

消費者として経済を考える

大阪府公立中学校教諭

経済は難しいもの？

生徒にとって、「経済」とはよく耳にする言葉であるが、言葉で説明することは意外に難しいものである。たとえば、「経済学部って何をするとところ？」といわれても、正確に答えることができないように思う。このような生徒の実態を鑑みて、生徒にどのようなレディネスがあるのかを調査したうえで、「経済」の学習を行うことが効果的であると考えた。

以前、経済の学習を行う前に、2つの問いかけをしたことがある。

- ①「経済」ときいて、思いつく言葉は？
- ②「経済」を自分の言葉で説明してみよう。

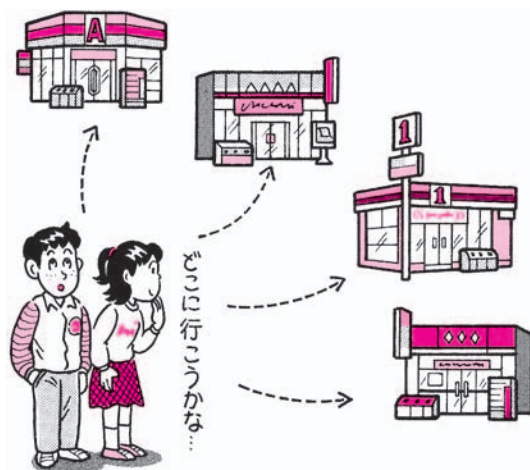
①の問いかけに対しては、「お金」と答えた生徒が最も多く、「家計」や「会社」などという答えが続いた。②の問いかけに対しても、具体的に説明する生徒が多かったのが特徴であった。

このことを踏まえて、経済の学習を行うときは、具体的な事象から本質に迫っていくという手法をとっている。

2 経済の具体的事象「コンビニ」

経済の具体的事象として、生徒の身近な存

在である「コンビニ」がある。「コンビニ」は年中無休で長時間の営業を行い、小さなスペースでありながら、多数の品種を扱う形態の小売店である。



大手資本によるチェーン店舗として展開されることが基本的で、各地域によって、主流となる「コンビニ」が存在しているのが実態である。また、利用頻度をみると、年齢があがるにつれて多くなり、生産年齢でピークを迎える。

取り扱っている商品も近年では多岐にわたっている。食料品、生活用品をはじめとして、チケットの予約、料金収納代行、ATM（現金自動預払機）、季節限定品といったことまで行っている。

「コンビニ」が現在行っていることは、「消費者のニーズを満たすため」とはいえ、消費生活、経済に大きな影響を与えていることは間違いのないだろう。

3 「コンビニ」を授業にする

これだけ多くの社会的事象をもつ「コンビニ」を授業にすると、4～5時間分の授業になる。しかし、ダラダラと授業をしても、公的分野の経済の授業からはかけ離れてしまう恐れがある。目標を、「コンビニ」を勉強することで、生産者と消費者をつなぐ流通の役割を考え、次單元である「企業側からの経済」をより多くの視点で深く考えることができるようにすることとする。そこで、「生産者」と「消費者」の両方の見方から、1時間の授業展開を考えていきたい。

展開1

消費者はなぜコンビニに行くのか

まずは「消費者」の視点で、多くの人々がコンビニを使う理由について考えていきたい。

コンビニだけにかかわらず、多くの店が存在している理由の一つに「必要性」がある。

また、「何でもそろろう」（利便性）や「あいている時間が長い」（時間）、「はいりやすさ」（安心）など…生徒の身近な環境だけに、多くの反応がかえってくる。

ただ、生徒の反応を黒板に羅列するのではなく、「利便性」や「時間」といったキーワードでまとめておくと、【展開2】で「生産者」（ここでは「コンビニ」の視点）の立場と比較しやすくなる。

さらに、この【展開1】では、「コンビニ」を一般化するために「時間」や「利便性」などで、スーパー（百貨店等）などと比較するとおもしろい。少し時間はかかるが、【展開2】をより深く考えていくうえでは、一手間かけたいところである。

項目	コンビニ	スーパー
店員		
時間		
客層		
立地		
・		
・		
・		
・		

展開2

コンビニに求められている「サービス」とは何か

生徒の発言としては、「コストダウン」や「種類をもっと多く」という意見が多い。消費者の立場から経済を考えていくと、より品質の良い商品をできるだけ安く手に入れたいという気持ちがある。

一方で、生産者の立場から考えていくと、コンビニに随時商品を流通させることは困難で、【展開1】で考えた「時間」などの弊害がでてきてしまうのである。

つまり、「生産者」にとっても、「消費者」にとっても、有効な流通方法が「コンビニ」を成立させていくうえでは必要不可欠になってくるのである。

また、「コンビニ間で何で商品が違うのか」という疑問を抱く生徒もいた。【展開3】では、この展開についても、「流通」という本時のキーワードから検証していきたい。

展開3

POSシステムは、「消費者」にとって有功か、それとも「生産者」にとって有功なのか？

POSシステムとは、レジスターで商品が売れた時点で、バーコードなどから情報を入

力し、集計・管理するシステムで、チェーン展開しているコンビニにはほとんど完備されているシステムである。数量だけでなく、売れた時間・客の年齢層・性別なども集計され、コンビニの問題点である「廃棄」の視点からも画期的な方法として注目を集めている。

このシステムが、「消費者」にとって有効なのか、「生産者」にとって有効なのかをここでは考えていきたい。

まず、消費者がコンビニに行く理由をまとめると、「いつでも開いていて、なんでもそろろう」ことである。つまり、流通から考えるとほしい商品がない「コンビニ」には魅力がないことになる。このPOSシステムを使えば、いつの季節に何が売れるのかを把握しているため、流通の段階において、消費者の需要に供給がこたえることができるのである。

また、生産者にとって、コンビニの大きな問題点は「どれだけ利潤をうみだすことができるか」ということである。廃棄することなく、消費者のニーズに応えるという点で、POSシステムを使い、無駄のない品ぞろえができることは、「コンビニ」が企業として成立していくうえで、とても重要な要素となる。

消費者・生産者の両者にとって、この「POSシステム」をより有効に使うことが「コンビニ」の社会的価値をあげることにつなが

るのである。

展開 4

これからコンビニの数は増えるだろうか？ 減るだろうか？ それとも変化がないのだろうか？

【展開 3】を踏まえて、コンビニはこれからさらに必要とされるかどうかを。流通面を中心として考えていきたい。

社会全体から考えると、時間帯や手軽さから、コンビニ数は増えていくという生徒が多かった。逆に、コンビニどうしが、より高いサービスを提供していくことで、競争し、数が減っていくという意見もあった。

「流通」という側面から限定的に考えると、流通に限界があるので、変化がないという意見が意外にも多かった。ただ、インターネットなど新時代の流通が増えるという観点で、コンビニは増えるという意見も多くあり、減少するという考えはほぼなかったのである。

生徒自身が、この授業を通して、コンビニが社会で果たす役割を感じ取り、クラスメイトの意見を聞き、経済について、さらに深く考えていけるようにしたい。

4 最後に

「コンビニ」はより身近な存在となり、企業はより多くの利潤を求めて、競争を繰り返す。それまで、コンビニの世界で「値引き」ということは考えられなかったが、競争原理は「コンビニ社会」にまで波及している。

この単位を通して、一人でも多くの生徒が、「公民的分野は難しい」という概念をもたなくなり、「経済ってこんなに楽しいんだ!」と感じてほしいと願っている。

小売店は、販売する商品を決めるために、さまざまなくふうをしています。コンビニエンスストアでは、下の図④のようなPOSシステムなどによって情報を集め、消費者の需要にあつた、無駄のない品ぞろえをめざしています。



POSシステムのしくみ「中学生の公民 初訂版」p.47

公民