

# 1 小学校における消費者教育の指導

## (1) 買い物の社会的な意味

一番最初に  
教えてね!



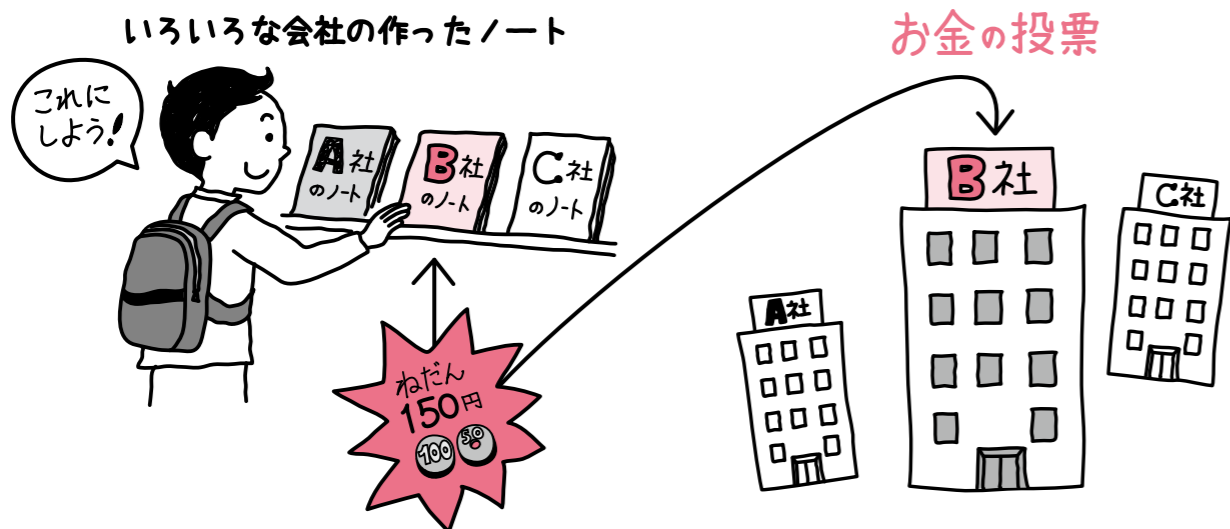
- ・「買い物はお金の投票」であることを、子どもたちに理解させる。
- ・私たち消費者の消費行動は、社会に大きな影響を与えることを自覚させる。

毎日、私たち消費者は、お金を出していろいろな商品（物やサービス）を買っています。消費者がお金を出して商品を買うことは、選挙の投票行為と同じで、その商品の生産や販売などに関わる事業者に一票を入れる（その事業者を応援する）ことになります。

私たち消費者が、社会にとってよりよい商品を選択して買うと、その事業者にお金が入ります。私たち消費者が買わないという選択をすれば、その事業者はもうからず、その商品は市場から消えていきます。私たちの毎日の買い物は事業者に対するお金の投票で、社会的な意味があります。

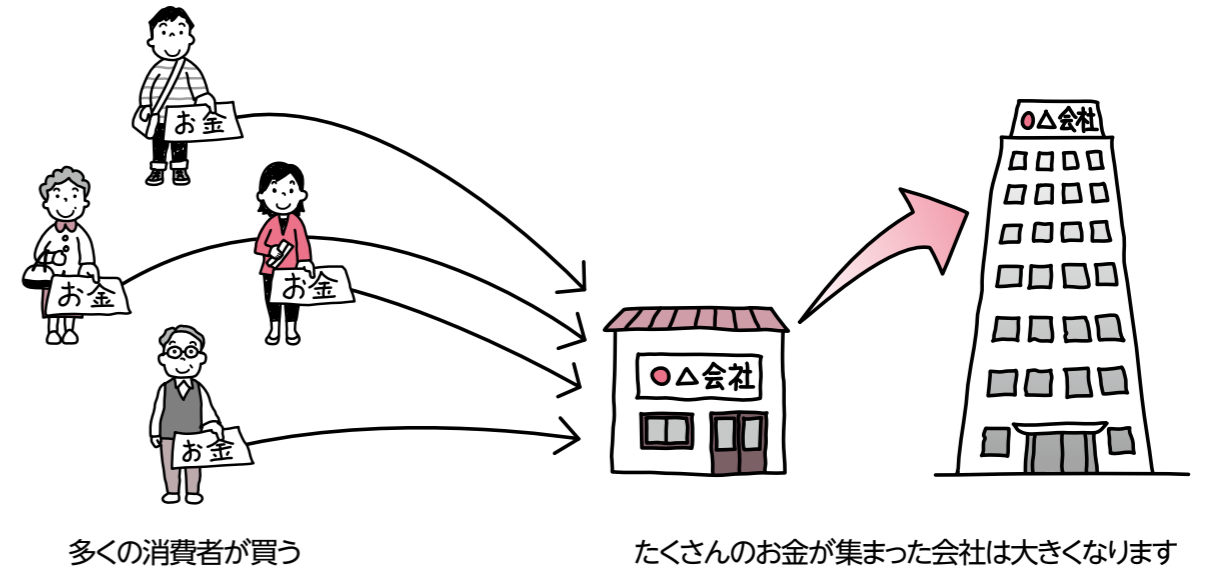
子どもたちに、一人一人の消費行動が、社会に影響を与えていることを自覚させていきましょう。消費者教育の目標は、公正で持続可能な社会の実現に寄与する消費者市民の育成です。消費者の選択、購入、消費、廃棄、再生などに関わる自律的な判断が、公正で持続可能な社会の実現に向けて大きな役割を果たします。私たち消費者がどのような消費行動をしていったらよいか、さまざまな教育活動を通して、子どもたちに考えさせる機会をつくるのが大切です。

### <買い物はお金の投票>

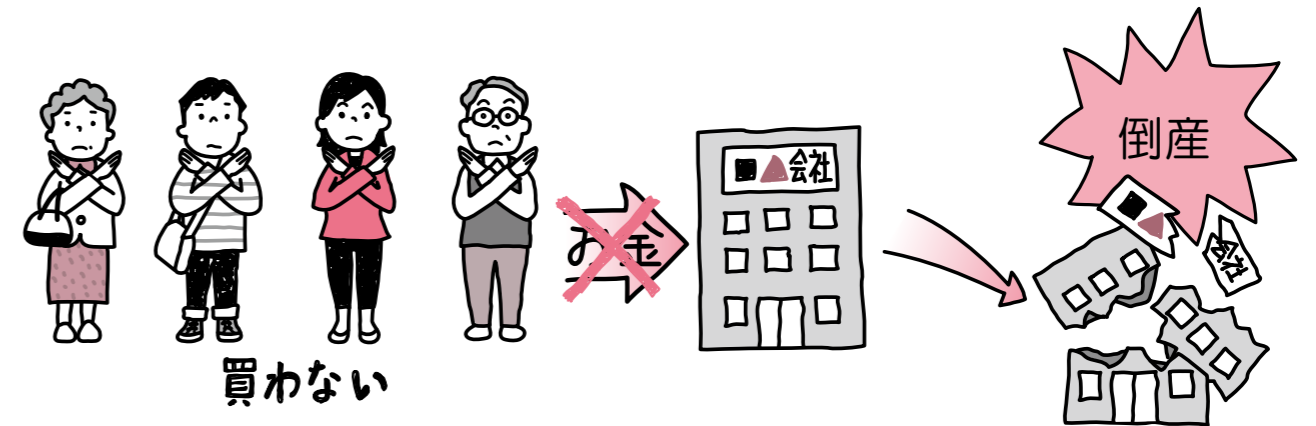


いろいろな商品の中から選んで買うと、それを生産・販売する会社にお金が入ることになります。  
※わたしたちの買い物は、「お金の投票」です。

### <多くの消費者が買う商品を生産・販売する会社は、存続・発展します>



### <消費者が買わないという選択をすれば、会社はもうからず、倒産してしまいます>



消費者が「買わない」という選択をすれば → その企業はもうからない → (最後は) 倒産

#### 買わない理由は？

- ・商品の品質が悪い!
- ・環境に悪い商品だから、あえて買わない!
- ・(よい商品だけど) 値段が高いから買わない!

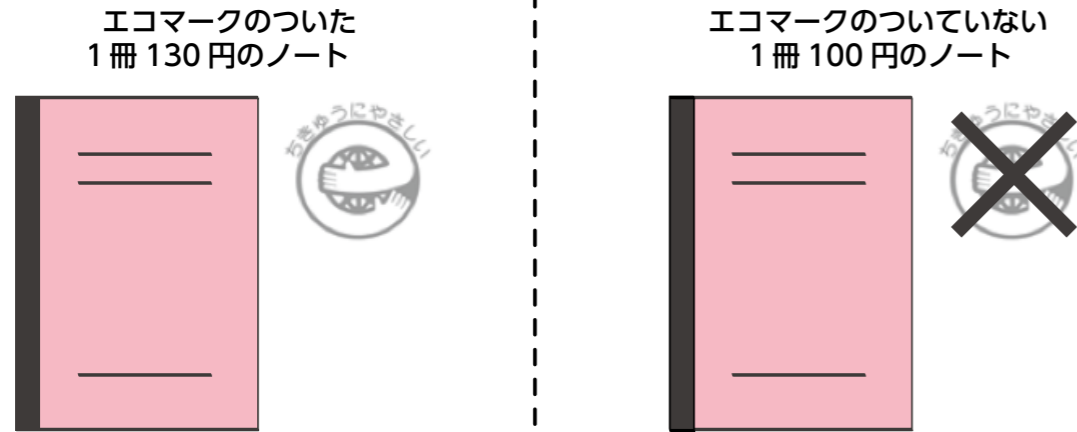
私たちが  
どんな商品を選ぶかが  
重要だね!



消費者がどんな商品を買うかが、社会に大きな影響を与えています。GDP（国内総生産）は、個人消費が約6割を占めています。消費者の「何を買うか、何を買わないか」という意思決定によって、社会は良い方にも悪い方にも変わります。

<あなたはどちらを買いますか?>

消費者が何を選ぶか（買うか）によって、社会は良い方にも悪い方にも変わります！



<参考資料>  
 エコマーク認定商品（環境への負荷が少ないと認められたものに付けられています）  
 ※ノートの場合  
 ・古紙パルプを70%以上使用  
 ・中紙（なかがみ）は白色度70%以下  
 ・パルプの漂白工程において、塩素ガス不使用

出典：財団法人日本環境協会エコマーク事務局  
<http://www.ecomark.jp/lifestyle/index.html>

<子どもたちに考えさせてみましょう>



値段が安いからといって、多くの消費者がエコマークのないノートを買うとどうなるでしょうか？

消費者は安い商品を買える！

しかし、お店では……

エコマーク付きの高いノートが売れない

環境は  
どうなる？

エコマーク付きのノートを、会社が作らなくなる。  
 （会社はもうからないので、売れないものをつくらなくなる）

※わたしたちの消費行動がどんな社会につながるか考えていきましょう！

値段は少し高いかもしれないけれど、多くの消費者が、エコマークの付いた商品を選択（購入）するように心がけていくと、どんな社会になっていくのでしょうか？



「どんなものを買いたいか」と子どもに質問すると、多くの子どもは安い値段のものを買いたいと答えます。しかし、これからは、自分自身のことだけでなく、現在及び将来の社会のことまで考えながら、私たち消費者は商品を選択し、環境等に配慮した消費行動をしていかなければなりません。小学校で、エコマークなどの環境に関する学習をした子どもたちは、環境に配慮した商品選択や消費行動の必要性を理解して日常生活において実践し、持続可能な社会をつくる一員となっていきます。

社会の持続可能性が危機的状況です。地球温暖化問題に象徴される地球環境の悪化をくいとめるためには、大量生産・大量消費・大量廃棄型の社会を変えていかなければなりません。また、さまざまな取引が国境を越えて行われていますが、事業者の安値競争の背景には、開発途上国の立場の弱い生産者から、不当に安い価格で買いたたいて原材料を仕入れるような取引も行われています。公正な取引により市場に提供される商品を、増やしていかなければなりません。

消費者教育推進法では、消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行わなければならないとあります。消費者市民社会とは、消費者が公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会です。一人一人の消費者が、自分だけではなく周りの人々や、将来生まれてくる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境まで思いをはせて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味しています。

消費者市民社会の実現を目指そう！

消費者基本法では、消費者の8つの権利が明記されています。消費者の権利は、アメリカのケネディ大統領が1962年に消費者保護特別教書の中で、4つの権利（「安全である権利」、「選択する権利」、「知らされる権利」、「意見が反映される権利」）を提唱し、1975年にフォード大統領が、5つめの権利として、「消費者教育を受ける権利」を加えました。

1982年に、国際消費者機構（CI：Consumers International）は、「生活の基本的ニーズが保障される権利」、「補償を受ける権利」、「健全な環境の中で働き生活する権利」を加え、あわせて消費者の8つの権利としました。さらに消費者には、権利とともに責任があるとし、次の消費者の5つの責任も提唱しました。消費者市民社会の実現のために、消費者がこれらの責任を果たすことが重要となります。

消費者の5つの責任

- ① 商品や価格、品質などの情報に疑問や関心をもつ責任
- ② 公正な取引が実現されるように主張し行動する責任
- ③ 自分の消費行動が社会（特に弱者）に与える影響を自覚する責任
- ④ 自分の消費行動が環境に与える影響を自覚する責任
- ⑤ 消費者として団結し連帯する責任

授業で使える!

## (2) 消費者市民社会の形成に向けた情報の紹介

現在の自分たちの消費生活のあり方について、子どもたちに考えさせるきっかけとなるような情報を紹介します。子どもたちに、公正で持続可能な社会について考えさせていきましょう。

### ●地球2つ分の資源

私たちの今の生活は資源を使いすぎています。消費者の資源の消費がそのまま大きくなり続けると、2030年には地球2つ分の資源が必要となります。

また、もし世界中の人が、アメリカ合衆国の平均的な市民と同様の生活をするならば、地球が4.5個分必要となります。

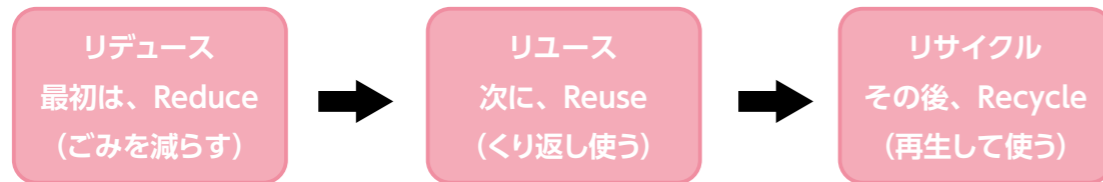
現在のままの消費行動を  
続けていると大変!



出典：公益財団法人世界自然保護基金ジャパン(WWFジャパン)webページ  
<https://www.wwf.or.jp/>

### ●3R (スリーアール)

環境に関するキーワードである3Rには、優先順位があります。また、最近では、消費者の行動として、4Rや5Rも使われるようになってきました。



※4Rとして、Refuse (ごみになるものを断る) 5Rとして、Repair (修理して長く使う)  
※ごみを減らす取り組みとして、「食品ロス削減に向けた県内の消費者の取り組み」がp.34～39にあります。



グリーンコンシューマー\*に  
なりたいね。

※買い物をするときに、できるだけ環境に配慮した商品を選ぶ消費者

### ●フードマイレージ

Food (食料の)、mileage (輸送距離) で、フードマイレージは「食料輸送重量 × 輸送距離」で算出をします。食料を輸送するときに排出される二酸化炭素が、地球環境に与える影響に着目したもので、食品の生産地と消費地が近ければ、フードマイレージが小さくなります。

わたしたちが食べている食品は、世界の国々から運ばれてきています。日本の食料自給率が低いことや地球温暖化の問題、地産地消の大切さについて、フードマイレージを扱うことで考えさせることができます。

※フードマイレージに関連する教材として、「山梨のぶどうづくりから学ぼう～ぶどう農家をインタビュー～」がp.24～33にあります。

### ●フェアトレード

フェアトレード (fair trade) とは、公正な貿易と訳されており、開発途上国で生産された作物や製品を、適正な価格で継続的に取引し、生産者の生活改善と自立を支え、生産地の環境を保全するしくみのことをいいます。

日本では、板チョコレート1枚100円位の安い値段で買えますが、この原料を生産しているアフリカのカカオ農園では、児童労働が行われており、社会問題となっています。「消費者の5つの責任」(p.7) の中に、「自分の消費行動が社会(特に弱者)に与える影響を自覚する」というのがありました。弱者に配慮した倫理的消費を考える上で有効な題材です。



※フェアトレードに関する授業案として、「フェアトレードって何だろう～あなたの行動が世界を救う」がp.18～23にあります。

### ●エシカル

エシカル (ethical) は、「倫理的な」、「道徳上の」という意味の形容詞です。近年日本でも、「エシカルコンシューマー」、「エシカルファッション」などのいろいろな言葉が使われるようになってきました。倫理的に正しい消費行動やライフスタイル、社会貢献、社会的責任など、広い概念を表す言葉です。

私たちの買い物は  
社会を変える!!

社会に貢献している  
企業に協力したいな!



### (3) 買い物をするときに

小学校学習指導要領「家庭編」では、家庭科の内容がA～Dの4つに分かれています。「D 身近な消費生活と環境」には、「物や金銭の使い方と買い物」という項目があります。

#### D 身近な消費生活と環境

(1) 物や金銭の使い方と買い物について、次の事項を指導する。

- ア 物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えること。
- イ 身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できること。

お金の使い方や買い物に関する学習をするときに、参考となる情報を紹介します。



#### ●買う前に考えよう！「必要なもの」、「ほしいもの」

- 1 今、買いたいと思うものを書き出してみましょう。
- 2 お金には限りがあります。書き出したものについて、「必要なもの」と「ほしいもの」のどちらになるか、○をつけてみましょう。日常生活では、「必要なもの」を優先して買っていきます。

買いたいと思うもの	必要なもの	ほしいもの
・まんが		○
・消しゴム	○	

必要じゃないけどほしい！

( )がほしい

必要性を考えよう！

#### ●本当に必要？

- ・それほど必要でない
- ・同じようなものを持っている（修理して使う）
- ・他に、優先して買う「必要なもの」がある

→ 買わない（がまんする）

#### ●やっぱり必要！ ※家族とも相談しよう！

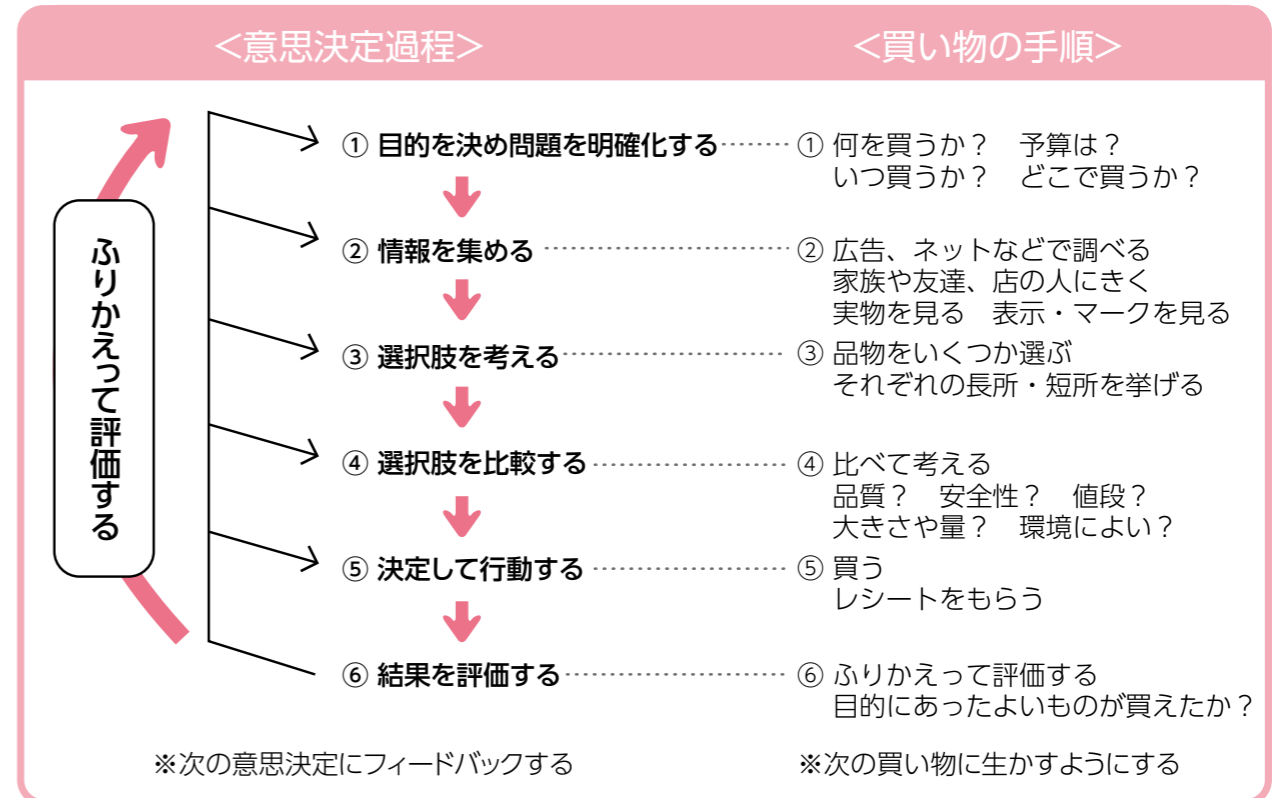
お金がある

→ 買う（買い物の計画をたてよう）

お金がない

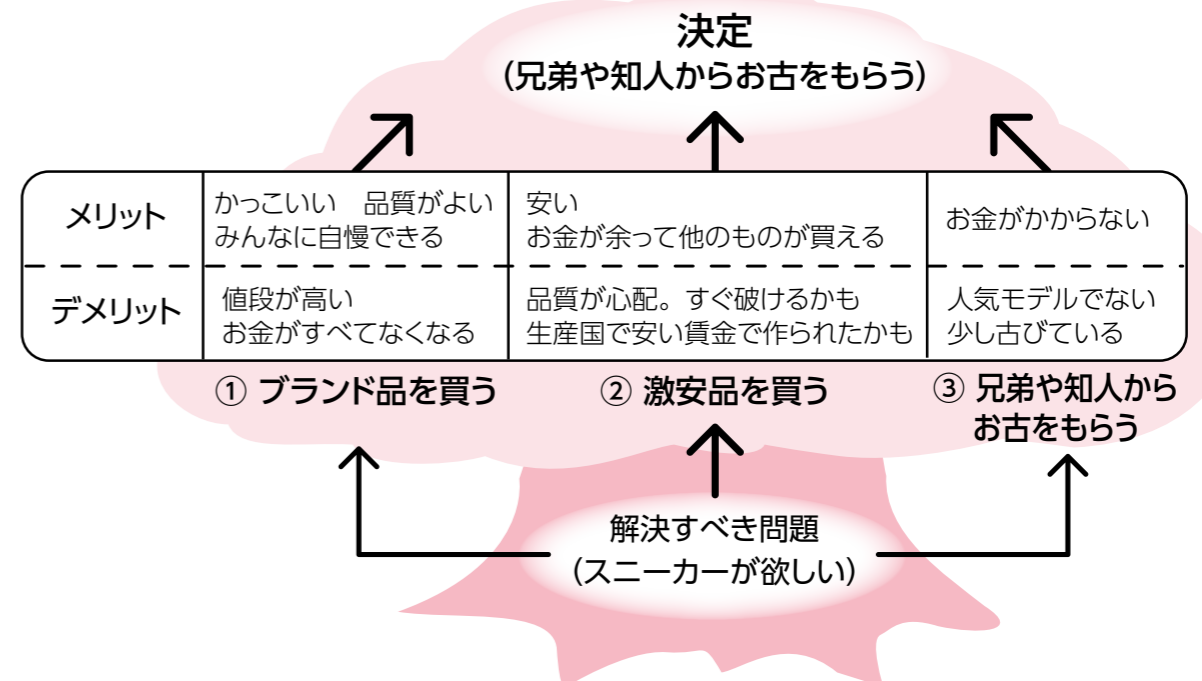
- ・お金をためる
- ・安くなるまで待つ
- ・だれかに借りるか、ゆずってもらう

### ●意思決定過程と買い物の手順



#### ●ディシジョン・ツリー decision tree (意思決定の木)

ディシジョン・ツリー（意思決定の木）は、ある意思決定を迫られたときに、合理的な意思決定をするためのツールとして考え出されたものです。「解決すべき問題」に対して、考えられるすべての選択肢を挙げ、それぞれの選択肢について、選択した場合のメリット（良い点）とデメリット（悪い点）を挙げ、実際にとるべき選択肢を決定する方法です。木の根から枝葉を伸ばすように、下から上に向けて示されています。



消費者にとって、個人的にも社会的にも、責任がとれるよう意思決定したいね！

### ●3つのS（お金の使い方）

アメリカの子どもたちは、お金の使いみちについて、3つのSに分けて考えることを教えられています。

- ・ **Spend** 自分のために使うお金
- ・ **Save** 将来使うための貯金
- ・ **Share** 人や社会のために使うお金・・・家族や友達にプレゼント、募金、寄付など

ユニセフ（国際連合児童基金）は、世界中の子どもたちのために活動しており、ユニセフ募金を行っています。

#### <いくらでどんな支援物資を調達できるのかな？>

##### 【100円でできること】

- ・ ポリオから子どもを守るためのワクチン 7回分
- ・ げりで体から水分がなくなって、命を失うことを防ぐ粉（経口補水塩） 12袋
- ・ 1錠で4～5リットルの水をきれいにする事ができる薬 86錠

##### 【100円がたくさんあつまると】

- ・ 子どもを寒さから守る大きめのフリース製毛布 1枚 291円
- ・ 熱に弱いワクチンを運ぶのに必要な保冷箱 1箱 1,470円
- ・ マラリアの原因となる蚊から家族を守る、殺虫剤処理をした長期間使える蚊帳 3張 967円
- ・ スケッチブック 10冊とクレヨン（8色入り） 10セット 970円
- ・ 緊急事態の中でも、40人の子どもが勉強できる必要最低限の学用品と教材のキット 1セット 16,423円

※1ドル=97円として計算

出典：公益財団法人ユニセフ協会「子どもと先生の広場」  
http://www.unicef.or.jp/kodomo/

### ※消費者教育の指導のポイント

消費者教育では、子どもたちが消費生活に関する基本的な知識・技能を習得し、日常生活での実践や適切な消費行動に結びつけることができる能力を育てていくことが大切です。そのため、実践的・体験的な指導方法が多く用いられてきました。

消費者市民社会の形成のためには、消費者が次の3つの力を養い、公正で持続可能な社会づくりに主体的に参加することが必要とされています。

「お金の投票」を意味します。

- ① **経済的市民の育成（消費行動力）**  
消費・非消費を通じて企業を評価し、安全で質の高い商品の提供者を応援していく消費者像。
- ② **政治的市民の育成（社会提案力）**  
よりよい社会の実現に向け、企業や行政に積極的に意見提案をする消費者像。
- ③ **倫理的市民の育成（自己革新力）**  
環境配慮や途上国支援、被災地支援など次世代や他者への思いやりを自覚した消費者像。

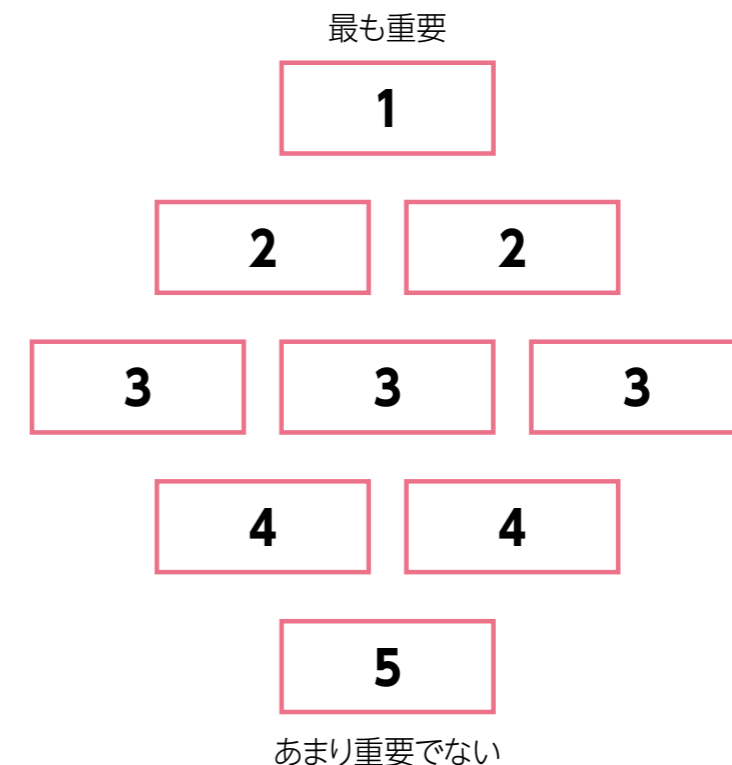
出典：西村隆男「消費者教育推進法施行～消費者教育の果たす役割～」  
国民生活2013年5月号No.10

### ●体験型の活動例～ダイヤモンド・ランキングで考えよう～

ダイヤモンド・ランキングとは、どんなことが重要か、9つの事項について優先順位をつける活動です。個人でカードを並べたあとで、グループの人たちの考えを聞いて、新しいランキングを作りあげていく活動もできます。考え方の多様性に気付かせ、思考力や判断力を高めることができます。教員が8項目を提示し、残り1項目は白紙にしておいて、子どもに書かせます。

<例> 商品を選択するとき重視することは何ですか？

価格の安さ	品質のよさ	安全性	ごみが少ない	日本製
表示やマーク	環境に配慮	近所の店で買える		



このように考えた理由を書きましょう

- 1 9枚の紙をはさみで切り離して、ランキングを考えながら、四角の枠の上に置きましょう。
- 2 残りの1枚の白紙は、あなたが重要だと思うことを考えて書いてください。
- 3 9つのランキングが決定したら、のりではりましょう。