

【第2部・第1報告】

## 高大連携による消費者教育推進の課題と展望

保田宗良

本年度、保田が行った高大連携の活動は、以下の3項目である。

### 1 アンケートの実施

8月8日のオープンキャンパスで、青森県消費者協会と人文社会科学部が共催で、「消費者問題を身近な事例で学習しよう」という企画を行い、クイズ形式で消費者教育に参画してもらった。その中で消費者問題についての簡単なアンケートを行った。

その際 61 名の青森県の高校生から回答を頂いた。2 名は学年が不明である。



オープンキャンパス企画風景

10名程度の高校生と消費者問題の話をしたが、2、3年生は家庭科で学習したとしており、そのことはアンケート結果から読み取れる。

#### アンケート結果について

##### 1年生 回答者 34名

1 消費者問題とは何が該当するか分かりますか。

- ① 分かる 12名 ② 分からない 11名 ③ どちらともいえない 10名  
回答なし 1名

2 消費者問題に関して高等学校で指導を受けましたか。

- ① 受けた 5名 ② 受けていない 23名 ③ 分からない 6名

①は社会科2名、家庭科3名

3 消費者被害に遭ったことがありますか。

- ① ある 0名 ② ない 31名 ③ 分からない 3名

4 消費者被害に遭ったときの対応の方法が分かりますか。

- ① 分かる 8名 ② 分からない 14名 ③ どちらともいえない 12名

##### 2年生 回答者 16名

1 消費者問題とは何が該当するか分かりますか。

- ① 分かる 9名 ② 分からない 2名 ③ どちらともいえない 5名

2 消費者問題に関して高等学校で指導を受けましたか。

- ① 受けた 11名 ② 受けていない 5名 ③ 分からない 0名

①は社会科4名、家庭科7名

3 消費者被害に遭ったことがありますか。

- ① ある 0名 ② ない 16名 ③ 分からない 0名

4 消費者被害に遭ったときの対応の方法は分かりますか。

- ① 分かる 7名 ② 分からない 6名 ③ どちらともいえない 3名

3年生 回答者 9名

1 消費者問題とは何が該当するか分かりますか。

① 分かる 4名 ② 分からない 2名 ③ どちらともいえない 3名

2 消費者問題に関して高等学校で指導を受けましたか。

① 受けた 7名 ② 受けていない 2名 ③ 分からない 0名

①は商業科1名、社会科1名、家庭科4名、科目不明1名

3 消費者被害に遭ったことがありますか。

① ある 0名 ② ない 9名 ③ 分からない 0名

4 消費者被害に遭ったときの対応の方法が分かりますか。

① 分かる 1名 ② 分からない 5名 ③ どちらともいえない 3名

高校生の消費者教育の意識を把握することは、高大連携を進める際の軸になると考える。  
家庭科から知見を得たという高校生が14名いたことは興味深い実態である。

### 特筆すべき自由記述

1年生

中学校で学んだと思っていたことが学びきれていなかった。

消費者問題について深く考えることができた。

知らなかったことが知れた。

消費者問題は大人に限らず今でもつきまとう。

消費者問題をしっかり知っておきたい。

2年生

なし

3年生

契約についてクーリングオフを知ることができた。

自分で分かったと思ったことでも意外と分かって無かった。

学んだことをいろいろと忘れていた。

危険からの対処法を再確認したい。

大学生にもアンケートに参加してもらい、高等学校での学習と大学での学習について回答してもらうことを検討課題としたい。

## 2 高校教諭との面談

10月から12月まで津軽地域の高等学校を訪問して、5名の教諭と面談を行った。担当科目は情報の科目1名、商業の科目1名、家庭科3名である。30分から1時間程度、こちらが用意した質問を中心に必要なことを加えるという半構造化の形式で面談を実施した。それぞれ消費者教育へ関心を有し、高校教育に消費者教育を取り入れることに意欲的な方たちであった。

教諭の皆様から伺ったご意見を箇条書きで示す。

- ・成人年齢の引き下げで問題が多くなる。
- ・1年生の教科で扱うと、卒業時に忘れており、社会に出た際失念している。タイムラグが生じる。
- ・高校教諭により消費者教育に対する認識が異なる。
- ・高等学校では、今後消費者教育の取り組みを強化する。
- ・SDGsの教育を行うと高校生は積極的に学び、強い関心を示す。

### 小活

2017年度、青森県消費者協会と連携して行ったアンケート<sup>1)</sup>で、返答して頂いた方とアポを取り、面談を実施した。高等学校によってはかなりレベルが高い授業を行っており、それを就職あるいは進学後に生かしきれていないという実態がある。教材を持ち寄り年に1、2回、高等教諭と大学教員の連絡会議を開催し、問題点を議論することが望ましい。

## 3 弘前実業高等学校へ出張講義

12月17日に、弘前実業高等学校を訪問し、「高校生の消費者教育入門」の講義を行った。対象者は1年生120名（商業科80名、情報処理科40名）、50分の講義である。

内容は、

- ・自分で判断できない時は、専門の部署に相談する。
- ・無料と便利は注意が必要である。
- ・検索履歴、閲覧履歴はパーソナルデータとして利用される。
- ・優良誤認表示、有利誤認表示、その他誤認される表示の説明。
- ・消費者志向経営とは何か。
- ・ACAPの説明

の6項目を取り上げ、初学者向きに丁寧に解説した。

1回講義を行うだけでは、不十分であり、今後継続して応用の事例研究の講義が必要である。受講者が消費生活に関して見直す機会となれば幸甚である。

### 展望

アンケート、高校教諭との面談、出張講義を行い、高校の現場はある程度把握できた。次年度以降のネットワーク作りの目処がついた状況である。

（謝辞）このような出張講義の機会を与えて頂いた、弘前実業高等学校 福士広司校長、都谷森宗一教諭に厚くお礼を申し上げる。



第1 報告風景

### 注

- 1) 2017 年度アンケート結果については、  
「2017 年度 弘前大学人文社会科学部消費者教育推進事業報告書 弘前大学における消費者教育の調査・実践報告」 拙稿 pp.8-11 を参照。弘前大学図書館リポジトリで参照可能。