

京都市教委と消費生活総合センターがシンポジウム開催

消費者教育の推進に向けて

学校、NPO、企業など 情報を共有し連携図る

消費者教育の推進を図ろうと、京都市 家庭科(家庭分野)と消費者教育に関 教委と同市消費生活総合センターは7月 26日、キャンパスプラザ京都で「京都消 費者教育シンポジウム」を実施した。参 加したのは、教員(主に家庭科、技術・ かる場になった。

保護者の管理下から離れ自立へ

成年年齢(18歳)の引き 基調講演は、消費者教育 触れていた。 下げなどに伴い、消費者教 育に注目が集まっている。 川女子大学准教授が担当し 京都市教委と同市消費生活 総合センターが、今回共催 教育の意義に対し、「保護 者の管理下から離れ、自立 は本年度が初めて。例小川 した消費者を育成すること 珈琲や喫ロツテ、京都弁護 士会など、消費者教育を支 援する企業・団体によるブ ース展示もあった。

3ステップで物やお金の使い方学ぼう

実践報告では、市内の小 中学校で取り組まれた三 つの事例紹介があった。小 学校の取り組みを紹介した のは形木原ゆかり・京都市 立石田小学校教諭。題材



小学校では、デジタルコンテンツを活用した実践事例の紹介があった



消費者教育を支援している企業・団体によるブース展示に興味関心を示す参加者たち

「持続可能な暮らしへ、物やお金の使い方」(全7時間)を三つのステップで取り組んだことを報告した。 ステップ1では、物やお金を上手に使うための課題を設定。その際、持続可能な社会の実現に向け、ステップ3で考えることになる環境や資源に配慮した生活の工夫というゴールも提示したという。

このゴールに向けてステップ2では、消費者教育に関するさまざまな知識を習得。「売買契約について知り、消費者として気を付けること」や「目的に合った買い物を行うために必要な情報を整理して買い物をする」といったことを扱ったという。

「買い物は子どもたちにとって身近なテーマ」と話す形木原教諭。実習を伴う学習ではないため、「買いたい物のイメージを具体的に持たせることが大切」と述べた。そこで「買い物シミュレーションゲーム」(市教委と同市消費生活総合センターが開発したデジタルコンテンツ)などを活用。予算に応じ、誕生日プレゼントを買うなどの目的に合わせた商品を選ぶプロセスを体験することができる。より良い買い物をするために必要な情報を集め、根拠を持って意思決定する大切さを実感させたという。

クイズなどを通して 楽しみながら理解を

パネル討論

本シンポジウムでは、「繋がろう! 広げよう!」をテーマにしたパネル討論も行われた。吉井准教授がコーディネ



消費者教育の充実に向け、実践に欠かせない大切な要素などを語った岸田特任教授(右端)

ついて語った。 学校教育との連携に関して、「エンカルマークの付いた商品を学校に持参し、クイズなどを通して楽しみながら理解を深めることができる」と述べた富田さん。消費者教育の講師派遣に取り組んできた溝内さんは、「実際に教材を使ってもらい、教員の声を聞いてブラッシュアップしていきたい」と語った。

消費者教育の専門家を外 部講師として招くことに対し、小野教諭は「生徒たちにとっては生きた知識になる」と指摘。学校や地域で 子どもの実態が異なることに触れた岸田特任教授は、本シンポジウムで得た学びなどを踏まえ、「市の作成した指導計画を活用し、オリジナリティーあふれる実践のアップグレードを図ってほしい」と期待を寄せていた。