

「わたしたちの声が変える商品」

日時：2015年3月22日(日)
場所：川崎市立 西生田小学校
主催：文部科学省
共催：川崎市教育委員会
対象者：小学3年生(5人)、保護者(3人)



東京会員の高野逸子さんが、模擬授業を行いました。

〈狙い〉 一人ひとりが選択・判断能力のある消費者になることで、「消費者市民社会」の実現につながることを学ぶ

- ・「消費者」として企業に意見を伝えることの重要性を学んでもらう。
- ・気づいたことや期待を企業に伝えることで、企業活動が変わり、社会も変わることを知る。
- ・身近な商品を通じて、積極的な行動、社会や環境への関心を小学生から身に付ける。

☆傍聴者からのコメント☆

川崎市の小学校で開催された消費者教育フェスタで、ヒューブの会員が小学生に55事例の中から子供に感心がありそうなヨーグルトの蓋の改良について授業を展開しておられました。

子供たちは、企業の取り組みについて身を乗り出し、説明に聞き入っていました。時にヒューブの方の質問に答えたり感想を述べるなどして授業は双方向でのキャッチボールをしながら進められていました。

こうしたことは実学として、実際に見聞きすることを通して、子供たちが正しい商品選択のための消費者力を培っていくのだろうと授業を参観していて感じました。さらには、このような取り組みが消費者市民社会の実現に向けての第一歩ではないかと子供たちとヒューブの方たちのやり取りを見て思った次第です。

この授業は、「消費者の権利と責任」と「企業の社会的責任」という難しい課題を〈ヨーグルトの蓋〉という身近な素材を用いて子供たちにわかりやすく説明されていました。

学校という場で消費者教育を実施する際、求められる課題として

- ①子どもの発達段階に応じた内容であること
- ②身近な問題から考察すること
- ③アクティブラーニング

などがあげられます。こうした課題に応えるような授業であると思いました。

一人の消費者の声に耳を傾け企業が努力したことが、社会の発展につながるという消費者と企業のより良い関係の構築を、とても身近な事例から説明をされていました。

本授業を拝見して以降、小学生や大学生、高齢者を対象とした講座で「消費者の権利と責任」を説明する際に本事例を紹介し、消費者と企業をつなぐパイプ役として活動されている日本ヒューブ協議会の活動を伝えています。