関する事項はほとんどの教科書で取り扱われているのに対し、製品の安全マーク・警告マークの意味（-b）や誤使用の危険性（-a）など製品に関する事項を取り扱う教科書は限られている。製品の安全マーク等を掲載している教科書は7種中4種であるが、このうち2種は口絵や巻末資料としてマークの一覧を掲載しているだけで⁶⁾、本文中の解説はみられない。また、その他の安全を守るための製品（-e）については、学習内容に例示されている「防災製品」を取り扱う教科書はなかったが、「衣生活の安全」との関係で防災製品の存在やマークを伝えるもの⁷⁾などがみられた。

目標 「日用の商品による事故・危害に応じた相談機関を利用できる」に関する学習内容は、3項目から成る。製品の安全に関する相談機関等の認知（-b）やクレーム（-c）については、消費者の権利や消費者保護の観点から消費生活センター等に相談できることや、製造物責任法によって企業に損害賠償を求められることができることなどを取り扱う教科書が多いが、他方、身近な人に相談する習慣（-a）への

言及はほとんどみられない。ただし、教科書Eでは「消費者としてのあなたの態度についてチェックしてみよう」というチェックシートの中に「欠陥商品を買ってしまったら、問題のある勧誘を受けた場合は、まわりの人に、そのことを知らせ、…」という具体的な表記がある⁸⁾。

目標 「商品の安全性や消費者の安全を確保するための取組みを知り、法律や制度に関心をもつことができる」の学習内容は、2項目である。製品の安全確保のための取組みや法制度（-a）については、製造物責任法がすべての教科書で重要項目として取り扱われているが、一方、法律が守られないことが消費者被害を招く（-b）という説明はいずれの教科書にもみられず、むしろ被害が発生したら法律が救済するといった論調となっている。また、消費者被害については、過去の消費者問題などに関わって説明がなされており、その原因については、事業者のコンプライアンスの欠如というよりは「消費者と事業者の格差によって構造的に発生する」⁹⁾という認識が示されている。

（2）契約・取引領域

契約・取引領域について、少年期の消費者教育に求められる学習内容が、現在使用されている高等学校「家庭基

礎」の教科書にどの程度掲載されているかを明らかにすると、表 2 - 2 のとおりとなる。

表 2 - 2 「家庭基礎」の教科書における契約・取引領域の学習内容の掲載状況

[契約・取引領域] × < 少年期 > の目標別学習内容		教科書の種類							
目標	目標に対する学習内容	A	B	C	D	E	F	G	
	a	身の回りの商品を買うときに必要なものと、必ずしも必要ではないが欲しいものを分別する習慣を身につける。			×			×	
	b	身の回りの商品について、必要性や付加価値などの費用対効果を検討する習慣を身につける。						×	
	c	必要性や欲求の度合いに応じて商品を探し、価格や品質の関係を考える習慣を身につける。						×	
	a	お金について、計画的な使い道を考えて使用する習慣を身につける。							
	b	生活設計をしっかりと立て、預貯金やローンを適切に活用することの大切さを理解する。							
	c	生活上のリスクを知るとともに、保険の活用を理解する。		×		×			
	d	株式などの金融商品について、特徴やリスクとリターンについて理解する。	×	×		×			×
	a	契約の意味や基本的な法律(消費者契約法等)について理解する。							
	b	お金の役割や契約、カード・金利など、現代社会における金融経済の仕組みの基礎を理解する。							
	a	契約・取引でトラブルにあったときや不安を感じた際、身近な人に相談する習慣を身につける。	×	×	×	×		×	×
	b	契約・取引に関するトラブルの際、相談する機関が存在することを理解する。							

注：1) 目標に対する学習内容は、株式会社三菱総合研究所『消費者教育の総合的推進に関する調査研究報告書』～(2006)より抽出している。目標～は、表1に示したとおりである。

2) 各教科書に各学習内容のほぼ全体に関連する表記が見られる場合は、一部のみに関連する表記がみられる場合は、関連する表記がみられない場合は×を記した。

目標 「日用の商品を買うときに、必要性や価格・品質などを比較検討して選択できる」に関する学習内容は、3項目である。費用対効果の検討(- b)、適切な動機による商品選択と価格・品質の考慮(-c)については、7種の教科書のうち6種において「意思決定の過程」の学習の一環として説明

がなされているが、ニーズとウォンツの分別の必要性（ -a）への言及がみられるのは 4 種のみである。また、これらの学習に関して、教科書 D においては、アメリカの消費者教育でしばしば用いられる「意思決定の木（デジジョンメイキングツリー）」に基づく説明がなされている点が興味深い¹⁰⁾。

目標 「家計や将来の生活を考えて、買い物の購入計画を立てたり、貯金などを有効に活用できる」に関する学習内容は、4 項目である。これらのうち、計画的な支出（ -a）や生活設計に基づく資産管理（ -b）については、程度の差はあるものの、すべての教科書で取り扱われている。ここでは、生活設計と家計管理の関係について「モデル世帯の生涯収支」の図を掲載している教科書¹¹⁾と「世帯主の年齢階級別にみた貯蓄の目的」¹²⁾を掲載している教科書が 2 種ずつみられ、生涯家計の動きを視覚的に示している。一方、リスクと保険（ -c）や投資と金融商品（ -d）などの選択的・発展的な家計管理に関しては、まったく掲載のない教科書もみられ、特に金融商品については掲載率が低い。金融商品について十分な表記がなされている教科書は 1 種のみであるが、当該教科書 F においては、金融商品の種類と特徴及びポートフォリオの必要性についても示唆している¹³⁾。

目標 「契約の意味と基本的なルールや仕組み（契約当事者としての権利と義務等）を理解し、適切な消費行動ができる。」に関する学習内容は、2 項目である。契約の意味や基本的法律（ -a）については、すべての教科書において充実した記述がみられ、消費者基本法及び消費者契約法について解説がなされている。また、金融経済の仕組み（ -b）についても、国民経済（国際経済）における家計の位置づけ及び家計の内部構造などを中心に、いずれの教科書にも図表を用いた説明がある。

目標 「契約・取引のトラブルにあったときに、消費者のための法律・制度を活用したり、身近な人や相談機関に相談することができる。」に関する学習内容は、2 項目である。契約・取引のトラブルに関する相談機関（ -b）については、すべての教科書で消費生活センター等が紹介されているが、他方、身近な人に相談する習慣（ -a）に関しては、教科書 D を除き、いずれの教科書にも記載がみられない。すなわち、先にみた製品トラブル同様、契約・取引においても、問題に直面したときには、専ら専門機関への相談を推奨する傾向が明らかである。

（3）情報領域

情報領域について、少年期の消費者

教育に求められる学習内容が、現在使用されている高等学校「家庭基礎」の教科書にどの程度掲載されているかを

明らかにすると、表2 - 3のとおりとなる。

表2 - 3 「家庭基礎」の教科書における情報領域の学習内容の掲載状況

[情報領域] × < 少年期 > の目標別学習内容		教科書の種類						
目標	目標に対する学習内容	A	B	C	D	E	F	G
a	パソコンやインターネットを活用した情報通信の基礎を理解し、情報収集する力を身につける。			×				
b	情報通信の利便性ととも、危険性を理解する。			×			×	
c	情報通信等を通じて、個人や組織の情報発信や意思疎通を図ることができることを理解し、その技能を身につける。		×	×			×	×
d	インターネットを利用する際の最低限知っておくべきルールやマナーを身につける。	×	×	×	×	×	×	×
a	自分の個人情報を守る意識を身につける。			×		×		×
b	情報通信の利便性ととも、危険性を理解する。(再掲)			×			×	
c	インターネットを利用する際の自他の権利などの法律や制度等を理解する。		×	×	×	×		×
a	知的財産権について、基礎的な概念を理解する。	×	×	×	×		×	×
b	インターネット等の情報通信を利用する際に知的財産権に関する注意点を理解する。	×	×	×	×	×	×	×
c	インターネット上のコピーの法的規制や、偽ブランド品の違法性など、生活の中の知的財産権について考える習慣を身につける。	×	×	×	×	×	×	×

注：1) 目標に対する学習内容は、株式会社三菱総合研究所『消費者教育の総合的推進に関する調査研究報告書』～(2006)より抽出している。目標～は、表1に示したとおりである。
 2) 各教科書に各学習内容のほぼ全体に関連する表記が見られる場合は、一部のみに関連する表記がみられる場合は、関連する表記がみられない場合は×を記した。

目標 「情報通信の利便性を理解し、情報の収集・発信などの際に情報通信を適切に活用できる」に関する学習内容は、4項目である。情報通信の基礎

と情報収集力の習得(-a)については、大部分の教科書において情報通信に関する基本的事項の記述がみられるが、その内容はいずれも、情報化が進

展するなかでインターネットを用いてどのようなことができるようになったかというレベルにとどまるもので、具体的に情報収集力を身に付けるための課題（調べ学習）が設定されているのは教科書Gのみである¹⁴⁾。また、情報通信の利便性・危険性（-b）は、情報通信の基本的事項の中で簡単に説明される場合がほとんどであるが、教科書Eでは、コンピュータを用いた情報化のメリット、デメリットを、比較対照表を用いて整理している¹⁵⁾。一方、情報通信による情報発信や意思疎通及びそこで必要な技能（-c）とインターネット使用に関するルール・マナー（-d）については、いずれの教科書においても、十分な説明はみられない。また、教科書Cにおいては、情報領域の学習内容のすべてにわたって関連の記載がみられないが、同書では家庭科（家庭基礎）で扱う情報を「生活情報（消費者情報）」に限定し、消費行動に必要な情報を読み解くメディア・リテラシーやインターネット販売の留意点などに特化した説明を展開している¹⁶⁾。

目標 「情報の収集・発信の際に起こる問題や解決方法などを理解して、個人情報適切に管理し、自他の権利や利益に配慮して情報通信を適切に活用できる。」に関する学習内容は、3項目である。個人情報保護（-a）に

ついては、7種の教科書のうち4種において説明がみられ、いずれも電子商取引や電子マネーの使用に際して個人情報流出に対する注意をうながすものである。情報通信の利便性・危険性（-b、再掲項目）については、前項（-b）で述べたとおりである。また、インターネット利用に関する法律や制度（-c）についての記述がみられる教科書は、2種のみである。教科書Aでは情報公開法と電子契約法が、教科書Bでは電子契約法と個人情報保護法が取り上げられている¹⁷⁾。

目標 「作品や商品には知的財産権があり、法律で保護されていることを理解し、知的財産権に配慮して他人の創作物などを利用できる。」に関する学習内容は3項目であるが、インターネット利用に伴う知的財産権への注意（-b）、生活の中の知的財産権（-c）については、いずれの教科書でも取り上げられていない。知的財産権の概念（-a）に関しては、唯一、教科書Eにおいて、消費者基本法にみる消費者の責務として「（…環境の保全および）知的財産権等の適正な保護に配慮するように努める」ことが掲げられている¹⁸⁾。

（４）環境領域

環境領域について、少年期の消費者教育に求められる学習内容が、現在使

用されている高等学校「家庭基礎」の教科書にどの程度掲載されているかを明らかにすると、表2 - 4のとおりとなる。

表2 - 4 「家庭基礎」の教科書における環境領域の学習内容の掲載状況

[環境領域] × < 少年期 > の目標別学習内容		教科書の種類						
目標	目標に対する学習内容	A	B	C	D	E	F	G
	a	環境に配慮した商品の分類や表示マークの特徴や意味を知り、その商品が環境に対してどのような効果や影響を及ぼしているのかを理解する。						
	b	日用品を提供する企業の環境への取り組みについて知り、環境に配慮した製品について理解する。						
	a	消費生活と環境との関係性や商品の適切な使用・廃棄方法を身に付けるとともに、それが環境に対してどのような影響を及ぼすのかを理解する。						
	b	省エネに配慮した商品の使用やごみの分別など日常生活での環境に配慮した習慣を身につける。						
	c	循環型社会を形成するために必要な3R(リデュース、リユース、リサイクル)の原則を理解する。		×				
	d	ライフサイクルアセスメントの考え方を理解する。	×	×	×	×		×
	a	企業の社会的責任や環境問題に対する活動に関する情報を収集あるいは体験し、取組内容の必要性を理解する。						
	b	地域の環境問題に関する社会的な取組みの必要性を理解する。	×			×		
	c	また、興味ある分野の活動に参加する習慣を身につける。	×	×	×	×		×
	d	環境問題に関する講座や環境に関するボランティア活動などにおいて、環境問題に対する社会的な取組みの必要性を理解し、次世代へのつながりの重要性を理解する。		×	×	×		×

注：1) 目標に対する学習内容は、株式会社三菱総合研究所『消費者教育の総合的推進に関する調査研究報告書』(2006)より抽出している。目標 a、b は、表1に示したとおりである。

2) 各教科書に各学習内容のほぼ全体に関連する表記が見られる場合は○、一部のみに関連する表記が見られる場合は△、関連する表記がみられない場合は×を記した。

目標 「日用の商品のマークや品質表示などの意味を理解し、環境に配慮した商品を選ぶことができる。」に関する学習内容は、2項目である。環境配慮型商品の分類や表示マーク(a) は、すべての教科書で取り扱われ

ており、特にエコマークとグリーンマークは、ほとんどの教科書に掲載されている。企業の環境への取組み（ -b）についても、いずれの教科書でも説明がみられる。関連で、6種の教科書においてISO（14000シリーズ）について解説がなされ、3種の教科書では拡大生産者責任についても言及される¹⁹⁾など、今日の社会的動向を受けて、充実した内容となっている。

目標 「消費生活が環境に及ぼす影響を理解し、日用の商品の使用・廃棄について適切な対処ができる。」に関する学習内容は、4項目である。消費生活と環境との関係性及び商品の適切な使用・廃棄（ -a）や省エネ商品の使用とごみの分別（ -b）については、すべての教科書において、グリーンコンシューマーのあるべき姿として記載されているが、一部で省エネ商品の取扱いが不十分なものもある。3Rの原則（ -c）に関しても7種の教科書のうち6種で掲載があり、教科書Cでは、3R（Reduce, Reuse, Recycle）にRefuseやRepairを加えた5Rについて説明がなされている²⁰⁾。一方、ライフサイクル・アセスメントの考え方（ -d）について取り扱っている教科書は2種のみである。目標 「国内や国際的・地球規模の環境問題と消費生活との関連に関心をもち、それらに関わる環境保全活動に参加・協力でき

る。」に関する学習内容は、4項目である。企業の社会的責任や環境問題に関する情報収集や体験（ -a）については、すべての教科書において環境問題に関する実践的課題が提示されている。その内容は、ゴミや3R、環境ラベル、環境関連法に関する調べ学習のほか、不用品交換会の企画²¹⁾や環境家計簿の記録²²⁾、ホームプロジェクトにおけるエコクッキング²³⁾など多様である。他方、地域の環境問題に関する社会的取組みの必要性（ -b）について明確な表記がみられる教科書は2種のみで、他は、容器包装リサイクル法や地産地消などに関連して、間接的に地域の取組みの必要性を類推させるものである。また、環境活動への参加の習慣（ -c）に結びつく内容は、教科書Eにおける「...環境保全活動を行っている組織に協力・参加する、などの行動へも発展させよう」²⁴⁾といった呼びかけのみである。環境問題の講座や環境ボランティア活動（ -d）についても全体的な取扱いは限られているが、3種の教科書において、環境保全に関わるNGO活動が紹介されている²⁵⁾。

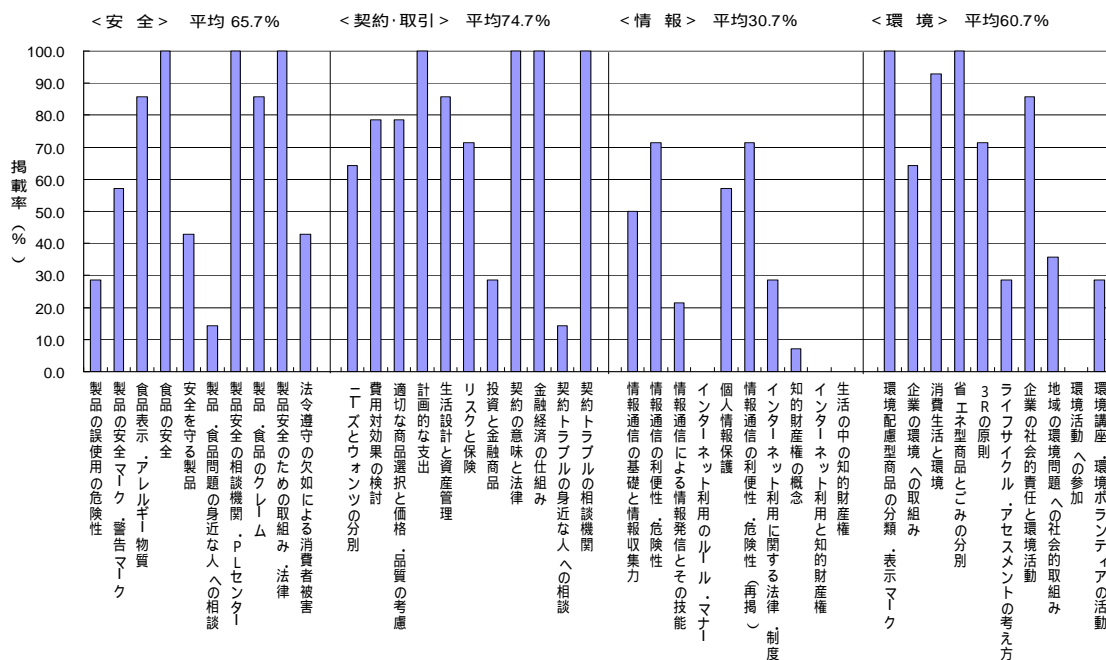
2. 「家庭基礎」の教科書における21世紀型消費者教育の学習内容に関する掲載率と今後の課題

(1) 学習内容の掲載率

これまでにみた 7 種の教科書における学習内容の掲載状況に基づいて、

項目ごとの掲載率を求めると、図 2 のとおりとなる。

図 2 「家庭基礎」の教科書における消費者教育関連項目の掲載率



注：各学習内容については、適宜、略記してある。

領域別にみると、最も掲載率が高いのは契約・取引領域で平均 74.7%、次いで、安全、環境の順となり、最も掲載率が低いのは情報領域の平均 30.7% である。情報領域の各項目は、別途、教科「情報」の授業内において学習指導が行われているため、家庭科における実施率は低いものと思われる。

個別項目に注目すると、安全領域では、「食品の安全」、「製品安全の相談機関・PLセンター」、「製品安全のための取組み・法律」、「食品表示・アレ

ルギー物質」、「製品・食品のクレーム」の各項目について掲載率が 8 割以上となっている。同様に、契約・取引領域では「計画的な支出」、「契約の意味と法律」、「金融経済の仕組み」、「契約トラブルの相談機関」、「生活設計と資産管理」、環境領域では「環境配慮型商品の分類・表示マーク」、「省エネ型商品とごみの分別」、「消費生活と環境」、「企業の社会的責任と環境活動」の掲載率が高く、総じて、食の安全や家計管理・生活設計及び契約トラブル、

さらにグリーンコンシューマーとしてのライフスタイルなどに関する学習が、21世紀型消費者教育における家庭科の「強み(得意分野)」となっている。

他方、掲載率が3割以下の項目は、安全領域では「製品・食品問題の身近な人への相談」と「製品の誤使用の危険性」、契約・取引領域では「契約トラブルの身近な人への相談」と「投資と金融商品」、情報分野では「インターネット利用に関する法律・制度」、「インターネット利用と知的財産権」、「生活の中の知的財産権」、「知的財産権の概念」、「情報通信による情報発信とその技能」、「インターネット利用に関する法律・制度」、環境分野では「環境活動への参加」、「ライフサイクル・アセスメントの考え方」、「環境講座・環境ボランティアの活動」である。このように、21世紀型消費者教育で求められる学習内容のうち、製品の安全、金融商品、インターネットの利用及び知的財産権、環境活動への参加等にかかわる部分は、現行の家庭科では十分に実施されていないことがわかる。これらの諸項目については、今後、家庭科あるいは他の教科等、または学校外の様々な場面を活用して学習の機会が設けられる必要がある。次項では、これらに関する具体的課題を整理・提案する。

(2) 今後の具体的課題

少年期における21世紀型消費者教育を実効性あるものにするためには、現在、家庭科(家庭基礎)における取扱いが不十分となっている上記の学習内容について、以下のように教育の推進をはかることが有効と思われる。

主に家庭科で推進すべき学習内容

「製品の誤使用の危険性」、「投資と金融商品」、「生活の中の知的財産権」、「ライフサイクル・アセスメントの考え方」については、生活の営みを学ぶ家庭科で取り扱うべきである。製品の誤使用に関しては、昨今の製品事故などを題材にしたアプローチが有効である。また、金銭管理については、アメリカのファイナンシャル・プランニング教育などを参考にしながら、株式の取扱いを含め、具体的なシミュレーションなどを導入すべきである。知的財産権については、主たる取扱いは教科「情報」に任せ、生活に関わる部分のみ、消費生活と生活情報などの学習場面で簡単に取り扱うことが望ましい。また、ライフサイクル・アセスメントについては、食品に関する地産地消の動きやフードマイレージ、カーボンフットプリントなどと併せながら、製品を選択し、購入・使用・廃棄(再使用)する消費者の立場から必要な事項を学習させるべきである。

主に他教科等で推進すべき学習内容

「情報通信による情報発信とその技能」、「インターネット利用に関する法律・制度」、「知的財産権の概念」、「インターネット利用と知的財産権」の各項目については、教科「情報」において専門的な知識や技能を習得させるべきである。また、「環境講座・環境ボランティアの活動」については、総合的な学習の時間などを利用し、調べ学習によって地域の実態を把握させるとともに、NPOなどと連携しながら、実際に「環境活動への参加」の機会を提供することが求められる。

主に家庭で推進すべき学習内容

「製品・食品問題の身近な人への相談」、「契約トラブルの身近な人への相談」については、家庭における生活習慣の一部として身に付けさせたい課題である。具体的な問題解決の手法は専門機関へ任せるべきではあるが、個人が当面する消費者トラブルを家族で共有・理解することは、生涯を通して重要である。このような習慣は、むしろ幼児期・児童期の家庭を中心とした消費者教育の一環として体得させるべき課題といえる。

～ の学習の推進にあたっては、教科間の連携（家庭科と社会科、情報科、商業科など）や学校と家庭および地域活動との連携が欠かせないことは

言うまでもない。21世紀型消費者教育の「総合的推進研究」によれば、少年期の消費者教育の各学習内容については、「(学校において)企業や専門家、多様な学習支援者との協力関係を整備」したり、「家庭や地域における催し時や様々な活動時」など、より実践的な場面において学ぶことのできる工夫が重要であるとしている²⁶⁾。これらを踏まえ、上記の学習内容に対し、多様な消費者教育の機会が提供されることに期待したい。

結 語

以上のように、本研究では、「消費者教育の体系化」及び「総合的推進研究」の成果を「21世紀型消費者教育」のあるべき姿としてとらえ、そこにみる学習内容が、現在の高等学校家庭科においてどの程度実施されているかについて、「家庭基礎」の教科書分析を手がかりに明らかにした。併せて、「家庭基礎」で取扱いの不足している学習内容を特定し、それらに対して、今後、どのような学習機会を設定すべきかについて、具体的な提案を試みた。

今回の分析は、限られた7種の「家庭基礎」の教科書に基づくものであり、その意味で結論の妥当性・普遍性には限界があるが、少なくとも、21世紀型消費者政策にみる消費者教育関連施策の成果を活用し、新しい時代における

消費者教育の具体的課題を明確化するための第一歩になったのではないかと思われる。

企業の社会的責任が問われる不祥事が相次ぐなか、いよいよ消費者庁構想が具体化し、消費者政策は、国政の根幹に関わる重要なものとして広く認知されつつある。消費者教育も政策的な展開をみながら、新たな発展のためのステージを迎えている。生涯を通じて自立することのできる消費者の育成をめざし、ライフステージに応じたきめ細かい消費者教育の在り方を検討することが、いま求められている。

注

- 1) 内閣府国民生活局：『21世紀型の消費者政策の在り方について』、国立印刷局、9-11(2003)。
- 2) 「消費者基本計画」34-36(2005)。
- 3) 財団法人消費者教育支援センター：「消費者教育体系化のための調査研究報告書」、8-9、13-32(2006)に詳しい。なお、ここでは、児童期が小学生、少年期が中学・高校生に対応している。
- 4) 消費者政策会議：「消費者基本計画の検証・評価・監視について」、8(2006)において、「消費者教育の体系化に関して、各ライフステージ別目標達成のため、どのような場でどのような内容の消費者教育を実施していくのかについて検討す

る」ことが、今後の重点的施策の1つに掲げられている。

- 5) 株式会社三菱総合研究所：「消費者教育の総合的推進に関する調査研究報告書」、(2007)
- 6) 一番ヶ瀬康子ほか：『家庭基礎 - すこやかに生きる - 』、一橋出版、口絵5(2007)、香川芳子ほか：『改訂版 家庭基礎 自分らしく生きる』、第一学習社、167/巻末図解資料(2007)。
- 7) 金田利子・鶴田敦子・西村隆男ほか：『家庭基礎 明日の生活を築く』、開隆堂、137(2007)、櫻井純子ほか：『家庭基礎』、教育図書、110(2007)では、衣服の燃焼事故の危険性を伝えるだけでなく、防災製品のラベルを提示している。
- 8) 中間美砂子ほか：『新家庭基礎 生活の創造をめざして』、大修館書店、87(2007)。
- 9) 宮本みち子ほか：『新家庭基礎 未来へつなぐパートナーシップ』、実教出版、158(2007)。
- 10) 香川芳子ほか：『改訂版 家庭基礎 自分らしく生きる』、第一学習社、68(2007)。
- 11) 香川芳子ほか：『改訂版 家庭基礎 自分らしく生きる』、第一学習社、64(2007)、一番ヶ瀬康子ほか：『家庭基礎 - すこやかに生きる - 』、一橋出版、146(2007)。
- 12) 中間美砂子ほか：『新家庭基礎 生活の創造をめざして』、大修館書店、75

- (2007)、東京書籍『家庭基礎 自立・共生・創造』164、(2007)。
- 13) 牧野カツコほか：『家庭基礎 自立・共生・創造』、東京書籍、165 (2007)。
- 14) 一番ヶ瀬康子ほか：『家庭基礎 - すこやかに生きる - 』、一橋出版、152 - 153 (2007) では、「インターネットで消費生活について調べてみよう」という課題が提示され、インターネットショッピングに伴う消費者トラブルの現状、クーリング・オフのしかた、環境にやさしい商品のなかから、グループごとにテーマを選び、関連するホームページからの情報収集とまとめの発表を行うことになっている。
- 15) 中間美砂子ほか：『新家庭基礎 生活の創造をめざして』、大修館書店、81 (2007)。
- 16) 宮本みち子ほか：『新家庭基礎 未来へつなぐパートナーシップ』、実教出版、154、156 (2007)。
- 17) 金田利子・鶴田敦子・西村隆男ほか：『家庭基礎 明日の生活を築く』、開隆堂、178 (2007)、牧野カツコほか：『家庭基礎 自立・共生・創造』、東京書籍、66 (2007)。
- 18) 中間美砂子ほか：『新家庭基礎 生活の創造をめざして』、大修館書店、86 (2007)。
- 19) 金田利子・鶴田敦子・西村隆男ほか：『家庭基礎 明日の生活を築く』、開隆堂、183 (2007)、宮本みち子ほか：『新家庭基礎 未来へつなぐパートナーシップ』、実教出版、163 (2007)、中間美砂子ほか：『新家庭基礎 生活の創造をめざして』、大修館書店、91 (2007)。
- 20) 宮本みち子ほか：『新家庭基礎 未来へつなぐパートナーシップ』、実教出版、162 (2007)。
- 21) 一番ヶ瀬康子ほか：『家庭基礎 - すこやかに生きる - 』、一橋出版、151 (2007)。
- 22) 宮本みち子ほか：『新家庭基礎 未来へつなぐパートナーシップ』、実教出版、169、156 (2007)。
- 23) 牧野カツコほか：『家庭基礎 自立・共生・創造』、東京書籍、172-173 (2007)。
- 24) 中間美砂子ほか：『新家庭基礎 生活の創造をめざして』、大修館書店、90 (2007)。
- 25) 金田利子・鶴田敦子・西村隆男ほか：『家庭基礎 明日の生活を築く』、開隆堂、185 (2007) では、世界 50 か国の青年・学生環境グループが加盟する A SEED (JAPAN) の活動が紹介されている。
- 26) 株式会社三菱総合研究所：「消費者教育の総合的推進に関する調査研究報告書」、30-31 (2007) においても、その旨が指摘されている。