

## 消費生活相談員が行う消費者教育の意義

柿沼 由佳（日本女子大学 学術研究員）

情報技術の発展により、消費生活環境が多様化・複雑化するとともに、子どもが商品を手軽に購入する機会が増え、消費者被害のトラブルに巻き込まれる子どもが多い。これを対処するには、幼少の時期から段階的な消費者教育が必要である。

2012年の「消費者教育の推進に関する法律」の制定により、国や自治体の責務として消費者教育を推進すること、学校教育においても「生きる力」を具現化するものの一つとして、消費者教育が挙げられた。消費者教育の位置づけは確立したものの、授業の中に消費者教育が定着しているとまでは言えない状況である。教員は、消費生活に関する単元に充てる授業時間数や内容に対して重要性を感じている反面、消費生活単元の指導方法に対して不安視する声もある。教員の多くが教職課程で消費者教育についての概念を学んでいないことも一要因と思われる。

次期学習指導要領では、小学校の社会科で「社会生活を営む上での法やきまり」、家庭科で「買い物の仕組み、売買契約の基礎」、中学校の公民的分野で「社会生活における物事の決めの仕方、きまりの役割、法の意義、契約の重要性、消費者の自立や責任」、家庭科で「クレジットなどの三者間契約、売買契約の仕組み、消費者被害」、高校の公民科（公共）で「多様な契約及び消費者の権利と責任」、家庭科で「契約の重要性、消費者保護の仕組み、個人の責任」が入り、消費者教育の充実を図る内容となっている。

2016年消費者教育推進会議の「学校における消費者教育の充実に向けて」では、「消費者教育の時間が不十分であること」、「教員の指導力の向上が不可欠であること」、「変化する消費者問題への対応には外部人材の活用が求められていること」が記されている。消費者問題は社会情勢の変化に応じて刻々と変化しており、教科書の内容を教えるだけでは不足している。子どもがスマートフォン等の通信機器を保有するようになり、ネットリテラシーやモラルを含めた消費者教育が必要であり、消費者市民社会やSDGs等では、消費生活行動が、現在及び将来の世代にわたって、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画することの重要性についての理解や関心を深める教育が求められている。教員がこれらの情報を集め、更に指導するのは時間を含めて余裕がない。学校における消費者教育において、日常的に消費者問題に対応している消費生活相談員の活用が考えられる。

文部科学省の「チームとしての学校・教職員の在り方に関する作業部会（チーム学校）」において、地域と学校とをつなぐコーディネーターの配置や専門的な知識・技能を有する外部人材の活用を進めることが示された。これは、消費生活について専門的な知識を有した消費生活相談員が教育活動に入り込む協働が求められていることを示唆している。

消費生活相談員が行う消費者教育は、実際に起こっている事例をもとに、消費生活に関する知識を一方向的に伝えるだけでなく、その知識を日常生活の中でいかに活用していくかについての視点が入っている。

本発表では、消費生活相談員の作成した教材や講座などから消費生活相談員が行う消費者教育の意義について論じる。