

【消費者問題講義の実践モデル】

消費者問題講義の目的と構成

1. 消費者問題講義の目的

今日の日本社会において、公正かつ持続可能な社会の形成という課題はますます重要になるであろうし、ごく普通の消費者の立場からそれらの課題に応えるために、消費者教育の必要性もますます大きくなるであろう。しかし、ごく普通の消費者は必ずしも消費者問題や消費者教育に強い関心をもっているわけではない。従って、消費者教育を社会に広めていくためには、そうした普通の人々が大きな負担や障害なしに消費者教育を受けることができる機会が社会に制度的に埋め込まれているということが必須である。とりわけ、若年者を対象として消費者教育を推進するためには、大学などの高等教育機関の正規のカリキュラムの中で消費者問題を学ぶ講義が開講されることが重要となる。

とはいえ、消費者問題は消費者契約をめぐる日常的なトラブルの問題から持続可能な社会をめぐるグローバルな問題まで、非常に幅広い。さらに、それらの問題を消費者の普段の生活と結びつけて考えることは、消費者教育の研究者でない普通の大学の教員にとって難しい課題であろう。従って、大学で消費者問題を体系的に学ぶ講義を開講するためには、地域で活躍する消費者問題の専門家の支援が不可欠である。地域の支援を得て大学で消費者問題を学んだ学生たちは、その成果を地域に還元することや、卒業後、消費者問題を学んだ社会人として地域で活躍することが期待される。このような形で、消費者教育の推進という課題と、大学と地域の連携という課題は、相互に密接に結びついている。

このような考えに基づき、弘前大学では、消費者問題を体系的に学ぶ講義を毎年度2コマ（4単位）開講している。それらの概要は以下のとおりである。

第1に、全学部対象の教養教育課程で、学部越境型地域志向科目「青森の多様性と活性化－消費者問題の取り組み－」として開講している（以下、教養教育の消費者問題講義）。この講義では、地域の消費者問題の専門家を非常勤講師またはゲストスピーカーとして招聘しており、消費者法、消費者契約、情報メディア、ライフサイクル、消費者志向経営、自然環境、地産地消、食の問題、多文化共生など、消費者問題や消費者市民社会について幅広く学ぶことを目指している。比較的少人数の受講生を想定し、アクティブラーニングを取り入れた講義形式で開講している。

第2に、人文社会科学部の専門教育課程で、経済法律コース・企業戦略コース・地域行動コース特設講義「消費者問題の理論と実践」として開講している（以下、専門教育の消費者問題講義）。この講義では、地域の消費者問題の専門家である非常勤講師が本学教員とともに指導に当たり、消費者問題や消費者市民社会についてより専門的に学ぶとともに、その成果を消費者教育活動の実践という形で地域に還元することを目指している。少人数の受講生を対象とし、講義形式と実習形式を組み合わせた課題探求型の授業である。地域の消費者教育活動に参加するプログラムも盛り込んでいる。

2. 消費者問題講義の構成

以下では2020年度の開講の実績を踏まえて、弘前大学における消費者問題講義の内容と構成について説明する。

教養教育の消費者問題講義は2015年度から開講しており、本年度で6年目になる。初年度を除き、毎年度前期に開講していたが、本年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響を考慮し、後期に延期して開講した（本学では、前期の授業はすべてオンライン授業となったが、後期の授業は一時期を除き、通常の面接授業となった）。担当者は、本学教員4名、非常勤講師1名、ゲストスピーカー5名である。本学教員は、福田進治（人文社会科学部）、保田宗良（同左）、吉村顕真（同左）、加賀恵子（教育学部）、非常勤講師は、加藤徳子（消費生活アドバイザー）、ゲストスピーカーは、坂本久美子（青森県消費生活センター主任相談員）、花田勝彦（さくら法律事務所弁護士）、大西二郎（NACS 理事・東北支部長）、斗澤康広（十和田おいらせ農業協同組合専務理事）、永井雄人（白神自然学校一ツ森校代表）である（敬称略）。全体の構成、各講義のテーマ・日程・担当者は以下のとおりである。

- 第1回 インTRODクシヨン（10/2（金）福田）
- 第2回 情報メディアと消費者問題（1）（10/9（金）坂本）
- 第3回 情報メディアと消費者問題（2）（12/25（金）坂本）
- 第4回 消費者契約をめぐるトラブル（10/23（金）花田）※
- 第5回 ライフサイクルの管理と設計（10/30（金）加藤）※
- 第6回 消費者志向経営推進の取り組み（1）（11/5（木）大西）※
- 第7回 消費者志向経営推進の取り組み（2）（11/13（金）大西）
- 第8回 食の安全と青森県の地産地消（11/20（金）斗澤）
- 第9回 食と地球環境－食を通して世界を見る－（11/27（金）加賀）
- 第10回 青森県の自然環境と持続可能な社会（12/4（金）永井）
- 第11回 多文化共生社会の消費行動（1）（12/11（金）加藤）
- 第12回 多文化共生社会の消費行動（2）（12/18（金）加藤）
- 第13回 消費者問題と消費者法の展開（1/8（金）吉村）※
- 第14回 消費者市民社会を考える（1/22（金）福田・保田）
- 第15回 消費者フォーラム参加（1/23（土）福田・保田・吉村・加賀・加藤）

ここで、※印は弘前市内の新型コロナウイルス感染拡大の影響により、オンライン授業となった回を示す。また、第3回の講義は10月16日（金）の予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大の影響により、この日の全学の講義が臨時休講となったため、12月25日（金）に延期して開講した。講義全体は「消費者教育の体系イメージマップ」（消費者教育推進のための体系的プログラム研究会）を参考に、これに「消費者志向経営」を追加して構成している。大雑把にいうと、第2回～第5回は「商品等の安全」・「生活の管理と契約」・「情報とメディア」の領域、第6回・第7回は「消費者志向経営」の領域、第8回～第12回は「消費者市民社会の構築」の領域に対応する。第13回は全領域に関係し、第14回は全体のまとめとして、講義の中でワークショップを実施し、第15回は地域の消費

者教育活動に参加する（例年、第14回と第15回の2回に渡ってワークショップを実施していたが、本年度は後期に延期した関係で、第15回は消費者フォーラム参加とした）。このような形で、この講義では、消費者問題や消費者市民社会について幅広く学ぶことができる。本年度の受講生は全学部（人文社会科学部・教育学部・理工学部・農学生命科学部・医学部）の2回生を中心に36名であった。6年間の平均では約30名である。

専門教育の消費者問題講義は2017年度から開講しており、本年度で4年目で、本年度を含めて毎年度後期に開講している。担当者は、本学教員2名、非常勤講師1名で、本学教員は、福田進治（人文社会科学部）、保田宗良（同左）、非常勤講師は、加藤徳子（消費生活アドバイザー）であるが、本年度は後述の附属中学校訪問のための指導・調整を中心に、加賀恵子（教育学部）の支援を得た（敬称略）。全体の構成、各講義のテーマ・日程・担当者は以下のとおりである。

- 第1回 イン트로ダクション（10/1（木）福田）
- 第2回 消費者問題と消費者市民社会（10/8（木）福田）
- 第3回 消費者志向経営とマーケティング（10/15（木）保田）
- 第4回 多文化共生社会における消費行動（10/22（木）加藤）※
- 第5回 環境・資源問題と消費行動（10/29（木）加藤）※
- 第6回 食品をめぐる諸問題（11/12（木）加藤）
- 第7回 グループ別課題研究（1）（11/19（木）福田・加藤）
- 第8回 グループ別課題研究（2）（11/26（木）福田・加藤）
- 第9回 消費生活フェスタ参加（11/29（日）福田・保田・加賀・加藤）
- 第10回 研究成果の中間まとめ（12/3（木）福田・加藤）
- 第11回 附属中学校訪問（12/8（火）福田・保田・加賀・加藤）
- 第12回 課題研究の推敲（1）（12/17（木）福田・加藤）
- 第13回 課題研究の推敲（2）（12/24（木）福田・加藤）
- 第14回 研究成果の最終まとめ（1/21（木）福田・加藤）
- 第15回 消費者フォーラム参加（1/21（土）福田・保田・加賀・加藤）

ここで、以前と同様に、※印は弘前市内の新型コロナウイルス感染拡大の影響により、オンライン授業となった回を示す。全体の構成は、第2回～第6回は講義形式で、消費者問題、消費者市民社会、消費者志向経営について学び、第7回～第14回は実習形式で、受講生自身が課題を設定し、調査・研究に取り組みながら、第9回で消費生活フェスタ（青森県消費者協会）に参加、第11回で弘前大学教育学部附属中学校で模擬授業を実施、第15回の消費者フォーラム in HIROSAKI で研究成果を発表するという形になっている。課題研究は、第7回・第8回・第10回が第1段階で、その成果を第11回で発表し、第12回～第14回がそれらを推敲する第2段階で、その最終成果を第15回の消費者フォーラムで発表する。このような形で、この講義では、受講生自身が設定した課題を探求し、地域の消費者教育活動に参加しながら、課題研究の成果を地域に還元することを目指す。本年度、この講義をこのように課題探求型の講義として再構成したことも、附属中学校の模擬授業

を加えたことも初めての試みだった。本年度の受講生は人文社会科学部の2～4回生の7名であった。4年間の平均は約15名である。例年、前期開講の教養教育の講義を受けた学生が後期のこの講義を受けるケースが少なからずあったが、本年度は先述のとおり教養の講義を後期に延期した関係で、そのような学生はいなかった。

3. 消費者問題講義の実践モデルの提案

次節以下では、2020年度の弘前大学における消費者問題講義の内容を実践の記録という形で紹介する。これをもって、「消費者問題講義の実践モデル」の提案としたい。

消費者問題講義では、毎回の講義の終わりに受講生にコメントの提出を求め、講義全体の終わりにはアンケート調査への回答を依頼している。これらより、消費者問題講義がかなり好評であることが分かっているが、講義の内容や形式の改善を求める声も少なからずあった。そうした声を参考にしながら、毎年度、講義の改善に務めてきた。その詳細の説明は割愛するが、こうした試行錯誤を経て、ようやく講義の内容を公表できる段階に至ったものと考えている（本年度は教育効果をより詳細に把握するために、事前アンケートと事後アンケートを実施したが、これらの結果については別の機会に公表したい）。

とはいえ、本学で消費者問題講義を開講してからまだ日は浅い。講義の内容にはまだまだ改善の余地が残されている。また、講義の記録も大雑把なものにすぎず、消費者教育の研究者の評価に耐えうるものではないだろう。そもそも、この講義の内容や構成は「消費者教育の体系イメージマップ」を参考に、標準的なスタイルの講義を目指して立案したものであり、特色のある取り組みを目指しているわけではない。これらの点で、読者の期待に応えるものにはなっていないかもしれない。多くの方々のご意見やご批判を賜りたい。

しかしながら、最初に述べたように、消費者教育を広めるためには、普通の人々が大きな負担や障害なしに消費者教育を受けることができる機会が社会に制度的に埋め込まれているということ、大学などの正規のカリキュラムの中で消費者問題を学ぶ講義が開講されることが重要である。この意味で、本学のようなごく普通の大学で、消費者教育の研究者に頼らずに開講されてきた消費者問題講義の記録は、今後の大学における消費者教育のあり方を考える上で参考になるのではないかと思われる。

講義の記録は講義1回分ごとに、基本的に、(1) 講義の目的と概要、(2) 講義の内容とその進行、(3) 講義の成果と今後の課題から構成される。このうち、(1)と(2)は担当者が事前に執筆し、(3)は講義後に主として受講生のコメントを参考にして執筆した。時間配分はあくまで目安であり、実際の講義での時間配分を正確に示すものではない。

先述のとおり、本年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響により、オンライン授業になった回があり、講義の内容に大きな制約を受けたが、面接授業を行った回でも、アクティブラーニングの取り組みは例年よりもかなり抑制的に行わなければならなかった。こうした状況に対応することも、今後の課題となるだろう。

(福田進治 弘前大学人文社会科学部)