

일본 학교소비자교육의 사적동향과 그 구체적인 활용사례*

A Study on the Historical Tendency and Concrete Development of Scholastic Consumer Education in Japan*

서울대학교 생활과학연구소 연수연구원
강사 권정원
서울대학교 소비자학과
교수 이기춘

Research Institute of Human Ecology, Seoul National Univ.

Researcher : JungWon Kwon

Dept.of Consumer Studies & Resource Management, Seoul National Univ.

Professor : KeeChoon Rhee

◀ 목 차 ▶

- | | |
|----------------------|----------------------------|
| I. 들어가는 말 | III. 일본 학교소비자교육의 구체적인 활용사례 |
| II. 일본 학교소비자교육의 사적동향 | IV. 맺는 말
참고문헌 |

<Abstract>

The scholastic consumer education program in Japan was adopted after world war II. And so far, based on home economics class at school, the program has undergone seven times modification with "A course of study(learning coaching guide). Now the main objective with the consumer education program, initiated from 'purchasing skill' and 'information offer', has been shifted to the direction of stressing the 'reasonable decision making' and 'invocation of consumer recognition'.

The concrete operation of the scholastic consumer education program in Japan was managed and operated to the direction of urging the students to think independently and self-motivated and provoking the

Corresponding Author: Jung-Won Kwon, Research Institute of Human Ecology, Seoul National University, San 56-1, Shilim-dong, Kwanak-gu, Seoul, 151-742, Korea Tel : 82-31-432-2690 Fax: 82-31-432-2690 E-mail: jwkwon86@komet.net

* 본 연구는 2002학년도 서울대학교 생활과학연구소의 일부연구비지원으로 수행되었음

power of thinking, while utilizing daily works closely to routine life as educational materials and subjects.

The investigations on Japanese scholastic consumer education program which have been developing and accumulating concrete instances and know-how's of scholastic consumer education program are considered to be still suggestive, and we may conclude it's necessary for both of Korea and Japan to interchange necessary experiences and ideas on this field with each other.

주제어(Key Words): 일본 학교소비자교육(scholastic consumer education in Japan), 학습지도요령(a course of study), 사적동향(historical tendency), 구체적 전개(concrete development)

I. 들어가는 말

소비자교육의 형태는 주된 시행주체에 따라 가정, 학교, 기업, 사회, 행정에 의한 소비자교육으로 나누어 생각해볼 수 있다. 물론 이들 각 주체간에는 긴밀한 상호협력 및 보완활동이 요구되는데 특히, 체계적인 학습이 가능한 교육공간이라는 의미에서 학교소비자교육에 대한 기대는 크다고 할 수 있다.

학교소비자교육은, 현재 공식적인 교과과정 중에 있는 학생들을 대상으로 하는 소비자교육으로 간주된다. 학교교육은 인간발달단계에 따라 체계적이고 조직적인 장/단기 교육을 기획할 수 있고, 특징인이 아닌 불특정다수에게(스스로의 요구가 반드시 전제되지 않더라도) 최소한의 교육기회가 비교적 공평하게 제공되며, 교육효과가 높으며 인간형성의 중핵이라고 할 수 있는 시기에 학습이 가능하게 된다는 점에서 우선 그 의의를 찾을 수 있다. 학교소비자교육의 목표를 '소비자로서 건강하고 문화적인 생활을 영위하기 위한 판단 및 의사결정을 적절히 수행하여, 자주적으로 행동할 줄 아는 능력을 키운다'라고 할 때 이는 학교교육의 기본적인 목표인 '스스로 사고하고, 바르게 판단하여, 행동할 줄 아는 인간성 풍부한 아동, 청소년의 육성' 과도 깊이 연관되어 있다. 또한 학교소비자교육에서의 가치관 형성에 대하여 이기춘(2000)은 '학교교육은 가치형성 과정으로서 그 중요성을 갖고 있는 만큼 학교중심소비자교육을 통해서 소비교육의 근간이라고 할 수 있는 합리적이고 바람직한 가치관 형성, 특히 소비생활의 가치관 형성을 가장 효과적으로 교육할 수 있다'라고 언급하고 있다. 소비자능력이라는 측면에서 학교소비자교육을 생각해 볼 때, 학교소비자교육은 소비

자로서 갖추어야 할 기초적이고 객관적인 지식과 기술 등의 교육내용의 전달이 가능하고, 자기책임주의 원칙에 입각하여 합리적이며 비판적인 소비자행동을 몸에 익힐 수 있는 기초를 다지며, 환경에 대한 배려와 자신의 소비생활이 사회전체에 미치는 영향에 대한 소비태도를 고양하는 기회가 되기도 한다. 이와 같이 지식, 기능, 태도가 조화를 이루며 개발되는 과정에서 수많은 가치의 다양성을 인식하는 동시에, 스스로에게 합당한 가치를 형성해나가는 과정이라는 의미에서도 학교소비자교육의 중요성은 강조되어 지나침이 없을 것이다.

그러나, 학교소비자교육의 중요성에 대한 인식에 비하여 현실의 상황은 많은 부분에서 개선의 여지를 안고 있다고 보여진다(이득연·송순영, 1992). 학교소비자교육이 가치관형성에 지대한 영향을 미침이 밝혀졌음에도 불구하고, 초등학교 교과서를 대상으로 소비자가치관 관련내용을 제 4, 5, 6차 교육과정의 변천에 따라 분석한 연구결과를 보면(김영옥, 2001), 소비자가치관이 차지하는 비중은 아주 미미한 실정(1%전후)이며 학년과 과목의 특성에 따라 교육내용이 배치되어 있으므로 누락이나 중복현상이 나타나고 있어 이에 대한 개선책이 마련되어야 할 것으로 여겨진다. 미래소비사회에서의 독자적인 경제활동을 중심으로 이끌어 갈 위치에 있는 아동, 청소년을 대상으로 하는 학교소비자교육이 충실하게 정비되지 못한 배경으로는 다음과 같은 점을 들 수 있다. 우선 소비자교육 관련내용을 학습시킬 교사가 양적/질적으로 부족한 실정에 있으며, 소비자교육을 담당하는 교사들에게 효율적이고도 체계적인 교육지원이 뒤따르고 있지 못한 실정이다. 소

비자교육을 학습하는데 참고가 될 관련교재나, 매뉴얼, 안내서가 부족하고, 급속히 변화하는 생활환경의 구조를 이해하고, 사회성을 반영할 수 있는 구체적이고도 활용이 가능한 소비자교육내용의 구성이 불충분한 실정에 있다고 볼 수 있다. 또한 입시위주의 교육분위기 속에서 '살아가는 일'에 대한 '삶의 방향'이나 '생활의 문제' 등과 관련된 내용을 다루기에는 관련교과에 할당된 시간적 여유도 충분하지 않다. 이는 소비생활이 차지하는 비중이 점점 확대되어 가고 있는 현대경제사회의 시대적인 흐름에 순행하는 것으로는 보기 어렵다. 바람직한 가치관의 인식, 의사결정 능력의 배양 및 소비자시민으로서의 역할수행을 강조하는 소비자능력의 습득을 위해서는 학교소비자교육에 대한 중요성의 재인식과 함께 향후 개선책이 제고되어야 할 것으로 여겨진다.

학교소비자교육과 관련한 국내의 연구로는 소비자교육 및 경제교육과 관련한 교과서의 내용분석 및 집필방향에 관한 연구들(김영옥, 2001; 김영옥, 1999; 이득연·송순영, 1993; 조영달 외, 1994; 임천순, 1991; 최병모, 1997; 조도근, 1993)과 교육프로그램개발에 관련된 주제를 다루는 연구들(성영애 외, 2001; 이득연, 1995; 이연숙, 1997; 김홍삼, 1999)이 다수 수행되어 왔으나, 아직 다양한 자료가 축적되어 있지 못한 상황이다. 특히 학교현장에서 용이하게 활용할 수 있는 구체적인 수업실천에 대한 연구는 가정과수업전반에 대한 교수·지도법을 다룬『가정과수업』(이연숙, 1997)을 제외하면 거의 전무한 실정이므로 보다 다양한 지도기법을 도입한 활용도 높은 학교소비자교육 모듈의 개발과 홍보가 시급하다고 하겠다.

우리나라 소비자교육연구의 동향으로는 소비자교육이 본격적으로 연구되기 시작한 지 10여년이라는 비교적 짧은 역사를 가짐에도 불구하고, 소비자능력에 관한 연구, 소비자교육강화방안에 관한 연구, 소비자정보제공에 관한 연구 등(이기춘, 2000) 소비자교육을 이론적으로 정립하는 데에 초석이 되는 수준 높은 연구업적이 상당히 많이 축적되어 있다고 여겨진다. 이제 이러한 든든한 연구성과를 기반으로 하여 소비자교육을 구체적으로 실천하는데 도움을

주는 연구에도 관심을 둘 시기에 와 있다고 여겨진다. 최근에는 소비자교육을 지원하고 그 활동을 강화하고자하는 노력의 일환으로 2002년도에 한국소비자교육지원센터가 설립되어 소비자교육에 대한 관심과 열의가 과거 그 어느 때 보다도 증진되어 있다고 여겨진다.

이러한 상황을 고려하여 본 연구에서는 교육환경이나 분위기가 우리나라와 유사하면서 '소비자교육 실천지정학교제'를 도입하여 시범운영하고 있으며 최근에는 '학습지도요령'¹⁾을 개정하는 등 학교소비자교육의 충실을 꾀하고 있는 일본의 실정은 어떠한지 살펴보기로 한다. 구체적으로는 일본의 '학습지도요령'의 변천과정과 관련한 학교소비자교육의 사적인 동향에 대해 살펴보고, 학교소비자교육을 지원하는 중핵적인 소비자교육기관인 일본소비자교육지원센터(National Institute on Consumer education, 이하 NICE로 함)의 학교소비자교육지원관련활동, 그리고 일선 학교현장에서의 소비자교육의 구체적인 운영사례에 대하여 소개하고자 한다. 일본의 학교소비자교육에 대한 검토는 우리나라의 학교소비자교육의 방향을 설정하는데 참고자료를 제공하고, 학교현장에서 구체적으로 활용할 수 있도록 실천적인 측면을 강화시키는 방안에 대한 시사점의 모색이 가능하리라 여겨진다.

II. 일본 학교소비자교육의 사적동향

1. 일본 학교소비자교육의 개괄

일본의 학제편성은 우리나라와 같이 6, 3, 3제를 도입하고 있으며, 「교육기본법」제 4조에 의해 중학

1) '학습지도요령'은, 우리나라의 '교육과정'에 상응하는 표현이며 각각의 학교가 편성, 실시하는「교육plan」의 「기준」이 되는 것으로써 문부성에서 공표하고 있다. '학습지도요령'에는, 각 교과, 과목 등의 종류나 목표, 내용, 지도계획의 작성과 내용의 취급이 명기된다. 1947년도에 일본최초의 '학습지도요령'이 발표된 이후, 현재까지 제 7차에 걸친 개정작업이 이루어졌다.

교교육까지가 의무교육으로 되어 있다.

소비자교육의 전개과정에 대해 논의할 경우 일반적으로 미국에서는 학교교육에서의 자각을 선두로 하여 소비자교육이 시작되었으며 그 후 행정, 소비자단체, 기업 순이라는 과정을 통해 3자 합의시스템으로 발전되어 왔다고 알려져 있다. 한편 일본에서는 미국의 소비자교육 전개과정과는 거의 정반대로 기업을 필두로 하여 행정, 소비자단체, 학교의 순으로 전개되어 왔으며 그 결과, 4자 합의시스템으로 정착된 경위를 보이고 있다(今井光映, 1994).

<표 1>에서 보는 바와 같이 일본의 학교소비자교육은 제2차 대전 이후에 도입된 신교육체제과 함께 시작되었다. 당시 미국에 의해 주도된 일본의 교육개혁에 있어서, 소비자교육커리큘럼의 주제는 주로 실생활과 관련된 문제, 그 중에서도 특히 '금전관리'와 '구매기술'의 두 영역이 중심이 되었으며 이들 주제는 가정과교과를 중심으로 해서 다루어지게 되었다.

1960년경에 있었던 일본소비자교육전문사찰단의 미국으로의 시찰과견사업은 일본소비자교육의 발전에 커다란 계기가 되었다. 이 즈음의 일본소비자교육의 중심주제는 역시 '구매기술'과 관련된 내용이었다.

고도성장기에 진입함에 따라 공해문제가 심각한 사회문제로 대두하였고, 소비자문제의 형태도 변화하였으며 그 정도도 점차 심각한 수준으로 확대되었다. 이러한 상황을 반영하여 당시의 소비자운동은 소비자주권이나 소비자권리를 확립하는 것에 대하여 초점이 맞추어지게 되었다. 소비자교육에서 다루

어야 할 주제가 '구매기술'이나 '정보제공'에만 한정되는 것은 아니라는 반성이 일기 시작하였으며, 기업이나 행정 측에 대해 책임의 소재를 묻는 것이상으로 중요한 것은 소비자 자신의 자립이라는 견해에 도달하게 되었다. 소비자가 경제사회의 시민으로서 확고한 위치를 확립하고 자리매김하기 위해서는 복잡하고 다양한 선택지 중에서 과연 무엇을 선택할 것인가와 관련된 의사결정능력을 키워나가는 것이 필요하며, 경제사회를 움직이는 것은 다름 아닌 바로 나 자신의 소비행동이라고 하는 자각까지 포함하는 개념으로서의 소비자교육이 요구되었으며 이는 현대 일본 소비자교육의 중심 주제로 자리잡게 되었다.

학교소비자교육의 역시 '구매기술'만을 강조하여 '구매능숙자'들을 양성하는 데에만 그 목표가 있는 것은 아니다. 학교소비자교육은 학생 한 사람 한 사람의 생활 그 자체와 사고방식을 중요시하는, 그야말로 '인생', '삶', '생활'과 연관된 교육인 것이다. 그렇다면 이러한 의미를 포괄하는 학교소비자교육을 과연 구체적으로 어떻게 전개해나갈 것인가가 중요한 과제로 대두하게 된다. 일본 학교소비자교육의 운영을 개괄해서 보면 교육의 소재나 교재는 주로 학생들의 실생활과 밀접한 사건이나 일 등을 활용하고 있으며, 학생들에게 자주적, 주제적으로 사고할 수 있도록 훈련하여 그들의 판단력을 고양시키는 방향으로 다양한 지도방법을 응용하고 있다. 이마이(今井光映, 1994)는 현재까지의 일본교육에서는 국가와 국민, 국가와 시민이란 무엇인가라고 하

<표 1> 일본에 있어서의 소비자교육의 발전단계

단 계		제1단계	제2단계	제3단계	제4단계	제5단계
구분	생애학습 (평생교육)	이식기	맹아기	전개기	전개기	고양기
	학교교육	이식기	후퇴기	전개기	정체기	고양기
시기		昭和20년대 (1944~1953)	昭和 30년대 (1954~1963)	昭和 40년대 (1964~1973)	昭和 50년대 (1974~1983)	昭和 60년대 및 平成시대 (1984년~현재)

출처: 植苗竹司(1996), 『日本消費者教育小史 -消費者教育(5)』, 良書普及會 [自治研究870號] 8月號

는 민주주의국가로서의 기본정신에 대해 역설하고 시민으로서의 비판적인 정신에 대해 배우고 가르칠 수 있는 소비자교육이 부족하였다고 지적하면서 소비자시민의식을 더욱 강화할 것을 지적하고 있다. 학교소비자교육과 관련하여 나카하라(中原秀樹, 1994)는 사회적인 가치에는 다양한 사고방식이 있을 수 있다는 것을 학생들에게 깨닫도록 도와주어야 하며, 필요한 지식과 기술을 학생들에게 적절히 제공하는 것이 학교소비자교육의 목적이라고 하였다. 그는, 학교소비자교육에는 생활문제에 대한 지도가 포함되어야 하며 그것을 전개할 때는 '금전관리', '구매방법(기술)', '소비자시민으로서의 역할'에 대해서도 유의해야 하지만 학교소비자교육에 있어서 절대적으로 중요하게 다루어져야 할 것이 바로 '의사결정'이라고 강조하고 있다. '의사결정'이란 목적, 방법, 평가의 세 영역에 공통적으로 작용하는 사고나 철학을 제공하는 것으로 볼 수 있는데 이러한 의사결정은 자신의 목표를 생각하고, 자원을 재검토하며, 목표 및 목표에 도달하기 위한 행동과 가치관이 어떤 관계에 놓여 있는지에 대하여 사고하는 것을 돕는다. '의사결정'의 학습이란, 즉각적으로 결론을 내리는 판단력 그 자체는 아니며, 깊이 생각하는 것, 바꾸어 말하면 결정을 내리기에 필요한 다수의 요인을 분석하여 그 중에서 최상의 만족에 도달할 수 있는 선택지를 고르는 것에 대한 훈련이라고 할 수 있다(花城利枝子, 1999). 초·중·고등으로 일관되는 학교교육에서 '금전관리'나 '구매기술'과 같은 생활기술은 학생의 성장 및 발달단계에 따라 그 내용을 응용할 수 있다. 그러나 소비자교육의 본질인 소비자의 의사결정 및 의사결정과정을 활성화하기 위해서는 '분석하고 평가하기 위한 기술'인 '비판적인 사고력'을 일관되게 고려할 필요가 있다.

향후 일본의 학교소비자교육에서 중요시되고 있는 것은 개성을 존중하는 방향으로 소비자교육을 전개하는 것이다. 개인 혹은 개성이란 독립의 최소단위이기도 하지만, 연대(連帶)가 가능한 존재라는 의미도 부여될 수 있다. 청소년 각자가 독자적인 개인으로서 자립하는 과정에서 필요한 경우에는 연대할 수 있는 능력을 기르도록 뒷받침해주는 학교소비자

교육은 현대사회의 중요한 과제 중의 하나인 것이다(柿沼利昭, 1998).

전술한 바와 같이 일본의 학교소비자교육은 가정과교육을 중심으로 하여 전개되기 시작하였는데, 현대 일본의 가정과교육에 있어서의 소비자교육은, 상품의 소비기술 뿐 아니라 오히려 그것을 통해 생활을 어떻게 새롭게 창조해나갈 것인가에 대한 내용이 더욱 중요하게 대두되고 있다(花城利枝子, 1999).

앞서 살펴본 바와 같이 일본의 학교소비자교육은 종전 후 '구매기술'과 '금전관리'에 치중하던 교육에서 출발하여 '합리적인 의사결정'과 '소비자시민의식의 고양'을 강조하는 방향으로 변화하여 왔다. 일본의 학교소비자교육은 성숙과 쇠퇴를 반복하는 과정을 거치면서 현재는 평생교육에서의 소비자교육과 학교소비자교육 모두 제2의 고양기(표 1 참조)에 진입해있다는 평가를 받고 있다(植苗竹司, 1996; 柿沼利昭, 1994). 전술한 이마이(今井光映)의 지적에도 불구하고, 일본의 학교소비자교육은 그 중요성에 대한 인식이 선진국수준 이상으로 자각되었고, 초·중·고등학교로 일관되는 학교교육에서 소비자교육이 원활히 추진될 수 있도록 지원하는 기관인 일본 소비자교육지원센터가 독립적으로 존재, 활동하고 있다는 점, 그리고 학교소비자교육이 활성화할 수 있는 근거가 '학습지도요령'으로 규정되어 있다는 점 등에 대해 높이 평가할 수 있다고 하겠다.

2. 일본의 '학습지도요령'의 변천과 학교소비자교육

일본과 같은 국가 즉, 중앙기관인 문부성에서 교육내용을 집중적으로 관리하고 있는 곳에서는 교육내용을 컨트롤하는 지침이 되는 '학습지도요령'의 변화가 학교현장에 미치는 영향이 크다고 하겠다. 1947년에 처음으로 공포된 '학습지도요령'은 현재까지 제7차에 걸친 개정과정을 거쳤는데, 각 개정안의 주요골자 및 소비자교육과 관련한 내용에 대해서는 <표 2>에, 전반적인 일본 소비자교육의 동향에 대해서는 <표 3>에 정리하고 있다.

<표 2>를 보면 1947년에 시행되어진 '학습지도요

〈표 2〉 학습지도요령개정에 따른 학교소비자교육의 주요내용

년 도	주요골자(사회과교과, 가정과교과, 가정·기술과교과)
1947 (시안)	학습지도요령에 '소비자'가 언급됨[소비자의 물자선택에 있어서 사회의 힘은 어떤 영향을 미치는가](제9학년, 단원5) 소비자의 선택능력의 육성을 중시함
1951 (제1차개정)	[국민다수는 소비자, 경제생활개선을 위해서 어떻게 협력해야 할까],[일상소비생활의 개선 합리화의 방법을 연구해서, 그에 따라 훌륭히 생산에 기여하고, 국가경제의 발전에 공헌하려는 자각과 태도를 길러야 한다]라고 명시함(중학교 제3학년, 사회과교과)
1955 (제2차개정)	초, 중학교의 지리, 역사교육, 도덕교육의 개정 등이 이루어짐[소비생활의 궁리](초등, 5학년), [소비생활을 합리화하는 기술을 양성](중등, 목표), [소비자로서의 위치와 책임](중등, 직업과 가정)
1958 (제3차개정, 고교는 60년)	교육내용의 현대화가 이루어짐. 초, 중학교도덕, 고교윤리, 사회의 신설[생산, 유통, 소비의 관계를 이해시킨다](중등),[소비에 따른 생산의 방향결정, 능숙한 구매](고교, 가정과교과)
1968~1970 (제4차개정)	[소비자로서의 입장과 책임],[소비와 생산,유통의 관계],[소비자의 입장]등 합리적인 구매와 소비에 대해 언급함
1977~1978 (제5차개정)	여가의 시간 신설, 고교의 학습정도별 학습편성 도입됨
1989 (제6차개정)	자립의 기초를 육성하는 중핵적 교과로서 생활과교과가 신설되고 계약의 중요성이 강조됨, [소비자 보호]-[현대사회에 있어서의 거래의 다양화와 계약의 중요성을 들어, 소비자로서 주체적으로 판단하고 행동하는 것이 중요하다](중학교, 사회과교과), [소비자보호와 계약](고교, 사회과교과), 고교가정 교과과의 남녀공통이수제가 도입됨. [가정경제와 소비]단원에 [소비생활과 소비자로서의 자각]이 신설됨
1998 (제7차개정)	초등학교3학년에서 고등학교까지 [종합적인 학습시간]이 새로이 신설됨(운영내용: 주2시간을 배당하되 특정의 주간이나 시기를 정하여 융통성있게 운영하는 것도 가능. 학습내용으로는 [국제이해, 정보, 환, 복지건강 등 횡단적 종합적인 과제]를 그 예로 들 수 있음)

참조: 西村隆男(2000), 『日本の消費者教育』 pp.83-88, 有斐閣

高橋ヨシ子(1998), 『消費者教育事典』 p.5, 日本消費者教育支援センター-發行

령'에서 중/고교 사회과교과에 '소비자보호'의 이념이 도입되었으며, 1951년의 '학습지도요령'에는 사회과교과 3학년에 '(중략)일상소비생활의 개선합리화의 방법을 연구하여, 그에 따라 생산에 훌륭히 기여하고, 국가경제의 발전에 공헌하려는 자각과 태도를 가져야만 한다'라고 명시되어 있다. 1950년대에는 미국의 경험주의 교육자 존 듀이의 영향을 받아, 문제해결학습의 기초를 둔 이른바 생활교육논쟁이 일기도 했던 시기이다. 1950년대 후반부터 일본이 경제발전의 궤도에 진입하였는데 그에 따라 일정한 학력수준을 갖춘 노동력이 필요하게 되었고 학교소비자교육의 발전은 한 걸음 주춤하게 되었다. 그러나 1968년의 「소비자보호기본법」의 제정으로 인해 행정에 의해 주도되는 소비자교육의 시기를 맞이하게 되었다. 1969년과 1970년에 개정된 '학습지도

요령'에서는 중학교 사회과교과에 '소비자의 보호'가, 고교 사회과교과 정치/경제영역에 '소비자보호'가 단원으로 명기되었다. 일상생활에 뿌리를 두고 있는 소비자교육적인 사고는 차츰 가정과교과로 이행되어, 고교 가정과교과에 '구입과 소비', '소비자의 입장' 등의 표현이 기술되었다. 1970년대에는 코베시(神戸市)가 초등학교 고학년을 대상으로 한 『생활과 소비』라는 소비자교육부교재를 발행하였고, 효고현(兵庫縣)이 현립단위에서는 처음으로 '소비자교육실천지정학교제'를 실시한 것을 계기로 1980년대에 걸쳐 각지에서 학교소비자교육이 활성화되었다. 석유파동 이후에 소비생활과 관련한 제문제가 발생하였음에도 불구하고 '학습지도요령'상의 특징의 커다란 변화는 보이지 않았으나, 1980년대에 들어와서 방문판매, 악질상법, 다중채무자 및 개인파

<표 3> 전후 일본소비자교육의 동향

년도	주요골자(사회과교과, 가정과교과, 가정·기술과교과)
1945	GHQ설치(General Headquarters)
1946	식량 메이데이, 경제안정본부 발족
1948	불량성냥퇴치주부대회(주부련 결성), [아름다운 생활의 수첩]창간, 문부성교과서 [민주주의]에 [소비자보호]라는 항목이 등장
1951	일본생활협동조합연합회 발족
1955	(재)일본생산성본부 발족, 경제심의청을 경제기획청으로 개칭, 모리나가비소분유사건
1958	일본생산성본부, 경제시찰단 파견
1960	일본생산성본부, 『소비자교육실』 설치, 『구매능숙』, 『월간소비자』 발행, 일본생산성본부, 소비자교육전문시찰단파견, 가짜쇠고기통조림사건
1961	국민생활향상대책위원회 설치, (재)일본소비자협회 발족
1962	캐네디대통령교서발표(소비자의 4대권리), 살리도마이드사건
1963	국민생활향상대책심의회, [소비자보호에 관한 답신], 소비과학연합회설립
1964	생활학교운동 시작
1965	경제기획청, 국민생활국 설치, 국민생활향상대책심의회를 국민생활심의회로 개칭, 통산성산업구조심의회, [소비자의향의 활용과 소비자교육의 방향에 대한 답신], 효고현, 코베생활과학센터 개설
1966	국민생활심의회, [소비자보호조직 및 소비자교육에 관한 답신], 유리프수지에서 포르말린 검출
1967	사회교육주사강습에 처음으로 소과목으로 [소비자교육]이 추가됨, 문부성사회교육국 [지혜로운 소비자]를 텔레비전 방송
1968	소비자보호기본법 공포·시행, 제1회소비자보호회의
1969	지방자치법개정
1970	칼라텔레비전2중가격문제, 국민생활센터 발족, 일본소비자연맹설립위원회
1971	학습지도요령에 [소비자보호]가 삽입, 환경청설치,국민생활센터제공프로그램[당신과 생활]방송개시
1972	코베시, 소비자교육부교재 『생활과 소비』(초등학교5, 6학년대상)발행
1973	화장실휴지소통(물가이상)
1975	도쿄도, 소비생활조례공포, 도쿄도, 소비자교육부독본『소비자』(중학생대상), 포드대통령, [소비자교육을 받을 권리]를 추가
1976	방문판매법 공포·시행
1978	제1회 [소비자의 날]
1980	국민생활센터, 상품테스트·연수시설개소
1981	『정확한 눈』창간, 소비생활어드바이저 자격 발족, 일본소비자교육학회 설립
1983	IOCU일본국제세미나개최, 샐러리맨금융구제 2법 공포
1985	토요타상사사건
1986	국민생활심의회, [학교 소비자교육에 대하여]의 의견서를 제출, 참의원결산위원회에서 문부장관이 [학교소비자교육의 중요성]을 역설국민생활심의회, [학교 소비자교육에 대하여]의 의견서를 제출,
1988	경제기획청, [학교소비자교육의 새로운 시점]발표, 경제기획청, [소비자교육을 생각하는 연구회]가 소비자교육지원센터의 창설제언, 소비자보호기본법 제정 20주년 심포지엄(소비자교육의 추진에 대하여)가 개최, 리소스센터 설립구상준비위원회 발족, 경제기획청, 위탁조사 [학교소비자교육에 관한 종합조사]를 발표
1989	문부성, 신학습지도요령고시(제6차), 국민생활심의회, [소비자교육의 추진에 대하여] 의견서 제출
1990	(재)소비자교육지원센터설립, [NICE뉴스레터]창간, 소비자교육지원센터설립사업 [교사를 위한 소비자교육국제세미나]개최
1992	초등학교에서 신학습요령에 기초한 소비자교육 스타트, 초등학교저학년에 생활과교과 탄생
1993	중학교에서 신학습요령에 기초한 소비자교육과 스타트, 국민생활심의회, [제조물책임제도를 중심으로 한 종합적인 소비자 피해방지, 구제의 모습에 대해]답신
1994	고등학교에서 신학습요령에 기초한 소비자교육 스타트, 고교과정과교과의 남녀필수화, 제조물책임법 공포, 도쿄도, 소비생활조례개정, 새로이[소비자교육을받을권리]명기, 국민생활심의회소비자행정검토위원회보고공포
1995	용기포장제활용법공포--시행
1996	방문판매법개정
1997	요코하마시, 소비생활조례제정, [소비자교육을 받을 권리]명기, 소비자교육우량실천표창(학교대상)제1회수상자발표, 소비자교육우량실천표창(기업대상)모집개시
1998	특정비영리활동촉진법(NPO법)성립,문부성,신학습지도요령고시(제7차, 종합적인 학습의 시간/안전학교주5일제)
1999	정보공개법 성립,개정JAS법(모든 음식료품에 품질표시를 의무화)
2000	성년후견제도 실시, 개호(간병)보험실시, 소비자교육지원센터 창립10주년기념[소비자교육/경제교육/국제세미나]개최
2001	소비자계약법 시행

참조 : 西村隆男(2000), 『日本の消費者教育』 pp.181-182, 有斐閣 을 기초로 하여 작성

산자문제 등이 빈번히 발생하게 되자 특히 경험이 부족한 저연령층의 계약 및 거래와 관련된 소비자교육의 필요성이 자각되게 되었다. 그 이후 학교소비자교육에 일대전환이 찾아온 것은 1986년도에 국민생활심의회에 제출한 「학교소비자교육에 대하여」라는 의견서로서, 그 영향은 상당히 컸다.

제 6차 '학습지도요령'의 개정에 의해 가정과에서는 초·중·고등학교의 순으로 소비자교육내용이 강화되었다. 종래의 기술·가정교과 중에서, 남녀필수인 4영역에 소비자교육적인 요소가 강한 가정생활영역을 신설하였다. 보통교육 중에서 유일하게 성차를 인정해 온 교과였던 가정과에서, 초등·중등·고등학교의 남녀공통과목으로서 가정과교과를 도입하였으며 소비자교육과 관련된 내용이 양적, 질적으로 증대되어 소비자교육의 취지가 한층 강조된 것은 커다란 성과라 하겠다. 가정과교과의 '가정생활과 소비'라는 신단원에 '소비자로서의 자각'이 신설되었으며, 공민과로 세분화된 고교 사회과교과에서는 '소비자보호와 계약'이라는 새로운 단원이 생겨나게 되었다. 또한 제 6차 개정에 따라 일본소비자교육지원센터(NICE)가 설립되어 소비자교육의 발신기지로서의 역할을 수행하게 되었으며, 향후 일본의 학교소비자교육의 발전에 지대한 공헌을 하게 되었다. 일본소비자교육지원센터의 업무나 활동에 관해서는 다음 절에 기술하기로 한다.

그 후 1998년에 이루어졌던 제7차 '학습지도요령' 개정의 주요한 특징으로는, 학교 완전 주5일제의 실시 및 그에 따른 교과과정의 대폭적인 엄선, 그리고 초등학교 3학년부터 고교과정에까지 '종합적인 학습시간'이 새로이 설정된 것을 주요골자로 하고 있다. 절대적인 수업시간의 축소경향에 따라 교과내용의 재검토가 필요하게 되었고 과목간에 동일내용이 중복되는 것을 방지하기 위한 재편성작업이 이루어졌으며, 학습이 곤란한 단원에 대해서는 수정보완작업이 적극적으로 이루어졌다. 주당 2시간을 '종합적인 학습시간'으로 설정하여 국제이해, 정보, 환경, 복지 및 건강 등과 관련된 내용으로 배당하여 다룰 수 있도록 하였다. 제7차 개정의 결과, 사회과교과에서는 소비자교육관련내용이 대폭 축

소되었으며, 소비자교육과 관련된 내용은 가정과교과에서 주로 담당하게 되었다. 종래의 기술·가정과에서의 소비자교육내용이었던, '판매방법'이나 '소비자보호'에 대해서는 앞으로도 계속적으로 학습하는 것은 물론이고, 추가적으로 '자신의 생활이 환경에 미치는 영향에 대하여 생각하고, 환경을 배려한 소비생활을 궁리하는 것'을 새로이 지도하여야 할 내용으로 명시하고 있다. 제 7차 '학습지도요령'은 기존의 '학습지도요령'에서 결여되어 있었던, 환경·생명·생존 등에 대한 관심과 그에 대한 자각을 구체적인 형태로 도입하였다는 점에서 평가할 만하다.

한편 우리나라에서는 1955년도에 제 1차 교육과정이 도입되어 현재까지 제 7차에 걸친 개정작업이 이루어졌다. 개정의 내용은 당시의 사회상이나 요구에 따라 수정, 보완되었는데, 특히 2002년도부터 시행되는 제7차 교육과정에서는 국민공통기본교육과정을 도입함으로써, 그간의 초·중·고등학교간의 학교급별 차이에 따른 연속성 및 연계성의 부족을 보완하고자 하였다. 제 7차 교육과정에 있어서 초·중·고등학교에서의 소비자교육관련내용은 초등 5학년 실과교과(용돈관리하기, 생활환경 정돈하기), 초등 6학년 실과교과(자원활용하기, 집안환경가꾸기), 중등 2학년 기술·가정교과(자원의 관리와 환경) 등이 설정되었는데, 질적·양적인 측면에서 볼 때 소비자교육관련내용이 충분히 할애되어 있다고 보기는 어렵다고 할 수 있다. 한편 제 7차 교육과정에서는 재량시간이 신설 또는 확대됨에 따라 이 시간들을 유용히 활용해서 '살아가는 일'이나 '실생활의 문제'와 같은 소비자교육과 관련된 주제들에 대해 학생들이 자기주도적으로 상호학습할 수 있는 기회를 마련해주는 것도 바람직하다고 여겨진다. 이를 위해서는 학생들의 활동을 서포트할 수 있는 소비자교육관련 교사들에 대한 지속적인 정보제공 및 교육지원이 뒤따라야 할 것이며, 학교현장에서 용이하게 활용할 수 있는 다양한 주제를 다루는 소비자교육모듈 내지는 소비자교육프로그램이 개발, 홍보되어야 할 것으로 여겨진다.

3. 일본소비자교육지원센터(NICE)의 설립 및 학교소비자교육관련활동

1985년 5월에 교토(京都)에서 개최되었던 국제소비자교육심포지엄은 일본의 학교소비자교육이 더욱 발전하게 되는 계기로서의 역할을 하였다. 그리고 전술한 1989년의 제6차 '학습지도요령'의 개정으로 학교소비자교육이 강화되고 충실화되어야 함이 강조되고 이를 뒷받침 할 수 있는 중추적인 역할을 할 독자적인 기관의 필요성이 제기된 결과, 1990년에 재단법인 '일본소비자교육지원센터(National Institute on Consumer education, NICE)'가 설립되었다. NICE는 미국의 경제교육합동심의회(JECC)와 미시간소비자교육센터의 혼합형의 형태로 소비자교육의 리소스센터로서의 성격을 갖는 기관이다.

설립이후, NICE는 소비자교육정보를 발신하는 기구로서의 역할을 지속적으로 수행해 오고 있는데, 주요한 사업의 내용으로는 우량교육실천에 대한 표창이나 교육실천자료를 데이터베이스화하는 작업을 비롯하여, 소비자교육을 담당하는 교원을 대상으로 하는 강좌를 개최하고, 소비자교육지도법과 소비자교육교재를 개발하는 등과 같은 사업을 중핵적으로 담당해오고 있어, 명실공히 소비자교육의 리소스센터로서의 역할을 하고 있다(표 4, 표 5 참조). 기관지로서 『소비자교육연구』를 매월 발행하여, 소비자교육의 실천을 중심으로 한 연구자의 논문이나 행정과 관련된 정보를 각급 교원이나 행정기관에 배포하고 있다. 최근의 NICE의 활동사업 중에서 눈에 띄는 커다란 성과로는 『소비자교육사전』의 발행을 들 수 있다. 『소비자교육사전』은 각계의 연구자와 교원 및 소비자교육실천자가 총동원되어 수행한 협력작업으로, 교육·시장·정치·소비자문제·의식주생활·복지·환경 등의 모든 각도에서 소비자교육의 현상을 다룬 그야말로 소비자교육의 기본서라고 할 수 있다. 또한 NICE에서는 매년 8월을 '소비자교육주간'으로 정하여, 각종 심포지엄이나 세미나를 개최하고 있는데, 이 세미나에는 일본전국각지에서 소비자교육에 의욕을 가진 연구자와 학교현장의 교사들이 다수 참가하고 있다. NICE의 사업내용 중에

서 소비자교육에 관한 교수법이나 지도법, 교재의 개발사업은 다른 기관에서는 찾아볼 수 없는 NICE의 독자적인 사업이라고 하겠다. 그 성과물의 대표격으로는 <표 6>에 제시한 바와 같이 총 24유형의 실천적인 수업기술이 축적되어진 『소비자교육매뉴얼』의 발행을 들 수 있다. 이는 1990년에 NICE설립 기념사업이었던 「교사를 위한 소비자교육 세미나」에서 사용되었던 헤이든 그린 박사의 '소비자교육 교수법 A에서 Z까지'를 일본의 실정에 맞도록 수정, 보완한 것으로 알려져 있다. 또한 온라인상에서의 수업지도안을 작성하는 활동도 진행되고 있다.

NICE와 기업과의 관계에 있어서도, 기업의 우수한 소비자교육교재에 대한 표창제도(기업대상)를 1995년부터 시행하여, 지금까지 기업에서 작성한 교재 수십 점에 대하여 표창하였다. 기업 측에서 작성하는 소비자교육관련 교재나 자료는 무수히 많지만, 그들 중 대부분이 기업 측에 유리한 선전이나 홍보 또는 판매촉진의 목적으로 발행되는 경우가 많아서 학교소비자교육관계자나 소비자교육연구자가 사용할 만한 자료로서 납득하기 쉽지 않은 경우가 많은데 이러한 의미에서 보더라도 NICE로부터 우량 소비자교육교재로 판정을 받는 의미는 크다고 할 수 있다(西村陸男, 2001).

위에서 살펴본 바와 같이 NICE는 일본의 소비자교육 특히 학교소비자교육의 활성화에 막대한 영향을 끼치고 있다. 그러나 NICE는 지리적으로 일본의 중심지에 위치하고 있어 지방각지에까지 보다 원활히 학교소비자교육이 추진되기 위해서는 각종자료를 정비한 센터가 지방각지에도 설립되어야 할 것으로 여겨진다. 그리고 국내외의 교사 및 연구기관간의 네트워크가 구축되어야 할 것이며 NICE가 산업계, 소비생활센터 등을 연결하는 중심으로서의 역할이 더욱 강화되어야 할 것이다.

한편 우리나라에서도 소비자교육을 더욱 강화하고자 하는 노력으로 한국소비자교육지원센터가 2002년도 1월에 설립되었다. 이제 막 걸음을 걷기 시작한 첫 돌배기 등 센터는 우리나라 소비자교육의 구심적인 역할을 할 것으로 기대되며 이를 위해서는 관계기관 및 기업의 협조가 뒤따라야 할 것이

〈표 4〉 일본소비자교육지원센터의 설립목적 및 주요 사업내용

설립목적	청소년을 대상으로 하는 소비자교육에 관한 조사연구 및 각종사업을 실시함에 있어, 소비자교육을 종합적, 효과적으로 추진하고 지원할 것
사업	①소비자교육에 관한 조사연구 ②소비자교육에 관한 연구회, 연수회, 심포지엄 등의 개최 ③소비자교육에 관한 지도자 매뉴얼 및 교재의 작성, 배포 ④소비자교육에 관한 국내외의 정보네트워크의 구축 ⑤기타

참조: (材) 日本消費者教育支援センター(1996), 『消費者教育(政策/答申)』 p.387

〈표 5〉 일본소비자교육지원센터(NICE)의 주요 학교소비자교육관련활동

사업명	활동내용
소비자교육 심포지엄의 개최	경제기획청, 문부성, 개최지 토도후켄(정령지정도시) 및 교육위원회의 후원에 의해, 기초강연·사례보고·패널디스커션 등을 내용으로 매년 3-4회 개최되고 있으며 2002년 3월에는 소비자와 자립이라는 주제로 세미나가 개최되었다.
교사를 위한 소비자교육세미나개최	미국 미시간소비자교육센터의 협력하에 장래 각 지역에서 활동할 소비자교육의 교원양성과 관련한 리더적인 활동을 할 인재를 육성하기 위한 목적으로 개최되었다. 소비자교육개론, 교수법, 지도안의 작성, 교재작성 등을 내용으로 하였으며 평성 2년 8월 20일부터 24일에 걸친 기간동안 초, 중, 고등학교의 교사 및 지도주사 약 45명이 참가하였다.
미일소비자교육 세미나의 개최	와세다대학교 공동으로 주최하여, 미국 미시간소비자교육센터 소장 등을 강연자로 초빙하였다. 소비자중시와 소비자교육을 테마로 한 세미나를 평성2년8월27일에 개최하였는데 약 160명이 참가하였다
「교사를 위한 소비자교육세미나」 관련비디오 테이프의 작성	평성2년의 소비자교육 세미나를 비디오로 수록하여, 교원양성용으로 편집,작성(기초편 및 응용편)하였다. 평성3년도의 강좌자료로서 각 45분짜리 10종류의 비디오테이프를 기획하였고, 그 외에도 소비자교육사업의 주지를 철저히 하기 위한 비디오테이프[움직이기 시작한 소비자교육]가 작성되었다. 이 비디오테이프는 각 행정단위의 소비생활센터와 교육위원회 등에 배포되었으며 일반인의 대출에도 응하고 있다
소비자교육 출강강좌의 개최	각 지역에서 소비자교육에 관여하는 교원에 대한 지원 및 소비자교육의 네트워크를 확대하기 위한 목적으로 평성 3년 2월부터 개최되었으며 평성 3년 12월까지 12회 개최되었다. 동 강좌는, 소비자교육에 관심을 가진 교원을 대상으로 최소 8명의 요청이 있을 경우, 동 센터의 직원이 출강하여 강좌를 개최한다. 강좌의 커리큘럼으로서, 상기 비디오테이프에 의한 학습과 강의, 그룹학습, 작업학습의 조합으로, 실제로 지도안을 작성하는 것까지 목적으로 한다.
소비자교육지도매뉴얼, 교재연구개발 사업	체계적, 효과적인 소비자교육방법을 개발하고, 소비자교육의 효과적인 실시를 꾀하기 위한 목적으로 진행되고 있으며 AV기구나 컴퓨터, 시청각교재, 역할극, 게임을 활용한 지도방법의 개발 등에 관한 조사연구를 하고 있다.
데이터베이스 구축사업	소비자교육을 보급하고 추진하기 위하여, 소비자교육관련자료문헌 및 교육실천가, 연구자 등에 대한 국내 및 해외정보의 데이터베이스화를 구축하고 있다
경제기획청 위탁사업	고등학교에서의 모델적인 소비자교육교재(부독본 및 매뉴얼)및 파이롯트수업, 연수회에 의한 소비자교육의 지도방법을 개발하는 것을 목적으로 하여, 경제기획청의 수탁사업[학교소비자교육의 지원방책조사]을 실시하여, 고교생을 대상으로 한 소비자교육부독본[당신이 주거의 주인이 되기 위하여]을 작성하였다.
문부성위탁사업	유아를 대상으로 한 소비자교육교재로서 종이연극(변신랜드에 가자!(자원의 재활용을 주제로 한 것)을 작성하여, 유치원 등에 강사를 파견하여 소비자교육을 실천하고 있다.

참조: (材) 日本消費者教育支援センター(1996), 『消費者教育(政策/答申)』p.387

〈표 6〉 『소비자교육매뉴얼』에 활용된 지도기법의 분류

분 류	기법명
A	학습행동적인 방법 그룹활동 게임 실험/실습 시뮬레이션 토론 프로젝트학습 문제해결학습 역할놀이
B	사례활용적인 방법 잡지/팜플렛의 활용 시청각매체의 활용 소비자관련기관의 활용 신문의 활용 컴퓨터의 활용
C	조사활동적인 방법 설문조사 사례연구 시험구매테스트 자유연구/보고서작성 조사활동
D	교실외활동법 인터뷰 외부강사의 활용(사회인강사) 견학/교실외활동 지역활동참가
E	지시적인 방법 게시/전시실물제시법

참조: (材)日本消費者教育支援センター(1998), 『消費者教育マニュアル(3訂版)』 p4

다. 그리고 소비자교육 연구자 및 교사들, 그리고 소비자교육에 관심있는 보다 많은 이들의 활발한 연구활동이 수행되어야 하며, 성과의 보고 및 정보의 공유, 상호교류 더 나아가서는 이 분야에서의 국제 교류 등의 활동도 수반되어야 할 것이다.

III. 일본 학교소비자교육의 구체적인 활용사례

아래에 제시한 바와 같이 일본소비자교육지원센터에서 개발된 『소비자교육매뉴얼』(표 6 참조) 상에 제시된 지도기법이 실제로 어떤 형태로 수업에 활용되는지에 관한 사례를 소개하고자 한다. 『소비자

교육매뉴얼』에는 ‘학습지도요령’과 매뉴얼지도안과의 관계를 함께 제시하고 있는데, 고교 가정과교과를 예로 제시한 것이 〈표 7〉의 내용에 해당된다. 『소비자교육매뉴얼』에서 각 지도기법은 (1) 소비자교육과의 관련 (2) 학습활동연구의 포인트 (3) 교재 및 제재의 예 (4) 지도계획안의 예를 함께 제시하고 있다. 여기서는 〈표 6〉과 〈표 7〉에서 음영으로 표시된 부분((2)가정경제와 소비에 대한 매뉴얼지도안 중, 지도기법 15(자유연구/보고서작성)의 활용부분에 대한 내용만을 간추려서 소개하고자 한다.

1. 구체적인 사례의 소개 (하나), (지도기법 15. 자유연구/보고서 작성)

1) 소비자교육과의 관련

개인의 흥미나 관심에 따라 조사하여 정리한 것을 일반적으로 [자유연구]라고 한다. 학습의 발전으로서 교실 밖에서 행해지는 경우가 많다. 따라서, 조사대상을 넓게 사회현상에 두는 것이 가능하다. 그러므로, 소비생활에 관한 문제나 과제를 조사하거나 분석하는 것이 가능하다. 또한 발표나 전시의 장을 두는 것에 의해, 전달상태를 의식한 정리가 요구되어진다. 즉, 표현능력을 기르는 기회가 되기도 한다.

2) 학습활동연구의 포인트

- 지도자는, 교과학습 중에서 자유연구에 대한 의욕을 부여하는 것을 중요시한다
- 발표에 있어서는, 숫자나 도표, 사진 등을 이용하여 상대에게 잘 전달될 수 있는 방안을 모색하게 한다.
- 개인의 흥미나 관심에 맞추도록 개별지도시간의 확보가 필요하다.

3) 교재 및 제재의 예

1. 「소비자구제의 분석」- 소비생활센터에 접수된 상담현상을 조사, 분석하게 한다.
2. 「에코마크(eco-mark) 상품의 가격」- 에코마크의 종류와 가격을 조사하여, 환경보호의 소비자부담에 대하여 생각하게 한다.

<표 7> 고교 「가정교과」

과목	내용	매뉴얼지도안의 예
	(1)가족과 가정생활 1)가정의 기능과 가족관계 2)가족의 생활과 가족경영 3)생활설계 4)고령자의 생활과 복지 (2)가정경제와 소비 1)가정의 경제생활 2)소비생활과 소비자로서의 자각 3)생활정보의 활용 (3)의생활 설계와 피복제작 1)피복재료와 피복관리 (4)식생활 설계와 조리 1)가족의 식사와 영양 2)식품의 특질과 선택 (5)주생활의 설계와 주거의 관리 1)주거의 기능과 주생활의 설계 2)거주성과 주거의 관리 (6)홈프로젝트의 실천과 학교 가정클럽 활동	문제해결학습[고령자의 간병과 서비스] 자유연구, 보고서 작성[시장에서의 소비자] 게시/전시[신용카드] 잡지의 활용[산악자전거의 선택] 실물제시법[통신판매] 실험/실습[콩의 가공] 시험구매테스트[가공품의 구입] 프로젝트학습[소비생활을 개선하는 프로젝트의 계획과 실천]
생활일반 생활기술	(1),(2),(7) 공통	상기내용(1)(2)(7)에 해당

참조: (材)日本消費者教育支援センター(1998), 『消費者教育マニュアル(3訂版)』 p.11

- | | |
|---|--|
| <p>3. 「신용카드에 의한 자기파산」- 자기파산의 사례를 조사하게 하여, 소비자측과 기업측의 문제점에 대하여 생각하게 한다</p> <p>4. 「기업교재와 소비자단체의 정보비교」- 동일상품에 대하여 기업과 소비자단체가 만든 자료를 비교분석하게한다.</p> <p>5. 「국토환경을 지킨다」- 학교주변의 환경에 대하여 과제별로 그룹을 짜서 조사하여, 발표하도록 한다.</p> <p>6. 「소비자문제를 탐구한다」- 소비자문제를 조사하여, 신문이나 뉴스만들기를 통해 발표하도록 한다.</p> <p>7. 「쓰레기문제~포장을 생각한다」- 주변의 상품의 다양한 포장상태를 조사하여, 쓰레기와 포장의 관계에 대하여 생각하는 자료로 활용한다.</p> <p>4) 지도계획안</p> <p>1. 대상학년 및 교과: 생활일반(고교가정과)</p> | <p>2. 테마(제재) 시장에 있어서의 소비자-소비자로서의 자각에 관한 보고</p> <p>3. 지도계획
-가정의 경제설계 1시간
-예산생활 1시간
-구입과 소비 1시간
-시장에서의 소비자 1시간</p> <p>4. 지도과정(본시)(표 8)</p> <p>5. 평가
- 구매실패담을 가지고, 소비자측, 판매자측, 양측의 문제점을 나누어 생각한다
- 자립한 소비자로서의 자각,태도에 대한 보고서의 정리가 가능해진다.</p> <p>6. 지도안에 대하여
- 본 지도안은 히로시마대학부속 후쿠야마고등학교 코바야시교사가 발표한 것을 일부, 수정, 가필하여 작성한 것이다.</p> <p>참조: (材)日本消費者教育支援センター(1998),</p> |
|---|--|

<표 8> 지도과정(본시)

	지도내용	학습활동	시간	지도상의 유의점	교구, 자료
도입	1. 소비행동을 들 이켜본다	사전조사를 바탕으로 해서 구매 의 실패담을 그룹단위로 토론하 고 요약하여 카드에 기입한다	15분	조사결과를 어떻게 보고서에 정리할지 조언을 하면서 지도 한다	카드 다수
전개	2. 소비자의 역할 과 권리 3. 소비자로서의 자각(권리와 의 무)	카드를 다음의 2가지관점으로 나 누어서발표한다 1)소비자측의 행 동에 문제가 있는 경우 2)판매자 측에 문제가 있는 경우-소비자의 권리에 대하여 설명을 듣는다 자 립한 소비자로서의 마음가짐에 대하여 노트에 정리한다	20분	칠판을 이용하여, 그룹발표를 2 가지 관점에서 정리하여, 소비 자의 역할과 권리에 환기하도 록 한다 소비자권리와 책임에 대하여 소비자 보호기본법을 제시하면서 정리한다권리뿐 아 니라 의무에 대한 자각이 필요 하다는 것을 조언한다	OHP, 마크펜 프린트물준비 소비자보호기 본법과 소비자 의 4대 권리에 대하여
정리	4. 앞으로의 생활	보고서 제출에 관하여 확인한다	5분	필요자료를 준비하는 등 과제 물에 대하여 필요한 준비를 충 분히 주지시킨다	보고서 용지

『消費者教育マニュアル(3訂版)』pp.89-91

IV. 맺는 말

2. 구체적인 사례의 소개 (둘)

다음은 일본전국에서 응모된 소비자교육실천표창응모사례 중에서 2000년도에 최우수상을 수상한가와무라(川村桂子, 2000)교사의 작품이다. 여기서는 지면제약상 본시학습지도안을 중심으로 하여 실천사례의 일부분만을 발췌하여 소개하고자 한다.(표 9)

상기 사례의 개괄적인 내용은 다음과 같다.

주제: 풍요로운 마음으로 살아간다- 생활정보를 활용한 소비자교육실천-

목표: 소비자로서 주체적으로 살아갈 능력과 태도를 기른다

교과: 가정과교과 「가정일반」

단원명: 「가정경제와 소비」 분야

대상학년: 고교 1학년

- 본 지도안은 토쿠시마현립고등학교 카와무라교사와 3인이 작성한 수업실천사례전문의 일부이다.

참조: (材)日本消費者教育支援センター(2000)

『消費者教育實踐表彰事例集 II』 pp.1-10

이상에서 살펴본 바와 같이 일본의 학교소비자교육은 소비자행정의 주도 하에 구체적으로 추진되기 시작하였다고 볼 수 있다. 그러한 과정을 거친 이유로, 소비자행정이 기대하였던 내용인 즉, 소비자피해 및 문제를 미연에 방지하려는 교육과, 학교교육의 철학인 인격형성에 중점을 두는 교육과의 사이에서 일부 부조화를 초래하기도 하는 등 주체간의 약간의 마찰이 있기도 하였다. 그러나 학교소비자교육의 중요성에 대한 인식에는 동의하여 왔으며 소비자교육의 목표를 구현하기 위해 상호협력 내지는 보완하는 과정을 거치면서 오늘에까지 이르게 되었다. 소비자교육의 본질이 소비자능력의 육성과 향상이라고 하는 영원한 주제이므로 소비자교육은 계속적으로 학습하여야 하는 성격을 띤다고 하겠다. 그 중요성과 기대치에 비해 학교소비자교육이 원활히 수행되기에는 현실적으로 어려운 과제를 많이 내포하고 있으면서도, 주체적인 문제해결체험학습이 도입됨에 따라 오히려 학교교육은 소비자교육의 바람직한 교육형태로써 자리 매김하고 있다.

학교소비자교육의 목표를 구현하기 위해서 구체적으로 전개해야 할 소비자교육방법 역시 해결해나가야 할 과제로 대두되는데, 일본의 학교소비자교육

<표 9> 지도과정(본시)

구분	지도내용	학습활동	시간	(·)지도상의 유의점 ()평가의 관점	비 고	
도입	본시목표의 확인	· 소비생활에 관한 과제의식을 가진다 · 각조의 학습과제를 발표한다	10분	· 전시와의 관련을 언급한다. · 일상과 밀접한 주제로 관심을 환기한다. · 각자에게 조별 학습과제에 대해 인식시킨다.	설문지 정리	
전개	· 실습 ① 「소비생활센터」의 활동	· 조별로 실습계획을 상의하여 확인한다. · 각 행정단위 별 소비생활센터의 활동을 파악한다.	30분	· 전원이 실습에 참여할 수 있도록 계획을 세운다. · 건축자가 이해한 활동을 구체적으로 소개한다. ◇ 체험내용을 제대로 전달할 줄 아는가 · 계약서작성의 실습을 통해, 계약자에게 책임의 중대함을 재고시킨다. · 신용카드사용의 실태를 알려, 소비생활이 자기파산상태에까지 치닫지 않도록 주지시킨다. ◇ 계약에 대해 이해되었는가. · 생활관습병에 대한 예방의식을 높인다. · 식중독예방의 중요성을 인식시킨다. · 표시를 이해하고, 생활에 유용한 상품 구입을 촉진한다. ◇ 안전의식을 고양했는가. · 재활용에 대한 소비자의 역할과, 실천 가능한 활동에 대해 확인시킨다. · 다이옥신발생방지 등, 사회문제의 해결책을 강구한다. ◇ 소비자로서 환경문제를 염두에 두어, 보호하기 위한 실천력을 길렀는가. · 소비자보호의식에 대해 환기시킨다. · 소비자문제의 역사적배경을 이해하고, 소비자의 대응에 대해 생각한다. ◇ 자립한 소비자로서 권리 및 책임을 다하기 위해 적극적으로 학습했는가. · 일상생활의 생활정보를 분류시킨다. ◇ 생활정보의 활용방법을 이해하고, 적절한 소비행동에 이용될 수 있는 견해를 가지게 되었다. · 단지,장기의 경제생활구강을 세울 동기를 부여한다. ◇ 경제생활과 관련된 꿈을 계획할 수 있는가. · 이해도가 낮았던 문제에 대해서는, 개별지도를 행한다(공민과교사담당) ◇ 지식인지도를 파악하여, 금후의 학습과제에 대한 확인이 가능했는가.	VTR TV채널 팸플렛 계약서 확대제시장치 프린터 시외지도	
	② 신용카드계약	· 계약서작성의 포인트를 이해하고, 실습한다. · 현금지급기(ATM)의 설치상황을 확인하고, 실태를 파악한다.		· 신용카드사용의 실태를 알려, 소비생활이 자기파산상태에까지 치닫지 않도록 주지시킨다.	식품제시패널 살균제등 안전교육진단표	
	③ 식품안전, 식품위생	· 상품표시를 읽는다. (인스턴트식품의 성분, 살균제등의 성분)		· 안전의식을 고양했는가.	· 생활관습병에 대한 예방의식을 높인다. · 식중독예방의 중요성을 인식시킨다. · 표시를 이해하고, 생활에 유용한 상품 구입을 촉진한다.	식품제시패널 살균제등 안전교육진단표
	④ 환경보호와 재활용	· 용기포장재활용법(法)에 있어서 소비자의 역할을 확인한다. · 재생용품이용의식을 고양한다(pet병으로부터 아크릴섬유를 재생실험)		· 재활용에 대한 소비자의 역할과, 실천 가능한 활동에 대해 확인시킨다. · 다이옥신발생방지 등, 사회문제의 해결책을 강구한다.	· 생활관습병에 대한 예방의식을 높인다. · 식중독예방의 중요성을 인식시킨다. · 표시를 이해하고, 생활에 유용한 상품 구입을 촉진한다.	PET 병 재생장치 다이옥신패널 (현(縣)제작)
	⑤ 소비생활관련법률	· 소비자보호기본법 등을 읽는다. · 소비자문제를 연표로 확인한다 · 소비자문제에 관한 상담창구를 인지한다		· 소비자보호의식에 대해 환기시킨다. · 소비자문제의 역사적배경을 이해하고, 소비자의 대응에 대해 생각한다.	· 생활관습병에 대한 예방의식을 높인다. · 식중독예방의 중요성을 인식시킨다. · 표시를 이해하고, 생활에 유용한 상품 구입을 촉진한다.	변호사회 팸플릿
	⑥ 소비생활관련 생활정보의 수집	· 자기파산의 실태를 안다. · 정보획득방법을 안다(인터넷, 정보지등)		· 자립한 소비자로서 권리 및 책임을 다하기 위해 적극적으로 학습했는가. · 일상생활의 생활정보를 분류시킨다. ◇ 생활정보의 활용방법을 이해하고, 적절한 소비행동에 이용될 수 있는 견해를 가지게 되었다.	· 생활관습병에 대한 예방의식을 높인다. · 식중독예방의 중요성을 인식시킨다. · 표시를 이해하고, 생활에 유용한 상품 구입을 촉진한다.	컴퓨터, 각종 정보지
	· 꿈계획(자주 학습) · 생활경제에 관한 지식(공민과교과와의 연계지도)	· 장기, 단기의 인생에 걸친 꿈을 계호한다. · 생활경제에 관한 지식의 이해도를 확인한다		· 단지,장기의 경제생활구강을 세울 동기를 부여한다. ◇ 경제생활과 관련된 꿈을 계획할 수 있는가. · 이해도가 낮았던 문제에 대해서는, 개별지도를 행한다(공민과교사담당) ◇ 지식인지도를 파악하여, 금후의 학습과제에 대한 확인이 가능했는가.	· 생활관습병에 대한 예방의식을 높인다. · 식중독예방의 중요성을 인식시킨다. · 표시를 이해하고, 생활에 유용한 상품 구입을 촉진한다.	일본은행발행의 [꿈 계획] 생활경제 Q & A(NICE)
정리	· 본시정리 · 차시예고	· 「소비자로서 풍요로운 마음으로 살기 위해」서는 어떻게 하면 좋은지 각 조별로 토론한다. · 차시예고	10분	· 각 조의 실습에 대한 반성, 금후의 과제에 대해 발표시킨다. · 실습전후의 소비자의식의 변화를 발견할 수 있다.	· 「당신은 어떤 소비자!?(NICE)	

의 운영은 학생들의 실생활과 밀접한 사건이나 일 등을 교육의 소재나 교재로써 활용하되, 학생들에게 자주적, 주체적으로 사고하게 하여 그들의 판단력을 고양시키는 방향으로 응용, 운영되고 있다. 우에나에(植苗竹司, 1993)는 학교소비자교육을 보다 친근하고 이해하기 쉽도록 하기 위한 캐치프레이즈를 제안하기도 했는데, '친근한 소재, 즐거운 수업, 시민의 육성'이 그것이다. 즐거운 수업이란 학생이 주체가 되는 수업을 의미하며, 지도법과 함께 사용되는 교구는 풍부하면서도 참신할 것이 요구된다. 지도법과 교구를 적절히 활용해서 즐거운 소비자교육을 전개해나갈 것이 기대된다고 언급하였다. 소비자시민을 육성하기 위한 교육은 친근한 소재, 즐거운 수업을 전개해가면서 높은 이념의 실현을 목표로 하고 있다. 충분한 정보와 합리적인 판단에 근거하여 스스로 책임을 다하면서 행동하는 시민은, 민주주의의 기반 그 자체일 것으로 여겨지며 그렇기 위해서는 소비자 한 사람 한 사람의 자각이 필수 불가결하다고 하겠다.

가정교과교과를 중심으로 하여 진행되기 시작한 일본의 학교소비자교육의 주제는 '구매기술'과 '정보제공'을 중요시하던 관점에서 출발하였으나 점차 '합리적인 의사결정', '소비시민의식의 고양'을 강조하는 방향으로 변화하여 왔다. 학교교육에서 소비자교육을 중심으로 다루어왔던 교과인 일본 가정교과교육에서 요구되는 현대의 소비자교육은, 상품의 소비기술 뿐 아니라 오히려 그것을 통해 인간관계를 형성하고 생활과 문화를 어떻게 새롭게 창조해나갈 것인가에 대한 시점이 더욱 중요하게 대두되고 있다고 하겠다.

한편, 우리나라의 소비자교육을 생각해 보면, 소비자교육이 본격적으로 도입된 역사는 일본의 소비자교육에 비하여 비교적 짧은 역사를 지니고 있다고 볼 수 있다. 그러나 소비자교육에 대한 관심과 열정은 해를 거듭할수록 높아져왔으며 그 결과로써 소비자교육과 관련한 수준 높은 연구들이 대학의 연구자들을 중심으로 하여 많이 수행되었다. 그러나 우리나라의 소비자교육이론의 확립과 발전상황에 비추어 볼 때 소비자교육을 구체적으로 실천하는

방법론, 방안에 관한 검토는 아직 부족한 실정이라고 여겨지므로 이론을 뒷받침 할 수 있는 소비자교육프로그램의 개발과 구체적인 실천에 대한 보고가 계속적으로 수행되어야 하겠다.

학교소비자교육과 관련하여 보면, 우리나라의 학교소비자교육은 일본과 유사하게 단독교과로는 존재하지 않으며, 소비자교육의 요소가 도입된 교육커리큘럼이 운영되고 있다. 전술한 바와 같이 학교소비자교육은 그 중요성과 필요성에 대한 인식은 높으면서도 현실의 상황은 많은 부분에서 개선의 여지를 안고 있다고 지적되는데, 그 개선방안으로는 우선, 소비자교육을 담당하는 교사의 질적, 양적인 확충을 들 수 있겠다. 지금까지 학교현장에서 소비자교육과 관련한 내용을 다루어 온 중심적인 교과인 가정과, 사회과, 기술과의 교직과정학생은 물론이고 타교과전공의 교직과정학생들에게도 소비자교육과 관련한 기본적인 교과목의 이수가 가능하도록 교직과정커리큘럼을 조정하여 예비교사들로 하여금 소비자교육지도자로서의 자질을 함양하도록 도와주어야 할 것으로 여겨진다. 이는 특히, 소비자교육이 단독교과로 구성되어 있지 못한 상황에서 소비자교육과 관련된 내용은 다양한 교과활동을 통해서 자연스럽게 접하게 되는데, 이를 담당하게 되는 각 과목의 예비교사들에게 소비자교육을 이해하고 접근할 수 있는 기회를 마련해주어야 한다.

또한 예비교사들 뿐 아니라 현직교사들에게도 소비자교육과 관련한 연수를 개최한다든지 관련세미나에 참석하도록 적극적으로 홍보하고 배려해주어야 할 것이다. 이를 위해서는 구체적인 활성화방안이 마련되어야 하는데, 학교현장에서의 소비자교육 실천사례에 대한 공개발표의 장을 마련, 우수한 작품에 대해서는 표창하여 고무하고, 탁월한 소비자교육실천사례를 개발, 보유하고 있는 교사들에 대해서는 '소비자교육실천모범교사 인증제'와 같은 방안의 도입도 적극적으로 검토되어야 할 것이다. 연구 발표 등의 업적에 대해서는 성과급산정시 반영하는 등 어떤 형태의 인센티브를 보장해주어 현직교원들의 연구의욕을 고취시키는 방안도 제안된다. 그리고 관련정보에 대해서는 일선교사들에게 지속적으로

홍보하는 활동도 뒷받침되어야 할 것이다.

누구나 주체적으로 참여할 수 있는 일상생활의 문제를 다루는 학교소비자교육이 추진되어야 할 것이며 교육실천학으로서의 소비자교육이 체계화되고 그 방법이 확립되어야 한다고 여겨진다. 그러기 위해서는 실천적인 역할을 담당하는 측과 이론을 담당하는 측의 교류가 확대되는 것이 바람직하다고 하겠다. 지금까지 소비자교육의 이론화구축에 중심적인 역할을 해 온 연구자들과 학교현장에서 소비자교육을 실제로 담당하는 교사들이 연계한 상호교류의 장이 공동연구 등의 형태로 더욱 활발히 마련되어야 할 것으로 여겨진다.

최근의 동향을 보면 우리나라에서도 소비자교육을 지원하는 기관인 한국소비자교육지원센터가 2002년에 창립되었는데, 동 센터가 향후 우리나라의 소비자교육을 활성화시키는 교두보로서의 역할을 해 줄 것과 더불어 동 센터의 활발한 활동에 대해서도 기대와 관심이 높다고 하겠다.

우리나라보다 시기적으로 10여년 앞서 출발하였으며, 학교소비자교육의 구체적인 사례와 노하우를 계속적으로 개발하여 축적하고 있는 일본의 학교소비자교육에 대한 검토는 우리에게도 시사하는 바가 크리라고 여겨진다. 소비자교육에 대한 지속적인 관심과 이 분야에서의 한일간 상호교류가 더욱 요구되어지는 시점에 있다고 하겠다.

■ 참고문헌

- 권정원(2001). 고령자를 대상으로 하는 소비자교육에 관한 한일비교연구. 日本奈良女子大學大學院 博士學位論文
- 김영옥, 이기춘(2000). 초등학교소비자교육 내용의 변화 및 현황분석. 소비자학연구, 11(1), 1-22.
- 김영옥(2001). 초등학교 소비자가치관교육내용에 대한 분석. 한국가정관리학회지, 19(1), 205-219.
- 김홍삼(1999). 초등사회과 경제교육의 효율적인 교수-학습지도방안. 사회과교육. 진주교육대학교.
- 성영애 외(2001). 아동소비자의 화폐관리교육 프로그램-초등학교 고학년을 대상으로-. 한국가정관리학회지, 19(1), 111-129.
- 이기춘(2000). 소비자교육의 이론과 실제. 서울: 교문사.
- 이득연(1995). 학교 소비자교육의 교수, 학습방법. 한국소비자보호원 연구보고서, 95-05
- 이득연, 송순영(1992). 소비자교육의 교육내용 모형 개발연구. 한국소비자보호원.
- 이득연, 송순영(1993). 소비자교육내용 관련 교과서 내용집필방향. 한국소비자보호원 정책연구보고서.
- 이연숙(1997). 가정과교수법. 서울: 신광출판사.
- 임천순(1991). 경제교육의 내용개편과 소비자교육의 새로운 접근. 소비자문제연구, 8, 한국소비자보호원.
- 조영달 외(1994). 초·중·고등학교의 경제교육 관련 교육과정 및 교과서 분석. 국민경제연구소.
- 조도근(1993). 학교 사회소비자교육의 개선방안 연구. 소비자문제연구, 12, 한국소비자보호원.
- 최병모(1997). 사회과교육에서의 초·중·고등학교 경제교육 내용구성을 위한 연구-제7차 사회과 교육과정 개정과 관련하여-. 경제교육논단, 20-54.
- 植苗竹司(1996). 『日本消費者教育小史 -消費者教育(5)』. 良書普及會 [自治研究870號] 8月號.
- 今井光映, 中原秀樹(1994). 消費者教育學. 東京: 有斐閣.
- 西村隆男(2000). 日本の消費者教育. 東京: 有斐閣.
- 花城利枝子(1993). 東アジアの消費者教育. 東京: 消費者教育支援センター.
- 花城利枝子(1999). 消費者教育の基本原理に関する研究. 日本奈良女子大學大學院 博士學位論文.
- 消費者教育支援センタ(1998). 消費者學習の體系と支援方法. 東京: 消費者教育支援センタ.
- 消費者教育支援センタ(1998). 消費者教育におけるインターネットの活用. 東京: 消費者教育支援センタ.
- 消費者教育支援センタ-(1997). 消費者教育(政策, 答申). 東京: 消費者教育支援センタ.
- 消費者教育支援センタ-(1998). 消費者教育マニュアル

- (三訂版), 東京: 東京書籍印刷.
- 消費者教育支援センター(1993), 學校における消費者教育の實踐, 東京: 消費者教育支援センター.
- 消費者教育支援センター(1998), 消費者教育事典, 東京: 有斐閣.
- 經濟企劃廳國民生活局(1996), ハンドブック消費者, 東京: 大藏省印刷局.
- 柿沼利昭(1998), 學校における消費者教育の新展開, 東京: 消費者教育支援センター.
- 宮坂廣作(1995), 消費者教育の現代的課題, 東京: 消費者教育支援センター.
- 河野公子(1999), 教育課程改善の方向と家庭科教育の展望, 日本消費者教育學會會報 第19冊.
-
- (2002년 7월 29일 접수, 2002년 11월 15일 채택)