



高等学校

# 消費者教育指導事例集

平成26年3月

埼玉県教育委員会

## 目 次

	ページ
ごあいさつ	1
監修のことば	2
I 自立した消費者の育成を目指して	3
II 高校3年間で何を学ぶか	
1 各教科における消費者教育の関連表	4
2 消費者教育関連表の活用について	4
* 高等学校 各教科における消費者教育関連表	6
III 授業実践例	
(1) 公民科①	7
(2) 公民科②	12
(3) 家庭科①	17
(4) 家庭科②	22
(5) 家庭科③	28
(6) 家庭科④	33
(7) 情報科①	38
(8) 情報科②	43
IV 消費者教育の全体計画	
1 全体計画作成の留意点	53
2 全体計画の事例	54
V 外部講師の活用	
1 外部講師活用のガイドライン	60
2 講座リスト	61
3 講座実績	63
4 教材リスト	65
* 講座実施のための事前アンケート	66
資料編	
* 消費者教育の推進に関する法律（抜粋）	71
* 消費者教育の学習指導要領での扱い	72
* 実践報告会基調講演の記録	74
* 高校生の相談事例	84
* 相談窓口	87
推進委員メンバー	88

## ご あ い さ つ

平成 24 年 8 月 22 日、「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」が公布され、同年 12 月 13 日に施行されました。この法律は、消費者基本法（平成 16 年制定）に示された「消費者に対する教育の機会を提供すること」を基本理念とし、消費者の自立を支援するための手段として位置付けられ、かつ、消費者市民社会の形成に寄与する消費者の育成を目指しています。

消費者教育推進法成立の動きを踏まえ、県教育委員会では、平成 24 年度から高校における消費者教育推進のための取組を事業化し、高校生が自立した消費者として主体的に行動できる能力と態度を身に付けることを目標に、実践研究に取り組んできました。

高校段階が、学校において消費者教育を学ぶ最後の機会となる生徒も少なくない中、消費者として主体的に意思決定する能力は、高校卒業の頃までには身に付けることが望まれます。生徒の積極的な学びを引き出しつつ、将来、消費者として自立し責任ある行動をとれるようになる基盤を作り、また、公正かつ持続可能な社会の構築のために主体的にかかわる消費者市民としての自覚を促すことが重要です。

ここにまとめた研究成果が多くの学校で共有され、学校の教育活動全体の中で、教科をはじめとするさまざまな教育活動と関連付けながら、効率的、効果的に消費者教育を実践する工夫がなされることを期待しています。

結びに、積極的に事業にかかわり、授業実践に取り組んでいただいた先生方の熱意に敬意を表するとともに、研究を推進するに当たり、適切なアドバイスをくださった横浜国立大学教育人間科学部教授 西村隆男氏にこの場を借りて厚く御礼申し上げます。

平成 26 年 3 月

埼玉県教育局県立学校部高校教育指導課長  
高田 直芳

## 監修のことば

少子高齢化、ICT化、グローバル化の加速度的な進展、あるいは地球環境の保全が不可欠な現代社会の中で、消費者としての選択、購入、消費、廃棄、再生における自律的判断が、今ほど求められる時代はないと言ってよいでしょう。その目標とするところは、公正で持続可能な社会の実現に寄与する消費者市民の育成です。高校生自身も、市場の中の立派な一人の消費者です。

平成24年に制定された消費者教育推進法は、消費生活に関わる知識を身に付け、自らの行動に生かすことのできる能力や、公正で持続可能な社会を築くため、行動し発信できる資質を育むことを消費者教育と定義し、その推進を国や地方公共団体の責務としました。消費者教育は人間の生涯にわたり、さまざまな機会に行われることが必要ですが、推進法ではとくに学校教育における消費者教育を重視しています。その第11条で、「生徒の発達段階に応じて、学校の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するための施策を推進することを、都道府県や市町村に義務付けました。具体的には、先生方への消費者教育に関する研修や、消費者教育に関しての知識や経験を持つ人材の活用、教材の開発などが挙げられています。

埼玉県では、推進法制定の機運の中、立法化に先立って高校教育指導課に消費者教育推進委員会を設置されるという英断をされました。推進委員会では、教育委員会ならびに学校現場の校長先生および教科の先生方に加え、県消費生活支援センターからもご参加いただき、2年間にわたり議論を積み重ね、授業実践の交流を深めてこられました。

消費者教育の検討では、多方面に活用されている消費者庁の「消費者教育の体系イメージマップ」をベースとした『各教科における消費者教育関連表』を完成させましたが、これはまさに研究の集大成の一端と言えるでしょう。また、県立学校7校を研究校とした授業実践研究では、日常の多忙な教育現場では困難とされる教科間連携、外部講師活用、学校全体としての取り組みなどにも誠実に取り組み、教育委員会及び学校現場の委員の先生方のご尽力と共同作業には敬服するばかりです。

ここに、成果物として完成した本書が、県内の全学校、全教員の方々によって活用され、またご意見をお寄せいただき、さらに豊かな事例集へと発展されることをお祈り致します。最後に、本推進委員会の活動に楽しく参加させて頂きましたことに心より感謝申し上げます。

横浜国立大学教育人間科学部教授 西村 隆男

## I 自立した消費者の育成を目指して

食の安全・安心に関する問題、環境問題、悪質商法による被害や多重債務など、消費生活に関する社会問題は深刻である。さらに、インターネット通販、オンラインゲーム、SNS、ワンクリック請求などインターネット関連の相談が増加するなど、私たちの消費をめぐる環境はさまざま変化しており、消費者教育の重要性は、ますます高まっている。

平成 21 年 3 月に告示された高等学校学習指導要領では、公民科と家庭科において、消費者教育の充実が図られた。いずれの科目でも、消費行動の際の意思決定や消費者の自立といった実践的な学習が重視されている。また、持続可能な社会を目指す生活の工夫や生涯を見通しての経済計画の必要性について取り上げている。

これからの時代を担っていく高校生には、被害に遭わないことだけでなく、消費生活において批判的に思考し意思決定できること、消費が持つ影響力や消費者の権利と責任を理解し、それに沿った消費行動がとれることが求められる。

県教育委員会では、平成 24 年度から県立高校 7 校を研究校として指定し、家庭科、公民科、情報科の教員を中心に、2 年間にわたって消費者教育に関する授業実践研究を行ってきた。

高度情報化社会を賢く生き抜くためには、情報を読み解く力（メディアリテラシー）や通信サービスを適切に活用する力を身に付けさせることが重要であり、これからの消費者教育には情報科を含めた教科間の連携が欠かせないと考え、3 教科で研究を進めた。

研究の成果は、次の 3 点である。

### (1) 教科間の連携

公民、家庭、情報の消費者教育に関する学習内容を「消費者教育の体系イメージマップ」に示された 4 つの「重点領域」に分類して整理し、教科間の連携がイメージできるような関連表を作成し、教科の連携を意識した授業実践を行った。

### (2) 外部講師の活用の推進

より具体的、実践的な消費者教育を実践するために、企業や NPO など、専門的知識を有する外部講師を活用した授業に取り組んだ。

### (3) 学校全体での組織的、系統的な取組

消費者教育を効果的に推進するために、消費者教育をとおして生徒に身に付けさせたい力や目標を明確にした上で、学習する事柄とその時期を全体計画としてまとめた。

学校において、生徒に身に付けさせたい力はさまざまあり、消費者教育のためだけに特別な時間を設けることは難しい。消費者教育は、公民、家庭、情報の教科にかかわらず、学校の教育活動全体の中で、さまざまな教育活動と関連付けながら、効率的、効果的に実践されることが望ましい。

本事例集が各学校で効果的に活用され、自立した消費者育成の一助となれば幸いである。

## II 高校3年間で何を学ぶか

### 1 各教科における消費者教育の関連表

消費者庁が平成25年1月に、「消費者教育の体系イメージマップ」（以下、「イメージマップ」とする。）とその「活用ガイド」を公表した。

イメージマップでは、消費者教育が対象とする4つの重点領域と各領域で身に付けさせたい能力や態度を具体的に定めるとともに、発達段階（ライフステージ）ごとの学習目標を具体的に示している。発達段階は、幼児期、小学生期、中学生期、高校生期、成人期に区分され、成人期は、若者、成人一般、高齢者の3段階に区切られている。

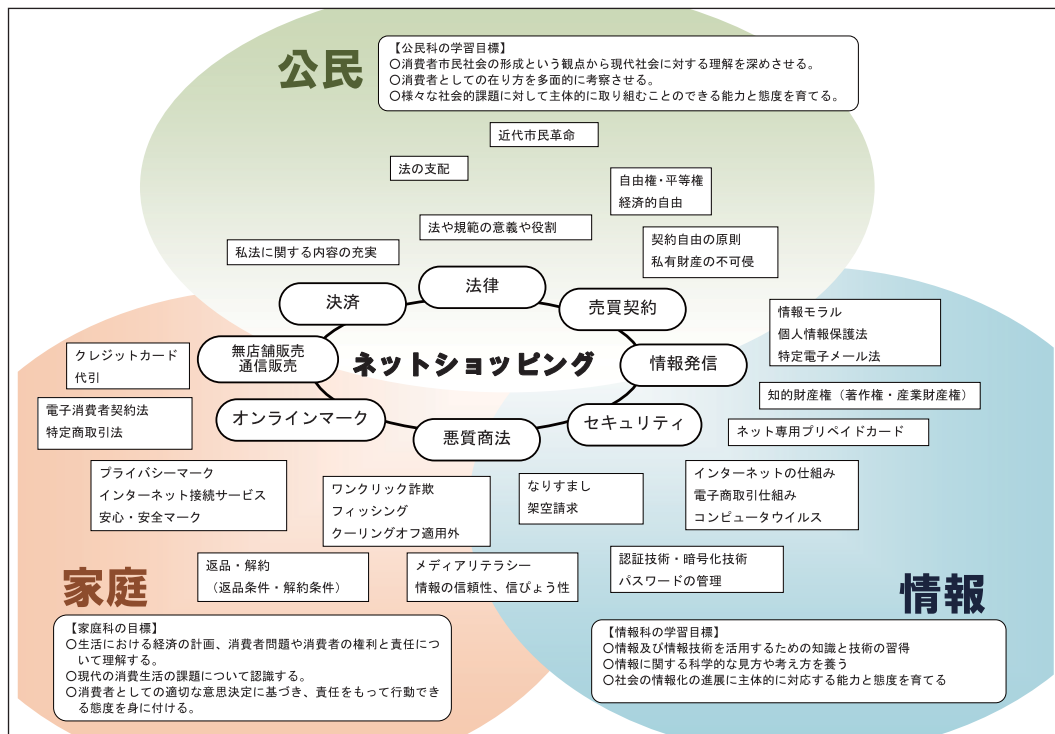
このイメージマップの高校生期の学習目標を取り出し、各教科の学習指導要領に示された高校3年間での消費者教育に関する学習内容を4つの重点領域に分類して整理したものが6ページの「高等学校 各教科における消費者教育関連表」（以下、「消費者教育関連表」とする。）である。

消費者教育関連表は、イメージマップの高校生期に身に付けるべき学習内容が、各教科の授業の中でどのように展開されるのかを明確にすることを目的としている。

なお、消費者教育関連表では、教科を公民、家庭、情報の3教科としているが、学校によっては、総合的な学習の時間で教科横断的に消費者教育に取り組んでいたり、理科や数学、専門教科など他の教科や学校行事等で消費者教育に関連する学習が行われている。各学校の状況に応じて、消費者教育関連表の教科を追加することも可能であり、柔軟な活用を想定している。消費者教育の視点で学習内容を捉えなおすことによって、さまざまな教科間で関連した授業を組み立てることが可能である。

### 2 消費者教育関連表の活用について

#### (1) 他教科との連携を考える



「ネットショッピング」を例にした教科の関連



「ネットショッピング」を例にとると、ネットショッピングに関連する学習内容としては、「法律」「売買契約」「セキュリティ」「情報発信」「悪質商法」「無店舗販売・通信販売」などが考えられる。図に示したように、それらの学習内容は単独の教科だけでなく、「公民」「家庭」「情報」など、いくつかの教科にまたがっていることがわかる。学校教育の中での消費者教育は、この「ネットショッピング」の例のように、複数の教科の学習の要素が関わっていることが多い。

各教科の授業は学習指導要領に定められた各教科の目標を達成するために計画、実施されている。そのため、高等学校の消費者教育は、各教科の学習目標を達成する中で、他教科との関連を意識しながら進める必要がある。

消費者教育関連表では、各領域に関する学習について、どの教科で、どのような内容を扱っているのかが一目でわかり、表を横に見ていくと、各教科の関連が整理できる。同じ領域を学習する教科が連携して授業を行うことで、生徒により印象深く、また効率よく理解させる学習が展開できる。教科担当者が消費者教育関連表を用いて、自分の教科と他教科の学習内容との関連を確認することで、教科間の連携を図っていただきたい。

例えば、契約については、公民では、その概念や契約に関する権利と義務について学習する。家庭では、契約の実際や消費者信用、具体的な契約に関するトラブルと対処法などを扱う。インターネット上での契約については、情報と関連付けて学ぶと、大変効率的である。

このように、各教科で題材を扱う視点は異なるが、学習の時期に連続性を持たせたり、学習のテーマに一貫性を持たせるなどの教科間連携を行うことで、知識の確実な定着を図るとともに、知識を活用する実践力を養うことが可能になる。

契約に関する学習部分	<b>安全</b> トラブル対応能力	<b>住生活の衛生と安全</b> 家庭内の事故防止、暮らしの中のマーク	<b>情報セキュリティ</b> <b>通信サービスの特徴</b> 電子商取引の仕組み SNS ネットオークション ネットセキュリティ ネットトラブル	○トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう ○適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールを活用について理解しよう	
	<b>生活の管理と契約</b> 選択し、契約することへの理解と考える態度 生活を設計・管理する能力	<b>市場経済の理念と契約</b> ～ 契約に関する権利と義務 ～ 契約の基礎知識 消費生活と法 雇用と労働問題	<b>消費者の権利と責任</b> 契約、消費者信用 消費者問題、悪質商法 キャッシュレス社会 消費者基本法 消費者契約法 消費生活センター	<b>モデル化とシミュレーション</b> 金利のシミュレーション	○主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう
	<b>情報と</b> 情報の収集・処理・発信能力	<b>家族と福祉</b> 家族の役割 社会保障制度	<b>ライフステージと経済計画</b> 生活設計、リスク管理（貯蓄、保険） 家計管理、社会保障制度	<b>情報とメディアの特徴</b> 情報の表現、伝達の工夫	○情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう
	<b>ネット社会と若者文化</b> 変化する社会に生きる青年 ⇒ ネットトラブル、SNS、バーチャル・リアリティ				

各教科の契約に関する学習内容

## (2) 重点学習項目や不足学習項目を把握する

消費者教育は、各学校の生徒や地域の実情に応じて、学校ごとに目標を定める必要がある。目標に基づいて、消費者教育のどの領域に重点を置いて学習を展開するかを検討し、全体計画を作成する。重点化する消費者教育の領域が明確になれば、各教科の指導計画は、その領域に関連する学習に重みを置けばよい。

また、各校で各教科の消費者教育に関する学習内容を整理した際に、空白の部分があるとすれば、消費者教育の学習内容に不足があると言える。その部分の学習を補強することで、改善につなげることができる。

# 高等学校 各教科における消費者教育関連表

各教科での消費者教育 消費者教育の重点領域	公 民	家 庭	情 報	消費者教育の学習目標
消費者市民社会の構築	<p><b>市場経済における消費者の役割</b> 需要と供給の法則における消費者の立場（機能） ⇒依存効果、情報の非対称性、消費者主権 市場原理が生命・環境に与える影響 ⇒開発と環境破壊</p> <p><b>公正で持続可能な社会の形成と消費者の役割</b> 現代の企業（企業の社会的責任） 日本の農業（食料自給率、地産地消、フードマイレージ） 発展途上国の経済（モノカルチャー、フェアトレード） 資源循環型社会の形成（グリーンコンシューマー） 情報社会の課題（メディアリテラシー）</p>	<p><b>衣生活と資源・環境</b> 5つのR 循環型社会</p> <p><b>日本と世界の食料事情</b> 食料自給率 フードマイレージ 地産地消 エコクッキング フェアトレード 食品ロス</p> <p><b>住環境と地域社会</b> シックハウス ソーラー発電 スマートハウス コレクティブハウス</p>	<p><b>社会基盤としての情報システム</b> ユビキタスネットワーク社会 ICタグ 電子マネー</p> <p><b>情報発信</b> コミュニケーション</p>	<p>○生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう</p> <p>○持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう</p> <p>○身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう</p>
商品等の安全	<p><b>消費者保護と消費者主権</b> 消費者問題（消費者をめぐるトラブル） 消費者を保護する制度 消費者主権</p>	<p><b>安全な衣生活</b> 皮膚障害、子供・高齢者の衣服</p> <p><b>食品の選び方と安全</b> 食品表示、食品添加物、遺伝子組換え食品、トレーサビリティ</p> <p><b>住生活の衛生と安全</b> 家庭内の事故防止、暮らしの中のマーク</p>	<p><b>商品安全における情報システム</b> トレーサビリティ</p> <p><b>情報通信ネットワークの仕組み</b> 情報セキュリティ</p> <p><b>通信サービスの特徴</b> 電子商取引の仕組み SNS ネットオークション 情報セキュリティ ネットトラブル</p>	<p>○安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう</p> <p>○トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう</p>
生活の管理と契約	<p><b>市場経済の理念と契約</b> ～ 契約に関する権利と義務 ～ 契約の基礎知識 消費生活と法 雇用と労働問題</p> <p><b>家族と福祉</b> 家族の役割 社会保障制度</p>	<p><b>消費者の権利と責任</b> 契約、消費者信用 消費者問題、悪質商法 キャッシュレス社会 消費者基本法 消費者契約法 消費生活センター</p> <p><b>ライフステージと経済計画</b> 生活設計、リスク管理（貯蓄、保険） 家計管理、社会保障制度</p>	<p><b>モデル化とシミュレーション</b> 金利のシミュレーション</p>	<p>○適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールを活用について理解しよう</p> <p>○主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう</p>
情報とメディア	<p><b>ネット社会と若者文化</b> 変化する社会に生きる青年 ⇒ネットトラブル、SNS、バーチャル・リアリティ</p> <p><b>高度情報社会の諸課題</b> 電子商取引 サイバー犯罪 (スクラサイト商法、ワンクリック詐欺) 情報発信における社会的責任 ⇒個人情報保護、表現の自由と公共性、ネチケット、管理社会 メディアリテラシー ⇒不当表示、やらせ、ねつ造、ステレオタイプ</p>	<p><b>消費行動と意思決定</b> 不当表示 情報リテラシー フードファディズム</p>	<p><b>情報とメディアの特徴</b> 情報の表現、伝達の工夫</p> <p><b>情報社会における法と個人の責任</b> 著作権、個人情報保護 サイバー犯罪</p> <p><b>情報モラル</b> 情報セキュリティ</p> <p><b>情報の信頼性、信ぴょう性</b> メディアリテラシー</p>	<p>○情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう</p> <p>○望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう</p> <p>○消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう</p>



### Ⅲ 授業実践例 — 公民科①

#### 高等学校公民科「現代社会」学習指導案

1 題材名 公正で持続可能な社会における消費者の役割「消費者市民社会とは何か」

2 題材設定の理由

(1) 生徒観

普通科3年

本校は就職希望者が半数以上を占めているので、進路実現に向けて基礎的な学習を中心に指導を行い、社会人としての基本的な資質を身につけさせることを重視している。消費者としての意識は希薄で、周囲に流されやすい傾向にある。また社会問題に対する関心も低い。

(2) 題材観

現在、国内総生産における消費者支出の割合が約6割に達し、消費者の行動が経済に与える影響が高まってきた。不公正な取引や企業の不正といった経済問題から地球環境問題まで、消費者が意識的に行動を起こすことで状況を改善できる問題も少なくない。そこで国は2012年に消費者教育推進法を制定・施行し、「消費者教育」を「消費者の自立支援」とともに「消費者市民社会の形成への参画」を促す教育と位置付け直した。本授業は、「消費者市民社会の形成への参画」というテーマを、「消費者市民社会」を「公正で持続可能な社会」ととらえることで、科目「現代社会」(3)「共に生きる社会を目指して」で展開するものである。「消費者市民社会」の学びを通して、身近な消費行動がよりよい社会の実現に向けた「社会的価値行動」となりうることを意識させて、「消費者市民」の自覚を促したい。

(3) 指導観

経済学習は抽象的で一般論に陥りやすいが、生徒の身近な消費行動からアプローチし、消費に関わる社会問題を、自分自身の問題として捉えることができるよう工夫する。また正義という社会的価値と関連付けることで、一人ひとりの行動がよりよい社会へ向けた価値行動であることを理解させていく。

3 指導目標

(1) 持続可能な社会の形成に向けた取組を「消費者市民社会」という社会像から理解するとともに、現代社会の問題点や課題を主体的に考察し、また経済活動を正義の実現という立場からとらえることができるようになる。

(2) 日常の消費行動を国際社会や地球環境との関連の中で理解することによって、国際的な感覚や未来世代に対する責任を練り上げ、持続可能な社会の形成者として必要な消費者市民という態度を育む。

#### 4 題材の評価規準

関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
個人の消費行動が社会に影響を与えていることを自覚し、自分の消費行動の社会的意義に気づくことができる。	消費者市民として、公正な立場から判断し、社会問題の解決に向けてどのような消費行動が可能か考えることができる。	消費者市民として社会問題の解決に向けた行動をとることができる。	消費に関連する社会問題を知り、消費者市民社会の意義を社会的正義の立場から理解している。

#### 5 指導と評価の計画（3時間扱い） ○・・・本時

指導項目	時間	学習内容	関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
消費者市民社会とは何か	①	・消費行動と社会問題 ・経済社会の変化 ・消費者市民社会 ・公正としての正義	個人の消費行動と社会のつながりに関心を持つことができる。	消費行動を公正な立場から判断し、社会問題と結びつけて考えている。		正義という社会的価値の意義を理解している。
消費者市民の取組（調べ学習）	2	・グリーンコンシューマー ・持続可能な社会の実現		どのような消費行動が社会問題の解決につながるか判断できる。	実生活において消費者市民として行動できる。	消費者市民の具体的な取組を理解している。

#### 6 本時の学習指導

(1) 題材名 「消費者市民社会とは何か」

(2) 本時の指導目標

各人の消費行動が公正で持続可能な社会の形成と結びつくことを理解する。

(3) 本時の展開（1/3時間）

	学習内容	時間(分)	学習活動	指導上の留意点 (指導と評価の工夫) ○は評価
導入	本時の内容確認 スライド*1 消費行動 スライド*2	10	・本時の内容を確認する  ・消費行動とは何か、身近な経験から考える	・「消費者市民社会とは何か」というタイトルを紹介し、その意味を学んでいくことを確認させる ・日常的に行われる消費行動にはどのようなものがあるか、また買う時に気になることは何かを各人の経験に基づいて考えさせる
	消費行動と社会問題 スライド*3  経済社会の変化 スライド*3		・消費行動と社会問題の関連を考察する  ・消費行動と社会問題の関連の深まりを理解する	・個人の消費行動の影響力を、個人レベル、国内レベル、国際レベルにわけて提示し、その広がりを意識させる  ○自分の消費行動がさまざまな社会問題と結びついていることに気づく 【思考・判断・表現】

展開	消費者市民社会 スライド 4	35	・消費者市民社会のあり方を知る	・消費行動と社会問題の関連が深まっていることを、「現代社会」の学習を振り返ることで理解させる
	公正としての正義 スライド 5		・消費者市民に求められる公正の意義を確認する	・消費者が社会をよりよいものへと変える「変革の主体」であることを理解させる ・ロールズの『正義論』から公正の意義を考えさせる ○ロールズの「公正としての正義」の考え方を理解することができる  【知識・理解】
まとめ	本時のまとめ スライド 6	5	・自分の消費行動を見直す ・プリントを提出する	・本時の授業を振り返り、自分の消費行動を見直させる ○自分の消費行動と社会問題のつながりを理解し、自身の問題として見直すことができる  【関心・意欲・態度】

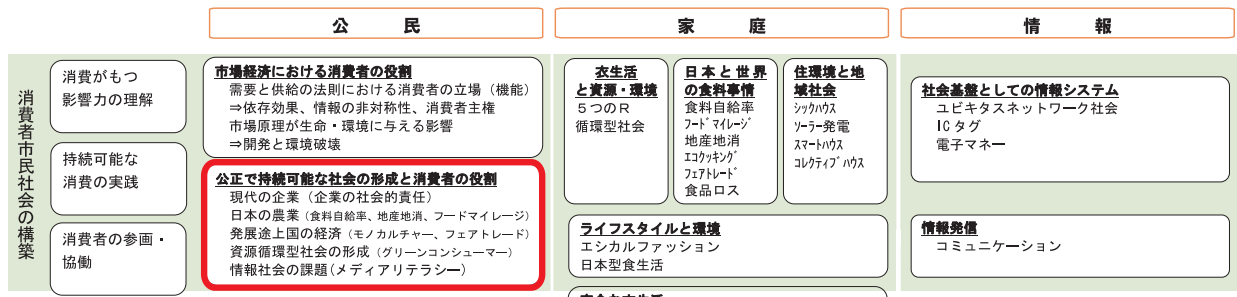
## 7 他教科との連携のポイント

### (1) 消費者教育の重点領域

消費者市民社会の構築

消費がもつ影響力の理解、持続可能な消費の実践、消費者の参画・協働

### (2) 他教科との連携のポイント



家 庭	情 報
<ul style="list-style-type: none"> <li>・家庭科でも持続可能な消費の実践について学習を展開している。消費と環境の単元はもとより、食生活、衣生活、住生活それぞれの単元で具体的な事例を通して、消費者が生活の中で活用する視点で問題を扱う。</li> <li>・例えば、食料自給率の低下やフードマイレージ、食品ロスといった現代の食生活の問題点を、自分の食生活と結びけて考えさせる。</li> <li>・さらに家庭科では、ホームプロジェクトに取り組みさせることで、自分自身の生活に生かし理解を深め、実践活動を通して自らの力をつけていくことができる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・流通の効率化など、持続可能な消費を支えるための社会基盤として様々な情報システムがあることを理解させる。</li> <li>・SNSなどを利用し誰もが個人で情報発信を行うことができる。消費者市民社会の実現に向け、一消費者が情報発信をすることにより社会が改善されるなど、SNSの長所について理解させる。また、デマの拡散などデメリットについても理解させる。</li> </ul>

8 具体的な展開

現代社会 消費者教育 スライド1

単元 ともに生きる社会を目指して

タイトル 消費者市民社会とは何か

\* 教科書(いろいろな)ページ

つぎこさん 「幸せな社会」をつくるために僕たち、何ができるだろうか？

リョウくん 大衆社会、消費社会、情報社会という言葉は勉強してきましたね。「消費者市民社会」という言葉は聞きなれないかもしれません。

\* 登場キャラクターはフリーソフト「キャラクターなんとか機」で作成したオリジナルです。

①導入部分 本時の内容確認

生徒の目線で日常の消費行動を考えていくことを印象付けるために、二人の高校生のやり取りを通して授業を進めていった。

現代社会 消費者教育 スライド2

タイトル 消費者市民社会とは何か

どれもとても大切なことだけど、これだけでいいのかな？ \* 社会とのつながりを考えてみましょう

Q2

- ・ 値段、品質、賞味期限、好み
- ・ 利用しやすさ、接客態度
- ・ 人気、話題性

Q1

電車・バス利用

商品

ジュース 弁当

携帯・スマホ使用

自分にとってメリットがあることだよな

②導入部分 消費行動

ワークシートの Q2 を生徒に発問し、生徒の答えがいずれも個人の視点からの判断であることに注意を向けさせた。

現代社会 消費者教育 スライド3

タイトル 消費者市民社会とは何か

僕が何かを買うことで、世の中の誰かが幸せになったり、不幸になったりする、ってこと？

商品	個人レベル	国内レベル	国際レベル
食品	食の安全性	食料自給率	南北問題
	食品ロス(残し、賞味期限)	児童労働	

□日本では(国内総生産)の約60%が(家計)によって消費されている。また「地球規模での関係が深まり(グローバル化)、さまざまな取引が国境を越えて盛んにおこなわれている。一人ひとりの(経済行動)が、国内さらには世界のあり方に大きな影響を与えるようになった。」

そうだよ リョウ君

③展開 消費行動と社会問題

家庭科との連携を意識し、食品を取り上げた。問題の背景に家計の消費の拡大やグローバル化があることを指摘し、学びを深めた。

現代社会 消費者教育 スライド4

タイトル 消費者市民社会とは何か

□消費者市民社会とは

- ・ 個人が、消費者市民の役割を通して、社会をより良いものへと作り変えていく社会

あなたの行動は、必ず誰かとつながっている。

□消費者市民とは消費者として、

- (1)客観的で公正な判断
- (2)他者・社会・環境への配慮

公正さ、ってどういうことだろう。

④展開 消費者市民社会

各人と社会とのつながりを意識させたうえで、本時のテーマ消費者市民社会を説明し、さらに正義について思索することを促した。

現代社会 消費者教育 スライド5

タイトル 消費者市民社会とは何か

□(ロールズの)「(公正)としての正義」

ロールズ先生の言葉を思い出してみ！

・ 不平等が存在するときは、その不平等によって利益を得た者は、社会のうちで(最も不利益)を被っているものに対し、その利益を配分しなくてはならない。

公正さ、ってどういうことだろう。

John Rawls Wikipedia

⑤展開 公正としての正義

ロールズの思想を消費者市民社会と結びつけて学び直すことで、ロールズ、消費者市民社会双方の理解を深めることを意図した。

現代社会 消費者教育 スライド6

タイトル 消費者市民社会とは何か

消費という毎日の行動を通して、日本や世界をより良い状態(誰もが幸せを実感できる)へと作り変えていく社会が、消費者市民社会である。

(フェアトレード)って聞いたことがあるな。

(適正な価格)での取引、のことだよな。

(許容できない暮らし向きから抜け出せる価格)

⑥まとめ 生徒の感想

「自分のことだけではなく社会のことなども考えていかないといけないと思った」など消費者市民の行動につながるものがあつた。

タイトル 「消費者市民社会とは何か」

組 番 氏名

Q1 あなたが毎日買っている商品（財・サービス）は何ですか

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Q2 あなたが商品を買う時に気をつけていることは何ですか

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

あなたの行動は、必ず誰かとつながっている。



考えてみよう！ 私たちが買っている商品はどんな社会問題と結びついているでしょうか

商品	個人レベル	国内レベル	国際レベル

□経済社会の変化

日本では（ ）の約60%が（ ）によって消費されている。また「地球規模での関係の深まり」（ ）によって、さまざまな取引が国境を越えて盛んにおこなわれている。一人ひとりの（ ）が、国内さらには世界のあり方に大きな影響を与えるようになった。

□消費者市民社会とは

- ・個人が、\_\_\_\_\_

□消費者市民とは

消費者が、(1) \_\_\_\_\_ (2) \_\_\_\_\_ できること

□（ ）の「（ ）としての正義」

・不平等が存在するときは、その不平等によって利益を得た者は、社会のうちで（ ）を被っているものに対し、その利益を配分しなくてはならない。

\*例えば（ ）：（ ）で取引

→生産者が（ ）で取引する。

■□授業の感想・意見□■

.....

.....



### Ⅲ 授業実践例 — 公民科②

#### 高等学校公民科「現代社会」学習指導案

1 題材名 「消費者問題と契約」～市場経済とのかかわりから考える～

2 題材設定の理由

(1) 生徒観

何事にも前向きに挑戦する生徒たちで、クラスの雰囲気は非常に明るい。今回の単元に関する内容は一部の生徒は選択科目で既に学習している。多くの生徒が卒業後すぐに社会に出るが「契約」についての関心は低い。また、自らが消費者として社会に影響を与えている存在であるという意識は薄い。

(2) 題材観

従来、消費者教育といえば「キャッチセールス」「アポイントメントセールス」などの悪質商法と消費者保護の観点から「クーリングオフ」に関する知識を取り扱ってきた。このような問題の根本にあるのが「契約」に関する知識であるが、その知識については大人でも意識をしていないのが現状である。

そこで、市場経済の理念を取り上げ、所有権の移転に関する内容と契約を結びつけることで、契約の知識について深めさせたい。また、自らの消費行動は他者や環境に対して影響を及ぼすことを身近な問題から考察させたい。

(3) 指導観

学習内容をできるだけ身近な事柄と関連づけ、生徒が自身の問題として捉えることができるように学習を進める。

3 指導目標

- ・契約に関する知識を理解し、自分自身の問題としてとらえさせる。
- ・現在起こっている消費者問題や事柄（フェアトレード・グリーンコンシューマーなど）を理解し、消費者市民としての姿勢を身に付けさせる。

4 題材の評価規準

関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
消費者問題（主に契約）について、自分の実生活と関連付けて認識し、消費行動に反映させようとしている。	経済主体がもつ責任（権利と義務）について考えている。また、消費者の行動が社会に与える影響について考えている。	他者や環境に配慮をした消費行動をとることができる。	契約の基本的な考え方を知り、消費者問題のあり方について理解している。

5 指導計画（3時間扱い） ○・・・本時

指導項目	時間	学習内容	関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
市場経済と契約社会	①	・契約の基礎知識 ・消費者の行動が社会に与える影響		契約後の消費者・企業の権利と義務について考えている。		契約の基本的な考え方を知り、消費者問題のあり方について理解している。
消費者市民社会に向けて	2	・フェアトレード ・グリーンコンシューマー ・プレゼンテーション	フェアトレードやグリーンコンシューマーについて関心を持っている。	消費者の行動が社会に与える影響について考えている。	他者や環境に配慮した消費行動をとることができる。	

6 本時の学習指導

(1) 題材名 「市場経済と契約社会」

(2) 本時の指導目標

市場経済の流れから契約の基礎知識を理解する。

(3) 本時の展開（1 / 3時間）

	学習内容	時間	学習活動	指導の留意点 (指導と評価の工夫) ○は評価
導入	本時の内容確認	10	・本時の内容を確認する	・休日一日の振り返りを行い、一日の“契約活動”を考えさせる
展開	市場経済と契約  契約の基礎知識	35	・クイズを実施 ・市場経済の原則を確認  ・契約に関する基礎知識 そこから生じる権利と義務について自らとる行動を考える  ・「クレーム」をキーワードに契約の履行がなされない際にとる行動を考える  ・契約の取り消しや無効について確認する	・第一印象で答えさせる ・市場経済の復習として、経済主体を取り上げて解説する ・契約の成立について解説し、契約の重みを説明する ○契約後の消費者・企業の権利と義務について考えている 【思考・判断・表現】 ・クレームは悪いイメージでとらえられがちだが、企業の生産活動に変化を与えるチャンスだと気付かせる ・クレームの仕方を間違えると大変なことになることを新聞記事等で紹介する ・契約の無効と取り消しについて、簡潔に解説する
まとめ	本時のまとめと次回について	5	・「契約」について理解できたか確認する	・本時のねらいを再確認する ○契約の基本的な考え方について理解している  【知識・理解】

7 他教科との連携のポイント

(1) 消費者教育の重点領域

消費者市民社会の構築

消費がもつ影響力の理解・持続可能な消費の実践→市場経済における消費者の役割  
生活の管理と契約

選択し、契約することへの理解と考える態度→市場経済の理念と契約

(2) 他教科との連携のポイント

	公 民	家 庭	情 報	
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	<b>市場経済における消費者の役割</b> 需要と供給の法則における消費者の立場（機能） ⇒依存効果、情報の非対称性、消費者主権 市場原理が生命・環境に与える影響 ⇒開発と環境破壊	<b>衣生活と資源・環境</b> 5つのR 循環型社会	<b>社会基盤としての情報システム</b> ユビキタスネットワーク社会 ICタグ 電子マネー
	持続可能な消費の実践	<b>公正で持続可能な社会の形成と消費者の役割</b> 現代の企業（企業の社会的責任） 日本の農業（食料自給率、地産地消、フードマイレージ） 発展途上国の経済（モノカルチャー、フェアトレード） 資源循環型社会の形成（グリーンコンシューマー） 情報社会の課題（メディアリテラシー）	<b>日本と世界の食料事情</b> 食料自給率 フードマイレージ 地産地消 エコパッケージ フェアトレード 食品ロス	<b>住環境と地域社会</b> シックハウス ソーラー発電 スマートハウス コレクティブハウス
生活の管理と契約	消費者の参画・協働	<b>ライフスタイルと環境</b> エシカルファッション 日本型食生活	<b>情報発信</b> コミュニケーション	
	選択し、契約することへの理解と考える態度	<b>安全な衣生活</b>	<b>消費者の権利と責任</b> 契約、消費者信用 消費者問題、悪質商法 キャッシュレス社会 消費者基本法 消費者契約法 消費生活センター	
	<b>市場経済の理念と契約</b> ～ 契約に関する権利と義務 ～ 契約の基礎知識 消費生活と法 雇用と労働問題	<b>ライフステージと経済計画</b> 生活設計、リスク管理（貯蓄、保険） 家計管理、社会保障制度	<b>通信サービスの活用</b> 電子商取引の仕組み SNS ネットオークション 情報セキュリティ ネットトラブル	
	<b>家族と福祉</b> 家族の役割 社会保障制度		<b>モデル化とシミュレーション</b> 金利のシミュレーション	

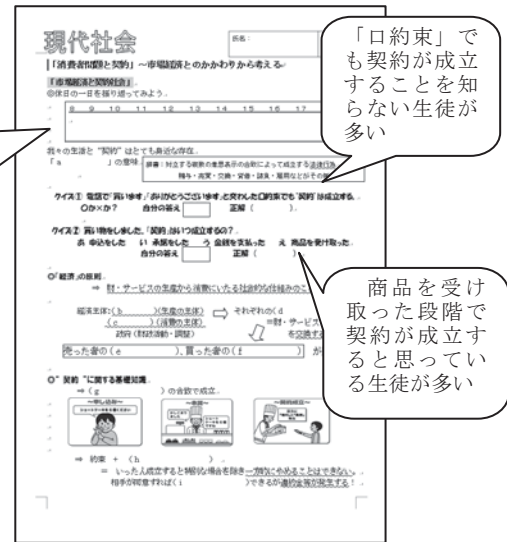
家 庭	情 報
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 公民では、市場経済の理念から契約や消費者問題を扱うのに対し、家庭では、具体的な事例を通して、消費者が生活の中で活用する視点（具体的な行動の在り方）で扱う。</li> <li>・ 契約は法的に守られた約束であり、権利と義務が互いに生じることを踏まえた上で、悪質商法などの事例に触れ、解約の仕方や契約を無効とする制度や法律を学ぶ。</li> <li>・ 消費者は、保護される受け身の存在ではなく、自らの利益を守るために主体的に行動する自立した存在であるべきことを理解させ、実践力をつけさせたい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報では、「電子商取引」、データの漏えいを防ぐ「暗号化技術」、フィッシング詐欺などの「サイバー犯罪」といった視点で授業を展開する。</li> <li>・ 個人での「電子商取引」は、高校生にとっても身近なものとなっている。他の店舗との比較がしやすいため、消費者にとってもメリットがある。</li> </ul>

## 8 具体的な展開

### ①導入部分（休日の一日の振り返り）での工夫

自分自身の休日の一日を振り返ることにより、物を買う、電車に乗る、カラオケに行く、アルバイトをするなど、様々な契約行為を行っていることに気付かせることができる。

ここでの取組の間に、指導者は机間指導を実施し、生徒の状況を把握し、発問する生徒を探しておく面白い。



### ②自分の意見を簡潔にまとめるワークシートの工夫

契約から生じる権利と義務について学習する際、自分の考えを的確に文章化したりできるように、記述するワークシートを取り入れた。具体例を説明し、何が問題か、また、それに対して自分だったらどのように行動するかを記入し、自分の消費行動を振り返るきっかけをつかった。

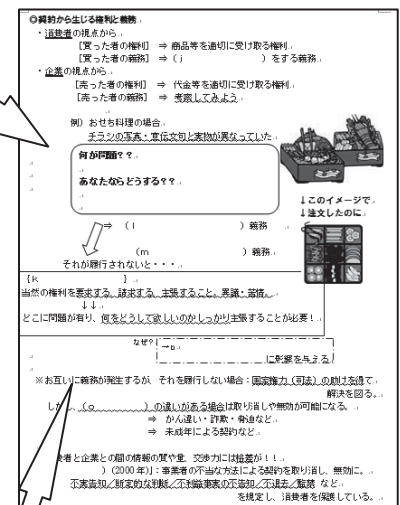
#### 生徒記入例

##### ○何が問題？

- ・詐欺だ！
- ・おいしくなさそう
- ・自分が思っていたものとは違うものが！
- ・高いお金を払っているのに
- など

##### ○どうする？

- ・自分が注文した商品ではないから送り返す・販売会社に文句を言う（クレームをいう）
- ・クーリングオフをする
- ・消費生活センターに報告する〔家庭科で学習済み〕など



※今回はおせちの事件を取り上げたが、凶書を購入しての乱丁、宅配ピザの大きさや内容物の広告との違いなど、身近な話題を取り上げて良い。特にピザでは大きさや内容物の違いについて、いくつか画像で紹介して、どの範囲までなら許容するかなどを班別で協議しても面白い。

### ③「クレーム」を社会や企業の変化を促すツールだと考える。

契約が成立すると、当事者は互いに契約で決まったことを履行するが、相手が契約を守らない（不良品や注文したものではないものが来たなどの）ときは、契約の履行を求め、契約を守らないことによって損害を受けた時は、その賠償も請求することができる。その行為を一般的に「クレーム」と表現するが、あまり良いイメージはわからない。しかし、このクレームは企業側のよりよいサービス、よりよい製品の提供へとステップアップする重要な行為であることを理解させる必要がある。

そのために、消費者の主体性と消費行動の社会的な側面に着目する「消費者市民社会」への参画を伝えたい。ただし、消費者は個々の特性を尊重し、考え方の違いを認め合うものであって、決して特定の考え方を一方的に押し付けるものではなく、新聞記事（土下座をさせて、画像をインターネットに配信した出来事）にあるように間違った行動をとってしまうと、真意が伝わらない点も併せて伝えなくてはならない。

# 現代社会

「消費者問題と契約」～市場経済とのかかわりから考える

氏名: \_\_\_\_\_

学習日 / \_\_\_\_\_

## 「市場経済と契約社会」

◎休日的一天を振り返ってみよう

8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18時
---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

我々の生活と「契約」はとても身近な存在

「a」の意味

辞書：対立する複数の意思表示の合致によって成立する法律行為  
贈与・売買・交換・貸借・請負・雇用などがその例

クイズ① 電話で「買います」「あいがどうぞいませ」と交わした口約束でも「契約」は成立する。

○か×か？ 自分       正解 ( )

クイズ② 買い物をしました。「契約」はいつ成立するの？

あ 申込をした        い 承諾をした        う 金銭を支払った        え 商品を受け取った         
自分       正解 ( )

## ◎「経済」の原則

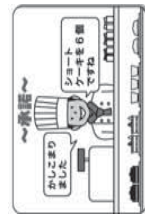
⇒ 財・サービスの生産から消費にいたる社会的な仕組みのこと

経済主体: (b) (生産の主体) ⇔ それぞれの (d) = 財・サービス・貨幣などを交換する仕組み!  
(c) (消費の主体) 政府 (財政活動・調整)

売った者の (e) )、買った者の (f) ) が発生!!

## ◎「契約」に関する基礎知識

⇒ (g) ) の合致で成立



⇒ 約束 + (h) )  
= いったん成立すると特別な場合を除き一方的にやめることはできない。  
相手が同意すれば (i) ) できるが違約金等が発生する!

## ◎契約から生じる権利と義務

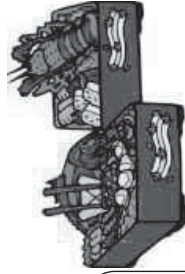
- ・消費者の視点から  
[買った者の権利] ⇒ 商品等を適切に受け取る権利  
[買った者の義務] ⇒ (j) ) をする義務
- ・企業の視点から  
[売った者の権利] ⇒ 代金等を適切に受け取る権利  
[売った者の義務] ⇒ 考察してみよう

例) おせち料理の場合

チラシの写真・宣伝文句と実物が異なっていた

何が問題？

あなたならどうする??



↓このイメージで  
↓注文したのに



⇒ (l) ) 義務  
(m) ) 義務  
それが履行されないと

{k} )  
当然の権利を要求する。請求する。主張すること。異議・苦情。  
↓  
どこに問題が有り、何をどうして欲しいのかしつかり主張することが必要!

なぜ? (n) ) に影響を与える

※お互いに義務が発生するが、それを履行しない場合：国家権力(司法)の助けを得て解決を図る。

しかし、(o) ) の違いがある場合は取り消しや無効が可能になる。

- ⇒ かん違い・詐欺・脅迫など
- ⇒ 未成年による契約など

※消費者と企業との間の情報の質や量、交渉力には格差が!

「(p) ) (2000年)」: 事業者の不当な方法による契約を取り消し、無効に。  
不実告知/断定的な判断/不利益事実の不告知/不退去/監禁 など  
を規定し、消費者を保護している。



### Ⅲ 授業実践例 — 家庭科①

#### 高等学校家庭科「家庭基礎」学習指導案

1 題材名                    これからの食生活と環境「食生活と環境」

2 題材設定の理由

(1) 生徒観

普通科1年

本校は意欲的に学習に取り組んでいる生徒が多い。しかし生活経験が乏しく、食生活の管理は保護者に頼りきりであるのが実情である。学校で学んだ栄養や食品の知識についても、どのように自分の生活に反映したらよいか理解しきれず、実際に生かせていない様子が見られる。

(2) 題材観

小・中学校を通して環境に配慮した行動の大切さは学んできているが、日常の食生活が環境に影響を与えていることを普段の生活の中では実感できずにいる。授業での学びを日常生活に生かすため調理実習を複数回行い、生徒は楽しそうに実習をしているが、基本的な調理技術が十分に身につけていないために食材や水等の資源の無駄使いが目立つ。具体的な事例を通して、食料の安定供給や環境面を配慮した食生活を実践できる知識と技術を身につけさせたい。

(3) 指導観

学習内容をできるだけ身近な事柄と関連づけ、生徒が自身の問題として捉えることができるよう、視聴覚教材や食品カードを活用しながら学習を進める。持続可能な社会をつくるために一消費者として何ができるか、食の面から考え実際の行動に結びつけたい。多くの資料を活用し、適切に情報を読み解く能力も育成したい。

3 指導目標

- ・日本の食料事情の問題点を理解し、自分自身の問題として捉える姿勢を身に付けさせる。
- ・食料自給率の低下による問題点を食料の安定供給という面からだけでなく、地球規模の環境問題として理解し、自分たちができることを考えさせる。

4 題材の評価規準

関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
安全や環境に配慮した食生活に関心を持ち、意欲を持って学習活動に取り組んでいる。	日本の食環境について思考を深めている。環境に配慮した食生活の在り方について考え、まとめたり発表したりしている。	資源、エネルギーに配慮した食品の購入、調理、保存などができる。	現在の食料事情を知り、社会的な問題ともかかわる食生活の問題点を理解している。

5 指導と評価の計画（2時間扱い） ○・・・本時

学習項目	時間	学習内容	関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
日本と世界の食料生産	1	・食料自給率 ・世界の食料事情		食料自給率の問題点について考え、まとめたり発表したりしている。		食生活を取り巻く環境が変化している現状を理解している。
食生活と環境	①	・食品ロス ・フードマイレージ ・地産地消、旬産旬消 ・日本型食生活	安全や環境に配慮した食生活に関心を持っている。	自分の食生活を振り返り、環境に配慮した食生活の在り方について考え、まとめたり発表できる。		

6 本時の学習指導

(1) 題材名 「食生活と環境」

(2) 本時の指導目標

食生活の環境への影響を理解し、環境を守る食生活が実践できる知識と技術を学ぶ。

(3) 本時の展開（2 / 2時間）

	学習内容	時間	学習活動	指導の留意点 (指導と評価の工夫) ○は評価
導入	本時の内容確認	5	・前時の内容を復習する ・本時の内容を確認する	・日本の食料自給率低下の現状と、世界の食料事情について思い出させる ・毎日きちんと食事ができる保障をつくっていくための方策について学ぶことを認識させる
展開	環境を守る食生活のために	25	①無駄な生ごみをなくす →賞味期限と消費期限、食品ロス、フードバンク、エコクッキング  ②地産地消を心がける →フードマイレージ ③旬産旬消を心がける →食品の旬、栄養成分の比較 ④和食を食べる →日本型食生活の見直し、米粉の消費拡大	・過去の調理実習で、だしをとった後の昆布や、鰯の中骨を活用した調理について思い出させる ・食料問題と環境問題は密接に結びついていることを事例を基に説明する ・県内で生産量の多い食材を紹介する ・食品カードを使い視覚で確認しながら説明する  ・農林水産省主導の運動「FOOD ACTION NIPPON」を紹介する ○消費者の行動が社会に与える影響について思考を深めている。 【思考・判断・表現】
	食料自給率についての基礎知識	10	・今まで学習した知識を確認する問題を解く	・補足しながら解説をし、知識の定着を図る ・食生活と環境とのつながりについて考えさせる

まとめ	本時のまとめ	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>・食の安全を守るために消費者ができることについて、自分の考えを書く</li> <li>・意見を発表する</li> <li>・「気づき」「考える」こと、そして「行動に移す」ことの大切さを確認する</li> </ul>	<p>○安全や環境に配慮した食生活に関心を持っている</p> <p style="text-align: center;">【関心・意欲・態度】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・自分たちの食行動が環境に与える影響についていろいろな観点から考えさせる</li> <li>・消費することは意志決定することであり、消費者の倫理的な消費が食の安全性、食料自給率増加に繋がっていくことを助言する</li> </ul>
-----	--------	----	--	---

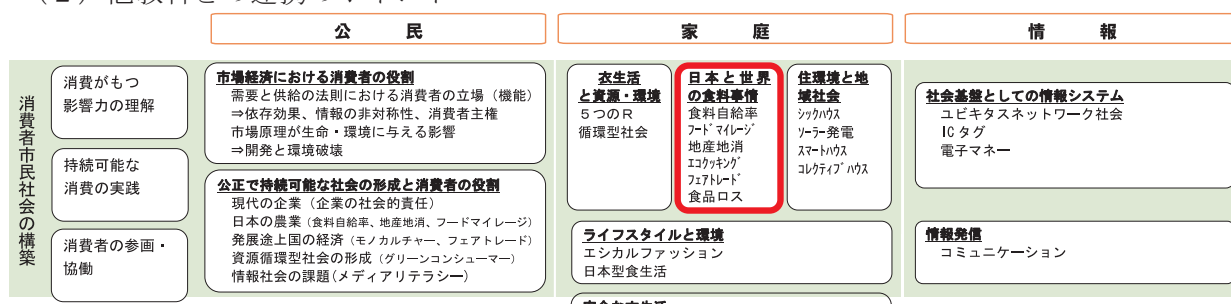
## 7 他教科との連携のポイント

### (1) 消費者教育の重点領域

消費者市民社会の構築

消費がもつ影響力の理解、持続可能な消費の実践、消費者の参画・協働

### (2) 他教科との連携のポイント



公 民	情 報
<ul style="list-style-type: none"> <li>・産業構造や経済環境の変化で、農業が抱えている問題について扱うことができる。具体的には、次のような問題があげられる。</li> <li>・他国と比較して、特に先進国の中でも低い水準である「食料自給率」を踏まえ、日本の農業の体質強化が課題とされている。企業の農業への参入、食品偽装など食の安全性に関わる問題、トレーサビリティ・システムや地産地消の運動、さらに時事問題として TPP などの話題にも触れる事ができる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・情報の収集や加工を目的に、食品自給率について、元となる「食料需給表」（農林水産省のWebページ）などのデータを用いて加工し、比較する。</li> <li>・農林水産業が提供している「クッキング自給率（料理自給率計算ソフト）」などを活用する。</li> </ul>

## 8 具体的な展開

### 前時「日本と世界の食料生産」の流れ

本当に安全でおいしい食事とは？

#### (1) 日本の食料自給率の現状と特徴

日本の食料自給率は39%、先進国の中でも最低の水準である。食料自給率が低いと世界的な異常気象などで食料生産が不足した場合、十分な食料を確保できなくなる恐れがある。

#### (2) 世界の食糧事情（ハンガーマップより）

日本のように食料自給率が低くても食べ物があふれている国がある一方、深刻な食料不足に直面している国もある。全世界で食料は不足しておらず、資源の分配の不平等が問題視されている。

## 本時「食生活と環境」の流れ

### (1) 環境を守る食生活のために

食料自給率の低下を食い止め、毎日きちんと食事ができる保障をつくっていくために、普段の生活でできることを考える。

調理実習で行っている、環境に配慮した調理や後片付けの工夫点は？

### ①無駄な生ごみをなくす

→食品ロス、エコクッキング

例：いわしのつみれ汁の調理実習（事前に学習済）でのエコクッキング

いわしの中骨は軽く塩をする。だしを取った後の昆布はしょうゆをからめ、七味唐辛子を振りかける。オーブンでカリカリになるまで焼く。

#### 【事前に行った調理実習の生徒の感想】

- ・中骨を焼いたせんべいも昆布も意外においしかった。
- ・今まで捨てていたものも、工夫すると食べられることが分かった。これからもいろいろなものに感謝して、食べたい。



### ②地産地消を心がける

→生産者の顔が見える農産物、フードマイレージ

- ・「フードマイレージ」とは、食べ物が運ばれてくる距離に、運ばれてた量をかけあわせた指標のこと。食べ物の移動する距離が長ければ長いほど、消費エネルギーと排出されるCO<sub>2</sub>は増加する。国産品の消費が増えることで地球環境の保全にも貢献できる。
- ・埼玉県は農業産出額全国第1位（平成24年度）…さといも、こまつな（農林水産省 生産農業所得統計より）

### ③旬産旬消を心がける

→食品の旬、季節による栄養成分の比較

- ・ほうれん草100gあたりのビタミンC…夏採り20mg、冬採り60mg（五訂増補日本食品標準成分表より）

### ④和食を食べる

食料自給率の低下の原因として、欧米型の食事（小麦粉や肉、乳製品の利用）が進み、米の消費量の減少したことなどが、食生活の大幅な変化が背景にあるといわれている。

→日本型食生活の見直し、米や米粉の消費拡大に向けた取り組みの紹介

(2) FOOD ACTION NIPPON HP (<http://www.syokuryo.jp/index.html>)「食料自給率アップのためのチェック・シート」より引用した問題に取り組む。

→予想欄と正解欄を設けることで、後で振り返りができるように工夫した。

(3) 食の安全を守るために、自分達消費者ができることは何かを考え、発表する。

#### 【生徒の感想】

- ・食について関心を持ち、地産地消を心がけたり残さず食べるなど、できることからやってみることが大切だと思う。また、食事も和食中心にすることで、自給率と私たちの健康増進にもつながると思う。少しのことの積み重ねで変われると思うので、実践したい。
- ・食事の無駄を作らない。食べ物を残さず食べ、調理実習でやったように、魚の骨まで食べるなど、普段捨ててしまうものも工夫しておいしく食べる。食べ物のルートを知るなど、興味関心を持っていたい。
- ・食料自給率について、今まで全く危機感を持っていなかったのですが、すごく重大なことだなと思った。これからはもっと気にしていきたい。

## 食生活と環境

P 97、113

【 月 日】

### 1. 環境を守る食生活のために

- ① \_\_\_\_\_  
 現在の日本は、食料を大量に輸入して、大量に廃棄している。  
 食料の無駄をなくすことで、輸入しなければならぬ食料は減る。
- ② \_\_\_\_\_  
 外国産より国産、国産より近隣地域産を買うことで地域農業の活性化にもなる。  
 フードマイレージの観点からも大切なことである。
- ③ \_\_\_\_\_  
 温室などの温度管理などにかかる費用も少なくすむので環境にも優しい。
- ④ \_\_\_\_\_  
 土地に適した和食の食材の方が食料自給率が高い。  
 食料自給率低下の大きな原因は食の西洋化といわれている。(全て国産で自給できる米の消費量が減り、餌も含めて輸入に頼る部分が大きい肉類の消費量が増えている)  
 パンやパスタの代わりに米を食べるだけでも食料自給率は上昇する。



### 2. 食料自給率についての基礎知識 ～いくつか分かるだろう?～

- ① 食料自給率とは?  
 A : 自国で作られている食料の割合のこと  
 B : 自国に貯えられている食料の割合のこと  
 C : 自国で食べられた食料の割合のこと
- ② わが国の食料自給率は何%?  
 A : 60%    B : 39%    C : 80%

予想	正解
----	----

予想	正解
----	----

### ③ 食料自給率が低くなった要因で間違えているのは?

- A : 食べているものが昔と比べて変わったから  
 B : 日本で作る食べものの量が減っているから  
 C : お米の消費量が増えたから

予想	正解
----	----

### ④ 栄養バランスの点で理想的とされる食生活は?

- A : 肉中心の外国型食生活  
 B : 低カロリーなダイエット食品  
 C : 米中心の日本型食生活

予想	正解
----	----

### ⑤ 農業資源を有効活用する目的として間違えているものは?

- A : 技術と意欲を有する農業経営者を育てる  
 B : 縮小した農業資源に対し、限られた人材のみで営む  
 C : 農業者の声に耳を傾ける

予想	正解
----	----

### ⑥ 1日1人あたりに対し、食べられるのに捨てられている食品の量は?

- A : おにぎり1～2個分  
 B : おにぎり5～6個分  
 C : おにぎり10～12個分

予想	正解
----	----

### ⑦ 食料自給率アップと共によくなると思われるものに対して間違えているのは?

- A : 私たちの健康増進  
 B : 肥満や生活習慣病  
 C : ふるさと・農村の活性化

予想	正解
----	----

### ⑧ 食料の安定供給として、国の仕事で間違えているのは?

- A : 国内農業資源の確保  
 B : 輸入食料の安定供給  
 C : 主食用穀物の消費量増加

予想	正解
----	----

### ⑨ 食料自給率アップにつながらないのは?

- A : ダイエットのために、ごはんの量を減らす  
 B : 食品廃棄物を家畜のえさとして活用する  
 C : 米を活用した米粉パンの普及を図る

予想	正解
----	----

食の安全を守るために、私達消費者ができることは何だろう?自分の言葉で書いてみよう。



### Ⅲ 授業実践例 — 家庭科②

#### 高等学校家庭科「家庭基礎」学習指導案

1 題材名 消費が持つ影響力を理解しよう「チョコレートから見えるもの」

2 題材設定の理由

(1) 生徒観

普通科1年

本校は学習意欲の高い真面目な生徒が多く、授業にも熱心に取り組んでいる。家庭生活においては保護者に頼りきりで、生活体験や消費・経済に関する知識に乏しい印象がある。また、自らが消費者として社会に影響を与えている存在であるという意識は薄い。

(2) 題材観

高校生は毎日何かしらの消費行動を取っているが、適切な意思決定に基づいているとはいえない。これから社会人となるにあたって、悪質商法を含む消費者被害に遭わないための対策法や対処の仕方について学ぶことも大切だが、倫理、社会、経済、環境面を考慮して選択を行う個人である消費者市民としての能力を身につけることも重要であると考え、本題材を設定した。

(3) 指導観

扱う規模が大きいため他人事とならないよう、高校生にとって身近な食品であるチョコレートを切り口に学習を展開させる。商品の選択を通して、自らの消費行動が社会や環境に影響を与えることを理解し、消費者として適切な意思決定に基づいて行動できる力を身につけさせたい。また、消費について考えることを通して今後の生き方について考えることへもつなげていきたい。

3 指導目標

自ら進んで情報収集し、適切な意思決定に基づいて消費行動を取ることが消費者の責任であり、権利を行使することにつながることを理解させ、積極的に社会に参加しようという意欲と態度を育成する。

4 題材の評価規準

関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
社会や環境を考えた消費行動を取ることに関心を持ち、意欲を持って学習活動に取り組んでいる。	消費者の権利の主体としての意識をもち、自ら進んで課題を見だし、その解決を目指して思考を深めている。	消費者市民として責任を持った行動ができるために必要な、実践行動力を身につけている。	社会の変化に伴う消費構造の多様化を踏まえた上で、消費者の権利と責任について理解している。

5 指導と評価の計画（4時間扱い） ○・・・本時

学習項目	時間	学習内容	関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
チョコレートから見えるもの	①	・チョコレートの原材料と生産・消費 ・児童労働 ・フェアトレード	商品の生産の現状や課題に気づく。			商品の選択を通して、自らの消費行動が社会や環境に影響を与えることを理解している。
おいしいチョコレートの真実	1	・カカオ生産国と消費国の生活 ・カカオの価格変動による生活への影響	事例に関心を持ち、グループワークに積極的に取り組んでいる。	生産者の現状を知り、生産の背景を考えることができる。		
消費者の権利と責任	2	・消費者の権利と責任 ・私達ができることを考えよう ・適切な意思決定と消費行動	消費者としてどのような解決方法があるのかを考えることができる。	消費が持つ影響力を理解し、倫理、社会、環境面等を考慮した意思決定ができる。	消費者としての責任ある行動を考え、具体的に行動に移せる。	消費者の権利と責任について理解している。

6 本時の学習指導

(1) 題材名 「チョコレートから見えるもの」

(2) 本時の指導目標

- ・普段食べているものがどのように生産されているのかを理解し、自分達の生活と世界の関わりを知る。
- ・商品の選択を通して、自らの消費行動が社会や環境に影響を与えることを理解する。

(3) 本時の展開（1／4時間）

	学習内容	時間	学習活動	指導の留意点 (指導と評価の工夫) ○は評価
導入	本時の内容確認	3	・商品の選択基準を考える ・本時の内容を確認する	・2種類のチョコレートを提示し、どちらを選ぶか考えさせる ・普段何を基準に商品を選択しているか、食べ物がどのようにして生産・製造されているか、考えさせる
展開	チョコレートの原材料と生産・消費	7	・チョコレートの原材料や生産・消費に関するクイズに答える ・カカオ豆の生産が西アフリカを初めとする熱帯地域の開発途上国に集中している一方、消費は先進国に偏っていることに気づく	・チョコレートの原材料であるカカオ豆に関する問題を出题し、写真や実物を提示しながら説明する ・生産国と消費国、先進国と開発途上国の対等ではない関係性に目を向けさせる ・具体的な数字を挙げて説明する

	児童労働	23	<ul style="list-style-type: none"> <li>・児童労働の実態を知る</li> <li>・安い商品が作り手の犠牲の上に成り立っていることに気づく</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子どもの権利について思い出させる</li> <li>・フジテレビ「世界がもし100人の村だったら ディレクターズエディション」DVD視聴</li> <li>○チョコレートの生産の現状や課題に気づく 【関心・意欲・態度】</li> <li>・フェアトレードの定義や基準を説明し、認証ラベルがついた製品を提示する</li> <li>・適切な意志決定に基づき消費行動を取ることが、生産者の生活改善につながり、世界を変えていく力になることに触れる</li> </ul>
	フェアトレード	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>・フェアトレードについて理解する</li> </ul>	
まとめ	本時のまとめ	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>・フェアトレードチョコレートを味わう</li> <li>・賢い消費者の商品選択の基準は何か考える</li> <li>・プリントを提出する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・普段食べているチョコレートとの違いがあるか考えさせる</li> <li>・自分の経済力に見合った生活の中で、安さだけでない商品の選択の仕方があることに触れ、賢い消費者とは何かを考えさせる</li> <li>○商品の選択を通して、自らの消費行動が社会や環境に影響を与えることを理解している 【知識・理解】</li> </ul>

## 7 他教科との連携のポイント

### (1) 消費者教育の重点領域

消費者市民社会の構築

消費がもつ影響力の理解、持続可能な消費の実践、消費者の参画・協働

### (2) 他教科との連携のポイント



公 民	情 報
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 国際経済がかかえる経済格差の問題として南北問題が取り上げられるが、植民地としての歴史的背景やモノカルチャー経済の矛盾など、構造的な側面から扱う。</li> <li>・ 児童労働の問題について子どもの権利と関連させて扱う。</li> <li>・ 経済格差の是正に向けた取組として、国家による ODA、NGO による開発援助、さらに消費者の立場からフェアトレードなど、それらを有機的に結びつけることの重要性を理解させる。</li> <li>・ 国際的な正義のあり方をロールズやセンの理論から考察し、持続可能な国際社会に向けてどのような実践が考えられるか考察させる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ インターネットを活用し、フェアトレード商品について、具体的な商品を調査させる。</li> </ul>

## 8 具体的な展開

消費者は守られるだけの存在ではなく、行動を通してよりよい社会を築いていく存在である。生活に密着したことから考えさせ、生徒が社会とかわりを持ち行動を起こすことを前提に授業を展開した。

1 時間目 (本時) 「チョコレートから見えるもの」・・・問題点に気づかせる

- ① 同じ形状の 2 種類のチョコレートを提示し、どちらを選ぶか考えさせる
- ② カカオ豆を実際に手に取り、チョコレートについて生産・消費の面から考える

一般的な商品 88 円	フェアトレード商品 118 円
----------------	--------------------

多くの生徒はこちらを選ぶ  
・ いつも食べている  
・ おいしい ・ 値段が安い

なぜか？中身について考えていこう



- ③ 一生ガーナのカカオ農園で働き続ける兄弟が登場する DVD を視聴し、チョコレートの生産に児童労働が関与している現状を考える。
- ④ フェアトレードの存在を知る  
公正な取引の元で生産されたフェアトレード商品を選ぶ日々の消費行動が社会を変える力になることを確認する。

### 【生徒の感想】

2 人の兄弟を見ていて胸が痛くなり、チョコレートを食べるのをためらうようになりそう。甘いチョコの裏には甘くない現実があった。

子どもの権利とは？  
なぜこんなにも自分達と格差があるのか？





2時間目 「おいしいチョコレートの真実」・・・考える

特定非営利活動法人ACE\*の開発した教材を使用し、グループワークを行う。ガーナと日本の家族の生活を疑似体験し、児童労働の原因を考える。

【生徒の感想】国によって大きな差があり、同じ国内でも格差がある。会社の経営はガーナの児童労働で成り立っていることに気づいた。お金の裏に犠牲があるのはあつてはならないと思った。

※特定非営利活動法人ACE <http://acejapan.org/>

3・4時間目 「消費者の権利と責任」・・・実行する

消費者の権利と責任を学んだ後、児童労働のない世界を作るために自分たちでできることを考え、具体的に行動に移す。

【実際に生徒が起こした行動】

- ・フェアトレードのチョコレートを買う
- ・児童労働について知識をつけた上で、新聞に投書する…①
- ・近隣の店舗にフェアトレード商品を置いてもらうようお願いする
- ・フェアトレードのチョコレートを作ってほしいと、企業に手紙を送る…②



行動例①新聞への投書

みなさんは、フェアトレードという言葉を知っていますか？どこかでちらっと耳にしたことがある人もいるかもしれません。

フェアトレードとは、公正な取引という意味で、発展途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入し、立場の弱い途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を支援する運動のことです。

私は、以前、家庭科の授業でチョコレートの原料、カカオの原産国ガーナでの児童労働についてのビデオ

高校生 古屋 駿16 (埼玉県川口市)

恵まれぬ外国人の子に支援を

拝啓 いつもおいしいチョコレートを作ってくれてありがとうございます。私は、学校で児童労働のことを学びました。小さい子どもたちが勉強もせずに懸命に働いている様子をビデオで見て、チョコレートの原料カカオの生産にも子どもの労働が使われていることを知りました。御社でも扱っているチョコレート製品の原材料に子どもの労働が使われているかどうか調べていただけますでしょうか。また、フェアトレードのチョコレートを作っていたらいいのですがその方針はありますか？私が児童労働や、フェアトレードを知らなかったように、このことを知らない人はたくさんいると思います。私は御社の商品が大好きです。

平成25年11月13日付毎日新聞朝刊に掲載 (毎日新聞社許諾済み)

企業に送った手紙は全て返信が来て、その後の授業で読み解いた。日本でフェアトレード商品を販売することの難しさを感じながらも、何らかの形で児童労働について考え活動をしている会社の姿勢に一縷の望みを感じ、だからこそ消費者が声を上げて行動に移すことが大切であると考えた生徒が多くいた。

【4時間の授業を終えての生徒の感想】

- ・私たちが行動することで、世界を変えていくことができるのだと希望を持つことができた。また、一つの問題（児童労働）を解決するには、周りがフォロー（行動）するべきだと改めて思った。学んだことをこれで終わらせずにいたい。
- ・今まで、会社に手紙などを出したことはなかったので、どのような返事が返ってくるか楽しみだった。よく知っている大きな会社が、私たちの考えたことについてこんなにしっかり返事をくれるということに驚いた。
- ・フェアトレードの認知度の低さに悲しくなったが、だからこそ知っている人が動いて、よりよい社会を作ることができるのだと思った。自分にできることをやっていきたい。消費者の責任をきちんと果たしたい。



1年\_\_組\_\_番 氏名 \_\_\_\_\_ 【 月 日】

## 家庭基礎

### チョコレートから見えるもの

商品購入の際、何を基準に選んでいますか？

#### 1. チョコレートの原材料と生産・消費

① 原材料 (食品表示例)

名称：チョコレート 原材料名：砂糖、カカオマス、全粉乳、植物油 (大豆含む)、ココアバター、乳化剤 (大豆由来)、香料  
 内容量：48g (12粒)  
 賞味期限：枠外左側面に記載 保存方法：直射日光、高温多湿を避けて28℃以下で保存してください  
 販売者：〇〇株式会社 埼玉県さいたま市東区△1-1-1

- ② 生産国
- ・カカオ豆が最も多く作られているのは (ア) であり、世界の約 (イ) %を生産している。
  - ・カカオ豆の生産地域に共通することは、(ウ) に属することである。
- ③ 消費国
- ・カカオ豆をチョコレートに加工し消費するのは (エ)
  - ・日本人は年間1人当たり (オ) 枚分のチョコレートを食べている
- ※板チョコ1枚55gとして計算
- = (カ)

カカオの生産地と消費地



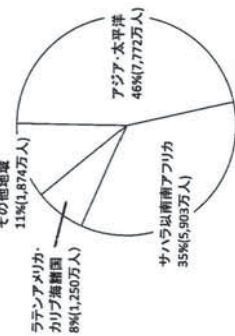
森永 Cacao fun

#### 2. 児童労働

- ・児童労働とは、子どもの健康、精神面、社会的発達に害を与え、教育の機会を奪う労働や、法律で禁止されている18歳未満の危険・有害な労働をさす。
- ・世界では (キ) の子どもが児童労働をしている。
- ＝世界の子どもの (ク) が児童労働で働いている！ \*2013年ILO発表
- ・カカオ豆はアフリカの国にとって、先進国に売ることのできる数少ない (ケ) であり、それだけ価格競争が激しいため、生産コストを抑えようと安い労働力を使う。
- ・ (コ) 第32条には、経済的搾取・有害な労働からの保護が子どもの権利としてうたわれている。

#### 2013年 地域別児童労働 (5~17歳)

DVDより・・・働く子どもたちの願いは？



国際労働機関 (ILO)

ほしいもの	
したいこと	
してほしいこと	
されたくないこと	

#### 3. フェアトレード

- ・フェアトレードとは、(カ) ともいう。開発途上国の生産品を、現地生産者の生活支援や環境保護なども配慮した適正な価格で、(キ) で継続的に取引する仕組みのこと。途上国の貧困解消や生産者の自立を図ることにもつながる。

例えば・・・人権・・・立場の弱い人々 (女性や子どもたち) の人権を守る

・労働条件・・・労働に見合った賃金を支払う

・売買代金とは別に、プレミアムという生産地域の社会発展に使われる奨励金も支払われる

・環境への配慮・・・農薬を使わないなど、環境に配慮した生産方法 等

#### 国際フェアトレード認証ラベル



#### フェアトレード団体認証マーク



※このラベルは、原料が生産されてから完成品となる全過程で、国際フェアトレード基準が守られた製品に貼付されている

- ・フェアトレードは、(カ) という日々の私たちの消費行動が初めて成り立つ。安さだけを求めない私たちの選択は、社会を変える力にもなる。

#### 授業の感想

### Ⅲ 授業実践例 ー 家庭科③

#### 高等学校家庭科「家庭基礎」学習指導案

1 題材名 食生活の安全と衛生「食品の表示と選択」

2 題材設定の理由

(1) 生徒観

普通科1年

生徒は部活に勉学に意欲的に取り組んでいる。運動部で活躍する生徒が多いため、食事や健康に関して興味関心を持つ生徒の割合が高い。しかし、その反面メディアや広告等に影響されることも多く、安全性や衛生の面から食品を選択し購入する生徒は少ない。

(2) 題材観

補食や水分補給として菓子パンや清涼飲料水を多量に摂取している生徒が多く見受けられるが、安価なものやテレビコマーシャル等のメディア露出の多い加工食品を購入していることが多い。食品表示から内容を理解し適正な判断をすることが重要であると考へ、本題材を設定した。

(3) 指導観

各家庭で使用頻度の高い調味料や生徒が日頃比較的購入することの多い加工食品を題材として取り上げ、生徒同士が互いに意見交換をしながら主体的に表示を理解できるようにしたい。また生徒が自ら様々な事実に気づき、健康な食生活とは何かを考え、今後の消費行動に役立たせたい。

3 指導目標

- ・安全で健康な食生活を営むには適切な食品選択が大切であることを知り、食品選択のポイントや食品表示の見方を理解させる。
- ・食品衛生の観点から、食中毒の種類と原因を知り、予防方法や適切な保存方法を理解させる。

4 題材の評価規準

関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
健康や安全に配慮した食生活について考えようとしている。	食品の安全性について思考を深めている。	健康や安全に配慮した食品選択ができる。	食品の安全性にかかわる問題点などを通して食生活と健康等の関連を理解している。

5 指導と評価の計画（2時間扱い） ○・・・本時

学習項目	時間	学習内容	関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
食品の表示と選択	①	・食品表示の見方 ・加工食品の選択	適切な食品を選択し、健康や安全に配慮した食品選択について考えている。			適切な食品の選択方法を理解している。
食生活の衛生と安全	1	・食中毒の原因 ・適切な予防法		食中毒を予防する方法を考えることができる。	各食品を適切に保存できる。	食中毒を予防する方法を理解している。

6 本時の学習指導

(1) 題材名 「食品の表示と選択」

(2) 本時の指導目標

食品表示の見方を理解し、適切な食品選択と消費行動ができるようにする。

(3) 本時の展開（1／2時間）

	学習内容	時間	学習活動	指導の留意点 (指導と評価の工夫) ○は評価
導入	本時の内容確認	6  4  2	・実際の食品を選択する  ・各食品を選んだ理由を発表する  ・本時の内容を確認する	・食パン、清涼飲料水、味噌それぞれ3～5種類を用意し、実際に手に取らせ、1種類を選択させる ・食品を選択した理由や気になる表示、言葉をワークシートに書き込ませる ・生徒一人一人が、様々な理由で選択していることに気づかせる ・本時は食品表示に着目し内容を理解した上で、本時の学習課題を確認する
展開	食品表示の見方  加工食品の選択	17  6  5	・食品表示を理解する  ・食品添加物の種類と用途を理解する  ・もう一度実際の食品を選択する ・食品を選択した理由を発表する	・該当する食品表示やマークをビデオカメラで提示しながら理解させる ・体調や持病によって、必要な表示が義務づけられていることを知らせる ・5種類の栄養成分表示が義務付けられているものと任意のものを確認する ・種類、用途、多く含まれる食品を冊子「食品表示ガイド」やワークシートを使って確認させる ○適切な食品を選択し、健康や安全に配慮した食品選択について考えている 【関心・意欲・態度】 ・食品表示を理解した上で、改めて選択させる ・新たに気になった表示や成分をビデオカメラで提示しながら補足説明する
まとめ	本時のまとめ	10	・ワークシートにまとめる ・グループ毎に意見を発表する。	・今後の適切な食品の選択と食生活のかかわりについて考えをワークシートにまとめる。 ○適切な加工食品の選択方法を理解している 【知識・理解】

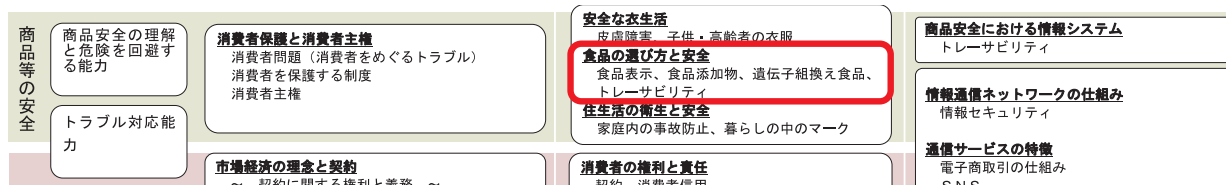
7 他教科との連携のポイント

(1) 消費者教育の重点領域

商品等の安全

商品安全の理解と危険を回避する能力、トラブル対応能力

(2) 他教科との連携のポイント



公 民	情 報
<ul style="list-style-type: none"> <li>健康被害や食品表示偽装事件、無認可添加物混入事件など社会的イベントや問題を通して消費者の安全を保障する JAS 法や食品衛生法などの法の意義と消費者の権利を学ぶ。</li> <li>食の安全性、食の信頼は企業の倫理観、行政の管理体制、消費者の問題意識などが複合的に関連していることを理解させ、多様な視点から問題を分析し、判断できる力をつけさせる。</li> <li>食品という身近な商品を購入する行動が、企業の倫理態度や環境問題に影響を与えることを踏まえ、グリーン・コンシューマーの視点も扱うことができる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「メディアリテラシー」や「情報の信ぴょう性」の観点から、連携を図る。</li> <li>具体的には、この授業で扱った食品の CM やインターネット上の広告を閲覧させ、どのような印象を受けるかをグループで話し合わせる。</li> <li>広告の効果を発表し合い、自分たちの商品の選択に広告が影響をしていることを理解させる。</li> </ul>

## 8 具体的な展開

### ① 実際の食品を選択して消費行動を見直す工夫

#### Before 日頃の消費行動から課題を発見

日頃、何に着目して食品を選択しているか意識させるために、実際の食品の中から選択をさせることにした。改めて各食品を選択した時に、果たしてその選択は適切だったのか、また、どのような知識を得ることで、「安全で健康的な食品を選択できるのかを知りたい。」という意欲や関心を持てるように工夫した。



#### After 学習後に再び食品を選択する

食品表示について、基礎的な知識を得た上で再び同じ食品の中から選択した場合に選択理由がどう変化したかわかるようにした。

#### Before 購入理由 (例)

##### 食パン

- ・CMでよく見るから
- ・安価だから
- ・家の人がいつも買っているから

##### 味噌

- ・「減塩」「無添加」とパッケージに書いてあるから
- ・だし入りだから

##### 清涼飲料水

- ・CMが好きだから
- ・パッケージがかわいいから
- ・「ミネラル」とパッケージに書いてあるから

#### After 購入理由 (例)

##### 食パン

- ・余計なものが入っていないから
- ・マーガリンが入っていないから

##### 味噌

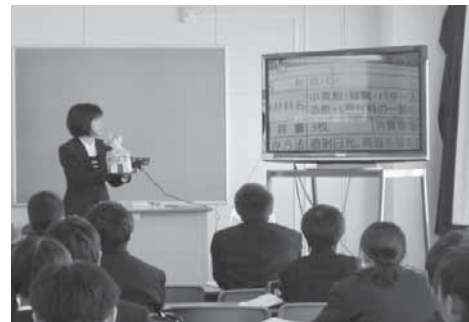
- ・無添加だから
- ・有機 JAS マークが付いているから

##### 清涼飲料水

- ・人工甘味料が入っていないから
- ・色々な野菜が入っていて体に良さそうだから

### ② 視覚に訴える教材の工夫

- ・一人一冊「食品表示ガイドブック (全国食品安全自治ネットワーク)」を用意し、各食品を詳細に理解することができるようにした。
- ・ビデオカメラで表示を映し出し、選択した食品に気になる成分がないか、安全性や健康面において影響のあるものがないかを生徒自身に考えさせるように工夫した。



#### 生徒の感想 ～どのような食品選択をしていきたいか～

- ・添加物が少ないものを選んでいきたいです。
- ・多少添加物が入っていても体にすぐに悪影響になるわけではなく、その食品に必要な理由があったことだということがわかりました。
- ・価格のことも考えた上で、できれば添加物の少ないものを選んでいけるようにしようと思いました。
- ・できるだけ本当に必要なものしか含まれていない食品を選びたいですが、それは難しいと思いました。



家庭基礎 ～食生活の安全と衛生①～  
食品の表示と選択 ～加工食品編～

Before

○食パン

商品名	⇒
選んだ理由	⇒
不明な表示や成分 (memo)	⇒

After

商品名	選んだ理由
気になる表示や成分 (memo)	

○味噌

商品名	⇒
選んだ理由	⇒
不明な表示や成分 (memo)	⇒

商品名	選んだ理由
気になる表示や成分 (memo)	

○清涼飲料水

商品名	⇒
選んだ理由	⇒
不明な表示や成分 (memo)	⇒

商品名	選んだ理由
気になる表示や成分 (memo)	

食品表示の見方

食品のマーク・アレルギーマーク表示・栄養成分表示



消費期限と賞味期限

消費期限：製造後 ( ) 日以内に消費する食品に付けられる。(年月日で表示)  
賞味期限：比較の日持ちが長い食品のおいしく食べられる期限。  
( ) か月までは年月日、それ以上は ( ) で表示

原材料名

○最低限必要な原材料は？

食パン	小麦粉・パン酵母 ( _____ など)・糖類 (砂糖など)
	油脂類 (バター, _____ など)・塩
味噌	大豆・麹になるもの (米・麦・豆)・塩
お茶	茶葉
果汁飲料	果汁

○食品添加物クイズ

～次の「用途名」にあてはまる「目的」と「代表的な成分」を選びましょう～

用途名	甘味料	着色料	保存料	酸化防止剤	漂白剤
目的					
成分					

【目的】

- A 食品の変色や油脂の酸化を防ぐ
- B 食品を着色する
- C 食品を漂白する
- D 食品のかびや微生物の発育を制御する
- E 食品に甘みを与える

【代表的な成分】

- ① ソルビン酸 安息香酸 Na
- ② VC エルソルビン酸
- ③ 亜硫酸 Na 次亜塩素酸 Na
- ④ サッカリン アスパルテーム キシリトール ステビア 甘草
- ⑤ タール系色素 ビタミンB2 アントシアニン くちなし色素 カラメル

### Ⅲ 授業実践例 — 家庭科④

#### 高等学校家庭科「家庭総合」学習指導案

1 題材名 生涯の生活設計「ライフステージと経済計画」

2 題材設定の理由

(1) 生徒観

本校の生徒は、文武両道をかかげ部活と勉強に熱心に取り組み、進学者が多い。進学者の2分の1弱が奨学金を借りる状況である。

日本学生支援機構の発表によると、平成23年度中に返還すべき額4,738億3,632万円に対して、876億2,242万円が未返還となっており、延滞人数は33万603人である。大学卒業後、就職し奨学金を返済していくことが困難な社会状況でもある。近い将来、親から独立し働いて、奨学金を返済しながら自分の収入で生計を立てることができるよう自覚が必要である。

(2) 題材観

1年生のはじめに「自分らしい生き方と家族」の分野で、家庭を営むライフサイクルと家族、生活を支える労働・家庭や地域での仕事などを学んだ。しかし、実際に自分の力で収入を確保し、家族を支え、長期的に安定した生活を営むことがどのようなことか、想像することは難しい。2年生のまとめとして、これから進路を選択するにあたり、将来経済的に自立することを目標にライフステージと経済計画を立てさせる。

(3) 指導観

生徒が自身の問題として捉えられるよう、身近な事例として予約奨学金を例に経済設計を立てさせる。自分の進学や就職の準備、その先の結婚・子育て・住まい・老後の貯蓄等、長期的な資産・負債の計画と管理ができる力を育てる。また、長期計画としてどのような状況下におかれても、生活を立て直す力を身に付けられるよう、社会とかかわり生きる姿勢を育てる。

3 指導目標

- ・生活と社会とのかかわりについて理解させ、生涯を見通した自己の生活について主体的に考え、経済の管理や計画の重要性について認識させる。
- ・自己のライフスタイルや将来の家庭生活と職業生活の在り方について考えさせるとともに、生活資源を活用して生活を設計できるようにする。

4 題材の評価規準

関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
生涯を見通した自己の生活設計について関心を持ち、様々な社会的条件が大きく影響することを視野に入れ、学習活動に取り組んでいる。	消費生活についての課題解決を目指し、不測の事態にも柔軟に対応し、生涯を見通した自己の生活設計について考え工夫している。	生活設計に必要な情報を収集・整理することができる。	現在及び将来の生活設計のために必要な基礎的・基本的な知識を身に付けている。

5 指導と評価の計画（6時間扱い） ○・・・本時

学習項目	時間	学習内容	関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
「金銭啓発セミナー」	2	家計管理のすすめ  未来を想像してみよう！	健全な家計管理の実践によって、夢が実現できるよう、お金に対する「考え方」を自ら見直そうとしている。	自己のライフスタイル実現にかかる費用が把握でき、それに合わせた貯蓄の目標を考え、工夫している。	家庭の経済生活の諸課題についての具体的な事例を収集・整理することができる。	家計と経済社会とのかかわりを理解している。
「ライフステージと経済計画」	②	生活資源とその活用  ライフスタイルと生活設計	消費者の権利や消費者支援の制度に関心を持ち、自立した消費者としての行動を考えようとしている。	生涯を見通した自己の生活について具体的な事例を通して考え、まとめ発表している。	生活設計に必要な生活情報を収集・整理することができる。	自立した消費行動のための支援を理解している。 生涯を見通した経済計画の重要性を理解している。
「リスクと生活」	2	障がい乗り越えて  持続可能な社会を目指して	自己のライフスタイルや生活資源の有効活用の視点から、リスクへの対応も含め将来の生活設計について考えようとしている。	社会で生じている問題を解決するために、生活意識やライフスタイルを工夫している。		

6 本時の学習指導

(1) 題材名 「ライフステージと経済計画」

(2) 本時の指導目標

・経済の管理や計画の重要性について認識させ、自己のライフスタイルや将来の家庭生活と職業生活の在り方について考えさせ、生活を設計できるようにする。

(3) 本時の展開（3・4／6時間）

	学習内容	時間	学習活動	指導の留意点 (指導と評価の工夫) ○は評価
導入	本時の内容確認	10	・前時の学習内容の復習をする ・本時の内容を確認する	・生涯を見通した生活における経済の管理や計画の重要性を認識させる
	生活資源とその活用	40	・今日の家計の特徴について、教育や医療、生活保障、税、奨学金などの負担の拡大などについて考える ・生涯賃金や働き方について、具体的な数値や計算例を通して経済計画を立てる	・生活と経済のつながりについて、家計の構造や経済全体の仕組みを理解させる ・リスク管理の考え方を導入した経済計画の重要性を認識させる

展開	ライフスタイルと生活設計	35	<ul style="list-style-type: none"> <li>・分担された役の家族について生活設計を考える</li> <li>・グループで、それぞれの考えたライフスタイルを発表し合い、課題及び改善策を考える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ライフスタイルの課題を探り、実際の生活に置き換え、改善策を考えさせる</li> <li>○将来の生活に向かって目標を立て、自立した消費者としての行動を考えようとしている</li> </ul> <p>【関心・意欲・態度】</p>
まとめ	本時のまとめ	15	<ul style="list-style-type: none"> <li>・課題と改善策についてグループごとに発表する</li> <li>・人生に関する多様な価値観や生き方を取り上げ、人々が共に生きるための、社会や個人の在り方などについて考える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・持続可能な社会を作り出すために、今できることを考えさせる</li> <li>・次回の予告として、リスクをかかえながら、様々な生活条件を持った人たちが調和して生きる人生を想像させる</li> <li>○生涯を見通した経済計画の重要性を理解している</li> </ul> <p>【知識・理解】</p>

## 7 他教科との連携のポイント

### (1) 消費者教育の重点領域

生活の管理と契約

生活を設計・管理する能力

### (2) 他教科との連携のポイント

	公 民	家 庭	情 報
生活の管理と契約	<b>市場経済の理念と契約</b> ～ 契約に関する権利と義務 ～ 契約の基礎知識 消費生活と法 雇用と労働問題	<b>消費者の権利と責任</b> 契約、消費者信用 消費者問題、悪質商法 キャッシュレス社会 消費者基本法 消費者契約法 消費生活センター	<b>高齢者の生活</b> 電子商取引の仕組み SNS ネットオークション 情報セキュリティ ネットトラブル
	選択し、契約することへの理解と考える態度	<b>ライフステージと経済計画</b> 生活設計、リスク管理（貯蓄、保険） 家計管理、社会保障制度	<b>モデル化とシミュレーション</b> 金利のシミュレーション
生活を設計・管理する能力	<b>家族と福祉</b> 家族の役割 社会保障制度		

公 民	情 報
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ライフステージと家庭の関係について、性別役割分担を見直す働き方やワーク・ライフ・バランスへの配慮などについて扱う。</li> <li>・家事、育児、介護などの家庭内労働の在り方を、男女平等と自己実現という観点から考察させる。</li> <li>・社会保障制度について歴史的な側面から解説し、他国の社会保障制度との比較をしながら、日本の社会保障制度（社会保険制度、社会福祉制度など）の現状と課題を理解するとともに、家庭、地域、国が相互に補い合うことの重要性にも触れる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンピュータを活用した問題解決能力の育成を図ることをねらいとし、表計算ソフトウェアを活用し、生涯賃金や生活費について具体的な数値を用いて計算させる。</li> <li>・また、生徒が直面する奨学金などを題材に、利子の計算などのシミュレーションを行う。</li> </ul>

## 8 具体的な展開

前時に金融機関の金銭啓発教育担当者から、家計管理について2時間授業を行っていただいた。現在の生活資金にかかわる最新データを使い、1ヶ月の生活を試算した。本時は一生涯の費用を算出し、自己実現に向け「今、何をすべきか」考えさせた。

☆ 埼玉県立〇〇学校に通う生徒に向けて「家計管理セミナー」を開催しました。

生徒の皆さんに、楽しみながら未来を想像していただき、将来の夢や目標を叶える為の家計管理手法について一緒に考えました。参加された生徒からは「お金の大切さや家計管理の大変さが分かった」「自分の夢の実現の為に必要な資金が分かった」などの感想を頂きました。  
(金融機関 ホームページより)

- ① 生涯を見通した自己の生活設計について関心を持ち、学習活動に取り組むワークシートの工夫。

『生活設計』シートを用意。4人グループで1家族を想定し、稼ぎ手とその家族を役割分担し、多様な価値観や生き方の中で上手く経済計画を立て、家族の夢の実現のために協力して生活するシミュレーションをさせた。附箋を用いイメージマップを作る。まずそれぞれの立場で夢を描く。その夢の実現にはどのくらい費用と年数が必要なのかを調べ、家族である班員に提示する。自分の考えを的確に伝え、相手の意見を受容し、4人が協力し互いを尊重し、何を第1と選択するか、よりよく賢く生活する方法を見出す。ワークシートに互いの意見を整理し、わかりやすくまとめ記入させた。

生徒の記入例(1)

収入：パイロット(父)  
家族の夢：妻趣味、子供2人留学  
老後：長男夫婦と海外で同居  
感想：年取が多い職業なら大きな夢を持てるが皆が出来る訳ではない。

(2) 収入：農家(夫)

夢：祖父母旅行三昧、妻都会に憧れ  
リスク：天災により農家が経営難になり、妻はますます都会を望む  
感想：世の中には不安定な仕事があると、貯蓄の大切さを痛感した。

(3) 収入：公務員(母)

夢：祖母孫育て、父作家、子供プロ野球選手になりたい  
感想：最近、母が大黒柱の家庭も増え、祖母と暮らせたら助け合えて、お互い一石二鳥だ。

- ② 自己のライフスタイルや職業、地域の生活と関連付けて、生活上の課題を設定し、解決方法を考える。

グループごとにワークシートに描いた『生活設計』を発表する。隣の家族の生き方を受け入れ、多様な価値観、職業観、経済観、環境やリスク等、様々な生活条件の中で、調和して生きることを学んだ。これからの時代を持続可能な社会として作り上げていくために、リスクを負っても屈せず、共に支え助け合いながら問題を解決していく能力や姿勢を身に付けさせた。前時において、金銭啓発セミナーを行い、将来の現実にかかる費用を把握しているのは、大きな成果である。



《授業の感想》・家族として演じてみて、それぞれいろいろやりたいことや生き方も違うけど、4人でどうにかまとめることができた。・今回、生活設計をやってみて自分の夢はとてもお金がかかることがわかりました。なので、今、勉強を頑張ってよい大学に行って、よい仕事に就けるようにして、将来の夢をかなえられるようにしたい。・実際の収入よりも出ていくお金のほうが大きいと思うから、日々の生活で節約とかやりたいことを我慢するとか、そういうことも大切なんだと思いました。・あらためてお金がかかることがわかった。両親には本当に感謝しきれない。・とにかく稼がなくては、子供たちに不自由なく生活をさせることは難しい。・自分も大量のお金を出してもらっているのもっと頑張ろう。



『生活設計』 家族のライフステージをえがいてみよう 2年組 番号氏名

	自分自身の生活課題	家族関係における生活課題	経済面の生活課題
青年期 20歳代前半			
壮年期 20歳代後半～60歳代			
老年期 60歳代後半			
感想			

### Ⅲ 授業実践例 — 情報科①

#### 高等学校情報科 「社会と情報」学習指導計画

##### 1 題材名 「情報の活用と表現」

##### 2 題材設定の理由

###### (1) 生徒観

1 学年の授業を想定している。基本的な情報のリテラシーは身につけており、コンピュータの操作にも慣れてきた。2 学期から Excel の学習をし、関数を使った計算を行えるようになった。

###### (2) 題材観

情報化の進展によって、情報を主体的に活用できる能力が必要になってきている。情報に接する際には、情報の信ぴょう性を確認したうえで判断しなければならない。生徒は、情報機器を使いこなしているが、その機器から得られる情報をそのまま鵜呑みにしたり、またモラルに反した行動をすることもある。

消費者として安全に暮らし、消費生活情報を自らの判断で評価できるように、身近な問題から情報の活用について考察させたい。

###### (3) 指導観

情報を伝達する手段であるメディアの特徴を理解することで、メディアリテラシーを高め、情報の信ぴょう性を確認する。また、CM を制作することで、情報発信者が意図的に情報を作り出していることを理解させる。

##### 3 指導目標

- ・社会の急速な情報化の中で、情報化が与える「光」と「影」の部分について理解する。
- ・情報には発信者の意図があることを確認する。
- ・効果的に情報を伝える能力を身に付ける。
- ・消費者の視点でメディアの消費生活情報を主体的に判断し、活用できるようにする。

##### 4 題材の評価規準

関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
メディアの特性を踏まえた上で、情報機器を操作し、情報を活用しようとしている。	日常生活にある体験から、情報の信ぴょう性について考え、情報を整理し、問題解決に生かすことができる。	情報をわかりやすく効率的に伝達するために、情報とメディアの特徴を踏まえて、情報を活用することができる。	情報社会における問題を捉え、情報化が与える影響について理解している。

##### 5 指導と評価の計画 (9 時間扱い) ○・・・本時

学習項目	時間	学習内容	関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
情報とメディアの特徴(1)	1	・メディアの種類とその特徴について学ぶ	メディアによって、情報の伝わり方に違いがあることに気付く。			

情報とメディアの特徴(2) 情報の信ぴょう性	2	・情報の多面性を学び、必要な情報を得るための能力を考える		情報を比較し、情報の信ぴょう性等、主体的に情報を判断することができる。		メディアの特性を理解している。
情報の表現・伝達の工夫(1)	1	・広告の意義、広告の受け取り方、不当表示を考える	広告に意図があることに気付く。		広告から得られる情報を分析することができる。	「景品表示法」について理解している。
情報の表現・伝達の工夫(2)	2	・ちらし広告を作ろう		広告の意図を考え、表現することができる。	消費者に必要な情報を伝えることができる。	
情報の表現・伝達の工夫(3)	1	CMの意図を学ぶ	テレビCMの意図を理解しようとしている。		テレビの特性を理解し、その情報を分析することができる。	
・情報の表現・伝達の工夫(4) ・情報社会の課題と情報モラル(1)	②	CMを作成する・まとめ		映像メディアの特性を考え、適切な情報の作り方を考えている。	映像を編集し、意図に沿ったCMを制作することができる。	

## 6 本時の学習指導

(1) 題材名 「情報の表現・伝達の工夫(4)・情報社会の課題と情報モラル(1)」

(2) 本時の指導目標

メディアからの影響を考慮しつつ、自らが情報の発信者となる際に、情報を効果的に伝えるためにどのような方法が良いかを実践を通して理解する。

(3) 本時の展開 (2/2 時間)

	学習内容	時間	学習活動	指導の留意点 (指導と評価の工夫) ○は評価
導入	・前時の授業内容の確認	5	・スライドを見ながら、前時の確認 ・情報操作や情報の判断を間違えた例を学ぶ	・前回学習したワークシートを確認するよう促す
展開	・身近にあるメディア ・CMの影響の大きさ  ・CM制作のポイント及びテーマの説明	40	・スライドの内容をもとにワークシート記入 ・CMを鑑賞し、製作者の意図は何かを考え、ワークシートに記入する  ・情報の選択の仕方で、意図的に情報を作り出せることを確認する	・身近にあるメディアとその特徴を説明する ・TVの影響の大きさを説明する ・有名なCMを2本鑑賞し、そのCMの意図を考えさせる ・テーマが相手に伝わるよう、CMの作り方を工夫するよう指導する

展 開	<ul style="list-style-type: none"> <li>・CM制作実習</li> <li>・相互にCMの鑑賞、および印象の確認</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・動画編集ソフトを使用して、写真とコメントと曲を組み合わせて、CMを作成する</li> <li>・CMから受けた印象をワークシートに記入し、相手に伝える</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・テーマは、他の人には教えないように伝える</li> <li>・適宜巡視ソフトウェアの操作が適切にできるよう指導する</li> <li>・テーマについて必要な情報を収集し、適切にCMを作成しようと取り組んでいるか確認する</li> <li>○映像を編集し意図に沿ったCMを制作できる 【技能】</li> <li>○作品の相互評価を通して、映像メディアの特性を考え、適切な情報を作り出すことを考えている 【思考・判断・表現】</li> </ul>
ま と め	・CM制作のまとめ	5	・ワークシートに感想を記入する	・制作した感想だけではなく、相互評価することで、理解できたことも記入する

## 7 他教科との連携のポイント

### (1) 消費者教育の重点領域

情報とメディア

情報の信頼性、信ぴょう性

### (2) 他教科との連携のポイント



公 民	家 庭
<ul style="list-style-type: none"> <li>・マスメディアによる情報操作や企業の商業リズムといった問題を考察させ、情報の受け手としてメディア・リテラシーを身に付けることが重要であることを理解させる。</li> <li>・また、コンピュータなどの情報技術の発展とインターネットの普及により、誰でも情報技術の恩恵を受けられる“ユビキタス社会”に生きているが、その一方で、コンピュータウィルスやプライバシーの侵害、知的財産権の侵害などの問題が生じるということについても触れる。</li> <li>・さらに、インターネットを通して誰もが発信者になれることに注意を向けさせ、個人の情報に対する倫理観（情報モラル）が強く求められていることを自覚させる。</li> <li>・情報化社会の進展によりコミュニケーションの在り方が変化している点についても触れることができる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家庭では、「食品表示」や「住宅物件情報」など具体的な事例を通して消費者問題が発生する背景に触れる。消費者として防止策を性能・価格・品質さらに環境等に関する様々な項目を鑑みて比較検討するとともに、批判的な思考に基づいた主体的な意思決定力を身に付けさせる。</li> <li>・消費者が適切な情報リテラシー意識を持つことで、メディアの意識も変わることを認識させ、自立した消費者を目指す重要性を学ぶ。</li> </ul>

## 8 具体的な展開

①情報を受信するだけでなく、発信することでより消費者として情報を批判的に受け取る態度を養う。

広告を読み解くだけでなく、自らが広告をつくることで、広告にある情報の意図を批判的に読み解く態度を育成し、また、相手に情報を正しく伝える技術を身に付けるよう指導を工夫した。

〈授業の振り返りシート〉

◎相手に伝える際に気を付けることは何か？

- ・正しいことを伝えるためには、様々な角度から見て、色々な情報を集めて「正しい」情報を整理する。
- ・根拠のあることを伝える。
- ・自分が「正しい」と思っている、違う意見があるということを入れておく。
- ・相手に押し付けない。相手には相手の考えがあるということも認識しておく。

元になるちらし広告を生徒が編集し、新しく広告を作成した。

②CMのテーマを複数準備することで、お互いのCMを批判的に受け取り、評価することができた。

全員同じテーマを準備すると鑑賞する際の観点が少なくなるが、一人ずつ違うテーマで制作し、相互鑑賞をすることで、CMのテーマを読み解く態度や、相手に伝えるためにどのような要素をCMに盛り込むべきか各自で考える学習を進めることができた。

〈CMのテーマ〉

- ・クリスマスプレゼントのCM
- ・旅行・観光に行きたくなるCM (旅行先は各自で考えてよい)
- ・バレンタインのCM
- ・清涼飲料水 (高校生をターゲットとしたもの) のCM



動画編集ソフトで作成したものを相互に鑑賞して評価をする。



中間モニタを活用し、各自で作成したちらし広告から正しく効果的に情報を伝える方法を確認する。



CMで情報の意図を伝える -情報の信ぴょう性を学ぶ-

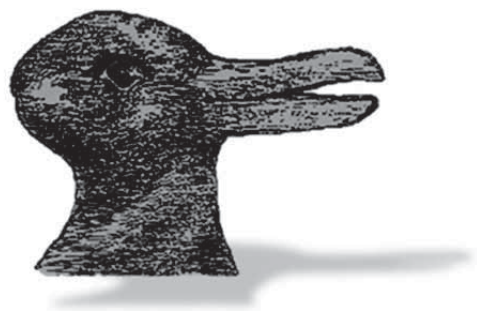
◆情報は加工されている

○人によって「 」情報は違う。  
⇒送り手の「 」で加工されている。

○情報は正しいものばかりではない。

⇒情報に接するときは、

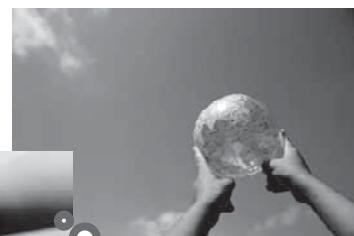
- 1) 「 」で確認する。
- 2) 「 」に判断する。



◆CMのねらい

イメージが大切。

「 」  
「 」



◆CM制作

別紙プリント参照

自分のCMのテーマ

相手のCMをみて・・・

相手のテーマは何か？

イメージは伝わってきたか。CMの感想

### Ⅲ 授業実践例 — 情報科②

#### 高等学校情報科「社会と情報」学習指導案

1 題材名 表計算ソフトウェアの活用とデータ分析の手法

2 題材設定の理由

(1) 生徒観

普通科1年

生徒は、授業に部活動に非常に意欲的に取り組む。家庭状況も安定していてアルバイトなどに頼ることなく生活することができる。一方で、将来（自分の進路）に関して深く考えている様子がなく、楽観的に考えている様にも見える。数年後自立して生活するために「お金」を稼がなければならないという発想にも至っていないように見える。

(2) 題材観

表計算ソフトウェアを使いこなす技術を身につけさせるだけの実習は、教科「情報」の意図するところではない。そこでさまざまな実習を通して、問題解決に表計算ソフトウェアの活用が有効であることを体験させる。そのために実習のテーマとして消費者教育の内容を扱い、「自立した消費者」の育成という要素も盛り込んでいる。

(3) 指導観

課題解決（問題解決）の手順を理解する。表計算ソフトウェアを使ったデータの整理の練習する（ソート、抽出、関数の利用、グラフの利用）。また、例題を通して表計算ソフトウェアの利用方法を学ぶ。さらに身近な問題に焦点をあて、問題解決に表計算ソフトが有効であることを学ぶ。

3 指導目標

【教科としての目標】

表計算ソフトウェアの基本操作を習得したうえで、問題解決（データの分析）やシミュレーションの実習を通して、さまざまな場面で適切に活用できる力を育成する。

【消費者教育としての目標】

具体的な題材を通して、数字を実際に加工することにより、数字の意味を理解し、消費者意識向上につなげる。

4 題材の評価規準

関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
身のまわりの問題を解決するために、表計算ソフトウェアの活用やインターネットからの情報収集などを通して、情報社会に積極的に参画しようとする。	与えられた問題からどのような式や関数、グラフを利用すれば良いか考え判断する。 データを分析し、具体的な問題の解決方法について考えることができる。	表計算ソフトウェアやブラウザなどの基本的な操作ができる。また、問題解決の目的や状況に応じて表計算ソフトウェアを効果的に活用することができる。	表計算ソフトウェアやブラウザなどを適切に活用して情報を収集、処理、表現するための知識を身に付けている。また、与えられた問題を解決し評価し理解（改善）するための知識を身に付けている。

学習項目	時間	学習内容	関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
表計算ソフトウェアの基本操作方法	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>基本操作</li> <li>関数の活用</li> <li>グラフの作成</li> </ul>			表計算ソフトの基本的操作ができ、関数やグラフを使用ができる。	
情報の収集とデータの処理	①	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報の収集</li> <li>データの処理</li> <li>シミュレーション</li> </ul>	データ分析に興味を持ち日常生活での問題解決に活かそうとする。		必要な情報を適切に収集し、加工することができる。	
データ分析の基礎と関数の利用	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>代表値</li> <li>データの散らばりと度数分布</li> </ul>			表計算ソフトウェアや基本的な操作ができ、アドインの設定およびデータ分析ツールの利用、関数の利用ができる。	統計情報を適切に表現するための、代表値やデータの散らばりについて理解している。
総合実習①	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>データ分析と偏差値について</li> </ul>	データ分析に興味を持ち日常生活での問題解決に活かそうとする。		表計算ソフトウェアや基本的な操作ができ、関数の利用ができる。	
総合実習②	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>「お金」に関するシミュレーション</li> <li>金融用語の理解</li> <li>さまざまなシミュレーション</li> </ul>		データを分析し、具体的な問題の解決方法について考えることができる。	表計算ソフトウェアや基本的な操作ができ、関数の利用ができる。	適切に情報を処理し表現（シミュレーション）するために、単利、複利などの金融知識について理解している。

## 6－実践1 本時の学習指導

(1) 題材名 「情報の収集とデータの処理（問題解決）」

(2) 本時の指導目標

前時まで、表計算ソフトウェアデータの基本操作方法を学んできた。データを入力して分析する方法もあるが、本時は、問題解決（単身者の消費実態を調査する）のために、インターネット上でデータを探し、必要な情報を得るために表計算ソフトウェアで加工することが有効であることを実習を通して学ぶ。また、分析のテーマは消費者教育の観点から身近な題材に設定し（若年層の1ヶ月の消費支出の実態）、操作を覚えるのが目的ではなく手段であることを理解させ、将来の消費者意識向上につながるようにする。

(3) 本時の展開 (1時間)

	学習内容	時間	学習活動	指導の留意点 (指導と評価の工夫) ○は評価
導 入	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報の収集について</li> <li>データの信憑性について</li> </ul>	3	<ul style="list-style-type: none"> <li>本時の目的(必要なデータの収集と加工)について説明</li> <li>プリントを読みながら、本時の実習の内容を理解させる</li> </ul>	
展 開	<ul style="list-style-type: none"> <li>予想をたてる</li> </ul>	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>若年層の消費支出について、予想を立てワークシートの空欄を埋める</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>周りの生徒同士で話し合いながら空欄を埋めさせる</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>予想をたてたデータが正しいか検証する(データの収集)</li> </ul>	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>指示に従い、ヒントを与えながらデータを探し収集する</li> </ul> <p>※家計調査 → 家計収支編 → 単身世帯 → 詳細結果表 → 【年次 男女・年齢階級別】</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>データの出所をよく確認するように指示。検索の上位に出たデータが正しいわけではないことを強調する</li> <li>探せない生徒にはヒントを与える</li> </ul> <p>最終的に「e-stat」 (<a href="http://www.e-stat.go.jp/">http://www.e-stat.go.jp/</a>) にたどり着くようにする。 ○適切なデータを収集できる</p> <p>【技能】</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>データの処理</li> </ul>	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>探しあてたデータの必要のない部分を削除する</li> <li>フィルタを設定し、必要な項目のみを抽出させる</li> <li>抽出後、別シートにコピーする</li> <li>コピーしたデータを元にワークシート(別シートに用意されている)に転記する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>見つけたファイルをダウンロードせず、共有フォルダにあらかじめダウンロードしたファイルを用意しておく</li> </ul> <p>・元の表が、加工しやすいように階層化して作られていることを解説 ○必要な形でデータを加工できる</p> <p>【技能】</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>シミュレーション</li> </ul>	10	<ul style="list-style-type: none"> <li>1ヶ月の平均的消費支出のために、時給換算で月何時間、1日何時間働けばよいか計算させる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>時給データとして賃金構造基本統計調査を紹介する(実習では800円、1000円として計算)</li> </ul>
ま と め	本時のまとめ	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワークシート完成</li> <li>データの保存</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>データを調べ加工・分析することにより、社会現象のしくみが見えることを解説する</li> <li>○予想および計算結果をみて、短期労働者(アルバイト)に必要な費用を稼ぐことの大変さを数字で理解し、今後の生活にかかそうとする</li> </ul> <p>【関心・意欲・態度】</p>

7 他教科との連携のポイント

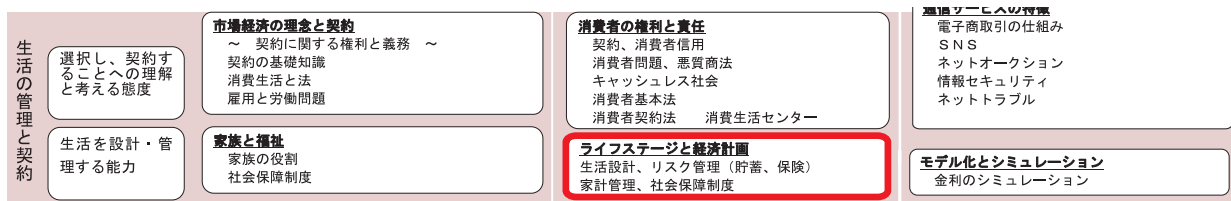
(1) 消費者教育の重点領域

生活の管理と契約

生活を設計・管理する能力

(2) 他教科との連携のポイント

※本内容は、教科としてはインターネットを活用したデータの収集および表計算ソフトウェアを活用したデータの処理である。しかし、題材（データ）を「若年層の消費実態」として、家庭科で扱う内容（「ライフステージと経済計画」）に近づけた。



公 民	家 庭
<ul style="list-style-type: none"> <li>働くことの意義について考察させることで、社会参加での豊かな生活について取り上げる事ができる。</li> <li>また、所得税の累進課税制度について様々な職業の平均年収などを用いて計算をして、社会保障の意義やあり方なども取り上げる事が出来る。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>お金の流れを理解し、収入と支出からなる経済活動の中で生涯を見通した経済計画を立て、家計の管理ができるようにする。</li> <li>国民経済の仕組みや家計簿の記録について学ばせる。</li> </ul>



## 8 具体的な展開

【作業1】予想を立てる。(右図)  
若年層の消費支出について、予想を立てワークシートの空欄を埋める(右図が表計算ソフトウェアのワークシートの例)

※情報科としてのポイント  
・表計算ソフトウェアを使用している  
ので、数値を入れると合計が出るように、合計欄に式を埋め込んでおくように指示する。

若年層(単身者)の収入と支出			
	予想	(希望)	実態
<b>収入</b>			
<b>支出</b>			
食料			
住居			
光熱・水道			
家具・家事用品			
被服及び履物			
保健医療			
交通(自動車維持費)・通信			
教育			
教養娯楽(書籍、旅行など)			
その他の消費支出(美容・美容、交際費など)			
直接税(所得税・住民税など)			
社会保険料(公的年金、健康保険)			
他の非消費支出			
合計			

【作業2】予想をたてたデータが正しいか検証する(データの収集)

※情報科としてのポイント

ヒントなしで検索させると、e-statの家計調査のデータまでたどり着く生徒はごくまれ。しかし、若年層、単身、支出などのキーワードを入れると、検索上位に「家計調査」というキーワードが出てくる。それらは主に論文や資料などで利用するために加工され、公表されているものである。そこには「出所」として「家計調査」と書かれているので、それに気づき元データにたどり着けるように指導することが重要である。

【作業3】データの処理・表の完成(下、右図)

e-statにはExcel形式でデータがあるので、必要な部分だけ残す(単身世帯のうち勤労者世帯データを利用)。  
元データでは、大・中・小分類ごとにフィルタでまとめられるようにできているので右図のようにフィルタを設定し、必要な項目だけ表示する。

項目	単位	値
実支出	208,730	years
消費支出	157,796	
食料	40,857	
穀類	2,015	
米	265	
パン	1,029	
めん類	634	
その他の穀類	87	
魚介類	400	

項目	値	単位
食料	40,857	years
住居	27,829	
光熱・水道	6,793	
家具・家事用品	3,429	
被服及び履物	8,530	
保健医療	2,937	
交通・通信	22,984	
教育	0	
教養娯楽	23,131	
その他の消費支出	21,304	
直接税	18,032	
社会保険料	32,889	
他の非消費支出	13	
個人・企業年金保険料	1,835	
他の保険料	3,343	

【作業4】シミュレーション・表の完成

家計調査では一か月の支出額が¥208,730 だということが読み取れる。それでは、その額を稼ぐには時間給で計算した場合、何日何時間働けばよいか計算してみる。時給や日数の数値を変えてみて、変化の様子を見る。

実際に計算すると、  
時給800円～1000円で月額20万円の収入を得るには、かなり厳しいことに気付かせる(非正規雇用で生計を立てることが困難であることに気付かせる)

②シミュレーション1	時給	
時給800円としたら、何時間分	¥800	
※計算する時【セルC24】を利用すること		
③シミュレーション2	日数	
1ヶ月20日(週休2日程度)働くとしたら1日何時間働けばよい	30	

【参考】「予想をたてる」「シミュレーション」に関して・・・特定非営利活動法人「育て上げ」ネット「MoneyConnection®」

## 情報ノート

### 情報の収集

1. 情報収集の計画
2. 情報収集手段の選択

インターネットの利用

[ ]

本など紙の形で用意されている情報

[ ]

トレードオフ (P27)

[ ]

### 3. 情報検索とその活用

・絞り込み検索

・基本は And 検索 (A and B)

例 所沢の学校 [ 所沢 学校 ]

・ A B... -C 検索も有効 (A and B... and (not C))

例 所沢市内の学校で高校を除く [ 所沢 学校 -高校 ]

情報の信ぴょう性とコミュニケーション

### ①情報の信ぴょう性とその要件

信憑性に影響するものに


### ②信頼できる情報を得るために

公式サイトだからと言って全面的に信頼しない。口コミサイトだからといってウソだらけではない。

### 情報を正しく読み解く力 = メディアリテラシー

= 演習 統計データの活用 =

(統計データを活用する前に)

・その情報の出所は？ (信用できる？)

・その情報の鮮度は？ (新しい？)

演習1) 若年層 (単身かつ勤労者) の一か月の収入と消費支出の実態を知りたい。

※10年後の自分を想像して考えてみよう

	予想	(希望)	実態
収入			
支出			
食料			
住居			
光熱・水道			
家具・家事用品			
被服及び履物			
保健医療			
交通 (自動車維持費 ¥9411) ・通信			
教育			
教養娯楽 (書籍、旅行など)			
その他の消費支出 (理容・美容、交際費など)			
直接税 (所得税・住民税など)			
社会保険料 (公的年金、健康保険)			
合計			

どこで調べる？

[ ]

演習 2-1)

時給 800 円としたら、(必要な収入のためには) 月何時間働けばよい？

演習 2-2)

1 ヶ月 20 日 (週休 2 日程度) 働くとしたら 1 日何時間働けばよい？

## 6－実践2 本時の学習指導

(1) 題材名 「総合実習（「お金」に関するシミュレーション）」

(2) 本時の指導目標

- ・表計算ソフトを利用して、身近な問題についてシミュレーションする。シミュレーション内容としては、単利、複利、元利均等返済、リボルビングについて扱う。
- ・単に関数や式を使いこなすことだけが目的ではなく、扱っているテーマについて関心をもたせる。身近な問題として、奨学金の返済例についても扱う。

(3) 本時の展開（2時間）

	学習内容	時間	学習活動	指導の留意点（指導と評価の工夫）○は評価
導入	本時の内容確認	3	・シミュレーションはどのような場面で用いることができるか考えさせる	
展開	お金を預けること、借りることについて、基本用語の理解	10	・お金を預けること、借りることについて、インターネットを利用してワークシートにまとめる	以下のサイトを利用する ・知るぽると ・日本FP協会
	シミュレーション「単利について」	15	・用語を解説しながらワークシートに従って実際に計算させる → 絶対参照とセルのコピーの利用（複利、単利） → 指数計算の使い方（複利）	○絶対参照を利用する。式をコピーし、指数計算をする 【技能】
	「複利について」	15	・利率や年数を変えてシミュレーションしてみる ・「単利」と「複利」の結果をみて、どのくらい違うか計算	○式の意味が理解できる 【知識・理解】 ○「単利」と「複利」の違いを理解する 【知識・理解】
まとめ	本時のまとめ	7		・シミュレーションに表計算ソフトウェアの活用が有効であることを理解する

### 2時間目

導入	前回の復習	3	・単利、複利、元利均等返済について用語の確認	
展開	シミュレーション「リボルビング、元利均等返済について」	40	・用語を解説しながらワークシートに従って実際に計算させる  ・日本学生支援機構サイトの奨学金返済シミュレーションを利用して、いくら借りると、何年かかっていくら返済しなければならないか試してみる ・上記の内容を表計算ソフトウェアを利用して、確認する。 ・借入額、利率を変えて計算させる	・表計算ソフトの結果とシミュレーションサイトの結果が同じにならないことについて、サイトの説明を利用して補足 ○式の意味が理解できる 【知識・理解】 ○「リボルビング」や「元利均等返済」の増え方を見て違いを理解する 【知識・理解】  ・利率や年数を変えることによって数値がどのようにかわるか理解させる

まとめ	本時のまとめ	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワークシートの完成</li> <li>データの保存</li> </ul>	<p>○シミュレーションすることにより増え方、減り方がすぐわかり、生活設計への活用について考えている</p> <p>【思考・判断・表現】</p>
-----	--------	---	---	--

## 7 他教科との連携のポイント

### (1) 消費者教育の重点領域

生活の管理と契約

生活を設計・管理する能力

### (2) 他教科との連携のポイント

生活の管理と契約	<b>市場経済の理念と契約</b> ～ 契約に関する権利と義務 ～ 契約の基礎知識 消費生活と法 雇用と労働問題	<b>消費者の権利と責任</b> 契約、消費者信用 消費者問題、悪質商法 キャッシュレス社会 消費者基本法 消費者契約法 消費生活センター	<b>デジタル社会への対応</b> 電子商取引の仕組み SNS ネットオークション 情報セキュリティ ネットトラブル
	<b>生活を設計・管理する能力</b>	<b>家族と福祉</b> 家族の役割 社会保障制度	<b>ライフステージと経済計画</b> 生活設計、リスク管理（貯蓄、保険） 家計管理、社会保障制度
			<b>モデル化とシミュレーション</b> 金利のシミュレーション

公 民	家 庭
<ul style="list-style-type: none"> <li>金融市場の仕組み、中央銀行の役割や金融政策の目的と手段について触れ、意義や役割を扱うことができる。</li> <li>また、金融の自由化が進展していることや、近年の金融制度や資金の流れ、金融政策の変化などについても触れられる。</li> <li>さらに、クレジットカードや電子マネーなどの普及によるキャッシュレス社会の進行、金融商品の多様化など、身近で具体的な事例を通して展開しながら、高金利問題、多重債務問題などを取り上げ、消費者としての権利や責任について学習することができる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>家庭科では、生活設計を学ぶ際に、生涯を見通したライフプランや住宅購入シミュレーションなどを行う場合に、双方の教科の特性を生かした授業の展開が考えられる。</li> <li>また、ローンの返済計画を立てさせる場合にも連携できる。</li> <li>同じ時期に授業を計画することで、より具体的な学びができる。</li> </ul>

## 8 具体的な展開

### 【作業1】基本用語の理解

ワークシートを埋めながら用語を整理（また、表計算ソフトウェアで、式をたてる上でのポイントを整理

### 【作業2】ワークシート作成（以下はワークシートの例）

返済額を計算してみよう！		価格は2780万円ですが・・・				
物件情報 (○×不動産)		ウォーミングアップ用				
価格 2780万円						
<ul style="list-style-type: none"> <li>間取り 4LDK (土地面積138.28㎡ 延床面積99.36㎡)</li> <li>地上2階</li> <li>築年月 2014年01月</li> <li>最寄駅 ××線 △△駅 徒歩8分</li> <li>住所 さいたま市××区××××××××××</li> </ul>						
※物件価格2780万円に対して、年率2.42%で 返済0円の場合						
期間(年)	35	30	25	20	15	10
月々返済額	¥99,012	¥109,463	¥124,366	¥146,975	¥185,041	¥261,755
返済額						

複利計算	
金利5%の複利（1年複利）の金融商品に100万円を5年間預けた場合	
*満期時の元利合計額 = 元本 × (1 + 金利) <sup>n</sup> となる	
B列、C6 使用して1~30年後の元利合計額を求めよ(少数以下切り捨て)	
金利	0.05
元本	1,000,000
複利計算シート例	
1年後	1
2年後	2
3年後	3
4年後	4
5年後	5

元利均等返済		元利均等返済シート例①	
30万円を金利1.8%（年）の元利均等返済で借り入れた。 月々返済額は1万円の4.1回。（41回目は1523円）		下表の空欄を埋めよ	
借入金	¥300,000	月々返済額(A)	1 10000
月々返済額	¥10,000		2 10000
利率(年)	0.18 (1.8%)		3 10000
(計算方法)			4 10000
月々返済額(A) :	毎月 10,000万円		5 10000
利息額(B) :	前回借入金残高(D) × 金利(年) / 12		6 10000
元金返済額(C) :	月々返済額(A) - 利息額(B)		7 10000
借入金残高(D) :	前回借入金残高(D) - 元金返済額(C)		8 10000
			9 10000
			10 10000
			11 10000
			12 10000
			13 10000
			14 10000
			15 10000
			16 10000
			17 10000

リボルビング		元利均等返済	
12万円の総額の支払いを月々「支払い元金1万円（定額コース）」のリボ払いにした。		奨学金を月5万円で4年間（48か月）借りる予定である。 貸与利率は3%、月々返済額は16,769円。 返済回数は180回（15年）。 結局いくら返済することになるのか。	
年利15%の場合、月々の手数料（利息）はいくらか まだ合計でいくら支払うことになるか なお、手数料の計算方法は「月割り」となる (ヒント) 手数料 = 残高 × 年利 / 12		元金 手数料(円)	
年利	0.15	貸与月額	¥50,000
月々返済元金	¥10,000	貸与期間	48ヶ月
		借入金	¥2,400,000
		月々返済額	¥16,769
		利率(年)	0.03 (3%)
		(計算方法)	
		月々返済額(A) :	毎月 16769円
		利息額(B) :	前回借入金残高(D) × 金利(年) / 12
		元金返済額(C) :	月々返済額(A) - 利息額(B)
		借入金残高(D) :	前回借入金残高(D) - 元金返済額(C)
			<a href="http://simulation.sas.iaso.go.jp/simulation/">http://simulation.sas.iaso.go.jp/simulation/</a>
		月々返済額(A)	1 ¥16,769
		利息額(B)	2 ¥16,769
		元金返済額(C)	3 ¥16,769
		借入金残高(D)	4 ¥16,769
			5 ¥16,769
			6 ¥16,769
			7 ¥16,769
			8 ¥16,769
			9 ¥16,769
			10 ¥16,769
			11 ¥16,769
			12 ¥16,769
			13 ¥16,769
			14 ¥16,769
			15 ¥16,769
			16 ¥16,769
			17 ¥16,769
			18 ¥16,769
			19 ¥16,769
			20 ¥16,769



★表計算の応用

実習の前に

～ 本日のキーワード (身近な数字について考えよう) ～

単利とは

]

複利とは

]

元金均等返済とは

]

元金均等返済とは

]

リボルビング返済 (リボ払い) とは

]

= ヒント =

知るほると (<http://www.shiruboruto.jp/index.html>)  
日本FP協会 (<http://www.jaf.or.jp/knowledge/>)

大原則 式に直接数字を利用しない。(なぜか答えよ↓)

[ ]

① 単利計算ヒント

・絶対参照が必要なのはどのセル?

[ ]

② 複利計算ヒント

・絶対参照が必要なのはどのセル?

[ ]

・小数点以下切り捨て・・・関数 round.....(式,0)

・指数の計算はどれ?【 ~ ^ | % 】

③ ④ ⑤元利均等ヒント

・絶対参照が必要なのはどのセル? (複数あり)

[ ]

・小数点以下切り捨て・・・関数 round.....(式,0)

・「式に直接数字を使用しない」が原則だが、利息計算の /12 (月換算に直す) は直接数字を使用して良い。

⑥ リボルビングヒント

・絶対参照が必要なのはどのセル? (複数あり)

[ ]

・小数点以下切り捨て・・・関数 round.....(式,0)

・「式に直接数字を使用しない」が原則だが、利息計算の /12 (月換算に直す) は直接数字を使用して良い。

## IV 消費者教育全体計画

### 1 全体計画作成の留意点

消費者教育を効果的に推進するためには、学校全体での組織的系統的な取組が必要である。

そのためには、消費者教育を通して生徒に何を身に付けさせたいのか、その目指すべき目標を明確にする必要がある。目指すべき目標を達成するために、取り組むべき事柄とその時期を全体計画としてまとめ、全教員の共通理解のもとで推進する必要がある。

#### (1) 生徒の実態等を踏まえる

- ・消費者教育に係る基本的な知識の有無
- ・消費者トラブル被害の危険性の多寡
- ・計画的な消費行動に対する意識の有無  
(←自己管理能力・課題対応能力・プランニング能力)
- ・消費行動のもつ社会的経済的な影響の理解度
- ・持続可能な消費を目指した消費行動をとる態度の有無 等

#### (2) 生徒に身に付けさせたい知識や態度を明確にする

- ・基礎的な知識の徹底
- ・トラブルを未然に防止する知識と態度
- ・自立した消費者としての知識と態度
- ・持続可能な社会の実現に向けて主体的に参画する態度 等

#### (3) 組織的系統的継続的な取組となるよう留意する

- ・取り上げる教材の順序
- ・教科間連携について明確化
- ・各学年で設定した重点項目に留意した外部期間との連携  
(外部機関との連携に係る留意事項は、60 ページの「外部講師の活用に関するガイドライン」参照)
- ・特別活動等の行事への位置づけの明確化

学校の教育活動は多岐にわたる。さらに近年「～教育」という特定の事柄に対する教育の充実について社会的な要請も強まっている。その教育内容は共通している部分もあり、全体計画は学校の教育活動全体を考慮しながら作成することで、継続した円滑な実施とともに効果も高まる。そのため、現在の教育活動を改めて見直しながら消費者教育の全体計画を作成していく必要がある。

生徒の実状、学校の状況を踏まえた、特色ある全体計画を作成することで、各校における消費者教育の充実を図りたい。

## 2 消費者教育の全体計画 — 事例1

### 【消費者教育を学校の教育活動の中心に据えている事例】

(1) 想定している学校

就職・大学（短大）・専門学校の割合がほぼ同じ割合。視野の広い消費者教育の必要性があり、学校の教育活動の中心に位置付けている。

(2) 基本的な考え方

消費者教育を推進するため、教科・科目における学習だけでなく、学校行事（学年行事）・総合的な学習の時間を積極的に活用する。

(3) 教科・科目における学習

- ・公民科、家庭科、情報科を中心に教科間の連携に留意しながら消費者教育を推進する。
- ・また、上記以外の教科においても消費者教育との関連に留意する。

【例】保健体育：心身の健康増進との関連

「生活を設計・管理する能力」「商品安全の理解と危険を回避する能力」  
保険制度とその活用／薬物乱用、薬害／食の安全と健康

理 科：科学的判断力との関連

「持続可能な消費の実践」  
生態系のバランスと保全／バイオテクノロジー

国 語：読解力・表現力育成との関連

消費者問題に関する新聞記事等の活用

(4) 学校行事・総合的な学習の時間を活用した消費者教育の推進

消費者トラブルの事例や対応策などの消費者問題についての知識を習得し、自らの消費行動が社会に与える影響について考え、主体的に意思決定することの重要性を理解させる。

(5) 消費者教育の全体計画

		学校行事・総学	家庭・公民・情報	他の教科
第1学年	1学期	○講演「情報社会のルールとマナー」 携帯電話メーカー等による講演 ・ネットトラブル ・ネットの安全な使い方 《情報社会の収集発信活用能力》 《トラブル対応能力》	【家庭】家庭総合 「環境・ごみ問題」 (被服実習と関連)	【理科】科学と人間生活 「エネルギー資源」
	2学期		【情報】社会と情報 「携帯電話に関するトラブル」 ・高額請求 ・紛失・不正使用 ・迷惑メール、出会い系サイト	
	3学期		【家庭】家庭総合 「身の回りの化学物質の安全性」 (被服実習と関連)	【理科】科学と人間生活 「環境問題の理解」

第2学年	1学期		<p>【家庭】家庭総合 「グリーンコンシューマーを目指そう」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品添加物について</li> <li>・合成洗剤について</li> <li>・フードマイレージについて</li> <li>・遺伝子組換食品について</li> <li>・食料自給率について</li> </ul>	
	2学期	<p>○職業人インタビュー 進路課題：身近な社会人にライフプランインタビュー 《生活を設計管理する能力》 《情報の収集発信活用能力》</p>	<p>【情報】社会と情報 「情報社会の利点にもなう悪影響」</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・著作権の侵害</li> <li>・ネットショッピング</li> <li>・個人情報の漏洩 など</li> </ul> <p>【家庭】家庭総合 カードゲームを使ったライフプラン学習</p>	
	3学期	<p>○企業見学会 見学及び体験的学習 生産者の視点から社会を考察する 《生活を設計管理する能力》 《情報の収集発信活用能力》 《持続可能な消費の実践》 《商品安全の理解と危険を回避する能力》</p>		
第3学年	1学期	<p>○不当広告調査 不当広告と思われる広告を探し、広告の信憑性を考える 《トラブル対応能力》 《情報の収集発信活用能力》 《消費生活情報に対する批判的思考力》</p>	<p>【公民】現代社会 「現代社会の諸課題」</p> <p>○地球環境を考える ・エネルギー問題・食糧問題など</p> <p>○情報社会の課題 ・個人情報保護 ・メディアリテラシー</p>	<p>【商業科】経済活動と法 ・法の持つ意味 ・身近な法について</p>
	2学期	<p>○講演「“契約”について考える」 ・契約とはなにか ・消費者問題の事例 《選択し、契約することへの理解と考える態度》 《商品安全の理解と危険を回避する能力》</p> <p>○プレゼンテーション発表会 国語表現やリーディング等で実施したプレゼンテーションを全校生徒の前で発表し”表現力”を養う 《情報の収集発信活用能力》</p>	<p>【公民】現代社会 「現代の経済」 「現代経済の仕組みと特質」</p> <p>【公民】現代社会 「消費者問題」 ・契約に関する権利と義務</p>	<p>【国語科】国語表現 各自が普段考えていることを発表などで表現する。</p>

## 2 消費者教育の全体計画 — 事例2

### 【キャリア教育を学校の教育活動の中心に据えている事例】

#### (1) 想定している学校

就職・大学（短大）・専門学校の割合がほぼ同じ割合。1年次より働くことの意味や意義を学ばせ身に付けさせることを目標としたキャリア教育の充実を学校の教育活動の中心に位置付けている。

#### (2) 基本的な考え方

各教科、学年で個々に実施されている学校行事、総合的な学習の時間、各教科での取組について、消費者教育の視点で洗い出し、有機的に結び付けることができるよう見直し実践する。

#### (3) 教科・科目における学習

- ・家庭科、情報科を中心に他教科での関連する内容を確認し、連携に留意しながら消費者教育を推進する。
- ・上記以外の教科において消費者教育との関連に留意する。

#### 【例】保健体育：心身の健康増進との関連

「生活を設計・管理する能力」「商品安全の理解と危険を回避する能力」  
保険制度とその活用／薬物乱用、薬害／食の安全と健康

#### 地歴公民：社会的背景との関連

「持続可能な消費の実践」  
フェアトレード／エネルギー問題／環境問題の理解

#### 理科：科学的判断力との関連

「持続可能な消費の実践」  
生態系のバランスと保全／バイオテクノロジー

#### 国語：読解力・表現力育成との関連

消費者問題に関する新聞記事等の活用

#### (4) 学校行事・総合的な学習の時間を活用した消費者教育の推進

生徒に対しては、キャリアデザイン（総合的な学習の時間のテーマ）という視点から、1年次では働くことの意味・意義を学び考えさせ、2，3年次では外部講師を招いた講演会等によりその取組の充実を図る。これらの取組を消費者教育の視点からも意識させることで、消費者教育の理念や様々な消費者トラブルの事例と対応策について学ばせるとともに、自らの消費行動が社会に与える影響について考え、主体的に意思決定することの重要性を理解する機会とする。

また、保護者向けに消費者トラブルに関する講演会を設け、保護者にも理解を促すとともに消費者教育について家庭で話しあえるような情報を提供する。

#### (5) 消費者教育の全体計画

		学校行事・総学	家庭・公民・情報	他の教科
第1学年	1学期	○キャリアデザインガイダンス（総学） 3年間「進路：人生の設計」に関するテーマに取り組むための指導概要の説明 《生活を設計管理する能力》	【家庭】家庭総合「人生をつくる」 【情報】社会と情報 「情報セキュリティの確保」	【理科】科学と人間生活 「エネルギー資源」



第1学年	1学期	○講演「ケータイ安全教室」 外部講師によるケータイを正しく安全に使うための講演会 《情報社会のルールや情報モラルの理解》 ○インターンシップ事前指導 《生活を設計管理する能力》	【情報】社会と情報 「情報社会における法と個人の責任」(サイバー犯罪、ネットトラブル)	
	夏季休業	○インターンシップ 体験を通して、自己の興味や適性について理解し、将来の生活設計について考える。 《生活を設計管理する能力》		
	2学期	○インターンシップ事後指導 ○社会人講話(総学) ・講師として保護者数名を招き、話を聞くことにより働くことの意味、意義などを考えさせる。 《生活を設計管理する能力》	【家庭】家庭総合 「住まう」「装う」(被服リサイクルなど) 【情報】社会と情報 「情報社会における法と個人の責任」(著作権)	
	3学期	○職業適性検査 自己の興味や適性について理解し、将来の生活設計について考える。	【家庭】家庭総合 「消費を考える」 【情報】社会と情報 「情報化が社会にもたらす利点と問題点」(商取引の情報化)「モデル化とシミュレーション」(金利計算など) 「情報システムと人間」	【理科(生物)】 生物基礎「生態系のバランスと保全」 【地歴公民】 地理B「世界の諸地域」(南北問題、フェアトレード)
第2学年	1学期	○講演「進路にかかわるお金の話」外部講師による講演 《生活を設計管理する能力》 《選択し、契約することへの理解と考える態度》	【家庭】家庭総合 「食べる」(食品表示など)	【理科(化学)】 化学基礎「化学と人間生活」(食品添加物)
	夏季休業	○インターンシップ 《生活を設計管理する能力》		
	2学期		【家庭】家庭総合 「食べる」	【保健体育】 保健「食品衛生活動の仕組みと働き」
	3学期	○講演「社会人教養講座」 《生活を設計管理する能力》 《商品安全の理解と危機を回避する能力》		【理科(化学)】 化学基礎「酸化還元反応」(酸化還元反応の利用)
第3学年	1学期	○講演「現代社会の課題」(総学) 《持続可能な消費の実践》 《消費者の参画・協働》		
	2学期	○演習「社会人基礎講座」 《生活を設計管理する能力》		【理科(生物・選択)】 生物Ⅱ 「バイオテクノロジー」

## 2 消費者教育の全体計画 — 事例3

### 【難関大学進学を目指す生徒の多い学校の事例】

#### (1) 想定している学校

生徒のほとんどが、難関大学進学を目指している。将来生産者側の立場や政策立案をする立場でリーダーシップを発揮することが期待される。

#### (2) 基本的な考え方

各教科、学年で個々に実施されている学校行事、総合的な学習の時間、各教科での取組について、消費者教育の視点で洗い出し、有機的に結び付けることができるよう見直し実践する。

#### (3) 教科・科目における学習

- ・家庭科、情報科を中心に他教科での関連する内容を確認し、連携に留意しながら消費者教育を推進する。
- ・また、上記以外の教科においても消費者教育との関連に留意する。

#### 【例】保健体育：心身の健康増進との関連

「生活を設計・管理する能力」「商品安全の理解と危険を回避する能力」  
保険制度とその活用／薬物乱用、薬害／食の安全と健康

地歴公民：社会的背景との関連

「持続可能な消費の実践」  
フェアトレード／エネルギー問題／環境問題の理解

理科：科学的判断力との関連

「持続可能な消費の実践」  
生態系のバランスと保全／バイオテクノロジー

国語：読解力・表現力育成との関連

消費者問題に関する新聞記事等の活用

#### (4) 学校行事・総合的な学習の時間を活用した消費者教育の推進

将来各界でリーダーシップを発揮し社会に貢献できることができるよう、1年次から将来どのように社会に貢献していくべきかを考えさせながら、自己理解を深め、学ぶ意義を認識しながら主体的に学習に取り組むよう指導する。

学習オリエンテーションや進路講演会等の中で、消費者教育の視点を取り入れることにより、グローバル社会の進展する中で、消費者の社会的影響力や持続可能な消費等について考察させることを通して、幅広くものごとを見る視点を獲得させ、消費者教育の充実を図る。

#### (5) 消費者教育の全体計画

		学校行事・総学	家庭・公民・情報	他の教科
第1学年	1学期	○学習オリエンテーション 進路を見据えながら、学習する意義について考え、学習方法について理解させる。 《生活を設計管理する能力》 ○図書館ガイダンス 図書館の仕組み、資料の集め方について理解させる。	【家庭】ライフステージと青年期の課題 【公民】現代の社会と人間としての在り方・生き方(地球環境問題)／資源・エネルギー問題・豊かな生活と社会福祉 【情報】情報セキュリティの確保	

第1学年	1学期	<p>〇〇B講演「現代社会の特質とこれからのリーダーに求められること」</p> <p>《生活を設計管理する能力》</p> <p>《持続可能な消費の実践》</p>	<p>【情報】情報社会における法と個人の責任（サイバー犯罪、ネットトラブル）</p> <p>【家庭】衣服と環境、5つのR、循環型社会</p>	
	2学期	<p>〇文化祭</p> <p>《情報の収集発信活用能力》</p> <p>《生活を設計管理する能力》</p>	<p>【公民】現代に生きる・経済の仕組み</p>	<p>【保健体育】保健制度とその活用、医療制度とその活用、医薬品と健康</p>
	3学期	<p>〇講演会「東日本大震災被災地支援活動に参加して」</p> <p>《消費者の参画・協働》</p> <p>《トラブル対応能力》</p>	<p>【家庭】日本の食糧事情、食糧自給率、フードマイレージ、地産地消、食品表示、情報リテラシー</p> <p>【情報】情報化が社会にもたらす利点と問題点（商取引の情報化）</p> <p>モデル化とシミュレーション（金利計算など）</p> <p>【公民】国際社会における日本の役割</p>	<p>【理科（生物）】生態系のバランスと保全</p> <p>【理科（化学）】酸化還元反応（酸化還元反応の利用）</p> <p>【保健体育】環境衛生活動の仕組みと働き、食品衛生活動の仕組みと働き、食品と環境の保健と私たち</p>
第2学年	1学期	<p>〇〇B講演「現在の自分と高校生活について」</p> <p>《生活を設計管理する能力》</p>	<p>【公民】現代の政治・現代の経済</p>	
	2学期	<p>〇文化祭</p> <p>《情報の収集発信活用能力》</p> <p>《生活を設計管理する能力》</p>		
	3学期	<p>〇志望大学別研修会</p> <p>《情報の収集発信活用能力》</p>		
第3学年	1学期	<p>〇〇B講演「現在社会の課題」今後私たちに求められることについて考察する。</p> <p>〇小論文指導</p> <p>《消費がもつ影響力の理解》</p> <p>《持続可能な消費の実践》</p> <p>《消費者の参画・協働》</p>		
	2学期	<p>〇講演「社会に貢献できる人材となるために」</p> <p>《消費者の参画・協働》</p> <p>〇小論文指導</p> <p>《消費がもつ影響力の理解》</p> <p>《持続可能な消費の実践》</p> <p>《消費者の参画・協働》</p>		

## V 外部講師の活用

### 1 外部講師の活用に関するガイドライン

#### (1) 外部講師の活用についての基本的な考え方

平成24年12月に施行された「消費者教育の推進に関する法律」第11条では、「学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。」と規定されている。各学校においては、このことを踏まえ、消費生活や消費者教育について専門的知識を有する外部講師の活用を推進する。

#### (2) 外部講師活用にあたっての留意事項

- ・外部講師を活用するに当たっては、学校において作成した全体計画に基づき、その一部を実施することとなる。外部講師の活用は全体計画に明確に位置付けられてはじめて有効に機能するものである。
- ・どのようなねらいに基づき外部講師を活用するのか、また、教員と外部講師との役割分担等について、事前に講師と十分な打合せを行った上で実施する。
- ・講座を実施する場所の環境や視聴覚機材等の状況についても事前に講師と十分な打合せを行う。
- ・生徒の進路状況や生徒に関する予備知識を講師に伝えることも外部講師を活用するに当たって効果的である。

#### (3) 外部講師の依頼方法

- 消費生活支援センターに依頼する場合（消費生活相談員等）  
消費生活支援センターのホームページの所定の様式に希望するテーマ、内容及び対象者等を記入して依頼する。
- 学校から直接依頼する場合（消費生活支援センター関係以外の講師）  
申し込みフォーム等があれば、必要事項を記入して依頼する。
- ・講師料については、消費生活支援センター（直接依頼の場合は、講師）と相談の上、決定する。

#### (4) 外部講師を活用した授業の流れ

- ①テーマの選定
- ②テーマに沿った講師の選定
  - ・指導のねらいに合った講師（の派遣）を依頼する。
- ③事前打合せ
  - ・実施の2週間前までに打合せを行う。
  - ・学校の指導計画、依頼したい指導内容（要望）を講師に伝える。
  - ・教員と外部講師の役割分担を明確にする。
- ④事前学習の実施
  - ・生徒の状況把握のため、アンケートなどを実施する。（アンケートの例 P66～）
  - ・アンケート結果は講師に送付し、生徒の学習状況を伝える。
- ⑤事前指導
  - ・導入のためのワークシートの実施
- ⑥授業の実施
- ⑦事後指導
  - ・まとめのためのワークシートの実施

## 2 講座リスト

### (1) 消費生活に関する講座全般に関する相談

団体名	講座タイトル	連絡先
埼玉県消費生活支援センター	消費生活講座	学習支援担当 【Tel】048-261-0995 【Fax】048-261-0962 【住所】川口市上青木3-12-18 SKIPシティA1街区2階 <a href="http://www.pref.saitama.lg.jp/site/kouzakaisai/kouza-">http://www.pref.saitama.lg.jp/site/kouzakaisai/kouza-</a>
さいたま市消費生活総合センター	消費生活講座	相談支援係 【Tel】048-643-2239 【Fax】048-643-2247 【住所】さいたま市大宮区錦町682-2JACK大宮6階

### (2) 悪質商法の手口や消費者トラブルの対処法などについて「消費生活相談員及び行政職員が講師となる講座」

団体名	講座タイトル	連絡先
川越市生活情報センター	出前講座	【Tel】049-226-7066 【住所】川越市脇田町105番地アトレ6階
熊谷市市民活動推進課	市政宅配講座、消費生活講座	【Tel】048-524-1111内線286 【住所】熊谷市宮町2-47-1
行田市教育委員会ひとつくり支援課	インターネットにご用心	【Tel】048-556-1111 【住所】行田市本丸5-10
行田市地域づくり支援課		【Tel】048-556-1111(内線252) 【住所】行田市本丸2-7
秩父市市民生活課	消費生活出前講座	【Tel】0494-25-5200 【住所】秩父市熊木町8-15 秩父市役所
所沢市消費生活センター	消費生活講座	【Tel】04-2928-1233 【住所】所沢市宮本町一丁目1番2号
飯能市生活安全課	消費生活教室	【Tel】042-973-2111 【住所】飯能市大字双柳1-1
鴻巣市生活安全課 消費生活担当	消費生活相談員と鴻巣市くらしの会による出前講座	【Tel】048-541-1321(内線2475) 【住所】鴻巣市中央1番1号
上尾市消費生活センター	消費生活相談員による出前講座	【Tel】048-775-0800 【住所】上尾市柏座4-2-3 上尾市コミュニティセンター2階
草加市市民生活部消費労働課(草加市消費生活センター)	消費生活講座「悪質商法に騙されないために」	【Tel】048-941-6111 【住所】埼玉県草加市旭町6-13-20草加市立勤労福祉会館内
越谷市消費生活センター	消費生活出張講座	【Tel】048-965-8886 【住所】越谷市越ヶ谷4-1-1 越谷市中央市民会館4階
戸田市消費生活センター・相談担当	消費生活相談員による出前講座	【Tel】048-441-1800 【住所】戸田市上戸田1-18-1 戸田市役所3階
朝霞市教育委員会生涯学習課	あさか学習おとどけ講座 (No.50 こんな手口にご用心 悪質商法)	【Tel】048-463-2920(直通) 048-463-1111(内線2455・2456) 【住所】朝霞市本町1-1-1 朝霞市教育委員会
志木市地域振興課	市の職員や社員、市民ボランティアによる、いろは楽学講座	【Tel】048-473-1111 【住所】志木市中宗岡1-1-1 志木市役所
和光市消費生活センター	消費生活出前講座	【Tel】048-424-9129 【住所】和光市広沢1-5
八潮市市民協働推進課生涯学習推進担当・自治振興担当	悪質商法の手口について	【Tel】048-996-2111(内線465) 【住所】八潮市中央1-2-1
三郷市市民活動支援課市民相談室	消費生活出前講座	【Tel】048-930-7724 【住所】三郷市花和田648-1
蓮田市役所商工課消費生活担当	消費生活相談員による出前講座	【Tel】048-765-1723 【住所】蓮田市大字黒浜2799-1
幸手市暮らし安全課 生活安全担当	消費生活に関するミニ出前講座	【Tel】0480-43-1111(内線174、175) 【住所】幸手市東4-6-8 幸手市役所内
ふじみ野市消費生活センター	消費生活相談員による出前講座	【Tel】049-262-9026 【住所】ふじみ野市福岡1-1-2 ふじみ野市役所 第2庁舎
三芳町消費生活相談室	消費生活相談員による講座	【Tel】049-258-0019 【住所】三芳町大字藤久保1100-1
嵐山町消費生活センター	消費生活講座	【Tel】0493-62-0720 【住所】比企郡嵐山町大字杉山1030-1 嵐山町役場内
松伏町教育文化振興課	出前講座 悪徳商法の手口	【Tel】048-990-9011 【住所】松伏町大字松伏2424松伏町役場内



### (3) 金融教育やライフプランに関する講座

団体名	講座タイトル・活動概要	連絡先
埼玉県金融広報委員会	金融広報アドバイザー派遣 市町村、公民館、自治会等の地域団体や学校、PTA主催の講演会や学習会等に無料で金融広報アドバイザーを派遣	埼玉県消費生活支援センター内 【Tel】048-261-0995 【Fax】048-261-0962 【住所】川口市上青木3-12-18 SKIPシティA1街区2階 <a href="http://www.saitama-kinkou.jp/adviser">http://www.saitama-kinkou.jp/adviser</a>
NPO法人日本FP協会	パーソナルファイナンス教育インストラクターによる出張授業 パーソナルファイナンス（個人や家族のファイナンス）教育に関する知識・経験をもつファイナンシャルプランナーによる出張授業を実施	NPO法人日本ファイナンシャル・プランナーズ協会 総合教育部 パーソナルファイナンス教育課 【Fax】03-5403-9701 <a href="https://www.jafp.or.jp/about/personal_finance/index.shtml">https://www.jafp.or.jp/about/personal_finance/index.shtml</a>
一般社団法人全国銀行協会	金融や銀行業務をテーマとした「どこでも出張講座」 各地域・グループ・学校などで開催される金融や銀行業務をテーマとした研修会や学習会などに講師を派遣する	一般社団法人全国銀行協会 企画部広報室 【Tel】03-5252-3720 【Fax】03-3214-0230 <a href="http://www.zenginkyo.or.jp/education/detachment/">http://www.zenginkyo.or.jp/education/detachment/</a>
公益財団法人生命保険文化センター	生命保険の活用方法や生活設計、年金・医療、介護などをテーマにした講師の派遣 社会保障制度や生命保険に関する正しい知識の理解促進を目的とした講座	公益財団法人生命保険文化センター 講師派遣担当 【Tel】03-5220-8517 【Fax】03-5220-9092 <a href="http://www.jili.or.jp/lecturer/index.html">http://www.jili.or.jp/lecturer/index.html</a>
その他の団体	金融学習ナビゲーター「高校生向け」	<a href="http://www.shiruporuto.jp/teach/navi/highschool/">http://www.shiruporuto.jp/teach/navi/highschool/</a>

### (4) 消費者教育の推進や法教育の観点から消費者力向上に関する講座

団体名	講座タイトル	連絡先
文部科学省	消費者教育アドバイザー	文部科学省生涯学習政策局男女共同参画学習課消費者教育推進係 【Tel】03-5253-4111(3462)、03-6734-3462 <a href="http://www.mext.go.jp/a_menu/ikusei/syoushisha/detail/1339570.htm">http://www.mext.go.jp/a_menu/ikusei/syoushisha/detail/1339570.htm</a>
公益財団法人消費者教育支援センター	消費者教育に関する講座 地方自治体の行政職員・消費生活相談員、小・中・高等学校等の教職員、児童生徒・学生などを対象に、消費者教育に関する講座を実施	公益財団法人消費者教育支援センター 【Tel】03-5919-4541 【Fax】03-5919-4575 <a href="http://www.consumer-education.jp/nice/project/lecture.html">http://www.consumer-education.jp/nice/project/lecture.html</a>
埼玉司法書士会	高校生のための消費者講座 司法書士会会員を派遣し、「高校生のための消費者講座」を実施し、消費者被害に陥らないための法律知識と、陥ってしまった場合の対処法を講義	埼玉司法書士会事務局 【Tel】048-863-7861 【Fax】048-864-2921 【住所】さいたま市浦和区高砂3-16-58 <a href="http://www.saitama-shihoshoshi.or.jp/action/111028.html">http://www.saitama-shihoshoshi.or.jp/action/111028.html</a>
NPO法人埼玉消費者被害をなくす会	なくす会 出前講座 弁護士、司法書士、消費生活相談員などを講師として派遣する消費者力向上計画↑↑なくす会出前講座」を実施	NPO法人埼玉消費者被害をなくす会 事務局 【Tel】048-844-8972 【Fax】048-844-8973 【住所】さいたま市浦和区岸町3-11-5 <a href="http://saitama-higainakusukai.or.jp/info/">http://saitama-higainakusukai.or.jp/info/</a>
埼玉県消費生活コンサルタントの会	会員による消費生活講座 県や市、消費者団体の依頼を受けて、高校、中学、専門学校に出向いて消費生活講座を実施	<a href="http://www.consultant-saitama.jp/lecture.html">http://www.consultant-saitama.jp/lecture.html</a>

### (5) 環境に関する講座

団体名	講座タイトル	連絡先
埼玉県環境部温暖化対策課	環境アドバイザー派遣 地域における自主的な環境保全活動を促進するため、住民団体などが開催する研修会や講演会に環境アドバイザーを派遣	埼玉県環境部温暖化対策課 総務・エコライフ推進担当 【Tel】048-830-3033 【Fax】048-830-4777 【住所】さいたま市浦和区高砂3-15-1 <a href="http://www.pref.saitama.lg.jp/page/kankyoadviser.html">http://www.pref.saitama.lg.jp/page/kankyoadviser.html</a>

### (6) ネットに関する講座

団体名	講座タイトル	連絡先
一般財団法人マルチメディア振興センター(FMCMC)	e-ネットキャラバン(e-ネット安心講座) 保護者・教職員等児童・生徒を対象として、判断力等の不十分な子どもがネットの被害者・加害者にならないための「E-ネット安心講座」を実施	一般財団法人マルチメディア振興センター 【Tel】03-5403-1090 【Fax】03-5403-1092 【住所】東京都港区虎ノ門3-22-1 秀和第二芝公園三丁目ビル2階 <a href="https://www.e-netcaravan.jp/index.html">https://www.e-netcaravan.jp/index.html</a>

### 3 講座実績

(1) 教職員を対象とした消費生活講座の実績一覧（平成24～25年度）主催：埼玉県消費生活支援センター

開催日	タイトル	内容	講師	講師肩書(実施当時)
H24.7.24	3. 11 東日本大震災後の”新たな環境教育”	被災地支援を通じた東北の現状と資源エネルギー問題、自然との付き合い方について学ぶ。	松本浩一	県立小川高等学校教諭
H24.7.24	食情報を考える～健全な食生活をめざして～	子どもたちに正しい食物の知識を持たせるため食生活教育について学ぶ。	高橋久仁子	群馬大学教育学部教授
H24.7.25	インターネット・携帯電話の危険性～教師も体験してみよう～	インターネット・携帯電話の危険性について学ぶ。	野々口眞由美	埼玉県ネットアドバイザー
H24.7.25	インターネット・携帯電話にまつわる若者の消費者トラブル～相談事例と対応策の紹介～	インターネット・携帯電話にまつわる若者の消費者トラブルについて学ぶ。	鎌田伊津子	消費生活専門相談員
H24.7.30	契約のルールについて考える～契約とは、未成年者の契約、クーリング・オフ、クレジットのしくみ～	契約に関する基礎知識を学ぶ。	松苗弘幸	弁護士
H24.7.30	世界一おもしろいおかねの授業！必要なモノと欲しいモノ	楽しく学べる金融教育の進め方について学ぶ。	いちのせかつみ	生活経済ジャーナリスト
H24.8.2	子どもたちを消費者被害から守ろう！	若年者の消費者被害の現状と対策について学ぶ。	佐藤洋子	消費生活コンサルタント
H24.8.2	「お金」にかわるもの～社会科における取組事例～	社会科における金融教育の実践例について学ぶ。	山崎二郎	千葉市教育委員会教育総務部企画課主事補
H24.8.7	知っていますか？若者の消費者トラブル～現状と対策～	若年者の消費者被害の現状と対策について学ぶ。	小柳越子	主任消費生活相談員
H24.8.7	学校における金融教育の進め方	学校における金融教育の進め方について学ぶ。	藤江泰郎	金融広報中央委員会企画役
H24.8.9	すぐに役立つ！消費者教育のための教材の作成と活用	消費者教育における教材づくりとその活用方法について学ぶ。	中川壮一	(財)消費者教育支援センター総括主任研究員
H24.8.9	知っておきたい！指導案作成のポイント	消費者教育における指導案作成のポイントについて学ぶ。	中川壮一	(財)消費者教育支援センター主任研究員
H25.7.25	消費者教育推進法と消費者市民社会	消費者教育推進法及び消費者市民社会の概念について学ぶ。	野々山宏	国民生活センター理事長
H25.7.25	消費者法の基礎知識～契約の理解を中心に～	消費者法の基礎知識を学ぶ。	平澤慎一	弁護士
H25.7.26	子どもはだれでも明日の消費者～消費者教育の意義と内容を考える～	消費者教育の意義と内容について学ぶ。	細川幸一	日本女子大学教授
H25.7.26	知っていますか？若者の消費者トラブル～現状と対策～	若者の消費者トラブルについて学ぶ。	小柳越子	消費生活専門相談員
H25.7.29	ファイナンシャルプランナーから学ぶ生活設計の教え方とクレジットカードのしくみ	生活設計の教え方とクレジットカードの仕組みを学ぶ。	伊田賢一	金融広報アドバイザー、ファイナンシャルプランナー
H25.7.29	【ワークショップ】教員のための経済教室～ゲームで学ぶ経済教室～	ゲームを交えて経済について学ぶ教員向け講義	町田貴子	東証アカデミー事務局職員
H25.7.31	若者の消費者トラブル～インターネット・携帯電話にまつわる相談事例と対応策～	ネットや携帯電話にまつわる若年層の消費者トラブルの現状と対策について学ぶ。	鎌田伊津子	消費生活専門相談員
H25.7.31	スマートフォン時代の情報モラル～光と闇のネット社会～	スマートフォンにまつわる消費者トラブルについて学ぶ。	吉岡良平	(一社)モバイルコンテンツ審査・運用監視機構事務局長
H25.7.31	ネットアドバイザーの活用法、青少年健全育成条例の説明	ネットアドバイザーの活用法と青少年健全育成条例についての説明	中村和美	埼玉県青少年課職員
H25.8.8	持続可能な社会へ「おいしいチョコレートの真実」安い、美味しい、本当にそれだけでいいの？	持続可能な社会の在り方をテーマとしたチョコレートの話を交えた講義	召田安宏	NPO法人ACE
H25.8.8	持続可能な社会へ『もったい』ないをどう伝える～食品ロスの実態&食べ物のゆくえ～	持続可能な社会の在り方をテーマに、食品ロスの実態について学ぶ。	井出留美	女子栄養大学非常勤講師、(株)office3.11代表
H25.8.12	家庭科や社会科の教諭必見 レシートから見える経済のしくみ	レシートの見方の説明を通して経済の動きについて学ぶ。	山崎二郎	千葉市立新宿小学校教頭
H25.8.12	情報とメディア「広告を活用した授業」	広告を活用した情報の授業の進め方を学ぶ。	坂本峰紹	川越西高等学校教諭
H25.8.12	不当広告にだまされなくて 景品表示法の説明	不当広告の例を通して景品表示法について学ぶ。	齊藤達朗	埼玉県消費生活課職員

## (2) 消費者教育指導力向上講座 (平成24~25年度)

主催: 高校教育指導課

開催日	タイトル	内容	講師	講師肩書(実施当時)
H24.10.12	高校生のためのパーソナルファイナンス教育	パーソナルファイナンス教育の必要性	伊藤宏一	千葉商科大学大学院教授 日本FP協会専務理事
H24.10.12	お金の知識とライフプラン	契約とお金のトラブル、ライフプランとお金	田中尚実	日本FP協会ファイナンシャルプランナー
H24.11.13	経済のしくみと持続可能な消費	食料自給率と環境問題	木暮太一	経済入門書作家
H24.11.13	インターネット利用時のトラブル事例と回避策について	SNSサイトの概要とケーススタディ	西 雅彦	(株)DeNAソーシャルプラットフォーム事業本部カスタマーサービス部部长
H25.7.22	JICA体験ゾーン見学と講演会	JICAボランティア体験談		JICA職員
H25.7.22	フェアトレードの現場から	フェアトレードの理念と実際	川村菜海	ピープル・ツリー広報担当
H25.8.8	持続可能な社会へ「おいしいチョコレートの真実」安い、美味しい、本当にそれだけでいいの?	持続可能な社会の在り方をテーマとしたチョコレートの話を交えた講義	召田安宏	NPO法人ACE
H25.8.8	持続可能な社会へ『もったい』ないをどう伝える～食品ロスの実態&食べ物のゆくえ～	持続可能な社会の在り方をテーマに、食品ロスの実態について学ぶ	井出留美	女子栄養大学非常勤講師、(株)office3.11代表
H25.8.22	金銭教育プログラムによる模擬授業(ロールプレイング)	働き方とお金について参加型体験学習を通じて学ぶ金銭基礎教育	松野賢太郎	NPO特定非営利活動法人「育て上げネット」講師

## (3) 学校で実施した講座

\* 消費者教育支援センター、消費生活支援センターによる講座は除く

開催日	タイトル	内容	講師	講師肩書
H25.3.15	衣服のリサイクル ごみからエネルギーをとりだす??	衣料品をリサイクルして新たなエネルギーに変換する技術と仕組みについて	高尾正樹	日本環境設計株式会社 専務取締役
H25.10.28	家計管理セミナー	将来の夢や目標をかなえるための家計管理手法について	SMBCコンシューマーファイナンス	

#### 4 教材リスト

～以下のサイトには、たくさんの教材が掲載されています。～

##### \* 消費生活に関する教育のヒントが満載！

消費者教育ポータルサイト（消費者庁）

<http://www.caa.go.jp/kportal/index.php>

##### \* 暮らしに役立つお金の知識

知るぽると（金融広報中央委員会）

<http://www.shiruporuto.jp/>

お金の知恵を学ぶリンク集（金融学習ナビゲーター）

<http://www.shiruporuto.jp/teach/navi/>

##### \* 公益財団法人 消費者教育支援センター

出版物のご案内

<http://www.consumer-education.jp/nice/publ/>

アンケートのご協力をお願いします。以下の質問のうち、当てはまるものにチェック☑をしてください。【複数】回答の場合は、当てはまるものすべてにチェックしてください。

Q1 あなたの学年は？

高校 1 2 3 年生 中学 1 2 3 年生

Q2 あなたの性別は？ 男子 女子

Q3 「契約」について伺います。次のうち「契約」はどれだと思いますか？（【複数】回答可）

1 コンビニでジュースを買う 2 友達と映画に行く約束をする  
3 電車で通学するために通学定期を使う 4 レンタルDVDを借りる

Q4 「クーリングオフ」について知っていますか？

1 名前だけ知っている 2 内容を知っている 3 全く知らない

Q5 次のような経験はありますか？（複数回答可）

1 ネットで無料サイトを見ようとクリックしたら、突然、会員登録画面になって登録料の請求メールを受信した経験がある

2 身に覚えのない請求内容のメールが来た

請求メールを受け取った経験がある場合、その後どんな対応をしましたか？

⇒[ ]

Q6 「キャッチセールス」や「アポイントメントセールス」を知っていますか？（【複数】回答可）

1 全く知らない 聞いたこともない 2 名前は教科書に載っているのを知っているが、内容は知らない 3 キャッチセールスに遭ったことがある 4 アポイントメントセールスに遭ったことがある

Q7 SNSに登録していますか？

1 登録している ⇒どんなサイト？[ ] 2 登録していない

⇒SNSで知り合った友達と 交流している 交流していない

Q8 インターネットで買い物をしたことがありますか？（【複数】回答可）

1 したことがない 2 ネットショップで買ったことがある

3 ネットオークションで買ったことがある

2または3と回答した人 ⇒何を買いましたか？[ ]

Q9 個人情報を大切にしていますか？

1 みんなに知ってもらいたいから、自分の情報を公開している

2 個人情報は大切だから親しい人にしか教えない 3 誰にも教えない

Q10 消費生活センターを知っていますか？

1 知らない 聞いたこともない 2 名前は知っているが、どんなことをしているかわからない 3 消費者トラブルで困ったら相談しようと思っている

◆ 講師への事前質問があれば記入してください。



アンケートのご協力をお願いします。以下の質問のうち、当てはまるものにチェック☑をしてください。【複数】回答の場合は、当てはまるものすべてにチェックしてください。

Q1 あなたの学年は？

高校 1 2 3 年生 中学 1 2 3 年生

Q2 あなたの性別は？ 男子 女子

Q3 「契約」について伺います。次のうち「契約」はどれだと思いますか？（【複数】回答可）

1 コンビニでジュースを買う 2 友達と映画に行く約束をする  
3 電車で通学するために通学定期を使う 4 レンタルDVDを借りる

Q4 「クーリングオフ」について知っていますか？

1 名前だけ知っている 2 内容を知っている 3 全く知らない

Q5 次のような経験はありますか？（【複数】回答可）

1 ネットで無料サイトを見ようとクリックしたら、突然、会員登録画面になって登録料の請求メールを受信した経験がある

2 身に覚えのない請求内容のメールが来た

請求メールを受け取った経験がある場合、その後どんな対応をしましたか？

⇒[ ]

Q6 「キャッチセールス」や「アポイントメントセールス」を知っていますか？（【複数】回答可）

1 全く知らない 聞いたこともない 2 名前は教科書に載っているの知っていますが、内容は知らない 3 キャッチセールスに遭ったことがある 4 アポイントメントセールスに遭ったことがある

Q7 クレジットカードのしくみを知っていますか？

1 カードを持っていないからわからない 2 しくみはわからないが、使い方はわかる

Q8 リボルビング払いについて知っていますか？

1 全く知らない 聞いたこともない 2 「リボ払い」という言葉をテレビコマーシャルで聞いたことがある 3 毎月、一定額を支払うということは知っているが、総額いくらになるかよくわからない 4 十分理解している

Q9 インターネットで買い物をしたことがありますか？（【複数】回答可）

1 したことがない 2 ネットショップで買ったことがある

3 ネットオークションで買ったことがある

2または3と回答した人 ⇒何を買いましたか？[ ]

Q10 消費生活センターを知っていますか？

1 知らない 聞いたこともない 2 名前は知っているが、どんなことをしているかわからない 3 消費者トラブルで困ったら相談しようと思っている

◆ 講師への事前質問があれば記入してください。

--

アンケートのご協力をお願いします。以下の質問のうち、当てはまるものにチェック☑をしてください。【複数】回答の場合は、当てはまるものすべてにチェックしてください。

- Q1 あなたの学年は？  
高校 1 2 3 年生 中学 1 2 3 年生
- Q2 あなたの性別は？ 男子 女子
- Q3 お小遣いを定期的にもらっていますか？  
1 定期的にもらっている 2 その都度もらっている 3 もらっていない
- Q4 貯金をしていますか？  
1 目標があり貯めている 2 目標はないが貯めている 3 貯めていない  
4 貯めようと思わない
- Q5 小遣い帳を記録してお金の管理をしていますか？  
1 つけている 2 時々つけている 3 一度もつけたことがない
- Q6 クレジットカードのしくみを知っていますか？  
1 カードを持っていないからわからない 2 しくみはわからないが、使い方はわかる
- Q7 リボリング払いについて知っていますか？  
1 全く知らない 聞いたこともない 2 「リボ払い」という言葉をテレビコマーシャルで聞いたことがある 3 毎月、一定額を支払うということは知っているが、総額いくらになるかよくわからない
- Q8 あなたはどのくらい保険の種類を知っていますか？（【複数】回答可）  
1 生命保険 2 損害保険 3 火災保険 4 国民年金保険  
5 自動車保険 6 地震保険
- Q9 将来の夢があり、そのために計画を立てていますか？  
1 夢があり、計画を立てている 2 夢はあるが計画は立てていない  
3 今のところ夢はない
- Q10 将来、結婚したいと思いますか？  
1 結婚したい 2 結婚したくない 3 わからない
- Q11 30年後（ 歳）の自分はどこで何をしていますか？

◆ 講師への事前質問があれば記入してください。

アンケートのご協力をお願いします。以下の質問のうち、当てはまるものにチェック☑をしてください。【複数】回答の場合は、当てはまるものすべてにチェックしてください。

- Q1 あなたの学年は？  
高校 1 2 3 年生 中学 1 2 3 年生
- Q2 あなたの性別は？ 男子 女子
- Q3 あなたが「環境問題」としてイメージするものは何ですか？（【複数】回答可）  
1 地球温暖化 2 環境汚染 3 水質汚濁 4 森林破壊  
5 砂漠化 6 酸性雨 7 生態系の破壊 8 資源エネルギー  
9 ゴミ問題 10 環境ホルモン 11 その他 [ ]
- Q4 あなたは普段、「環境問題」を意識していますか？  
1 強く意識している 2 意識している 3 あまり意識していない  
4 全く意識していない
- Q5 色々な形でエネルギーを使っていますが、日本で最も多く使われているエネルギーは何だと思えますか？  
1 石油 2 石炭 3 天然ガス 4 木炭 5 水力  
6 原子力 7 地熱 8 太陽光 9 風力 10 その他 [ ]
- Q6 あなたが日頃、環境のために心がけていることはありますか？（【複数】回答可）  
1 冷暖房の設定温度を控えめにする 2 使用していない部屋の照明を消す  
3 手洗い、シャワーなどの時、水をこまめに止める 4 冷蔵庫のドアの開閉を少なく、手早くする 5 リサイクルできるものは回収に出す 6 レジ袋はもらわない  
7 エコマーク製品や再生紙などのリサイクル品を利用する  
8 環境保護団体に参加・寄付する
- Q7 「グリーン・コンシューマー」について知っていますか？  
1 名前だけ知っている 2 内容を知っている 3 聞いたこともない
- Q8 「3R」を知っていますか？  
1 名前だけ知っている 2 内容を知っている 3 聞いたこともない
- Q9 「循環型社会」について知っていますか？  
1 名前だけ知っている 2 内容を知っている 3 聞いたこともない
- Q10 20年後（ 歳）と現在とを比べてエネルギーや環境の問題がどのようになっていると思えますか？  
1 今より深刻になっている 2 今と変わらない 3 今より改善している

◆ 講師への事前質問があれば記入してください。

アンケートのご協力をお願いします。以下の質問のうち、当てはまるものにチェック☑をしてください。【複数】回答の場合は、当てはまるものすべてにチェックしてください。

- Q1 あなたの学年は？  
高校 1 2 3 年生 中学 1 2 3 年生
- Q2 あなたの性別は？ 男子 女子
- Q3 以下のうち、あなたが行ったことのあることに☑を記入してください。（【複数】回答可）  
1 店で購入した商品に不満や苦情があるとき、店に出向いたり電話したことがある  
2 ネットで購入したものを返品した経験がある  
3 食品を購入するときは、必要以上に消費期限や賞味期限が先の日付のものを選ぶ  
4 自分ではなく他者のために支援の行動をとったことがある  
5 パソコンやスマホ・携帯電話等を省エネモードで使用している
- Q4 フェアトレードという言葉を知っていますか？  
1 名前だけ知っている 2 内容を知っている 3 全く知らない
- Q5 次のうち知っている言葉にチェックをつけてください。（【複数】回答可）  
1 市民ファンド 2 フードマイレージ 3 もあい 4 NGO  
5 太陽光発電 6 エシカルファッション 7 オーガニック
- Q6 「買い物で世界を変えよう」という表現を耳にしたことがありますか。  
1 聞いたことがあるが意味はよく知らない 2 聞いたことがあり内容も理解している  
3 聞いたことはない
- Q7 途上国の子どもたちを支援するさまざまな活動がありますが、何か知っていますか。  
知っているものがあればあげてみてください。  
⇒[ ]
- Q8 あなたは途上国の子どもたちを支援したいと思ったことがありますか？  
1 思ったことがある 2 思ったことはない 3 実際にときどき支援している
- Q9 消費生活センターを知っていますか？  
1 知らない 聞いたこともない  
2 名前は知っているが、どんなことをしているかわからない  
3 消費者トラブルで困ったら相談しようと思っている
- Q10 消費生活センターを利用したことがありますか？  
1 利用したことはない 2 トラブルがあり利用したことがある  
3 名前を聞いたことがない

◆ 講師への事前質問があれば記入してください。

# 資 料 編

# 消費者教育の推進に関する法律（抜粋）

（平成24年12月13日施行）

## （目的）

第1条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることを鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

## （基本理念）

第3条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

## （学校における消費者教育の推進）

第11条 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法第1条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第3項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。

2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。

3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。



## 高校における消費者教育

### — 高等学校学習指導要領（平成 21 年 3 月告示）での扱い

平成 21 年 3 月に告示された高等学校学習指導要領では、公民科と家庭科において、消費者教育の充実が示された。

改訂の趣旨、改訂の要点は、以下のとおりである。

（表 1）高等学校学習指導要領の改訂の要点

公民科	<p>○高等学校学習指導要領解説（公民編）平成 22 年 6 月 第 1 章総説第 1 節改訂の趣旨 3 改訂の要点</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・法や金融、消費者に関する学習の充実を目指して、各教科の特質に応じた内容の改善を図った。</li> <li>・「現代社会」では、(中略) 経済に関する学習では金融、消費者、私法に関する内容の充実を図ることとした。</li> <li>・「政治・経済」では、(中略)、法や金融などに関する内容の充実を図るとともに、(後略)。</li> </ul>
家庭科	<p>○平成 20 年 1 月 17 日中央教育審議会答申 8 (2) 改善の基本方針 (高等学校：家庭)</p> <p>高校生の発達課題と生涯生活設計、キャリアプランニングなどの学習を通して、次世代を担うことや生涯を見通す視点を明確にするとともに、生涯賃金や働き方、年金などとの関係に関する指導などを加え、生活を総合的にマネジメントする内容を充実する。</p> <p>その際、生涯にわたる生活経済や多重債務等の深刻な消費者問題、衣食住生活と環境とのかかわりなどを科学的に理解させるとともに、社会の一員として生活を創造する意思決定能力を習得させることを明確にする。</p> <p>○高等学校学習指導要領解説（家庭編）平成 22 年 5 月 第 1 章総説第 1 節改訂の趣旨 3 改訂の要点</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者教育と環境教育を推進するために、消費者としての適切な意思決定に基づいて責任をもって行動できる力を育成することや、生活と経済にかかわる内容、持続可能な社会の構築を目指したライフスタイルを確立するために必要な内容の充実を図った。</li> <li>・特に、「家庭総合」では、衣食住生活と環境とのかかわりを科学的に理解させ、消費の在り方及び資源や環境に配慮したライフスタイルを確立するために必要な内容の充実を図った。</li> </ul>

公民科では、「現代社会」と「政治・経済」の中で、消費者の権利と責任、行政や企業の責任について扱う。

家庭科においては、「家庭基礎」「家庭総合」「生活デザイン」の各科目で扱う。

いずれの科目でも、消費行動の際の意思決定や消費者の自立といった実践的な学習が重視されている。また、持続可能な社会を目指す生活の工夫や生涯を見通しての経済計画とリスク管理の必要性について取り上げている。(表 2)

表2 高校における消費者教育 — 高等学校学習指導要領（平成21年3月告示）での扱い

	科目	内容	内容の取扱い	キーワード
公民科	現代社会	(2) 現代社会と人間としての在り方 エ 現代の経済社会と経済活動の在り方	「個人や企業の経済活動における役割と責任」については、公害の防止と環境保全、消費者に関する問題などについても触れること。	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者、生活者としての社会的責任</li> <li>契約に関する基本的な考え方、契約により生ずる責任</li> <li>消費者の権利の尊重と消費者の自立支援</li> <li>消費者としての権利や責任（多重債務問題等）</li> <li>行政や企業の責任（製品事故等）</li> </ul>
	政治・経済	(2) 現代の経済 ア 現代経済の仕組みと特質	「市場経済の機能と限界」については、公害防止と環境保全、消費者に関する問題も扱うこと。	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者保護の重要性</li> <li>消費者の自立支援</li> <li>行政や企業の責任</li> </ul>
家庭科	家庭基礎	(2) 生活の自立及び消費と環境 エ 消費生活と生涯を見通した経済の計画 オ ライフスタイルと環境	エについては、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと。 オについては、環境負荷の少ない衣食住の生活の工夫に重点を置くこと。	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者問題の発生と社会的背景</li> <li>契約、消費者信用、多重債務問題等</li> <li>消費者基本法</li> <li>消費者の責任と権利、消費者保護に関する施策</li> <li>生涯を見通した経済の管理、計画</li> <li>環境負荷の少ない生活</li> </ul>
	家庭総合	(3) 生活における経済の計画と消費 ア 生活における経済の計画 イ 消費行動と意思決定 ウ 消費者の権利と責任 エ 生活の科学と環境 エ 持続可能な社会を目指したライフスタイルの確立	アについては、家庭の経済生活の諸課題について具体的に扱うようにすること。 ウについては、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと。	<ul style="list-style-type: none"> <li>日常の生活行動と社会とのかかわり</li> <li>不測の事態に備えたリスク管理の方法</li> <li>消費者の意思決定とその重要性</li> <li>生活情報の収集・選択と活用</li> <li>契約（売買契約）</li> <li>商品・サービスの流通や販売方法の多様化</li> <li>消費者信用</li> <li>表示偽装、製品事故</li> <li>消費者基本法</li> <li>持続可能な消費</li> </ul>
	生活デザイン	(2) 消費や環境に配慮したライフスタイルの確立 ア 消費生活と生涯を見通した経済の計画 イ ライフスタイルと環境	アについては、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと。 イについては、環境負荷の少ない生活の工夫に重点を置くこと。	<ul style="list-style-type: none"> <li>契約（売買契約）</li> <li>販売方法の特性と対応</li> <li>表示偽装、製品事故</li> <li>消費者基本法</li> <li>消費者の意思決定とその重要性</li> <li>経済計画とリスク管理の必要性</li> <li>環境負荷の少ない生活</li> </ul>

## 消費者教育推進法とこれからの消費者教育 ～公正で持続可能な社会を担う消費者の育成を目指して～

弁護士、日本弁護士連合会消費者問題対策委員会委員 島田 広 氏

皆さん、こんにちは。

私は、消費者教育関係のことをいろいろさせていただいてはおりますが、教育の専門家ではございません。日弁連というところは、もともとは消費者被害をいかに救済するかという観点から活動しており、20年以上前から消費者教育の取組を始めようというところで、消費者問題対策委員会の中に消費者教育部会というものをつくりました。その責任者などもしてはいましたが、当初は、消費者被害をいかになくすかということで、いわゆる悪質商法の問題などについて、高校で出前授業を行うといった取組をずっとしてきました。

しかし、やはりそれだけですと、どうも定着しないということがいつも話し合われていまして、いろいろ検討する中で、今日お話しします「消費者市民社会」に向けた教育というものがあることを知りました。2009年に北欧のフィンランドとノルウェーに視察に行く機会をいただき、そこで、消費者が主体的に自分たちには社会的な役割があるということを考えながら消費をしていく、そういう消費者を育てる教育があるということを知りました。本当に目からうろこという気がいたしました。

そういう中で、これを推進していく法律をぜひ作ろうということになり、去年、「消費者教育推進法」の制定にまでこぎつけることができました。私どもは万々歳ということなのですが、それを実践される先生方としては、むしろそこからが大変で、さあ、どうするのだということだろうと思います。立法に携わった者として、少しでも先生方のお役に立てるようなお話ができればと思いますが、いかんせん、教育の専門家ではないものですから、どうしても法律の成立の背景ですとか、目的などをお話しさせていただくこととなります。

消費者教育が何を目的にしているのかということ共有することが、これまでなされていませんでした。2009年にOECDが消費者教育に関する世界的な調査を行った結果を発表していますが、それを見ても、世界的にも北欧などを除いて、消費者教育というのはどうしても目標ははっきりしない、いろんな人の協力が得られない、非常に位置づけが低いという調査結果が出ています。

しかし、それではいけない。これからの社会をつ

くっていく上で、消費者の目線というものを子どもたちに持たせることが、これからの1世紀の、あるいはそれより先のこの地球のあり方を変えていく、そういうものだということ共有していくことが大事だと思っております。そういうことを少しお話できればと思います。

今日お伝えしたいことは、消費者市民社会を目指して消費者教育推進法が作られたこと、それから、弁護士として関与しておりますところというと、特に契約分野に関連して若干お話をさせていただこうと思っております。

消費者市民社会というのは、消費者が主体的に行動する社会です。その行動力はどこから出てくるのだろうかということですが、私が思うに、行動力というのは、やはり自分が行動しなければならない、自分にはそういう役割がある、という自分の役割の認識、そして自分には行動する力があるという肯定的な意識、そして成功体験、これをいかに持てるようになっていくかということなのだろうと思っております。そういうものを一つの目標として「消費者教育推進法」が作られているわけです。まず、消費者の役割は何かということ、行動する消費者が求められているということです。なぜ消費者が行動しなければいけないかというときに、どうしても消費者被害の問題は落とせないところかと思えます。今までの消費者教育ですと、皆さん、被害に遭わないようにしましょうねという教育を、特にお年寄りや生徒さん相手にやっていたと思います。そうではなくて、被害のない社会をこれから作っていかねなければならないということです。

国民生活センターのPIO-NET（パイオネット）というデータベースがあります。全国の消費生活センターに寄せられた相談の件数を集計したグラフです。これを見ますと、1990年代から比べるとどんどん増加し、いわゆるオレオレ詐欺、振り込め詐欺というあたりのピークである2000年前後が山場になって、そこからまた下がってきています。この状態をこのまま置いておくと、なかなかおさまらないというのが、最近また振り込め詐欺がいろいろ騒がれるようになっていことからもおわかりかと思えます。若者が貧困になってしまっているということ、そして高齢者が増えているということ、あるいは通信手段

として雲隠れしやすい携帯電話というものが普及していること、いろいろ要因はありますけれども、これを変えていくのは相当困難です。

高齢化社会の進展というのも大変な問題ですね。高齢者人口の伸びより早いペースで、高齢者に関する消費者相談が増えています。今、日本の高齢化率は、先生方ご存じのとおり20数%というレベル、これがあと20年ほどしますと30%、40%近くなってきます。そうすると相談の半分は高齢者ということにもなりかねない。高齢者というのは、判断が弱ってきている方もいらっしゃいますので被害はおさまらないということになります。高齢者をどう支えて、あるいは加害者をどう減らして、被害のない社会をつくっていくということがこれからの大事な問題、全ての人が安心して老後を迎えられる社会にするためには本当に大きな問題になってきています。そういう社会をみんなで作ることが大きな課題だということです。

もう一つ、消費の問題として考えなければいけないのは、今の大量消費の社会をこのままの形では続けられなくなってしまっているということです。大量消費の商品は、南の国の貧しい人たちのところから資源を持ってきたり、あるいは労働力を持ってきたりという形でつくられています。そういう劣悪な状況の中で環境問題なども深刻になっていることを認識しながら、これをどうやって変えていったらいいのだろうか考える消費者が増えることがどうしても必要だということです。

講演の中で最近よく話題にするのが、バングラデシュのお話です。バングラデシュで4月にビルの倒壊事故が起きました。大変悲惨な事故でした。1,200人ほどの方が倒壊した建物の下敷きになって亡くなりました。当時このビルの中には数千人の労働者がいたと言われていたのですが、その労働者たちが何をつくっていたかが問題なんですね。これがいわゆるファスト・ファッションと言われる、比較的安くて格好もいいファッション、多くの若者が日本でも着ているようなファッションなのです。この状況をフランス法王が評価して、こうおっしゃいました。当時、彼らは月38ユーロで暮らしている。5,000円に満たない金額です。1日にして200円以下という賃金で働かされている人たちがこういう目に遭う、まさにこれは奴隷労働だということを言いました。非常に安くて便利なファスト・ファッションですが、実は、非常に劣悪な状況の中で作られているということです。

この事件をきっかけに、業者の対応が分かれたのも非常に特徴的なのです。当時、日本の業者は直接

的には名前が挙がっていませんでしたが、ヨーロッパ系の業者、スペインの業者ですとか、北欧の業者などは、すぐにこの労働者の労働条件を改善するための協定というのを結びました。ところが、アメリカの業者は、そこから外れました。やはり、ヨーロッパは人権感覚、そういう意味では消費者は厳しいのだなと思いましたが、そういうこともありました。いずれにしても、このような状況にあるということをお私たち消費者としてもしっかり認識していく必要があるということです。

一方で、この問題は単に労働者がかわいそうということではありません。私たちの消費生活は大量消費の社会に大きく関わっているし、経済問題にも影響しています。「OVERDRESSED」という、着過ぎという話ですが、アメリカのルポライターの本があります。副題が「The shocking High Cost of Cheap Fashion」という安いファッションのびっくりするぐらいの高いコストというふうになっています。何かといいますと、要するに先ほどから申し上げているようなファスト・ファッションというものが90年代に出てきて、どうなったかということを書いている本です。1990年代初頭と今を比べると、アメリカ製品のシェアは50%あったものが2%にまで落ち込み、その代わりアメリカ人が買う衣類と靴が安くなった分、2倍に増えてしまっているということを報告しています。安いものをたくさん買っては、すぐ着なくなってしまったり、あるいは質が悪いのでつぶしてしまったりということが、一方では、南の国の劣悪な労働条件にもつながっているし、あるいは国内経済の衰退にもつながっているのです。

国連環境計画、UNEPという組織がありますが、その資料に出てくる絵に地球が5つ書いてあります。2つは私がつけました。もとの資料には3つ書いてあるのです。何をあらわしているかといいますと、先進国の消費者の消費生活レベルを全地球の人々が享受しようとする、地球があと2個余分に必要になるという話なのです。さらに余分な2個は何かといいますと、これはアメリカの消費者と同じレベルの消費生活を世界で共有しようとする、あと2個必要で、合計5個の地球が必要だという話なのです。ここからわかるように、私たちの消費生活は、残念ながら地球の裏側の人たちが使うべきものまで使ってしまう状況にあるのです。このバランスをこれからどう取り戻していくのかということが大事になってきます。

国内総所得を国民一人当たりで割った2000年のデータですが、この当時から一番豊かなルクセンブルグと一番貧しいエチオピアを比べると420倍の格差が



あります。アメリカの格差社会といいますが、従業員と一番給料の高い社長の給料の格差は400倍前後とされていますから、まさにそういう世界に今なっている。その中で10億人ほどが飢餓の状態にあるとされています。

国連環境計画のグラフでは、縦軸が、エコロジカル・フットプリントというのをあらわしていて、これが要するに一人当たりの人間が暮らすのに必要な生態系の面積だそうです。横線が引っ張ってあります。1961年と書かれていますが、1961年、全世界平均で一人当たりが使える生態系の面積はこの数字でしたということです。それが2006年になると下がっています。人口が増えたからですね。横軸は豊かさを示していて0.8が大体標準というか、望ましいレベルで、こちらは豊かな国、こちらは貧しい国と、そういうふうに考えていただければいいと思います。これを見てもわかるように、豊かな国というのは、明らかに一人当たり平均使える面積を超えています。もちろん、一朝一夕ですぐに解決できる問題ではありません。しかし、これをずっと続けていけば地球は破綻してしまうでしょう。国際社会も今のあり方を変えていこうとさまざまな取組をしてきたのはご承知のとおりです。

1992年の地球サミットから、ずっとさまざまな取組がなされてきました。特に消費者との関係で注目したいのは、既に1999年の段階で国連は消費者保護ガイドラインを改訂していることです。この中で持続可能な消費という考え方を取り込んで、これを促進していこうということを取り決めたのです。ガイドライン、いろいろ中味があるので全部はご紹介できませんが、いずれにしても、消費者は持続可能な消費のためにさまざまな教育を受けなければいけないし、あるいは政府が商品テストをしたり、わかりやすい指標を消費者に示すなどして、持続可能な消費を促進していかなければならないというガイドラインが既にできているということです。

2008年には、持続可能な消費のための教育ガイドラインというものも作られています。それから、ユネスコも若者向けのパンフレット「youth X change」というものを作っていて、これは日本語にも訳されています。教材として使える部分はこの中にもあると思います。

そのような国際的な社会の動きがいろいろあるということ、これをまず認識いただければと思うのと、もう一つ、今、社会が大きく変わりつつあるというのは、単に国連が一生懸命旗を振ってやっているというだけでなく、事業者の側も大きく動いているということです。ピーター・センゲさんという人、企

業関係の方はよくご存じの方で、「学習する組織」という本を書いています。企業マネジメントの分野では非常に参考になるとして大事にされている本です。この方が最近書いた本に「持続可能な未来へ」があります。ピーター・センゲさんは、これからの企業活動が、どういうところを目指していかなければいけないかという中で、今の工業化時代、要するに今の大量生産、大量消費の時代はもう終わると、確実に終わると、彼は言います。問題なのは終わるかどうかではなくて、いつ、どのように終止符が打たれるのかということだと言っています。彼のような企業マネジメントの専門家の目から見ても、やはりこういう生産の仕方というのは、もう続けられませんかよ、ということです。

これも企業家のビジネスの世界では大変有名なコトラーさん、近代マーケティングの父と言われる人で、経営者の中でこの人を知らない人は多分いないだろうというぐらいの人です。彼は「マーケティング3.0」という本で、消費者の欲求も変化してきていて、だから事業者も変わらなければいけないと言っています。さまざまな地球環境問題がある中で、消費者が非常に社会的、経済的、環境的公正さに対する欲求を持っている、これに応えていくことが企業のこれからのミッションだということを書いています。

ダボス会議というのは、皆さん、ご存じかと思います。世界経済フォーラムですか、いわゆる政治家、経済界といった世界のリーダーが集まって、年に1回、さまざまな意見交換を行う場ですが、ここでも持続可能な企業のランキングというものがあるのが2005年からずっと発表されて話題を呼んでいます。

社会的責任投資というのは、要するに環境に優しいビジネス、あるいは南北間格差に取り組むようなビジネス、社会にとってよい持続可能な生産をする、そういったところに対して投資をしていくものを社会的責任投資といいます。この市場は今急速に拡大しています。今年の2月には13.6兆ドル全世界で取引されていて、運用されている商品の中では、22%のシェアにまで至っているということです。日本ではこれがまだまだ少ないことが問題になっています。これは、新たな産業革命だと捉えられています。つまり、企業社会全体が消費と生産のあり方の大転換を図らなければいけないということです。大転換を図るときには、まさに産業革命、17世紀、18世紀の時代の産業革命のときのように、新しい機械や素材をつくるようになる。そして、それを最初に作った者が大きな利益を占めるという考え方になっています。今、まさに転換が起きるのだと、多くの

企業家は考えるようになってきています。

何だ、企業家の金儲けの話かとお考えになるかもしれませんが、決してそれだけではありません。非常に大きな企業でさえ、環境の問題、労働者の人権問題、これに対して消費者がどういう目線で、その事業者を見るかということに敏感にならざるを得なくなっています。

アップルが去年「アップルのサプライヤー責任」というタイトルのホームページを作って、私びっくりいたしました。ご存じの方もいらっしゃると思いますが、アップルは自社製品の生産というのはなく、全て下請です。その下請が中国なのですが、その中国の企業で非常に深刻な人権問題、労働環境が劣悪で自殺者が出たり、あるいは暴動が起きたりしているということが世界的に非難を浴びるようになってきました。年商でいうと年間数兆円の利益を上げているアップルという、それこそ国レベルというような莫大な利益を上げるような巨大企業でさえ、そういう消費者の動向には敏感にならざるを得ないという状況になってきている。ですから逆に言えば、消費者がそういう目線で企業に働きかけていく、商品を選んでいくことによって大きな変化が起きる、という状況になってきているということです。

そのような事業者の態度の変化の背景には、グローバル化の中で、市民活動も非常にグローバル化して、さまざまな情報を消費者が得られるようになってきていることがあります。ヨーロッパにあるエシカルコンシューマーという団体のサイトでは、倫理的な消費者ということで企業のランキングを発表しています。そのランキングの中で、この企業がいかかに環境に配慮しているかとか、労働者の人権に配慮しているかなど、さまざまな指標を使ってランクづけをしたものをわかりやすく消費者に提供している、そういうサイトが生まれています。こういった情報を見て選ぶ消費者が増えることによって、先ほどのような企業側の対応というのでも生まれてきているわけです。

昨年、ドイツに行ったときに、へえーと思ったことがありました。ベルリンのBMWのショールームなのですが、その中であれっと思ったのが、このカラーのきれいな指標なんですよ。何かなと思ったら、要するにこの車の環境性能をわかりやすく伝えられているというものです。先ほどの1999年の国連の消費ガイドラインの中に、消費者にわかりやすい指標を作るように、ということがありましたけれども、そういうことが今、ヨーロッパの中では浸透しつつある。そして恐らく日本もこれからそういうふうに変わっていかざるを得ないでしょう。

さて、そのように今、大きな社会の流れが生まれつつあるというときに、消費者教育推進法が制定され、消費者市民社会というものが提唱されたということです。ここから少し、その消費者市民とは何かということについて、改めてお話をしたいと思います。

北欧に「コンシューマー・シティズンシップ・ネットワーク」という消費者市民ネットワークがあり、世界的に活動していますが、その定義によると、「倫理、社会、経済、環境、いろいろなことを考えながら、さまざまなレベルで行動して、持続可能な発展に寄与する消費者」ということです。もう少しわかりやすくするために、私がつくった説明なのですが、「自分が単なる商品やサービスの受け手ではない」ということをまず知ること。これ自体が今、非常に難しい。単なる受け手ではなく、「社会、経済、環境、そういったものに影響を与える」、そういう力を持つ、「持続可能な社会をつくっていく力を持つ」ということを知り、そして実際に「その役割を担っているということを感じることで行動できるようになった消費者」と言えるかと思います。わかりやすく言うと、これまで、ともかく消費という問題は、事業者と消費者がいて、その間でどうだまされなくて賢く買い物をするかというような、そういうふうな捉え方でした。それを転換して、消費者がさまざまな事業者との関係あるいは生産者との関係の中でお金を動かしたり、物を動かしたりして、社会をつくっていく、動かしていく心臓なんだという意識を持つ、そういうイメージを持てるようにするという考え方であると言えるかと思います。

先ほど行動力の源というのは、役割があるということの認識が第一だとお話ししましたが、では次の段階として何ができるのか、そこが問題になってくるということです。

私がお話しするのは本当に一例です。グリーン・コンシューマー10原則というようなものもあり、さまざま考え方があります。一例として私が大事だなと思うところをお話しします。まずは何と言っても、悪質業者にノーを言おうということです。環境に配慮しない業者が、単に安いものをつくる、便利なものを提供する、あるいはそもそも法規を守らずに、悪質商法で被害を与えるような業者がのさばることではいけないから、消費者がそういう業者と取引をしないという意思表示をきっちりしようということ、「お買い物投票になる」という意識を持って、自分でしっかり投票できるようになっていくということです。

それからフード・マイレージとか環境負荷とか、



先生方はよくご存じかと思います。たくさん食品が海外から入ってきている中で、それに伴って生じる環境負荷というものを考えながら、なるべくそれを減らすように生活をしていこうという視点です。そのような視点がグリーン・コンシューマー10原則として提起されているところでもあります。

それから、フェア・トレード、オーガニックというものも、先生方はきっとよくご存じかと思いますが、この中でフェア・トレードの商品を買ったことがあるという先生方、どれぐらいいらっしゃいますか。これは2割ちょっと切るぐらいですね、ありがとうございます。

そもそも売っていないとか、まだまだ日本では普及率が低いのですが、ご存じのように、さまざまな商品が児童労働ですとか、あるいは不公正な貿易のやり方で売られているということがあります。児童労働はちなみに1億6,800万人の子どもの子どもが現在働かされている。私、コーヒーが大好きですけど、コーヒーだとか、バレンタインデーのチョコレートだとか、あるいは子どもが使っているサッカーボールとか、靴とか、さまざまなものがあります。そういうものを公正な形で取引をして、生産者にきちんとお金が回るようにしていこうということ、それがフェア・トレードです。

オーガニックというのは、農薬とかをなるべく使わないように、有機栽培の商品を使う。オーガニックは、単に地球に優しい、環境に優しいということだけではありません。何しろコットンというのは、生産物の中では農薬を一番使うのだそうです。耕地面積に占めるコットンの割合というのは数パーセント、10%もないレベルなのですが、それが多いたときには2割近くの農薬を使っていたというデータもあるようです。そういう農薬集積型といいますか、そういう産業なんですね。そういう中で多くの労働者が農薬のために健康を害されていると、それを何とかしていこうというようなところで考えられている、それがオーガニックということです。

地産地消というと、これは皆さん、なじみのある言葉かと思いますが、日本で地産地消というと、どうしても生鮮食料品とか地域のものを買おうと、そういう意識になろうかと思いますが、しかし、アメリカではバイ・ローカルという言葉があります。つまり地域のお店を地域のお店で買うことによって、地域でお金を回していく。そうすることによって、その地域を豊かにしていこうということです。

この問題で、いつも私がお話しさせていただいているのは本の購入です。インターネットの本の購入、大変便利なので私もしょっちゅう使いますが、

この中でインターネットで本を購入したことがあるという方はどれぐらいいらっしゃいますか。ほとんど全員に近いですね、8割、9割以上だと思います。大変便利だと思います。私もどんどん使っていた口ですけれども、日本で一番最初に始めたアメリカの会社がありますね。そこがあるとき、日本に税金を落とさない、払っていないということが報道されたことがあるのです。これを見たときに、私は、あつと思いました。そうか、自分が払っているお金というのは、日本の税金として落ちていないのだということに気がきました。今のインターネット社会、お金や物が自由に行き交う社会、国境を越えて行き交う社会の中で、消費者がどこにお金を落とすのか、地域に落とすのか、それともそうではないのか、そういうことを少しでも考えながら暮らしていくということが、地域を豊かにする上では大変重要な意味を持ってきます。

本の例を挙げましたが、この10年ほどの間に個人の商店、個人の本屋さん、件数にして2分の1程度になっている、激減しているというデータもあります。放っておくと本当に本屋がなくなってしまう。本の問題に限りません。最近問題になっているものとしては、いろいろな物がインターネットで買えるようになり、お店は開いていても、そこでは商品は買われない。お店で何をするかといえば、お店で商品の品定めをして、それをネットで検索して、安ければネットで買ってしまおうと、そういう人さえ出てきているということが問題になってきている。これではお店は何のために開いているのかわからない。そこら辺を消費者としてもどういう行動をとるべきか考えることが求められていると思うのです。

社会的責任投資について先ほどお話ししました。ヨーロッパでは環境に優しい企業にだけ融資する銀行預金、そういう目的を指定した銀行の預金の仕方というものがあり、そういうものが社会的責任投資の代表例として言われたりします。日本でも東日本大震災の後、復興に資するためということいろいろファンドが作られましたが、そういったファンドに投資をする、そういうことによって、社会のためになるお金の使い方をしようということです。自分が預金することによって、その預金は、感覚としてはずっと眠っているような感覚がありますが、実は預金は大事な社会的役割を果たしているわけですね。預金することによって、銀行はその預金を融資に回したり、あるいは国債を買ったりというような、さまざまな動きがあります。社会の経済がうまく回るようになっていけば、消費者は別に社会的責任投資なんてしなくても、社会は豊かになっていくわけ

です。

ところが、今の世の中では、地域経済はだんだんやせ細っていつている。そういうことからすると、どうも預金だけに任せてはいけぬ。例えば、国債をいっぱい銀行が買い政府を支える。支えられた政府は、アメリカの国債をさらに買うとか、無駄なお金の動きというのがいっぱいある。預金がいよいよ使われ方をするかということ、そうではないということも考えながら、お金の動きを消費者が少し考えていこうというのが社会的責任投資という考え方です。

それから、事業者、行政との対話と権利行使ということですが、神奈川県が非常にすばらしい資料をつくっています。「消費者市民社会をつくろう」というパンフレットです。高校生がインターネットを通じてレアもののシューズを買ったという設定になっていて、届いてみると違う商品だったと。さあ、どうしますかということでの問題提起になっているわけですが、非常にわかりやすい図を使って、行動せずに泣き寝入りしたらどうなるか。結局は悪質業者がはびこって、不正な取引が蔓延してしまう。まずは業者にクレームをつけて、それでもだめなら、消費生活センター等に申告をする。そうすることによって行政が動いて、悪質業者を指導し、再発が防止されるという流れがわかりやすく示されています。

アメリカの消費者教育では、クレームの書き方というのを指導します。高校生に対して、クレームを書くときには何を書かなければならないか、商品の名前は当然ですけれども、どういう問題があるのかを具体的に書けとか、そういったことを指導します。単に技術的にそういうことをしなさいというだけではなくて、あなたがクレームを出すことが、消費社会をよくしていく、事業者の活動をよくしていくために必要だということを伝える、そういう授業を高校生に対してやっています。大きなクレームを言うことだけではなくて、例えばレジ袋をちゃんと断るとか、そういったことも含めて小さな対話、あるいはフェア・トレードの商品がお店に置いてない場合に、ぜひ置いてほしいというような申し入れをするとか、インターネットの書き込みでも、いろいろな情報交換のやり方が、今、お店と消費者との間で広がっています。そういうツールを使いながら、意見交換をしていくことが、実は事業者の商売のやり方を変えていくことになることを意識してもらうことが非常に大事なかなと思います。

それから、消費者行動への参加ということ、なかなか1人では続けられない中で、やはりみんなできながらを持ちながら進めていくということが大事だと思います。

このようなさまざまな行動を通じて、先ほども申し上げたように、お金や物、あるいは意見とか情報とかを消費者が意識して使っていく、回していく、そうすることによって、この社会が変わっていくんだという、そういう心臓としての消費者のイメージをしっかりとっていく。そのような肯定的な意識を持つことが、行動する消費者をつくる上で大事だということです。

これまでは消費者被害に遭わないかとか、あるいは自分にとって必要か有益かという視点を指して消費者センスというものが語られていました。そこに、社会によいことかどうかを考えるもう一つの視点を加える、新しい消費者センスが今求められているということです。

さて、消費者の行動で社会は変わるということのもう一つのお話をします。

それはまず、消費者の意識というものが、どういう意識かというのを知っていただきたいのですが、実は、こういう問題について、もともと消費者には関心があるということなのです。「自分の消費行動で世界は変わると思うか」という問いに対しては、6割の人が「そう思う」と答えます。そして震災後はその割合がより高くなってきています。「その消費や環境を変える行動を自分はとっているか」と質問すると、「いいことだと思っている」という人は6割いたのですが、震災前にそういう行動をしているのは約3割の人、それが震災後には新たに約3分の1の人が行動するようになったということです。

それから、非常におもしろいデータがあります。電通総研というところが、「世界主要国価値観データブック」というのを作っています。もともとはアメリカの大学の研究の翻訳ですが、これはおもしろい。世界二十何カ国あると思いますけれども、さまざまな国の人々に、いろんなアンケートをとって、その意識を比較しているのです。その中でおもしろい質問としては、「あなたは人生で一番大切にしたいことは何ですか」という質問があります。世界全部共通して、大体「人の役に立つこと」、「人を助けること」というのが1位、2位を占めるということです。日本も全くそのとおりでして、日本の場合、「環境に配慮」が87.2%、「人を助ける」というのが84.3%となっています。そのほか「安全に暮らすこと」とか、「創造性を発揮すること」といったようなことで、まさに今申し上げているような消費者市民としての生き方にかかわるような価値観というのが、もともと強いということで、消費者市民のDNAというのは、日本人の中にもしっかりとあるということです。こういったもともとの素質を生かして、

消費者がしっかり行動できるようになってくれば非常に大きな変化が生まれるはずです。国民の家計のGDPに占める割合は、実に6割近くでして、これだけの大きな割合を占める消費者が少しずつ変わっていけば、本当に大きな変化が社会の中に生まれてくるということです。

さてしかし、いいことだとわかっているけれども、実際できないということが、この消費者としての社会的価値行動だと言われます。トレード・オフと書きましたが、一方で社会へ貢献できる、環境へ貢献できる、経済に貢献できるということがいいということにはわかっている。しかし、安全とか便利さとか早さとか、そういったことを比較対照した場合に、どうしても、安くて早くてという方に傾いてしまうという、性質があるということです。

アメリカでおもしろい研究がありまして、環境に優しい洗剤と普通の特別環境に優しくないが強力とうたっている洗剤と2つ並べておいて、どっちを買うか、消費者の行動を観察した研究があります。人が見ている状況だと、結構、環境に優しいというのをみんな買いますが、人が見えていない状況だと強力という方にどんどん流れていくという、得てして人はそういう便利とか安いとかに流れやすい。

これをどうしていくかということですね。なかなか難しい問題ではありますが、先ほどの人が見るとどうという話ではありませんが、やはり社会の中で自分の行動がどのように見られるのか、どのように評価されるのかということが、非常に大きな行動決定、意思決定のウエイトを占める。ですから、社会のさまざまなつながりを生かして、地道ではありますが、こういうものが大事なんだ、社会的な価値行動、持続可能な消費というもの的大事なんだという雰囲気を社会の中に少しずつ広げていくことが大事だろうと思います。

さて、そういう意味で、このつながりをいかに広げていくかが成功につながるということで、「消費者教育推進法」のまさに肝の部分で、どうやってつながりながら消費者教育を進めていくのかということなのです。

新しい消費者教育の視点を書きました。今までお話ししたことと同じですけれども、とにかくこれまでの被害に遭わないということが中心になっていた視点から、一緒に社会をつくっていく、被害のない社会、持続可能な社会、そういう社会の担い手としての意識を持つということ、あるいはその小さな行動をともかく習慣化していくこと、できることから取り組むということですね。余り脈絡がなくて恐縮ですが、「怖いと萎縮させるのではなくて、ポジテ

ィブな力を引き出す」ということ、これは非常に大事だと思います。

これまでの特に悪質商法に関するお話というのは、怖いですよ、気をつけましょうということ言う形でした。私もそうでした。反省を込めて申し上げますけれども、それだけでは、結局怖いから守ってもらおうという話にしかならず、主体的に自分がどう行動するのかとか、そういったところになかなか結びつかない。そうではなくて、ポジティブにどう行動していくのか、どう社会をつくっていくのかということにまでつなげていくことが大事だと思います。そのためには実際に行動している人とつながることが大事だということは、先生方もお感じになっているところかなと思っています。いろんなつながりがあり得るということ、私が見聞きした中で具体例を少しご紹介したいと思います。

名古屋でグループフォーラムというのがあり、そこに三重の小さな町のおばあちゃんが来られていました。そのときに、「うちの町ではリフォームが大はやりなの」と、何かうれしそうに言うのですよ。リフォームと言うから、住宅のリフォームかなと思ったのですが、そうではなくて、古い着物のリフォームのことで、高齢者がすごく喜んでみんなで集まってそれをやるのだというお話をしてくれました。その人たちがすごいのは、その作ったものを高校の文化祭に持ち込んで、つくり直すということは大事なんだよということを若い人にも伝える、そういう活動をしていることとか、あるいは、リフォームで集まってきたおばあちゃんたちに、じゃ、今度は消費者被害防止のポスターをみんなで作って、悪質業者を締め出そうよというようなことをやっていらっしゃる。つまり、そういうやりがいのある活動で行動力を高めて、そのつながりを生かして、さらに、消費者被害の問題にもみんなで取り組もうというパワーにしているという、すばらしい報告がありました。このようなつながりが地域と学校の間でどんどんできるようになると、本当にすばらしいと思っています。

大学生の活動もいろいろあります。この間、滋賀にお話に行ったときに知ったのですが、滋賀県立大学のグリーンコンシューマーサークルというのがあり、このサークルは、単に自分たちがグリーンな消費をしていこうというだけではなくて、商品開発を自分たちでやって、エコ商品を作ったりとか、グリーンな生産、持続可能な生産をしている業者の活動を取材に行って紹介をしたりとか、さらには、グリーンな消費をする際のガイドラインを作ったりとか、そういう本当に社会、地域を救っていくような活動



を大学生がやっています。今、エコとか、あるいはフェア・トレードなどもそうですが、結構、大学のサークルというのは各地にできてます。

神戸にお話を伺いに行ったことがあります。そこでは神戸の大学生が、たまたま高校と大学が連携をとれる私立だったものですから、大学生がフェア・トレードのサークルをつくって、その大学のお兄さんたちが高校に出かけて行って、フェア・トレードの話をする。高校生にとっては、高校の先生がやるよりはるかに印象深い話になるのです。高校生を連れて、フェア・トレードのお店に取材に行ったりという活動をしているというのが紹介されました。こういう大学生のいろんな活動を生かすというのもすごく大事だなと思った次第です。

それから、主婦の中にも持続可能な消費のために、さまざまな活動をしている動きがあります。名古屋のサークルで「おかいもの革命」という主婦の集まりがあり、エコクッキングメニューをお互い情報交流したりしていますが、大手のスーパーチェーンと協議をしながら、なるべく包装を使わないで済むような、環境に害を与えないような包装の仕方を考えるという、そういう活動をしています。

そのようないろいろな取組があるわけです。ですので、これを何とか学校とつなげる形で取り組めないか、本当に学校の先生方からこれは大変なんだというところの思いは十分お聞きしていますけれども、何とかつなげられないかということ、今、一生懸命、消費者教育推進会議の中で考えている最中なのです。

そのためのツールとして、3つ考えられています。1つは、消費者教育のイメージマップであり、もう一つは、消費者教育推進会議、地方では消費者教育推進地域協議会といいますけれども、そういう協議会組織、そしてもう一つが、地域の中で学校とつながりをつくるためのコーディネーターという仕組みです。

イメージマップは、分野としては、「消費者市民社会の構築」、「商品等の安全」、「生活の管理と契約」、「情報とメディア」の4つに分かれています。幼児期から青年期まで、それぞれの教育目標がわかりやすく簡単な言葉で書いてあります。これは先生方に対してというよりも、これまで余り消費者教育に携わらなかった人にも、とにかく消費者教育とはこんなものなのだというイメージを持ってもらうために作っていますので、非常に簡単な言葉しか書いていません。

これを使って、さまざまな地域の取組、どこの中学では文化祭でこんなエコ展をやっているとか、大

学にはこんなESDのサークルがありますとか、あるいは、おばあちゃんたちがリフォームサークルをやっていますとか、有機農園がありますとか、そういった地域の取組をイメージマップの中のどこに当てはまるか、マッピングしてみていただくと、そこから、これとこれをどうつなげようとか、そのような視点が生まれてくる。そして、その情報を一元化していくことによって、連携がとりやすくなると、そういうことが目指されているマップです。ですので、各地でこういったマップを活用しながら、その地域地域の情報を整理していただけるかと期待しています。

消費者教育ポータルサイトも、このマップに即した形の情報提供を今始めています。このマップをつくるために、お互いに連携をとりながら情報を集めていこうということで、地域協議会というものも作っていこうということになっています。ここには消費者団体とか環境団体、ESD団体、NPO、福祉関係者等、いろいろ協力していただけるようにと考えております。

今まで消費者教育とはあまり関係ないのではないかと思われているところも含めて連携を広げようというのが、実は大変大事だと思っております。日弁連で消費者教育推進法についての意見書をつくるときに、一番考えたこと、そして実際に法案に取り入れていただいたのはここなんです。というのは、いろんな先生からお話を伺わせていただく中で、そうは言っても「〇〇教育」がたくさんあり過ぎてというお話は、どの先生にお話を伺ってもおっしゃることで、実際、本当に大変なんだろうなとつくづく感じたわけです。そういう中で、とにかく今までは、どうしても消費者教育大事ですから、絶対やってくださいと言ってきた。しかし、それだけでは教育の現場には受け入れていただけないということがわかってきたわけです。そこで、この消費者教育推進法の条文のなかには、消費者教育、環境教育、それから国際理解教育、そういったさまざまな関係教育が連携できるように施策をしていくべきではないかということが教育理念としてうたわれています。まさにこの部分が、これからの消費者教育の一つの大きなポイントだと考えています。

実は、「〇〇教育」と言われるものの中には、非常に関連する教育が多い。だからこそ、この消費者教育の地域協議会をそういう連携をとっていけるような場にさせていただく。将来的には、中学2年生のときには環境教育を重点的にやって、3年生のときには、こういうふうにつなげようとか、学年ごと、学校の団体ごとの連携した教育にまでつなげられてい

ければ理想的だと思います。なかなかそれは難しいにしても、とにかく、まずはそういった連携を始めたいということ、これがこの新しい消費者教育を生き生きとしたものとして学校に取り入れていただくための一つの大きなポイントだろうと議論してきたところです。

消費者教育推進地域協議会というものは、条文にもありますが、いろんな人が入れるような仕組みにしてあります。関係機関等という「等」が一番大事だと思いますけれども、幅広く入れていただきたいと思いますということ。ちなみに消費者庁の「よくある質問と回答」という、この法律の行政向けのQ&Aがありますが、そこでも幅広く委員の構成を考えていただきたいということになっておりますので、参考にしてください。そういった連携の中で、豊かな消費者教育ができればということです。

コーディネーター制度、その地域で学校とさまざまな団体等をつなげていくようなコーディネーター制度というの、今、取組が検討されていますが、そのような仕組みも絶対につくっていく必要があると思います。その取組の中で、消費者が心臓の役割を果たして、青い地球を子どもたちに残していきたいということが大きな目標だということです。

さて、大変長くなりましたが、最後に、契約の問題について少しお話をします。

契約の問題は、「生活の管理と契約」ということで、生活の管理という部分も入ってくるわけですが、今日は、契約について重点的にお話いたします。

契約については、まずは合理的な意思決定の能力を身に付けるということになっていますが、特に私どもの関係する法律の分野でいいますと、単に法律の仕組みを知識として理解していただくということではなくて、何のために法律があってという一番大もとをしっかり理解していただければと思っております。持続可能な消費と消費者行動とありますが、さまざまな視点を自分と家族にとってどうかということだけではなく、国とか地域あるいは地球、そういった観点から考えていくのが持続可能な消費の考え方であるとお話ししました。それは商品やサービスを多面的に捉えていく、幅広い視点からの考え方につながっていく。そして、単に消費者被害に遭うか遭わないかという狭い視点だけではなくて、日々いろんな商品に接する中で、それぞれの商品について、こういった多面的な考え方をできるようにしていくことが、実は消費者被害を減らすという意味でも大事な視点になるということなのです。

法律が何のためにあるのか、三段論法ではなくて、四段論法でぜひ考えていただきたい。まず、消費者

法というものは、消費者と事業者の間に情報の質、量及び交渉力の格差があるところから出発しているというのが、消費者基本法の一番の考え方です。何といたっても事業者はプロであって、消費者は素人、消費者が知らないことを事業者がたくさん知っているのは当然のことです。そういう中で、契約とは何のためにあるのかということ、基本的には自分が損をしないようにするために契約書を作っているわけです。事業者と消費者との契約というのは、必然的に事業者が放っておくと損をしないように、消費者が損をするような契約になってしまうということです。しかし一方では、法律は弱肉強食を防いで公正な社会を築くためにあるという、これが一番大事な視点だということです。特に消費者関連法というものは、消費者、事業者間の格差を前提にして、両者の契約を公正なものにするためにあるということ、こういった法の趣旨をしっかりと押さえていただくことが一番大事だろうと思います。

どうも今までの消費者契約の法律の分野の教育というのは、クーリングオフとか、そういう被害後の対処法に重点が置かれていた嫌いがあるように思いますが、まずは法が何のためにあるのかということをしかり押さえる。そして、とにかく法律の原則を守らない業者にはレッドカードを出すべきだ、それだけで退場すべきなのだと伝えることが大事だと思います。

少し難しい話になりますが、特定商取引法という法律がありまして、大事な条文として、まず、取引をするに当たっては、自分の名前と、契約、勧誘の目的、これをきちんと告げなさいということが明確にうたわれています。これは普段、消費者教育の授業では取り上げられないことが多いかと思うのですが、非常に大事だと思います。というのは、なぜそのような規定があるかということ、まず消費者に身構えさせるということが、消費者被害を防止する第一歩だからなんです。つまり、法律というのは、プロと素人の消費者が対峙したときに、プロが専門的な話をする、それだけで消費者が煙に巻かれてしまう、そうなる前に契約するつもりがあるかないかを簡単にチェックできるように、まず勧誘の目的をちゃんと告げなさいということを規定しています。勧誘の目的をはっきりさせずに、例えばいい話があるとか、あるいは、家の点検をしてあげましょうかみたいな話で家に上がり込んで契約の話をするとか、そういうルール違反をする業者は、それだけでアウトなのだとしっかりと伝えていくことが大事だと言えます。

「選択の科学」という本を書いているシーナ・ア

アイエンガーという方がいらっしゃいます。コロンビア大学の教授の方です。この方が「選択の科学」という本の中で、人間の意思決定の仕組みは2つあると言っています。1つは自動システムと言われるもので、これは感覚的な反応ですね。もう一つが熟慮システム、論理・理性に基づいた反応、行動決定ということです。普段、人間はこの2つを組み合わせながら判断をしているということです。この2つというのは、実は脳科学の研究によって脳の働き方自体が違うということがわかってきています。これは内閣府の研究にも出てくるのですが、自動システムの場合は、脳の中心的な脳幹に近い部分で判断しているのに対して、熟慮システムは大脳皮質の方で判断をしているということがわかっています。

大事なものは、さまざまな惑いが生じたり、あるいは、だらだらと長時間話を聞かされてわけがわからなくなっている状態、そういう困惑した状態になると、人間はこの熟慮システムというものが働かなくなってしまう、そういう傾向がある。そして、それに乗じて、普段の正常な状態であれば、そんな行動をとるはずないような短絡的な行動をとってしまう、それが人間の本性なのだということをこのシーナ・アイエンガーさんは明らかにしました。

えっ、あの人が何でこんな契約しちゃったのということがよく起きるとするのは、まさにこういうシステムなのだということです。ですので、単に知識として悪質商法はこんなものですよということを知っているだけではなくて、それを感覚的に、すぐに使えるようなものにまでしていく必要があるということです。つまり、知識ではなくて感覚を磨く必要があるということです。

これは消費者庁になる前の内閣府の研究ですけども、今述べたような、まさにシーナ・アイエンガーさんと同じようなことを書いてあります。「あなたもこうしてダマされる」という本があります。これは、だまし方の手口を紹介している本としては非常におもしろいので、もし興味があればごらんいただきたいのですが、これを読むと、本当に私でもこれはだまされるなというふうに思うわけです。結局こういうだましの手口の研究者に言わせても、最後はだまされないようになるために何が必要かといえ、日常的な批判的思考力をつくっていくということ、それを習慣化していくということなのです。つまり、私が申し上げたいのは、悪質商法はこんなものですよ、だから気をつけましょうということは理解できても、それは日常的に接するものではないわけです。特に高校生とかでは、なかなかそういう状況にない。そうなってくると、結局いざというとき

には使えないわけです。ですから、常に自分の消費というものについてしっかりと考える姿勢を持って、そういう態度を日常的に身に付けることこそが、悪質商法の被害から生徒たちを守る一番の根底にある基礎の部分だということです。そのために、今まで申し上げてきたような、消費が自分たちにとってだけではなくて、社会にとってどういう意味を持っているのか、自分が商品を選ぶことによって、社会にどういう影響があるのか、それを考えることが大事で、それが社会を変えることになる。自分のためにもなるし、地域のためにもなるし、しかも自分はその力を持っているんだという感覚を持ち、日々できること、小さなことからやっていくということ、それがまさに感覚を磨いていくということなのです。

ですから、消費者被害の問題で、新しい消費者被害をどうするんだと言われるのですけれど、そうではなくて、こういった新しい視点での教育こそが消費者被害を防ぐ上でも、私は大事な意味を持っているだろうと考えています。

ぜひ、新しい消費者教育推進法の趣旨をご理解いただいて、そして地域で生き生きとした取組をつなげながら、みんなで新しい社会をつくっていけるようになればと思います。そのために、今日お集まりいただいた先生方の力というのは本当に大きいところかと思えます。日々ご苦労いただいております上に、本当にお願ひばかりで恐縮ですけれども、社会全体で先生方の活動を支え、つながりながら、一步一步いい社会になるように、私どももできる限りの協力をしたいと思っておりますので、よろしくお願ひします。これで、私の話を終わります。



## 高校生等の消費生活相談事例

### スマホの架空・不当請求

【事例1】スマホでゲームを検索して、アクセスしたところ動画が出てきた。画面に料金の表示はなかった。動画は始まってすぐに消したが、下の方にあった写真のところの「18歳以上」をクリックしたら、いきなり「登録完了 99,500円を6日以内に支払ってください」という表示になった。さらに、「誤って登録された方は24時間以内に削除依頼書を送信してください。削除依頼がない場合はそのまま登録になり18歳未満の方でも請求します。」という内容の表示になった。そのため、登録を取り消そうと思ったが、メールアドレスなどの入力を求められたため送信しなかったが心配になった。

【事例2】スマホで興味本位にアダルトサイトにアクセスしていたところ、年齢認証画面が表示され、「18歳未満」をクリックした途端、「登録完了、登録料98,000円を支払ってください。」と表示されてしまった。怖くなって、とにかく退会しようと思い、「自動退会はこちら」をクリックしたところメール送信フォームに切り替わったので、そのままメールを送信してしまった。すると「登録料が未納なので退会できない」という返信があった。自分からはそれ以降、メールも電話もしていないが、何通もメールが届いて困っている。

### アドバイス

- ◎ 業者にメールや電話を絶対にしない。支払いをしない。
- ◎ 興味本位で怪しいサイトにアクセスしない。不審なURLや画像をクリックしない。

### スマホのオンラインゲーム

【事例3】クレジットカード会社から「ゲームと出会い系サイトの利用に伴う請求が約100万円ある」との連絡があったため、高校2年生の息子を問いただしたところ、スマホのオンラインゲームで課金したことがわかった。出会い系サイトは知らないと言っているが、息子のスマホには1日に500通のメールが来ているので、おそらく利用しているのではないかと思う。このような高額な請求の支払いは困難である。

### アドバイス

- ◎ クレジットカードの管理を徹底する。
- ◎ クレジットカードの名義人である保護者の管理責任を問われる場合もある。

## 出会い系 SNS サクラサイト

【事例4】突然、知らない女性から「メアド変ったよ」というタイトルでメールがきた。無視していたがその後も「1,000万円すぐに振り込みます」といった内容のメールも送信されて怖い。他にも女性の顔写真までメールで届いて気味が悪い。

【事例5】今まで一度も使用したことのないクレジットカード会社から利用請求明細書が送付された。請求金額が60万円を超えていたので、不正使用されたのではないかと驚いてカード会社に連絡したが、「引き落としは止められないので、利用先との間で問題が解決したら返金に応じる」として、取り合ってもらえなかった。明細書の利用先に連絡したところ出会い系サイトを利用したものだ。そこで高校3年生の息子を問いただしたところ、「興味本位で無料の出会い系サイトに登録し、決済に親のクレジットカードを使用してしまった。やり取りをしていた相手の女性から『あなたが支払うべき費用である5万円を立て替えているので返金してくれ。応じない場合は警察に通報する。』というメールがあり、その後も次々と別のサイトに誘導され、止めるに止められず、気が付いたら高額利用になってしまった。」ということが分かった。

【事例6】インターネットを介して知人同士で無料通話やメッセージの送受信ができるアプリに、知らない女性からメッセージが届いた。メッセージにはURLが貼りついていて思わずクリックしたところ別の交流サイトに飛び、その女性とやり取りができた。その後、この交流サイトからメールが届き、「無料で利用できる期間は終わった。プレミアム会員登録をすれば永久に無料で利用できる。登録料は9万円である。」という内容だった。そのため、9万円のうち手元にあった2万円をコンビニで購入した電子マネーで支払い、残金の7万円は自分の貯金から出そうと思い、管理している母親に引き出したいと伝えた。母親に何に使うのかと問いただされ、仕方なく告白したところ、騙されているのではないかと説得された。

## アドバイス

- ◎ 迷惑メールについては、受信拒否設定をする。
- ◎ 出会い系サイトへ誘導するようなメールの恐れがあるため、興味本位にURLをクリックしない。

## ブランド品の通販サイトでの買い物

【事例7】インターネットで見つけた通販業者のウェブサイトに市価の半額のブランド財布があったのですぐに申し込み、代金を振り込んだ。しかし、いつまでたっても商品が届かないので、メールで催促したが業者から何の返答もない。

【事例8】インターネット通販でブランド物の靴を購入し、代金を支払ったが商品が届かない。代金を振り込んだが、入金確認のメールは来ないし、こちらからメールを出しても返事が来ない。今日見たらウェブサイトもなくなっていた。ウェブサイトに書かれていた

日本語表記も変だった。メールは届いているようだが、返信はない。メール以外の連絡方法はわからない。

【事例 9】市価よりもかなり安かったのでインターネット通販でブランドバッグを注文した。届いた商品を見ると色合いなどが違うし、縫製も粗雑で模倣品だと思われる。業者のウェブサイトを確認したら住所や電話番号が書かれていなかった。メールで問い合わせたが、返信がない。

### **アドバイス**

- ◎ 次のような特徴がある事業者のウェブサイトには注意すること。
  - 事業者の名称、住所、電話番号がきちんと記載されていない
  - 市価よりも大幅に安い
  - 日本語の表現が不自然
  - 事業者名と銀行振込先が違う

### **マルチ・マルチまがい商法**

【事例 10】大学の先輩に誘われ、投資を指南するDVDソフトを購入した。代金は学生向け消費者金融から50万円を借金して支払った。友人を紹介すると紹介料がもらえると言われ、友人数人に声をかけたが断られた。解約して返金してほしい。

### **アドバイス**

- ◎ 友人を紹介して契約させると友人を失い、誰も紹介しなければ借金が残るので、誘われてもきっぱり断ること。

### **インターネットの個人間売買**

【事例 11】SNSで知り合った人から芸能人のライブコンサートチケット2人分を購入し、代金を銀行口座に振り込んだ。しかし、1週間たってもチケットが届かず、連絡もとれない。相手の住所に問い合わせても架空の住所であると判明した。メールアドレスや電話番号も分からないし、連絡もとれない。支払った代金を返金してほしい。

### **アドバイス**

- ◎ 相手の住所や名前などが不明の場合は返金は難しいので、個人間の取引は慎重にすること。

## \* 相談に関するQ&A

Q1 消費生活支援センターはどのような相談にのってくれるのですか？

A1 消費生活支援センターでは、商品やサービスなどに関する消費生活全般についての相談を受け付け、専門の相談員が情報提供、相談者ご自身でのトラブルの解決に向けてのお手伝いなどを行っています。  
携帯電話に身に覚えのない請求メールが送られてきた、友達の話を通りかかると高額な購入契約をしてしまった、など契約に関する相談の解決方法や対処法などの相談に応じています。

Q2 相談する場合は、どのようにしたらよいのですか？

A2 まずは、電話で相談してください。相談内容によっては、契約書などの書類を相談員と相談者が確認しながら相談した方がよい場合もあるので、その時は書類を送付(または持参)してください。

Q3 相談する時に準備することはありますか？

A3 できれば、相談したい事をメモし、心配なことやどのようにしたいかなどをお伝えください。  
また、今、どのような状態なのか、金額はいくらか、それはすでに支払ってしまったのか、など具体的なことを話してください。  
相手(業者)の情報などもわかっていたら教えてください。

Q4 消費生活支援センターに相談した内容は、先生や親に伝わってしまいますか？

A4 原則として、相談員以外に知られることなく相談できます。しかし、相談内容によっては保護者と一緒に解決した方がよい場合もありますので、その時は相談者から話すようにアドバイスをします。

## 埼玉県消費生活支援センター

### 相談窓口のご案内

川 口：☎ 048-261-0999 川 越：☎ 049-247-0888  
春日部：☎ 048-734-0999 熊 谷：☎ 048-524-0999

【受付時間】：9：00～16：00（土・日・祝日・12月29日～1月3日は除く）

※川口は土曜日も受け付けています。  
※お住まいの市町村の窓口もご利用ください。

### ホームページのご案内

消費者トラブルの事例やアドバイスなど消費生活に役立つ情報が満載。

「埼玉県 消費」で検索 または <http://www.pref.saitama.lg.jp/soshiki/72/>

☆メールマガジンも配信中！詳しくはHPで。



埼玉県 消費生活支援センター コバトン

### 消費者教育推進委員名簿

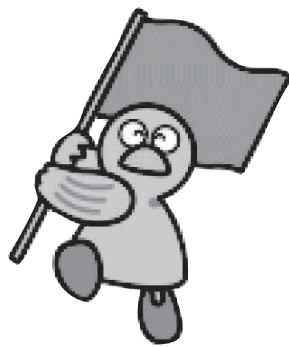
	氏 名	職 名 等
顧 問	西村 隆男	横浜国立大学教育人間科学部教授
委 員 長	杉山 剛士	高校教育指導課長（平成 24 年度）
	高田 直芳	高校教育指導課長（平成 25 年度）
副委員長	峰 稔浩	高校教育指導課主幹兼主任指導主事
委 員	深谷 敬子	県立福岡高等学校長（平成 24 年度） 県立鴻巣女子高等学校長（平成 25 年度）
	明戸 一浩	県立寄居城北高等学校教頭
	吉原 純忠	県立誠和福祉高等学校主幹教諭（平成 24 年度）
	長島 隆行	県立岩槻北陵高等学校教諭（平成 25 年度）
	岡田 祐二	県立松伏高等学校教諭
	河森 明子	県立越谷西高等学校主幹教諭
	池垣 陽子	県立大宮光陵高等学校教諭
	井上 美歩	県立春日部東高等学校教諭（平成 25 年度）
	沖田 敦志	県立所沢西高等学校教諭
	坂本 峰紹	県立川越西高等学校教諭
	上田 誠治	県立総合教育センター所員兼指導主事
	永田 祐子	県立総合教育センター所員兼指導主事(平成 24 年度)
	白井里佳子	県立総合教育センター所員兼指導主事(平成 25 年度)
	甲山 貴之	県立総合教育センター所員兼指導主事
	高山みどり	県消費生活支援センター総務・情報発信、学習支援 担当部長
幹 事	荻原 康之	高校教育指導課指導主事
	遠藤 智久	高校教育指導課指導主事
	奥 千加	高校教育指導課指導主事

平成26年3月発行

発行 埼玉県教育局県立学校部高校教育指導課

埼玉県消費生活支援センター





埼玉県のマスコット  
「コバトン」

本事例集は高校教育指導課のホームページでもご覧いただけます。  
(授業のワークシートも電子データで提供しています。)

<http://www.pref.saitama.lg.jp/page/shohisya.html>