

消費者教育の連携協働のモデル構築 名簿

G	所属	ヒアリング	WS
全体	近江八幡市長	○	
	近江八幡市教育長	○	
	人権・市民生活課消費者養育担当	○	○
	行政改革推進室（前任者）	○	
学校	教育部次長	○	○
	教育委員	レク	○
	学校教育課指導主事	○	○
	武佐小学校教務主任	○	○
	安土中学校校長		○
	金田小学校教頭	○	
	消費者教育コーディネーター	○	○
	滋賀県教育委員会事務局幼小中教育課	○	
見守り	近江八幡市社会福祉協議会	○	○
	はちサポ	○	○
	はちサポ	○	○
	金田小学校運営協議会・主任児童委員		○
	老蘇小学校校長	○	○
	長寿福祉課		○
	消費生活センターセンター長		○
市民	体験プログラム実行委員 地域学校協働活動推進員	○	
	体験プログラム実行委員	○	○
	近江園田ふぁーむ（体験プログラム協力事業者）	○	○
	体験プログラム実行委員、木下実験室	○	○
	消費生活センター		○
	企画課		○

市民・地域・学校の連携協働は 8年間の継続的な取り組みの大事

プロジェクトの(方法) Well-beingにつながる消費者教育

「三方よし」

子ども中心の消費者教育の推進の仕組み作り
プロジェクトを継続して、子ども中心の消費者教育の推進の仕組み作り

8年間の地道に頑張ってきた

関わってきた方々、先生方には理解いただき、ありがとうございます!

授業の中で(教科)消費者教育の観点から取り入れることが多い

各学年の1対1消費の理解を促す

モデル校の子どもの考え授業で扱った内容が、大きく響いている。

各学年の1対1消費の理解を促す

消費者教育の組織化
モデル校の子どもの考え授業で扱った内容が、大きく響いている。

「給食」の位置付け
消費者教育の学び

「給食」の位置付け
消費者教育の学び

「給食」の位置付け
消費者教育の学び

幅広い世代とそれぞれの目的から協働の取り組み

「給食」の位置付け
消費者教育の学び

「給食」の位置付け
消費者教育の学び

「給食」の位置付け
消費者教育の学び

地域関係

地域の取り組み
地域関係の強化
地域関係の強化
地域関係の強化

子どもたちの生活への浸透
地域関係の強化
地域関係の強化
地域関係の強化

予算は絶対!

国の事業を受け
レポート年度のお金を活用

バンの存在

新学習指導要領の徹底と追加
少子化の浸透

モデル校の取組
消費者教育

教科横断的な取組に進んでいる

教科横断的な取組に進んでいる

「人権」
何でも教育

「人権」
何でも教育

「人権」
何でも教育

MOJ 若者層

小中学校での授業
社会科、国語、算数、理科、英語、音楽、体育、美術、保健体育、総合

MOJ 若者層
小中学校での授業
社会科、国語、算数、理科、英語、音楽、体育、美術、保健体育、総合

外語に英語
講師

外語に英語
講師

外語に英語
講師

「社会・家庭・算数」
総合・国語...
実践の場

「社会・家庭・算数」
総合・国語...
実践の場

「社会・家庭・算数」
総合・国語...
実践の場

「実践の場」
実践の場

「実践の場」
実践の場

「実践の場」
実践の場

「実践の場」
実践の場

「実践の場」
実践の場

「実践の場」
実践の場

各校で重点取組を決めて、消費者教育を実施

各校で重点取組を決めて、消費者教育を実施

各校で重点取組を決めて、消費者教育を実施

市民教育 消費者教育親子体験型プログラム

消費者教育の文化風景につなげる

店の見直し
...の...
...の...
...の...

地域、市、行政が関わり合った消費者教育が実現するまで
SDGs 5. 働きがいと経済成長

市民主体で事業が実行される仕組み作り(行政が支援...)

デザイン・モーニングなど工夫ができています

押しつけがましくなく、ポジティブ要素を志すのが大事

基本的には「うっかり」な人が、だいたい何人かはたぶらかけていてはいます

たくさんの生産者をたのむことができています

できただけ次につながる(=自然行動)工夫をしている

日常の中で「商品ロス対策(脱・可食性)」

学校でできる商品ロス対策(脱・可食性)

小・中学校で、農園へ来て、見学、体験したいです

小学校時代に消費者としての意識が育つ

SDGs 土壌汚染対策を推進し、リサイクル・アップサイクルについて親子で考える機会を実現!

子ども世代へのアソビ強化の為、こどもBASEに登録!

沖島離島振興推進協議会と連携しています!

正しい消費者教育とは何か?と理解する機会が少ない

企業・団体の理解、連携体制が必要

市内の偏働!

企業をまきこむ必要がある

社会のしくみが変わる必要

個人レベルでは限界がある

参加(実行)する方々の担い手の確保

消費者教育の重要性を理解し、発信し、共有する市民の育成、促進を図ること(親子の関わりが難しい)

学校での取り組みが家庭で見えない(見かけない)

このためのワークショップを続けていく!!

報告会開催して、市民に伝える→参加者にも

「告知」活動の可視化

「参加」関係を増やす

「人づくり」

私たちの新聞を学校にも教材(授業で使う)に

活動内容の可視化 積極的発信

「特派員」

「結果」

「思い」の言語化

「親と子」の「コミュニケーション」

「主体性」の「共有」

「告知」の工夫(効果の可視化)

「取組事例集」

「新聞」の「巡回展」

「生産者」の「インタビュー」

「常」に「この」市場作り

「買」い「もの」を「たの」む「ため」に、SDGs 的に「でき」る「場」が「少」ない

