



特集

3 学校と連携した、 金融教育・消費者教育 —生徒のためにできること—

石田 美里 Ishida Misato 埼玉県立三郷北高等学校家庭科 教諭
2020年4月より埼玉県消費生活支援センター研修生として、教員向けの消費者教育研修講師、学校での実践事例作成に取り組んでいる



はじめに

私は、埼玉県消費生活支援センターでの研修を通じて、高校家庭科で金融教育がどのように行われているか校外にはあまり知られていないことを実感しました。「学校の壁」といわれますが、こうした現状を少しでも解消するべく、経験談を織り交ぜながら、高校家庭科の現状の一部を金融・消費者教育を軸にご紹介できればと思います。

高校での金融・消費者教育の扱い

私見ですが、これまでは金融教育と消費者教育の境目をあまり気にせず、授業を構成してきたように思います。以前および現在の勤務校では、生徒たちは入学したての最初の家庭科で発達段階ごとの特徴を学習し、卒業後の進路を見通す願いも込めて、ライフプランや生活設計を考えさせています。そのなかで、入学までにかかったお金、今後の進路に必要なお金、自立するために必要なお金などを可能な限りシミュレーションして学習させるように心がけています。

しかし高校1・2年生といえは15～17歳です。その年齢で卒業後の進路を具体的に考えることが難しいうえに、その先の未来までも具体的に考えることは、非現実的なようにも思われます。

実際に私自身が高校生の時、どこまで将来を見通していたかと考えると、生徒に多くを求められないと感じてしまうのが本音です。教師となり、金融教育や消費者教育の研修を通してさらに知見を深めることとなり、「先を見通す力」や「早期の金融教育の必要性」は十分理解できるものの、生徒を前にすると、学習させたい内容と現実と隔たりを感じます。それを埋めるためには、ライフイベントごとに“リアルな”金額を提示し、また多様な生き方に対応するフレキシブルなシミュレーション教材が必要です。

本校では(公財)生命保険文化センターの「君とみらいとライフプラン」*1を活用し、人生にかかるお金を「可視化」する授業を行っています。しかし「リスク」や「保障」についてはほとんど触れられません。家庭科で取り扱う内容が幅広く、授業時間数が少ないことから、生徒が身近に感じにくいこれらの単元については、簡単に内容を紹介する程度にとどめざるを得ないのが現状です。

高校家庭科の進め方

家庭科は、週2時間、1・2年生の2年間で学習する「家庭総合」、または1・2年生のどちらかの1年間で2単位(週に2時間を1年間など)を学習する「家庭基礎」の1つを選択必修修することとなっています。近年、家庭基礎の割合が増え、家庭科の総時間数は減少傾向です*2。そ

*1 公益財団法人生命保険文化センター「副教材一覧」 <https://www.jili.or.jp/school/book/index.html>

*2 野中美津枝、亀井佑子、新山みつ枝、荒井きよみ、荒井智子、石島恵美子、真田知恵子、高橋礼子、吉野淳子「高校家庭科男女必修後20年の履修環境の検証 一関東地区4都県の教育課程調査を通して」(日本家庭科教育学会誌第58巻2号79～89ページ、2015年)

図1 消費者教育に充てる時間数

単元	教科書会社の年間指導計画案		実際の授業時数配分（経験例）	
	家庭総合（2年間）	家庭基礎（1年間）	家庭総合（2年間）	家庭基礎（1年間）
衣生活	約24	約12	約24	家庭総合の半分程度
食生活	約30	約15	約22	
住生活	約14	約7	約8	
人生・家族（労働）	約20	約10	約12	
保育	約22	約11	約16	
高齢期・福祉	約12	約6	約6	
消費生活※1	約18	約9	約12	
計	140	70	約100※2+テスト・返却等	

※1 年間指導計画案の「消費生活」には、ホームプロジェクトが含まれる
 ※2 実際の授業時数配分の合計が約100であるのは、学校行事等が影響するため
 *実際の授業時数配分は、著者の経験・見聞による

のなかで、いわゆる「衣食住」「家族」「保育」「高齢者」そして「生活設計」「消費・環境」など生活全般を広く学習させますが、金融や消費の学習に充てられる時間数は非常に少ないのが現状です(図1)。

どの分野においても授業で取り上げる範囲を精選していますが、金融・消費者教育はもっと丁寧に時間をかけたい分野でもあります。

そこで有効活用したいのが、フリーで利用可能なデジタル教材です。生命保険文化センターでは「50分授業セット」のシリーズでライフステージをベースにリスクについて考えるPowerPoint教材が提供されています。保険や保障など普段の授業では内容を深めにくい単元について、スライドに準拠したワークシートも分かりやすくまとめてあります。また近年の生徒の特徴として、動画やデジタルに慣れているため、視聴覚教材の有効性がよりいっそう高まっているように感じられます。字の多い紙媒体は敬遠され、視覚的に訴える教材のほうが生徒の理解が早いことは経験的に明らかです。これまでは、教員の多くが教材を自作し、他者が作った教材は使いにくいという声を耳にしておりましたが、フリーのデジタル教材は抵抗感なく活用できると感じます。特に編集が許可されたデジタル教材であれば、生徒の生活実態などに合わせて編集することで授業準備に時間的余裕を作り出せます。

現在、多数の市販または無償の金融教育・消費者教育の教材が製作されていますが、編集可能な教材は少なく、教員としては使い勝手がもうひとつであることが課題です。著作権等の問題があり難しいと思いますが、加工可能な教材は教員として助かります。加工できない教材だとその一部しか使わない、利用方法を考える等の理由で、「扱いにくい＝利用しない」現状があることを知っていただければ

と思います。

高校生が将来を考えるとき

ライフプランと生きていくためにかかるお金の単元を終えると、生徒は「こんなにお金がかかるとは思わなかった」「しっかり将来を考えなくてはならない」と感想を持つことが多いように感じます。この感想には将来へ向けて現実的な、地に足の着いた進路を考えなければならないという生徒の着実な考え方を育成できたという見方と、希望する進路や夢を遠ざけてしまう可能性も秘めているように感じる時があります。

まもなく成年年齢の引き下げが始まりますが、啓発ポスターやメディアでは、生徒の不安や心配を助長するものが多くみられ、明るい未来志向な話題はあまり出てきません。消費生活相談の最前線である消費生活センターに在籍していると、たしかに引き下げ後に若者の消費生活トラブルは増えると思います。しかし生徒たちに伝えたいことは、注意点だけでなく成人としての新たな可能性も含まれます。悲観的な未来ばかりでなく、少し明るい展望を持たせたいところです。

近年の高校生のような様子を見ているとコロナ禍による学校生活の変化や、大学進学などの入試システム等の変更など、従来のようにいかない

ことが重なり生徒たちのとまどいを感じます。また就職についても、終身雇用が一般的ではなくなりつつあり、コミュニケーション力や発想力等を求められるなど、従来とは少し異なる人材を企業が求めるようになってきました。真面目な性格だけでは仕事が成立しないなどと言われてしまうのです。社会の変化が高校生にも及ぼす影響の一面です。こうした時代に、生徒たちにどのような将来を思い描かせられるのかと、私自身が悲しい気持ちになることもあります。

成年年齢引き下げを見据えて

成年年齢引き下げを見据え、本校の漫画研究部では「成年年齢引き下げに伴うトラブル未然防止ポスター」を作成しました(図2)。

成年年齢引き下げの当事者となる部員自身が、引き下げの意義や問題点を調べることから始め、どのように表現したらトラブルを防ぐことができるかを、部員が得意とするイラストを用いて表現することにしました(写真、図3)。

中学生にも知ってもらいたい願いから、三郷市の教育委員会および生活安全課に協力いただき、市内中学校8校すべてに掲示を依頼できました。部員全員の作品の中から1つの作品に選考する際に、意見として挙げられた点が「未来志向」であることでした。最終選考に残った作品は4点でしたが1点を除いて暗い印象の物でした。その理由を部員に聞くと、成年年齢引き下げ制定の背景や意義を調べる

ほどに、不安や心配な気持ちが増してきたと答えたのです。しかし市販の小中学生向け啓発チラシ等は明るい色合いで、ポップな印象のものが多く、注意や危険を強調するポスターや冊子の表紙は少ないです。それは選考されたポスター同様、未来を見据え「上を向いて」いく気持ちを育てたい願いが込められているからではないかと推察しています。

私も消費生活相談員に講座を依頼する際には、具体的かつ印象に残る相談事例を取り上げるようにしています。それは生徒に注意喚起を促すためですが、金融・消費者教育は、お金のことをなぜ知らなくてはならないのか、消費者としての責任をなぜ持たなくてはならないのかを考えさせるためのもので、生徒を悪質商法やマイナス面の紹介など、脅すような恐怖心を動機づけとする学習に取り組ませることに疑問を

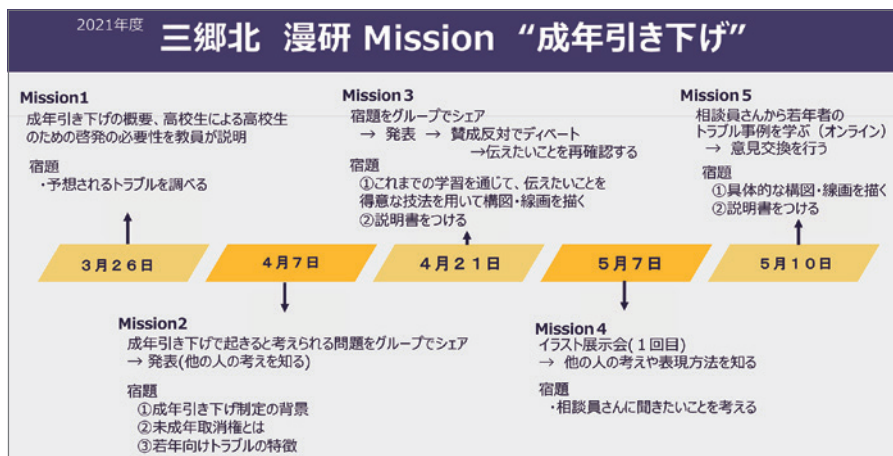
図2 生徒作成のポスター



写真 ポスター作成にかかる打ち合わせ



図3 漫画研究部による成年年齢引き下げにかかるポスター作成の検討



感じるようにもなりました。生活者として自立するために金融・消費者教育を行っていることを忘れてはならないと、今回の研修全体を通じて私自身が学び直す機会となりました。

学校教育と校外との連携のあり方

生徒や教員によって学校はさまざまであり、一言で連携といっても、学校のニーズと連携内容がずれてしまうことがあります。今は消費生活講座のような講座依頼が主たる連携ですが、生徒が講師の話を一方向的に聞くことは難しいと思います。近年、普段の授業ではアクティブラーニングなどの対話や能動的な活動が多く取り入れられるようになっていきます。講師が生徒だった頃とは、学校の雰囲気が大きく異なることでしょう。そこで、本県では2020年度から、消費生活相談員や消費者行政職員等を対象とした、教員との連携による学校での講座の作り方研修会を実施しています。私からは、教員へのアポイントメントの取り方から、教員の1日の動きの例、講義内容を教員と相談する時のチェックポイント等を具体的に話しました。学校は忙しいといわれますが、どうして忙しいのかを可視化したのです。また学校が抱える最近の課題を伝えることで、講座を考える際に気をつけることや重点的に伝えるべきことを、学校や学年、クラスごとに変えられるようお願いしました。グループワークが有効か、講義形式が有効かなどの講義スタイルなども伝えました。

連携を希望する学校や教員側も生徒や学校のようにすを伝え、各学校に合わせた講座を依頼する必要があります。しかし、依頼時にそのような話をする教員としない教員と大きく分かれてしまうのが現状です。そのためぜひ講師からも講義内容を学校に具体的に確認していただき、その際に「生徒のようすはどうですか」「グループワークはできますか」「ロールプレイングは苦

手ですか」等も聞いていただくと、効果的な講座の進めかたを想定しやすくなります。

また、講師から教員に「一緒にやりませんか」「ここは先生にお願いできますか」などと気軽に声をかけ頼っていただきたいのです。こちらも教員や学校によってさまざまに「講師に全部お任せしたい」という場合もありますが、生徒を動かすのは、日頃、生徒と接する教員のほうが向いています。講義内容の相談から当日の運営まで、講師と教員が二人三脚で取り組むことで、より有意義な連携が可能かと思えます。例えば、2021年10月にオンラインで実施した高校3年生向けの講座の特徴は①教員とのチームティーチング②消費生活センターから配信③3年生の全7クラスに一斉配信④一部クイズによる双方向講義⑤相談員の登場は10分程度で事例紹介と卒業へ向けてのエールでした。このように短時間でも専門家である講師と教員が連携できれば、講師の専門性を生かした濃い内容の講座を組み立てられます。講師も普段の業務との両立が容易になり、学校との連携のハードルも低くなることでしょう。この「短時間オンライン消費生活講座」の実施に当たってもさまざまなメリットがありました。生徒にとっても新鮮で有意義であったようです。

なお、コロナ禍と学校のICT推進もあり、オンラインによる講座のニーズは高まることが予想されます。

おわりに

生徒にとって教員や保護者以外の大人とかわる機会を持つことは少子化の現代において非常に有益だと感じています。多くの人とのつながりや支え合いを体験的に学ぶ場として、学校が果たす役割は大きいはずですが、学校という場を通じて多くの手で生徒を育てていくことが求められているように感じます。ぜひ一緒に生徒たちを見守っていきましょう。