

協働による消費者教育における外部講師の位置づけ

—高校生アンケートの分析を通じて—

* 泉 谷 徹

1. はじめに
2. 研究方法と対象地域における行政と学校との連携・協働，コロナ禍での協働
3. 授業前後の生徒のアンケート結果の分析
 - (1) 調査の概要と質問項目
 - (2) 各質問項目の結果と分析
4. まとめと今後の課題

1. はじめに

平成30年高等学校学習指導要領（2022年度施行）では、前文が新たに設けられ、「よりよい学校教育を通してよりよい社会を創るという理念を学校と社会とが共有し、それぞれの学校において、必要な学習内容をどのように学び、どのような資質・能力を身に付けられるようにするのかを教育課程において明確にしながら、社会との連携及び協働によりその実現を図っていくという、社会に開かれた教育課程の実現が重要」とした。この「社会に開かれた教育課程」は、教育課程企画特別部会の論点整理（文科省2015）にて、①よりよい社会を創るという目標を社会と共有、②求められる資質・能力の明確化、③地域の人的・物的資源の活用、社会教育との連携、学校教育の目指すところを社会と共有・連携しながら実現、の3点が重要とされている。

松田（2017）が指摘する通り、地域社会にややシフトした理解であり、学校支援地域本部事業等の延長線上に構想されているといえよう。松葉口（2018）は、コミュニティ・スクールと地域学校協働活動の一体的な推進の観点から、消費者教育推進地域会議の可能性に言及している。しかし後藤（2019）は、これまでの「開かれた学校」と「社会に開かれた教育課程」で大きく違うところは、地域の連携にとどまらず、学校で育むべき資質・能力を社会と共有し、地域の将来を担う

人材育成に取り組むことを重視している点にあると指摘する。そして、家庭科教育はすでに地域等と連携した教育実践を進めているとしたうえで、実践のポイントを述べている。学習指導要領において、社会に開かれた教育課程の実現には、教育課程を中心としたカリキュラムマネジメントが重要であり、学校の教育目標や目指す子供像などを地域社会と共有しながら連携・協働を進めることが大切とする。小島（2016）は、社会に開かれた教育課程は、学校が主体的に作成するのであるが、地域等と協働開発をする発想が重要と指摘する。明石（2016）は、地域との連携・協働を上下の関係からフラットな関係性に変えていくことが重要であると述べる。ここでの協働は、非対等性を対等にするものではなく、互いに非対等な関係にあることを自覚しながら、学習によって是正を試みあう（丹間 2015）ことを意味する。

一方、カリキュラム論の立場から安彦（2016）は、戦前は本来「私教育」の分野まで、「公教育」が取り込んだ結果、個々人の自由な思想信条は抑圧され、公権力によって家庭の中まで完全に支配された歴史的経緯を省み、「公私の区別」を明確に意識したうえで、学校内外の連携・協力を注意深く行うことが必要とする。そのうえで、受験教育の行き詰まりと、企業内教育の停滞などにより社会から従来以上に直接的に社会に役立つ人材の養成を求められているため、いかにも新しいことのように社会を開く教育課程を作ると標榜していると指摘する。カリキュラム論的には「個人と社会の両面をバランスよく」備えていることが望ましく、む

* 名古屋大学大学院学生

しる「個々人の自己教育＝自立」に役立つかが重要であるという。

「社会に開かれた教育課程」の推進により、社会との接点の具体例となる協働による授業において、外部講師の役割は変化するのであろうか。本論では、学習指導要領で今後も重視することとして挙げられている消費者教育について、高校家庭科を取り上げ検討する。特に、地域社会と協働で作成した学習指導案について、生徒のアンケートの分析を行い、学校で育むべき資質・能力を社会と共有する「社会に開かれた教育課程」の実践について外部講師の位置づけを踏まえて考察する。

2. 研究方法と対象地域における行政と学校との連携・協働、コロナ禍での協働

研究方法として、2019年に外部講師が加わり作成した高校家庭科での6時間分の消費者教育（泉谷 2020、大藪・亀山・泉谷 2019）について、2020年に学力の異なる3校にて質問紙調査を実施した。調査対象は、学力の影響を加味し、A県トップの進学校（A校）と偏差値58程度（B校）、同50程度（C校）の公立高校の1年生とした。A県は東海地区にあり、現在は県内を1学区としており、それ以前でも3校は同一学区の近隣の高校である。A県に政令市はなく、中核市も県庁所在地のA市のみであり、高校進学は公立高校が中心である。A校、B校は普通科であり、C校は普通科と専門科を合わせた総合学科である。

A市での行政と学校との連携・協働の実践として、消費者教育、主権者教育、租税教育、環境教育などがある。以下のように、同じ自治体内にもかかわらず学校との関わりは統一されておらず、目指すものも様々である。主権者教育では、外部講師による協働授業はきっかけづくりとの位置づけで、その後は教員のみで実施していくことを前提としている。環境教育では、授業の内容を民間非営利団体（NPO）に一任しており、行政は場をつなぐ役割にとどまっている。実践するNPO次第ではあるが、学校との協働の視点は強くない。租税教育では、税務署が主体となって租税教育推進協議会を設立しており、そこから派遣される仕組みとなっている。作成済みの授業案を使用しており、授業内容の一定水準が保証されているといえる。研修を受けた税部門の行政職員が学校でその内容を展開しており、協働の観点は弱い。継続的な実践として確立している点の特徴的である。このなかで、消費者教育は協働の継続を目指し、学校と協働で作成した授業案に基づき実践している。消費者教育地域推進協議会が

あるとはいえ、租税教育のような確立した組織対応とまでは至っていない。授業を教員と外部講師で実施する点では一致しているが、外部講師の関与の程度には差があり、授業案作成段階から協働を実施しているのは消費者教育のみである。租税教育や環境教育では、専門性の高い内容を重視し、授業内容を外部講師が主となって決めており、継続した学びである学校教育の観点からは望ましいとは言えないであろう。主権者教育では、協働の教育の実施後は教師のみで実施できるように教員に対する学びを含んでおり評価できるが、外部講師との協働により変化の激しい現代社会に対応する学びの確保という協働の趣旨からは疑問が残る。

社会に開かれた教育課程の理念からすれば、外部講師と教員の協働による実践を通し、生徒だけでなく教員を含めた学校が社会から刺激を受けることが重要である。その刺激が継続されることで学校が変わりうるといえよう。授業を教員と外部講師が協働で実施すること自体が重要なのではなく、教員が刺激を受け学びにつながるような協働の形が求められる。授業案作成段階から外部講師と教員がともに考え、対話を重ねることで、社会からの刺激が教員を通じて学校にもたらされるといえよう。

2020年からのコロナ禍のなか、外部講師が学校へ赴くことが困難な状況が続いている。コロナ禍への対応として学校教育でのICT対応が急速に進んでおり、タブレットの配布やWifi設置などの環境も整備されてきている。このような環境を活用し、外部講師が加わり作成した高校家庭科の授業案において、外部講師の地域社会での実際の事例を扱うなど実社会に即した説明などを外部講師の音声入りパワーポイントを活用する授業とした。何を教えるかの部分は変えずに、どのように教えるかについての変更した点が2019年度の実施との大きな相違点である。外部講師が授業に来ることなく音声資料とすることで外部講師の実施日時の調整が不要になった点は、協働は時間がかかるとして協働に否定的な見解に対する解決案となりうるであろう。

本論では特に、高校生に対し家庭科の授業前後で「ライフスタイルと意識に関するアンケート」を実施し、協働による高校家庭科における消費者教育についての生徒の学びに対する協働の効果、意義、生徒の学びの変化などを検討した。調査件数は、A校では284人（7クラス）のうち有効回答265人（男子150人（56.6%）、女子115人（43.4%））、B校では284人（8クラス）のうち有効回答264人（男子116人（44.0%）、女子148人（56.0%））、C校では83人（2クラス）のうち有効回答

73人（男子22人（30.1%）、女子51人（69.9%））である。アンケートの分析方法は、単純集計のほか、異なった群での比率の差の検定であるカイ二乗検定、対応のある比率の差の検定であるマクネマー検定を使用した。

3. 授業前後の生徒のアンケート結果の分析

（1）調査の概要と質問項目

授業による生徒の変容を図るため、授業前後に同項目を含んだアンケートを実施した。泉谷（2020）と同様に、高校生の消費者としての行動を知るため、2017年11月に消費者庁が公表した「消費者意識基本調査」から、消費者の行動に関し6問を作成した。中学校での消費者教育の認知度として、消費者ホットラインの項目を設けた。外部講師として弁護士を活用した授業での契約についての学習効果を知るため、A県が消費教育読本として県下の全ての高等学校に配布している副読本に従い契約に関し7問を作成した。宮坂(2006)は、消費者はふと思いつきでする衝動買いのような合理性だけでは説明できない問題があると指摘し、呉(1979)も合理的、計画的、理性的であることを前提とする経済学的理論だけでは消費者行動の説明がつかないと述べている。そのため、常に合理的な行動をすることを前提とした伝統的な経済学ではなく、対象とな

る人間を「間違えもするし、ときにはバカなことをする存在」として捉える（真壁 2011）行動経済学の知見を取り入れた項目（依田 2010, カーネルマン 2019）を作成し、意思決定を支える気づく力について調査した。また、授業案の効果を分析するため、事後のみ、学習内容の理解についての3項目と、情報収集、理解、記憶、外部講師などについての8項目を作成した。具体的な質問は以下の通りである。

（2）各質問項目の結果と分析

ア 消費者行動に関する項目

消費者行動に関しては、授業前後を通じて3校とも個人情報に関する意識がもっとも高く（A：授業前84.9%授業後89.4%、B：授業前71.6%授業後82.6%、C：授業前86.3%授業後82.2%）、消費者トラブルに対する備えがもっとも不足している（A：授業前18.1%授業後46.0%、B：授業前10.6%授業後35.2%、C：授業前19.2%授業後28.8%）ことが明らかとなった。Cの授業後では、個人情報に関する意識（△3人）と事業者に対する申立て（△4人）がわずかながら下がっている。Cの母数が少ないことによる影響も考えられるが、むしろ授業を通じて自己の認識が甘かったことを理解したためと推測する。

表1 消費者行動に関する質問

消費者行動に関する質問		回答
1	表示や説明を十分確認し、その内容を理解した上で商品やサービスを選択している	心がけている
2	消費者トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認している	
3	商品やサービスについて問題があれば、事業者に申立てを行う	どちらでもない
4	ライフステージや経済状況の変化等、将来を見通した生活設計を考えている	
5	個人情報の管理について理解し、適切な行動をとっている	心がけていない
6	環境に配慮した商品やサービスを選択している	

表2 消費者行動に関する回答

高 校 問	心がけている(事前)		心がけていない(事前)		検定
	%	人	%	人	
A	1	75.8	201	80.0	212
	2	18.1	48	46.0	122 ***
	3	38.5	102	56.6	150 ***
	4	18.1	48	56.2	149 ***
	5	84.9	225	89.4	237
	6	49.8	132	59.6	158 *
B	1	56.8	150	70.8	187 ***
	2	10.6	28	35.2	93 ***
	3	29.9	79	47.7	126 ***
	4	18.2	48	40.5	107 ***
	5	71.6	189	82.6	218 ***
	6	33.7	89	42.8	113 *
C	1	65.8	48	67.1	49
	2	19.2	14	28.8	21
	3	38.4	28	32.9	24
	4	37.0	27	54.8	40 *
	5	86.3	63	82.2	60
	6	46.6	34	35.6	26

マクネマー検定: *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001

生活設計については、3校とも授業後に大幅に上昇しており（A：授業前18.1%授業後56.2%，B：授業前18.2%授業後40.5%，C：授業前37.0%授業後54.8%），導入的授業として「人生設計ゲーム」を用いた人生設計に効果が表れているといえる。紙媒体で開発したゲームであるが，スマホ版の開発（二木・大藪・鈴木 2018）により，計算の手間なく，時間内で生涯にわたる経済的管理や計画を見渡せるようになり，また Microsoft Forms を使った生徒同士の双方向でのコメントなどにより授業効果があがったといえ，ICTの活用効果がみられる。

男女差についてはAでは特にみられない。Bでは，事業者に対する申立ての差は授業後では解消され，個人情報について授業後のみ $p<0.05$ が見られた。Cでは，商品選択についての差も授業後では縮小している。

イ 契約に関する項目

契約に関しては，中学校でも契約について学ぶため，授業前から高い理解を示している。外部講師としての弁護士役割が大きい分野であり，外部講師の音声資料により授業を展開した。契約と印鑑の有無の関係については3校とも授業後の理解度が上昇している（A：17.0%，B：21.2%，C：39.7%）。エステの事例は特定継続的役務の提供であり，本来は難しい設問であるが，授業にて事例として取り上げたため正答率が大幅に上昇している（A：事34.3%，B：37.9%，C：23.3%）。外部講師を交えて実社会に即した事例を授業に取り入れた成果といえよう。

未成年取り消し（項目6）について3校とも正解率が低下している（A：△31.7%，B：△24.6%，C：△20.5%）。未成年者取り消しが使えなくなる「詐術」について，外部講師の実例をもとに詳しく学んだため，印

表3 契約に関する質問

契約に関する質問		回答
1	コンビニでパンを買うことは契約である。	
2	契約書に印鑑を押さなければ契約は成立していない。	
3	お店で服を買ったが，別の店で同じような服が安く売っていた。返品できる。	
4	ネット広告を興味本位でクリックしたら，突然，「お申込みありがとうございます。代金98,000円をお支払いください。」と表示された。契約は成立している。	Yes
5	インターネットでブランドの靴を購入した。サイズが合わなかったので返品したいけれど，ホームページに返品についての記載がない。返品できる。	No
6	インターネットで，つい「20歳以上」のボタンをクリックしてアイテムを買った。請求額が10万円を超えていた。わたしは未成年だし，契約を取り消しできる。	
7	無料体験のエステに行ったら，1年コースを勧められ，契約した。2回通ったが，あまり効果もないようなので中途解約したい。解約できる。	

表4 契約に関する回答

高 校 問	正解(事前)		正解(事後)		検定
	%	人	%	人	
1	97.0	257	100.0	265	
2	80.0	212	97.0	257	***
3	76.2	202	85.3	226	**
A 4	96.2	255	96.6	256	
5	41.1	109	64.2	170	***
6	90.6	240	58.9	156	***
7	48.7	129	83.0	220	***
1	89.0	235	97.0	256	***
2	63.3	167	84.5	223	***
3	74.6	197	71.2	188	
B 4	91.7	242	92.0	243	
5	35.2	93	67.8	179	***
6	94.7	250	70.1	185	***
7	56.1	148	93.9	248	***
1	83.6	61	95.9	70	**
2	52.1	38	91.8	67	***
3	72.6	53	69.9	51	
C 4	90.4	66	90.4	66	
5	27.4	20	58.9	43	***
6	83.6	61	63.0	46	*
7	65.8	48	89.0	65	***

マクネマー検定: * $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

象が強すぎて混乱が生じたと思われる。外部講師を活用した授業での注意点が明らかになったといえよう。

インターネット上での解約についての学習効果は見られるものの、依然として低い正答率にとどまっている（A：授業後64.2%，B：授業後67.8%，C：授業後58.9%）。実店舗とインターネット上の違いは感覚的にわかりにくいことが明らかとなったといえ、実社会での現実を概念的に理解させる工夫は今後の課題である。

ウ 授業内容の理解に関する項目

授業内容の理解に関する質問では、3校ともいずれ

も7割を超える正答率であり、外部講師を交えて作成した授業案の効果が表れたといえよう。リポ払いについてBとCで正答率に差（11.6%）が生じた理由は、Bでは教員が外部講師の音声資料に対し補足のプリントを使い、説明を充実したためと考えられる。異なる学校にて同様の授業案で使用するにあたり、教員がその生徒に合わせた形で実施することは当然である。同じ授業内容における指導の違いを共有し次につなげることは、教員間の学びにつながるといえ、次年度以降の改善点といえよう。なお、男女差は特には見られなかった。

表5 授業内容の理解に関する質問

授業内容の理解に関する質問		回答
1	クレジットカードのリポルピング払いは手数料がかかる	Yes
2	奨学金は利息が付かない	No
3	製品事故があったら、二次被害防止のためにも自分が情報提供すべきである	

表6 授業内容の理解に関する回答

高質校	質問	正解割合、人数						検定
		男女(%)	男女(人)	男(%)	男(人)	女(%)	女(人)	
A	1	89.4	237	90.7	136	87.8	101	
	2	78.5	208	77.3	116	80.0	92	
	3	90.9	241	94.0	141	87.0	100*	
B	1	88.3	233	86.2	100	89.9	133	
	2	81.4	215	79.3	92	83.1	123	
	3	94.3	249	93.1	108	95.3	141	
C	1	76.7	56	72.7	16	78.4	40	
	2	83.6	61	86.4	19	82.4	42	
	3	89.0	65	86.4	19	90.2	46	

カイ二乗検定: *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001

エ 気づく力に関する項目

気づく力に関する質問については、全問（3問）正解率にばらつきが見られた。Aは、授業前の正答率が非常に高い。算数的な設問の性質上、県下トップの進学校であるAのいわゆる学力の影響であろう。しかし、授業後の全問正解率が低下している。それに対しB、Cは授業後に上昇が見られる。Aは中学校段階の学習効果が授業前の高い正答率に現れ、B、Cでは、今回の学習効果が授業後の正答率に現れたと考えられる。気づきは学習により一定の向上が望めるが、長期的に維持することは一般的には困難であるといえよう。また、授業前では正解したが授業後では間違えるといったように、気づきは一定しないことが明らかとなった。

学力と学習効果について、「消費者ホットライン」188(いやや!)に関する質問については、授業後には、「知らない」との回答が3校とも大幅に減少している（A：授業前49.8%授業後5.3%，B：授業前72.0%授業

後10.6%，C：授業前82.2%授業後13.7%）。本調査は高校1年生が対象であり、中学校で習った内容について、学力の高いAでは長期的に記憶できているといえよう。授業前の知らないとする回答割合の多さから、通常の形式の授業での消費者教育の内容がそれほど記憶されていないと考えられる。それに対し、外部講師を交えて作成した今回の授業案は記憶に残る授業づくりとなっているとの評価ができよう。

気づく力が安定しないことが、普段は気を付けている消費者であっても、状況によりSF商法や特殊詐欺などでだまされてしまうことにつながるといえる。また気づく力の前提となる知識吸収のための学習も重要であろう。気づく力を育てる教育と気づく力を維持する教育を分けて考えることが必要とも思える。B、Cでの上昇を考えると気づきの学習の継続により、気づく力の維持が期待できるとも考えられ、今後の課題であろう。

表7 気づく力に関する質問

気づく力に関する質問	
1	ボールとバットは合わせて1100円です。バットはボールより1000円高いです。では、ボールはいくらでしょう
2	5台の機械で5分間に5個のおもちゃを作ります。100台の機械で100個のおもちゃを作るのに何分かかりますか
3	ピーカーの細胞は1日で倍の大きさになります。細胞がピーカーを全て満たすまでに48日かかりました。細胞がピーカーを半分満たすまでに何日かかったでしょうか
4	全問正解

表8 気づく力に関する回答

校 問	高 質 正解(事前)		正解(事後)		検定
	(%)	(人)	(%)	(人)	
A	1	85.3	226	84.9	225
	2	87.2	231	85.3	226
	3	86.8	230	84.2	223
	4	71.3	189	67.5	179
B	1	52.7	139	62.9	166 **
	2	41.7	110	56.1	148 ***
	3	38.6	102	51.5	136 ***
	4	23.5	62	34.8	92 ***
C	1	38.4	28	32.9	24
	2	20.5	15	20.5	15
	3	15.1	11	63.0	46 ***
	4	12.3	9	15.1	11

マクネマー検定: *p<0.05,**p<0.01,***p<0.001

オ 生徒への影響に関する項目

生徒の授業に対する影響としては、新しい情報の収集は3校とも高く、教員が外部講師活用に求める主な狙いは達成できたといえる。それに対し、楽しさ、興味深さと授業の自由度は否定的な回答は少ないが、肯定的な回答もいずれも3～4割程度と高くはない。3校とも外部講師が実際に来てほしいとの回答が、音声資料が良いとの回答を上回ったことから、外部講師の実践が音声資料に変更になった点が影響していると考えられる。コロナ禍で学校でもニューノーマルが求められることを考えると、外部講師を学校に呼ぶ授業形式以外の協働の姿も求められ、オンラインで遠隔地を結ぶ授業形式等も考えられる。音声資料の活用方法の工夫やICTの一層の活用を検討していくこととな

るであろう。

授業がわかりやすいとの回答は、A、Bでは半数を超えるがCでは39.7%であった。学力の違う学校間では、同一の授業案としても同一の学習指導は適切ではなく、その生徒に合わせた対応をA、B、Cともに試みた結果である。上記のリポ払いでのBの指導方法の違いにて指摘したように、教員が学び合うことで、一定程度解消されると考察する。

3校とも、教員は生き生きとして授業をしており、外部講師による専門的な知識と実社会での課題により裏付けされた授業が展開されていた。協働を通して、外部講師からの教員に対する刺激が表れているといえる。なお、男女差はBにてわずかにみられる程度であり、特に問題はないものと考えてよいであろう。

表9 生徒への影響に関する質問

生徒への影響に関する質問		回答	
1	楽しみ、興味深さ	楽しい	どちらでもない つまらない
2	新しい情報の収集	多かった	どちらでもない 少なかった
3	授業の自由度	多かった	どちらでもない 少なかった
4	理解度	わかりやすい	どちらでもない わかりにくい
5	記憶度	いつもより長く覚えている	どちらでもない すぐ忘れた
6	先生の様子	生き生きとしている	いつもと同じ よそよそしい
7	外部講師	実際に来てほしい	どちらでもない 来てほしくない
8	外部講師の音声資料	今後も音声資料がよい	どちらでもない 音声資料はやめてほしい

表10 生徒への影響に関する回答

高 校 問	回答	男女		男		女		男女の 検定
		(%)	(人)	(%)	(人)	(%)	(人)	
A	1 楽しい	42.3	112	41.3	62	43.5	50	
	つまらない	7.2	19	7.3	11	7.0	8	
	2 多かった	81.9	217	79.3	119	85.2	98	
	少なかった	1.1	3	1.3	2	0.9	1	
	3 多かった	43.0	114	44.0	66	41.7	48	
	少なかった	0.0		0.0		0.0		
	4 わかりやすい	54.7	145	58.0	87	50.4	58	
	わかりにくい	6.8	18	5.3	8	8.7	10	
	5 いつもより長く覚えている	21.5	57	23.3	35	19.1	22	
	すぐ忘れた	6.8	18	7.3	11	6.1	7	
	6 生き生きとしている	40.8	108	41.3	62	40.0	46	
	よそよそしい	1.9	5	2.7	4	0.9	1	
	7 実際に来てほしい	43.8	116	40.0	60	48.7	56	
	来てほしくない	2.6	7	3.3	5	1.7	2	
	8 今後も音声資料がよい	27.2	72	26.7	40	27.8	32	
	音声資料はやめてほしい	15.8	42	16.0	24	15.7	18	
B	1 楽しい	38.6	102	39.7	46	37.8	56	
	つまらない	3.8	10	4.3	5	3.4	5	
	2 多かった	76.9	203	70.7	82	81.8	121 *	
	少なかった	0.8	2	0.0	0	1.4	2	
	3 多かった	42.0	111	50.0	58	35.8	53	
	少なかった	6.4	17	6.0	7	6.8	10	
	4 わかりやすい	61.0	161	68.1	79	55.4	82 *	
	わかりにくい	3.8	10	5.2	6	2.7	4	
	5 いつもより長く覚えている	21.2	56	24.1	28	18.9	28	
	すぐ忘れた	4.5	12	4.3	5	4.7	7	
	6 生き生きとしている	46.2	122	41.4	48	50.0	74	
	よそよそしい	0.8	2	0.0	0	1.4	2	
	7 実際に来てほしい	39.0	103	33.6	39	43.2	64 *	
	来てほしくない	1.5	4	3.4	4	0.0	0	
	8 今後も音声資料がよい	32.2	85	31.0	36	33.1	49	
	音声資料はやめてほしい	6.1	16	9.5	11	3.4	5	
C	1 楽しい	39.7	29	45.5	10	37.3	19	
	つまらない	6.8	5	4.5	1	7.8	4	
	2 多かった	71.2	52	59.1	13	76.5	39	
	少なかった	0.0	0	0.0	0	0.0	0	
	3 多かった	32.9	24	50.0	11	25.5	13	
	少なかった	8.2	6	0.0	0	11.8	6	
	4 わかりやすい	39.7	29	50.0	11	35.3	18	
	わかりにくい	5.5	4	0.0	0	7.8	4	
	5 いつもより長く覚えている	20.5	15	27.3	6	17.6	9	
	すぐ忘れた	11.0	8	9.1	2	11.8	6	
	6 生き生きとしている	42.5	31	54.5	12	37.3	19	
	よそよそしい	0.0	0	0.0	0	0.0	0	
	7 実際に来てほしい	34.2	25	40.9	9	31.4	16	
	来てほしくない	1.4	1	0.0	0	2.0	1	
	8 今後も音声資料がよい	20.5	15	40.9	9	11.8	6	
	音声資料はやめてほしい	13.7	10	4.5	1	17.6	9	

カイ二乗検定: *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001

4 まとめと今後の課題

本研究により、コロナ禍でのICTを活用し、外部講師が教壇に立たない新たな形の協働による消費者教育の可能性と課題が明らかとなった。音声資料に対する否定的な意見は少ないが、実際に外部講師に来てほしいとの意見のほうが多い点は今後の課題であろう。社会に開かれた教育課程における協働とは、教壇を外部講師に貸し渡すことではなく、外部講師とともに、実社会に即した授業案を作成することで、生徒の学びと

ともに教員の学びにつなげ、学校を変えるきっかけといえよう。そのため、外部講師の位置づけは授業を補充するという教員の従属的な役割から、専門性を持った地域社会の一員として独立性を有した役割への変化が求められている。何を、どのように教えるかについては外部講師との協働による効果が大いことが生徒アンケートから明らかとなった。生徒に合わせた授業展開等は教員の役割であり、協働により考えた授業内容を実施することで外部講師が教壇に立つ場合と同等の効果が期待できるといえよう。気づく力を育むに

は、その学校の特性や学力にあわせた授業づくりが重要であることが明らかとなった。教員は生き生きとして授業をしており、外部講師との協働による消費者教育の授業からの刺激が表れているといえよう。この刺激を継続することで学校を変えていく力となると考察する。

外部講師と協働で考えた授業案は、複数の高校で実施したことで何をどのように教えるかについて一定の普遍性を持ちうることがわかった。また、外部講師の音声資料に対する補足の仕方などで教員間での差が見られ、そこに学び合いの機会があると考えられる。外部講師が教壇に立たない新しい形の協働を含めた協働による消費者教育の今後の展開については、学校と地域をつなぐ役割の消費者教育コーディネーター（消費者庁2018）に期待するところである。外部講師がその役割を兼ねることも考えられ、今後の課題である。

〔参考文献〕

- 明石要一 (2016), 地域とかかわり学びの場を広げる教育課程の開発, 新教育課程ライブラリ Vol.11, ぎょうせい, pp24-25.
- 泉谷徹 (2020), 協働による高校家庭科における消費者教育の実践, 消費者教育 Vol.40, pp81-90.
- 大藪千穂・亀山貴美子・泉谷徹 (2019), 協働による高校家庭科における消費者教育の授業開発, 中部消費者教育論集第15号, pp25-48.
- 呉世煌 (1979), 現代消費者経済論, 泉文堂, pp118-120.
- 小島宏 (2016), 学校における「社会に開かれた教育課程」の開発課題, 新教育課程ライブラリ Vol.11, ぎょうせい, pp34-37.
- 後藤さゆり (2019), 社会に開かれた教育課程と家庭科教育, 日本家庭科教育学会誌第62巻第3号, pp191-192.
- 消費者庁 (2018), 消費者教育の推進に関する基本的な方針, p27.
- コーディネーターを「消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐためには、間に立って調整をする役割を担う者」とする。
- ダニエル・カーネルマン (2019), ファスト&スロー上, 早川書房, p83, pp120-121.
- 丹間康仁 (2015), 学習と協働, 東洋館出版社, pp215-217.
- 二木恵, 大藪千穂, 鈴木雅弓 (2018) 人生設計ゲーム Web アプリケーション版の開発と授業実践, 中部消費者教育論集14巻, pp17-29.
- 真壁昭夫 (2011), 最新行動経済学入門, 朝日新書, pp31-33.
- 松田武雄 (2017), 「社会に開かれた教育課程」の歴史的考察, 中村学園大学・中村学園大学短期大学部研究紀要第50号, p139.
- 松葉口玲子 (2018), 学校教育における消費者教育の新たな可能性と課題, 消費者教育 Vol.38, pp4-5.
- 宮坂広作 (2006), 消費者教育の開発 金銭教育を展望して, 明石書店, pp237-239.
- 文部科学省 (2015), 教育課程企画特別部会の論点整理, pp3-4.
- 安彦忠彦 (2016), カリキュラム論からみる「社会に開かれた教育課程」, 新教育課程ライブラリ Vol.11, ぎょうせい, p56.
- 依田高典 (2010), 行動経済学, 中公新書, pp84-87.

The Position of a Guest Teacher for Consumer Education with Collaboration; An Analysis of High School Student Questionnaires

Toru IZUTANI*

This paper examines the position of a guest teacher of consumer education in the curriculum open to society. An analysis of high school student questionnaires from students in home economics classes was performed. As this course is closely related to practical matters in different sectors of society, three high schools with different academic abilities were analyzed.

This paper illustrates the possibilities and challenges addressed through a collaborative lesson utilizing ICT, and suggests its potential as a new methodology in the wake of COVID. Such a course offers a new platform for a guest teacher. More importantly, it suggests the development of a class that shares progressive qualities to be further nurtured at school. Aside from opening the class to other members of society, this research highlights the benefits derived from drawing on the talent of external lecturers with new perspectives.

* Student, Graduate School of Education and Human Development, Nagoya University