

平成25年度学長裁量経費研究推進支援プロジェクト研究成果報告書

1. 研究の概要

プロジェクト名	学校消費者教育の実践充実に向けた教師支援の方策に関する研究		
プロジェクト期間	平成25年度		
申請代表者 (所属講座等)	奥谷 めぐみ (家政教育講座)	共同研究者 (所属講座等)	
取組方法・取組実績の概要	<p>2010年には消費者庁が発足し、消費者基本計画が打ち出されると同時に、文部科学省による消費者教育実践のための教育予算の計上、研修事業の実施等、教育行政による具体的な取り組みが展開されている。さらに、2011年から順次施行されている新学習指導要領においては、改訂のポイントとして「消費生活に関する学習内容の充実」が明記され、2012年8月には、「消費者教育の推進に関する法律」が可決・採択されたことを皮切りに、学校教育における消費者教育実践の必要性が明確に打ち出された。</p> <p>本研究は、消費者市民社会の実現を目指した教育実践の充実に向けて、教師が消費者教育に対して関心を持ち、実践化に至るまでのプロセスを明らかにすることを目的とする。そのプロセスに基づき、教師が教育現場において消費者教育を実践しやすくするための教師支援を提案する。</p> <p>教師の消費者教育実践把握のために、研究活動や教育活動に関心を持つ、教師に対するインタビュー調査を実施した。消費者教育支援センターが発行するNICEの執筆者や消費者教育に関連する研究会の参加者などを通じ、直接面接、郵送または電話連絡にて調査協力を求めた。調査協力を得られた教師に対して、45分～1時間程度のインタビューを実施した。</p>		
研究成果の概要	<p>消費者教育実践に関するインタビュー調査をとりまとめ、その特色を【カテゴリ①消費者教育が求められる社会的背景】、【カテゴリ②教師の消費者教育への関心・思い】、【カテゴリ③日々の授業作りと検証】、【カテゴリ④子ども＝消費者に身につけさせたい力】、【カテゴリ⑤授業の外側の環境－枠組みと支援】の5つに分類し、整理した。それぞれの特色から、家庭科における消費者教育実践において、特に重要な要素は、第三者によって授業内容や、実践の効果を検討し、助言や客観的な評価を受けたりする機会が設けられていた点であるとする。</p> <p>社会的課題に対応するためには教科書だけの授業では困難であり、他専門家などとの連携の有意義性が伺えた。研究活動に取り組むことで、新しい情報に対するアンテナが立ち、消費者教育に対する理解も、深化しやすい環境にあったことが示された。</p> <p>また、授業をサポートする外部の機関として、地域の「消費生活センター」や「企業」が挙げられた。地域の実態に根差した各自治体の消費生活センターは教師たちにとって、消費生活に関する授業作りを円滑に進めるためのリソースセンターであり、主たる支援者であることが伺えた。</p> <p>小学校、中学校、高等学校の学校段階においても、特色ある実践や、課題などが見受けられた。児童・生徒の発達だけではなく、他教科とのつながりや、現場教師の人数構成、男女共修等の教育現場をめぐる様々な変化の中で、家庭科の意義を充実させるため消費者教育実践を充実させる教師の取り組みも伺えた。</p> <p>2013年6月には「消費者教育推進の基本方針」が閣議決定され、各地域の消費生活センターは、消費者教育および人材育成の拠点としての機能強化が求められている。教育委員会、現場の教師、消費生活関連のNPOなどの外部団体、個人など、地域に居る様々な立場の人々が持つリソースを集約し、活用できる設備、システムを、全国的に展開することが望ましい。</p> <p>そこで、消費者教育の授業開発に関心を持った教師と消費生活相談員などの行政における消費者教育の担い手とが共同でワークショップを行ったり、ブレインストーミングを行ったりする場を定期的かつ、継続的に設置する支援の在り方を提案した。教育実践の蓄積と、消費者行政及び教育現場における消費者教育実践者という人材育成の場を保障し、専門家である消費生活相談員と教育現場の地域における綿密な連携が必要であることを示唆した。</p>		
外部資金獲得申請及び研究成果の公表方法等について〔 <input type="checkbox"/> (該当事項)にチェック方願います。〕			
外部資金獲得申請(予定)	<input checked="" type="checkbox"/> 科学研究費補助金 <input type="checkbox"/> 受託研究費 <input type="checkbox"/> その他 ( )	研究成果の公表方法(予定)	<input checked="" type="checkbox"/> 学会(国内):日本消費者教育学会で発表 <input checked="" type="checkbox"/> 新聞・図書・雑誌論文等: 消費者教育第34冊に投稿 <input type="checkbox"/> その他( )

本研究は、教師の消費者教育実践把握のために、研究活動や教育活動に関心を持つ、教師に対するインタビュー調査を実施した。消費者教育支援センターが発行するNICEの執筆者や消費者教育に関連する研究会の参加者などを通じ、直接面接、郵送または電話連絡にて調査協力を求めた。

調査協力を得られた教師に対して、45分～1時間程度のインタビューを実施した。調査場所は協力者の環境に応じて変更した。学校内での実施を希望された場合は学校内で教室、講師控室などをお借りし、インタビューを実施した。また、学校での調査が困難である場合は、学会会場の空き部屋などで実施した。調査時期は長期休暇期間前後を設定し、職務への影響が少なくなるよう配慮した。本プロジェクトにおける調査期間は2013年4月～2013年8月である。なお、プロジェクト採択の段階で、既に11名の小・中・高等学校の家庭科教師(退職した教師を含む)に対するヒアリング調査が完了していた。本プロジェクトは、さらに調査を継続しインタビュー調査を実施した。

分析の対象となる教師は14名(小学校教諭3名、中学校教諭4名、高等学校教諭7名)であり、全員が女性であった。インタビュー内容は、「これまで実施してきた消費者教育に関する授業実践について」「消費者教育に対するイメージ(実践のきっかけ、関心あるテーマ、児童・生徒に伝えたいこと等)」、「教材や研修など、授業を支える情報の収集方法について」、「授業実践を裏付ける研究活動について」を中心に半構造化面接法によって実施した。得られた記録は全て逐語録を作成した。インタビュー調査結果の分析方法は、次のような手順で実施した。