

大学生向け消費者教育の体系的教材の開発：
多様な主体の連携とは何か

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2015-10-26 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 色川, 卓男, 増田, 真也, 浅野, 真人 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.14945/00009184

大学生向け消費者教育の体系的教材の開発

－多様な主体の連携とは何か－

Development of systematic teaching materials of consumer education for university students

－ What is the cooperation of various principals ? －

色川卓男* 増田真也† 浅野真人‡
Takuo IROKAWA, Shinya MASUDA and Masato ASANO

（平成26年10月2日受理）

1. はじめに

本稿の課題は、我々が行った大学生向けの消費者教育教材開発のプロセスと内容を振り返りつつ、多様な主体が連携して、消費者教育教材を開発していくためには、どのようなことが必要なのか、またどのようなところに課題があるのかを、具体的に検討することにある。

2012年に消費者教育推進法が制定され、2013年にその基本方針¹が出されており、少なくとも50年あまりの歴史がある消費者教育は、現在仕切り直しが行われている。基本方針等では「生涯にわたって」、「多様な主体の連携」等の概念が飛び交っている。しかしそれらが実現していれば、このような概念をキーワードとしてあげる必要はなかった。つまり過去の歴史を省察しつつ、推進の具体的な戦略そのものを一から検討する必要があるのが現状なのである。

具体的に述べると、「生涯にわたって」とは、どう取り組めば生涯にわたって推進できるのか、「多様な主体の連携」とは、どういう主体がどのような形で連携すれば推進につながるのかを、厳密に省察していくことが求められている。さらにそれはその推進がごく一部の点のような成果ではなく、多くの人たちに広がるという面のような成果をあげるにはどうすればよいのかという大きな課題につながっている。本稿ではこれら論点のうち、我々が昨年度実施した大学生向けの消費者教育教材の開発プロセスを事例にして、多様な主体の連携に関わる具体的な課題について検討したい。

本稿の進め方だが、まず2節では、大学における消費者教育の実態と大学生の消費者教育到達度をふまえた上で、3節で我々が行った大学生向け消費者教育教材開発の概要を述べる。4、5節で、実際に教材作成に携わった増田、浅野の教材開発プロセスを具体的な事例として示した上で、6節でそれらをふまえた総合考察を行い、最終節ではまとめを述べることにする。

2. 大学生に対する消費者教育の実態と課題

(1) 大学における消費者教育の実態

まず大学生に対する消費者教育の実態について、2つの調査結果からみておこう。2010（平成22）年に文部科学省が「消費者教育推進事業における国内の取組調査」報告書を公表している²。この中の1節に、「大学・短期大学・高等専門学校における取組状況調査」があり、大学

*家政教育講座 †司法書士 ‡静岡県労働金庫

における取組状況調査結果が把握できる。但し集計はされていないので、こちらで各大学別に一覧表になっているものから読み取ることとした。それによると、全国86国立大学法人のうち、教員養成機能をもつ教育学部を有する大学法人では、消費者教育の担い手養成関連の授業科目がほとんどの大学にあるが、主に家庭科教員養成関係の科目でみられるだけである。また、その他一般学生の教養として身につけるような消費者教育関連科目を全学共通科目として設置しているところはわずかであり、特に消費者教育論等半期15回にわたって授業を行っていると思われる大学は4法人に過ぎない。

つまり教員免許取得科目として明示されている消費者教育関連部分の科目は、教育学部で実施されているものの、それは学部学生のうち、家庭科教員免許取得学生だけが取得するのに過ぎず、学習指導要領では社会科など他の免許取得学生も学ぶべきであるが、そのような体制はとられていないこと、また、他の一般学生に対しては、全学共通科目の一部に組み込まれている程度であり、1科目ものとして開講しているのは、4法人だけであるとまとめられよう。

これらからみると、大学において消費者教育の担い手養成も一般大学生向けの消費者教育関連科目もごくわずかしが行われていないという実態が浮かび上がる。つまり課題は、この実態を少しでも改善できるのかどうか、そのための方策はないかということである³。そこで我々は、一般学生向けに15回分の授業を体系的に行える教材と指導書の開発を行うことにした。

(2) 大学生の消費者教育到達度について

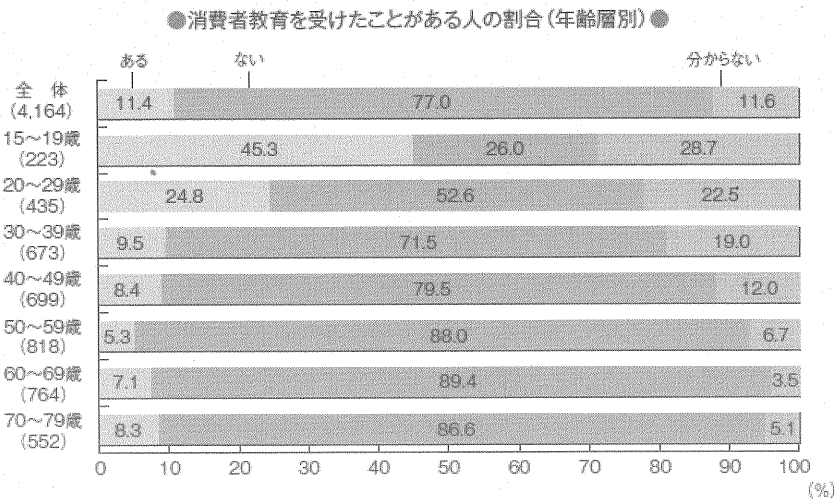
実際に大学生向けの消費者教育教材を開発するためには、受講生である学生たちが既に持っていると思われる消費者力を把握しておく必要がある。しかしこの問いに対して、直接答えるデータは見当たらなかったため、色々なデータから推察することにした。

まず、データは若干古いですが、内閣府国民生活局『平成20年版国民生活白書』⁴では、年齢層別に消費者教育を受けたことがあるかを尋ねている(図-1)。これによると、15~19歳では45.3%の回答者が受けたことがあると回答しており、それはどこで受けたのかを確認すると(図-2)、学校で受けたがほとんどを占める。

この結果はある意味当然である。というのは、学習指導要領では消費者教育にあたる分野は少なくとも家庭科では必修であり、どのような生徒たちも必ず受けているはずだからだ。しかし、必ず受けているはずである生徒たちの半分以下しか「受けたことがある」と答えていない。つまり必修でも半数程度の生徒たちにしか、消費者教育は印象に残っていないことになる。

次に生徒たちがいったいどの程度の授業を受けてきたのかという側面を検討してみよう。2012年度に東京都が小学校・中学校・高等学校の消費者教育の実態調査⁵を行っている。これによると、高等学校では88.5%の学校で消費者教育を行っており、そのうち家庭科では78.1%、公民科では40.3%で行っている。しかし家庭科、公民科とも最も多い授業時間数は2時間であり、これに家庭科では27.3%、公民科では50.7%が該当している。

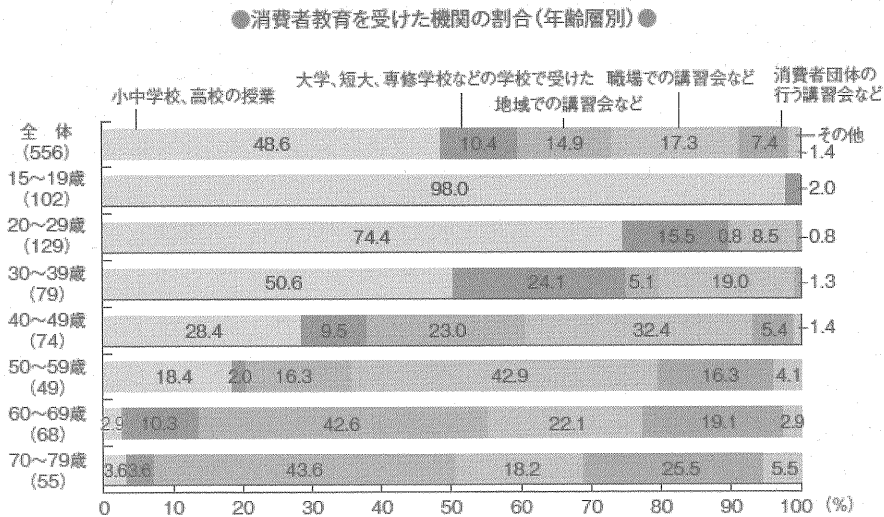
図1



(備考) 1. 内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)により特別集計。
 2. 「学校、地域、職場などにおいて、幅広い年齢層を対象に消費者教育が行われていますが、あなたはそうした消費者教育を受けたことがありますか。」と聞いた問に対する回答を年齢層別に示したものを。
 3. 回答者は全国の15歳以上80歳未満の男女4,164人。年齢層層のしたの()内の数字は各年齢層層ごとの回答者数。

出典：内閣府国民生活局「平成20年版国民生活白書」第2-3-1図

図2



(備考) 1. 内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)により特別集計。
 2. 「学校、地域、職場などにおいて、幅広い年齢層を対象に消費者教育が行われていますが、あなたはそうした消費者教育を受けたことがありますか。」と聞いた問で「ある」と回答した人に「どのような機関で受けましたか。」と聞いた問に対する回答(複数回答可)を年齢層別に示したものを。
 3. 回答者は全国の15歳以上80歳未満の男女で消費者教育を受けたことがあると回答した475人。年齢層層の下の()内の数字は各年齢層層ごとの回答者数。

出典：図1と同じ 第2-3-2図

このような結果をみると、学校で授業は行われているものの、時間数が短く、生徒の受講経験に必ずしもつながらない内容であると推察できる。さらにこの点を裏付けるものとして、静岡大学教育学部消費生活科学専攻の新生に毎年、確認しているものがある。それによると、毎年、高校までに受講経験がある学生は全体の1割程度で、内容は悪質商法のビデオ等をみた、

クーリング・オフについて学んだ程度であった。これらの回答結果は、専攻が設置されて15年を過ぎるが、毎年、ほぼ変化がない。

以上の結果をまとめると、大学生対象の消費者教育教材に求められるレベルは、例えば契約と約束はどう異なるか、通信販売になぜクーリング・オフがないのかなど、消費者教育の初歩的な内容であり、高等学校までに積み上げられてきた知識等は期待しない方がよい。

まことに残念ながら、高等学校までの消費者教育の実態が、大学生の消費者力に反映しているといわざるを得ない。換言すれば、大学では一から消費者教育を指導しなければならないということである。

3. 大学生向け体系的消費者教育教材開発の概要

(1) きっかけ

我々の教材開発は、2013年の夏頃に、文部科学省の「平成25年度『連携・協働による消費者教育推進事業』における消費者教育推進のための実証的共同研究」の公募があり、それに採択された時から始まった。

しかし、いきなり立ち上がったのではなく、既にある程度準備していたといった方が適切である。2012年の秋より、消費者問題ネットワークしずおかでは2ヶ月に一度、幹事等関係者を集めて、学校における消費者教育を支援していくための勉強会を開催しており、学校における消費者教育のあり方について、特に大学の一般学生に対して、体系的な消費者教育の授業を実施できないかどうかという具体的な検討を進めていたからである。

但し、消費者問題ネットワークしずおかがカバーできる範囲にも限りがあるので、公募にあたっては、食生活では竹下温子静岡大学准教授、情報関係では塩田真吾静岡大学講師、環境関係では服部乃利子静岡県地球温暖化防止活動推進対策センターゼネラルマネージャー、静岡市消費生活センターのご協力をいただくことになった。

(2) 目的と概要

教材開発のコンセプトは、消費者問題をほとんど理解していないと思われる大学生を対象に、半期15回分の消費者教育授業を行うために、効果的かつ体系的な教材の開発にある。

ここでいう体系的な教材とは、「消費者教育体系イメージマップ」ver.1に書かれている「消費者市民社会の構築」、「商品等の安全」、「生活の管理と契約」、「情報とメディア」を包括したものを指している。

静岡大学教員と地元の消費者団体である消費者問題ネットワークしずおかに所属する静岡県司法書士会、生活協同組合ユーコープしずおか県本部、静岡県労働金庫、静岡県労働者福祉協議会、静岡大学消費生活研究サークルなどを中心にして、地元の行政機関である静岡市消費生活センター、さらに地元の外部専門家など多様な主体が連携して、教材の開発を進めるだけでなく、そのプロセスの中で試行的な授業や意見交換を行い、社会的に有益な教材開発につなげることになった。そして本研究では最終的な成果物として、学生に配布するワークシートを含んだ教材とその教材の指導書を開発することにした。

本教材の開発にあたっては、大学生たちの具体的に学びたいことというニーズを出発点にした。毎回の授業のねらいと大学生に対する授業効果にもあわせて、講義の合間に、クイズ、事

例、ロールプレイング、見学など、すなわち参加型授業を組み合わせるように工夫した。一言でいえば、講師側ができるだけ一方的にしゃべらない授業ということである。

教材の開発は、以下の分担で行われた。

「消費者市民社会の構築」については、静岡県地球温暖化防止活動推進センターと色川が中心となって教材を開発した。「商品等の安全」については竹下准教授と生活協同組合ユーコープとが中心に教材を開発した。「生活の管理と契約」については静岡県司法書士会、静岡県労働金庫及び静岡県労働者福祉協議会とが中心となって、教材を開発した。「情報とメディア」については、塩田講師が中心となって教材を開発した。静岡市消費生活センターは、「生活の管理と契約」の中にある、消費生活センターの紹介についての教材開発を学生及び色川と行うとともに、最新の若者の消費者問題についての情報提供を行った。全体の統括及びコーディネートは色川が行った。なお消費者市民社会の理念が、全体に通底するものであることを意識しつつ、オムニバス形式の授業でありながらも、一貫したつながりを持ったものであることが意識できるよう工夫することにした。

試行的授業は、静岡大学教育学部家庭科専修及び消費生活科学専攻学生30名ほどが対象になる「消費者教育論」(3年)、「生活経営学」(2年)と、総合科学専攻も加わって50名程度になる「生活社会科学入門」(1年)で、3回ほど実施した。そこでは授業前後にアンケート調査とヒアリングを行い、教材の長所と短所を見極め、授業後、教材の修正を行った。

試行的な授業ができない部分については、打ち合わせの時に検討を行った。具体的には教材の原案を作成後、本事業に関わる関係者と学生たちの前で、その発表と意見交換を行い、教材すべての部分について、学生たちの意見を最大限活かしつつ、多くのメンバーの意見も反映されるようにした。

今年度後期に、静岡大学の学際科目「消費について考えよう」(2単位 静岡キャンパスにある人文社会科学部、教育学部、理学部、農学部の2, 3年生対象)を初めて実施するが、その際にはこの教材を利用して授業を行う予定である。授業時にはアンケート調査及び参観等を行い、授業後、改善点についての意見交換を進めて、教材の微調整しながら、より有益な教材の開発につなげることになる。

(3) 当初構成案と最終構成

冊子の構成については、当初は以下のような項目を設定した。

〈当初構成案〉

1. オリエンテーション 消費をどう考えていくか (色川)
2. 消費社会と消費者問題 (色川)
3. 契約の基本を学ぼう (静岡県司法書士会)
4. クーリング・オフを知ろう (静岡県労働者福祉協議会)
5. 消費生活センターとはどういうところか (静岡市消費生活センター)
6. アパートの借り方・返し方 (静岡県司法書士会)
7. お金を借りるときに知っておきたいこと ~住宅ローンを主な題材にして~ (静岡県労働金庫)
8. クレジットカードについて考える (静岡県労働金庫)

9. 食の安全について考える①（竹下、ユーコープ静岡県本部）
10. 食の安全について考える②（コープ商品検査センターへの見学＋ミニ講義）
11. 食の安全について考える③（コープ商品検査センターへの見学＋ミニ講義）
12. 「情報とメディア」①（塩田＋院生）
13. 「情報とメディア」②（塩田＋院生）
14. 消費の在り方を考えるー持続可能な社会に向けてー（静岡県地球温暖化防止活動推進センター、色川）
15. まとめ 消費者市民社会に向けて（色川）

検討を進めていくと、お金を借りることを学ぶ前に「お金の管理」について学ぶ必要があるということで、加えることになった。そのため「消費社会と消費者問題」については、オリエンテーションの中で触れることになった。また講義の順番もスムーズに流れるようにということで、「消費生活センター」を最後から2番目に、「クーリング・オフ」と「アパート」の順番をかえ、「持続可能な消費」は「食の安全」直後にそれぞれ入れ替えた。

〈最終構成〉

1. オリエンテーション これから学ぶこと（色川）
2. 契約① 契約の基本を学ぼう（静岡県司法書士会）
3. 契約② アパートの借り方・返し方（静岡県司法書士会）
4. 契約③ クーリング・オフについて学ぼう
（勝又、静岡県司法書士会、静岡県労働者福祉協議会）
5. 生活の管理① お金を管理する（色川）
6. 生活の管理② お金を借りるときに知っておきたいこと
～住宅ローンを主な題材にして～（静岡県労働金庫）
7. 生活の管理③ クレジットカードについて考える（静岡県労働金庫）
8. 商品の安全① 食の安全・安心について考える（竹下）
9. 商品の安全② 食の安全を守るために、企業や国が行っている対策
（竹下、ユーコープ商品検査センター）
10. 商品の安全③ 食への安心を守るために消費者が賢くなる（竹下）
11. 持続可能な消費ー持続可能な社会に向けてー
（静岡県地球温暖化防止活動推進センター）
12. 情報とメディア① 情報社会に必要なモラルを身につけよう（塩田）
13. 情報とメディア② 消費生活情報を読み解こう（塩田）
14. 消費者の参画・トラブル対応 消費生活センターとはどういうところか
（静岡市消費生活センター 色川）
15. まとめー消費者市民になろうー（色川）

（4）検討プロセス

会議は、10月下旬から2月の上旬まで合計20回ほど行った。うち試行的授業は5回、商品検査センター等取材は2回、全体の打ち合わせは4回行った。全体の打ち合わせでは、すべての分野

の教材案について意見交換を行うことができた。試行的授業は、「契約」、「アパート」、「持続可能な消費」について、3種類計5回行った。大学教員は自分の授業で一部試行的授業を実施していた場合もある。その他にも各関係団体内部での打ち合わせやメール等でのやりとりもあった。短期間に多くの時間を費やしていたことになる。

さて、実際にどのようなやりとりがあって、教材がどのように変化していったのかを示すため、4節では試行的授業等で変化した「契約」分野の例（増田）と、5節では打ち合わせ等での意見交換によって変化した「住宅ローン」（浅野）の例を示していきたい。

（色川）

4. 事例1 契約教材の相互作用による変化

（1）試行的授業前

もともと静岡県司法書士会では高校生法律講座を実施していた。大学生向け教材に関しても、それらを多少手直しすればよいと考えていた。そこで今回の公募事業前に、2013年5月10日の消費者問題ネットワークしずおか学習会において、高校生法律講座で用いているテキストを、大学生向け教材としても利用できる旨の報告した。そこでの意見交換の中で、①全体的に内容が固いこと、②専門用語を使いすぎている、③専門用語を使うならば、用語の解説が必要である、④大学生の関心を高めるのは難しい、⑤できるだけしゃべらない授業を構想して欲しい等の指摘を受けた（図3）。

図3 当初テキストの構成

<p>当初「高校生法律講座」</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 講義を始める前に（解説） 2. 講義の概要（目次） 3. 契約の成立について考える クイズ→解説 4. 契約の拘束力について考える <ol style="list-style-type: none"> ①「契約自由の原則」 クイズ→解説 ②どのような内容でも契約は成立するのか クイズ→解説 ③契約当事者の責任 クイズ→解説 ④「名義貸し」について クイズ→解説 5. 契約の解消について考える <ol style="list-style-type: none"> ①契約相手が責任を果たさない場合 クイズ→解説 ②契約相手からの誤った情報をもとに契約した場合 クイズ→解説 ③契約相手から自由な意思決定を奪われた場合 クイズ→解説 ④訪問販売の場合 クイズ→解説
--

そこで我々は、一から内容を練り直すことにした。学生に、消費者トラブルが身近な問題であると認識させるため、導入として「ある若者の被害事例」を加え、より主体的に授業に参加してもらうために、グループワーク（金銭消費貸借契約書の作成）、グループディスカッション（応用問題）を追加した。また、法律初心者 of 学生たちのための授業であることから「法律って何？（どういうものか）」「契約って何？（どういうものか）？」とい解説から始めるように

した。さらにイラストを入れた(図4)。

図4 第二期の構成

導入	～ある若者の被害事例～ ～契約書を作ってみよう～ 考えてみようー大学の学納金返還問題ー 論点提示→グループディスカッション
I	契約の基本 ○×クイズ
1.	法律って何だろう? 解説
2.	契約って何だろう? 解説 契約と約束の違い 契約自由の原則
3.	契約の成立 解説(イラスト入り) →考えよう
4.	契約の解消 解説
4-1	無効にあたる事情があるとき 解説
4-2	取消にあたる事情があるとき 事例2つ 関連した法律の解説
4-3	契約の解除ができるとき 事例→解説
5.	契約トラブルに遭ったときの考え方 図式クイズ
II	応用問題 2問
III	まとめ 解説

これについては、公募事業前の2013年7月18日消費者問題ネットワークしずおかの学習会終了後の打ち合わせにおいて検討した。今度は①全体のボリュームが多すぎる、②まだ内容がきたい、③クイズの発問が幼すぎないか等の指摘を受けた。

そこで、前半をクイズ形式に再修正し、後半はグループディスカッションにより「どちらの利益を保護するほうが公平妥当か」との視点から契約自由の原則と例外を考えることができないかとかどうか試してみた。さらに「消費者保護に関する法律」を整理して、1頁にまとめた。

図5 第三期の構成

第1	契約書を作ってみよう 4つの状況 グループワーク
第2	契約について学ぼう 6つのクイズ
第3	契約を解消できる場合を考えよう 事例5つ グループディスカッション
第4	消費者保護に関する法律 解説
第5	まとめ 解説

2013年10月22日、静岡県司法書士会法教育委員会の会議で検討した結果、前半のクイズは内容が興味を引くものではないのではないか、また後半は設問が多すぎて時間内に消化できないのではないかという疑問がでた。

そこで、前半のクイズ形式をやめて、全てをグループワーク・グループディスカッション形式にした。後半は設問を少なくして(5問→2問)、一つの設問にじっくり考えることのできるよう配慮した。これをもとにして、12月10日に試行的授業を行うことになった。

図6 第四期の構成

1. 契約書を作ってみよう 4つの状況 グループワーク①
2. 契約について考えてみよう 6つの課題 グループワーク②
3. 契約が解消できる場合を考えよう 事例2つ グループディスカッション
4. 消費者保護に関する法律 解説
5. まとめ 解説

(2) 試行的授業

12月10日の試行的授業では、同じ内容を「消費者教育論」、「生活社会科学入門」のそれぞれ1コマ1時間半ずつ行った。講師はそれぞれ異なる者が行い、前半はipadを用いた授業、後半はパワーポイントを用いた授業を行った。

実際に授業を行ってみると、教材の出来も重要だが、教具や講師の力量もかなり大きな意味を占めることがわかった。しかし、どんな講師でも一定水準以上の授業が可能な教材の開発を目指していると聞いていたので、できるだけ教材の質をあげるとともに指導書等にも工夫があると改めて理解した。

アンケートで学生たち等からもらった意見は、以下の通りである。

(アンケートの抜粋)

A アイパッド・改善点や意見

- ・話し合う問題をもっと細かく設定してほしい。
- ・契約書はあまり学生には縁がないので、グループワークをもっと簡単にして、学生に身近な契約トラブルを取り上げると良いのではないか。
- ・量が多くて、最後のほうは頭に入ってこなかった。
- ・後半は全部解説で、受け身になってしまった。
- ・グループディスカッションは量を減らすか、時間を増やすべき。
- ・「答えは言いません」は気持ちが悪いので言ってほしい。
- ・ワークシートをこなす感が強い。
- ・「契約書のメリット」を考えると時には「もし契約書がなかったら」といった発問がほしい。
- ・大学生は自分から手を挙げて発言しないので、プリントを集めて書いたものを授業者が発表する方法をとるのがよいと思う。
- ・授業で一番伝えなかったと思われる部分があっさりしていて、印象に残らない。

B パワーポイント・改善点や意見

- ・進みが速かった。
- ・考える時間が短かった。
- ・グループワークの設問が分かりにくかった。
- ・いきなり契約書を作るのが難しかった。
- ・選択肢がイマイチ。もっと迷うような選択肢にしたほうがいいのでは。

・ディスカッションになっていなかった気がする。

直後に行われた反省会では、板書はすぐに消さないでほしい、パワポは時間を意識し過ぎなのか、ペースが速いという技術的な指摘や、契約書のグループワークが難しい、説明が長すぎるので、説明したいことをテキストに書き込んで穴埋め式にしてはどうかという内容面の問題の指摘を受けた。

一方、グループディスカッションが楽しくできたので、話し合いの要点をテキストに書き込んでどうかという意見をあつた。

(3) 試行的授業後

我々は、試行的授業での結果を受けて、さっそく改善点を確認した。まずipadが接続不良であまりうまく使えなかったので、パワーポイントで授業を進めることにした。また、契約書ワークが難しいし、時間がかかるという意見があつたので、契約書を作成するではなく、間違い探しにしたらどうかと考えた。さらに、説明が長すぎるということだったので、できる限りテキストに書き込んで、説明時間の縮小を考えた

これらの考え方をテキストの改善に繋げた。まずテキストの流れを修正して、契約の基本を考えるワーク、契約書のワーク、解消のワークという順番にした。また、契約の基本ワークのまとめを最後にして、キーワード埋め込み式に変更した。契約書のワークは契約書の問題点や加筆修正すべき点を考えるワークとした。解消のワークは、条文を掲載し、契約当事者が消費者同士と消費者対事業者の場合の比較についてもテキストにヒントを掲載することにした。さらに、時間の制約を考慮しつつ、よりディスカッションをしやすくするための改善として、後半の設定問の一つに絞るとともに、ディスカッションの進行を助ける書き込みをつけた(図7)。

図7 第五期の構成

- | | | |
|--------------------|-------|------------------------------|
| 1. 契約書を作ってみよう | 4つの状況 | グループワーク① |
| 2. 契約について考えてみよう | 6つの課題 | グループワーク② 一部穴埋めクイズ |
| 3. 契約が解消できる場合を考えよう | 事例 | 考える流れがわかる穴埋め
グループディスカッション |
| 4. 消費者保護に関する法律 | 解説 | |
| 5. まとめ | 解説 | 一部穴埋め |

その後、意見交換をさらに進めて、契約書のワークは、よりシンプルな内容にしてグループ内で自由な発言が出るように工夫すると共に、時間のことを考慮して、「応用」におくことにした。そうすることで、時間調整で使用できるようにした。

完成版は以下の通りである(図8)

図8 完成版の構成

<p>イメージマップでの位置づけ</p> <p>簡単な前書き</p> <p>1. 契約について考えてみよう 6つの課題 それぞれ考える課題を明確に示す グループワーク まとめに穴埋め問題 ・応用問題として契約書って有効? グループワーク</p> <p>2. 契約を解消できる場合について 事例 解説 ワーク 民法条文解説 グループワーク 消費者契約法条文解説 グループワーク</p> <p>3. 消費者保護に関する法律 解説</p> <p>4. まとめ 解説 一部穴埋め</p>

(4) 教材開発を終えて

ある程度テキストの枠組みが完成しつつあった時期に、大学で試行的授業を実施できたことは我々に大きな収穫をもたらした。大学生には、単純に授業を聴くという姿勢ではなく、授業がどのように展開されているか、どの要素が不足しており、何を加えればよりよい授業になるかという批判的・能動的視点を持って授業に臨んでいただき、多くの貴重なアドバイスを受けることができた。

我々司法書士は、授業のプロではない。「契約の基本」を学生に教えようと考えたと、総論から各論へと体系的に進め、漏れのない正確な法情報を生徒に提供したくなる傾向にある。そんなとき、大学教員や教師を目指す学生からの助言は、まさに目から鱗であり、「聴かせる」「魅せる」ことの重要性を再認識した教材開発のプロセスであった。

今回のベースとなった高校生法律講座のテキストは、県内の高校を対象に毎年使用しているものであるが、これを機に再構成をする必要性を感じた。今回のように、率直な意見を頂ける現場の高校教師や生徒たちとコラボレーションすることができれば、心強い。

(増田)

5. 事例2 金銭教育の相互作用による変化

(1) はじめに

静岡県労働金庫では、お金を借りる時に知っておきたいこと～住宅ローンを主な題材にして～、クレジットカードについて担当することになった。このうち本節では住宅ローン編について述べてみたい。これまでの社内でのセミナー等では座学が中心であり、「マネートラブルにかつ!」を適宜活用するなどしていたが、「ワーク」メインの講義の経験がなかった。つまり、これまでは「話すことで伝える」という方法であったが、今度は「考えさせることで身につける」というコンセプトということであったので、少し戸惑った。

(2) 第一案の作成と再検討

テーマに対して、大学生の実態は、①多くの大学生は金融機関からお金を借りた経験はないこと、②住宅ローンそのものに現実感がないだろうと推測した。それをふまえて、第一案を作成して、12月12日の第2回打ち合わせで報告した(図9)。

しかしその場では、参加者から厳しい意見がいくつも出た。座学になっている、難しい、学生たちの実態から離れているなどである。我々なりに解釈すると以下のような問題があった。第一に「個人の信用」をメインに講義内容を組み立ててしまったということである。「理論・理屈」からのスタートとなっていた。従前の「話すことで伝える」という方法から抜けきれていなかった。「理論・理屈」からのスタートは学生の求めているものではない。「向こう側(受け手)」が見えていなかったものと反省している。第二に金融機関の「審査担当者」の視点が強かったという点である。これは「自身の経験」に基づき作成した結果であり、過去の融資担当役席としての経験から良い事例、悪い事例など数多くの案件を担当した経験を伝えようとしたものになっていた。そのため、まだ「住宅ローン」自体を借りるかどうかわからない、学生たちの理解できる内容と我々教材開発者が望む内容とが、ズレてしまうという、典型的な「伝え手と受け手の溝」ではなかったかと考えている。

図9 第一案の構成

- | |
|--|
| <p>1. 「住宅」を購入する目的とは</p> <ul style="list-style-type: none"> ・『目的』を明確にしよう <p>2. 「住宅」の購入資金をどう準備するか?</p> <ul style="list-style-type: none"> ・目的達成のための資金を準備しよう <p>3. 「住宅ローン」の特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お金を借りた後に注意すること(グループワーク) <p>4. 金利について</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 「金利」はどのように決められるのか? (2) 「金利」のタイプ (3) 「金利」の違いについて(クイズ) (4) 金利と多重債務との関係 <p>5. お金を借りる前に知っておきたいこと(ディスカッション)</p> <p>6. まとめ</p> |
|--|

(3) 第二案の作成

上記した課題をふまえて、第二案を作成した(図10)。こちらについては、12月12日の第2回打合せ後に、学生たちから第一案に対する感想や意見、並びに第二案の作成指針となる考え方についてのアイデアをもらい、それに基づき全面修正を行った第二案を作成し、2月6日の第4回打ち合わせで全体を確認してもらった。そこでは概ね、好評であった。

内容だが、いきなり住宅ローンに進むのではなく、彼らの視点が住宅ローンへ自然と進むように導入部分を設けた。「人生の三大資金」として、住宅、教育、老後を確認してもらった上で、「将来どのような家に住み、どのような生活を送りたいかを考えよう」というグループワーク

を設定した。ここでは、高層マンションのイメージ図を示して、階や方角によって値段が異なることを示し、高層階に住むということは、社会人になると「住む世界が違う」で終わるかもしれないが、将来のある大学生であれば今後の努力（勉学を含め）次第で、決して「夢」ではないことを示した。住宅ローンと直接関係はないが、今何をするかという視点が重要であることを示した。そして極力、穴埋めやワーク、グループワークを入れ、さらに本文以外にも「コラム」を入れ、空き時間に読んでもらえるよう工夫した。コラムは、メジャーなものから少しマイナーなものまで盛り込み、学生が受け入れやすいものとした。

また、金融機関の視点として、貯蓄の重要性を理解してもらいたいと考えていた。大学生も「貯蓄の重要性」は感覚的に分かっていると思うが、そこにとどまっているのではないかと想定した。そこで、「貯蓄の有無が将来の生活にどのような影響を及ぼすのか」について住宅ローンをテーマに設定した。なるべく実生活に近い数値を使用することで、将来のイメージが持ちやすいよう工夫した。

さらに我々の講義の前に家計管理の基本的な内容を入れた方がよいということで、「家計の管理」という講義を入れてもらうことにした。これによって、学生にとっても「お金」という全体テーマの中で学習ができるため、効果的な学習ができるものと期待している。

図10 第二案の構成

- | |
|---|
| <p>1. 人生の三大資金とは</p> <p>2. 卒業後のライフイベント ⇒住宅の購入</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「グループワーク」 マンションのどこに住みたいか？ <p>3. 住宅資金と住宅ローン 穴埋め 解説 少し難しいものはコラムへ</p> <p>4. 住宅購入に必要な資金 穴埋め 解説</p> <ul style="list-style-type: none"> ①住宅購入にはいくら必要？ ②自己資金と借入金の割合は？ ③資金準備とライフイベント <p>【復習】様々なライフイベントではいくらの費用が必要となるだろうか？</p> <p>5つのイベント</p> <p>【目標】年間〇〇万円を貯蓄しよう（ワーク）</p> <p>5. 住宅ローンについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・金利とは ・金利と毎月の返済金額（グループワーク 考えるための表付き） <p>6. まとめ 穴埋め 復習</p> <ul style="list-style-type: none"> ・住宅ローンと家計 ・自己資金と住宅ローン ・今後の生活の上で 解説 <p>【巻末資料】社会人の家計簿</p> |
|---|

(3) 教材開発を終えて

今までは「一方通行」のセミナー内容が多かったのだが、本研究を通じて参加者に「ワーク」という形で考えてもらい、自分なりの回答を出してもらうというスタイルを考えることができた。今回は大学生向けに作成したが、内容としては新社会人から高校生にも応用できるものであり、実際の講義が終わった段階での受講者の意見等を聞きながら、対象者に合わせた改良を

していきたい。また、セミナースタイルも講師から受講者へ一方通行的に行うのではなく、「ワーク」を取り入れ、講義を通じて自分なりの回答を見つけ、そして今後の生活の中でどのように実践していくかを、実生活で気付いてもらえるようなセミナーも開催していきたいと考えている。

(浅野)

6. 総合考察

さて、教材開発の概要及び、教材開発の2事例をみてきたわけだが、これらをまとめると何がいえるだろうか。本節では、その点について検討したい。

まず大学生向け教材開発の全体についてであるが、今までみてきたとおり、「多様な主体の連携」によって可能になった。その点では多くの専門家及び関係者が連携して、初めて体系的教材の開発という本研究が成立した。ここで考えるべきはその連携の中身である。

第一に打ち合わせや試行的授業の意味である。全体の打ち合わせは4回あり、そこでは参加者の皆さんから色々な意見をもらい、教材開発の役に立ったのだが、全体としてみると、それはいわば教材開発プロセスの一部に過ぎなかった。打ち合わせ以外にも試行的授業とその反省会、メールでのやりとり、その他個別に打ち合わせが行われていた。これらは根回しということになるだろうが、そこでのやりとりもまた重要な意味を占めていた。また試行的授業を行った意味はあるが、多くの分野で行わなくても教材開発を進めることができたことから考えても、必ず必要であるというわけではなかった。なぜこのようなことが可能であったのかといえば、常時、打ち合わせ等で学生たちが教材開発に参加していたことがあげられる。それによって、試行的授業を行わなくても、学生たちの意見や反応を聞くことが可能であったのである。教材の対象者との意見交換は重要なのだが、それがどのくらいの頻度で、持続的に可能かどうか、教材開発の成否にとって、とても重要だといえるだろう。

第二に「多様な主体の連携」の在り方についてである。教材開発のプロセスにおいて、関係者全てが同じように意見を出し合い、同じように関わったのかと言えば、そうとはいえない。本研究においては、色川及び主に消費生活研究サークルの学生たちがコアになって、それぞれの教材開発者と関わったという側面が強い。開発者同士の意見交換は一部見られたが、それが主ではなかった。つまり「多様な主体の連携」といっても、本研究の事例を見る限り、開発プロセスに対する関わり方については、コアと周縁という濃淡があるということである。

この点を膨らませてみると、「多様な主体の連携」を行う時には、コアになる個人及び集団と周縁で関わってもらい個人及び集団がでてくる。そして連携を実現するための第一条件として、コアになる個人及び集団が不可欠であることがわかる。消費者庁の基本方針では、「コーディネーター」の育成をあげているが、コーディネーターがコアになる人材とは限らない。概念的に言えば、コーディネーターは、コーディネートが本来の業務であって、その事業の主体ではないからだ。また消費者教育の担い手がコアになる人材であるともいえない。消費者教育の担い手がコアになる可能性は充分あると思うが、そうならない場合もありえる。つまり、担い手養成も大切だが、コアになり得る人材の養成を意識的に行っていくことも求められよう。

また、教材開発の2事例をみると、具体的な教材開発のプロセスにおいて、「多様な主体」が連携していく場合に、注意すべき点が浮かび上がる。もう少し具体的に言えば、外部講師と大学生との関係に生ずる問題である。

外部講師は学生たちに教えたいことがあるから関わってくれる。これを講師のニーズとしよ

う。一方、学生たちにも学びたいことがある。これを学生たちのニーズとしよう。この講師のニーズと学生たちのニーズのすりあわせが、教材開発のプロセスにおいては、とても大きな意味をもっている。

本研究では大学生向け教材の開発がテーマであったため、対象である大学生たちの意見が最大限尊重されることになった。ここでいう大学生とは、主に教材開発においてコアとして活動した学生たちを指す。彼らはできた教材に対して意見を述べる。しかし、彼ら自身の個人的な意見をいうことを期待されているのではなく、教材の対象である一般大学生がどう考えるか、彼らは推測して意見を述べなければならない。そのため、彼らなりにこれらの点を考慮した発言が求められる。彼らの意見が正しいのかどうかは、もちろんはっきりしない。それでも、一般大学生の感覚に近いということによって彼らの意見は基本的に尊重されることになる。

そして、講師のニーズと学生のニーズが一致しない場合には、学生のニーズが優先され、講師側にはテキストの内容を変えるか、教え方を変えるかが要請される。つまり講師のニーズを学生のニーズにすりあわせる努力を、講師側に強いることになる。ここで一つ問題が起こる。教材に対しては学生たちの意見が尊重されるが、社会での立場は逆転する。講師は社会人であり、学生からみれば、大先輩たちである。つまり学生たちにとっては、年上の者に対して、色々な意見を率直に伝える勇気、講師側にとっては、年下の学生たちの意見に対してそれを真摯に受け止める度量が求められるのである。

今回の2事例は、まさに講師側が学生たちの意見を真摯に受け止めて、改訂を進めた例である。その意味では講師の先生方の度量に敬服する次第である。しかしこれが可能になったのは、2005年から消費者問題ネットワークしずおかを通じて、学生たちと講師を含めた関係者たちとが長年にわたって構築してきた信頼関係があったという背景が大きい。もちろん学生個人は入れ替わっているが、消費生活研究サークルという学生組織に対する信頼がまずあっての今回の意見交換であったのである。

このような点をまとめると、少なくとも今回の事例をみる限り、多様な主体が連携して何かの目標を達成するには、日常的な交流を通じた持続的な信頼関係を構築しておくこととともに、関係者たちが社会的立場を超えて真摯に意見を述べ合うこと、そしてそれら意見を受け止められる度量が必要であるといえる。そして何よりもともに良い教材を開発しようとする目標達成に対する強い意欲が求められよう。

またこれらの経験を活かして、これまでの講座や社内セミナーなどの改訂を考えたりするきっかけになっていくという波及効果がみられている。つまり教材を開発する側にとっても、自分の教え方を見つめ直す良い契機になっているといえるだろう。

7. まとめ

大学生向け体系的消費者教育教材は、ここで述べたようなプロセスによって開発された。教材は「多様な主体の連携」によって開発されたわけだが、「連携」にはコアと周縁という濃淡があると同時に、関係者相互の信頼関係や目標達成に対する強い意欲が求められる。「多様な主体」が「連携」して事業等を行っていくためには、コアは誰か、周縁は誰か、どのような人々との信頼関係があるのかなどを十分ふまえて、戦略的に進めていくことが必要だろう。

本稿は「多様な主体の連携」とはどうあるべきかを具体的に検討していく材料を提供したにすぎない。今後、推進に関わる様々な取り組みが行われるだろう。そこでは推進に関わる様々

な概念を、厳密に検討していくことも求められている。本稿がその契機になれば、幸いである。

なお先述したように、本研究で開発した教材は、今年度後期の静岡大学学際科目「消費について考えよう」という授業で利用することになっている。教材を完成させることができたという意味では、目標の第一段階を達成したのだが、これを全国どこの大学でも利用できる教材として、自信を持って勧められるという目標の最終段階までは達していない。今年度の授業そのものが一つの実験であると考えているので、受講生たちからの意見を色々な形で収集し、またコアになる学生たちの意見を真摯に受け止めて、さらなる教材の改訂につなげたい。改訂を繰り返して、飽和点に達したところで、公刊したいと考えている。つまり今後も本研究は続いていくということである。最後になるが、本教材開発にあたって、ご協力いただいた皆様には記して感謝申し上げたい。とりわけ試行的授業でしっかりしたコメントをくれた学生たちには深謝いたします。

(色川)

¹ 閣議決定 (2013) 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」

(http://www.caa.go.jp/information/pdf/130628_kyoiku_houshin3.pdf 2014.9.13)

² 文部科学省 (2010) 「大学・短期大学・高等専門学校における取組状況調査」(『消費者教育における国内の取組状況調査』所収)

(http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/_icsFiles/afieldfile/2011/06/07/1306342_03.pdf 2014.9.13)

³ 消費者教育推進法では、大学における消費者教育についての規定が第12条にあり、「国及び地方公共団体は、大学等において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。」となっている。ここではなぜか消費者市民社会という概念が消え去り、被害防止等の指導をすればよいという書き方になっている。この定義があまりに狭い範囲を示していることはいうまでもない。

⁴ 内閣府国民生活局 (2008) 『平成20年版国民生活白書』

(http://www5.cao.go.jp/seikatsu/whitepaper/h20/10_pdf/01_honpen/index.html 2014.9.13)

⁵ 東京都生活文化局 (2013) 「消費者教育に関する実施状況調査」

(https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/chousa/chousa_etc/shouhisyakyouiku_joukyouchousa.html 2014.9.13)