

ゆたかな感性を家庭科で磨く ～持続可能な社会の担い手の育成～

横浜国立大学名誉教授 西村 隆 男

昨今の教育界では、「深い学び」あるいは「対話的な学び」といったキーワードが踊るように使用されている。では、これまでの教育ではそうした学びが疎かにされていたのだろうか。否、決してそんなことはない筈であり、つねに生徒の思考回路に刺激を与え、自らが思考し、判断できる力を育ててきた。しかし、ことさら今日、こうしたキーワードが重視されるのは、短絡的な思考や判断が横行する世の中になっていることへの反省があるのではないか。スマホを身体の器官の一部のように保持し、LINEに即返答しなければ無視されたと思うような風潮が若者に蔓延しているように思う。

そうした中で、消費者教育は熟慮、熟考できる力を養うのに優れた教育ツールであり、教育の本来目標（人間形成）の到達に向け貢献できるもの、と私は考える。消費者教育は、市場における思考力・判断力をより高めるための教育プロセスである。いわゆる批判的思考力を駆使して、「安い」背後に何があるのか、CMに踊らされていないか、慌てて買い急ぎはしていないだろうか—生産国や生産地の状況、環境への負荷、代替品の有無の確認など、短絡的でない消費能力を高めることで、よりよい暮らし、より豊かな地球社会全体を見通す力を養うところにこそ、消費者教育の存在意義がある。

成年年齢引下げが間もなく実現しようという中で契約教育の強化が、改訂新指導要領では小学校高学年から謳われている。契約の意味や契約当事者としての責任を正しく抑え、消費者被害の防止を指導することは必要であろう。しかし、学習の中心が市場での主体（参加者）としての確かな選択ができるために、消費者被害の数々を示すことだけでは不十分ではない。その背景に潜むものを考えさせることが重要であり、うっかり契約をしてしまって、被害に遭遇したと気付いたなら（あるいはその可能性を察知したなら）、すみやかに相談機関に相談するというアクションを起こすことの大切さを理解させることが肝要である。そうしたアクションは社会参加であり、消費者としての責任である。なぜなら、声をあげないことは、むしろ被害拡大に寄与してしまうことになりかねないからである。これこそが、契約学習における消費者市民社会構築に向けた消費者市民として果たし得る役割と言えよう。

一方、消費者市民社会の理解に必要なのは、市場における選択を通じて、社会的弱者や環境への負荷にどれだけ配慮できるかである。商品選択であるゆえに、購入行動は売買契約によるものである。同じお金を支払うのであるのなら、社会のために貢献できる選択とは何か考えてみたい。フェアトレードを学び、地産地消や身近なエコ消費を考える。エシカルは今や世界の流れである。2015年9月に国連総会で採択されたSDGs（持続可能な開発目標）をぜひ確認していただきたい。SDGsに示された17の目標は政府、自治体、企業はもとより、私たち消費者一人一人が、その実現に向けて日々努力することが求められよう。

1964年、ケネディ大統領は議会の特別教書のなかで、消費者の権利を宣言した。その第1は安全である権利である。窮極の安全は平和な世界だ。人権、環境、他者への配慮・共感—家庭科における消費者教育の学びは深い。