

放課後児童クラブ（学童保育）の既存の活動を起点とした 社会資源との協働による消費者教育プログラムの開発

片平 理子¹・神澤 佳子²

¹ 神戸松蔭女子学院大学人間科学部

² 奈良県消費生活センター

Author's E-mail Address: r-katahira@shoin.ac.jp

The Development of Consumer Education Program in After-School Children's Clubs Based on a Pre-existing Practice by Collaboration with Social Resources

KATAHIRA Riko¹, KAMIZAWA Yoshiko²

¹ Faculty of Human Sciences, Kobe Shoin Women's University

² Nara Prefecture Consumer Affairs Center

Abstract

神戸市の民設民営放課後児童クラブの夏休み恒例の買い物・調理体験イベント“班ごとクッキング”を基に、社会資源（大学関係者等）と放課後児童クラブ職員の協働により、児童を対象とした消費者教育プログラムを開発した。プログラムは、(1) 合理的かつ倫理的消費について学ぶ買い物講座（知識習得）、(2) 自分たちの昼食を作るための材料を準備する買い物の体験（知識の活用）、(3) 調理・喫食体験と買い物の振り返りの発表（活動の振り返りによる知識の定着）から構成され、夏休みの8日間に亘り3日を使って放課後児童クラブの行事として実施された。プログラムの特徴は、児童が“買い物チャンピオン”を目指してグループ単位で競うゲームに参加することであり、児童が遊びを通して学ぶことである。児童を対象にした質問紙調査と、職員を対象にしたインタビュー調査、観察調査によりプログラムを評価した。プログラムは放課後児童クラブの夏休みのイベントとして無理なく実施できるものであり、適切な難易度であった。プログラム参加が、児童の買い物の準備や倫理的消費（地産地消）に関する知識の習得につながった。放課後児童クラブ職員と外部の社会資源（大学等）が協働することで、放課後児童クラブを施設の特徴を生かした実生活に直結する消費者教育の場とできることが示された。

Based on a pre-existing practice, namely, shopping and cooking experiences presented at after-school children's clubs during summer vacations, a new university-led consumer education program was developed at a private club for children. It comprised a lecture to learn good and ethical consumption habits as well as experiences of shopping and cooking to prepare their own lunches in multi-age groups, which was followed by a reflection of their activities. This program's unique feature included the children's participation in a team game in an effort to become good and ethical consumption champions. The game also allowed them to learn while playing. The program was evaluated in steps by employing a questionnaire survey, which the children completed, and interviews, which were conducted with the club staff. The program progressed smoothly and the level of difficulty of the content was appropriate for children of all ages. The course led to significant improvement in children's consumer knowledge about preparation of shopping and local production and consumption. Collaboration with clubs and social resources such as the knowledge and skills provided by universities promoted consumer education activities in after-school children's clubs in the local community.

キーワード：商品選択、調理、倫理的消費（エシカル消費）、遊び、消費者市民

Key Words: decision for product selection, cooking, ethical consumption, play, consumer citizenship

1. 研究の背景と目的

平成 27 年 4 月に子ども・子育て新支援制度が施行され、保護者が昼間家庭にいない小学生の「放課後の遊びと生活の場」である放課後児童クラブ（以下「学童保育」と略す。）は、量的拡充と質の向上が進んでいる¹⁾。報告者らは、利用が拡大する学童保育をフォーマル学習の場（学校）とは異なる「消費生活等の“暮らしに関する学習活動を行える地域の間”」と考え、消費者教育実践のシステム構築を目指し研究を進めている。

学童保育を学習の場として活かす取り組みは、食育分野を中心に実践報告があり（寺嶋、2010；乾ら、2013）、学習効果を検証した研究もある（吉岡ら、2004；堀西ら、2011；廣繁・高増、2017；榎須海・西田、2017）。消費者教育については、NPO 法人や自治体の消費者センターが 1 回完結型の出前講座を実施している（服部・戸梶、2017；大森、2017）。これらの講座は、児童の消費生活への興味関心を惹起し、知識習得の機会として有益であると考えられるが、学習効果については精査されていない。

報告者らは、神戸市内の大規模学童保育で、「おやつ」「食生活」に関する消費者教育プログラムを作成・試行し、事後評価を行った（片平ら、2018a）。その結果、学童保育では、社会資源（大学等）の介入による教育実践が可能であり、「楽しい遊びとして感じられるプログラム」の開発が新しい学習機会の提供につながることを示した。

また、神戸市内計 10 か所の施設見学と 5 施設での教育プログラムの試行結果から、学童保育は、設置・運営主体、開設地域や場所、規模等により、児童を取り巻く環境は多様であり、

社会資源による教育実践には、場の特徴に応じたプログラム内容の工夫と施設職員との連携強化が必要であることを報告した（片平ら、2018b）。更に、学童保育の既存の活動の中に、消費者教育の要素を含むものがあることを発見した。一つは、神戸市の R 学童保育の、「どんぐりを通貨として商品生産と買い物を体験するイベント」「どんぐりマーケット」の活動であり（神澤ら、2019）、もう一つは、神戸市の M 学童保育の「買い物・調理体験イベント」「班ごとクッキング」である。

本研究では、「班ごとクッキング」に着目した。この活動は、児童自らが食べたいものを選び、材料を購入し、調理・喫食する体験活動である。山下・河村（2014）は、小学校家庭科授業における消費者教育の方法を検討した研究で、「子どもたち自身が主体的に消費という活動を体験し、その活動を評価することが肝要である」としているが、「班ごとクッキング」に着目したのは、この活動に該当するためである。更に、食品を選択購入することを通して「地産地消」を知り、地域の一員として持続可能な消費行動について考え、倫理的消費を学ぶ機会となる可能性があると考えられたからである。

本稿では、①社会資源（報告者ら大学関係者等）が介入し、学童保育施設職員との協働により、既存の活動を再構築して消費者教育プログラムを開発した過程とプログラム内容（「買い物チャンピオン」）を紹介し、②そのプログラムが児童の適切な買い物に関する知識習得に与えた影響を報告する。

2. 消費者教育プログラム「買い物チャンピオン」の開発過程と内容

（1）プログラム開発の流れ

プログラム開発の起点とした「班ごとクッキング」は、神戸市の M 学童保育で 10 年以上前から行われている夏休み恒例のイベントである。

表 1 買い物チャンピオンプログラム開発の流れ

項目	時期	内容
連携開始	2017年7月	研究協力依頼（大学側）と受諾（NPO法人及びM学童保育）
イベントの実態把握	8月	班ごとクッキングイベント観察（買い物と調理） 消費者教育視点から活動の意義を考察、改良点抽出
↓		
アセスメント	9月	職員へのインタビュー（常勤職員2名、非常勤職員3名）
↓		
プログラム検討	10月	M学童保育の教育・環境のアセスメント（観察調査）
↓		
プログラム協働作成	2018年5月	2017年実施内容の再検討、問題点・改良点抽出
	6月	プログラム原案作成（大学側）
↓		
実施・評価①	7月	「買い物チャンピオンプログラム」内容・方法の協働検討（計3回、延べ4.5時間）
↓		
評価②	8月	評価①プログラム参加児童への質問紙調査
	12月	評価②職員へのインタビュー調査（常勤職員2名）

表1に、大学と学童保育の協働開発消費者教育プログラム「買い物チャンピオンプログラム」の開発の流れを示した。2017年に報告者らは、施設運営法人に研究の趣旨を説明し、M学童保育における消費者教育プログラムの実施承諾を得た（表1）。2017年は例年の方法で実施された“班ごととクッキング”の観察調査と職員へのインタビュー調査、観察によるM学童保育の教育環境のアセスメントを行った。2018年は、この結果を基に、学童保育職員と報告者らが協働してプログラムを作成、実施、評価した。

(2) “班ごととクッキング”の観察調査の方法と結果

2017年の“班ごととクッキング”は、調理を行う1週間前に、1～5年生の男女児童10数名から成る縦割り班（計4班）ごとに、①夏休みの、1日の昼食料理を決め（予算5000円、約10人分）、②必要な材料を近隣店舗で購入し、③調理して喫食するという流れで実施された（図1a）。この様子を報告者らが消費者教育の視点から観察調査し分析した。調査にあたり、「消費者教育の体系イメージマップ」（消費者庁2013）の小学生期の目標と、小学校家庭科の学習指導要領（文部科学省平成20年告示）「身近な消費生活と環境」の内容を参照し、ア）商品選択行動（値段や品質の比較、量・産地・表示確認、環境配慮行動）、イ）購入時の予算確

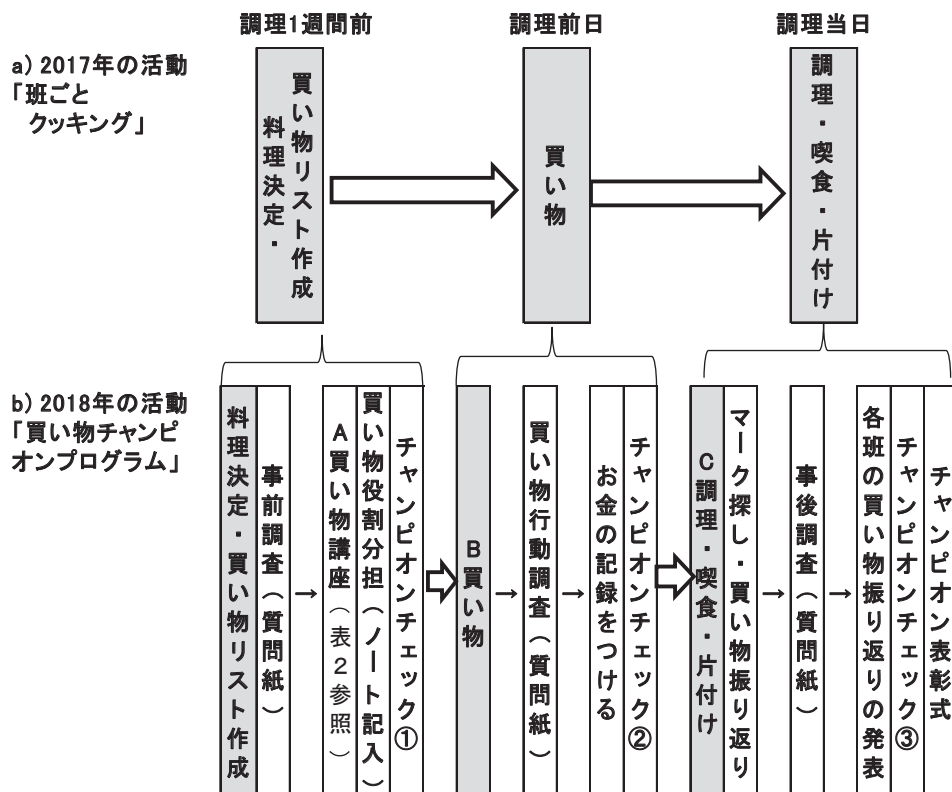


図1 「班ごととクッキング」と「買い物チャンピオンプログラム」の流れ

認と購入後のお金の管理、ウ) 買い物のふり返り行動、の観察項目を設定し、行動の有無と内容を記録した。

買い物には班に1名の施設職員が同行した。児童は目についた商品を買いかごに入れてレジに進み、ア) 商品選択行動、イ) 購入時の予算確認と購入後のお金の管理、ウ) 買い物のふり返りの行動はほとんど見られず、短時間で買い物は終了した。調理は班員が協力しながら行い、できた料理を互いにおすそ分けし合い、楽しい雰囲気の中で喫食されていた。調理・喫食中に購入した食品を評価するウ) の行動は確認できなかった。

(3) 職員へのインタビュー結果

“班ごとクッキング”の目的、成果、課題について、職員5名を対象に半構造化インタビュー(所要時間は一人当たり15～20分)を行った。対象者には研究の趣旨と匿名での回答であることを説明し、同意が得られた人に対してのみ調査を実施した。職員はイベントの目的として、「食事作りを体験する」「毎日の食事の成り立ち(材料や調理法)、買い物の方法を知る」「自分でしてみようと思うきっかけとなる」を挙げた。実際にイベント後に、食事作りに興味を持つ児童が増えるということであった。課題は、経験を次に生かすための買い物のふり返りができていないことを挙げ、内容をより良くしたいという意欲を持っていた。職員は、体験や技術習得を重視しており、自分たちが調理するための食材を選択購入する行為に消費者教育の機会があることは意識していなかった。

観察調査と職員インタビューの結果から、班ごとクッキングは、児童が意欲的・主体的に参加し、楽しく過ごすイベントであることが明らかになった。しかし、買い物の場面の商品選択や購入したものを評価する機会が十分には生かされておらず、消費者教育とするための工夫の余地があると捉えられた。

(4) M学童保育の教育環境の特徴

M学童保育は、NPO法人が神戸市中心部付近の住宅地にある2階建の民家で設立・運営している。施設には、常勤2名及び非常勤7名の職員が在職し、毎日4～5名の職員により約50名の児童の支援が行われている。

アセスメントの結果(表1)、M学童保育は、小規模で家庭的な雰囲気が強い特徴が見られた。児童と職員、児童同士の関係が緊密であり、食事やおやつ、の準備、清掃等「生活の場」として過ごす時間が長い。これらの活動が学年を超えた縦割り班単位で協力して行われ、下級生が上級生を見て学ぶ機会も多く見られた。

(5) 「買い物チャンピオン」プログラムの開発

(2)(3)(4)を踏まえ、報告者らは“班ごとクッキング”の活動を基礎とする消費者教育プログラム原案とプログラムで使用する教育媒体(講座台本、ノート、掲示物)を作成し、M学童保育責任者(指導員歴15年、30代女性)と協働で構成や実施方法を検討・決定して(表1)完成した。そして、これを「買い物チャンピオン」プログラムと名づけた(図1b))。

1) 学習目標

学習目標は、消費者教育の目的である「公正で持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者市民の育成（消費者教育の推進に関する法律 2012 年）」を踏まえ、消費者教育の体系イメージマップ（消費者庁、2013）の小学生期の目標を元にして定め、「調理に必要な食材を適切に選択する知識を得て買い物をし、買い物と社会の関係に気づくこと」とした。具体的には、小学校家庭科の学習指導要領（文部科学省、2008）を参照して、①予算内で“班ごとクッキング”に必要な食材を購入すること、②環境や地域の事を考えて商品を選択すること（倫理的消費）とした。

2) プログラムの構成 A 買い物講座、B 買い物、C 調理・喫食

上記の目標をふまえて、買い物の前に、合理的かつ倫理的消費につながる商品選択についての知識を伝える、A 買い物講座を設定した（表 2）。講座の 1 週間後に行う B 買い物は、A 買い物講座内容を理解して「買い物翌日の C 調理・喫食に必要な材料を適切に選ぶ」問題解決学習である。そして、C の調理・喫食は、B 買い物の目的である。そして、山下・河村（2014）が述べているように、「調理する、試食するという過程を経ることによって、買ったものが自分たちにとって有用であったか、使い勝手が良かったか、おいしかったか、など評価する機会」となることを期待した。

表 2 買い物講座の内容

* 買い物の流れを寸劇で演じ、間でスライドを使用し説明をする。随時、児童に質問し考えさせる。

項目 (時間)	学びの項目	講座内容	じょうずな買いどころえ十か条 (チャンピオンチェック項目)
導入 (5分)	「良い買い物」(適切な買い物)をすることの必要性に気づく	おいしい料理を作るためには、「良い買い物」が大切だと気づかせ、そのポイントを知らせる。 ①良い食材を選ぶこと ②無駄なく買うこと ③予算内で買うこと	
商品選択 (5分)	予算内で買う	材料費は5千円あることを示す。 (1週間後に児童が行うクッキングの予算と同額の設定)	2. 買い物に使えるお金はいくらかかくにんする
	買う前に買い物リストをつくる	タコ焼きの材料がわからなくて困る様子を見せて、買い物リストの必要性に気づかせる。	1. 買い物に行く前に買うものをきめる
	賞味期限について知る	食品の期限表示とその意味を知らせる。	7. しょうみきげんを見る
	賞味期限を見て選ぶことを知る	材料のタコを例にして、期限の迫った安い商品(お買い得)と、定価の商品の2つを示し、なぜ値段が違うか考えさせる。	5. ねだんをくらべてかう
倫理的消費 (5分)		分からない時は、店員に質問することに気づかせる。	9. わからない時はお店の人にきく
	売れ残り(食品ロス)を出さない買い物について知る	すぐに使う場合は、賞味期限が短い方を選ぶと、店で売れ残りが出ず、商品が捨てられることを防ぐことができることを知らせる。	(7. しょうみきげんを見る)
	生鮮食品の選び方を知る	野菜を選ぶ時に見た目を確認することを知らせる。	4. しょうひんをよくみて選ぶ
	必要量を買う方法を知る	卵を例にして、必要な量を買うこと、食品には産地があることを知らせる。	6. ひつような量や数をかう
金銭管理 (1分)	地産地消について知る	地元で作られたものを選ぶことで、地域の生産者を応援することになること、運送の燃料を使わないので、環境にやさしいことを伝え、できるだけ地元のものを選ぶとよいことを知らせる。	8. できるだけ近くでつくられたものをえらぶ
	お金の支払い方を知る	レジの前に、予算内に収まっているか計算し、レジに行くこと、お金を払い、おつりとレシートを受け取り確認することを知らせる。	10. おつりとレシートをうけとる
消費者市民	買い物袋を持参する	資源を大切に使うために、買い物袋を持参することを伝える。	3. エコバッグをもっていく
まとめと 今後の予定 (5分)	ふりかえり	買う前、買う時、買った後の順番で、「良い買い物」について、確認させる。	
	食品のマーク	食品についているマークを例示し説明する。	
	買い物チャンピオン大会の今後の予定、班の活動の説明	班対抗で競うこと、チャンピオンチェック表について○の数と、商品についているマークを見つけた数が得点となり、総合点でチャンピオンを決めること、最後の表彰式では賞品があることを告知する。	

A 買い物講座の対象は1～6年生で、年齢に幅があり、興味関心や知識・経験、理解力、集中力が異なる。そこで、低学年児童でも理解しやすいように「タコ焼きの材料を買う」という具体的な場面を再現した寸劇を取り入れ、さらにその内容をスライドで説明した。このようにして、買い物の前、買い物をする時、買い物後の3つの段階ごとに注意することに児童が気づき、考え、全学年の児童が楽しみながら学ぶことができる内容とした（表2）。

3) 「楽しい遊びとして感じられる」「学習の定着を促す」仕組み

本プログラムでは、報告者らによる先行研究結果で得られた知見を踏まえ（片平ら 2018a）、楽しい遊びを通して学べるように、日頃から活動を共にしている縦割り班対抗で「よい（適切な）買い物」ができたかを競い合い、最後に「買い物チャンピオン」を選ぶことにした。班対抗にすることで、買い物から調理・喫食まで継続する楽しい遊びとなるようにして、児童の活動意欲を喚起できるように工夫した。

また、適切な商品選択について確認し、買い物のふりかえりや収支記録がつけられる「買い物チャンピオンノート（全12ページ）」（写真1a）を作成し、班に1冊ずつ配布し記録をつけることにした。ノートには買い物講座で学ぶ「じょうずな買い物のこころえ十か条」（写真1b）を提示し、これを「チャンピオンチェック表」（A1サイズ、写真1c）として共用室に掲示し、A 買い物講座、B 買い物、C 調理・喫食の各活動の後で表の項目が達成できたらポイントを獲得できるとして、ポイントを獲得したら随時シールを貼るようにした（図1c）チャンピオンチェック①②③）。途中経過がわかるようにすることで、次の行動を促し、掲示物が知識定着の助けとなるようにした。各班で買い物中に、うまくできたこと・できなかったことをふり返ってノートに記入し、その内容を表彰式の前に発表する場も設けた。

3. 「買い物チャンピオンプログラム」の評価方法

(1) 観察調査

観察調査は、A 買い物講座、B 買い物、C 調理・喫食の各活動について、報告者2名と調査協力者（大学教員1名と大学生計5名）が非統制・非参与観察を行った。A 買い物講座では報告者の1名が講座を担当し、もう1名の報告者が観察調査を担当した。B 買い物には各班に2名が同行し、C 調理・喫食では各班のテーブルに1名を配置して観察調査を行った。買い物と調理・喫食の観察は、学習目標を具体化した「じょうずな買い物のこころえ十か条」の内容を基に、それらの行動の有無を確認するチェック表を作成し、児童の行動を観察しながら記録した。

(2) 児童への自記式質問紙調査

プログラムの実施前と後の2回、児童対象に自記式質問紙調査を行い、買い物に関する知識を同一の質問文で尋ねた（図1b）事前及び事後調査）。「買い物するときに大切なこと、やった方がよいと思うことはどれですか？いくつでも○をしてよい」として、17項目に○を記入する方法で尋ねた（後出表5）。正解を各1点として各児童の買い物知識合計点を算出した。

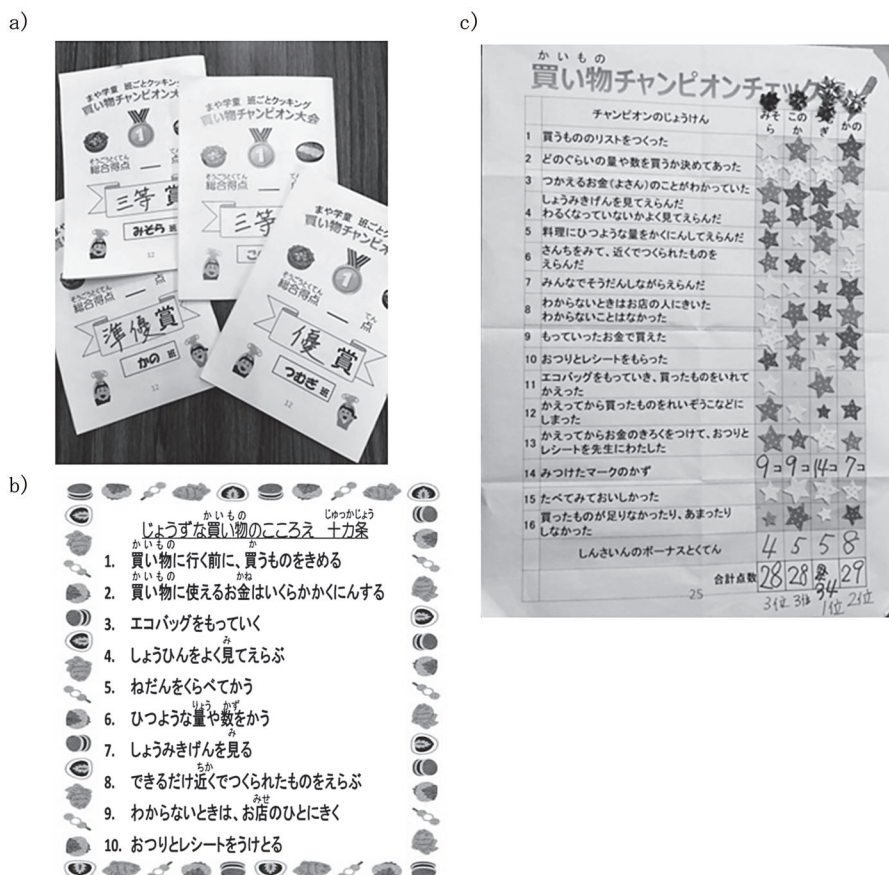


写真1 買い物チャンピオンノートと掲示物

- a) 買い物チャンピオンノート
 b) じょうずな買い物のころえ十カ条
 c) 買い物チャンピオンチェック表掲示物

これらに加え、事後調査では、調理をしてみても購入量の適否や品質を確認した結果と、プログラムの満足度・難易度についても尋ねた。買い物行動調査（図1b）では、商品選択の際の確認項目について、値段、量と数、賞味期限、見た目、表示の選択肢から複数選択する様式で尋ねた。

質問紙調査の前に報告者が調査の目的を児童に伝え、施設職員と共に協力を依頼し、同意の得られた児童に質問紙を配付した。調査は報告者が質問を読み上げ、児童はそれをひとつずつ聞き取りながら回答を記入した。また、低学年児童には調査協力者の大学生が付き添い、記入を補助して児童の負担にならないように配慮した。

質問紙調査の内容・量と表現・書式については、事前に学童保育施設職員と時間をかけて

協議し、児童の負担とならないように検討を重ねた。例年のイベント後に学童保育施設が行ってきたアンケート調査の所要時間と同程度となるよう、各調査は10分以内で簡単に記入することができる質問項目数と書式とした。

尚、事前調査日に欠席した児童には、B 買い物前に記入を依頼し事前調査を実施した。

統計処理には、統計ソフト SPSS Statistics 20 for Windows を使用した。

(3) 職員へのインタビュー調査

プログラム実施後に2名の常勤職員を対象に、協働で実施した内容、実施後の児童の変化、社会資源との連携・協働の効果や問題点について、個別に半構造化インタビューを行った(2018年12月実施)。実施に先立ち回答への同意を得た。

4. 結果

(1) 「買い物チャンピオンプログラム」の参加状況と当日の様子

表3にM学童保育の在籍児童(2018年8月時点)と買い物チャンピオンプログラムの3つの活動の参加状況を示した。M学童保育には全国的に登録者が多い1～3年生と4年生が多く、プログラム参加者も1～4年生が中心であった。買い物チャンピオンプログラムは学童保育の行事として位置づけられ、実施日に登所した全児童が参加した。A 買い物講座、B 買い物、C 調理・喫食の各活動の参加者は、順に登録児童の61%、69%、75%であった。

参加した児童のうち、事前事後両方の調査の回答が得られた児童の参加内訳は表4の通りであった。本研究では、3つの活動の全てに参加した20名の回答を分析対象とした。

プログラムは、大きな問題が生じることなく予定した流れに沿って進行した(図1b))。

児童が班ごとに話し合った結果、作ることにした料理は、オムライス、そうめん、ラーメン、鶏の唐揚げであった(各班が料理を一つ作る)。

表3 在籍児童とプログラム参加状況

属性		在籍者	プログラム参加者		
			A講座	B買い物	C調理・喫食
学年	1年生	9(18)	7	6	8
	2年生	10(20)	8	8	8
	3年生	18(35)	6	9	10
	4年生	10(20)	7	10	9
	5年生	0(0)	—	—	—
	6年生	4(8)	3	2	3
	合計	51(100)	31(61)	35(69)	38(75)
性別	男子	22(43)	13(42)	15(43)	18(47)
	女子	29(57)	18(58)	20(57)	20(53)

学年と性別について、人数及び割合を()に示した。

表4 事前事後回答の得られた児童の参加内訳

属性		参加内訳			合計
		A講座、B買い物、C調理・喫食			
		ABC参加	AC参加	BC参加	
学年	1年生	3 (34)	3 (34)	2 (22)	8(89)
	2年生	6 (60)	1 (10)	1 (10)	8(80)
	3年生	4 (22)	0 (0)	3 (17)	7(39)
	4年生	5 (50)	0 (0)	4 (40)	9(90)
	5年生	—	—	—	—
	6年生	2 (50)	1 (25)	0 (0)	3(75)
	合計	20 (39)	5 (10)	10 (20)	35(69)
性別	男子	10 (45)	2 (9)	4 (18)	16(72)
	女子	10 (34)	3 (10)	6 (21)	19(66)

学年と性別について、人数を示し、登録数に占める割合を()に示した。

A 買い物講座の所要時間は約20分であった(表2)。寸劇が児童の興味を惹きつけ、低学年児童も最後まで飽きずに集中して説明を聞き、問いかけにも積極的に発言していた。

B 買い物では、各班の購入食品は4～6品で、全ての班で値段や量・賞味期限の確認、生鮮食品の見た目の確認といった商品選択行動が観察された。児童間で相談したり、上級生がアドバイスする様子も度々見られ、班員が協力して考えながら買い物を進めていた。買い物後には、各班の会計係りが支出をノートに記入し、残金を確認して職員に返却した。

C 調理・喫食の調理は、各班の料理により所要時間が異なり、喫食を含めて1.5～2.5時間が費やされた。片づけ後には、班ごとに前日の買い物をふり返り、その内容をノートに記入した。また、調理材料にした購入商品に印字された様々なマークを探し、ノートに書き写した。

調理に積極的に参加しない男児も数人見られたが、全体的には各班がチャンピオンを目指して楽しんで取り組んでいた。表彰式では結果発表をワクワクしながら待つ児童が多く見られ、順位発表後には大きな歓声が上がった。

(2) 児童の「買い物チャンピオンプログラム」に対する評価

図2に児童のプログラムに対する評価を示した。A 買い物講座、B 買い物、C 調理・喫食の全ての活動に参加した児童20人のうち、10人(50%)が「楽しかった」、15人(75%)が「難しくなかった」と回答した。「難しかった」と答えた児童3人(15%)は全員1・2年生であった。再参加意欲は、「来年はしたくない」としたのは4人(20%)であった。

(3) プログラム前後の買い物知識と買い物行動

プログラム実施前後の、買い物に関する知識の変化を表5に示した。「8. お店で賞味期限を見たり、食品が悪くなっていないかよく見る」「15. おつりを受け取り、レシートをもらう」

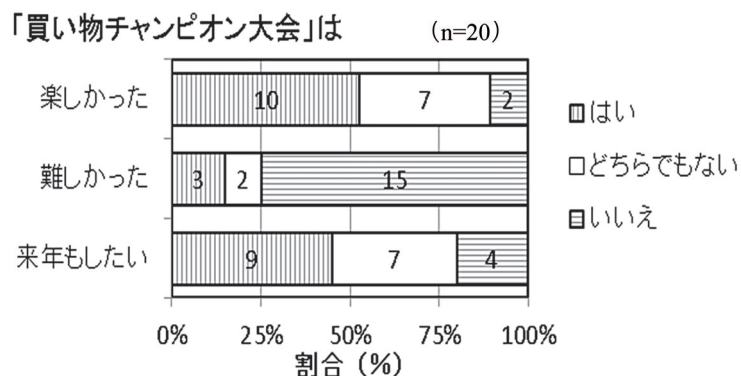


図2 児童によるプログラムの評価

表5 プログラム前後の買い物知識の変化

		(n = 20)			
質問文		正答者		前後の差	
	正誤 (○×)	実施前 人数 (%)	実施後 人数 (%)	p値 ¹⁾	
計画・準備	1.お店に行く前に買い物リストを作る	○	16 (80)	19 (95)	0.250
	2.お店に行ってから買うものを決める	×	17 (85)	18 (90)	1.000
	3.お店に行く前に、どのぐらいの量や数を買うか決めておく	○	13 (65)	19 (95)	0.031 *
	4.使えるお金(予算)のことを知っておく	○	16 (80)	18 (90)	0.625
	5.とにかく、お金をたくさん持っていく	×	18 (90)	18 (90)	1.000
商品選択	6.エコバッグをもっていく	○	17 (85)	18 (90)	1.000
	7.ねだんを比べて買う	○	13 (65)	18 (90)	0.180
	8.お店で賞味期限を見たり、食品が悪くなっていないかよく見る	○	19 (95)	19 (95)	1.000
	9.取りやすい所の商品を買う	×	19 (95)	15 (75)	0.125
	10.お店で必要な量や数を確認して選ぶ	○	14 (70)	16 (80)	0.500
お金の管理	11.ほしいものは何でも買う	×	18 (90)	20 (100)	0.500
	12.どこで作られたかを見て、近くで作られたものを選ぶ	○	5 (25)	17 (85)	0.000 **
	13.できるだけ外国で作られたものを買う	×	19 (95)	19 (95)	1.000
	14.わからないときはお店の人や大人にきく	○	18 (80)	19 (95)	1.000
	15.おつりを受け取り、レシートをもらう	○	17 (85)	19 (95)	0.625
	16.おつりを受け取り、レシートは「いりません」という	×	17 (85)	19 (95)	0.625
	17.帰ってからお金の記録をつける	○	12 (60)	17 (85)	0.125

正答した児童の人数、及びその割合を()に示した。¹⁾プログラム実施前後の差は、McNemar検定を行った。*, p<0.05 ***, p<0.01

等の知識は、ほとんどの児童が実施前から持ち、事前調査の正答率が高かった。一方で、「3. お店に行く前に、どのぐらいの量や数を買うか決めておく」「7. ねだんを比べて買う」「12. どこで作られたかを見て、近くで作られたものを選ぶ」「17. 帰ってからお金の記録をつける」等の正答率は低かった。事後調査では、これらの問いの正答率は上昇する傾向を示し、買い物の準備(問3)と地産地消(問12)の正答率は有意に上昇した(表5)。買い物知識合計点は、事前に比べて事後調査では有意に増加し、児童が新たな買い物の知識を習得した事が示された(表6)。

また、実際の買い物の際には、半数以上の児童が量と数、値段、賞味期限、商品の見た目を確認したと回答し、買い物講座で伝えた内容を実践していた(図3)。

表 6 買い物知識合計点の変化

(n = 20)		
	買い物知識合計点	p値 ¹
実施前	13.4 ± 3.5	0.009**
実施後	15.4 ± 2.5	

平均と標準偏差を示した。¹プログラム実施前後の差は、対応のあるt検定を行った。**, p<0.01

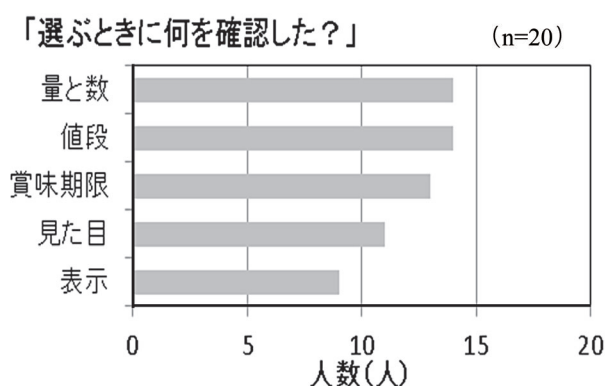


図 3 買い物行動調査

(4) 買い物のふり回り

事後調査で購入した食品について尋ねたところ、7人（35％）は過不足が出たと回答した。ほとんどの児童が食品の品質は良好で、おいしく食べられたと回答した（図4）。

(5) 職員へのインタビュー結果

職員は、プログラムを実施して良かった点として、買い物講座を児童が楽しそうに聞き、積極的に問いかけに答えていたことと、調理の前に買い物があることを児童に印象づけ、買い物の方法を知り、実践後に振り返る機会を設けられたことを挙げていた。

インタビューは、実施後の児童の変化を聞き取るため、プログラム実施の4ヶ月後の2018年12月に調査を行っている。プログラム後の土曜日保育の昼食材料の買い物の際に、‘すぐに使うときには、「見切り品」を買うことは、お金の節約になり、資源の無駄にならず地球にも優しい’という買い物講座の内容を思い出し、3年生女兒が「見切り品」を選択することがあったという。また、その際、同行した男児が、買い物講座の説明を聞いただけでは「見切り品」を購入する意味を理解できていなかったが、3年生女兒の発言を聞いて納得していたという。これらの様子から、職員はプログラムが児童の生活の中に自然に根づいていると感じたという。

今日クッキングしてみて、買った物はどうだった？

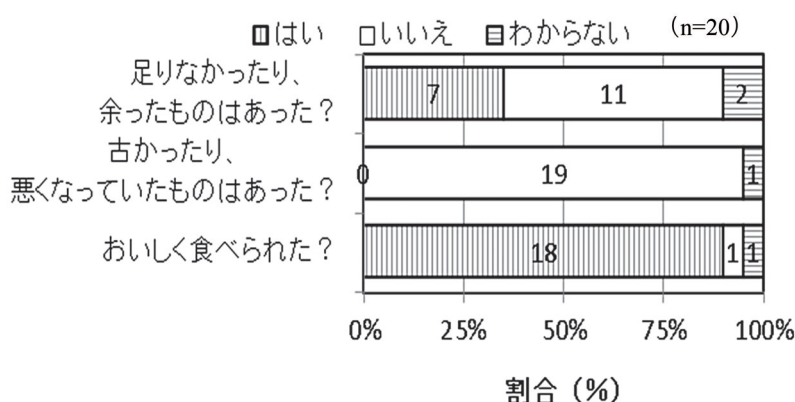


図4 買い物の評価（事後調査）

社会資源と連携することについては、協働作業を負担に感じることは無く、時間をかけて内容や方法をすり合わせるやり取りを通し、学童保育側、大学側それぞれが持つ専門性・長所が生かされて一つのプログラムに結実し、実施できたことに意義を感じていた。また、学童保育で過ごす児童にとっては、外部の人は新鮮で刺激になるため、プログラムに積極的に取り組むきっかけとなり高い学習効果につながることも意義として捉えていた。

今回のプログラムの問題点として、一部の児童が質問紙調査を負担に感じた可能性と、低学年児童には買い物講座の情報量が多かった可能性が挙げられた。今後の課題は、学びのポイントを絞り込み内容を掘り下げること、低学年から高学年の様々な発達段階の児童が楽しめるように工夫すること、主体的に参加する仕組みを作ることとしていた。

5. 考察と今後の課題

(1) 消費者教育としての「買い物チャンピオンプログラム」評価

買い物チャンピオンプログラムは、学童保育の夏休みの活動として問題なく実施され、児童が概ね楽しみながら参加することができる内容であった（4. 結果（1）、図2）。

本プログラムは、「消費者市民」育成を目指し、「調理に必要な食材を適切に選択する知識を得て買い物を実践し、買い物と社会の関係に気づくこと」を目標として実施した。その結果、プログラム実施後には、児童の適切な買い物に関する知識合計点が増加し（表6）、その内訳として、買い物を計画的に進める準備（表5、問3）、商品選択の際の価格の比較や地産地消（同、問7、12）、金銭管理（同、問17）をすることが望ましい等の知識の習得が確認された。これは、買い物講座の理解に加え、講座で得た知識を基に児童自らがノートにリストを作成し、商品を選択し（図3）、支出の記録をつけるという実践があったことと共に、それらの活動をふりかえる機会があったこと（図1b）も要因として考えられる。

児童の知識習得で最も大きな変化があったのは、「地産地消」（表5、問12）についてであった。本プログラムでは、「買い物と社会の関係に気づく」ことを意図して、A 買い物講座で、『地産地消』は、地元で作られたものを選ぶことで、生産者を応援することになる。運送の燃料を使わないので、環境にやさしい。」と説明した。財津（2009）が『『社会的責任』を目に見える部分として学習する第一段階としては地産地消は有効と考えられる』と指摘しているとおり、地産地消を伝えたことは「買い物と社会との関係に気づく」という学習目標、すなわち、倫理的消費の概念を伝える意図を含んでいた（表2）。質問紙調査の結果から、プログラムに参加して、初めてこのような考え方を知ることになった児童が多かったことが確認された（表5）。しかし、本研究では児童への負担に配慮して、○をつける方法で知識の有無を確認したのみであった。このため、事後調査で「買い物するときに大切なこと、やった方が良いと思うことはどれですか？」の問12「どこで作られたかを見て、近くで作られたものを選ぶ」に○をつけた児童が、単に近くで作られたものを選ぶことだけを覚えていたのか、学習目標の「買い物と社会の関係に気づく」ことができていたのかについては、厳密には明らかではない。このように学習効果の検証に限界はあるものの、本プログラムが倫理的消費を知る最初のを提供できたと考えられる。

本プログラムのC調理・喫食は、目的を持って買い物をし、購入したものの評価を行う機会と位置づけていた。しかし、買い物の評価として観察されたのは、調理中の「量の過不足」に関する発話に留まった。事後の質問紙調査に回答することが、児童が買い物をふりかえる機会になったと思われるが、一連の活動の中でC調理・喫食を評価の機会として更に効果的に生かすことについては、今後の課題としたい。

(2) 消費者教育の場としての学童保育

1) 徐々に積み重ねる手法の提案

買い物チャンピオンプログラムは、学童保育の行事として組み込まれたので、登所児童全員が参加した。その結果、自由意思で参加するプログラム（参加率31%及び13%、片平ら、2018a）に比べて参加率は高くなったが、3つの個々の活動でそれぞれ60～75%、全ての活動に参加した児童は39%であった（表3）。

その理由は、学童保育は小学校とは異なり、必ずしも全児童が毎日登所せず、長期休暇中には、午前または午後のみ過ごして帰宅する児童もいるためである。今回は、3つの活動全てに参加した児童の回答から学習効果を考察したが、2つの活動に参加した児童（AとC、または、BとC、表4）においても、買い物知識合計点が有意に上昇した（データは示していない）。これは、不完全ながらも、部分的な参加による学習の可能性を示唆している。学童保育で継続性のある消費者教育を実施する場合は、部分参加になる児童が一定数を占めることを想定しつつ、徐々に積み重ねながら学習を進められるような様々な学びの場面やツール（講座だけでなく掲示物、はげみ表、ノート等）を準備することが望ましいのではないかと考える。

2) 異年齢集団を対象とする際の配慮

児童によるプログラムの難易度の評価(図2)では、「難しかった」とした児童3名は、いずれも1・2年生であった。職員のインタビューからも、低学年児童には、買い物講座の情報量が多かった可能性が指摘された。新制度施行後には、ほとんどの学童保育が1年生から6年生までを受け入れている。全学年参加のプログラムを実施する場合には、知的能力や言語能力、規範意識、生活経験等に大きな差のある児童の集団を対象とすることになり、学習の難易度の設定は非常に難しくなる。これまでの報告者等の実践から、低学年向けの内容では中・高学年には物足りなさを感じさせ、それによって楽しい雰囲気が損なわれることが危惧されたため、買い物チャンピオンプログラムは中学年向けとなるよう作成した。消費者教育の実施者や職員、時には異年齢集団の特徴を生かし、上級生が低学年児童を支援する体制を前提としてプログラムを実施することも、年齢に幅のある児童集団を対象とする場合の実施方法の一つではないかと考える。

3) 実体験から学ぶことのできる場の特性を生かす

前述した通り、学校とは異なり、学童保育は「遊びと生活の場」であり、教育実践には固有の困難が伴う。しかし一方で、実践を重視する消費者教育の視座から、消費生活に関する「リアルな学びの場」「日常の継続性の中で学ぶ場」として、家庭同様、貴重な地域の教育の場と捉えることができる。買い物チャンピオンプログラムは、児童が実際に食べたいものを選び、材料を購入し、調理して食べる、という実体験である。模型やコンピュータ画面上に現れる写真を使って疑似仮想体験をする「買い物ゲーム」とは異なり、生活の場で、異年齢の児童と共に、楽しさを感じながら日常的に消費者教育を積み重ねることができる。このようなプログラムは、学童保育だからこそ可能である。この特性を生かした、消費者教育プログラム開発の可能性を示すことができたと言報告者らは考えている。

(3) 社会資源の介入による効果

今回のプログラムの作成にあたり、大学側は、既存の活動を基にしたことで、児童の受け入れ態勢や設備等について心配することなく、学習効果につなげる仕組みの考案に注力することができた。また、学童保育側は、学童保育で過ごす普段の児童の様子から児童の反応を予想しながらプログラム構成や内容について意見を出し、大学側が作成した教育媒体、自記式質問紙についても助言を行い、それぞれの専門性を相互に生かしつつ、協働プログラムを開発できた。

学童保育の職員は、協働作業を通して“班ごとクッキング”の活動が消費者教育の機会となるという新たな意義を知ることとなった。また、プログラムの構成や教材については、自分たちが発想できない方法や切り口を大学側が提供したと感じていた。

これらの協働により社会資源(大学)が学童保育にもたらした効果は、敷田(2009)が指摘する、地域づくりにおける「よそ者」による「地域再発見効果」「誇りの涵養効果」「知識転移効果」に通じるものと考えられる。今後、学童保育が消費者教育の場として活かされる

過程では、外部から介入する社会資源（大学、NPO 法人、行政）が、このような効果をもたらすことを認識して活動することが、教育効果につながると期待される。

(4) 今後の課題

本プログラムでは、「倫理的消費」の考え方について、新たな知識として伝えた「地産地消」の内容を児童がどの程度理解したかについての検証が不十分であった。このため、検証方法を工夫して児童の学びの状況を丁寧に把握する必要がある。また、調理・喫食の段階を買い物の評価の機会として十分に生かすことが課題として挙げられる。更に、今回行った買い物行動記録の分析を進め、買い物を通して児童が個人で学ぶ内容、異年齢グループでの活動が児童それぞれの学びに与える影響、知識の習得状況と行動の関係等についても明らかにしていきたい。今後も学童保育で行う「日常に溶け込む消費者教育」の実践及びそのシステムの構築を目指し、継続して研究・実践を行う予定である。

謝辞

プログラムの作成に御協力頂いた NPO 法人 S-space 摩耶学童保育所の富田亜美先生、神戸松蔭女子学院大学千歳万里先生、プログラム実施に御協力頂いた本学人間科学部生活学科食物栄養専攻 3 年生（実施当時）穴田智代佳さん、松江玲子さん、三木理央さん、田中沙英さん、山崎真奈美さん、吉田晃子さんに感謝申し上げます。本研究は科学研究費補助金 挑戦的萌芽研究 課題番号 16K12693 助成（代表者 片平理子）を受けて実施した成果である。関係各位のご指導、ご協力に感謝申し上げます。

注

- 1) 平成 30 年 5 月 1 日現在、全国の学童保育施設数は 25,328 箇所（前年比 755 箇所増）、登録児童数は 1,234,366 人（同 63,204 人増）であり、いずれも過去最高を更新している。（平成 30 年放課後児童健全育成事業（放課後児童クラブ）の実施状況）

文献

服部愛美・戸梶奈保（2017）、放課後児童クラブで楽しく消費者教育！、平成 28 年度国民生活センター全国消費者フォーラム要旨集、57～64

廣繁理美・高増雅子（2017）、学童保育における児童の健康的な食習慣の確立を目指した食教育プログラムの実践と評価、日本食育学会誌、11、197～208

堀西恵理子・藺田邦博・玉田葉月・丸山智美・北森一哉（2011）、学童保育所における「あいち県版食育カルタ」を用いた食育プログラムとその効果、金城学院大学論集 自然科学編、7、10～18

乾陽子・前澤いすず・三浦彩・伊藤亜里紗（2013）、放課後児童クラブにおける「食育」教育

の実践、鈴鹿短期大学紀要、33、141～164

神澤佳子・上村協子・金坂尚人・清水きよみ・河村美穂・千歳万里・片平理子（2019）、地域・環境交流により生活価値を創造する「どんぐりマーケット」～神戸市 A 児童館の実践より～、日本家政学会誌、70、150～165

片平理子・千歳万里・神澤佳子・河村美穂（2018a）、プリシード・プロシードモデルを援用した放課後児童クラブ（学童保育）における消費者教育の試行と評価、消費者教育、38、119～130

片平理子・千歳万里・神澤佳子（2018b）、放課後児童クラブ（学童保育）で行う“遊びを取り入れた”食育・消費者教育、日本学童保育学会第9回研究大会プログラム、63～66

糟須海圭子・西田真紀子（2017）、放課後児童クラブにおける箸の持ち方と配膳指導に関する実践報告、日本食育学会誌、11、361～372

文部科学省（2008）、小学校学習指導要領家庭科（平成20年6月）、http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/new-cs/youryou/syo/katei.htm、2019年12月8日引用

大森節子（2017）、食品ロスを減らすために～フードバンク関西と連携した教育プログラムの開発と実施～、日本消費者教育学会第37回全国大会要旨集、56

敷田麻実（2009）、よそ者と地域づくりにおけるその役割にかんする研究、国際広報メディア・観光学ジャーナル、9、79～100

消費者庁（2013）、消費者教育の体系イメージマップ、消費者教育ポータルサイト、

<https://www.kportal.caa.go.jp/search/pdf/imagemap.pdf>、2019年12月8日引用

寺嶋昌代（2010）、学童保育室における食育と自然に親しむための科学プログラム、東海学院大学紀要、4、95～104

山下綾子・河村美穂（2014）、調理実習のための買い物体験の効果－小学校6年生での授業実践より－、埼玉大学教育学部教育実践総合センター紀要、3、17～23

吉岡有紀子・高増雅子・足立己幸（2004）、学童保育所における「わくわく食探検」プログラムの開発と評価、小児保健研究、63、524～534

財津庸子（2009）消費行動における「社会的責任」概念把握の試み－学習機会としての地産地消の位置づけの検討－、消費者教育、29、119～127

（受付日：2019.12.10）