

1 はじめに

本校は、平成 26 年度現在、3 学年とも全日制普通科 9 クラスによって編成されており、そのうち 1 クラスがコスモサイエンスコース、残りの 8 クラスが普通コースとなっている。生徒の大部分が国公立大学への進学を志望しており、平成 26 年度入試では現役で 185 名が国公立大学への合格を果たした。

その一方で、部活動も盛んであり、吹奏楽部や音楽部はここ数年の間に全国大会への出場を果たしている。また、平成 26 年度愛知県高等学校総合体育大会では、普段体育館で活動しているバレーボール、バスケットボール、ハンドボール、卓球の 4 種目で男女すべての部活動が県大会出場を果たすなど、大変部活動が盛んな学校である。

さらに、9 月上旬に開催される「北高祭」をはじめとして学校行事も盛んで、生徒たちは、「少なくとも勉強、部活動、学校行事の三兎を追う」ことを日々の目標としている。

そんな本校において、ここ数年問題視されているのは、「スマートフォン」の利用時間が年々増加していることである。そのため、夜の利用時間に時間制限を設けるなど P T A と学校が連携してさまざまな取り組みを行っているが、顕著な成果があがっていないのが現状である。

以上の現状を踏まえて、スマートフォンと消費活動のかかわりに関する内容を扱い、生徒が自ら学び行動できる「かしこい消費者」になることをめざした取り組みを紹介する。

2 公民科の目標

現行の学習指導要領においては、消費者教育の重要性がしっかりと明記されている。まず、現代社会においては、2 (2) エ 現代の経済社会と経済活動の在り方において、消費者に関する問題などについても触れることとされている。また、政治・経済においても、2 (2) ア 現代経済の仕組みと特質において、消費者に関する問題も扱うこととされている。

情報化の進展の中で「消費」という活動自体が容易になってきている。インターネット上でマウスをクリックするだけで高価な品物を購入し、手に入れることができるようになってきているのである。その一方で、カード社会化の中で支払いの方法などが複雑になってきているという側面もあり、高校生年代でもさまざまな消費者トラブルに巻き込まれるようになってきている。かつてのようにフェイス・トゥ・フェイスで相手の顔を見て品物を購入し、不具合が生じれば直接担当者と交渉して修理などを依頼するのではなく、大きなシステムの中で自分が知らず知らずのうちに「消費」という活動に取り込まれている場合もある。そのため、現在の生徒たちに必要な能力は、メディアなどが提供している情報の中から何が正しくて、何が間違っているのかという真実を見極めるメディア・リテラシーである。

ここまで述べてきたように、消費活動と情報化の問題が切り離せない現在、消費者教育においてもスマートフォンなど情報機器の扱いなど情報社会の抱える問題をクローズアップして扱う必要があると考えられる。

3 学年での取り組み

今回は、第2学年の生徒361名（男子181名、女子180名）に対して、全体に対する講義形式での授業を行った。その際、尾張県民生活プラザから講師の先生をお招きし、実際に生じている事例を豊富に交えてお話しをしていただいた。会場は武道場を用いて、スクリーン、プロジェクター、パソコンを活用して7時限目の50分間で実施した。また、すべての生徒に「消費生活情報紙 あいち暮らしっく（No.103）若者向け特集号」を配付し、筆記用具が手元にある状態で講義を進めていった。



はじめにスマートフォンのアプリ、ワンクリック請求に関する導入的な内容を扱った後に、ワンクリック請求に対する対策を示していただいた。具体的には、①リンクをクリックしない、②「はい」ボタンをクリックしない、③絶対に問い合わせをしないということであったが、生徒たちは、自分たちもいつ巻き込まれるか分からないという不安からか、非常に熱心に耳を傾けていた。

続いて、「サクラサイト」が扱われた。ここでは、「在宅ワーク」などを紹介されたことで、実際に180万円の被害を受けたケースなどを紹介していただき、その対策として、①会ったことのない相手を信じない、②怪しいものは必ず無視するという方策を示していただいた。このような対策は、日頃から授業でも各教員が紹介しているものと大きな違いは無いのだが、実際に具体的な事例に接している県民生活プラザの方のお話しには大きな説得力があったようで、生徒たちの反応は上々であった。

その後、開始から25分くらいが経ったところで、DVD映像を用いて、いわゆる「ネズミ講」に関する事例が紹介された。大学生という設定で話が進んでいったが、比較的自分たちと年齢が

近い設定だったために、生徒たちも身近な内容として視聴することができたようであった。ここでは、実際には使いこなせないような難易度の高いソフトウェアを購入させられ、それを他に販売することによって自分の支払い分を賄っていくという内容が扱われていた。ここでの問題点は、身近な知り合いから話を持ちかけられ、そこでソフトウェアを購入させられたことが、人間関係との板挟みになっていくということであった。この 10 分程度の映像を見た後に、講師の先生から「何がいけなかったのでしょうか？」という問いを投げかけられ、生徒たちは周囲の友人と相談しながら答えを見つけ出そうと熱心に考えを巡らせていた。さらに、大きな教訓として、「例え知り合いの誘いであっても、慎重に行動して周囲に相談すること」を学んだようである。



最後の内容として、通信販売におけるなりすましのトラブルが扱われた。ここでは、問い合わせ先としてアドレスしか示されていない場合は注意が必要であるとうことが強調された。また、住所が明記されているか、日本語表現が不自然でないかなど、その他の留意点についても細かく説明していただいた。通信販売については、本校の生徒たちにも利用者がいるため、自分の問題として捉えることができている生徒が多くみられた。さらに、口コミの内容をしっかりと見極めること、返品を確認することなど具体的な対策についても教えていただいた。

4 おわりに

生徒たちは公民科や家庭科の授業において、消費者に関する問題を学んだはずであるが、今回の授業に関しては非常に新鮮な気持ちで取り組むことができたようである。これはやはり、実際に窓口で対応されている職員の方からお話しをうかがえたことが大きな要因であろう。机上の空論ではなく、現実の社会で起きていることを扱っていただいたことで、しっかり学ばなくてはならないという思いを強く持つことができたのだと考えられる。やはりどのような内容でも、生徒がいかに自らの問題として考えられるかがポイントであろう。そのためには自分たち教員が研鑽を積んで、生徒たちに数多くの引き出しの中から核となる内容を教えていくことが望まれているのであろう。その上で、生徒たちの主体的な学びが生み出されることが理想的な授業であると思われる。