

合理的意志決定能力の育成と消費者教育

Development of the Ability of Rational Decision Making and Consumer Education

武田 寿博

(出雲市立第三中学校)

I はじめに

中学校社会科における消費者教育は、直接的には、公民的分野の経済単元で行う。現行の学習指導要領は、山根栄次氏が指摘するように¹⁾、消費者の立場を中心とした経済学習の展開を求めている。また、「消費者保護」という観点からの記述もなされている。

消費者教育においては、従来から、「自立した消費者の育成」や「意志決定能力の育成」の必要性が指摘されている²⁾。また、昭和61年に出された「国民生活審議会消費者政策部会」の答申では、「消費者の自主的かつ合理的な判断・行動の重要性」について述べている。では、社会科における消費者教育は、具体的に、どのような授業展開が望ましいのであろうか。

消費者教育の授業実践事例をみると、消費者被害に遭った人を共感的に理解させることのみで授業を終わったり、消費者被害に遭わないための知識の伝達を中心に授業を展開しているものがある。このような授業は、対症療法的な域を脱して、このような授業展開から、転移力のある知識の獲得は難しいと言わざるを得ない。また、意志決定能力の育成に関しても、その理論と方法が、授業レベルで具体的に示されたものは少ない。

社会科の目標は「社会認識を通して市民的資質を育成する」ことである。そして、市民的資質の中核となるものは「合理的意志決定能力」である。社会科における消費者教育においては、消費に関する社会事象を因果関係的に把握するとともに、合理的な意志決定能力を育成する必要がある。

本研究では、まず、消費に関する現代社会の諸

問題と消費者主権について考察する。また、近年、盛んに議論されている「規制緩和問題」が、消費者教育において、合理的意志決定能力を育成する教材として有効であることを述べる。その後、中学校社会科公民的分野経済単元の消費者教育の授業モデルを提案する。この授業モデルは、経済学の研究成果を基盤とした因果関係的知識の獲得を目指すものである。また、合理的意志決定能力育成場面では、「規制緩和問題」を具体的事例として扱う。

II 消費をめぐる現代社会の諸問題と消費者主権

1. 消費をめぐる現代社会の諸問題の解明

「消費者問題」は様々な形で現在も発生し続けている。1992年の国民生活センターへの相談件数は、「契約（解約）」に関するものが最も多く、全体の約50%を占めている。以下、「品質・機能・役務品質」「販売方法」「安全・衛生」の順となっている³⁾。しかし、限られた時間の中で、これらの個々の内容全てを扱って授業を組み立てることは不可能である。したがって、「消費をめぐる現代社会の諸問題」を、経済学（特に、消費経済学と環境経済学⁴⁾）の研究成果を基盤として解明し、問題の所在を明確化する必要がある。このことにより、消費をめぐる諸問題の科学的因果関係的把握が可能となる。

筆者は、消費に関する現代社会の諸問題を、「個人的消費問題」と「社会的消費問題」に分けて捉えている。「個人的消費問題」とは、消費者による商品の購買過程あるいは使用過程で発生する不公正な価格、不当表示、不公正な取引、安全性・有害性の問題等の「消費者保護」を中心とし

た内容を指す。一方、「社会的消費問題」とは、消費活動によって引き起こされる社会的諸問題を指す。地球環境問題や都市生活型公害等の、いわゆる「環境問題」がこれにあたる。また、南北問題にかかわる内容や規制緩和問題も「社会的消費問題」として扱う⁶⁾。

(1) 個人的消費問題

「消費者問題は20世紀の社会問題である」といわれている。産業革命以降、急速に生産者と消費者の分離が行われたが、現在のような、生活用品のほとんどを購入するという形の消費者の出現は20世紀になってからのことである。

商品の技術的高度化と寡占市場の成立により、消費者は個々の商品情報を的確に収集することが不可能となった。発生する消費者問題の内容や傾向は時代によって異なるが、それらの原因のひとつとしては、消費者が生産者と情報に関して対等な立場に立ち得ないということが指摘できる。

消費者が商品を選択する際には、多くの場合、「価格」と「質」を選択基準とする⁶⁾。「価格」に関しては、「表示」があるために容易に判断できるが、「質」に関しての的確な判断は難しい。近年は、「質」に関しての表示の工夫がなされているが、それでも消費者が、生産者と同等の情報や判断力を持つことは難しいのである。これが、消費財市場と生産財市場を異なるものになっている原因のひとつである。

消費者は「質」の判断の拠りどころとして、「ブランド」を頼りにする。生産者は、「ブランドイメージ」を確立するために、「宣伝広告」を行う。J.K.ガルブレイスは、生産者が、宣伝や販売術によって、消費者の欲望をつくり出そうとすることを指摘している。このような「依存効果」は、消費者の非合理的な購買活動を促す。また、消費者の非合理的な購買活動としては、「デモンストレーション効果」や「誇示効果」も指摘されている。

現代社会においては、消費者の立場が生産者に対して、相対的に弱いものになっている。このような現状を考えると、「消費者への情報の提供」や「消費者の保護」が緊急の課題となる。また、

上記の内容は、消費者教育において扱うべき重要な柱のひとつとなる。

(2) 社会的消費問題

近年、消費者自身が自己の消費生活の在り方について再考を迫られる問題が発生している。環境問題である。特に、「都市生活型公害」といわれるものは、産業形態のみならず、我々のライフスタイルとかかわる問題である。

また、「炭素税」「課徴金」「リサイクル経費の負担」等、消費者に地球環境保護のための経済的負担を求める議論も行われている。特に「リサイクル」は、単なる道徳的な問題として捉えきれないものである。近年、静脈産業育成の必要性が指摘されているが、リサイクル業者は、経営上、様々な問題をかかえているのが現状である。

地球環境問題の深刻化とともに、求められる消費者像が変わりつつある。これは、従来の「守られる消費者」から、経済社会の主体としての「自立した消費者」への転換の必要性を示すものである。

消費者は、常に「商品購入」を通じて意志決定の場に立たされている。商品選択の際の意志決定は、「社会の眼」⁷⁾をとともなう必要がある。このことに対しては、「人間の非合理的な購買行動」を論拠とした反論も成り立つであろう。確かに、商品選択・購入にあたっては、個人の嗜好が「選択の根拠」となされることが多い。しかし、「個人の嗜好」のみが選択の根拠でありつづけるならば、消費に関する様々な社会問題の解決には至らないし、消費者教育を行う意味もない。消費者教育において環境問題を扱い、科学的因果関係的知識を基盤とした授業設計を行うことは、今後ますます重要になる。

2. 消費者主権

前項では、消費をめぐる現代社会の諸問題について、「個人的消費問題」と「社会的消費問題」に分けて簡単に述べた。授業においては、これらの内容をひとつの中心概念のもとに構造化して展開する必要がある。その中心となる概念が「消費者主権」である。

「価格メカニズム」の理論にしたがえば、我々が生活している資本主義経済においては、各

自勝手な判断で経済活動を遂行していれば、自ずと消費者が必要とするものが生産されることになる。逆にいえば、消費者が必要としないものを生産しても消費者は購入しないわけだから、その商品は自然と淘汰されることになる。これが「消費者主権」の基本原理である。

しかし市場経済には、「市場の失敗」といわれる現象も存在する⁸⁾。消費者運動は、このような現象の一部を補完するための重要な役割を果たしてきた。また、1960年代に登場した「コンシューマリズム」⁹⁾の思想は、「個人的消費問題」を解決するための方向性を示している。わが国においても、1995年7月から「製造物責任法（PL法）」が施行されたが、これは「売手責任主義」の考え方を取り入れたものであり、「コンシューマリズム」の思想に合致したものである。

また、「グリーンコンシューマリズム」も、「コンシューマリズム」の思想の延長線上にあるが、その基本となっているのは「消費者主権」の考え方である。すなわち、消費者が、汚染の少ない商品に有利になるように購買活動を行うことにより、生産者の提供する商品が環境にやさしいものとなり、そのことが地球環境問題の解決につながる、というものである。

授業において「消費者主権」の概念を中心に授業設計を行えば、消費に関する科学的因果関係的知識の獲得が可能となり、「消費をめぐる現代社会の諸問題」を総合的に扱うことができる。このことは、消費に関する論理的批判的な思考力を育成することにもつながる。また、「コンシューマリズム」「グリーンコンシューマリズム」に関する知識も獲得することができる。

「自立した消費者の育成」は、経済学の研究成果を基盤とした授業設計を行うことにより可能となる。

Ⅲ 消費者主権と規制緩和問題

消費者教育における合理的意志決定能力の育成は、「社会的消費問題」の具体的内容を教

材として授業設計を行うことにより可能となる。本項では、「規制緩和問題」を事例とした合理的意志決定能力の育成について検討する。

1. 規制緩和問題

近年、「消費者重視の政策」や「景気の刺激策」のひとつとして、規制緩和の必要性が指摘されている。また海外からも、わが国の規制緩和の一層の推進が求められている。しかし規制緩和は、経済的諸状況を好転させる万能薬ではない。規制緩和には「痛み」がともなう。

「価格メカニズム」が有効に機能するためには、市場において自由競争が行われている必要がある。規制緩和は市場における自由競争を促進させる。「価格メカニズム」の理論にしたがえば、規制緩和は、消費者の効用を高める効果があると考えられる。しかし、規制緩和による一時的な失業者の増大は避けられそうにない。このようなことから、規制緩和については今も様々な議論がなされている。規制緩和問題は、21世紀を迎えた後も議論が続けられる問題である。

2. 規制緩和問題の教材としての有効性

規制緩和問題は、合理的意志決定能力を育成する教材として有効である。しかし、規制緩和の対象となる業種は多岐にわたるため、授業においては、生徒の体験を含むと考えられるものを選択し、学年段階にあった論題を設定する必要がある。

規制緩和問題が合理的意志決定能力育成のための教材として有効である理由として、第一に、この問題が様々な価値の対立を含みうる問題であるという点を挙げることができる。しかも、設定する「論題」によって、生徒の反応は非常に多様なものとなる。いわゆる「総論賛成、各論反対」という現象が表出するのである。生徒達は、それぞれの持つ様々な体験と、それまでに習得した「消費者主権」等に関する知識を総動員して「選択の根拠」を考え、意志決定を行う。この問題は、自分自身の家庭生活や将来の進路と直接的に関係する問題であるため、表面的な意志決定を避けることができ

る。

第二の理由として、「論題としての適切さ」を挙げることができる。選択の根拠をともなった意志決定（価値判断）は、事実判断を基盤として為される。合理的意志決定を行う際に社会的論争問題を扱うことは、「事実」に関する調べ活動を可能にし、社会認識を深めるのに効果的である。しかし、合理的意志決定能力を育成する際に扱う「論題」は、一定の条件を備えることが必要となる。その条件とは、「恒常的な社会問題」「身近な地域の問題」「生徒の体験を含みうる問題」である¹⁰⁾。

規制緩和問題は21世紀になってからも議論が続けられる問題であり、消費者主権の実現と関連させて、「恒常的な社会問題」として位置づけることができる。またこの問題は、「身近な地域の問題」として扱うことも可能であり、「生徒の体験を含みうる問題」ともなり得る。

第三に、多様な視点からの調べ学習が可能である点を挙げることができる。規制緩和の必要性が指摘されるようになった原因としては、「わが国の閉塞的な経済状況」「冷戦の終結」「経済発展の状況に見合った国民の生活実感の不足」「海外からの市場開放要求」等、様々なものがある。規制緩和問題は、わが国の経済状況やその歴史的経過、政府の政策等の国内の視点のみならず、国際経済の視点の獲得も可能にする。また論題によっては、社会的弱者の視点や地域の文化に関する視点の獲得も可能となる。このような様々な視点から「事実の分析的検討」を行い、これらの内容を総合的に吟味すれば、多様な「未来予測」が可能となり、生徒は、選択の根拠をともなった、合理的な意志決定を行うことができる。

IV 規制緩和問題を事例とした消費者教育の授業設計

1. 授業設計の考え方

社会科における消費者教育では、消費に関しての社会事象を科学的因果関係的知識に基づいて理解し、その知識を基盤として、生徒一

人ひとりの合理的意志決定能力を育成する必要がある。また、本稿Ⅱで示した内容から、以下のような「消費者教育の視点」を設定することができる。

- ①消費者主権の意識化
- ②消費の環境への影響
- ③消費者の環境保護に対する責務
- ④消費者保護に関する法律の知識
- ⑤消費に関する情報の活用

授業設計においては、これらの内容を組み込んだものを作成する必要がある。以上のことを踏まえ、本研究では、岩田一彦氏の「概念探求・価値分析型社会科」の理論により¹¹⁾、授業モデルを作成し、提案する。なお、本授業モデルでは、「社会的消費問題」に関しては、「リサイクルの問題」を扱っている。

2. 授業設計の実際

- (1) 小単元 経済社会における消費と消費者主権（中学校社会科公民的分野）
- (2) 小単元の指導計画（全14時間）

小単元の主な問いと目標

時	段階	主な問い	目標	資料
1	情報の収集 1	・1ヶ月の消費計画を立てよう。	・消費生活は、限られた経費の中で様々な工夫のもとに営まれていることを知る。(興味・関心の喚起)	1ヶ月の家計の収支項目と金額の資料
1	情報の収集 2	・消費量の増減は、商品価格にどのような影響を与えるのか。	・消費量と商品価格の変化との関係が説明できる。 ・消費活動が経済動向に影響を与えることに関して、興味や関心を持つことができる。	農産物の入荷量と価格の変化を示した資料
1	情報の分類 ・比較 学習問題の 発見・把握 予想の提示	・消費に関して、どのような社会問題が発生しているのだろうか。 【単元の中核となる問いⅠ】 なぜ、消費に関して様々な社会問題が発生しているのか	・消費動向は、理論的には、経済に影響を与え得るにもかかわらず、消費に関しての様々な社会問題が発生しているという事実を知り、その内容が指摘できる。 ・一人ひとりが予想をすることができる。 ・グループでの話し合いに参加し、仮説を設定することができる。	消費者被害に関する資料 環境問題に関する資料
4	仮説の設定 ・検証	《予想される主な仮説》 a 消費者は商品に関してよく知らないし、先のことを考えて買い物をしないから。 b 消費者は守られていないし、生産者の方が立場が強いから。 c 政府が経済成長を優先したから。 d ゴミは、生活していると必ず出るし、消費者は、環境のことを考えて生活していないから。	・商品の技術的高度化、寡占市場の成立等により、消費者は相対的に弱い立場に立たされていることが消費者の「依存効果」等と関連させて説明できる。 ・消費者運動の意義や「売手責任主義」の考え方が説明できる。 ・近年の流通業界の動きから、消費者の経済への影響力について説明できる。 ・リサイクルは、経済的、技術的に様々な問題をかかえていることが説明できる。	商品の選択基準に関する資料 PL法関係資料 規制緩和問題について記述した資料 ゴミの排出量の推移を示した資料 古紙回収業者の経営実態に関する資料
1	検証結果の 発表		・様々な工夫のもとに、グループごとに、わかりやすく発表する。	
1	まとめ・応用・新しい 問いの発見	・消費に関して様々な社会問題が発生している原因についてまとめよう。	・経済的、歴史的、政治的、環境経済的側面をふまえて、総合的に説明できる。	

		<p>【単元の中核となる問いⅡ】</p> <p>消費者主権が実現するためにはどのような条件が必要か</p>	
3	<p>価値論争問題の設定</p> <p>事実の分析的検討</p>	<p>【単元の中核となる問いⅢ】</p> <p>消費者主権を実現するためにはどのような政策が望ましいのか</p> <p>論題 出雲市においても大店法関連の規制緩和を行うべきである</p> <ul style="list-style-type: none"> 規制緩和や大店法はどのようなものか。またそのことに関してどのような主張がなされているのか。 出雲市の小売形態はどのように変化してきたのか。 出雲市の都市計画はどうなっているのか。また、商店街保護の政策はどうなっているのか。 	<ul style="list-style-type: none"> 論題に関する事実を様々な視点から捉え、調べる。そして、既習事項と関連させて、論題に関する事実を把握する。 規制緩和問題や大店法に関する様々な主張内容を知る。 大店法の規制緩和により、高齢者や身体障害者等の社会的弱者の生活にマイナスの影響が及ぶ可能性があることが予測できる。 <p>大店法に関する資料 アメリカからの市場開放要求に関する資料 出雲市消費者の会会長の言葉</p>
1	未来予測	<ul style="list-style-type: none"> 大店法の規制緩和を進めた場合とそうでない場合について、出雲市の未来の姿を予測しよう。 	<ul style="list-style-type: none"> 多様な視点から未来予測を行う。 既習事項を踏まえ、明確な理由をともなった未来予測を行う。
1	<p>議論</p> <p>意志決定</p>	<ul style="list-style-type: none"> 論題に関する自分の考えを、理由を加えて発表しよう。 ワークシートへの記入 	<ul style="list-style-type: none"> 明確な理由をともなった意志決定内容の発表をする。 他者の意見をしっかりと聞く。

消費者教育において扱う中心概念は「消費者主権」である。しかし「消費者主権」そのものについて教師が一方向的に説明しても、生徒は、言葉を覚えるのみで理解には達しない。したがって授業においては、「消費者主権」の概念を獲得させるため、消費に関する具体的な社会事象を示し、それを因果関係的に把握させる必要がある。授業モデル中の「単元の中核となる問いⅠ」は、このような考え方のもとに設定した。

「単元の中核となる問いⅡ」は、消費者主権を実現するための条件について考えさせるものである。この問いの答えを考える過程で、これまでの学習内容が総合的に吟味され、「消費者主権」に

関しての概念の獲得が可能となる。またこの問いは、「単元の中核となる問いⅢ」を導くものである。

合理的意志決定能力育成場面（価値分析過程）では、「出雲市においても大店法関連の規制緩和を行うべきである」という論題を設定した。これは、「単元の中核となる問いⅢ」の内容を、「論題の条件」を満たすように具体化したものである。

合理的意志決定を行うためには、論題に関する事実と未来予測の内容を、できるだけ豊かなものにする必要がある。このため、本研究では、「事実の分析的検討」と「未来予測」の段階で、佐伯

胖氏のいう、「包囲型」と「湧き出し型」の視点活動を取り入れた¹⁹⁾。このことにより、論題に関する事実を、経済、歴史、政治等の視点から、詳細に検討することができる。また、未来予測の場面では、出雲市の大規模小売店や中小の小売店、出雲市の経済、労働者、高齢者等の各視点からの予測が可能となる。このような複数の視点からのアプローチは、「事実の分析的検討」と「未来予測」の場面での「思考の往復運動」を発生させ、双方の内容を豊かなものにする効果がある。

消費者教育で扱う内容は多岐にわたる。しかし、経済学の研究成果を基盤として、「消費者主権」に関する概念的知識を中心に授業設計を行えば、消費に関する現代社会の諸問題の内容が明確になり、消費に関する社会事象を因果関係的に把握することができる。また授業過程に、「社会的消費問題」を扱った「合理的意志決定能力育成場面」を設定することにより、「消費者主権」を中心とした消費に関する社会認識をさらに深めることができる。このような授業設計により、「自立した消費者」の育成が可能となる。

V おわりに

本研究では、消費に関する現代社会の諸問題と消費者主権についての考察を行い、「消費者主権」の概念的知識を中心とした消費者教育の社会科授業モデルを提案した。また、合理的意志決定能力を育成する消費者教育の具体的教材として、「規制緩和問題」が有効であることを示した。今後の課題は、本授業モデルを実践・検討し、合理的意志決定能力を育成する消費者教育の授業理論を発展させることである。

[注]

- 1) 山根栄次著『「経済の仕組み」がわかる社会科授業』、明治図書、1990.3、p.119.
- 2) 消費者教育における意志決定能力育成の必要性については、今井光映氏や中原秀樹氏も指摘している。また「日本消費者教育学会」の著書にも同様の指摘がある。
今井光映・中原秀樹著『消費者教育論』、有斐閣ブックス、1994.1.
- 3) 川端良子「消費者保護と相談・処理」、日本消費者教育学会編『新・消費者保護論』、光生館、1997.2、p.116.
- 4) 猪瀬武則氏によれば、環境経済学は「物質代謝アプローチ」「環境資源論アプローチ」「外部不経済アプローチ」「社会的費用アプローチ」「経済体制論アプローチ」の5つに類型化されるという。筆者は、「消費に関しての社会問題（社会的論争問題）」を通しての合理的意志決定能力の育成を目指している。したがって本研究で扱う環境経済学の対象は、「エントロピー」や「持続可能な開発」に関連したものである。
猪瀬武則「経済的意思決定能力を育成する環境学習の授業構成」、日本社会科教育学会『社会科教育研究』No.70、1994.3 所収.
- 5) 三宅耕三氏は、筆者が分けた「個人的消費問題」と「社会的消費問題」を、「取引問題としての消費問題」と「生活問題としての消費問題」と呼んでいる。小谷正守氏は、環境問題を含めた消費に関する問題を「個人的消費」として分類している。また、辻本興慰氏は、消費に関する問題として環境問題を扱うことの必要性を述べている。筆者は、個人に関する消費問題と社会（世界）を視野に入れた消費問題とに分ける方が、授業において扱いやすいと考え、このような分類を行うこととした。
三宅耕三「消費者問題の発生」、杉田淳子他著『消費生活概論』、建ぱく社、1995.12、p.137.
小谷正守「消費経済学の学際的体系と課題」、日本消費経済学会編『消費経済学総論—生活科学のニュー・フロンティア』、税務経理協会、1996.4、p.46.
辻本興慰「消費者主権経済の確立を目指して」、前掲書、p.136.
- 6) 井原哲夫著『消費者の経済学』、東洋経済新聞社、1986.11、p.42.
- 7) 佐伯胖氏はこの言葉を用い、「社会の眼」をともなった「個人的決定」の必要性について指摘し、消費活動を例にあげて具体的に記述

している。

佐伯胖著『「決め方」の論理—社会的決定への招待—』, 東京大学出版会, 1996.3, pp. 309-310.

- 8) 鳥越良光氏と辻本興慰氏は, 消費者主権が成立する条件について, 市場の透明性, 商品知識の対称性, 市場参入の自由, 価格による完全競争状態等を挙げている。
鳥越良光「消費者問題への対応」, 杉田淳子他著『消費生活概論』, 建ばく社, 1995.12, pp.149-150.
辻本興慰, 前掲書(5), p.134.
- 9) 呉世煌氏は, コンシューマリズムについて, 「コンシューマリズムとは, ①消費者の権利・利益を自衛, または増進しようとする消費者運動, ②消費者保護の立場をとる政府の消費者行政, 消費者立法と司法による救済運動, ③企業が消費者援助という立場からする自主規制活動および企業の社会的責任の一環としての消費者利益の尊重, ④消費者の権利・利益の擁護に献身的であるコンシューマリスト達の理論的・実践的な指導など, 4つの柱のもとに消費者の権利の確立と生活の質の高揚をめざすもので, 売手責任主義を志向する現代消費社会の1つの方向を示す思想, 運動または指導原理である, といえよう。」と述べている。
呉世煌「消費者運動と平衡力の形成」, 日本消費経済学会編『消費経済学総論—生活科学のニュー・フロンティア—』, 税務経理協会, 1996.4, p.256.
- 10) 岩田一彦氏は, 論争問題の条件として, 「過去・現在・未来にわたって生じる問題」「子どもの経験とつながっている問題」「地域に見られる問題」を挙げている。
岩田一彦著『小学校社会科の授業分析』, 東京書籍, 1993.4, p.100.
- 11) 岩田一彦氏の提唱する「概念探求・価値分析型社会科」の理論は, 前掲書とともに, 『小学校社会科の授業設定』(岩田一彦編著, 東京書籍, 1995.1.)にも詳しく記述されている。

- 12) 佐伯胖氏は, 「包囲型」の視点活動とは, 「ひとつの認識対象のまわりを, くまなく, すき間なく, 連続的に包囲する動かし方」であるとし, 「湧き出し型」の視点活動は, 「『モノになる』ことによって, そのモノ自体の活動として次々と視点を発生させ, 湧き出させることである。」と述べている。
佐伯胖著『イメージ化による知識と学習』, 東洋館出版社, 1992.12, pp.214-217.