# シンポジウム
# １８歳になるキミたちへ
## ～海外事例から考えるこれからの消費者教育～
# 報　告　書

日　　時：2019年9月21日（土）午後1時～午後4時
場　　所：弁護士会館2階クレオA
主　　催：日本弁護士連合会
共　　催：東京弁護士会　第一東京弁護士会　第二東京弁護士会
後　　援：文部科学省　消費者庁　日本消費者教育学会
　　公益財団法人消費者教育支援センター

※本報告書は，シンポジウムにおける報告者及び各パネリストの発言内容をまとめたものであり，当連合会の公式な見解ではありません。

# 進行次第

１　開会挨拶／小池 達哉（日本弁護士連合会副会長）

２　資料説明／靏岡 寿治（日本弁護士連合消費者問題対策委員会委員）

３　報告「消費者市民を育むドイツ（ヴュルツブルク）の学校教育」
　　大本 久美子氏（大阪教育大学教育学部教授）

４　報告「フィンランドにおける消費者教育と学校教育環境」
　　松葉口 玲子氏（横浜国立大学教育学部教授）

５　報告「ＥＵにおける消費者教育の特徴とわが国への示唆」
　　高嶌 英弘氏（京都産業大学法学部教授）

６　報告「イギリス・ドイツ視察から考えるこれからの消費者教育」
　　江花 史郎（日本弁護士連合消費者問題対策委員会委員）

７　パネルディスカッション
　　［パネリスト］
　　・大本 久美子氏（大阪教育大学教育学部教授）
　　・松葉口 玲子氏（横浜国立大学教育学部教授）
　　・高嶌 英弘氏（京都産業大学法学部教授）
　　・江花 史郎（日本弁護士連合消費者問題対策委員会委員）
　　［コーディネーター］
　　・中村 新造（日本弁護士連合消費者問題対策委員会副委員長）

８　総括／谷口 央（日本弁護士連合消費者問題対策委員会委員）

９　閉会挨拶／黒木和彰（日本弁護士連合消費者問題対策委員会委員長）

## ◆はじめに◆

本シンポジウムは，諸外国における消費者教育の現状や取組をひとつの切り口として，民法上の成年年齢の引下げを見据えたこれからの消費者教育の在り方を考えていく場として企画しました。

2022年4月1日からの成年年齢引下げに伴い，若年者の消費者被害が拡大するおそれが指摘されています。他方，2012年12月に施行された消費者教育推進法は，「消費者市民社会」，すなわち，消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画していく社会の実現をその中核に置きました。これらの点からも，我が国では今，消費者被害を防ぎ，消費者市民社会を実現するための実践的な消費者教育を推進していくことが喫緊の課題です。

しかしながら，実際の教育現場では，実践的な消費者教育とはいかにあるべきか，その内容や方法について未だ試行錯誤が続けられている段階にあります。

このような状況を踏まえ，日弁連では，諸外国における消費者教育の実践例の中に，これからの日本の消費者教育の在り方を考えるヒントがあるのではないかと考え，本年3月にイギリス・ドイツの視察を行いました。また，消費者教育の第一線で活躍しておられる専門家の方々も，海外の消費者教育の制度や実践的な手法などについて，それぞれの御専門の見地から日々調査・研究を進めていらっしゃいます。

本シンポジウムでは，近年に諸外国を訪問し，消費者教育の現場を視察された専門家の方々をお招きし，諸外国の消費者教育の実情を御報告いただき，日弁連の視察の成果も併せて報告しました。後半のパネルディスカッションでは，海外の事例を参考にしながら，成年年齢の引下げを控えた日本の消費者教育のあるべき方向性について議論を深めました。

以下，本シンポジウムの内容について御報告いたします。

## 第１　開会挨拶　（略）

## 第２　報告「消費者市民を育むドイツ（ヴュルツブルク）の学校教育」

大本　久美子　氏（大阪教育大学教育学部教授）

大本教授からは以下のとおりのご報告をいただきました。

### １　はじめに　自己紹介及び研究内容

私が消費者教育に関心を持ち出したのは，学生時代です。消費者の権利と責任という内容だったのですが，試験前に文言を覚えるような学習になっており，なんとか実生活の中でライフスタイルに定着するようなカリキュラムにならないか，家庭科教育の中で消費者教育が柱になるような実践を積み重ねてきました。

2000年頃から研究に取り組むようになりました。2012年に消費者教育推進法ができ，「消費者教育」「消費者市民社会」という定義が明確化されました。公正で持続可能な社会づくりを考えるときに，「公正」とは何か，道徳的な要素・概念について研究する「コンシューマー・リーガルリテラシー研究」に取り組み，消費者として「法的」「道徳的」な視点で物事を考えるというものであり，その基盤となる道徳性を育む小中高の教育に力を入れています。

今回は「倫理的配慮」に焦点を当てて，ドイツ視察に行きました。循環型社会が目指すライフスタイルを研究する中で，生命の連続感・感性・思いやりが中心にあり，具体的なライフスタイル（利用資源の節約・循環・ダウンサイジング，スローライフ，シンプルライフ，ゆとりのある生活，モノへの愛着のある生活，質の良い豊かな生活）を形成するということの大切さを研究するとともに，コンシューマー・リーガルリテラシー研究が円柱にあり，社会参画・行動に責任を持つというのが周辺にあり，さらに周辺に社会連帯，権利義務，倫理的配慮があるという社会が良いと考えるようになりました。

また，これは消費者市民を育成するだけではなく，企業市民を育成する意味を持ちます。すなわち，事業者と消費者の情報格差がなくなり，事業者の情報を正しく理解できる消費者，ごまかしのない情報を与える事業者の育成を目指し，その結果，原料から市場までの過程の健全性，原料から市場までの過程の健全性，環境保護・人権保護などの社会的責任を果たす企業の育成を目指す研究をしてきました。

## ２　エシカル消費

エシカル消費，すなわち消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり，そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うことについては消費者庁が力を入れ始めていますが，日本では動物への配慮（アニマルウェルフェア）が遅れていると感じます。

## ３　ESD 先進国ドイツの教育内容

続いて，ドイツの教育内容についてです。教育スタンダードの中で，「倫理感，文化的・社会的価値を理解すること，社会的行動や政治責任への素地を育むこと，社会における権利と義務を認識すること」といった私の研究テーマについて公教育で実践されていることが印象的であり，国家プロジェクトも多数あります。

ドイツの学校教育で重視されている能力は，①自己や他者の「意欲」を高められる力，②新しい視点を組み入れて知識を構築し，横断的知識を得て他者と共に行動する力，③他者と自分を照らし合わせたり，思いやるなど他者を配慮する力であり，これらが先行研究から判明しています。

## ４　視察授業の概要

今回は9年生，10 年生の授業を見学しました。9年生は中3，10 年生が高1に相当する年次になります。まず最初に，「ドイチェハウス・ギムナジウム」という学校の「経済と法」という環境経済の授業を見学しました。調べ学習ができるようにパソコンルームの授業でした。ワークシートが配られ，環境経済についての記事が書かれていました。個人で考えることを先行し，その後ペア学習を行い，最後に全体で発表するという授業構造になっていました。個人ワークのときの生徒の発言を少し紹介しますと，「資源の利用を持続性あるものに変える」「持続可能性とのバランスが環境経済を意味する」など非常に鋭いものが多くありました。授業後のインタビューにおいて，担当の講師に「時間切れでアジェンダが作成できなかったみたいだが，どのようなアジェンダが出てくると予想しますか」と質問したところ，「子供たちの方からフェアトレードなんかが出てくると良いのだが」との期待を示されました。

次に2つ目の従業ですが，女優兼舞台監督が登場する「Learning Through The Art」という授業です。エシカル消費とは何かを対話型で確認し，エシカル消費のジャンヌダルクと呼ばれる 15 歳の少女が何のために行動したのか，少女の主張を基に考えさせ，その後5つの事例（新聞記事）を教材として，どのように行動できるかを考えさせる授業でした。特に印象に残ったのは，日本では大事な部分に線を引くことが多いのに対し，この授業では大事なところだけを残し，そうではない部分を塗り潰すという教育方法がとられていました。そのほか，立ったり座ったりと体全体を使った授業がありました。

3つ目の授業は，ユネスコプロジェクトスクールである「ハインベルク・ギムナジウム」の2つの授業「ユネスコ」と「マカデミアナッツの会社」という授業を見学しました。教室で輪になって，教師が質問する授業で，該当する子は立ち上がって輪の中央に。このゲームをなぜ行ったのか，人によって差（違い）があり，中央に一人で立った時にどんな感じがしたか，このゲームは何を目的にしているかを理解させていました。「見なさい。目をそらすな」という内容のドイツ人と移民の中学生の物語を取り扱い，移民をどのように受け入れていくかという物語について議論が交わされていました。

また，学校全体の取組としてウォーターボトルがありました。マイクロチップが埋め込まれたボトル（1,000 円程度）を購入すると，この機械で水を入れることができる。生徒からはジュースの自動販売機を設置してほしいという要望がありましたが，ゲッティンゲンはおいしい水が豊富にあり，またペットボトルのゴミが出ないようにと，健康や環境に配慮されていました。もう一つはケニアから有機のマカダミアナッツを買い付けて，マカデミアナッツを売るという授業がなされていました。これこそ事業者体験であり，企業市民の CLL の育成にも資するものです。

## ５　消費者市民社会を育むドイツの学校教育

ドイツの学校カリキュラム全体が人権に配慮されており，学校教育全体の目標となっていました。「エシカル消費」授業を通じて，持続可能な社会づくりの基盤となる能力の育成が目指されていたように感じました。消費者市民社会を実現するための消費者教育としては，学習内容だけでなく，学習過程でも，消費者としての責任を理解し，適切に権利を行使する，社会的課題に積極的に関わり，実行できる力を育成することが大切です。もちろん，基本的な知識を学ばせることが前提として大切ですし，その上で正しく情報を読み解く，広告やコマーシャルなどをきちんと見抜ける人材を育成することで，グリーンウオッシュを見抜き，契約概念を理解し，消費者トラブルを未然に防止することが可能となる消費者教育を実現できると思います。

**（補足・・会場からの質問に答えて）**

質問①　ドイツでは，消費者の権利と責任，契約概念について学習する授業・教科はありますか。

回答　　経済と法倫理などの教科の学習指導要領（レアプラン）でそれらに関連する内容に触れていることは確認しています。州によっては家庭科も5・6年，7～10

年生にあり，教科書に「責任ある消費」に関連した内容を扱っていることを確認しています。

質問②　なぜLTTAでエシカル消費を扱っていたのですか。

回答　　今回参観したLTTAは，参観後のインタビューから「倫理」と「ドイツ語」と「社会」の授業科目・学校行事を教科横断的に行った授業ということがわかりました。参観時は，LTTA授業と紹介されたので教科名に書いてしまいましたが倫理を選択した生徒に対して行った授業であることがその後のインタビューで判明しました。LTTAは，教育プログラムの一つで　生徒と教師と芸術家が一緒に「芸術」を通して学ぶという手法です。このエシカル消費の授業のあと，ドイツ語と「社会」の授業を利用して，「持続可能な社会の構築」の学習が行われています。

質問③　消費者教育は小学校から始まりますか？また，未就学児の消費者教育はどこにポイントを置けばよいのでしょうか。

回答　　小さい頃から消費者教育は必要です。幼児に対しては遊びの中で環境教育（資源を大切にする）や食育，お買いものを通しての金銭教育が可能だと考えます。幼稚園や小学校低学年の消費者教育の実践を推奨しています。オーストラリアの幼稚園の砂場の事例（バナナとプラごみを埋める話等）も様々なところで紹介しています。

質問④　高校家庭科2単位必修では時間が足りないのではありませんか？

回答　　家庭科教育学会でもロビー活動を行い，家庭科の時間数増を要望していますが実現していません。消費者教育の必要性をもっと強調して時間数増をはかる必要があると個人的にも強く思っているところです。

## 第３　「フィンランドにおける消費者教育と学校教育環境」

松葉口　玲子　氏（横浜国立大学教育学部教授）

松葉口教授からは以下のとおりのご報告をいただきました。

### １　なぜフィンランドか

私自身，消費者教育に携わっており，昨年12月に初めてフィンランドを視察する機会を得ました。

日本では，この度，成年年齢の引下げに伴い，学習指導要領が変更されます。日本の教育の最大の課題は，現場の教師の教育をする力の養成であり，そのためには現職教員の環境整備が必要となります。この点，フィンランドは，教育立国として有名です。OECDのPISA調査における，学生の「活用力」につき，フィンランドは長らくトップでした。フィンランドでは，教師の質の高さが顕著であることがこの要因であると考えられています。フィンランドの消費者教育は，この点から極めて参考になるものと考えられます。

また，私自身の研究テーマが「持続可能な消費」であり，フィンランドにおいては，この点も重視されています。フィンランドの消費者教育は，コンシューマリズムに対抗する「アメリカ型」消費者教育ではなく，「持続可能な消費」を重視する「北欧型」の典型であることからも興味深いところです。

### ２　消費者教育の体系

北欧閣僚評議会によって「消費者教育戦略」が出されています。そこで中核となるのは，①「持続可能な消費」と②「メディアと技術のリテラシー」です。日弁連の視察が行われた約10年前からの変更点としては，生活環境等の変化に伴い，発達段階ごとの視点が導入されていることです。

### ３　ナショナル・コア・カリキュラムについて

フィンランドにおいては，「ナショナル・コア・カリキュラム」が定められています。日本の学習指導要領に相当します。

ここでは，「参加と市民的行動」「公平性と平等」「環境的責任と持続可能な未来への志向」が原理とされています。「消費者教育」は出てきませんが，根底にこれらが存在することが重要です。また，7つの横断的なコンピテンシーが定められていま

す。消費者教育との関係で重要な点は，「批判的かつ責任ある消費者」(T3)，「消費者スキルとファイナンシャル・スキル」(T4)，「起業家精神」(T6)，「持続可能な生活様式」(T7)です。特に，起業家精神に重きが置かれていることが興味深いところです。

なお，注意が必要なのは，日本の学習指導要領とは異なり，「ナショナル・コア・カリキュラム」は法的な拘束力が小さいものです。もっと言えば，教育に対する国や自治体の影響力も小さいです。教員の採用は，学校単位で行われることとなっており，教員の教育に対する裁量は大きいということには留意すべきです。

## ４　教科

消費者教育を扱う具体的な教科は，社会科と家庭科が主流で，この点は日本と同様ですが，地理においても，消費者教育が位置付けられた点は特徴的です。

## ５　オウル大学附属中学校における消費者教育

### (1)教科書

教科書についても一応存在しています。これらの中では，テーマとして「生き方としてのお金の使い方」「持続可能な消費」といったものが掲げられています。また，例えば，題材として，フェアトレード系の事柄が入っていたりし，生徒が何かを購入するときに，多様な民族，国家を念頭に，横断的に検討する能力を育成しています。

### (2)授業

興味深かったのは，家庭科の中で，「調理」が消費者教育に含まれている点です。日本でも「調理」を教えますが，主な内容は「料理の作り方」です。他方，フィンランドにおける調理は「協働学習」です。このように，消費者教育といわずとも，社会の責任あるメンバーになれるような教育が実施されています。

### (3)教育理念

多様性を重視しており，創造性を伸ばそうとしていることが読み取れます。今までなかったものを創造しようという考え方であり，その根底には，「起業家精神」や「持続可能な消費」があるのではないでしょうか。「持続可能な消費」を念頭におけば，悪質な詐欺等は起きないのでしょう。

### (4)学校内の施設

学校内の施設については，様々な工夫がなされています。例えば，真正面で話し合うことが難しいということに配慮した「ひし形の机」があったり，落ち着かない子が落ち着いて座れるような工夫がなされた「椅子」が用意されていたりと，細かな工夫が多数ありました。

教育用の設備でも，ICT が充実している。電子黒板や PC が普通に用意されており，デジタル教材が完備されています。教育にお金が使われており，グループ

学習に適した環境が整えられていました。ランチルームでは，生徒が自由に食事をとっていく形式ですが，プレートに色付けがされており，バランスよく食事をとることができる工夫がなされていました。また，建物の階段には各段に掛け算の数式が書かれており，自然に掛け算ができるような仕掛けになっていました。

### (5)職員室

職員室には，ロッキングチェアなどが完備されており，まるでホテルのラウンジではないかと思うようなスペースでした。教員同士が自由に話をする環境があり，横断的な教育のためには重要だと感じました。また，教師への信頼が高く，教師からジムを作りたいとの意見が出たためジムが完備された経緯もありました。これらのことからも，教師に対する信用性が高いことが分かります。

## ６　最後に

視察において印象に残ったのは，“I teachWhat’s your superpower?”と記載された看板があったことです。フィンランドにおいては，大きな人間形成という文脈の中で消費者教育が捉えられており，示唆的でした。

## 第４　「ＥＵにおける消費者教育の特徴とわが国への示唆」

高嶌　英弘　氏（京都産業大学法学部教授）

高嶌教授からは以下のとおりのご報告をいただきました。

### １　概要

本報告では，私が行った 2018 年3月の欧州調査の結果をもとに，①EUにおける消費者教育のシステムとその特徴，②我が国における若年層の消費者教育に対するEUからの示唆，③我が国における若年層消費者教育の理念とシステムをどのように考えていけばよいか，についてお話しいたします。

### ２　ＥＵにおける消費者教育のシステムとその特徴

(1)EUの特徴をよく表している消費者教育の制度として，①「Consumer classroom」（消費者教室）という消費者教育支援システムと，②「Consumer Law Ready」という消費者法に適切に対応する企業を育成するというプログラムがあります。

これらは直接消費者を教育するのではなく「教育」を担う講師，取引の相手方である企業を対象とした教育を行うというものであり，EUが多数の加盟国からなる共同体であるため，間接的に関与するというシステムにならざるを得ないという点で特徴的です。

(2)まず，「Consumer classroom」（消費者教室）についてですが，対象は 27 の加盟国のすべての教員（満 12 歳から 18 歳の若年層に対する消費者教育の担い手）であり，消費者教育の素材を交換しあるいは意見交換ができ，登録した教員間内でもフォーラムが作られ，優れた資料が共有されています。

非常に工夫された授業計画や授業資料が公開され，メールを用いた個別サポートもあって，参加者はアドバイスを受けつつ，授業に臨めるようになっています。

自分の授業内容等のプロフィールを登録することで，交流が広まり，学校単位で消費者事業コンテストが開催されるなどして盛り上がっています（ただし，2019年6月7日に閉鎖されていることがHPで確認されています）。

(3)次に，「Consumer Law Ready」（CLR）についてですが，主な対象はEU内の中小企業所属者で，消費者法教育に特化したシステムです。その目的は，最新のEU消費者法を企業に理解してもらうということにあります。

①地域別コースの受講→②5つの学習モジュールを使ったオンライン学習→③

試験を受けて欧州委員会認定の証明書を取得というシステムで，最新のEU消費者法を理解しコンプライアンスを確保した「企業市民」を育成することを目的としています。また，顧客サービスの改善・企業への消費者信頼度をアップするという効果も目的とされています。

(4)これらの2つの制度の特徴としては，①消費者教育の担い手に対するサポートの充実，②消費者「法」教育の充実，③権利教育の重視という点が挙げられます。また，市場の健全化（企業同士の健全な競争）が消費者法の一部として理解されていることも特徴です。

## ３　わが国への示唆

これらの制度からの我が国への示唆としては，まず，①担い手の育成の重要性が挙げられます。消費者教育は専門的であり，範囲は広く担い手の養成は困難です。一方，成年年齢の引下げが実施されると消費者教育の対象者が大幅に増えるので担い手の育成が急務であり，研修機会の提供とサポートシステムが不可欠です。

次に，②消費者「法」教育の位置付けも重要です。消費者法教育の重要性を強調し，積極的かつ適切な権利行使を根付かせることが肝要です。

## ４　今後の展望

消費者教育の内容は高度に専門的な部分が多く，どういう理念に基づきどのように教えていくかについては，一定のコンセンサスが必要と思われます。とりわけ，社会に出る直前の高校生，大学生に対しては，消費者法教育が大事です。それを踏まえて以下の3つの視点が必要と考えます。

まず，①若年者の消費者被害を防止・救済する上で，消費者法，とりわけ消費者取引法の教育は必要不可欠です。

次に，②消費者法を手掛かりとして横断的に消費者教育の各分野を学び直すことによって，消費者教育の体系的理解が得られると考えられます。すなわち，それぞれの専門分野でコンセンサスを得た部分が法令としてルール化されている訳ですから，各分野における関連法令の目的と意義を明らかにすることによって，それまで学習してきた様々な消費者教育の内容を整理し，体系的に理解することができます。

さらに，③消費者教育の総論に当たる部分としては，生産と消費の分離及び大企業による大量生産様式という社会構造がもたらす問題，という把握が重要であると考えます。

## 第５　「イギリス・ドイツ視察から考えるこれからの消費者教育」

江花　史郎（日弁連消費者問題対策委員会委員）

江花史郎弁護士からは以下のとおりの報告がありました。

### １　概要

2019 年3月に，日弁連消費者問題対策委員会・消費者教育部会7人の弁護士でドイツ・イギリスに海外視察に行ってきました。本調査の趣旨と視点は，①成年年齢引下げへの対応，②消費者市民社会，SDGsに関する教育，③アクティブ・ラーニングを取り入れた教育です。視察で訪れた団体などの特徴をご報告します。

### ２　ホーセンデン小学校

ホーセンデン小学校（イギリス・ロンドン）は，ロンドン西部の公立小学校で，多人種の生徒が在籍していることが特徴です。

同校では，PSHE（パーソナル・ソーシャル・ヘルス・エコノミー／道徳を含む総合科目）の授業で消費者教育を取り扱っており，校長先生のお話しでは，考える力（クリティカル・シンキング）を育むことを目的とした授業内容とのことでした。消費者をだます詐欺的な手法が日々変化するため，根っこの部分の考える力を磨かなければそれに対応できないからという説明がありました。

実際の授業では，例えば，実在する広告を生徒たちに示し，その広告を生徒自身にも作らせたりすることで，考える力を磨いていくということもしているそうです。

次に，授業の進め方についてです。アクティブ・ラーニングの手法ですが，例えば，歴史の授業では，日本では西暦〇〇年に〇〇という事件がおきました，という教え方が多いですが，この学校では歴史上の2つ異なる事実を示し，どちらが正しい選択であったか，生徒たちに議論させるといった授業をしているということでした。

また，校長先生が強調していたのは「ビジブル・ラーニング」（視覚化による教育）です。その一例として「Working Wall（壁黒板）」というものを見せていただきました。これは，自分たちが発表した内容，検討過程を生徒たち自身に壁黒板に書いてもらうことで，検討過程を目で見てわかるようにするという工夫をしているものです。

### ３　フェアトレード・ファウンデーション

次に，フェアトレード・ファウンデーション（イギリス・ロンドン）をご紹介します。1992

年に設立され，イギリス国内におけるフェアトレード認証ラベルのライセンス，フェアトレードの普及啓発等の活動をしており，各学校へのフェアトレードの普及活動（フェアトレード・スクール等）を行っています。

国のフェアトレード認証製品市場規模を比較すると，ドイツ約 13 億ユーロ，イギリス約 20 億ユーロと大きな規模となっています。一方で，日本は 9300 万ユーロにとどまっています。日本のほうが，イギリスやドイツよりも人口が多いのにこの結果ですので，イギリスやドイツにおいてフェアトレードの普及が進んでいることを感じます。

## ４　エシカル・コンシューマー

続いてエシカル・コンシューマー（イギリス・マンチェスター）という雑誌社をご紹介します。1987 年に設立された会社で，雑誌やウェブにおいて，倫理的消費の観点から企業や製品に対する評価を加えている団体です。

なお，ウェブサイトを「Japan」でサイト内を検索してみたところ，「Animal Welfare in Japan」（日本における動物福祉）という記事がヒットしました。ケージ内に入れられている鶏の写真が掲載されています。日本では鶏の飼育はケージ内がほとんどだと思います。しかし，ヨーロッパでは一つ一つ卵にコードが刻印されています。スライドの写真をご覧ください。一番左の数字に着目していただきいのですが，数字ごとに「0　オーガニック，1　放し飼い，2　屋内飼育，3　ケージ内飼育」という意味となっております。「1UK10723」であれば「放し飼い」された鶏の卵だということがわかります。この数字付けの理由ですが，0～4でたとえば味が違うか，健康に良いかということもあるかと思いますが，ヨーロッパの人は動物にとってその飼育環境がエシカルかという視点を重視していると思われます。

## ５　ハンブルグ消費者センター（ドイツ・ハンブルグ）

次にハンブルグ消費者センター（ドイツ・ハンブルグ）を紹介します。ドイツ各州に存在する 16 の消費者センターの一つで，消費者への助言や情報提供，ロビー活動などを行っています。

実際に使っている教材として，今売られている実際の製品の原材料を見える化したポスターを紹介してくださいました。このポスターでは，原材料が図解されており一目で砂糖等がどのくらい入っているかがわかるようになっていました。

また，食品のパッケージをレントゲン撮影して，パッケージの中に入っている実際の中身の量を見えるようするという試みもなされています。ここで会場の皆さん，この画像を見て，このような包装が良いか悪いか，どう思うか，近くの席の人と意見を交換してみてもらえますか。

（会場の参加者に意見交換させ，良いか悪いかの意見を尋ねた。）

良いと思う方は0でしたね。悪いと思う方のご意見としては「中身が少なく見えて

消費者が騙されているのではないか」とか「無駄な資源（プラスティック）を使っているから環境に良くない」というご意見がありましたね。日本でこの教材を見たときは，たいてい「これは消費者をだましているのではないか」という意味で悪いと思う人が多いと思いますが，ハンブルグ消費者センターのウェブサイトでは，「環境に良くない」という視点，つまり資源の無駄ではないかという視点を重視して紹介されていました。このような視点の違いも大変興味深いと思います。

## ６　アルブレヒト・テーア・ギムナジウム（ドイツ・ハンブルグ）

最後に，アルブレヒト・テーア・ギムナジウム（ドイツ・ハンブルグ）を紹介します。ギムナジウムとは5年生から12年生までが通う学校で，同校は，ｖｚｂｖ賞（2017年中等部銀・2018 年高等部金）を受賞しています。このギムナジウムの理念・目標は①自立した消費者になること，②健康志向の消費者になること，③品質志向の消費者になること，④持続可能で社会的責任を有する消費者になることということです。

このギムナジウムの教育の特色は，上からの押し付けではないことです。生徒に知りたいことを発表してもらい，これに対して教員たちがオリエンテーションを行うというスタイルで授業が行われています。生徒たちが集まって意見交換・情報交換をする中で，生徒がどのように考えるかという過程を重視しており，教員は助言をすることはあっても，結論を押し付けることはしないということでした。このような授業を行うことで知識の習得だけでなく，「行動」「実践」を経ることで定着させることができます。

また，教員にある程度の自由度を与えないと，教員にモチベーションが沸いてこないという指摘もありました。これは日本でも同様ではないかと思います。

## ７　最後に

以上，海外視察で訪れた団体・会社・学校の特色をご紹介しました。これらの視察を経て感じたのは，日本で成年年齢の引下げが決定しましたが，悪質商法・詐欺的商法に若者が遭わないためには，悪質商法の手法に関する情報提供や注意喚起も大事ですが，それだけではなく，考える力，クリティカル・シンキングを育むことも大事なのだということです。また，ヨーロッパでは，エシカル消費や持続可能性の問題と消費者被害の防止の問題を必ずしもリンクさせて考えていないように感じました。個人的には，ここをリンクさせるかどうかに関わらず，日本における消費者市民教育はヨーロッパよりも遅れているように感じたので，今後はこの点をもっと頑張っていく必要があると思いました。アクティブ・ラーニングは消費者教育に馴染むと思いますし，視察で学んだ手法は参考になると思いました。

## 第６　パネルディスカッション

◆パネリスト
大本久美子教授
松葉口玲子教授
高嶌　英弘教授
江花史郎弁護士
◆コーディネーター
中村新造弁護士

報告者4名の報告に引き続き，以下のとおりのパネルディスカッションを行いました。

**司会**　後半のパネルディスカッションを始めたいと思います。これがシンポジウムの最後になりますので，お付き合いいただければと思います。

今日は4人の先生方にいろいろとお話しいただきました。それぞれのご研究の最先端の内容をかみ砕いてご説明いただいたわけですが，やはりそれでもまだ少し難しいところがいろいろとあると思いますので，そのあたりを議論しながらやっていけるパネルディスカッションにしたいと思っています。また，既にパネラーの先生方への質問もたくさんきています。どんな質問がぶつけられるのか予想できないスリリングな状態で進んでいきたいと思います。その辺も楽しくやっていきたいと思いますので，よろしくお願いします。

**一同**　（笑）

### ■アクティブ・ラーニングと消費者教育

**司会**　まず，アクティブ・ラーニングという話があったので，ここからお伺いしていこうと思います。大本先生のご発表の中で，対話や，ペア，グループ，生徒同士の学び合いというものがありましたし，江花先生も最後，アクティブ・ラーニングを実際にここで実践をされていました（「時間も押しているのに何をやっているのだろう」と思いながら私は聞いていたわけですけれども（笑））。日本ではまだアクティブ・ラーニングというものが発展途上の部分があります。実際にドイツやイギリス，フィンランドなどでは，アクティブ・ラーニングは効果があるのか。そして，日本でどのようにやっていったら実践できるのか。この点について，大本先生と松葉口先生のご意見があればお伺いしたいのですが，どうでしょうか。

**大本**　次期学習指導要領の中の一つのキーワードとして，このアクティブ・ラーニン

グというものが出てきていると思います。これまでは，日本ではどちらかというとコンテンツ・ベースで「何を教えるのか」という学習内容が学習指導要領の中に明記されていて，各教科の中でそれをどのように教えるか，教科書をベースに，というようなところであったかと思います。世界的な潮流は「どのような力を育てるのか」というコンピテンシー・ベースなので，日本もようやく次期学習指導要領では「どのような力を身につけさせるのか」を強く押し出す形に変わってきているので，これから，そういったアクティブ・ラーニングがベースとなる学習が学校教育の中で展開されるだろうというように思っています。ただ，そのときの課題としては，先生方自身があまりアクティブ・ラーニングの授業を受けてきていないので，どうしていいか分からない。少し現場が混乱するだろうな，という点があります。中にはとても魅力的な授業があるのですけれども，それは海外の留学経験があってご自身がそのような授業を受けてきているので，やはり子供たちにそのような授業をされている場合で，よくお話を聞くと，先生ご自身が海外のそのような授業を受けた経験があるという，そのように感じたりもします。

**松葉口**　今，大本先生がおっしゃってくださったような感じではあるのですけれども。日本でも，ESD（持続可能な開発のための教育）が広まるにつれて，アクティブ・ラーニングははっきり言って増えています。それから，アクティブ・ラーニングと言われて大分経っていますが，一番行われていないのは高校だと言われています。小学校の先生は，ほとんど今までやってきたことだということで，アクティブ・ラーニングという言葉が出てきても安心しているというような先生もいますので。しかし，学習指導要領に「主体的・対話的で深い学び」というように明記されましたので，ますますこれから定着していくのではないかなと期待しているところです。

**司会**　ありがとうございます。江花先生に少しお伺いしたいのは，アクティブ・ラーニングは少し，日本人には向いていないのではないかという点です。今日やってみても，ぱっと前後左右の人同士で話し合うというわけにはなかなかいかないですし，一方，先ほど，立って授業をすることで活性化するというような，あのような細かな工夫をしている例もあるようです。江花先生はアクティブ・ラーニングをうまくやっていきたいというようなことをお考えだと思うのですけれども，どうやったらうまくいくでしょうか。先ほど“冷たい視線”という話もありましたが（笑）。

**江花**　先ほどは少し失敗してしまいました。「あれ？思ったより盛り上がらないな」と思って（笑）。ただ，別の機会では，今日と同じような形で，「ちょっと周りの人と話してみてください」と言ったところ，結構盛り上がったこともたくさんありました。私が思っているのは，「〇〇さん，どう思いますか？」と一人を指名して話してもらう場合，話

す人は，プレッシャーを感じることがあると思います。特に日本人は，間違えたくない，という気持ちを持つことが多いかもしれません。でも，隣の人と話すことによって，例えば二人の意見です，三人の意見ですというような形でも言えるので，少しハードルが下がると思います。また，自分の考えを人に話すときには，自分の考えをまとめる必要があるので，そこで理解が深まるということはあるのではないかと思います。

消費者教育はアクティブ・ラーニングに馴染む科目だと思います。例えば数学などは何となくイメージがわかないのですけれども，消費者教育は身の回りの消費生活のことでみんなが普段から感じていることだからです。

**司会**　ありがとうございます。今，出ている質問の中から一つ紹介すると，松葉口先生と大本先生のお話の中でもありました「ESD」というのは何の略で，どのようなものですかという質問があります。松葉口先生の方から簡単にご説明をお願いします。

**松葉口**　ESDは「E」がエデュケイション，「S」がサステナブル，「D」がディベロップメントで，エデュケイション・フォー・サステナブル・ディベロップメント（Education for Sustainable Development）の略で“持続可能な開発のための教育”というものです。これは，ヨハネスブルグサミットが 2002 年に開催され，そこで提唱されました。その10年前の1992年にリオで地球サミットがあり，ここでもそのような教育の重要性が指摘されています。ヨハネスブルグサミットでは，「人々の意識を変えるためにはエデュケイションが重要だ，教育がなければ人々の意識は変わらない」ということが認識されまして，2005 年から 10 年間をESDの 10 年ということで，「国連持続可能な開発のための教育の 10 年」というキャンペーンが繰り広げられています。当時の小泉元首相がヨハネスブルグサミットのうちの国連総会で演説をしましたが，その演説をしてもらおうとしたのは，日本のNGOの人たちが提言フォーラムというものを結成して，提言をしてもらったためで，非常に歴史的な意味のあるものだと思います。2009 年には中間年会合がドイツのボンで行われて，これは私も行ってきました。2014 年の最終年会合は提言した日本で，岡山と名古屋で行われたという，そのような経緯があります。

これが国際的には結構広がっていて，フィンランドなどでも普通に先生方はESDを知っていました。日本でも，ユネスコスクールというものの傘下に入って，その実践を広めていくというような学校が随分と増えました。

**司会**　（議論が盛り上がり）このままのペースでは3時間ぐらいかかってしまいそうですが（笑），大本先生，補足がありそうですね。

**大本**　はい。何がアクティブ・ラーニングかというところ，先ほどの話に戻ってよろしい

でしょうか。日本ではグループ学習をさせるなど，対話させることがアクティブ・ラーニングというように思われているのかもしれませんが，実はその対話の中身が本当に対話になっているのかどうか。ただ話し合っているだけではアクティブ・ラーニングにはならないということです。やはり学習が活性化されなければいけないので。そのアクティブ・ラーニングをすることによって，自分の考えが深まり，他の人に広がるかということが問われると思うので，しっかりと人の話を傾聴するなど，そのようなところも含めてアクティブ・ラーニングができる土壌をしっかりと作っていかないと，形だけで進めていっても，それは少し難しいだろう。ただ，消費者教育に関してはアクティブ・ラーニングがやりやすい内容だと思っていますので，そこに期待をしているということです。

**司会**　大本先生の発表でも，ドイツでは“思いやり”“多様性”“寛容性”のようなものがキーワードとして強く打ち出されているという，そのような土壌があってのアクティブ・ラーニングということもあるかもしれません。アクティブ・ラーニングについて，高嶌先生，大学教育ではありますが，いかがでしょうか。

**高嶌**　私は，実はつい先日までロースクール（法科大学院）で教えておりまして。ロースクールでは文科省の新しい教育の実験台になったという側面があり，かなりアクティブ・ラーニング，あるいはソクラテスメソッド，プロブレムメソッド，ケースメソッド等を用いた授業を実験的にどんどんやっていくことが求められていました。特にアクティブ・ラーニングについては，江花先生がおっしゃったように，まず話しやすい環境を用意するということが必要ですし，教員の側でも，授業進行や関連資料の準備をしっかりとしなければいけない。さらに，まさに大本先生が言われたように，「気付き」ができる授業でないといけません。これらの目的を達成できるように，教員はまずしっかり準備をすることが必要です。次に，これと併せて具体的な設例を使ったケースメソッドや，具体的な疑問を積み上げていくことで問題の意義と解決方法を考えさせるプロブレムメソッドなど，様々な形での教育が，ロースクールではかなり詰めて行われていましたし，最近は学部のゼミでもそのような新しい試みがなされています。

**松葉口**　いいですか。

**司会**　手短にお願いします（笑）。

**松葉口**　アクティブ・ラーニングをなぜ「主体的・対話的な深い学び」と言い直したかというと，深い学びがなかったからなのです。アクティブにやっていればよいというような現象が生まれて，生活科や総合的な学習の時間などが導入をされたときに，アクティブ・ラーニングを導入されたと言えるのですけれども，深い学びがなかなかなかった。なので，わざわざ日本語に言い換えたというところがあるのです。

**大本**　補足していいですか。すみません。

**司会**　（時間が押していますが…）どうぞ（笑）。

**大本**　話し忘れたことが。オーストラリアの事例なのですけれども，やはりプロジェクト型のような学習がとても多くて，例えばオーストラリアの法律を学んだ子どもたちがどのように学習を定着させるのかというと，オーストラリアに旅行に来た人たちにオーストラリアの法律を教えるパンフレットを作りましょう，このような学習をしています。ご存じの方もおられるかと思いますが，「ラーニング・ピラミッド」を見ていただくと，他者に教えると 90％の定着率があるということが分かっていますので，やはり，そのようなプロジェクト型の学習をしっかりと授業の中に入れているなという感じを受けました。時間のない中ですみません。

**高嶌**　多くの教員は，まだこのような新しい試みに慣れていないので，やはり研修の機会や様々なサポートが必要だろうと思います。

**司会**　分かりました。アクティブ・ラーニングだけでも，いろいろと課題もあるし，本質的には何なのかというところまで遡って考えていかなければいけないというヒントをいただいたように思います。

## ■授業以外でも実践される消費者教育

**司会**　次に，せっかく海外での発表をいただきましたので，少し細かい話ですが，大本先生の発表の中で面白いなと思うものがありました。マイクロチップを埋めたウォーターボトルの話です。生徒はジュースが欲しいと言ったけれども，水がおいしい地域だからということでウォーターボトルにした。環境や資源などに配慮した取組のようですが，学校全体の取組として行われていることで授業ではないですよね。そこで，授業以外で消費者教育をしている例として私は受けとめたのですけれども，他にも授業以外でやっている例があるのか，また，日本ではどのようなものが考えられ

るのか。大本先生，何かあれば教えていただきたいのですが。

**大本**　今回ゲッティンゲンの中等学校に行ったときにこのボトルをご紹介いただいたのですけれども，小学校も併設されていて，小学校の方でもこの取組はやっていますということでした。環境教育の視点だけでなく，子どもたちの健康教育にも繋がっているのだという説明はしていただいたのですが，それ以外にというところはヒアリングでは聞けませんでした。でも，スライドでご紹介をしたマカダミアナッツの会社の生徒にヒアリングをしたときには，そこにこのように出していただいたお水もリユースカップで，学校全体でそのようなものに配慮をしているというようには感じられたところです。

**司会**　授業に限らず，ウォーターボトルというものは廊下に置いてあって，生徒たちが普段休み時間などに飲みにいくわけですよね。それは授業とは関係ない場面ですが，そこで水や容器について考えることになるのだと思います。

**高嶌**　ドイツはペットボトル自体がすごく頑丈ですよね。また，ドイツの人たちは，かなり傷がついていても気にせず何度も使います。

**大本**　私もスーパーでペットボトル飲料を買いましたけれども，ちゃんとそのスーパーに戻すと30円戻ってくるというシステムがあるので，もう，ごみにならない。このペットボトルは私も教材として持ち帰ってきたので，それを今日ご紹介できたらよかったと思いますけれども。

**高嶌**　だから環境を大事にしようという意識はもちろんだけれども，特にヨーロッパの場合は，先ほどの 30 円戻ってくるシステムのように，意識を支えるシステムができている。そのような点を抜きにして語れないなという気はします。

**司会**　ありがとうございます。今の質問と少し関係しますが，授業のみならず，学校全体で行う消費者教育ということでいえば，フィンランドの例で，机や教室など，多様な仕掛けがあるというお話があったと思うのですが，私も知らなかったのですが，あのような机や職員室の雰囲気など，そのような仕掛けがあることで，教育の効果というものがあるのでしょうか。松葉口先生としてはどのように感じられましたか。

**松葉口**　それは検証をしてみなければ何とも言えないと思うのですけれども，しかし，フィンランドは冒頭にお話をしたように，OECDのPISA調査という子どもを対象とした学力調査で常にトップを占めているということは，もしかしたらそのようなことも無関

係ではないのかもしれない。あるいは，日本では活用力が不足しているとよく言われるのですけれども，それもあってアクティブ・ラーニングということが求められたのですけれども。一定の固定観念に従うような教育をやってしまっているが故に，私が報告の最後に「あなたのスーパーパワーはどこにあるのか？」ということを教えるのだという話をしましたが，日本のやり方だと潜在能力を潰してしまう危険性もあるのかもしれない。潜在能力を伸ばすためには，いろいろな形で，いろいろと学習を進められるような“スペース”を作っておくというのが，何らかの形できっと影響があるのではないかなと思っていますけれども，少し検証をしてみなければ何とも言えません。

**大本**　昨年秋，オーストラリアのパースに行ったときに，私も空間の作り方の素晴らしさを感じたのですけれども，“教室に入りたくない子どもたち”がいます。やはり，体調が悪かったり，機嫌が悪かったり，いろいろなことで今日は授業を受けたくないなと思う子が，何となく先生と子どもたちの気配を感じながら別のところにいる居場所というものがちゃんとありまして，先生もそのような子に少し配慮をしながら授業を進めることができるということはすばらしいな，というように思いました。

**司会**　なるほど。学校の空間や設備というところについて，高嶌先生はいかがですか。

**高嶌**　大学でもラーニング・コモンという，自由な学びのための空間を広く用意するということが最近の一般的な傾向です。議論をしたり，検索をしたり，本を読んだりということがその広い空間の中でできるということです。

**司会**　松葉口先生のお話の中で，職員室がちょっとしたホテルのラウンジのようになっていて，そこのソファで雑談をしていることに意味があるというお話がありましたが。どの職業でもそのようなことはあると思うのですが，日本の学校現場ではあのような形にはなってないですね。

**松葉口**　そうですよね。今，学校現場でも“働き方改革”などということが非常に大きなテーマになっていますけれども。フィンランドの場合は，寒い冬でも子どもたちは校庭に出してしまうらしく，先生たちはゆったりとコーヒーを飲みながら話すということが非常に重要らしいです。それこそイメージマップのようなものに付箋などがぺたぺたと貼ってあるようなものが壁に貼ってあったり，今進めている学習プロジェクトのようなものが貼ってあったり，先ほど“ビジブル（visible）”というお話がありました。先生たちが何をやっているのかということもビジブルとなっているところに，ソファなどゆったりとした空間があって，自由な発想ができるのではないかと思いました。

**司会**　先生や生徒が大切にされているなという感じもありますね。

**松葉口**　それはもう，そうですね。フィンランドでは，先生は基本的に研究者でもあるという考え方があって。オウル附属小学校は，日本の場合では国立大学の付属学校は，校長は大学教員が兼ねてやるという感じなのですけれども，あちらの方はそうではなく，最初から専任の校長先生なのですけれども，なんとアメリカでジョン・デューイ（哲学者）の研究で博士号を取られた方が校長先生をしていらっしゃいますし，私がやりとりをしている方も，「今度，6か月フリーだからどこそこに行って研究をしてくるのだ」というようなことを平気で言うなど，私たちが理解できないようなことがよく出てくるという感じではあります。

**高嶌**　そういう中で，教員同士が教え合う，情報交換をし合うということがかなり重要ですよね。

**大本**　パースの学校に伺ったときに，やはり10時半ぐらいになると，コーヒーブレイクの時間がありました。子どもたちも，フルーツや軽食を食べる 30 分のお休みがあって，その時間に教員がコーヒーブレイクしているところに私たちも一緒に入らせていただきました。本当に素敵な空間で，素敵な時間を過ごしている。そして，私たち日本の教員はこのようにしわを寄せながら校内を歩いているのですけれども（笑），パースの教員は皆さん笑顔で，私たち訪問者に「こんにちは」と声をかけてくださる。この学校現場の明るさは何だろうというように感じます。

　そのパースの教室も，先生がおっしゃったのですけれども，4月当初は何もないそうなのです。それで，1年間かけて担任の先生が，クラスの空間を作る，教室をデコレーションしていくので，例えば国旗のようにたくさん生徒の作品を洗濯ばさみのようなもので教室にぶら下げるなどしながら，常に子どもたちの成果物が皆で共有できるような，そのような空間を作り上げて，その中で授業をしているということがとても印象的でした。

**司会**　教室の壁などですか。

**大本**　壁も空間も。ですから，ここの空間にいろいろなものがぶら下がっている（笑）。

だから，日本では黒板が見えないから，そのようなことは絶対に無理だと思うのですけれども，黒板を使った授業をしないので，空間にぶら下がっていても全く問題がないと。

**司会**　江花先生にお伺いしたいのですけれども，イギリスのロンドンに行ったときに，やはり先生によって教室の壁やそのような個性があるという公立小学校に我々行ったのですけど，そのときの様子をお話しいただけますか。

**江花**　そうですね。私たちは校長先生からお話を聞いて，そのあと各教室を案内してもらいました。その校長先生はビジブルやアクティブという点に関心があり，ぜひこのような方向でやっていきたいのだというようには言っているのだけれども，一方で従来型というか，講義形式を重視したいのだという先生も中にはいるようでした。その違いは，部屋に入ると何となく分かるのです。先ほどの壁黒板というような話もありましたけれども，校長先生はそれをぜひやってもらいたいという意向があるのですが，壁黒板がバーッと並んでいる教室もあれば，それほどでもない教室もあって。ある意味，教員の裁量も結構あるのかなというようにも感じました。

**司会**　なるほど。ありがとうございます。

## ■教科間の縦割りを超えて

**司会**　今度は，学校の教科についてお伺いをしていこうと思うのですが，日本では消費者教育を社会科，家庭科で扱っていくことになっていますが，松葉口先生のご報告の中でもオウル大学附属中学のところで“教科横断的能力”というキーワードが出てきたり，大本先生のドイツのご報告でも，“教科間の枠を超えて”というようなお話も出てきました。日本ではどうしても各科目の先生が独立して専門的に授業をしておられるので，“教科間の縦割り”，例えば他の科目は何をやっているのか分からない，ということがあると思うのですが，だとすると，社会科と家庭科だけで消費者教育をして，あとは知らないということにもなりかねないのではいかという懸念が残ります。

一方，学習指導要領では，消費者教育は進めていこうというようになっていますので，“教科横断的”にやっていくためにはどのようにしたらいいのか。逆に言うと，“教科の縦割り”を解消していくにはどのようにしたらいいのか。これは難しい質問ですが，まず大本先生からいかがでしょうか。

**大本**　今回のドイツの事例は中等教育であったので，昨年の秋に行きましたオーストラリアのパースの初等教育の事例でお話をさせていただきますと，私たちがこのよ

うな授業を見たいのだと言っていたこともありますが，例えば小学校1年生に環境問題を扱い，例えば自宅でサランラップ等のラップをどのような場面で使っていますかということを共有するわけです。それで，あなたの家ではどうですか，お野菜を切ったときにどうしていますか，クラスメートにヒアリングをして，集計をする。その一方で，「Bees Wrap」はご存じでしょうか，「Bees Wrap」とは使い捨てではない，サランラップの代わりに何回も使えるラップで，少しお高いのですけれども，それを1年生に作らせるのです。木綿の布に蜜蝋と松脂をアイロンで染み込ませたものです。それで，1週間使ってみて，おうちでどれだけ，そのラップを使う生活を回避できたかというようなところを小学校1年生の授業でやっているのです。

**司会**　もう小学校1年生でそんな授業をするのですか。

**大本**　それで，この授業は何の教科ですかと聞いたら，「うーん，グラフもやったから“算数”かな。持続可能性サステナブルだから“地理”かな」。もう，そのような発想なので，何の教科を何時間目にやりますではなく，このような授業をするのだけれども，多分この教科とこの教科とこの教科に関わっています，そういう発想です。

**司会**　カリキュラムとしては「総合学習」のようなものになるのですか？

**大本**　「総合学習」ではないです。オーストラリアのナショナルカリキュラムで，それぞれの学年で「このようなことをしなさい」ということがしっかりとマトリックスに出ているのです。それに関連していたら，どのような題材をどのように扱うのかということは先生の裁量に任されているので。

**司会**　非常に興味深いお話なのですけれども，そうすると，各科目の先生方の情報共有も必要になってくると思うのですが，それはどうやっておられるのですか。

**大本**　情報共有というか，その先生が，これを使ってこのようなことを子どもたちに教えたいという思いが強いので，教材研究の時間もたっぷりと取られていますし，もしかしたら，その先生が来年は子どもたちに違うことをさせるかもしれないので，もう授業は生きているという感じです。同じ授業をしなければならないという縛りはないように思います。

**髙嶌**　コンシューマークラスルームについて僕がびっくりしたのは，コンシューマークラスルームの対象になっている科目が 24 科目挙げられていたのです。見ただけでは内容が分からないような，美術や生物，顧客管理，子どものケアなどいっぱいあり

ます。そして，それぞれの科目には，消費者教育の要素が必ず含まれています。教員間の情報共有は，コンシューマークラスルームの中では特に学校間，すなわち他の学校の先生も含め，フォーラム等を使ってオンラインでやり取りをするという形で情報共有を行う，そしてその成果もまた共有されている。

**司会**　なるほど。日本では，例えば国語の先生と算数の先生と理科の先生が情報共有をするという場面がイメージできなくて，なかなか難しいのかと思ったりもしますが。この教科横断の問題について，松葉口先生はいかがでしょう。

**松葉口**　はい。では，日本でどうすればよいのかということなのですけれども。ESDの文脈で言いますと，ESDカレンダーというものが既に結構普及していまして。これは何かと言いますと，大体，学校はよく年間スケジュール，年間計画を立てるわけですけれども，それを各学年，各教科ベースで，何月にこの教科ではこの題材をやりますということを全部“見える化”するのです。横の軸には，1学年の何月，何月，何月というように決めて，縦の軸には全部の教科を書いて，このマトリックスで，いつの時期，この教科でこのようなことをやりますというESDカレンダーというものを行っています。私は，これを消費者教育学会誌でも紹介したのですが…，消費者教育をするときに，現実的には家庭科から発信ということは多いと思いますけれども，例えば家庭科でこれをやるときに，どこの教科とどのように繋げればより広く深く学びを展開していけるのかということが，このマトリックスによって容易になるのではないかと考えています。

それから，あとは何といっても，兵庫県姫路市の例などがそうですが，教育長が，「自分のところでは，全部，消費者教育をやるぞ」と言えば，幼稚園から特別支援まで全部消費者教育を皆で“見える化”して頑張ってやっていくということが，大変なようですけれどもありますので，教育長を突くということも一つの方法かなという感じはします（笑）。

**大本**　先ほどご紹介をしたLTTAという授業なのですけれども。これは“芸術を通して学ぶ”ということなので，どの教科で取り入れてもいいということになっています。カナダを起源とする教育プログラムで，数学，言語，自然科学，社会科学で利用可能な教育プログラムです。この中で創造的思考や，即興性，表現力，寛容さなどの能力スキルを育成するのです。私がエシカル消費に関連した授業の参観を希望していたので，もしかしたらエシカルを題材に選んでくださったのかもしれませんけれども，そのような授業の中にも実際に消費者教育が取り入れられていたということになります。

**司会**　今の話に質問が出ていて，LTTAというのは，基本的には芸術になるのでし

ょうか。エシカル消費というものを芸術という科目で扱われているのはどうしてなのですかという質問が出ています。大本先生，いかがでしょう。

**大本**　すみません。先ほど時間がなくて省略した部分なので補足をさせていただいたつもりなのですが，芸術の授業ではないです。レジュメに書かせていただいたかと思うのですけれども，“ラーニングアート”なので，芸術を通して学ぶという教育プログラムで，教科名ではないのだけれども，LTTAという授業を見せていただいたということになります。立ったり座ったりという話があったと思うのですけれども，やはりじっと座って授業を聞くのではなく，自分の体を使って，声を出したり，表現をしたりと，そのようなことを中心にしているプログラムだというようにお聞きしたので，エシカル消費に関する題材をそこに入れていただいた授業を参観させていただきました。だから，毎年このLTTAがエシカル消費を扱っているのかといったらそうではなくて，いろいろな内容を題材にしながら，こういった力をつけさせる授業というように理解をしていただいたらいいのかなというように思います。

**松葉口**　日本でも，消費者教育の優れた実践として，今までも例えば数学で金利計算をしたり，理科で着色料の実験をしたり，そのようなことはされてきたのです。芸術というか，美術にしても，例えば子どもたちが地元のものを商品として販売するというようなときに，やはりよりよく見えるためには素敵なセンスが必要ですから，そのようなことを生かしていけるわけです。ですので，やはりいろいろな教科でできるということだと思います。

**高嶌**　日本の場合には，それを共有して広めていくためのシステムがなかなか十分ではないという感触を持っています。

**司会**　このパネルディスカッションは司会者がいらなくなってきたのではないかというぐらい議論が活発になってきました（笑）。また，最初に予定していたものと全然違う内容になっている気もするのですが，楽しいのでこのまま進行をしていこうと思います（笑）。

## ■批判的思考について

**司会**　それで，次の質問にいきたいのですけれども，少し消費者教育の本質的なところには関わってくる質問です。今日も何度か出てきたフレーズですが，“批判的かつ責任がある消費者”や“消費者としての権利の実現”という言葉がありました。例えばフィンランドのナショナルカレッジなどでは7つの横断的コンピテンシーなどがあるというご紹介もありました。日本でも，“批判的な思考”を持っているということは消

費者教育推進法が背景にあると言われていますが，推進法の条文では批判的という言葉は出てこないですよね。

我々としても批判的に思考するということが非常に大切だ，消費者としての権利の行使の一部なのだと考えているのですが，日本ではなかなかこの言葉に躊躇があるように思います。しかし，その一方で非常に大切な概念であると思います。この“批判的思考”というものをどうやって日本で普及し，馴染ませていけるのかという点について，お一人ずつお話を伺いたいなと思うのですがいかがでしょうか。では，マイクを取られた大本先生から。

**大本**　私も学生さんにそれを伝えるときに，日本人が批判的と聞くと「批判する」という悪いイメージなので，そのようにならないように，“クリティカル・シンキング”であったり，“いったん立ち止まって，自分の頭で考えてみる”“「なぜ？そう？本当に？」というように考える思考力”という説明をしています。

**松葉口**　クリティカルというものを「批判的」と訳してしまったからまずかったのだろうなと思うのですけれども，私は江花先生が書かれていた，江花先生のところでいうと30 ページのところに“クリティカル・シンキング”を「考える力」と書かれている，これがいいのではないかと思います。新しい学習指導要領にも知識・技能と，それから思考力，判断力，表現力というものを全部の教科に分かりやすく書くということは，今回の学習指導要領の目玉でもあったわけですけれども，その思考力というところは，文科省も，まさに“クリティカル・シンキング”を意識していないわけではないと思いますので，それでいいのではないかなと思ったりもしています。まあ，多面的にいろいろな角度から考えるということです。

**司会**　日本では“批判”という言葉への刺激があるなという気もしますね。高嶌先生は，このあたり，如何でしょうか。

**高嶌**　まさにそれを教える側，教員の側に理解していただく必要が大きいかと思います。先ほど少しお話をしていたのですけれども，例えば学校に様々な校則があるときに，この校則は「どういう意味があるのですか」と学生が聞いたら，場合によっては質問するだけで怒り出してしまう先生がおられます。けれども，校則の意味を，ルールというものの根本的な意味にまで遡って考える機会になるという点では，

校則はかなり理想的な教育素材です。そのような機会をうまく使って対応できるような，教員の側の準備が望まれます。

**司会**　生徒からの批判に耐えうる準備を教員の側もする必要があるというご指摘ですね。江花先生は，この点いかがでしょうか。

**江花**　イギリスでいろいろとヒアリングをしていく中で，“クリティカル・シンキング”という言葉が結構向こうから出てきました。だから，やはり消費者教育の中では欠かせないキーワードなのだなと思いました。日本でもこの言葉が結構浸透してきたと思います。直訳すれば「批判的思考力」なのかもしれませんが，「多面的」「多角的」という言葉に置き換えられていることが多いように思います。例えばフェアトレードの話にしても，価格や量，味だけではなくて，その裏側の見えないいろいろなことを多面的に考えて商品選択をしようということです。これはまさにクリティカル・シンキングなわけですけれども，そのような意味なのかと思います。

**大本**　すいません。補足してよいですか。今，江花先生のレジュメの 30 ページに，実際の広告を示す，あるいは広告を作るというところがありますが，海外の授業を見せていただくと，まさにここに力を入れているのですね。実際にインターネット上のいろいろな広告が本物か偽物かというところを読み解かせたりするなど，そのような教材を先生方がしっかりと作られています。あと，シンガポールの教科書などにも，「このような広告があるのだけれども，その意図は何か」などそういうことをしっかりと読み解く授業というものがとても大事にされていると思います。日本が遅れているなと思うのは，やはりこれ学校教育の中に個別の企業名を出さないというようなところがあったので，教材として実物を出していろいろと批判をするというか，読み解くということができなかったという背景があるのではないかということは強く感じているところです。最近は，そうでもないでのですが。

**松葉口**　日本でもそのような消費者教育を熱心にやっているところ，扱ってくれているなというところはあります。

**司会**　分かりました。ありがとうございます。だんだん私も慣れてきまして，次に話したい先生は自らマイクを持つという感じになっております。私もその順番でやっております（笑）。

## ■消費者教育と企業

**司会**　次に，高嶌先生の発表でも出てきたキーワードで，消費者教育は企業をも

対象としているのだという話です。大本先生の中でも“企業市民”という言葉が出てきました。まず大本先生，“企業市民”という意味をもう少し具体的に教えていただけますでしょうか。

**大本**　消費者市民社会を形成する形成者として，いくら“消費者市民”が知識をたくさん持って権利行使をできるようになっても，そのいわゆる社会的弱者と言われる人たちをどのように守っていくのかということを考えたときに，そのような消費者を騙そうとしない企業がたくさんあるということが大前提なので，やはり行政マンであったり，事業者が“消費者市民”の視点をしっかりと持っているということが重要ということで“企業市民”という言葉を使っています。商業科やマーケティングなどの授業でも既に，持続可能性やフェアトレードを扱っていて，事業者のあるべき姿というようなことを授業されている先生もいらっしゃいますので，今はもうそちらの方にきているのではないかなと思います。

**司会**　大本先生のご発表では，“企業市民”というものは決して“消費者市民”と敵対するものではなく，“消費者市民”の中の一部のようなイメージでしょうか。

**大本**　学校教育の中で消費者教育をする意味というものは，単に消費者が“消費者市民”になるためだけではなく，彼らがいずれ“企業市民”になったときに，そのような形成者になれるという力を育んでいるという意味です。

**司会**　ありがとうございます。引き続き，消費者教育と企業について議論したいと思います。企業の果たす役割という点についてもお伺いしていきたいと思うのですが。これは全員の先生に一言ずつと思うのですが，まず，松葉口先生から何かありますか。

**松葉口**　まあ，切って切り離せない関係でしょうね。ACAP（消費者関連専門家会議）という組織ができたことも，やはり消費者の声を反映した良い企業にしていこうということで出てきているわけですから。最近では，SDGs（*Sustainable Development Goals*（持続可能な開発目標））という考え方が出てきて，優良企業，特に大きな企業のトップの方々がそこに着目をされています。私も，企業の方に呼ばれてSDGsの話を

するなどというような機会も出てきています。やはり，消費と生産というものは切り離せないし，企業の側もそのようなニーズをより早くキャッチしていこうということは，私は感じています。

**大本**　私たちが例えばプラスティックではないものを買いたいと思っても，そのような商品が並んでいなければ買えない。そして，使って廃棄をしていくという生活しかできないので，そのような消費者市民が欲しているような商品・サービスをいち早く察知してもらって，作ってもらって，そのような市場を作ってもらうことがすごく大事だと思います。

**高嶌**　まさにそのとおりで，そのための仕組みとして，「Consumer Law Ready」というものをEUでは新たなシステムとして立ち上げているわけです。特に，優良企業はコンプライアンスを徹底することにより消費者の信頼を得て，それをまたビジネスチャンスにつなげていくという，“正のサイクル”があるわけですから，これを不当な事業者を排除していくきっかけにするという意味で，重要なシステムだと思います。

**江花**　二つほどエピソードをご紹介したいと思います。一つは，先ほどお示しをしたバタークリームのパッケージをレントゲンで撮った写真ですけれども，私たちはあれを見たときに，「企業からクレームは来ないのですか」と聞いたのです。そうしたら，それは当然来ない，事実をそのまま伝えているものだから来ないということを言っていました。あと，もう一つは，イギリスのエシカル・コンシューマーで聞いた話なのですけれども，企業が社会的責任の問題やSNSでの消費者側からの発信，情報提供のようなものにとても敏感になっているということでした。例えば，14歳の少女がツイッターに，なぜこのスーパーではケージ内で飼育された鶏の卵だけを販売して，レンジフリーの平飼いの鶏の卵を売っていないのだろうというようなことを投稿したら，スーパーが平飼いの鶏の卵を導入し始めたということがあったそうです。だから，消費者のそのような声をうまく企業に届けていることで，企業を変える力を消費者は持っていると思います。

**松葉口**　すみません。補足というか，今の話を受けてなのですけれども，私は消費者教育で重要なことは“dollar voting”の概念を身に着けることだと思っています。経済的投票権の考え方です。私たちは投票と聞くと政治的な投票ばかり意識をしてしまうのですけれども，経済的な投票を日々やっているわけです。どこの商品を買うのかということは，その商品や企業に1票を投じているわけで，それにより市場経済が良くもなるし，悪くもなるわけですので，この考え方が重要なので。今回のテーマの成人年齢引下げの問題で考えれば，選挙権とは微妙に違うなどするとは思いま

すけれども，選挙権も18歳になっているわけですから，経済的投票権も18歳という側面もあるということもきちんと押さえておくといいかなというように思っております。

**高嶌**　日弁連の『お買いもので世界を変える』というのは，まさにそのような考え方に基づいていますよね。宣伝しております（笑）。

**司会**　その宣伝は江花先生が本来やるべきです（笑）。松葉口先生，ありがとうございました。

## ■消費者教育と家庭科

**司会**　ここで少し会場からの質問を挟みたいと思うのですが。家庭科の役割について。消費者教育を担う1つの教科として家庭科があります。もう一つは社会科もありますけれども，いずれにしても，「消費者教育をやるには少ないのではないのか？」という質問があります。「そのとおりです」と答えて終わってしまうのかもしれませんが，どうでしょうか。家庭科教育の単位数について，大本先生，松葉口先生，いかがでしょうか。

**大本**　高校の家庭科の先生は，どちらかというと，“食物”，“被服”のご専門の方が多くて，“家族”や“消費環境”という分野の先生が少ないということも影響しているのかなと思いますが，今回，学習指導要領のABCの3本柱の1本にこの「消費・環境」が入りました。Bの中に衣食住というものが入っています。なので，そのCの消費環境と絡めながらきちんと衣食住もやろう，あるいはAの家族，家庭生活もやろうというようになってきているので，今までされてきていない先生も，いよいよ消費環境をしなくてはいけないよねというようにはなってきているので，行政や教育委員会で消費者教育の研修をしていただいているところです。

**松葉口**　そうですね。私は，学習指導要領の高校の家庭科に関わったのですけれども，今回，消費者教育が重要視されていますが，まさに家庭科の単位数が少ないということはやはり課題となっています。実は，私は大学では家庭科ではなくて，総合的学習や生活科などを担当しているのですが，免許法の改定がありまして，「総合的な学習の理論と実践」が必修になりました。ですので，家庭科からやはり総合的学習のようなところに，先ほどの他教科との連携ではないですけれども，やはり家庭科だけでなく，他の教科やそれから総合的な学習の時間ということで，学校全体，ホール・スクール・アプローチにもっていくということを実は狙っていたりなどするのです。

## ■弁護士に期待される役割

**司会**　次に，私ばかり話してもつまらないので，高橋先生，何か質問はありますか。

**高橋**　実行委員の高橋と申します。我々弁護士も出張授業ということで，中学生や高校生に対して消費者教育を行う機会というものがあるのですけれども，その中で行う消費者教育というものは，どちらかというと悪徳商法からどのように自分の身を守るか，被害防止的な観点からの授業というものが非常に中心的になっています。ただ，今日伺ったお話の中では，もう少し消費者教育というものは，今おっしゃられたようにより幅広いものなのだなという印象を受けました。そこでアドバイスを頂きたいと思うのが，我々弁護士が出張授業などを行う中で，悪徳商法からどうやって身を守るのかというところを超えて，さらにエシカル消費や持続可能な消費なども観点に取り入れて授業を行うべきなのか，むしろそちらの方にどんどんスライドしていってしまうべきなのか，そのようなところで何かアドバイスをいただければと思います。

**松葉口**　私は日本型消費者教育といいますか，それでいいのではないかと思っています。欧米は消費者被害への視点があまりないようで，欧米は元々市民概念というものが強いですが，日本はそれに対して違いますから，ケアの概念でいいのではないかと思います。弁護士の方たちはそれのスペシャリストでいいのです。では，あとはそれをやはり社会でこのようなことが起きているという生の声，リアルな社会をやはり学校現場に持ってきていただくというだけでいいと思うのです。それをどのように料理するのかということは教師の力量であって，それこそ，そこにクリティカル・シンキングなどを入れながら，なぜこのような社会構造になっているのかということを考えさせるということが重要ですので，そのときに机上の空論で話していても仕方がないですから，やはり生のリアルな実情というものを示していただくということが非常によいと思います。

**大本**　私自身も大学で消費者教育論という授業を担当しています。受講生は2回生が多いので，できるだけ外部講師の先生方をお呼びして，キャリア教育の視点も含めて授業を展開しています。高校生，大学生が弁護士の方とお話をする機会というのはあまりないので，なぜ弁護士になったのか，今どのようなお仕事をされていて，実際にどのような相談を受けているのかというところを語っていただいてから本題に入る授業にすると，大学生もそのあとたくさん質問をしてくれていますので，弁

護士の先生の強みを生かしたご講演というか，講義をしていただくといいのかと思っているところです。

**高嶌**　弁護士さんの消費者教育が，特に消費者の被害防止に重点を置くことはむしろ当然です。やはり，成年年齢引下げ後の今後の若年層に関しては，そのような教育が特に必要であることは間違いないと思います。ただ，これだけですと対処療法的な教育になってしまいます。むしろ必要なのは，なぜ被害が生じるのかを理解する，すなわち被害が生じる社会構造にまで遡って理解した上で，これを今後，君たちはどのように変えていくのですかということを考える機会にまでもっていっていただきたい。その一つの方法が，権利をしっかりと適切に行使することが社会を変えていくことに繋がる，あるいは適格消費者団体，これは消費者契約法によって特に法定されている消費者を代弁していろいろなことをやっている団体なのですが，そのような団体の意義と機能を理解してこれをうまく利用するなどの知識をしっかりと身につけていくというところまでやっていただくと，かなり消費者市民社会の形成に役立つのではないでしょうか。さらに一言付け加えますと，今後，消費者市民社会の形成という理念をどのように具体化していくのかが問われていますが，理念の具体化は，おそらく領域ごとに変わってくるはずです。消費者取引のレベルでは，しっかりと権利行使をしましょう，自分だけではダメだったら適格消費者団体を使いましょう，あるいは環境法との関係では，消費行動と地球環境との関係を意識してフェアトレードを心掛けましょうなどというように，領域ごとに具体化された内容は変わってくるので，今後は消費者市民社会という理念を個別の領域ごとに具体化していくという作業が必要だと思います。

**江花**　個人的な意見なのですけれども。私は，学校側が被害防止のところを弁護士にしてほしいというニーズがあることは当然なのですけれども，弁護士も消費者市民教育をやってもいいと思うし，やった方がいいと思っています。やってしまいがちなこととして，例えばこのような契約類型は消費者契約法何条で取り消せるとか，特商法何条によりクーリングオフをできるとか，そのようなことを話してもなかなか定着をしないと思うのです。それよりも，例えばこの業者が怪しいと思ったら，一度ネットで検索をしてくださいと。業者名の次にスペースを入れると，「詐欺」といったワードが出てくることがあります。だからといって，その業者が悪質だとは限らないかもしれませんが，そういうワードが出てくると慎重に判断するきっかけになります。だから少し調べる，少し相談をする，そのようなことの方が実践的な気がします。

あとは，やはり消費者教育推進法の中で，消費者市民社会の形成に参画するために消費者教育を行うのだというように書いてあるので，弁護士がそこに力を入れてやっていくということは当然だと思います。例えば，広告を検討して作るというような

話が先ほどから話題になっていますけれども，悪徳ではない普通のチラシを検討し，そのあとに，最近問題のあるバナー広告などが多いと思いますが，こういったものを示して，これは普通の広告の手法を悪い方向で使っているものですよといった話をするということは結構役立つのではないかと思います。

**高嶌**　この点は情報教育にも関わります。広告を含めた情報の信頼性をどのようにしてチェックしていくのかという問題です。現代社会では広告をはじめとして様々な情報があふれていますから，情報の信頼性チェックのための手法は，今後の教育に必要であると思います。

**司会**　弁護士がどのように消費者教育を進めるかという点について今，日弁連はeラーニングで全国のすべての弁護士が消費者市民社会について学習できる教材を作っていますので，もう少しで先生方の期待に応えられるような体制も整うのではないかと思っております。

## ■今すぐできる消費者教育

**司会**　少し時間が押しておりますので，まとめてくださいと言われています。大変たくさん質問をいただいているのですが，最後の質問ということにしたいと思います。これは実行委員長の谷口弁護士の方から出た質問です。

本日は，民法の成年年齢引下げを踏まえた上で，18 歳未満の特に若者に向けての消費者教育についてお話をいただきました。成年年齢引下げの施行というものが 2020 年の4月に控えているわけですが，それを踏まえて，ドイツ，フィンランド，EU，イギリス，その他いろいろな消費者教育のお話が出ましたけれども，その中で“今すぐに取り入れられるものは何でしょうか？”という質問が出ています。そんなお手軽な質問をされても困るということも重々承知の上で（笑），最後の質問としてこれをお聞きしたいわけですがどうでしょうか。

**江花**　先ほど，エシカル・コンシューマーのアニマル・ウェルフェアの話をしました。あれを英語の先生とコラボして，授業で和訳してみるというのはどうでしょうか。また，今日お示ししたレントゲン写真などは，ハンブルグ消費者センターのホームページにたくさん素材がありますので，そのようなものはどんどん使ってもらえると思います。あと，先ほどご紹介をし損ねたのですが，ドイツのハンブルグのセンターでバンクツアーという取組をしています。それは，生徒が幾つかの銀行を回って模擬口座を作るのです。そのときに，例えばこの銀行の手数料はいくらか，自分の家の近くにATMがあるのかどうか，この銀行はどのようなところに投資をしているのだろうか等いろいろなことを考えた上で「どの銀行で口座を作るのがよかったですか？」というような

ことを考える授業なのです。それを実際自分で体験をして，なおかつ，それをしっかりと発表をする，伝えるという手法をやっていました。そのようなこともなるほどなと思いました。

**高嶌**　本来の王道はやはり人づくりですが，それにはやはり時間とお金がかかります。すぐにできるという点では，若年層が対象の場合，若者に伝わるメディアを使うことが挙げられます。そのための有効な手段のひとつが，SNSなどの利用です。以前，適格消費者団体が全国一斉に若者に対して電話相談の機会を設けたのですが，1 日中待ってもほとんど電話がかかってこなかったのです。だから電話などを使ってもダメで，SNS，特にツイッターや LINE，インスタなどをうまく利用することが重要です。実際に私の知り合いの消費生活相談員の方が，ツイッターなどを有効に使って効果を上げておられます。確か，芸能事務所の会員規約の中に不適切な条項があったところ，ツイッター上ですぐに話題になって規約の変更に繋がったという事案があります。消費者法ニュースに連載している消費者法教育研究会の活動報告に載っていますので，ご一読していただければ幸いです。

**大本**　学校教育だけでということは難しいなと思っています。18 歳を成人として扱うということを家庭・地域・社会全体で底上げしていくというか，18 歳を一人前の社会人にするという意識を早くから持つということが大事です。そして，子ども自身も 18 歳になったら親元から離れて一人で生活できる力をしっかりと身につけるという自覚を持つことが不可欠であるように思います。うちには中国の留学生もいますけれども，中国では，大学生は全員寮に入るそうです。そしてほかの国でも，18 歳になると一人暮らしをする国が多いと聞きます。日本はなぜ 20 歳を過ぎている人が親と一緒に生活をしているのかと聞かれます。それぐらい背景が違いますので，海外で 18 歳の高校生を見ていても，日本より大人の顔つきが多く，成熟しているなというように感じます。

すぐにできることはないかという質問ですが，現在京都府の消費者生活審議会委員を務めさせていただいておりまして，その関連の事業として，京都府下の高校で，すべての教科で，消費者市民社会を形成する授業でどのような教科で，どのようなことができるのかという授業開発をしておりま，す。今年が3年目になります。1年目，2年目はそれぞれ古典や英語など，そのような社会，家庭科以外の教科でこのよう

な授業ができますということを実際に実践してもらって，それを子どもたちの感想も含めて1冊の事例集にまとめて，府下のすべての高校に配付するというようなこともしています。いろいろな教科でできるということを，高校教育に関わる先生方に共有をしていただくことが大事です。そして，決してこれは高校だけの問題ではなくて，小中の先生方にも共有していただくということが大事だろうというように思っています。

**松葉口**　一言で言うとアピールしていくことというか，一人一人が一歩を踏み出すということです。例えば，消費生活センターの「188（いやや）」に電話をしてくださいなどということがよくあると思いますけれども，何かあったら「188」にまず電話をするということもこれは一歩だと思います。ただ，それがどのように世間に情報が流れてくるのかというところがよく分からないところなので，もっとそこの情報をこのようにしてくださいというようなことをSNSのようなところで発信をしていくということも出来るかもしれませんし，とにかく各自気付いたことを一歩一歩，表に出していくということが重要だと思っています。

**司会**　ありがとうございました。今日たくさんの質問をいただきました，今日のパネルディスカッションの中でなるべく聞いてはいるのですが，聞ききれなかったものもあります。いただいた質問はすべて先生方にお渡ししますので御了承ください。それでは先生方ありがとうございました。

## 第６　総括　　（略）

## 第７　閉会挨拶　（略）

## ◆おわりに◆

本シンポジウムにおいて，各報告者より，諸外国（特にヨーロッパ）における消費者教育の現状と取組についてご紹介いただきました。

各報告者の報告やパネルディスカッションを通して，ヨーロッパでは，学校教育において，持続可能な社会の形成のために必要な基礎となる能力の育成が，カリキュラムにも盛り込まれ，当たり前に「アクティブ・ラーニング（対話的な協働学習）」が取り入れて，しっかりと実施されていることのご紹介がありました。日本もこのような消費者教育を目指すべきであり，例えば，「アクティブ・ラーニング」が，単なるグループ学習に留まらず，深い学びが得られるようなものにしなければならないという指摘がありました。

また，教員に大きな裁量が認められ，消費者教育を支援するシステムも設けられており，教育環境が整っているということも，日本と違うヨーロッパの特徴としてご紹介いただきました。消費者教育の推進のためには，消費者教育を担う先生方をしっかりと支援することが必要である旨の指摘をいただきました。

そして，教室に大型モニターやグループワークのしやすい形の机，教員同士のコミュニケーションを取りやすい雰囲気の職員室など，日本においても，ヨーロッパのような，教育環境の整備が期待されるところです。

成年年齢も18歳に引き下げられるにあたり，消費者被害の防止のための消費者教育も重要ではありますが，「経済的な投票権」が与えられているということも，これからの消費者教育において押さえておくべき点であるとの指摘もありました。

本シンポジウムが，今後，よりよい消費者教育の実践の一助となり，消費者市民社会の形成・発展することを願います。