

消費者教育研究校報告書

愛知県立半田高等学校 相原 正

1 はじめに

本校は知多半島の中核校である。1学年は普通科8クラスで、多くの生徒が大学進学を希望している。生徒は真面目であり定期考査に対しては熱心に学習する。一方、学びが「考査のため」になってしまい、「学び自体が楽しい」とはなっていないように感じる。このことに対して、学びの内容が自分事となり、社会との関わりを感じさせることで、学びへの姿勢が変化するのではないかと考えた。また、本校はSSH（スーパーサイエンスハイスクール：理科・数学等に重点を置いたカリキュラムの開発や大学等との連携による先進的な理数系教育を実施する高等学校等）に指定されており、3年間を通じて探究活動をしている。この活動の中では、具体的な根拠をもち意見を述べる力が強く求められる。もちろん、学習指導要領でもこの力を育てることが求められているため、普段の授業から、資料を根拠として意見を述べさせることを繰り返してきた。

学習指導要領は「公共」において、「多様な契約」「消費者の権利と責任」など多くの知識・技能を身につけさせることを求めている。さらに、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のため、また、若年者の消費者被害の防止・救済のためにも、消費者に関する指導が重要であると指摘している。

上記のことを踏まえ、第2学年で履修している「公共」の授業で本実践を試みた。

2 ねらい

- (1) 消費者に関わる諸事項について理解する。
- (2) 消費者白書のデータを考察し、消費者に関する諸課題を見いだす。
- (3) 自ら見いだした課題に対する解決策を考察することを通して、消費者に関わる課題を主体的に解決しようとする態度を養う。

3 実践内容

(1) 事前アンケート

実践をする前に、「消費者に関わる課題を解決していきたいと思いますか」という問いに対し、「かなり思う」「まあ思う」「あまり思わない」「全く思わない」の4択で回答するアンケートを実施した。

(2) 第1時限目（消費者教育コーディネーターによる実践的授業）

愛知県県民生活課と連携し、消費者教育コーディネーターに「自立した消費者を目指して～あなたの行動が社会を変える！～」という題で講義をして頂いた。消費者庁作成の「社会への扉」という教材を用い、消費者に関する幅広い内容を分かりやすく教えて頂いた。



【実践的授業の様子①】



【実践的授業の様子②】

(3) 第2時限目① (ワーク1～4 (P5～7参照))

消費者白書を活用し、資料を解釈した後、思考して表現させる活動を4回、スモールステップで実施した。

ワーク1：指定された2つの資料を解釈し、ヒント文の空欄を埋める形で表現する

ワーク2：指定された3つの資料を解釈し、ヒント文の空欄を埋める形で表現する

ワーク3：指定された2つの資料を解釈し、ヒント文なしで表現する

ワーク4：3つの資料を選択して解釈し、ヒント文なしで表現する

なお、ワーク1～3は、解いた後に、それぞれ他者と解答を共有させ、その後、消費者白書の文言を紹介した。ここまでをトレーニングとし、ワーク4に取り組ませた。そして、この内容を「思考・判断・表現」として評価した。

(4) 第2時限目② (ワーク5 (P7参照))

社会との関わりを意識させるため、自らのワーク4に対して、「公的機関ができること」と「あなたができること」を記述させた。この内、「あなたができること」の記述を、「主体的に学習に取り組む態度」として評価した。記述する際、実現可能なことであることと、これまでの学習内容を生かすことを指導した。

(5) 事後アンケート

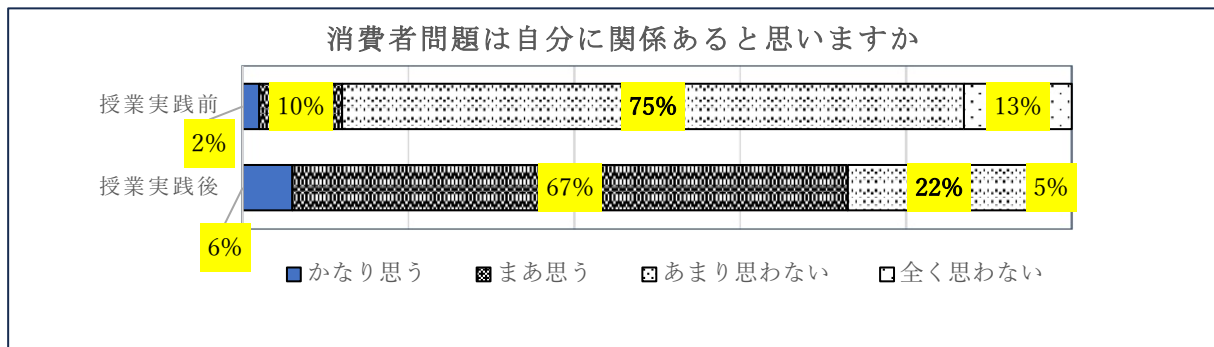
事前アンケートと同じものを実施した。さらに、「消費者に関する理解は深まりましたか」という問いに対し、「かなり深まった」「まあ深まった」「あまり深まらなかった」「全く深まらなかった」の4択で回答するアンケートも実施した。

4 結果・成果及び考察

(1) アンケート結果

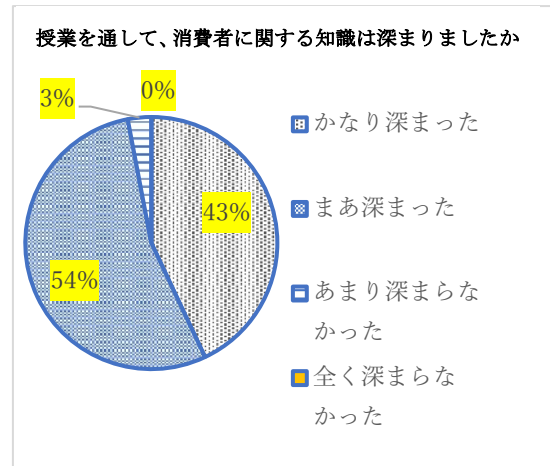
ア 消費者に関わる課題を解決していきたいと思いませんか

授業実践前と後を比較し、特に、「まあ思う」が増加し「あまり思わない」が減少した。消費者に関わる課題を見だし、その課題への対応を考えさせたことで、社会への関わりを意識させることができたと考える。



イ 消費者に関する理解は深まりましたか
 授業実践後に実施したところ、「かなり深まった」「まあ深まった」を合わせて90%を超えた。消費者教育コーディネーターによる講義で、幅広い知識をわかりやすく教えて頂けたことが、大きく寄与したと思われる。

なお、第1時限目に消費者に関する基本的な知識を習得できたことによって、その後、思考・判断をする学習活動を効果的に進めることができたと感じた。



(2) ワーク1～4 (P5～7参照)

消費者白書を活用し、資料を解釈した後、思考して表現させたワーク4を「思考・判断・表現」として評価した。

生徒Aは、「資料12、13、15から、高齢者は消費者トラブルやインターネット通販の危険性への認識が甘い。一方、インターネット通販で困った経験をした人は少なくない。」と表現し、生徒Bは、「資料10、11、14から、高齢者の被害の態様は様々で相談件数は少なくないが、消費者トラブルへの意識が低い。また、多くの高齢者が祭りなど地域行事に参加している。」と表現した。

多くの生徒が、選んだ資料を読み取り、思考・判断・表現することができていた。

(3) ワーク5 (P7参照)

自らのワーク4に対して、「公的機関ができること」と「あなたができること」を記述させた。この内、「あなたができること」の記述を、主体的に学習に取り組む態度として評価した。記述する際、実現可能なことであること、これまでの学習内容を生かすことと指導した。

上記の生徒Aは、「公的機関ができることとしては、高齢者をターゲットにした消費者トラブルに関するCMを出す。自分ができることとしては、消費者トラブルになっている企業を調べ、その商品を買わないようにする。」と表現した。消費者主権の学習内容を用いており、実現可能な内容だと評価できる。

上記の生徒Bは、「公的機関ができることとして、地域の祭りで消費者トラブルについて広報する。自分ができることとして、私も祭りに参加しているので、関わる高齢者に消費者トラブルのことを啓発したい。」と表現した。自らのワーク4への対応として、実現可能な内容だが、これまでの学習内容はあまり活用されていなかった。

多くの生徒は、実現可能なことはよく書けていたが、これまでの学習内容を活用することがあまりできていなかった。授業の改善が必要だと感じた。

5 今後の課題とまとめ

上記に指摘した通り、消費者教育コーディネーターの実践的授業は有意義であった。専門的な視点から説明される事柄は、成人になることを控えた生徒にとって、非常に興味深かったようだ。本実践では、第1時限目、第2時限目ともに生徒の取り組みは良好であった。初めに消費者教育コーディネーターの講義で基本的な知識を習得できたことと、社会との関わりをリアルに感じさせるために消費者白書を活用したことが要因だと思われる。

今後の課題として、「授業をより探究的な内容にしていくこと」を挙げたい。生徒の様々な力を高め、自立した消費者を育成することにもつながると思う。授業時間数との兼ね合い、主

体的に学習に向かわせる題材や工夫などのハードルが考えられるが、私自身が研鑽すること、外部との効果的な連携を進めることによって実現できるのではないかと考える。

今回、このような機会を頂いたおかげで、私自身、消費者教育についてよく考えることができた。権利や法律、概念の意味や内容を細かく教えることよりも、それらのことが生徒の生活や人生とどうつながるか、社会的な課題をどう解決していくべきかを考察させることの方が重要であることを改めて認識することができた。

【ワークシートの表】

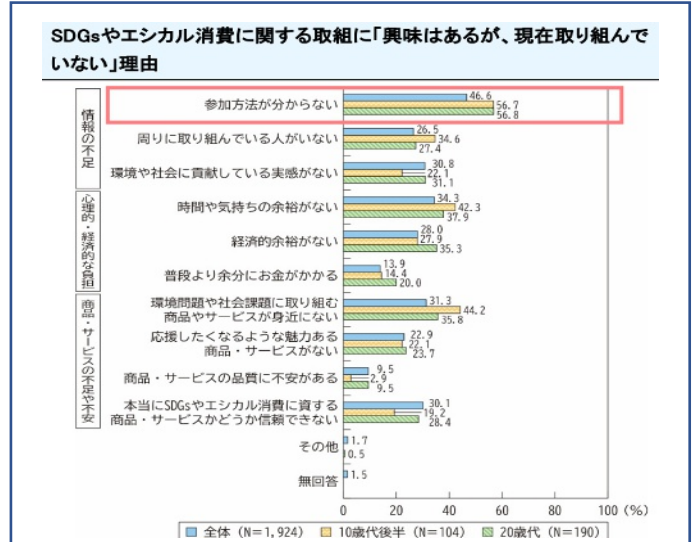
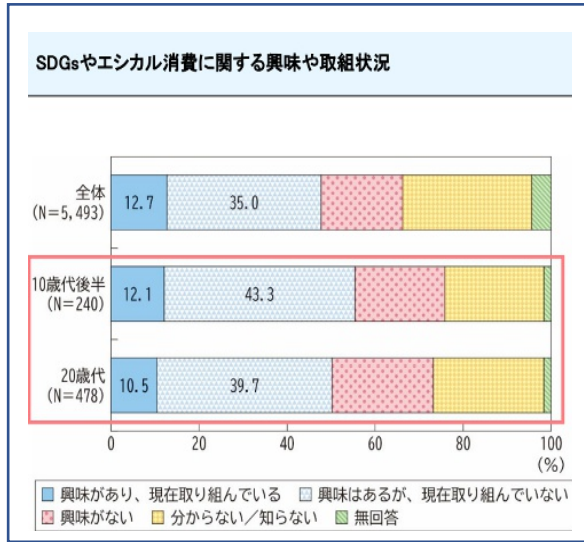
消費者白書のデータを読み解こう

出典 資料1、2：令和4年版消費者白書 資料3～15：令和5年版消費者白書

ワーク1 資料1、2から読み取れる情報を□に挙げ、「 」内に用語を入れよう。

資料1

資料2



□

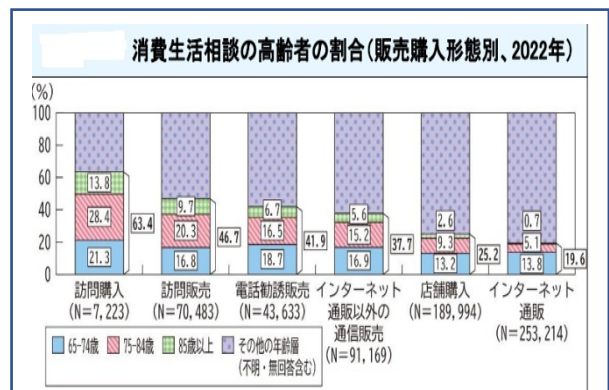
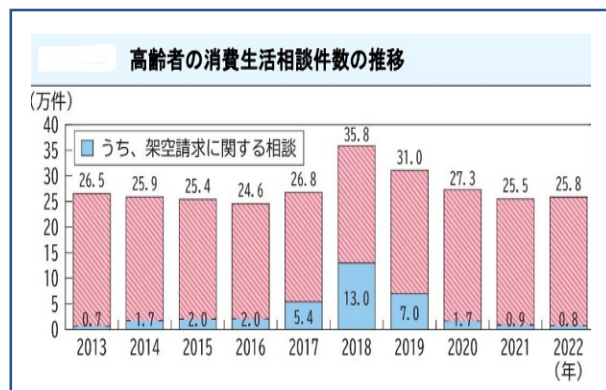
□

若者のSDGs等への取り組みを促進するには「 」が必要。

ワーク2 資料3、4、5から読み取れる情報を□に挙げ、「 」内に用語を入れよう。

資料3

資料4



□

□

資料 5

高齢者の消費生活相談の商品・サービス別上位件数(2022年)												
男性												
65-74歳			75-84歳			85歳以上						
順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数	
	総件数	63,581		総件数	42,793		総件数	13,102				
1	商品一般	7,462	1	商品一般	5,374	1	商品一般	1,300				
2	アダルト情報	2,504	2	役務その他サービス	1,841	2	他の健康食品	545				
3	役務その他サービス	2,194	3	携帯電話サービス	1,383	3	役務その他サービス	511				
4	携帯電話サービス	1,732	4	他の健康食品	1,151	4	屋根工事	465				
5	フリーローン・サラ金	1,715	5	光ファイバー	1,072	5	修理サービス	411				
6	光ファイバー	1,661	6	屋根工事	1,038	6	新聞	349				
7	電気	1,383	7	電気	1,036	7	電気	343				
8	他の健康食品	1,336	8	修理サービス	998	8	携帯電話サービス	337				
9	修理サービス	1,176	9	アダルト情報	883	9	光ファイバー	328				
10	賃貸アパート	1,058	10	フリーローン・サラ金	803	10	金融関連サービスその他	199				
女性												
65-74歳			75-84歳			85歳以上						
順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数	
	総件数	67,673		総件数	51,964		総件数	18,112				
1	商品一般	7,449	1	商品一般	5,863	1	商品一般	1,681				
2	他の健康食品	1,849	2	他の健康食品	1,925	2	他の健康食品	1,052				
3	乳液	1,659	3	携帯電話サービス	1,402	3	新聞	773				
4	携帯電話サービス	1,641	4	修理サービス	1,341	4	修理サービス	537				
5	化粧クリーム	1,353	5	役務その他サービス	1,055	5	健康食品(全般)	414				
6	修理サービス	1,292	6	電気	1,037	6	屋根工事	401				
7	役務その他サービス	1,260	7	新聞	1,005	7	電気	324				
8	ファウンデーション	1,189	8	屋根工事	971	8	役務その他サービス	322				
9	電気	1,033	9	乳液	712	9	魚介類(全般)	308				
10	フリーローン・サラ金	1,004	10	金融関連サービスその他	707	10	携帯電話サービス	290				

黄色：通信サービス関連 紫色：住宅修理関連 緑色：健康食品 ピンク色：化粧品

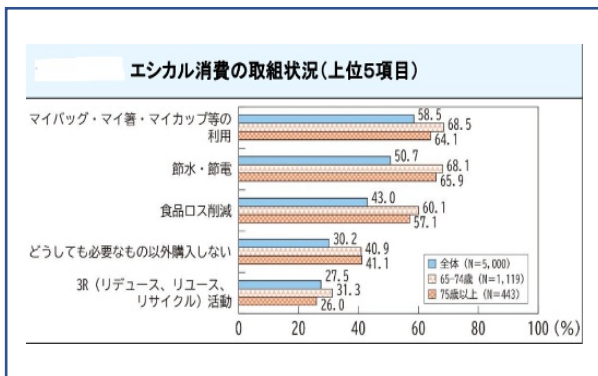
高齢者の消費生活相談の傾向には

「

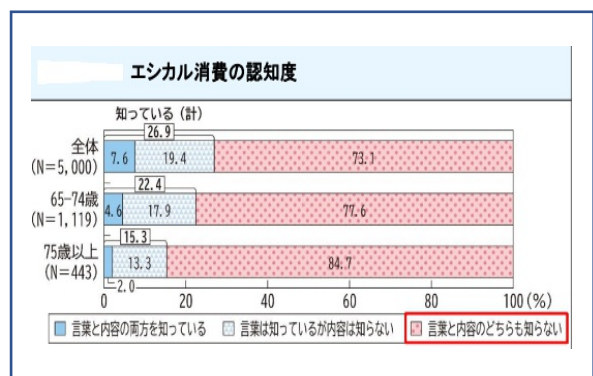
」がみられる。

ワーク 3 資料 6、7 から読み取れる情報を□に挙げ、消費者問題に関して何が言えるか考えよう。

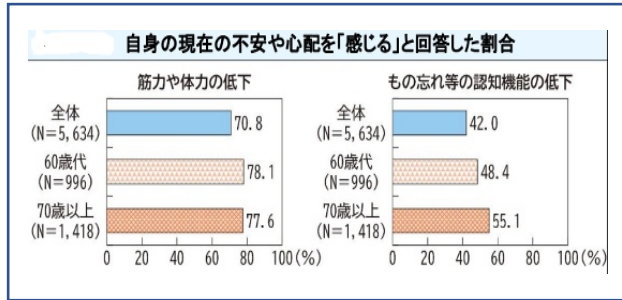
資料 6



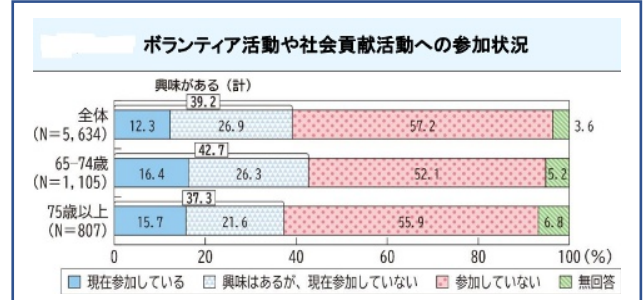
資料 7



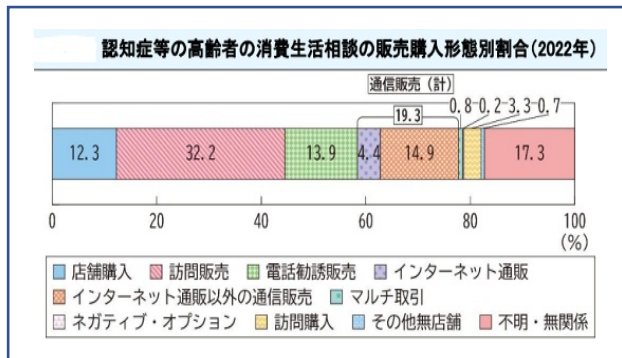
資料 8



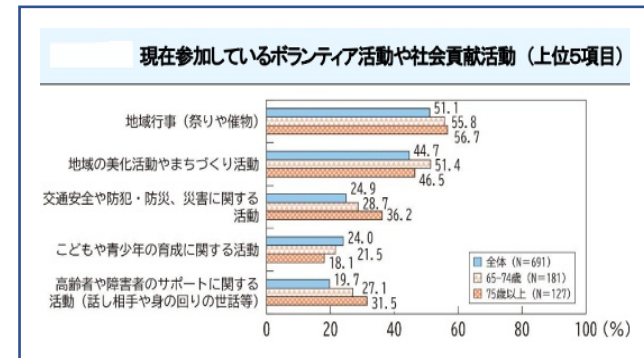
資料 9



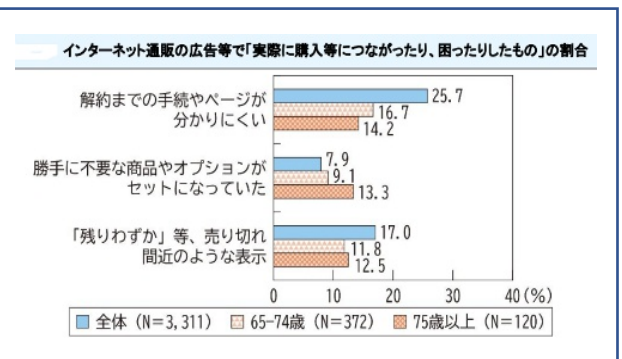
資料 10



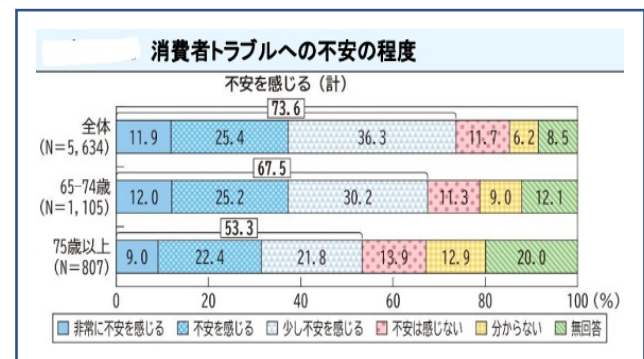
資料 11



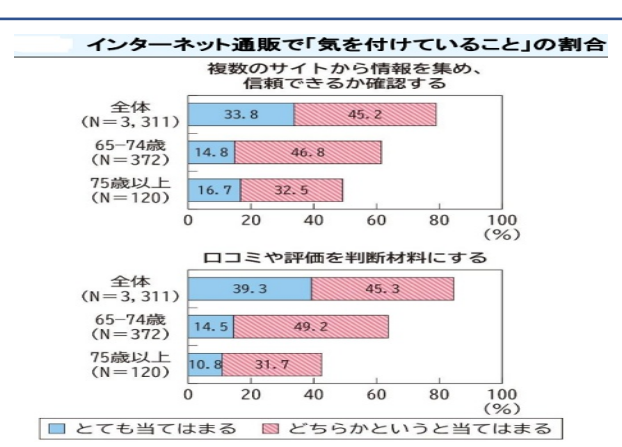
資料 12



資料 13



資料 14



資料 15

高齢者の性質と消費者トラブルとの関連

- ・健康に関する不安の高さ
- ・一人暮らしの高齢者の増加(孤独・孤立)
- ・認知症患者や判断力が低下した人の増加
- ・積極的な対応をしなくなる傾向(後述)
- ・消費者トラブルへの不安は低く、購入前の調査を十分に行わない傾向
- ・デジタルデバインドやデジタルリテラシーの課題