

G9-02
G9-04
F10-01

児童生徒の消費者としての判断力育成のための授業実践パッケージの開発

研究の概要

児童生徒の消費者としての判断力育成のための実践を普及させるために、小学校家庭及び総合的な学習の時間、中学校技術・家庭〔家庭分野〕及び社会の授業で活用できる学習指導案や必要な教材を具備した教材群「授業実践パッケージ」を12題材開発した。協力委員の実践やパッケージ評価を通して、開発した「授業実践パッケージ」は教員にとって活用しやすいものであること、パッケージ化した授業が消費者としての判断力育成を促すものであることが明らかになった。

キーワード

消費者、判断力、身近な消費生活と環境、家庭科教育、情報教育、授業実践パッケージ

目	次
I はじめに……………1	VI 授業実践パッケージの評価……………10
II 研究の目的……………2	1 授業実践を通じたパッケージの効果 に関する調査結果……………10
III 研究の方法……………2	2 協力委員によるパッケージ評価の結果……………11
1 基礎研究及び教員の意識調査……………2	VII 考察……………12
2 授業実践パッケージの作成……………2	1 消費者としての判断力育成のための 授業……………12
3 授業実践パッケージの評価……………2	2 パッケージの活用しやすさ……………13
IV 基礎研究及び教員の意識調査……………2	VIII おわりに……………13
1 先行研究の調査……………2	資料（実践事例）……………15
2 教員の意識調査……………5	
3 授業実践パッケージ開発の手がかり……………7	
V 授業実践パッケージの作成……………8	
1 構成……………8	
2 作成手順……………10	

岡山県総合教育センター

情報教育部長 山内 隆彦
指導主事 高橋 伸明
指導主事 長谷川陽子

児童生徒の消費者としての判断力育成のための 授業実践パッケージの開発

課題

- これまでの日本の消費者教育
充実が求められている一方で学校教育での
位置付けは定まっていない
- 平成20年3月告示学習指導要領
小学校家庭及び中学校技術・家庭〔家庭分
野〕に共通した内容「D 身近な消費生活
と環境」が設けられた
→ 実践を構築する必要性
- 消費者教育先進国に見る日本の課題
「情報を読み解く力」「判断力」の育成

課題解決に向けた試案

身近な消費生活や環境に関する情
報を比較・分析する活動を位置付
けた学習指導案やワークシート、
板書計画等の教材を具備した「授
業実践パッケージ」があれば、初
めて取り組む教員にも活用しやす
く、消費者としての判断力育成を
促す授業ができるのではないかと。

研究の目的

児童生徒の消費者としての判断力育成のための実践を普及させるために、学習指導案や必要な教材を具備した教材群「授業実践パッケージ」を開発する。開発した「授業実践パッケージ」が教員にとって活用しやすいものであるか、パッケージ化した授業が消費者としての判断力育成を促すものであるかを確認する。

基礎研究及び教員の意識調査

先行研究調査（消費者としての判断
力育成を促す実践の内容や教育課程
への位置付け）

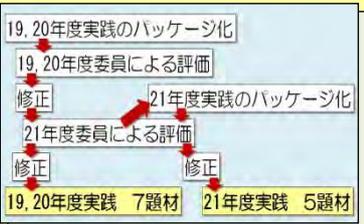
教員の意識調査（授業の現状や課題に
ついて）

先行研究調査（授業実践パッケージの
内容・構成、具備するものの要件等）

開発した授業実践パッケージ

- 小学校家庭
- 1 チャレンジ！エコ・クッキング
 - 2 ヘルシーメニューを考えよう
 - 3 エコ洗たくについて考えよう
 - 4 環境を考えた「家庭科室クリーン作戦」
 - 5 お菓子のパッケージを作ろう
 - 6 調理の材料のよりよい選び方を考えよう
- 小学校総合的な学習の時間
- 7 商品の選び方を考えよう
 - 8 ちらし広告の工夫と利用の仕方を考えよう
 - 9 アイデアを大切にしよう ～身の回りの知的財産権～
- 中学校技術・家庭〔家庭分野〕
- 10 食品の選び方を考えよう
 - 11 めざせ、買物の達人！
- 中学校社会
- 12 契約について考えよう

授業実践パッケージの開発



パッケージの作成

パッケージの評価

パッケージ化した授業実践

児童生徒は、概ね消費者としての判断力育成を促すことに結び付くものの見方・考え方を獲得した。

協力委員によるパッケージ評価

11名の協力委員による評価（7項目）で、概ね活用しやすいパッケージであることが明らかになった。

まとめ

児童生徒の消費者としての判断力育成のための実践を普及させるために、学習指導案や必要な教材を具備した教材群「授業実践パッケージ」を12題材開発した。開発した「授業実践パッケージ」は教員にとって活用しやすいものであること、パッケージ化した授業が消費者としての判断力育成を促すものであることが明らかになった。

児童生徒の消費者としての判断力育成のための授業実践パッケージの開発

I はじめに

内閣府国民生活審議会消費者政策部会（2007）は、消費者教育のねらいを「消費生活に関して自ら進んで必要な情報や知識を収集・修得し、自主的かつ合理的に行動できる消費者を育成すること」としている¹⁾。改正された消費者基本法（2004）には、消費生活に関する教育の必要性が記されている。西村（1999）は学校教育における消費者教育の位置付けが定まっていないことを問題として指摘しているが、社会からはその充実が求められていることがうかがえる。例えば、昨今消費生活を脅かす食品偽装や契約トラブル等が社会問題となっている情勢を考えると、児童生徒の消費者として必要な資質・能力を育成することが学校教育の責務であることは言うまでもない。

平成20年3月告示の小・中学校学習指導要領（以下「新学習指導要領」という。）において小学校家庭及び中学校技術・家庭〔家庭分野〕では、持続可能な社会を構築する視点から社会において主体的に生きる消費者をはぐくむことが重視され、「D 身近な消費生活と環境」の内容が新たに設定された。ここでは現代の消費生活が環境と深くかかわっていることから、消費生活と環境に関する学習が一つにまとめられ、日常生活で具体的に実践できる力を培うための指導内容が示されている。こうした実践は海外に多く見られるが、中でも広範な領域を持ち系統的なカリキュラムが充実している「北欧の消費者教育」が、特に参考になるものとする。北欧閣僚評議会（2003）の消費者教育の目標には、「消費者の選択が自らの生活や環境にどのように影響するかだけでなく、消費者としての決定を導く要因を批判的に生徒に判断させること」が掲げられている。日本においてもこれに倣い、児童生徒の消費者としての判断力育成を促すための指導を具現化していく必要がある。本研究でいう「消費者としての判断力」とは、「消費生活において必要な情報を収集・選択・分析し、それを基に消費者としてのよりよい行動に結び付けるための判断ができる能力や態度」のことを指す。

一方、大原（2003）は北欧の消費者教育の指導内容を分類・整理し、北欧で重視される「広告と影響力」に関する指導が、従前の日本の消費者教育では余り行われていないことを課題として示している。昨今は国内においても、メディアが子どもの生活に強い影響を与えていること等から情報を読み解く力の育成が重視されている。例えば新学習指導要領において小学校国語の「内容」の中に、「編集の仕方や記事の書き方に注意して新聞を読むこと」という言語活動が例示された内容が含まれたことは、情報の送り手の意図を読み解く力を育てる必要性を示したものととらえられる。高橋ら（2003）は、メディアが伝える情報を分析する活動を取り入れた学習が、制作者の意図と表現とを結び付け、見方・考え方を広げたり深めたりするために有効であるとしているが、こうした学習活動を消費者教育の授業に導入することは、上記の課題を克服し消費者としての判断力育成を促すためにも、また消費者教育のねらいに迫る授業を実施するためにも有効であるとする。

新しい実践を普及させるためには、多くの教員が教える内容や教え方を把握して授業をする必要がある。影山ら（2005, 2006）は、実践事例が少なく、実践情報や活用しやすい形にまとめられた教材が不足していた「メディアとのつきあい方学習」の普及を図るために、学習指導案や必要な教材等を具備した教材群「授業実践パッケージ」を開発し、初めて取り組む教員が授業を成立させるためにおおむね有効であったという成果を示している。方法は様々考えられるが、本研究にかかわる実践の普及を図る手段は、こうした先行研究に倣いたいと考えた。

以上のことを踏まえ、本研究では児童生徒の消費者としての判断力育成のための実践を普及させるために、学習指導案や必要な教材を具備した教材群「授業実践パッケージ」の開発に取り組む。

II 研究の目的

児童生徒の消費者としての判断力育成のための実践を普及させるために、学習指導案や必要な教材を具備した教材群「授業実践パッケージ」（以下「パッケージ」という。）を開発する。開発したパッケージが教員にとって活用しやすいものであるか、パッケージ化した授業が消費者としての判断力育成を促すものであるかを確かめる。

III 研究の方法

1 基礎研究及び教員の意識調査

- (1) 先行研究や文献の調査を行い、消費者としての判断力育成を促す実践の内容や教育課程への位置付けについて探る。
- (2) 小学校家庭及び中学校技術・家庭〔家庭分野〕担当教員への意識調査を実施し、消費者としての判断力育成を促す授業の現状や課題を探る。
- (3) 消費者教育の授業づくりやパッケージ開発にかかわる先行研究の調査を行い、パッケージに掲載する授業の内容・構成，具備するものの要件，デザイン等を探る。

2 授業実践パッケージの作成

- (1) 協力委員がⅢ 1 (1)～(3)を踏まえた授業を実施し，授業後に実践報告を提出する。
- (2) 実践報告を基に，パッケージに加工する。
- (3) 協力委員の評価を受けながら，パッケージを修正する。

3 授業実践パッケージの評価

- (1) パッケージ化した実践の中で児童生徒に消費者としての判断力育成を促すことができたかを，事前事後テストや児童生徒が記述したワークシートの内容から確かめる。
- (2) 7項目の観点に基づいて，協力委員が複数のパッケージを評価する。

IV 基礎研究及び教員の意識調査

1 先行研究の調査

消費者としての判断力育成のための実践の位置付けを示すために，既存の「消費者教育」の実践研究や指導内容について調査する必要があると考えた。ここでは，日本の消費者教育の位置付けや課題，及び先進的な取り組みがなされている北欧の消費者教育の内容を整理し，新しい学習指導要領の内容に照らし合わせて，消費者としての判断力育成のための実践の目標を示したい。

(1) 日本における消費者教育の位置付けや課題

(財)消費者教育支援センター（2006）は，幼児期から高齢期までの各ライフステージに応じた実践的な教育目標を検討し，消費者教育及び対象領域での目標等を設定した「消費者教育の体系シート－ライフステージに応じた領域別目標－」（以下「体系シート」という。）を作成している。ここでは自立した消費者を育成するという理念の下に「消費生活に関して，自ら進んで必要な知識を修得し，必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動できる消費者の育成」「消費生活に関して，環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮する消費者の育成」という二つの全体的な目標と，「安全」「契約・取引」「情報」「環境」という四つの領域及びその目標が設定されている。また福岡市教育センター（2007）はこの体系シートを踏まえて，小学生・中学生・高校生それぞれのライフステージに応じた家庭科における消費者教育の目標を設定している。

ただ，呉（2003）が学校の消費者教育はようやく端緒に就いたばかりと述べているように，現状では体系シートに記された目標を達成するための消費者教育が普及しているとは言い難い。また中島（2007）が日本の消費者教育のテキストについて「基本的に消費者保護の観点が強くて

いるため、読後の感想は消費とはこんなに危ない行為なのかといった感じだ。(中略)賢い消費者になるために何を学ぶかというよりも、困ったときどの法律が守ってくれるか知りたいという気分になる」と述べたり、国民生活白書(2008)に「我が国のこれまでの消費者教育は、(中略)批判的思考よりも知識に止まる指導が中心だった」と記されていたりするように、消費者に必要な判断力育成のための具体的な指導内容や指導方法が広く認識されている状況にもない²⁾³⁾。

本研究では、体系シートに示された日本の消費者教育の領域や目標を踏まえながら、児童生徒の「消費者としての判断力育成を促す」ことに、より重点を置いた実践を提案したいと考えた。

(2) 北欧の消費者教育

北欧の消費者教育の目標は、消費者としての決定を導く要因を見出し児童生徒に批判的に判断させることに置いている。その指導内容は「①家計、②消費者の権利と責任、③広告と影響力、④消費と環境、⑤食育、⑥製品の安全性と生活上の安全」の6領域に分けられていて、それぞれ6～10項目の指導内容が示されている。

大原(2003)の調査から、北欧の消費者教育で実施されている内容で、中学校学習指導要領(平成10年12月告示)においても取り扱われていると考えられる事項数を抜粋して示すと表1のようになる。特に北欧の消費者教育の領域「③広告と影響力」に関しては、中学校学習指導要領(平成10年12月告示)では該当する項目・事項が見当たらない。これは高等学校学習指導要領(平成11年3月告示)においても同様の傾向であり、「家庭」及び「情報」でごく一部の該当事項が見られる程度となっている。現代社会において我々の消費生活が広告等の影響を受けていることは自明であり、本研究で実施する実践でも、例えば北欧の消費者教育の「広告と影響力」を参考にした授業を提案する必要があると考えた。

(3) 新学習指導要領に見る消費者としての判断力育成のための実践の位置付け

(財)消費者教育支援センター(2009)は、「新学習指導要領における消費に関する主な記述」として「小学校家庭」「中学校技術・家庭〔家庭分野〕」「中学校社会」「高等学校家庭」「高等学校公民」の内容を掲載している。また上記の「広告と影響力」に関する内容は、「情報教育」の指導とかかわりが深い。以上のことから、ここでは新学習指導要領及び解説の中の、本研究とかかわりが深い小学校家庭、中学校技術・家庭〔家庭分野〕、中学校社会、情報教育に関する記述を基に、消費者としての判断力育成のための実践の位置付けについて記す。

ア 小学校家庭、中学校技術・家庭〔家庭分野〕

新学習指導要領では、持続可能な社会を構築する視点から、小・中学校ともに、社会において主体的に生きる消費者をはぐくむことが重視され、「D 身近な消費生活と環境」の内容が新たに設定された(表2)。ここでは、現代の

表1 北欧の消費者教育の領域・具体目標と日本の中学校学習指導要領(平成10年12月告示)に示される事項との対比
(「北欧の消費者教育(新評論)」から抜粋、編集)

北欧の消費者教育		北欧の消費者教育の具体目標に対応した 中学校学習指導要領の事項数				
領域	具体目標数	国語	社会	理科	保健体育	技術・家庭
①家計	10	0	1	0	0	1
②消費者の権利と責任	6	0	1	0	0	1
③広告と影響力	8	0	0	0	0	0
④消費と環境	8	0	0	0	1	2
⑤食育	10	0	0	0	0	9
⑥製品の安全性と生活上の安全	6	0	0	0	1	1

表2 小学校家庭、中学校技術・家庭〔家庭分野〕の内容構成

小学校家庭	中学校技術・家庭〔家庭分野〕
A 家庭生活と家族	A 家族・家庭と子どもの成長
B 日常の食事と調理の基礎	B 食生活と自立
C 快適な衣服と住まい	C 衣生活・住生活と自立
D 身近な消費生活と環境	D 身近な消費生活と環境

消費生活が環境と深くかかわっていることから、消費生活と環境に関する学習が一つにまとめられ、日常生活で具体的に実践できる力を培うためには、衣食住など他の内容との関連を明確に図って指導を行うことが明記されている。

表3 「D 身近な消費生活と環境」の各項目、事項の比較

小学校家庭	中学校技術・家庭〔家庭分野〕
D 身近な消費生活と環境 (1) 物や金銭の使い方と買物 ア 物や金銭の大切さ、計画的な使い方 イ 身近な物の選び方、買い方 (2) 環境に配慮した生活の工夫 ア 身近な環境とのかかわり、物の使い方の工夫	D 身近な消費生活と環境 (1) 家庭生活と消費 ア 消費者の基本的な権利と責任 イ 販売方法の特徴、物資・サービスの選択、購入及び活用 (2) 家庭生活と環境 ア 環境に配慮した消費生活の工夫と実践

小学校では物や金銭の使い方と買物などの学習を通して、物の選び方や買い方に関する基礎的、基本的な知識及び技能を身に付けるとともに、計画的な使い方を考え購入できる能力や実践的な態度を育てること、中学校では小学校の学習を踏まえ、家庭生活における消費の重要性に気付き、消費者の基本的な権利と責任について理解を深めるとともに、物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができるようにすることをねらいとしている(表3 D(1))。また、小学校では、物の活用などに関する学習を通して、自分の生活と身近な環境とのかかわりに関心を持ち、環境に配慮した生活を工夫するための基礎的、基本的な知識及び技能を身に付けるようにすること、中学校では、自分や家族の消費生活が身近な環境に与える影響について考え、環境に配慮した消費生活について工夫し、実践ができるようにすることをねらいとしている(表3 D(2))。

具体的に見てみると、小学校学習指導要領解説家庭編(平成20年8月)には、「自分の生活が身近な環境に与える影響に気付き、主体的に生活を工夫できる消費者としての素地を育てる」「購入しようとする物の品質や価格などの情報を集めることを通して、物の選び方や買い方を考え、目的に合った品質のよいものを選んで適切に購入できるようにする」「自分の生活が、身近な環境から影響を受けたり、逆に影響を与えていたりしていることに関心を持ち、自分と家庭生活を取り巻く身近な環境とのかかわりが実感できるようにする」などの記述がある。中学校学習指導要領解説技術・家庭編(平成20年9月)には、「自分や家族の生活の仕方や消費の在り方を改善することなど消費者としての自覚がもてるようにする」「生活に必要な物資・サービスの選択、購入に当たっては、本当に必要かどうかの判断が大切であることに気付くようにし、多くの情報の中から適切な情報を収集・整理し、物資・サービスの適切な選択ができるようにする」「購入したものを、その必要性や活用度、環境への負荷などの観点から見直すことが消費者として大切であることに気付くようにする」などの記述がある。

これらのことから、小・中学校ともに、内容Dと内容A、B、Cとの関連を図り、消費者として必要な知識を身に付けさせたり、身に付けた知識を生かして判断させたりする学習活動の実施が求められていることが分かる。本研究で提案したい消費者としての判断力育成のための実践を小・中学校家庭に位置付けることは、極めて重要であると考えられる。

イ 中学校社会

新学習指導要領中学校社会の〔公民的分野〕の内容「(2) 私たちと経済」に注目する。中学校学習指導要領解説社会編(平成20年9月)の「内容の取扱い」には、「身近な消費生活を中心に経済活動の意義を理解させる」「近年ではICTの発達により様々な支払い方法が用いられるようになってきていることにも気付かせることも必要である」「消費者の保護など、市場の働きにゆだねることが難しい諸問題に関して、国や地方公共団体が果たしている役割について考えさせる」等の記述があり、消費者として必要な知識を身に付けさせたり、身に付けた知識を生かして判断させたりする学習活動の実施が求められていることが分かる。本研究で提案したい消費者としての判断力育成のための実践を中学校社会に位置付けることは、重要であると考えられる。

ウ 情報教育

小・中学校学習指導要領解説総則編(平成20年8月、9月)や教育の情報化に関する手引(平

成21年3月、文部科学省)によると、すべての教科・領域において、「課題や目的に応じた情報手段の適切な活用」「必要な情報の主体的な収集・判断・表現・処理・創造」「受け手の状況などを踏まえた発信・伝達」の三つの要素からなる情報活用の実践力を児童生徒に育成することが求められている。また、小学校学習指導要領解説総合的な学習の時間編(平成20年8月)の「内容の取扱いについての配慮事項」には「情報が日常生活や社会に与える影響を考えさせることについては、(中略)情報手段の進化によって日常生活や消費行動がどう変化したか、社会がどのように豊かになったのかといったことを取り上げることが考えられる。(中略)児童自身が情報を収集・整理・発信する活動を通して、情報社会の一員として生活していることについての自覚を促し、発信情報に責任をもつなどの意識をもたせる必要もある」と示されている⁴⁾。これらのことが、情報教育において本研究で提案したい消費者としての判断力育成とかわりの深い内容であると考えられる。

(4) 消費者としての判断力育成のための実践の目標

Ⅳ 1 (1)～(3)を踏まえて、本研究で提案する児童生徒の消費者としての判断力育成のための実践の目標を表4のように設定した。目標設定に際し、体系シートの領域や福岡市教育センターの家庭科における消費者教育の目標を生かし、日本の消費者教育の課題を補うために北欧の消費者教育の内容の一部を倣い、本研究で扱う小学校家庭、中学校技術・家庭〔家庭分野〕、中学校社会、情報教育の指導内容を取り入れた。

表4 消費者としての判断力育成のための実践の目標

全体目標	消費生活の様々な場面で必要となる判断力育成のために、児童生徒に基礎的、基本的な知識や技術を習得させ、必要な情報を収集・選択したり環境に配慮したりしながら主体的かつ合理的に行動できる能力や実践的な態度を培う。
領域	領域別目標
安全	1 商品・サービスの安全性等に関する情報を確認し、生命・健康への影響に配慮して、商品・サービスを選択・利用できる。 2 消費者行政の役割や企業の責任等を理解し、商品による事故・トラブルに適切な対処ができる。 3 消費者問題に関心を持ち、安全な生活の実現に向けて取り組むことができる。
契約・取引	1 各自の必要性に応じて、適切に判断し、合理的な選択ができる。 2 家計を適切に管理し、主体的な生活設計や計画的なお金の使い方ができる。 3 契約の意味・内容や契約上の権利と責任について理解することができる。 4 トラブルにあったときに適切な対処ができるとともに、安心して契約・取引ができる社会を目指すことができる。
情報	1 多くの情報の中から適切な情報を収集・整理し、自分に必要な情報を選択・活用して消費生活の向上に役立てることができる。 2 広告に込められたメッセージを解釈、分析し、その目的を知った上で適切に活用できる。 3 知的財産権に配慮して、他人の創作物などを利用できる。
環境	1 商品・サービスを購入するときに、環境に関する情報を確認し、環境への影響に配慮した選択ができる。 2 身近な消費生活の視点から循環型社会を目指し、消費生活が環境に及ぼす影響を理解し、環境に配慮した行動を取ることができる。

2 教員の意識調査

(1) 平成19年度調査より

平成19年度岡山県総合教育センター所員研究「小学校家庭科における『環境』の視点を取り入れた学習指導の工夫」の中で、県内の小学校家庭科担当教員(回答者数: 343名)を対象に「小学校家庭科における学習指導に関する調査」を実施した。「あなたが家庭科で『環境教育』に視点を置いて指導を行う場合、問題点として考えられることは何ですか」と質問したところ、最も割合の高い回答は「授業時数が足りない」で55.7%、次いで「授業実践例などの情報が不足している」が48.4%であった(図1)。このことから、小学校家庭科では授業時数が不足しているからこそ、より効率的に指導するための教材等が必要だと感じている教員が多いものと考えた。また「家庭科で『環境教育』に視点を置いた指導を行う時に、あなたが補助教材として使用したものがあれば選んでください」と質問したところ、最も割合の高い回答は「パンフレット、リーフレット」の51.6%、次いで「書籍」が42%であった(図2)。このことから、小学校家庭科担当教

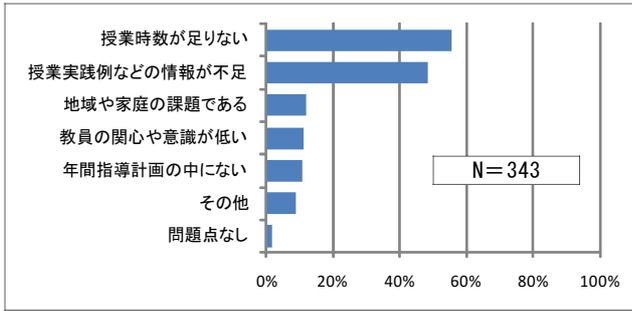


図1 「環境教育」に視点を置いた家庭科の指導で感じる問題点とその割合

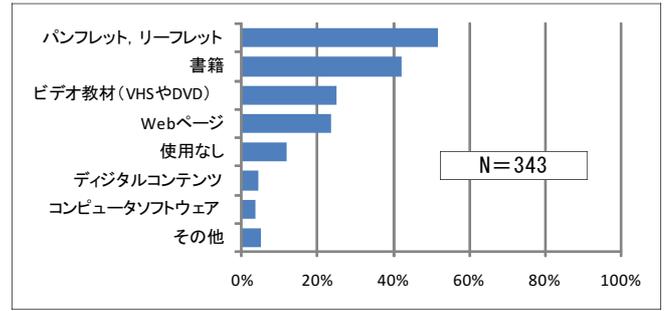


図2 「環境教育」に視点を置いた家庭科の指導で使用した補助教材とその割合

* 図1, 2は平成19年度岡山県総合教育センター所員研究における調査結果

員は、紙媒体の補助教材が使いやすいと感じる傾向が強いと考えた。

本研究では新学習指導要領家庭「D 身近な消費生活と環境」に対応した内容を取り扱うので、「環境教育」に焦点を当てた平成19年度調査の内容と必ずしも一致するものではないが、本研究で提案する実践の普及を目指す際には、以上のような教員の意識は踏まえる必要があると考えた。

(2) 消費者としての判断力育成を促す授業の現状と課題

本研究テーマにかかわる消費者としての判断力育成のための授業が現状ではどのように実施されているのかを知るために、平成21年10月から11月にかけて、岡山市、倉敷市、総社市の小学校家庭科担当教員及び中学校技術・家庭〔家庭分野〕担当教員を対象に、アンケート調査を実施した。小学校教員131名、中学校教員49名から回答が得られた。

現行の小学校家庭2社及び中学校技術・家庭〔家庭分野〕2社の教科書記述内容から、児童生徒に身に付けさせたい消費者として必要な知識や能力・態度を抽出し、児童向け10項目、生徒向

表5 身に付けさせたい消費者として必要な知識や能力・態度等に関する意識調査(小学校教員)

消費者として必要な知識や能力・資質等	教員の意識		
	A 授業で力を入れて指導した	B 授業で指導できていない	C 指導できていないが必要
①商品の選択と購入	100	17	11
②販売方法と支払い方法	63	46	14
③表示やマーク	115	3	2
④情報の選択・活用	45	65	43
⑤広告の役割と手法	21	92	27
⑥様々なメディアからの情報収集	32	75	31
⑦環境に配慮した暮らし方	104	14	8
⑧限りある資源の有効活用 (3R)	104	11	8
⑨グリーンコンシューマー	30	75	47
⑩省エネルギー	77	30	18

※N=131

表6 身に付けさせたい消費者として必要な知識や能力・態度等に関する意識調査(中学校教員)

消費者として必要な知識や能力・資質等	教員の意識		
	A 授業で力を入れて指導した	B 授業で指導できていない	C 指導できていないが必要
①商品の選択と購入	40	2	1
②販売方法と支払い方法	40	4	1
③表示やマーク	33	8	4
④消費者の権利と責任	38	2	2
⑤消費者を取り巻く問題	42	3	3
⑥トラブルの解決	37	9	8
⑦クーリングオフ制度	46	0	0
⑧消費者を支援する機関	34	8	6
⑨消費者を守るための法律や制度	29	8	4
⑩情報の選択・活用	19	22	11
⑪広告の役割と手法	8	33	9
⑫様々なメディアからの情報収集	9	32	10
⑬環境に配慮した暮らし方	34	10	9
⑭限りある資源の有効活用 (3R)	36	7	6
⑮グリーンコンシューマー	21	21	6
⑯省エネルギー	23	21	14

※N=49

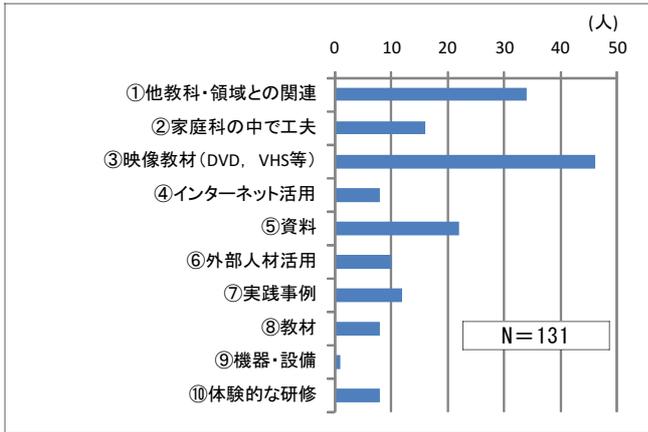


図3 小学校で「D 身近な消費生活と環境」を指導する際の問題点を解消する工夫

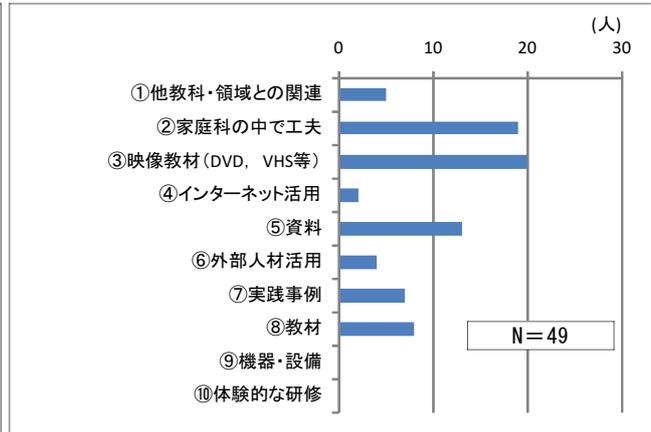


図4 中学校で「D 身近な消費生活と環境」を指導する際の問題点を解消する工夫

け16項目を提示した。そして、「A 授業で力を入れて指導した項目」「B 授業で指導できていない項目」「C 指導できていないが必要な項目」の3点について質問したところ、表5（小学校教員）、表6（中学校教員）のような結果になった。小・中学校で同様に見られる傾向として挙げられるのは、「広告の役割と手法」「様々なメディアからの情報収集」の2項目が指導できていないと回答した教員の割合が高いことである。これらは、北欧の消費者教育の「③広告と影響力」の領域に該当する学習内容であり、日本ではこれまで余り指導されて来なかったということに裏付けた結果である。本研究を通して提案する実践で「③広告と影響力」にかかわる学習内容を重視することは、意義があるものと考えられる。

また、「D 身近な消費生活と環境」を指導する際の問題点を解消する工夫について尋ねたところ、図3、図4のように回答を整理することができた。小・中学校で若干異なる傾向は見られるものの、映像や資料等の補助教材の活用や、他教科・領域との関連や教科内での工夫等の指導法の改善に取り組んでいることが共通にうかがえる。本研究で開発するパッケージを通して資料等の入手方法を示したり、指導法を参照するための学習指導案や補助教材を提供したりすることは、意義のあることと考える。

3 授業実践パッケージ開発の手がかり

(1) 消費者教育の授業構成モデル

パッケージ内の授業は、消費者としての判断力育成を促す設計を施す必要がある。ここでは、情報を比較・分析する学習活動を取り入れた授業設計に関する先行研究を整理したい。

高橋ら（2003）は、メディアが伝える情報を分析する活動を取り入れた学習が、制作者の意図と表現とを結び付け、見方・考え方を広げたり深めたりするために有効であるとしているが、こうした学習活動は、本研究における消費者としての判断力育成を促すための授業でも有効である。この研究を踏まえ高橋ら（2009）は、情報の分析活動を取り入れた消費者教育の実践を普及させるために、メディアが伝える情報の分析活動を取り入れた消費者教育の授業構成モデルを開発した。このモデル（図5）を用いた授業を実施したところ、情報を分析的に読み取り消費者教育のねらいに迫る授業を実施するために有効であることが示された。

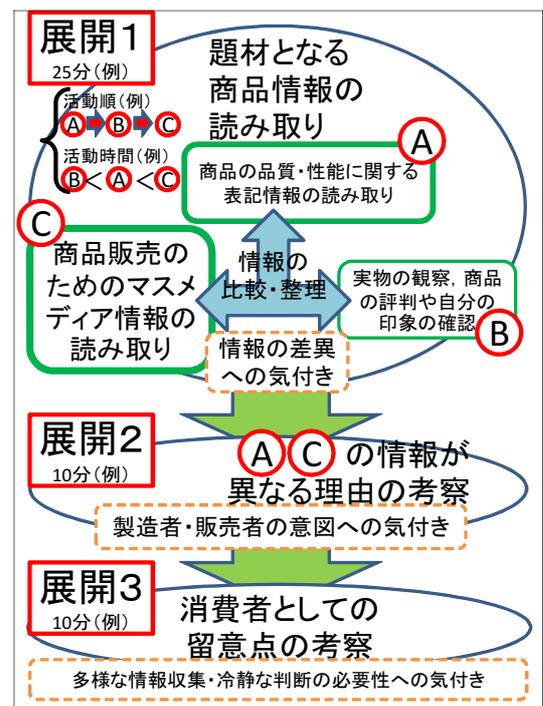


図5 消費者教育の授業構成モデル (高橋ら, 2009)

児童生徒の消費者としての判断力育成を促すために、本研究で提案する実践の中で特に商品を選択する際の判断にかかわる授業は、この授業構成モデルを生かして設計したい。またその他の授業でも、身近な消費生活や環境に関する情報を比較・分析する活動を取り入れて設計したい。

(2) 授業実践パッケージに関する先行研究の調査

影山ら（2005）による「メディアとのつきあい方学習」の初心者向け授業実践パッケージの開発研究からは、パッケージに具備されるべき要件として次の3点が整理できる。

- ・授業展開例，ワークシート，提示用の写真等の教材がある。
- ・クリアファイル見開き1ページにすべての資料をそろえる。
- ・学習指導案については，授業者が授業イメージを持ちやすくするとともに，どこに重点を置いて指導するか示すため，学習活動をブロックに分け，時間配分を明記する。

また，渡辺ら（2002）は，情報教育用学習パッケージの開発に携わった教員へのアンケート結果を分析し，次のような工夫が学習パッケージの利用を容易にすると述べている。

- ・学習指導案は，活動に際して本時の目標や実践上のポイント，児童の活動例などを具体的に記述する。
- ・ワークシートは，児童が自分で学習を進めることができるように，具体的な指示で文章表現し情報量が多過ぎないようにする。
- ・教員が，授業をイメージでき，学習全体をナビゲートできるようにするために，ワークシートへの児童の予想される記述内容を記載する。

領域は異なるが，本研究で開発するパッケージにもこれらの知見を反映させたいと考えた。

V 授業実践パッケージの作成

1 構成

基礎研究及び教員の意識調査で分かったことを踏まえて，パッケージは次のような構成で作成することとした。

(1) 全体の体裁

全題材を一冊のクリアファイルにまとめる。利用しやすいように，見開きページの左側に学習指導案を，右側にワークシート等を配置し，1題材につき2ページずつを割り当てて収納する（図6上）。

(2) パッケージの内容

すべての教員が，授業展開の構想，教材の選定，ワークシート作成までを自力で行うことは難しい。そこで，学習指導案，ワークシート，ワークシートに指導上の留意点を朱書きした教師用手引，板書計画図，掲示用資料等を，題材ごとに必要に応じて用意する。教員の経験値によっては，すべてを利用せず閲覧するだけで授業イメージが持てる場合もある。また指導経験が浅い教員は，これらを利用すればより効果的に授業のねらいを達成することが期待できる。

(3) 学習指導案の表記内容

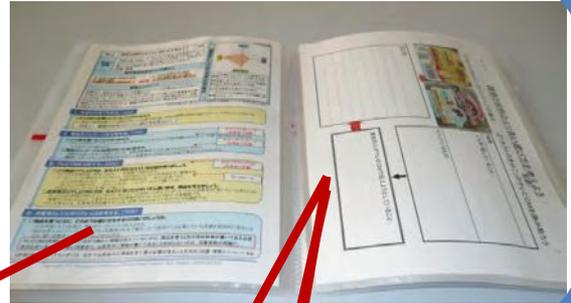
パッケージの教材等をそのまま活用した際に消費者としての判断力育成を促す授業を実施しやすくするために，また必要な部分だけ活用する際にも題材内や新学習指導要領への位置付けをつかみやすくするために，パッケージ内の学習指導案に次のような内容を表記する。

- ・授業が表4で示した「消費者としての判断力育成のための実践の目標」四つの領域のどの部分をどの程度含んでいるかを「消費者としての判断力育成のための視点」として図等で示し，授業のねらいとともにバランスを意識して指導できるようにする（図6学習指導案右上）。
- ・小学校家庭と中学校技術・家庭〔家庭分野〕の授業では，「D 身近な消費生活と環境」と他の内容とをどう関連させて実施するか，また中学校社会や総合的な学習の時間の授業では，情報教育の目標のどの部分と関連させて実施するか，などが一目で分かるように，「新学習

●12題材を授業実践パッケージに加工

一つの授業実践パッケージを
クリアファイル見開きページ
へ収納

- ・ 左側に学習指導案
- ・ 右側にワークシート等



No.6	調理の材料のよりよい選び方を考えよう	45分
本時の目標	きのこ(エリンギ、マイタケなどの商品)の品質表示とテレビCMを分析・比較して、広告が伝える情報は事実の一部しか伝えていないことや、商品を購入するときには、品質表示に書かれている情報も見えて選ぶ必要があることを知る。 [知識・理解]	消費者としての判断力育成のための視点
新学習指導要領での位置付け		
B 日常の食事と調理の基礎 (3) 調理の基礎 ア 調理への関心と調理計画		D 身近な消費生活と環境 (1) 物や金銭の使い方と買物 イ 身近な物の選び方、買い方
実践上のポイント		
本題材は、調理の材料について児童が目的に合った品質のよいものを選択できるようにするために位置付けた学習である。 テレビCMには、キャラクターやキャラクター等により買手の購買意欲を高める売り手の意図が込められていることを分析によって読み取らせたり、品質表示にも注目させたりして、複数の情報を確認して商品を選ぶことが大切であることを気付かせたい。		
※ホト(株)より、本パッケージで使用する商標等については詳細を得ています。		
I. 学習のめあてを知る。(5分)		
○ どんなものを買に行ったことがありますか。 ・食品や雑貨を購入する場面が多いことを確かめた後、本時は調理の材料の選び方について考えることを告げる。 (めあて) 調理の材料のよりよい選び方を考えよう		
II. 商品のパッケージを分析する。(10分)		
○ この曲を聴いたことがありますか。 ・テレビCMやスーパーマーケット等で使用されているホト(株)「きのこの唄」を聴かせることで、学習で使う商品は身近なものであることを確かめる。		
○ 商品のパッケージには何かかいてありますか。 ・実物を手元の手に用意しなくても、実物投影機等で大きく提示するだけでもよい。 観察して見つけたことを発表させる中で、「品質表示」があることは必ず着目させるようにする。		
III. テレビCMを分析する。(20分)		
○ この商品のテレビCMは、見る人に何を伝えているか読み取りましょう。 ・テレビCMを繰り返し再生しながら、一斉視聴で分析させる。 ・ワークシートへの書き込みができた後、CMが伝えていることを発表させ、整理する。 ・どんな料理にも合う ・おいしい料理の例がある ・きのこを食べよう ◎伝えようとしていること「買って欲しい」		
○ 品質表示とテレビCMでは、伝えていることがずいぶん違います。理由を考えましょう。 ・テレビCMは時間が限られているので、伝えたいことを絞って伝えていること、だから消費者が「買いたい」と思うような情報を中心に伝えるものであることを確認する。 ・食品に品質表示を記載することは、法律で決められていることであることを確認する。		
IV. 消費者として心がけたいことを考える。(10分)		
○ 商品を買うときに、どのような選び方をするのが良いでしょうか。 ・今日学習したことを基に、考えをワークシートへ記入させる。 ・商品を買った際にテレビCMだけでなく品質表示も見えて選ぶ、という意味のことを書いている児童を意図的に指名しながら、賢い消費者として心がけたいことを発表させる。		
テレビCMは時間が限られており、細かい情報は伝えられません。だから商品を買うときは、原材料等が書いてある品質表示も見えて選ぶのが、賢い消費者です。品質表示に情報が書いてあることを知らないのは、消費者側の問題です。 【評価】商品を購入するときには、広告や品質表示の情報を見て選ぶ必要があることを知る。[知識・理解](ワークシート参照)		
Copyright (C) Okayama Prefectural Education Center All Rights Reserved		

↑ 学習指導案

※授業実践パッケージのイメージを示すために、ここでは「No.6 調理の材料のよりよい選び方を考えよう」(小学校家庭)の教材等を活用

* 商標等の使用についてはホト(株)許諾済み

調理の材料のよりよい選び方を考えよう
名前()

①「ホトのきのこの」パッケージの表示 ②「ホトのきのこの」テレビCMを読み取る

時間: 15分
人の声に話していること:
クワッという声:
↓
会社の人がテレビCMで伝えようとしていること:

↑ ワークシート

調理の材料のよりよい選び方を考えよう
名前()

①「ホトのきのこの」パッケージの表示 ②「ホトのきのこの」テレビCMを読み取る

時間: 15分
人の声に話していること:
「きのこの唄」が流れている(見とれやれやれ)。
クワッという声:
↓
会社の人がテレビCMで伝えようとしていること:
「おいしい料理が作れる。買いたい!」
「おい!おい!料理がおいしい!」
「おいしい料理が作れる。買いたい!」
「おい!おい!料理がおいしい!」

↑ 教師用手引

調理の材料のよりよい選び方を考えよう

商品
産地 内容量
会社名 キャラクター
商品名
賞状
賞状
賞状

品質表示
CM
おぼえやすい目
きのこの「おいしい」
きのこの「おいしい」
「おいしい料理が作れる。買いたい!」
「おい!おい!料理がおいしい!」

CMで伝えられないこと
→ 安心・安全のための情報

ワークシートでは伝えられないこと
→ 「おいしい!おいしい!おいしい!」

賢い消費者として
テレビCMは時間が限られており、細かい情報は伝えられません。だから商品を買うときは、原材料等が書いてある品質表示も見えて選ぶのが、賢い消費者です。品質表示に情報が書いてあることを知らないのは、消費者側の問題です。

↑ 板書計画図

図6 授業実践パッケージのイメージ(一部)

指導要領での位置付け」または「情報教育での位置付け」という欄を設ける（図6 学習指導案 左上）。

- ・授業内の一連の学習活動をいくつかのブロックに分けたり展開を図式化したりして、授業イメージを持ちやすくする。各活動の時間を目安として示すことで、どこに重点を置けばよいかを見通せるようにする。授業のねらいを達成しやすくするために、具体的な発問の仕方やワークシート配付のタイミングを示す（図6 学習指導案中下段）。

(4) パッケージ化する題材の決定

平成20年度、21年度ともに、それぞれの第1回研究協力委員会において「消費者としての判断力育成のための実践の目標」「新学習指導要領改訂の趣旨」「情報教育の目標」などを示しながら議論し、各委員の担当する授業の中でどのような実践ができるかをそれぞれ検討してもらった。各委員の実践が教科・領域の特定の内容に偏らないように助言し、位置付けを確かめながら題材を決める。

2 作成手順

V 1 (1)～(4)を踏まえて協力委員が実践を行い、全体で12の題材をパッケージ化することとした。題材の内訳は、小学校家庭6、小学校総合的な学習の時間3、中学校技術・家庭〔家庭分野〕2、中学校社会1である（表7）。

パッケージの作成手順を図7に示す。平成19年度岡山県総合教育センター所員研究「小学校家庭科における『環境』の視点を取り入れた学習指導の工夫」の協力委員から20年度も継続して協力が得られることになったので、その実践も20年度に合わせてパッケージ化する。また21年度の協力委員には前年度までに作成するパッケージの評価も依頼し、その評価内容を21年度実践のパッケージ化にも反映させることとした。

表7 パッケージ化した12題材

小学校家庭
1 チャレンジ!エコ・クッキング*
2 ヘルシーメニューを考えよう
3 エコ洗たくについて考えよう
4 環境を考えた「家庭科室クリーン作戦」
5 お菓子のパッケージを作ろう
6 調理の材料のよりよい選び方を考えよう
小学校総合的な学習の時間
7 商品の選び方を考えよう
8 ちらし広告の工夫と利用の仕方を考えよう
9 アイデアを大切にしよう ～身の回りの知的財産権～
中学校技術・家庭〔家庭分野〕
10 食品の選び方を考えよう
11 めざせ、買物の達人!
中学校社会
12 契約について考えよう

*「エコ・クッキング」は東京ガス(株)の登録商標です。

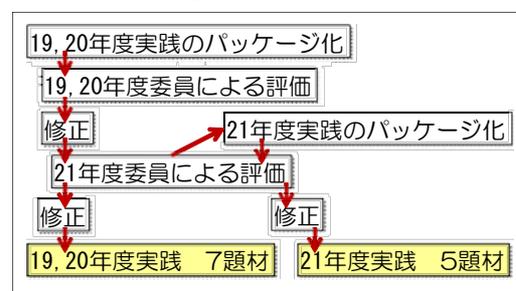


図7 パッケージの作成手順

VI 授業実践パッケージの評価

1 授業実践を通じたパッケージの効果に関する調査結果

ここでは図5に示す「授業構成モデル」を生かした実践（1事例）を中心に取り上げる。授業を通して消費者としての判断力育成を促すことができたかを確かめるために、事前事後テストや児童が記述したワークシートの内容を記す。その他代表的な実践8事例の詳細については本稿15ページ以降の資料編に掲載する。

(1) 「授業構成モデル」を生かした実践（本時案は図6の学習指導案）*

ア 授業名 「調理の材料のよりよい選び方を考えよう」（小学校家庭、1単位時間）

イ 対象 岡山市立A小学校 平成20年度第5学年 89名

ウ 本時の目標

*ホクト(株)より、本実践で使用使用する商標等については許諾を得ています。

- ・きのこ（エリンギ、マイタケなどの商品）の品質表示とテレビCMを分析・比較して、広告が伝える情報は事実の一部しか伝えていないことや、商品を購入するときには、品質表示に書いてある情報も見えて選ぶ必要があることを知る。[知識・理解]

エ 授業の様子

- ・CMソングを聴いたり品質表示を読み取ったりしながら、きのこに関する様々な情報があることを確かめた。その後、CMを繰り返し視聴しながらメモを取り、伝えていることを読み取った（図5の展開1）。
- ・品質表示とCMが伝える情報に違いがある理由を考え、CMは時間が限られているので伝えたいことを絞って伝えていること、消費者が「買いたい」と思うような情報を中心に伝えるものだという事に気付いた。食品に使われている原材料をすべて表示することは法律で決められているということは、教師が伝えた（図5の展開2）。
- ・商品購入の際によりよい選び方として気を付けることを考え、ワークシートへ記入したり、発表したりした。CMだけでなく原材料等が書いてある品質表示を見て選ぶのが賢い消費者であり、品質表示に書いてあることを知らないのは消費者側の問題であることを教師がまとめた（図5の展開3）。

オ ワークシートの記述内容

表8は、児童がワークシートへ記述したCMから得た情報を項目別に整理したものである。音声情報・映像情報から、ほとんどの児童が商品販売のための情報を複数読み取っていることが分かった。

また「賢い消費者になるために商品を買う際にすること」を考え、自由記述した活動で、児童は表9のような内容をワークシートへ記入していた。ほとんどの児童が、CMで得た情報や品質表示・パッケージに書いてある情報を確かめる、という意味の記述をしていることが分かった。

カ 事前・事後テスト

授業を通して消費者としての判断力育成を促すことができたかを確かめるための事前・事後テストは、次のような出題で実施した（自由記述，1問）。

- ・あなたが自分で食べ物（お菓子など）を買うときに、気を付けた方がよいと思うことは何ですか？ 思いっただけ書いてみましょう。

児童が記述した内容を整理・分類すると図8のようになった。事前テストに比べて事後テストの方が、商品の品質表示の内容に着目している回答が多かった。また事前テストでは買物時の態度等も含め内容が広範囲にわたったが、事後テストでは商品そのものに注意を向ける回答に絞られた。

(2) その他の実践における児童生徒の様子

図6以外の授業実践について、授業を通して消費者としての判断力育成を促すことができたと思われる様子を表10のように整理した。表4に示した四つの領域のどこに重点を置くかは実践によって異なるが、どの領域から取り組んでも消費者としての判断力育成のための授業として実施できることがうかがえる。

2 協力委員によるパッケージ評価の結果

図7に示したように、協力委員によるパッケージ全

表8 児童がCMから得た情報 N=89

音声		映像(文字を含む)	
項目	人数	項目	人数
テーマソング	75	キャラクター	88
会社名	57	料理例	69
組み合わせ	36	Web検索	32
人の声	27	商品の写真	27
いい感じ	24	会社名	12
盛り合わせ	21	レシピ	11
いただきます	12		

表9 商品を買う際にすることとして記述した内容とその人数 N=89

内容	人数
CMで有名なものを買う(安心)	76
パッケージで安全性を確かめる	45
品質表示で賞味期限を見る	18
現物をよく見る	15
品質表示で産地を見る	13
CMの料理例を参考にする	12
品質表示で内容量を見る	3
CMで新発売を知る	2

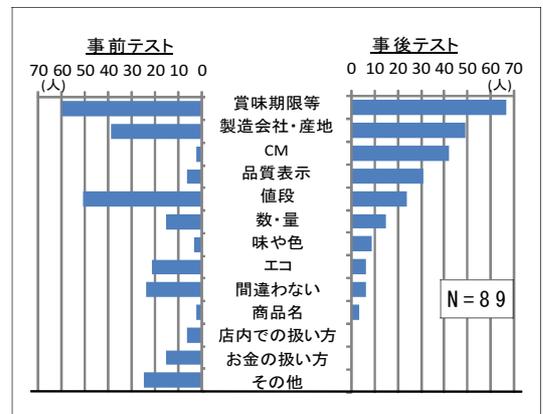


図8 食べ物を買うときに気を付けることを問う事前・事後テストの記述内容

体の評価を行った。波多野ら（2001）が行ったWeb教材の評価に関する研究に倣い、評価項目は「1）全体，2）学習効果，3）教員にとっての効果，4）内容，5）印象，6）教材構成，7）学習支援」の七つとした。評価シートには、この7項目それぞれについて「観点」を記し、「5 そう思う」から「1 そう思わない」までの「5段階評価」と各項目に関する「具体的な意見」の記入欄とを設けた。11名の協力委員に対して評価シートと全パッケージを送付し、記入した評価シートを返送してもらった。

5段階評価の平均値は表11のとおりであった。すべての項目でおおむね高い評価を得たが、家庭科の教科書に準じた指導計画との整合性や学習指導案の文字数の多さなどの課題を指摘した協力委員からは「1）全体，5）印象」の項目でやや低い評価があった。「具体的な意見」欄には多くの協力委員からの記入があったので、パッケージを修正する際の参考にした。

表10 児童生徒の消費者としての判断力育成を促すことができたと思われる様子（一部）

パッケージ化した題材	重点領域	児童生徒の様子
1. チャレンジ！エコ・クッキング（小・家）	環境 情報	エコ・クッキングができるかどうか判断する基準としてエコ・チェック表を作成した。洗剤の使いすぎを防ぐために「メモ欄付き洗剤」等のエコ・クッキンググッズを自分たちのアイディアで制作した。
2. ヘルシーメニューを考えよう（小・家）	契約・取引 情報	ヘルシーメニューを作り家族と食事をする課外の活動では、家にある材料を活用するか店で購入するかなどを自分で判断した。材料を選ぶときは、賞味期限切れ間近で安くなっている商品を表示を見て選ぶ児童もいた。
3. エコ洗たくについて考えよう（小・家）	環境 安全	新たな気付きが得られ「こんなに簡単にエコ洗たくができるのなら、今日からやろう。家の人にも伝えよう。」「少しの工夫が環境に配慮した生活につながるということが分かった。」などの感想が得られた。
4. 環境を考えた「家庭科室クリーン作戦」（小・家）	環境 安全	課外の「わが家のクリーン作戦」の実践でも、市販の住宅用洗剤を余り使わずに取り組む姿が多く見られ、環境に配慮した判断ができていくことがうかがえた。
5. お菓子のパッケージを作ろう（小・家）	情報 契約・取引	「パッケージを作ったことが今後の買物にどのように生きていくか」という問いに「品質表示を見ること」「買いたくなる工夫をしているところが分かること」などと答えた。
9. アイデアを大切にしよう～身の回りの知的財産権～（小・総）	情報 契約・取引	事前テストで消費者側の視点だけで判断していた児童が、商標を判断基準に入れ「消費者が偽物を買うと、メーカーを困らせることがある。」と記述するなど、作り手側の立場からも考えるようになった。
10. 食品の選び方を考えよう（中・家）	契約・取引 安全	実生活の具体的な場面を設定し、市販の加工食品と手づくりのものの選択をさせたところ、一人一人がそれぞれの長所・短所を理解した上で、使い分けをしようとする姿が見られた。
11. めざせ、買物の達人！（中・家）	契約・取引 情報	通学靴の学習によって、例えば他の商品でも「その値打ちがあるか、なぜ欲しいか、本当に必要かなど考える」「本当に値打ちがあるかどうかを決めるのは自分自身」などの見方・考え方ができるようになった。

* 題材の欄の番号はパッケージ番号

Ⅶ 考察

1 消費者としての判断力育成のための授業

(1) 「授業構成モデル」を生かした実践から

CMを繰り返し視聴する中で、児童は音声情報・映像情報を分析的に読み取り、CMが伝えていることをワークシートへ書き出していた。このことによりそれまで何げなく視聴していたCMの内容を整理して受け止め、CM制作者の意図を具体的にとらえることができたと考えられる。また、この場面で情報を分析的に読み取ることができていたために、品質表示とCMが伝える情報に違いがある理由を考える活動で、児童は各情報の特性を踏まえて発表することができたと考えられる。

「賢い消費者になるために商品を買う際のよりよい選び方」として、ほとんどの児童が品質表示やパッケージの情報を確かめるという内容を記述していた。これは、図5の展開1で行った各情報の読み取りによって児童がその特性をとらえ、判断に必要な情報を認識したためだと考える。特に、CMを分析・整理したことによって、品質表示が伝える情報とCMが伝える情報の特性を

表11 協力委員によるパッケージの項目別5段階評価の平均点

評価項目	観点	平均点
1) 全体	多くの教員が「使いやすい教材だ」と感じると感じますか。	3.8
2) 学習効果	児童生徒にとって学習効果上がる教材だと思いませんか。	4.2
3) 教員にとっての効果	教員の指導を支えるために効果的な教材だと思いませんか。	4.2
4) 内容	児童生徒に消費者としての判断力を育てることにつながる内容だと思いませんか。	4.0
5) 印象	色使い、文字の大きさや形、レイアウト等が、見やすいものだと思いませんか。	3.9
6) 教材構成	学習指導案、ワークシート、指導の手引、板書計画、掲示物等の教材構成はよいと思いませんか。	4.0
7) 学習支援	学習指導案に示した様々な工夫や指導上の留意点は、教員にとって役に立つものだと思いませんか。	4.2

※5段階評価 5 そう思う 4 ややそう思う 3 どちらでもない 2 余りそう思わない 1 そう思わない

理解し、実際に商品を購入する際の判断に生かすことができる知識を獲得したものと考えられる。

また、商品を選ぶ時の留意点を問う事後テストには、事前テストに比べて商品の特徴や品質に関する内容が多く記入されていた。これは、児童が授業によって各情報の価値を知り、様々な情報を得て比較・判断する必要があることに気付いたためと考えられる。

以上のことから、児童は商品を購入する際のよりよい選び方を新たに知ったり、販売者の意図と情報の持つ意味について新たに気付いたりしたことがうかがえる。これは消費者としての判断力育成を促すことに結び付く授業が実施できたためと考えられる。

(2) その他の実践における児童生徒の様子より

表10から、パッケージ化された実践には児童生徒の消費者としての判断力育成を促す場面があることがうかがえる。例えば、小学校総合的な学習の時間「アイデアを大切にしよう ～身の回りの知的財産権～」では、消費者としての立場と製造者・販売者としての立場の両方から資料を分析的に読み取らせたり、身近な事例を挙げながら商標権、特許権、著作権について考えさせたりする工夫をしている。中学校技術・家庭〔家庭分野〕「めざせ、買物の達人！」では、生徒の通学靴に対する既存の価値判断基準に新たな価値判断基準を加えた上で、根拠を明らかにしながら選び方を考えさせている。このように、身近な消費生活や環境に関する複数の情報を比較させたり分析的に考察させたりする学習活動を取り入れたことが、消費者としての判断力育成を促すことに結び付いているものと考えられる。

2 パッケージの活用しやすさ

評価シートの「具体的な意見」の記入欄には、「学習活動ごとの時間配分が学習指導案に明記されているのがよい」「板書計画や発問が例示されているので、教材研究の負担軽減が図られる」「教師の意図で教材を他のものに置き換えても実践できるので汎用性も高い」「消費者として必要な資質・能力を育てるために、教科書の内容を補完する教材として意味がある」等、パッケージ作成の意図を反映した評価が数多く記入されており、表11にあるようなおおむね高い評価が得られた理由をうかがい知ることができる。反面、「消費者教育の授業イメージを持っていない教員は、どのような使い方をしたらよいか分からないのではないか」「教科書会社が設定した指導計画に沿って授業をする教員にとって、その中にこの題材を取り入れることは難しいのではないか」という意見も若干見られた。しかし、こうした「利用しにくい」という評価も受けたことによって、今後は利用者の立場に立ち、パッケージの開発意図や利用の仕方^{ちゅうちよ}を分かりやすく説明した資料を作成したり広報の仕方を工夫したりしながら、すべての教員が躊躇なく利用できるように働きかけていく必要性も課題として見えてきた。さらに、新しい題材を開発しながら改訂を加えていくことも求められていると考えている。

Ⅷ おわりに

本研究では、児童生徒の消費者としての判断力育成のための実践を普及させるために、学習指導案や必要な教材を具備した教材群「授業実践パッケージ」を12題材開発することができた。11名の協力委員の実践やパッケージ評価を通して、開発した「授業実践パッケージ」は教員にとって活用しやすいものであること、パッケージ化した授業が消費者としての判断力育成を促すものであることが示された。

今後は研修講座やWebページ等を通して、パッケージを活用した実践の普及を図りたい。また、パッケージの利用の仕方を説明する資料を加えたり新しい題材を開発したりして、パッケージを改訂していくことも課題として掲げたい。

いずれにしても、児童生徒の消費者としての判断力育成のための研究は緒に就いたばかりである。本研究の成果を踏まえ、消費者として必要な資質・能力を育成するための授業が普及・定着することを目指して、今後も実践的な研究を継続したいと考えている。

○引用文献

- 1) 内閣府国民生活審議会消費者政策部会 (2007)「消費者教育の体系的推進について」
- 2) 中島隆信 (2007)「子どもをナメるな ー賢い消費者をつくる教育」筑摩書房
- 3) 内閣府 (2008)「平成20年度国民生活白書」
- 4) 文部科学省 (2009)「教育の情報化に関する手引」

○参考文献

- ・ 西村隆男 (1999)「日本の消費者教育ーその生成と発展」有斐閣
- ・ 波多野和彦, 坂元昂, 大久保英一, 吉本昌司, 井口磯夫, 真田孝則 (2001)「Web教材の評価にかかわる実践的研究の試み」日本教育工学会第17回全国大会講演論文集, pp. 119-120
- ・ 渡辺純恵, 堀田龍也 (2002)「情報教育用学習パッケージの開発上の留意点」全日本教育工学研究協議会栃木大会論文集, pp. 187-190
- ・ 吳世煌 (2003)「消費者政策の大転換ー消費者保護から消費者の自立へー」中京大学社会科学研究所プロジェクト<消費者問題と消費者被害救済の研究>編「消費者問題と消費者政策」, 成文堂, pp. 1-45
- ・ 高橋伸明, 中村ひとみ, 前田知之, 上村千栄, 浅野浩二, 木山博文, 山本英治, 藤原一志, 堀田龍也 (2003)「メディア・リテラシーを育てる授業作りのための単元モデルに関する研究」日本教育工学会第19回大会講演論文集, pp. 239-240
- ・ 北欧閣僚評議会編, 大原明美訳 (2003)「北欧の消費者教育 ー『共生』の思想を育む学校でのアプローチー」新評論
- ・ 内閣府 (2004)「消費者基本法」
- ・ 影山知美, 高橋伸明, 吉野和美, 松橋尚子, 倉知恵理, 堀田龍也 (2005)「メディアとのつきあい方学習のための学習パッケージ」全日本教育工学研究協議会長野大会論文集
- ・ 影山知美, 高橋伸明, 吉野和美, 松橋尚子, 堀田龍也 (2006)「メディアとのつきあい方学習授業実践パッケージの学習効果に関する研究」全日本教育工学研究協議会熊本大会論文集
- ・ (財) 消費者教育支援センター (2006)「消費者教育体系化のための調査研究報告書」
- ・ 福岡市教育センター (2007)「適切な意思決定力をもった消費者を育てる家庭科学習の在り方ー小・中・高のライフステージに応じた4項目の目標設定を通してー」
- ・ 文部科学省 (2008)「小学校学習指導要領」
- ・ 文部科学省 (2008)「中学校学習指導要領」
- ・ 文部科学省 (2008)「小学校学習指導要領解説総則編」
- ・ 文部科学省 (2008)「小学校学習指導要領解説家庭編」
- ・ 文部科学省 (2008)「小学校学習指導要領解説総合的な学習の時間編」
- ・ 文部科学省 (2008)「中学校学習指導要領解説総則編」
- ・ 文部科学省 (2008)「中学校学習指導要領解説社会編」
- ・ 文部科学省 (2008)「中学校学習指導要領解説技術・家庭編」
- ・ 安彦忠彦監修, 内野紀子編著 (2008)「小学校学習指導要領の解説と展開 家庭編」教育出版
- ・ 長澤由喜子, 鈴木明子編著 (2008)「平成20年改訂 小学校教育課程講座 家庭」ぎょうせい
- ・ 佐藤文子編著 (2009)「中学校新学習指導要領の展開 技術家庭科 家庭分野編」明治図書
- ・ 高橋伸明, 宮脇康一, 三宅美弥, 石井聡, 影山知美, 長谷川陽子, 堀田龍也 (2009)「メディアが伝える情報の分析活動を取り入れた消費者教育の授業モデルの検討」日本教育工学会研究報告集JSET 09-2, pp. 137-144
- ・ (財) 消費者教育支援センター (2009)「新学習指導要領における消費に関する主な記述」消費者教育研究 No. 134 N I C E ニュースレター 6/7月号

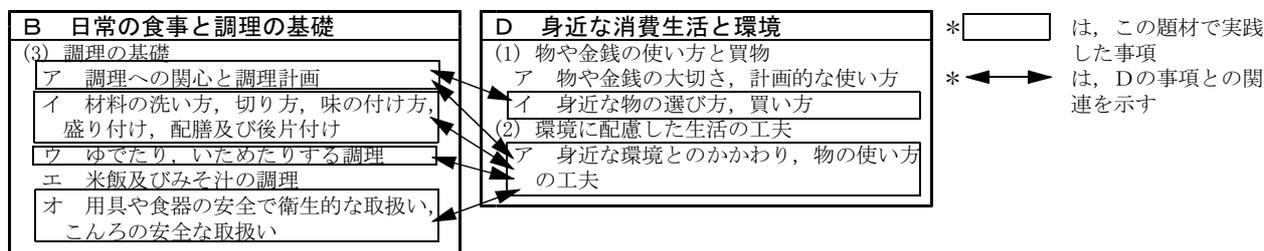
資料（実践事例）

	テーマ	教科・領域
1	チャレンジ！エコ・クッキング	小学校家庭
2	ヘルシーメニューを考えよう	小学校家庭
3	エコ洗たくについて考えよう	小学校家庭
4	環境を考えた「家庭科室クリーン作戦」	小学校家庭
5	お菓子のパッケージを作ろう	小学校家庭
6	アイデアを大切にしよう ～身の回りの知的財産権～	小学校総合的な学習の時間
7	食品の選び方を考えよう	中学校技術・家庭〔家庭分野〕
8	めざせ、買物の達人！	中学校技術・家庭〔家庭分野〕

1 テーマ

チャレンジ！エコ・クッキング

2 新学習指導要領での位置付け



3 「料理って楽しいね！おいしいね！」指導計画（全14単位時間）

第一次 一日の食事を調べよう（2時間）

第二次 簡単な調理をしよう（10時間）

第1・2時 わたしたちにも出来るエコ・クッキングを調べよう

第3・4時 エコ・クッキングの考え方を生かして調理計画を立てよう〔1〕

【本時】（表12参照）

第5・6時 ゆで野菜の調理をしよう

第7・8時 エコ・クッキングの考え方を生かして調理計画を立てよう〔2〕

第9・10時 いため野菜の調理をしよう

第三次 なぜ食べるのか考えよう（2時間）

4 「D 身近な消費生活と環境」の視点

(1) 題材のねらい

調理の学習にエコ・クッキングの考え方を取り入れ、実際の調理を通して知識や技能を身に付けるとともに、消費者として環境に配慮した生活ができるようになることをねらいとする。

*エコ・クッキングとは、料理だけでなく、「環境のことを考えて、『買い物』『料理』『片づけ』をすること」をいうア。

(2) 実践上の工夫

ア エコ・クッキングについて

本実践では、エコ・クッキングについて、「環境のことを考えて、『準備・買物』『調理』『後片付け』をすること」とする。調理の学習にこのエコ・クッキングの考えを取り入れ、環境に配慮した生活を意識できるようにする。家庭での取り組みを調べたり、図書資料、Webページなどを参考にしたりして、エコ・クッキングについての情報を収集し、調理計画を立てる。「準備・買物」「調理」「後片付け」の流れに沿って、エコ・クッキングの考えを取り入れ、少しの工夫で環境に配慮した生活ができること、また、なぜそのような工夫が環境によいのかを考えることができるようにする。

イ 消費者としての判断力育成に結び付く活動

エコ・クッキングについて調べた内容を発表し合い、なぜそれが環境によいのか、実際の調理の学習で行うことが可能かどうかなどを判断しながら話し合い、クラスで1枚のエコ・クッキングチェック表（以下「エコ・チェック表」という。）にまとめる。実際の調理計画を立てる時は、毎回、このエコ・チェック表を基に判断し、具体的なエコ・クッキングの方法を考える。調理計画表には、考えた方法を記入するエコ・チェック欄を設け、エコ・クッキングの考えを取り入れてスムーズに調理実習が行えるとともに、児童が環境に配慮した生活を実感できるようにする。

5 授業展開

表12 学習指導案

本 時 案 (第二次第3・4時)		
学習目標	<p>○ゆで野菜の調理の仕方やポイントを理解することができる。 [知識・理解] ○エコ・クッキングの視点で調理計画を立てることで、環境に優しい調理や後片付けの工夫を考えることができる。 [創意工夫]</p>	
学習活動	教師の支援・指導上の留意点	評価[観点] (方法)
1 本時のめあてをつかむ	<p>○前時に学習したエコ・クッキングの考えを基に環境に配慮した調理計画を立てることを知らせる。</p>	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 10px auto; width: 80%;"> エコ・クッキングの考え方を生かして調理計画を立てよう </div>		
<p>2 エコ・クッキングの視点で、班ごとに調理計画を立てる</p>	<p>○教科書などを参考に、ゆで野菜の調理方法や必要な調理器具を計画表にまとめさせる。 ○前時に作成したエコ・チェック表を基に、エコ・クッキングのポイントを考えさせる (図9)。その際、「どうしてそれが環境に優しいのか」ということが意識できるようにアドバイスを行う。</p> <p>◎予想される取り組み</p> <p>準備・買物 ・旬^{しゆん}の物を使う。 ・包装されていない野菜を買う。</p> <p>調理 ・鍋底をふいてから火にかける。 ・鍋にはふたをする。 ・鍋底からはみ出さないように火力を調節する。 ・ゆであがったらすぐに火を消す。 ・野菜くずは新聞紙で水分を吸い取って捨てる。</p> <p>後片付け ・皿の汚れをあらかじめふき取る。 ・洗いおけを使い、水の節約をする。</p>	<p>自分の調理内容に応じて調理の仕方やポイントをまとめることができる [知識・理解] (ワークシート)</p>
<p>3 班ごとに取り組みエコ・クッキングについて発表する</p>	<p>○ゆで野菜の調理の進め方のポイントについて全体で確認する。 ○班ごとに取り組みエコ・クッキングについて「準備・買物」「調理」「後片付け」の流れに沿って発表させる。 ○他の班のエコ・クッキングへの取り組みを参考にして、計画を改善している班を他に紹介する。</p>	<p>エコ・クッキングの視点から調理計画を立てている [創意工夫]</p>
<p>4 本時の学習を振り返り、次時の予告を聞く</p>	<p>○次時は、本時の計画を基に調理実習を行うことを知らせ、準備物の確認をする。</p>	<p>(エコ・チェック欄)</p>



図9 エコ・チェック表を見ながら調理実習の計画を立てる

6 授業の様子

(1) エコ・クッキングについて

「旬の野菜を使う」場面では、自分の家の畑で採れる野菜を使った調理計画を立てるグループもあり、エコ・クッキングがより身近なものとして受け止められていった。また、「鍋底の水滴をふいてから火にかける」「炎は、鍋の底からはみ出させない」という留意点について、児童から「こんなのいつでもできるよなあ」との反応があり、調理中の少しの工夫がエネルギーの節約となり、エコ・クッキングにつながる実感ができていた。後片付けでは、洗いおけを使って皿を洗うなど、これまで余りにしていなかった水の使用量を特に意識していた。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

家庭で行っていることや、図書資料、Webページで調べたことを基に、「準備・買物」「調理」「後片付け」の流れに沿ってエコ・チェック表を作成した。その際、なぜ環境によいのか、また調理実習で実践できそうなことは何かを話し合い、判断することができた。これまで家庭や学校でできるエコ・クッキングを意識していなかったことを確認することで、取り組みたいという気持ちを高めた。調理計画表には「エコ・チェック欄」を設けたので、方法を具体的に考えながら調理計画を立てることができた(図10)。

準備の段階では、エコ・チェック欄を確認しながら進めたので、児童が自主的に「洗う前に汚れをふき取る」ための古布を家庭科室に準備したり(図11)、「洗剤の使用量を少なくする」ために洗剤入れに使用量を分かりやすくする目印を付けたりした。実際の調理実習では、生ごみから出る水気を新聞紙で吸い取ったり、こんろの火を鍋底からはみ出さないように気を付けたりしながら調理を進めた。また、2回目の実習で油の使用量をできるだけ少なくすることをエコ・チェック欄に書いたグループは、野菜のための油はどの程度の量で足りるのか、どの程度の量だと焦げるのかなど、自分たちで判断し環境のことを考えて使用することができた。

後片付け	エコ・チェック欄
道具を洗う	水のむだ使(まひ)ない
拭く	かたふたをする なべ底から火はみ出さない 水をこぼさない 火がつかないように ふき取る
	なべのたをする できるだけ皿をあまり 使わない
	食ハ残しをしない ごぼさないようにする
	水を出しはばいしない 生ゴミの水分をとる 洗いおけを使う せいであまり使わ ない 分別する

図10 児童が書いた調理計画表(一部)



図11 古布を用意し(左)洗う前に皿の汚れをふき取る(右)児童

7 実践についての結果と考察

(1) エコ・クッキングについて

児童が楽しみにしている調理実習は毎日の食生活に密着した内容でもあるため、エコ・クッキングや家庭の様子を調べる活動に意欲的に取り組むことができた。また、1回目に比べ2回目の調理実習では、火加減や使用する油の量に気を付けたり、ゴミの分別への意識が高まったりした。児童はエコ・クッキングの体験を通して、少し工夫するだけで環境に配慮した生活ができることが実感でき、大変効果的であった。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

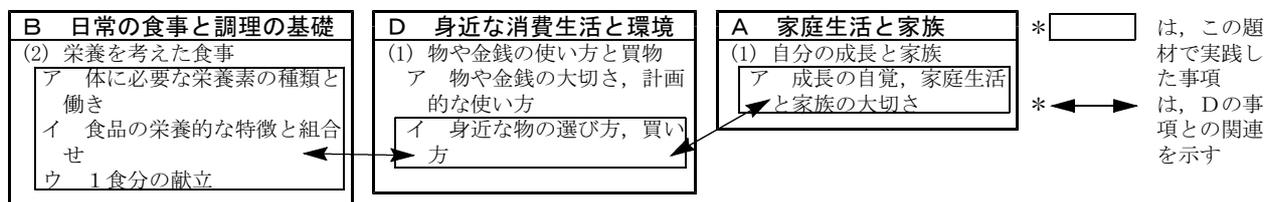
エコ・クッキングについて分かりやすくまとめたWebページがあったので、一人一人が効率的に情報収集することができた。自分たちで話し合いながらエコ・チェック表を作成したので、エコ・クッキングができるかどうか判断する際はエコ・チェック表を参照するという意識が高まった。特に2回目の調理計画を立てるときに効果がよく表れ、実習中に何度もエコ・チェック欄を見ることができた。今後、家庭科室にエコ・チェック表を拡大表示し必要に応じて確認させることで、調理実習の際にエコ・クッキングができる場面を判断させやすくなるを考える。また、汚れをふき取る古布、生ごみの水分を吸い取る新聞紙、使用量がチェックできるメモ付き洗剤、合成洗剤ではなく石けん洗剤等を常備することなどによって、児童が環境について考えやすくなる手だてを工夫したい。

ア) 東京ガス(株) : <http://www.tokyo-gas.co.jp>

1 テーマ

ヘルシーメニューを考えよう

2 新学習指導要領での位置付け



3 ずっと続けよう ヘルシーメニュー 指導計画（全12単位時間）

第一次 ふだんの食事を見直そう（2時間）

（課外） 家での食事調べをしよう

第1時 養護の先生の話から、今の食事を続けることのよさや問題点を考えよう

第2時 給食の先生はどんな工夫をしているのか聞いてみよう

第二次 ヘルシーメニューを考えよう（4時間）

第1・2時 自分の家庭に合ったヘルシーメニューを考えよう【本時】（表13参照）

第3・4時 ヘルシーメニューを紹介し、見直そう

第三次 ヘルシーメニューを作ってみよう（5時間）

第1・2時 調理実習の計画を立てよう

第3時 材料の購入の仕方を話し合っ、買物に行こう

第4・5時 ヘルシーメニューを作ろう

第四次 学習したことをもとに家族と楽しく食事をしよう（1時間）

第1時 家族との食事を楽しくする工夫を考えよう

（課外） ヘルシーメニューを作り家族と食事をしよう

4 「D 身近な消費生活と環境」の視点

(1) 題材のねらい

自分を含めた家族が今後もずっと健康であるために、家族の食事を見直し、それぞれの家庭の食生活の課題を改善するための献立（以下「ヘルシーメニュー」という。）を考えさせたい。そのために、図書資料やWebページなどを参考にして、栄養のバランスを中心に、味付けなどにも配慮し、献立を考えることの楽しさを実感させ、家庭での実践に結び付けていきたい。

(2) 実践上の工夫

ア 1食分の献立を考える活動

第一次第1時で養護教諭の話聞き、自分を含めた家族の食生活に関する課題を具体的に意識させる。そして同じような課題を持つ児童同士でグループを作り、グループ単位で1食分の献立を考えるようにする。これにより、メニューを決める際に意見が出しやすくなると考える。また、学校栄養職員の話やWebページ等を活用して調べた旬^{しゅん}の材料、調理方法、栄養素などの情報も活用して、それぞれの家庭に合ったヘルシーメニューを考えられるようにしたい。

イ 消費者としての判断力育成に結び付く活動

ヘルシーメニューを考えたり材料をそろえたりする段階で、品質表示を見たりWebページやちらしから情報を得たりする。この時、様々な情報を入手した上で献立を考えたり、調理計画に合う材料を選んだりすることを大切にしたい。

5 授業展開

表13 学習指導案

本 時 案 (第二次第1・2時)		
学習目標	○自分の家庭の食生活を振り返り，自分の家庭に合ったヘルシーメニューを考 えることができる。 [創意工夫]	
学習活動	教師の支援・指導上の留意点	評価 [観点] (方法)
1 本時のめあてを 確認する	○自分の家庭の食生活を振り返り，見付 けた課題を生かした1食分の食事の献 立を考えることを知らせる。	
自分の家庭に合ったヘルシーメニューを考えよう		
2 課題別にグルー プを作る	○同じような課題を持つ児童同士でグル ープを作り，ヘルシーメニューを考え るようにする。	
3 ヘルシーメニュ ーを考える	○主食と汁物，おかずについて栄養のバ ランスがよい1食分の献立を考えさせ る。 ○給食献立を参考にしたり，図書資料・ Webページを検索したりして献立を考 えてもよいことを知らせる。 ○品質表示にあるもので分からないもの や，栄養素，価格，旬の材料は，ちら しやWebページで確認すればよいこと を知らせ，課題に応じたヘルシーメ ニューを考えられるよう助言する。 ○栄養のバランスがよい献立になってい るかどうかを三つの食品グループの分 類例で確かめることによって，更に栄 養のバランスがよい献立が工夫でき るようにする。	自分の家庭の食生活 の課題を改善するた めのメニューが考え られている [創意工夫] (ワー クシート)
4 ヘルシーメニュ ーを紹介するた めに発表内容や方 法をまとめる	○どんな課題を改善するためにこの献立 を考えたのか，グループのアピール点 が伝わるように発表する内容や方法 を考えさせる。	
5 次時の予告を聞 く	○次時は，グループで考えたヘルシーメ ニューを紹介し，学校栄養職員に助言 をもらうことを伝える。	

6 授業の様子

(1) 1食分の献立を考える活動について

同じような食生活に関する課題を持つ児童同士でグループを作った。表14のような課題とそれを改善するための目標が挙げられた。

表14 児童が掲げた各グループの食生活の課題とそれを改善するための目標（一部）

児童が掲げた各グループの食生活の課題	それを改善するための目標
家ではあまり野菜を食べていない	野菜たっぷり、バランスを取ろう
うちの家はフライ物が多い	低カロリーでおなかいっぱい、血液さらさらに
買って来たおかずを温めるだけで食べるが多い	塩分控えめ
食事のほかにもジュースをたくさん飲んでいる	糖分控えめ
朝食はクッキーだけだった	バランスの取れたメニュー
旬のものを気にしていない	旬のものを取り入れよう
食費のむだを省きたい、でもおなかいっぱい食べたい	安くしておなか一杯
おじいちゃんと住んでいるから煮物が多い	洋食と和食をうまく合わせて
家族がみんなカロリーオーバー気味	低カロリーで

活発な意見交換が行われ、課題に応じた献立をスムーズに考えることができた。その中で、それぞれの家族の話題も出され、自分の家族に対する見方・考え方を広げることができた。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

家庭の食生活の課題を解決するために、図書資料やWebページを活用しながらヘルシーメニューを考えることができた（図12）。近くの店へ買物に行った際には、あらかじめちらし等で調べておいた材料を購入しようとする姿が見られた。また、品質表示などの情報を調べた上で、自分の家庭で採れた野菜の方がお金がかからないし安心だからと持参する児童もおり、より新鮮で安全なものを選ぼうとしていた。ヘルシーメニューを作って家族と食事をするという課外の活動では、多くの児童が家にある材料を活用するか店で購入するかなどを自分で判断することができた。



図12 児童が考えたヘルシーメニュー（一部）

7 実践についての結果と考察

(1) 1食分の献立を考える活動について

養護教諭や学校栄養職員から話を聞くことで、自分の家庭の食生活に関する課題を具体的に意識したり献立を考える際の工夫を知ったりすることができた。それを経て、共通の課題を掲げた少人数のグループで活動したので、各自の考えが出しやすく、献立を考える際には活発な意見交換が行われたものと考えられる。

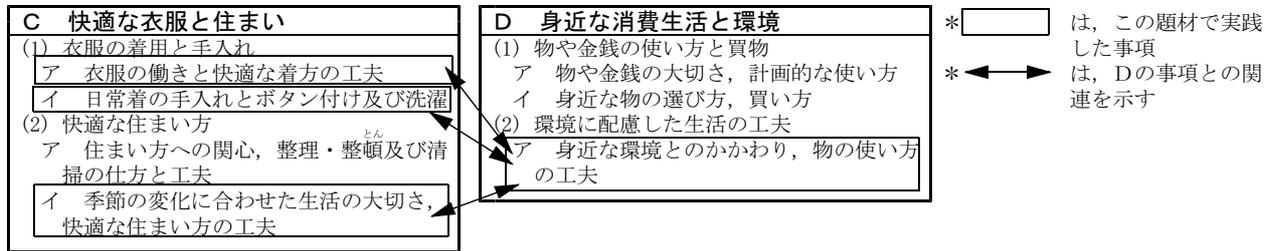
(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

家庭でヘルシーメニューを作る際に必要な材料を購入するために、あらかじめちらしを調べ、産地や価格などを知らうとする児童が多くいた。また、旬のものや地域で採れた野菜が安く購入できることや、同じ商品でも期日や店によって価格が違うことにも気付き、材料を選ぶときに活用することができていた。これは、授業の中で献立を考える際に図書資料、Webページ、ちらしから産地や価格などの情報を得る活動を実施したことによって、情報収集の仕方や購入時に心がけることが留意できていたためと考えられる。また、材料を選ぶときに「賞味期限切れが間近で安くなっているけれど、今日使うから問題ないので購入する」など、パッケージに書いてある表示を読み取って購入する様子が見られたことも、献立を考える際に品質表示を見て情報を得る活動を行ったことが生かされているものと考えられる。

エコ洗たくについて考えよう

1 テーマ

2 新学習指導要領での位置付け



3 「衣服を整えよう」指導計画（8時間）

第一次 なぜ衣服を着るのだろう（2時間）

第二次 気持ちよく着る工夫をしよう（6時間）

- 第1時 手入れの方法について考えよう
- 第2時 なぜ洗たくをするのか調べよう
- 第3時 水だけでどのくらい汚れが落ちるのだろう
- 第4時 手洗いと洗たく機洗いを比較しよう
- 第5時 日常着の洗たくをしよう
- 第6時 エコ洗たくについて考えよう【本時】（表15参照）

4 「D 身近な消費生活と環境」の視点

(1) 題材のねらい

衣服に関心を持ち、自分の衣服を整えようとするとともに、自分の生活が身近な環境に与える影響に気付き、環境に配慮した洗濯を工夫しようとする意欲を持つことをねらいとする。

(2) 実践上の工夫

ア 日常着の快適な着方について

夏を涼しく冬を暖かく過ごすための着方や気温の変化に応じた着方が分かり、その場面に応じて清潔で気持ちよく着る方法を考え、適切な着方を工夫できるようにする。また、日常生活と関連して考える中で、適切な着方によって冷暖房機器利用の見直しができ、家庭の省エネルギーやCO₂削減による地球温暖化防止につながることも触れるようにする。さらに、「汚れたから洗う」のではなく「着たから洗う」暮らしへとつながっている現代の清潔志向の問題点にも触れ、下着の着用による衛生的な衣服の着方を学びながら適切な洗濯頻度についても考えることができるようにする。

イ 消費者としての判断力育成に結び付く活動

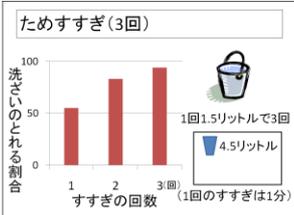
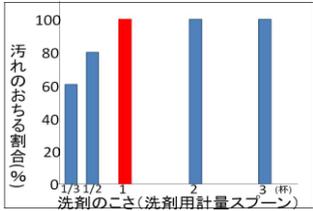
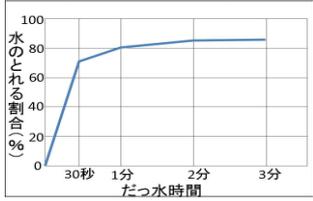
海や河川の水質汚染は、家庭から出る洗剤の影響が大きい。洗剤の種類によっては標準使用量の半分の量で汚れの大半が落ちることや、洗剤は標準使用量より多く使用しても汚れ落ちは変わらないことを、図やグラフを用いるなど科学的な根拠に基づき、分かりやすく説明する（図13）。また、児童が学んだことを実際の生活に生かすことができるように、水や洗剤の量を少なくして洗濯する方法について、洗濯の手順に沿って具体的に考えることができるようにする。



図13 資料を読み取りながらエコ洗たくの仕方考えさせる場面

5 授業展開

表15 学習指導案

本 時 案 (第二次第6時)		
学習目標	○環境に配慮した洗濯について話し合うことにより，水や洗剤を無駄にしない洗濯をしようとする意欲を持つことができる。 [関心・意欲・態度]	
学習活動	教師の支援・指導上の留意点	評価[観点] (方法)
1 本時のめあてを知る	○汚れた川（洗剤の泡，魚の死がい等が浮かんでいる様子）の写真を見せ，家庭の洗濯との因果関係について関心を持たせるようにする。 ○本時は，環境に配慮した洗濯の仕方について考えることを知らせる。	
エコ洗たくについて考えよう		
2 基本的な洗濯の仕方について確認し，環境に配慮した洗濯について考える	○最初に児童と基本的な洗濯の仕方を確認する。 ○環境に配慮した洗濯について考える糸口をつかみやすいように，「洗う前」「洗うとき」「すすぐとき」と場面分けをしながら，洗濯の手順に沿って自分ができるようなことを話し合わせる。	
3 できるだけ水や洗剤の量を少なくして洗濯するにはどうすればよいか話し合う	○話し合ったことを板書し，全体で確認しながら，次のAからCのグラフを用いて教師が説明をしたり，児童の話し合いを進めたりする。 A 手洗いによるすすぎの仕方と水の量 (100gの下着をすすぐ場合)  B 洗剤の濃度と汚れの落ち方 (合成洗剤，液温40℃)  C 脱水時間と水のとれる割合 (綿トレーナーの場合)  <small>* A～Cは「わたしたちの家庭科学学習指導書」(開隆堂)内のデータを活用して作成</small>	
4 本時の学習を振り返り，自分の考えをまとめる	○水や洗剤を無駄にしない洗濯にはいろいろな方法があること，できる範囲で取り組んでいけばよいことなどを確認する。 ○学習カードに，少しの工夫が環境に配慮した生活につながることや自分ができることを，具体的に記述している児童を他に紹介する。 ○食器を洗う際にも，使用する水や洗剤の使用量は工夫次第でかなり減らせることを知らせ，水や洗剤を無駄にしない暮らしへの意欲を持たせたい。	

水や洗剤を無駄にしない洗濯について考え，実践への意欲を持つことができる
[関心・意欲・態度]
(学習カード)

6 授業の様子

(1) 日常着の快適な着方について

衣服を着用する意味や着替えをする理由を話し合う、衣服を重ねて着てみる、布を用いた実験を行うなどの活動を取り入れた。実験では、ガーゼと薄地、厚地の3種類の布を用意し、ラップのしんの片側に付けて反対側から口で息を吹き込み、布側から出る風の強さを児童が互いに体感できるようにした。そうしたところ、多くの児童は、ガーゼは目が粗く空気をよく通すため涼しく着ることができて気持ちが良いこと、反対に厚地の布は空気をため込むため暖かく着ることができることに気付いてきた。また、上着を2枚重ねて着る場合、布地の種類や厚さ、身に付ける順番が違えば暖かさが違うことなども体感することができた。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

第5時の日常着の洗濯を行う前に、簡単な実習を2回行った。1回目は、古い下着に児童の目の前で付けたしみと2週間前に付けたしょうゆのしみを水だけで洗わせた。付いたばかりのしみは水洗いで簡単に落ちたが、2週間前のものはこすっても落ちないため「洗剤がほしい」という意見が出てきた。また、この体験が「付いてすぐ洗えば洗剤がいらないから、汚れたらすぐ洗えばいい」という気付きにつながった。2回目には、汚れた靴下を片方ずつ手洗いと洗濯機洗いをし、汚れの落ち方を比較することによってためすぎの効能に関心を向けることができた。

本時では洗濯について学んだことを整理し、水や洗剤を無駄にしない洗濯について考えるための授業を位置付けた。事前に環境に配慮した洗濯の仕方を保護者に尋ねる活動を行っていたため、温かい風呂の残り湯を使うと、水の有効利用のみならず洗剤を標準使用量より少なめに使っても同じような効果が期待できることや、ブラシ等の道具の使用で洗剤が減らせるのではないかなど、水や洗剤を無駄にしない洗濯の仕方を具体的に考え、実践への意欲を高める姿が見られた。

7 実践についての結果と考察

(1) 日常着の快適な着方について

季節に合った着方を少し工夫するだけで、省エネルギーや環境への配慮につながることを知り、関心を抱いた児童が多かった。また、制服を2日間洗濯せずに着ていると不潔だと考えていた児童も、下着をきちんと着用し着替えることで、毎日制服を洗濯する必要がないことが理解できた。家庭から衣服を持ち寄って着てみることや布を用いた実験などは、児童が衣服の働きについて実感を伴ってとらえることができ、すぐ生活に生かすこともできるので、効果的であると考えた。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

最初に3回の実習を行っていたことで、児童は洗濯の手順に沿って環境に配慮し、水や洗剤を無駄にしない洗濯の仕方について具体的に考えることができた。授業後、多くの児童が「こんなに簡単にエコ洗たくができるのなら、今日からでもやろう。家の人にも伝えよう」などと学習カードに書き込んでいた(図14)。

今回の授業を通して、児童は水や洗剤を無駄にしないことをはじめ、少しの工夫が環境に配慮した生活につながる事が分かり、自分にできることを少しずつでもやっていこうという意欲を持たせることができた。

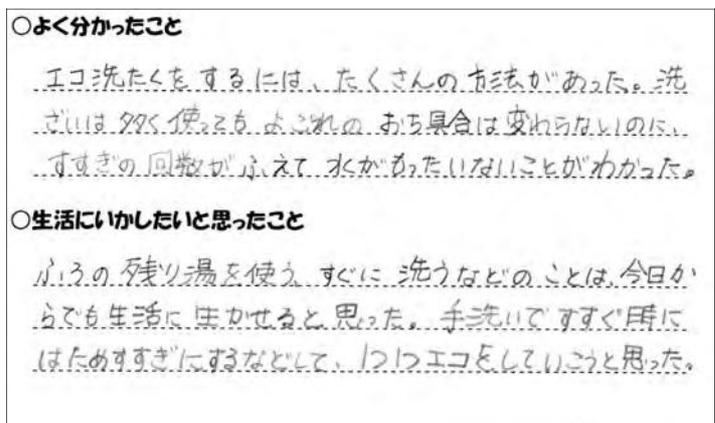
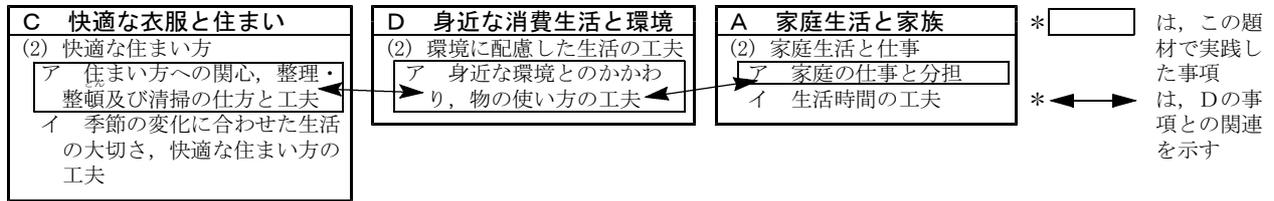


図14 授業後の児童の感想(一部)

1 テーマ

環境を考えた「家庭科室クリーン作戦」

2 新学習指導要領での位置付け



3 「身の回りを気持ちよくしよう」指導計画（4時間）

- 第1時 家庭科室の汚れ調べをしよう
(課外) 掃除の仕方を調べよう
- 第2時 環境を考えた「家庭科室クリーン作戦」を立てよう【本時】(表16参照)
- 第3時 「家庭科室クリーン作戦」を実践しよう
(課外) 「わが家のクリーン作戦」を実践しよう
- 第4時 「わが家のクリーン作戦」の実践発表会をしよう

4 「D 身近な消費生活と環境」の視点

(1) 題材のねらい

家庭科室の汚れ調べの活動などを通して、汚れの種類や汚れ方に応じた掃除の仕方を考え、工夫して適切な掃除ができるようにする。その際、住宅用洗剤は表示を正しく読んで使用することが大切であることを理解し、市販の掃除用具や住宅用洗剤ばかりに頼るのではなく、身近にある物を効果的に使った掃除に注目し、実践することによって、自分と家庭生活を取り巻く身近な環境とのかかわりが実感できるようにする。

(2) 実践上の工夫

ア 住宅用洗剤の使用について

住宅用洗剤のラベルを見ながら、使用するときには表示を必ず読む必要があることを確認する。また、使用方法や注意事項を守ることが危険を回避し、環境を考えた掃除につながることを意識できるようにする。

イ 消費者としての判断力育成に結び付く活動

家庭によって掃除の仕方が異なり、掃除用具やその使い方も多様であることから、第1時と第3時の後に家庭実践のための時間を設け、環境を考えた掃除の仕方について家の人の知恵を知ったり、学校で知った方法を家庭で試したりできるようにする。また住宅用洗剤を使わない掃除の仕方に関する資料や実物を提示し、様々な方法に触れ、実際に試してみることでそのよさが実感できるようにする (図15, 図16)。



図15 掃除に使う新聞紙を準備する児童



図16 スポンジに重曹を付けて掃除をする児童

5 授業展開

表16 学習指導案

本 時 案 (第2時)		
学習 目標	<p>○汚れの種類や汚れ方に応じた掃除の仕方を考えようとしている。 [関心・意欲・態度]</p> <p>○環境を考えた掃除の仕方を工夫し、計画を立てることができる。 [創意工夫]</p>	
学習活動	教師の支援・指導上の留意点	評価 [観点] (方法)
1 本時のめあてを確認する	○汚れ調べを生かして、本時はクリーン作戦の計画を立てることを知らせる。	
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> 環境を考えた「家庭科室クリーン作戦」を立てよう </div>		
2 「家庭科室クリーン作戦」を立てる	<p>○クリーン作戦の計画がスムーズに立てられるように、前時に調べた汚れの種類を、場所ごとに確認する。</p> <p>○汚れの写真を提示することで、汚れの種類や落とす方法を具体的に考えることができるようにする。</p> <p>○住宅用洗剤の表示を読み取り、使用方法や注意事項を守ることを確認させる。また、そのことが環境や安全を考えた掃除につながる理由を考えさせる。</p> <p>○資料や家で調べてきたことを基に学習カードへ掃除の仕方を記入することによって、クリーン作戦が具体化できるようにする。</p>	<p>汚れの種類や汚れ方に応じた掃除の仕方を考えようとしている [関心・意欲・態度] (学習カード)</p>
3 立てた計画をグループで紹介し合い、環境を考えた掃除の仕方についての情報交換を行う	<p>○児童が立てた計画を発表し情報交換することによって、環境を意識したり、更に効率のよい掃除の仕方に気付いたりすることができるようにする。</p> <p>○友達の掃除の仕方を聞き、自分にも生かせることを学習カードに書き加えさせる。</p>	<p>環境を考えた掃除の仕方を工夫し、計画を立てることができる [創意工夫] (学習カード)</p>
4 計画の見直しをして、次時への見通しを持つ	○次時は「家庭科室クリーン作戦」を実践することを確認し、次時への意欲に結び付ける。	

6 授業の様子

(1) 住宅用洗剤の使用について

家庭で使用頻度が高いと思われる住宅用洗剤を数種類用意した。そのうち代表的な洗剤のラベルを拡大したものを黒板にはり、表示を読み取る活動を行わせた。児童が読み取った内容のうち、特に「混ぜるな危険」の表示や標準使用量など、表示を確認することの重要性について、使用方法や注意事項に触れながら話し合わせた。そうしたところ、児童が計画を立てるときには、様々な住宅用洗剤の表示を確認する姿が見られた。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

本時では、家で調べた掃除の仕方を児童が互いに情報交換するなどの場面を設定した。自分が知らなかった方法を知ること、より環境を意識したり、更に効率のよい掃除の仕方を見直したりするきっかけとなった(表17)。また、重曹や新聞紙等、住宅用洗剤以外のものできれいにする方法を図書資料などで調べ、汚れの種類や汚れ方に応じた掃除の仕方を工夫していた(図15, 16)。

表17 「家庭科室クリーン作戦」後の児童の記述(一部)

- 道具を上手に使いえば汚れがよく落ちた。
- わりばしは掃除にもものすごく使えることが分かった。
- 重曹を使ったら油が落ち、だいたいピカピカになった。
- お茶の葉っぱでもよごれが落ちるのだなと思った。びっくりした。
- 環境を考えた掃除をしてみて、洗剤以外にもいろいろな方法があるのだなと思った。わが家に合う方法を調べたい。

7 実践についての結果と考察

(1) 住宅用洗剤の使用について

家庭では住宅用洗剤を使って掃除をすることが多いが、その際に標準使用量等を確認して使用するという意識はこれまで余りなかったため、この学習を通して、児童は表示を確認する重要性が確認できた。また、普段の学校での掃除の時間にも使用量を確認してトイレ用洗剤を使用する姿が見られた。これらの経験は、第6学年での洗濯の学習時にも生かされると考える。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

第3時の「家庭科室クリーン作戦」の実践だけでなく、課外の「わが家のクリーン作戦」の実践でも市販の住宅用洗剤をあまり使わずに取り組む姿が多く見られ、環境を意識して取り組んでいることがうかがえた。環境を考えた掃除について今まで余り意識したことがなかった児童がほとんどだったので、住宅用洗剤を使わない掃除の仕方を児童自身が調べることで、様々な掃除の仕方を知り、工夫することができた。また家庭でも、住宅用洗剤を使わない掃除を保護者とともに実践してその効果を実感し、環境を考えた掃除の仕方を新たに調べてみようとする態度に結び付く様子も見られた(図17)。

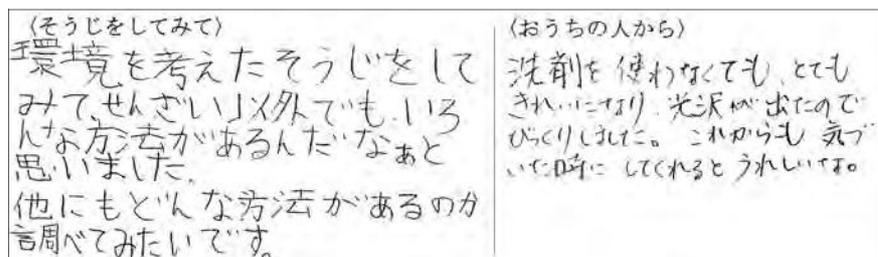
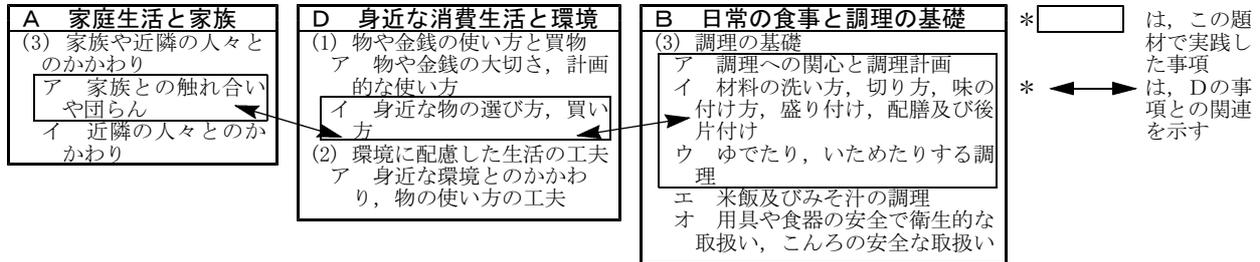


図17 「わが家のクリーン作戦」後に書かれた児童、保護者の感想(一部)

1 テーマ

お菓子のパッケージを作ろう

2 新学習指導要領での位置付け



3 「めざせ、買物上手！～かしこい消費者になろう～」指導計画（9時間）

- 第一次 買物シミュレーションをしよう（2時間）
- 第二次 さつまいものお菓子を売ったり買ったりしよう（7時間）
（課外） 家族の好きなお菓子を調べよう
- 第1・2時 さつまいもを使ったお菓子作りの計画を立てよう
- 第3・4時 自分たちの作るお菓子の「パッケージ」を作ろう【本時】（表18参照）
- 第5・6時 さつまいものお菓子を作ろう
- 第7時 自分たちの作ったお菓子を売り買いしよう

4 「D 身近な消費生活と環境」の視点

(1) 題材のねらい

身近な菓子の品質などの情報分析やその分析を生かした品質表示の作成を通して、売り手の意図に気付くこと、簡単な表示やマークなどを自分の目で確かめ、選んだり買ったりできるようになることをねらいとする。

(2) 実践上の工夫

ア 家族との触れ合いや団らんと関連について

家族に喜ばれる菓子とは何かを考えさせる中で、菓子の品質にも注目させ、品質がよく目的に合ったものを選んで購入することが大切であるということに気付かせたい。具体的には、お茶を入れたり菓子を供したりする「家族と触れ合う場」を計画することで、家族相互の心のつながりがより深まったり、団らんを楽しくしたりする学習内容と「身近な物の選び方、買い方」の学習内容とを関連させる。

イ 消費者としての判断力育成に結び付く活動

商品のパッケージには、キャッチコピーやキャラクター等により買い手の購買意欲を高める売り手の意図が込められている。商品そのものだけでなく品質表示にも注目し、その内容を確かめて選ぶことが大切であることに気付かせたい。本題材では、日付やマークなど、パッケージから得られる情報を読み取る活動を取り入れ、消費者として必要な判断力育成に結び付くように工夫した（図18）。



図18 パッケージから読み取ったことをワークシートへ記入する様子

また、日常生活で買い手の立場を体験することは可能であるが、売り手の立場を体験することは難しい。売り手の立場に立つことで、売り手の意図を深く理解でき、買い手として購入する際の判断力を高めることにも結び付くと考える。そこで本題材では、売り手と買い手の両者を模擬的に体験する活動を取り入れた。

5 授業展開

表18 学習指導案

本 時 案 (第二次第3・4時)		
学習目標	<p>○菓子のパッケージを分析し、売り手の工夫を知ることができる。 [知識・理解]</p> <p>○見つけた売るための工夫を基に、これから作るさつまいも菓子の平面パッケージを考えることができる。 [創意工夫]</p>	
学習活動	教師の支援・指導上の留意点	評価 [観点] (方法)
1 本時のめあてを知る	○前時の、家族に喜ばれる菓子を作る計画を想起させ、グループで作る菓子について紹介させることで学習への意欲を喚起する。	
自分たちの作るお菓子の「パッケージ」を作ろう		
2 菓子のパッケージを分析する (買い手の立場の体験)	○身近な菓子を提示し意欲を高める。 ○ワークシートを使って、分析の方法を説明する。ペアで、パッケージから分かる情報をワークシートに書き出し分析するように伝える。	
3 分析したこと話し合う	○分析したことを基にして全体で話し合い、売り手が様々な手法で売るための工夫をしていることに気付くことができるようにする。 ○児童の発表後、品質表示について触れ、商品には必ず品質表示があることや、買い手は購買意欲を高めるための情報だけでなく品質表示も見て買うことが大切であることを確認する。	パッケージから様々な情報を読み取り、売り手はパッケージの表記を工夫していることが分かる [知識・理解] (ワークシート, 発表)
4 菓子のパッケージを製作する (売り手の立場の体験)	○分析して得た知識を生かし、一人一人に平面パッケージを製作させる。 ○同じさつまいも菓子を作るグループでパッケージを持ち寄り、工夫した点を紹介し合わせ、自分たちの菓子に付ける品質表示を決定させる。	見つけた売るための工夫を基に、さつまいも菓子の平面パッケージを考えることができる [創意工夫] (平面パッケージ)
5 体験した感想を発表し合い、学習をまとめる	○売り手と買い手の両方の立場を体験した感想を出させた後、商品を買う際には、様々な情報を比べながら適切に選択することが大切であることをまとめる。	

6 授業の様子

(1) 家族との触れ合いや団らんと関連について

導入で、「〇〇小さつまいもクッキー」「こりこりさつまいもスティック」「ふっくら蒸しパン」など、グループごとに作る菓子を紹介した。その菓子を選んだ理由を、「家族の好みに合いそうだから」「家族と一緒にテレビを見ながら食べたいから」などと発表し、調理計画表を作成した。また、品質表示について触れた時に、「安全なものをみんなで食べたい」などの、家族の健康を気遣うようなつぶやきも聞かれた。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

児童はペアで、キャッチコピーやキャラクター、色や字の大きさ等、様々な情報を書き出していた。「売り手のどんな思いが伝わりますか」と発問すると、「『カルシウム入り』とあると健康によさそうだから買いたくなるので、買ってほしい気持ちが分かる」「当たり付きでどんどん買ってもらうとしている」などと、買い手の購買意欲を高めたいという売り手の意図に気付く発言があった。また、品質表示に気付いた児童が、「売り手には、売りたいという思いもあるけど、安全についても示している」と発言した。他の児童もそれをきっかけに、品質表示に示されていることにも関心を持つようになった。

また、パッケージの分析で得た知識を生かして、自分たちが売り手の立場に立ち、グループで作る菓子の「平面パッケージ」を作成した(図19)。平面パッケージには、品質表示として製造者のほか、期限表示、保存方法等、安全面に配慮した内容も記載していた。

第二次7時では、品質表示をよく読んで他のグループの菓子を選んでいった。振り返りの際、「選んだ理由は、見た目がおもしろいし、体に悪いものが入っていないから」「キャッチコピーどおりおいしい」「アレルギーの方にも安心と書いてあって、安心して食べられた」などの感想があった。

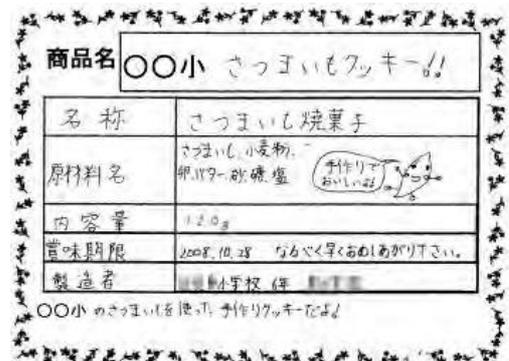


図19 児童が作った平面パッケージ
(一部)

7 実践についての結果と考察

(1) 家族との触れ合いや団らんと関連について

菓子作りを家族とかかわる活動に関連付けたことは、児童の学習意欲を継続する上で効果的だった。また家族と一緒に食べる菓子を作ったことで、食の安全面や健康面にも配慮した品質のよいものを選ぶ必要があると考えるきっかけにもなった。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

発表やワークシートから、商品のパッケージには、買い手の購買意欲を高めたいという売り手の意図が込められていることにすべての児童が気付いていることがうかがえた。また、振り返りカードに、「見た目では選ばず、品質表示も見ようと思う」と記述している児童も多かった。これらのことから、品質表示を含む商品情報を読み取る活動は、学習のねらいに迫るために効果的であったと考える。

振り返りの場面で「今後買物をするときに、パッケージを作ったことが生かれますか。どんなことが生かせそうですか。」と問うと、「買いたくなる工夫をしているところが分かること」「品質表示を見ること」などと児童は答えた。売り手の意図を理解でき、買い手として商品を選ぶ際には、一部の情報だけでなく様々な情報を基に判断し、適切に購入したいという意識を持つことができるようになったと考える。

1 テーマ

アイデアを大切にしよう ～身の回りの知的財産権～

2 情報教育での位置付け

情報教育
A 情報活用の実践力
1) 課題や目的に応じた情報手段の適切な活用
2) 必要な情報の主体的な収集・判断・表現・処理・創造
3) 受け手の状況などを踏まえた発信・伝達
B 情報の科学的な理解
1) 情報活用の基礎となる情報手段の特性の理解
2) 情報を適切に扱ったり、自らの情報活用を評価・改善するための基礎的な理論や方法の理解
C 情報社会に参画する態度
1) 社会生活の中で情報や情報技術が果たしている役割や及ぼしている影響の理解
2) 情報モラルの必要性や情報に対する責任
3) 望ましい情報社会の創造に参画しようとする態度

小学校家庭〔D 身近な消費生活と環境〕
(1) 物や金銭の使い方と買物
ア 物や金銭の大切さ、計画的な使い方
イ 身近な物の選び方、買い方

小学校社会〔第5学年〕
(3) 我が国の工業生産と国民生活
(4) 我が国の情報産業や情報化した社会の様子

* は、この単元で実践した項目

* は、関連のある教科とその項目

3 「アイデアを大切にしよう ～身の回りの知的財産権～」指導計画（全4単位時間）

（課外） 身の回りの商品に付いているマークや会社名調べ

第1時 商標の役目を知ろう【本時】（表19参照）

第2・3時 知的財産権の大切さについて考えよう

第4時 著作権の正しい扱いを知ろう

4 「情報教育」の視点

(1) 単元のねらい

身近な商品やサービスに付いている商標を調べたり、特許の大切さについて考えたりすることで、知的財産権に関心を持ち、その目的や役割を理解することができる。また、著作権の利用について適切に判断・処理することができる。

(2) 実践上の工夫

ア 情報活用の実践力と情報社会に参画する態度の育成について

望ましい情報社会の創造に参画する態度を育成するためには、児童に自他の権利や安全を守るための知識や考え方を指導する必要がある。本単元では、アイデアや発明、著作物など身の回りの知的財産について、消費者と製造者・販売者の双方の立場から考える学習活動を通して、権利を尊重する態度を育てたい。また、著作権法などの内容と違法行為による罰則等も取り上げ、著作権の正しい扱い方を理解させたい。活動の展開に当たっては、実物の観察や課題解決に必要な情報の主体的な収集など、体験的な学習活動を取り入れる。

イ 消費者としての判断力育成に結び付く活動

身の回りの商品やサービスに施されたブランド名やロゴマークは、児童にとってなじみ深い。私たちの暮らしは、アイデアと努力の産物とも言える発明や著作物の恩恵を受けることで便利で豊かになっている。しかし、児童は、商標権の役目や特許の大切さについての意識が低く、著作権の適切な扱い方の理解も十分とは言えない。

そこで本時では、商標権にかかわる架空の侵害事例を取り上げ、消費者としての立場と作り手である製造者・販売者としての立場から、商標権の役目について考えさせる活動を取り入れる。次時では、カップ入り即席めんを事例として、特許権を守ることが、技術や産業の発展に寄与してきたことに気付かせたい。また、著作権の適切な扱いについては、音楽CDのコピーなど児童にとって身近な事例を挙げ、著作権への理解を深めさせたい。

5 授業展開

表19 学習指導案

本 時 案 (第1時)		
学習目標	○身の回りの商品やサービスに付いている商標について、進んで調べることができる。 ○商標の役目について理解することができる。	
学習活動	教師の支援・指導上の留意点	評価 (方法)
1 本時のめあてを知る	○身近な商標の例を画像や実物で提示し、学習への関心を高める。 ○課外で調べてきた「身の回りの商品についているマークや会社名 (ブランド)」を発表させる。 ○「商標」という言葉を説明し、本時の学習のめあてを知らせる。	身の回りの商標に興味・関心を持って調べることができる (ワークシート)
商標は、何のためについているのだろうか		
2 商標の役目について考える (図20) ・消費者の立場から考える ・製造者、販売者の立場から考える ・話し合う ・発表する	○架空の商標権侵害事例を取り上げ、消費者としての立場と製造者・販売者としての立場から、商標の役目を考えさせる。 ○「消費者」という言葉とその意味を伝える。 ○「自分が買う立場だったら、どう考えますか」と発問し、商品を購入する際の消費者の考え方に興味を向けさせる。 ・性能が悪いかもしれない ・だれかが間違って買うかもしれない ・安いから買いたい ○「まねをされたメーカーは、どんなことが困るでしょうか」と発問し、商標権侵害による損害について理解させる。 ・性能が悪い商品を買う会社と思われるかもしれない ・安い方を買われて、売り上げが下がるかもしれない	 <p>図20 商標の役目を考える児童</p>
3 商標の役目について、ワークシートに考えをまとめる。	○児童の考えを整理し、商標の役目についてまとめる。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ・商品がどこの会社で作られたのかが分かる【目印】 ・商品やサービスの質を保証する【信頼】 ・広告や宣伝の役目をする【宣伝】 </div>	商標の役目について理解することができる (発表, ワークシート)
4 本時の学習を振り返り、次時の学習を知る	○キャラクターも商標の一種であることを付け加えて知らせる。 ○多くの特許を持つカップ入り即席めんを見せ、次時は特許について学習することを知らせ、関心を高める。	

6 授業の様子

(1) 情報活用の実践力と情報社会に参画する態度の育成について
 課外で、身の回りの商品やサービスに施されたロゴマークやブランド名を調べる体験的な活動を取り入れた。児童は、実物の写真を撮ったり、Webページで調べたりして必要な情報を収集し、ワークシートにまとめた。また、調べてきたことは、本時の導入時に紹介し合った(図21)。商標の三つの役目は、いずれも児童の発表から出され、「目印」「信頼」「宣伝」など分かりやすい言葉に換言した。特許と著作権については、製品や著作物に盛り込まれたアイデアや技術、完成までの努力に注目した発言が多く出された。



図21 調べてきたロゴマークなどを紹介し合う様子

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

架空の商標権侵害の事例について考える場面では、消費者としての立場からは、「性能の悪さ」「ブランド名の紛らわしさ」を根拠に、「偽物は、買わない」と判断する児童が多く見られた。製造者・販売者としての立場からは、損失や評判の悪化を危惧する発言が多く出された。また、製品完成に至るまでの作り手側の努力に関心を持つ児童もいた(図22)。

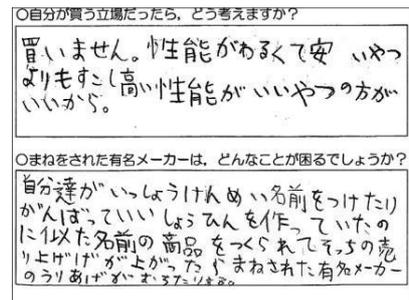


図22 消費者と製造者・販売者両方の立場で考え記入したワークシート(一部)

7 実践についての結果と考察

(1) 情報活用の実践力と情報社会に参画する態度の育成について

身の回りの商標を調べ発表し合う活動では、児童相互の話し合いが活発に行われた。ワークシートの感想に「出かけたときに、商標を探してみたい」と、今後の日常生活と関連付けた記述が見られるなど、商標への興味・関心を高める上で効果的な活動であったと判断できる。

商標権の侵害が、消費者と製造者・販売者の双方に不利益であることを押さえたことが、権利意識の高まりにつながったと考える。これは、「一生懸命に考えたマークをまねするのは、人の名前を勝手に使うのと同じことだ」「まねをされたメーカーが迷惑する」など製造者・販売者の権利を意識した記述が見られたことから判断できる。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

商標の役目をまとめる場面では、児童の発表から三つの役目が挙げられたが、その後の感想では「商標を見て、信頼できるか考えたい」といった記述も見られ、消費者としての判断力の高まりがうかがえた。また、プレテストで「欲しかったCDのコピーが本物よりも安く売られているのを見てどうするか」の問いに、「安ければ買う」「粗悪品は買わない」と消費者側の視点だけで判断していた児童が、ポストテストでは商標や著作権を判断基準に入れ「本物を買う。消費者が偽物を買くと、メーカーを困らせることがあるから」と記述するなど、作り手側の視点でも判断できるようになり、意識の変容が見られた(図23)。これは、双方の視点から商標権の侵害の事例を考えさせた成果であると判断できる。

特許や著作権については、製造者・販売者が商品や作品を生み出すまでの時間と努力にまで注目する姿が見られた。これは、単元全体を通じて、消費者側と作り手側の双方の視点から消費生活を考えさせる指導の工夫を取り入れた効果であると考える。

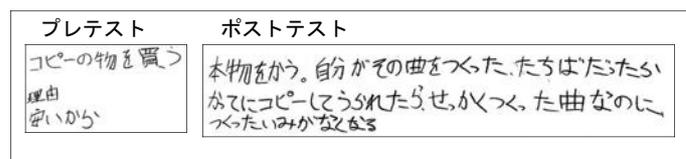
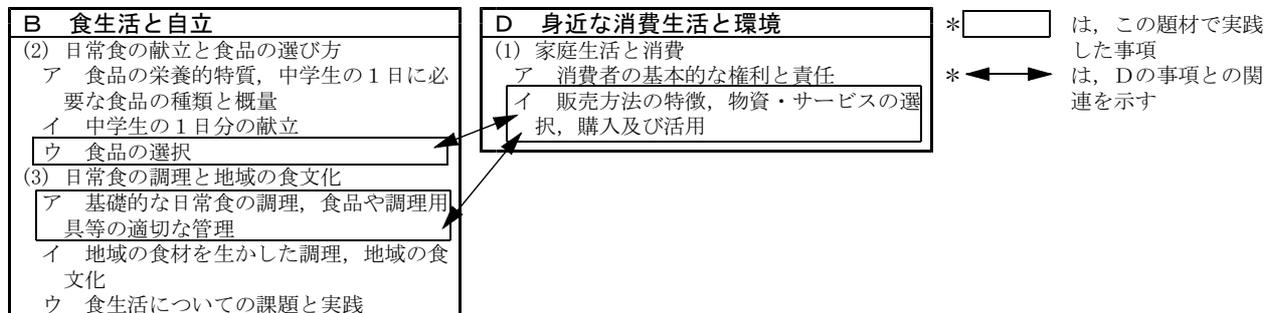


図23 同じ児童のプレテスト(左)ポストテスト(右)での回答(一部)

1 テーマ

食品の選び方を考えよう

2 新学習指導要領での位置付け



3 日常食を作ろう〔1〕～肉・野菜を使った調理～ 指導計画（全5単位時間）

第一次 スパゲッティミートソースを作ろう（3時間）

第1時 肉の調理上の性質を知ろう

第2・3時 調理実習（スパゲッティミートソース，温野菜サラダ）

第二次 食品の選び方を考えよう（2時間）

第1時 生鮮食品の選び方と加工食品について

第2時 どちらを選ぶ？～食品の選択・実生活編～【本時】（表20参照）

4 「D 身近な消費生活と環境」の視点

(1) 題材のねらい

生徒は、市販の加工食品の利便性については日頃から実感し、利用する機会も多い。調理実習と関連を図り学習することで、手づくりのもののよさを改めて感じさせたい。

その上で、実生活の場面に応じて、食品を選択する力を付けることをねらいとする。

(2) 実践上の工夫

ア 加工食品のパッケージの分析について

プレテストの記述から、生徒は加工食品を購入する際に、期限表示については気を付けているが、それ以外の情報については、余り意識していない傾向が見られる。

本時では、加工食品のパッケージを分析することによって、様々な情報が掲載されていることに気付くようにし、商品を購入するときには有益な情報は何かについて考えさせる。

イ 消費者としての判断力育成に結び付く活動

低価格な加工食品が身の回りに多く、同じ調理品でも多くの企業が商品を販売するなど、選択の幅が広がっている。しかし、利便性ばかりではなく、使用されている食品添加物の安全性については様々な見解がある。そこで、前時に加工食品について学習させる中で、食品添加物の安全性に関する記事を読ませる。そして、自分の食生活における食品添加物との付き合い方についての考えをまとめさせる。

本時では、第一次第2・3時の調理実習の経験を振り返らせながら、市販の加工食品と手づくりのものとの比較によって、それぞれの長所と短所に関心を向けさせる。その上で、実生活の具体的な場面を設定（A 友人を招待しての会食，B 遅く帰宅しての夕食づくり）し、市販の加工食品と手づくりのものとのどちらを選択するかを考えさせる。

5 授業展開

表20 学習指導案

本 時 案 (第二次第2時)		
学習目標	○加工食品の用途や場面に応じた選択をすることができる。 [工夫・創造]	
学習活動	教師の支援・指導上の留意点	評価 [観点] (方法)
1 本時の目標を知る	<ul style="list-style-type: none"> ○生活の中のどのような場面で加工食品を利用しているか話し合わせる。 ○前時に学習した食品加工の目的や食品添加物の使用について確認し、本時の学習目標を知らせる。 	
加工食品の選び方を考えよう		
2 加工食品のパッケージに書かれている情報を知る	<ul style="list-style-type: none"> ○加工食品のパッケージに書かれている情報を書き出させる。 ○パッケージにある情報を、商品購入時に有益な情報と判断を惑わす情報に分類させる。 	
3 加工食品と手づくりのものの比較をする	<ul style="list-style-type: none"> ○加工食品と手づくりのものの原材料や価格、調理時間を示し、それぞれの長所と短所を考えさせる。 ○ここでは調理実習で扱った調理品（ミートソース）を教材に取り上げ、実感を伴った比較ができるようにする。 	
4 実生活の具体的な場面における食品の選択について考える	<ul style="list-style-type: none"> ○加工食品と手づくりのものの長所と短所を押さえた上で、選択をさせる。 ○選択した理由を発表し合うことで、用途や場面に応じた判断が必要であることに気付くようにする。 	加工食品の用途や場面に応じた選択をすることができる [工夫・創造] (ワークシート)
5 加工食品を選ぶときのポイントを整理する	<ul style="list-style-type: none"> ○パッケージから得られる情報に関心を向けるだけでなく、実生活における選択についても視野に入れるように助言する。 	
6 本時を振り返り自分の考えをまとめる	<ul style="list-style-type: none"> ○ワークシートの自己チェック欄を使用し、本時の振り返りをさせる。 ○すべてのものを手づくりすることは調理の能率を考えると困難であることにも触れ、よりよい食生活を営むためには、市販の加工食品と手づくりのものを用途や場面に応じて使い分ける工夫が必要であることを伝える。 	

6 授業の様子

(1) 加工食品のパッケージの分析について

加工食品のパッケージをグループに配付したところ、興味を持って丁寧に読み取ることができた。生徒は開封の仕方の注意など、予想もしていなかった様々な情報が掲載されていることに気付いた。こうした気付きを基に、生徒は自分が商品を購入する際にはそれらの情報が有益かどうかを、よく読むことで判断したいとつぶやく姿が見られた(図24)。



図24 パッケージ分析の様子

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

生徒は、前時の食品添加物の記事を読む中で、自分たちが日ごろ食べている市販の加工食品に食品添加物を使用されているということを実感しているようだった。また、その安全性についての様々な見解を知ることによって、安全なものを使用してほしいという願いを持つ生徒が多かった。

市販の加工食品と手づくりのものとの比較では、調理実習で手づくりしたミートソースと市販のミートソース缶を取り上げて、価格や調理時間の違いだけではなく、原材料の違いや含まれている食品添加物に注目する様子が見られた。その後、実生活の具体的な場面を設定し、市販の加工食品と手づくりのものとの選択をさせたところ、一人一人がそれぞれの長所と短所を理解した上で、使い分けをしようとする姿が見られた。

7 実践についての結果と考察

(1) 加工食品のパッケージの分析について

生徒は加工食品のパッケージの情報を書き出すことで、多くの情報が掲載されていることを知った。また、それらの情報が小さな字で書かれていることから、今まで読んでいない情報が多くあったことにも気付くことができた。それを分析することで、掲載されていることの多くは私たちにとって有益な情報であると考えた生徒が多く、パッケージをよく見て購入することの必要性に気付くことができた。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

市販の加工食品と手づくりのものを比較する活動では、調理実習で使用したものを教材にしたことで、価格や調理時間の違いだけではなく、材料の違いに着目することができた。また、前時に食品添加物について学習した経験が生かされ、原材料を丁寧に読み取るなど、品質表示に書かれていることへ関心を示す生徒の姿となって表れた。実生活の具体的な場面での選択では、調理実習の経験から、相手のことを考えて作る手づくりの温かさや加工食品の利便性など、それぞれの長所を理解した上で、市販の加工食品と手づくりのものの用途や場面に応じた選択を考えた様子が、ワークシートの記述からも見られた(図25)。

以上のことは、加工食品のパッケージ分析をしたことで得られた新たな知識が、生徒の消費者としての判断力育成に結び付いたためと考えられる。

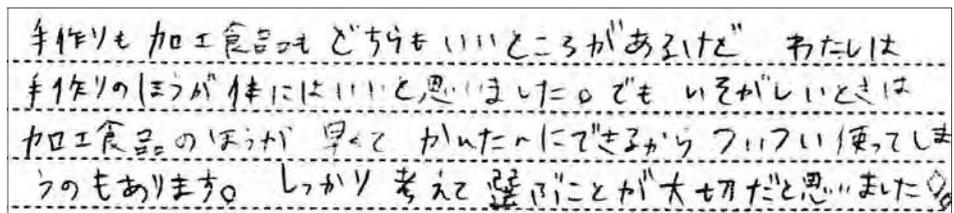


図25 加工食品と手づくりのものを比較した後の生徒の感想(一部)

《実践事例8》

中学校技術・家庭〔家庭分野〕

1 テーマ

めざせ、買物の達人！

2 新しい学習指導要領での位置付け

D 身近な消費生活と環境
(1)家庭生活と消費
ア 消費者の基本的な権利と責任
イ 販売方法の特徴、物資・サービスの選択、 購入及び活用
(2)家庭生活と環境
ア 環境に配慮した消費生活の工夫と実践

* は、この題材で実践した事項

3 「めざせ、買物の達人！」指導計画（全4単位時間）

第一次 商品の購入と支払い（1時間）

第二次 商品の選択（2時間）

第1時 通学靴の買物の大切な視点は？

第2時 通学靴の買物に挑戦！【本時】（表21参照）

第三次 自立した消費者を目指して（1時間）

4 「D 身近な消費生活と環境」の視点

(1) 題材のねらい

生徒が毎日の生活で使用する通学靴を購入する際に、何を重視して選択すればよいのかを考えさせたり、選択するためには通学靴の何をどのように調べたらよいのかを考えさせたりしながら学習を進め、既存の価値観がより適切な価値観に変容することを目指して本題材を設定した。

(2) 実践上の工夫

ア 通学靴の購入について

通学靴は生徒が毎日使用しており、評価がその場でできる、生徒にとって身近な商品である。本題材では、「通学靴」を教材として取り上げ、購入のための実践的、体験的な学習が展開できるようにする（図26）。生徒は、商品本来の機能よりデザイン性やブランドを重視する傾向があり、商品を購入する際に必要な多面的な視点に気付かせたり優先順位を判断させたりするには、通学靴が適したものであると考える。

イ 消費者としての判断力育成に結び付く活動

生徒は、情報は量だけでなく質も重要であることを前時で学習している。本時では前時の学習を生かして、通学靴に関する情報を収集し、商品を選択する場面を設定する。さらに、選択した商品の品質と価格を分析する活動により、品質と価格について理解した上で、目的に合った商品の選択が本当に適切にできているかどうかを見つめ直す。ここでは、選択結果よりも情報の活用によって商品選択の判断をするまでの過程に学習の重点を置き、その理由について自分の考えをまとめることができるようにする。



図26 通学靴を分析する生徒の様子

5 授業展開

表21 学習指導案

本 時 案 (第二次第2時)		
学習目標	<p>○靴の価格が異なる理由が分かり，説明することができる。 [知識・理解]</p> <p>○通学靴の品質と価格との関係についてまとめ，どのようなものが自分の価値判断基準に合っているのかを考えることができる。 [工夫・創造]</p>	
学習活動	教師の支援・指導上の留意点	評価 [観点] (方法)
1 本時の目標を知る	○通学靴の品質と価格との関係を考えながら，購入の際の価格のとらえ方を学習していくことを伝える。	
通学靴の買物に挑戦！		
2 価格の異なる2種類の靴のどちらを購入したいかを考える	○前時の学習を踏まえ，「通学靴として必要な品質を備えている靴」で価格の異なるものを2種類示し，購入したい靴を各自が選ぶ場面を設定する。 *靴A (3,900円)，靴B (7,200円)	
3 選んだ靴と選ばなかった靴の価格が異なる理由を考える	○2種類の靴の価格はどのようにして付けられたものかを考えさせながら，価格が異なる要因にはどのようなものがあるのかを分析させる。	
4 品質と価格の関係を知る	○品質と価格は一般的に比例関係にあるが，価格には材料費以外に様々な経費や需要供給関係に影響を受けた利益も含まれていることについて，資料を活用するなどして気付かせるようにする。	靴の価格が異なる理由が分かり，説明することができる [知識・理解] (発表，ワークシート)
5 改めて2種類の靴のどちらを購入したいかを考える	○商品の品質と価格の関係を考えながら，自分にとってより適切な靴はどちらかもう一度選び直し，その理由をまとめるようにする。	どちらの靴を購入したいか，その理由について考えることができる [工夫・創造]
6 本時のまとめをし次時の予告を聞く	○品質に合った価格の商品を選択することについて学習したことを確認し次時は，環境に配慮した視点から再検討することを告げる。	(ワークシート)

6 授業の様子

(1) 通学靴の購入について

靴Bを選択した生徒からは「価格が高い物は品質がよいので高い方がよい」という意見が、靴Aを選択した生徒からは「機能さえ備わっていれば安い方がよい」という意見が出された。

「2倍の価格である靴Bにそれだけの価値があるか」と問いかけたとき、多くの生徒から「どうなんだろう。確かに疑問に思う」「2倍の価格の価値までではないような気がする」などの意見が出た。そこで、「靴の何に対して支払いをするのか」と問いかけ、価格が決められる仕組みを学ぶ学習に結び付けた。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

前時に通学靴を選択する視点を出し合った際には、デザインやメーカーを最優先に考える生徒が多かったが、靴は足を守り歩行をサポートするのが本来の機能であり、そうした機能に関する情報を視点として挙げた生徒も見られた。

本時では前時の活動を踏まえ、足を守る機能を十分に備えた価格の異なる白色の通学靴2種類（A 3,900円、B 7,200円）を用意し、いずれかを選択する学習を展開した。生徒は、メーカー、インソールの厚み、アッパーの素材、ステッチの量、ひもの形状、夜行反射部分の有無、かかとのエアの有無、つま先の形状、靴底の滑り止め等、2足の違いを数多く分析した。そして、どの生徒も価格には材料費以外に様々な経費や需要供給関係に影響を受けた利益も含まれていることに気付いた。この分析結果を基に、改めて自分が購入したい靴を選択し、その理由をまとめた。

7 実践についての結果と考察

(1) 通学靴の購入について

商品の選択や購入に関する学習で取り扱う教材としては、生徒の消費生活において身近な商品であることが望ましい。例えば文房具等もその教材となり得る商品であるが、生徒にとって文房具は「複数持っていて困らないもの」「気軽に購入できるもの」であるため、選択する際に強いこだわりを持ったり多面的に判断したりすることが現実的ではない場合も多い。通学靴は購入後比較的長期間、毎日使用するものであるため、様々な視点を持って判断する必然性のある教材である。この学習終了後には、生徒から「今後は他の商品でも、その値打ちがあるか、なぜ欲しいか、本当に必要なか考えて選びたい」「本当に値打ちがあるかどうかを決めるのは自分自身」など、新たな見方・考え方を獲得した感想が出された。このことから、本題材で通学靴を取り扱ったことは有効であったと考える。

(2) 消費者としての判断力育成に結び付く活動

図27に示す生徒の授業後の感想から、価格の違いは品質の違い以外にも様々な要素の組み合わせで生まれたものであることに気づき、商品の何にその金額を支払っているかという視点を持つことが選択の際に重要であることなどに気付いたことがうかがえる。また、靴としての機能を十分に備えていれば、後はその商品の品質や付加機能が自分の生活に合っているかどうかを検討し、品質に見合った価格であると判断したものを選択するとよいなどの新しい価値観も獲得することができていた。これらは、様々な情報を収集

・選択させながら、商品の選択結果よりも判断をするまでの過程に学習の重点を置いて活動させた効果であると考えられる。

・案外安くてもよいものや高くても悪いものがあり、一つの情報だけに惑わされてはいけない。靴は様々な工夫がされていて、自分の足に合ったものを買う必要がある。
・靴についてあまり考えたことがなかったけれど、足は大事なところでその足を守るための靴もとても大切なものだということが分かりました。商品の価格には、たくさんのお金が入っているんだなと分かりました。実際の商品自体の価格はどのくらいなのか知りたいです。次に靴を買うときはもっとしっかり考えようと思います。
・靴はそんなに違いはないと思っていましたが、細かく見たらいろいろな違いがあってびっくりしました。箱とか広告にお金を出しているのはちょっと不満。
・靴は今までデザインなどで選んでいただけで、会社の人はいろいろな工夫をしてお金をかけて作っていることが分かった。値段だけで決めてはいけない！！

図27 本時終了後の生徒の感想（一部）

平成20・21年度岡山県総合教育センター共同研究
「児童生徒の消費者としての判断力育成のための授業実践パッケージの開発」
研究協力委員会

研究協力委員

平成20年度

西森 美加	岡山市立大野小学校教諭 (平成19年度から継続)
山本 則子	岡山市立彦崎小学校教諭 (平成19年度から継続)
家森 康彰	赤磐市立笹岡小学校教諭 (平成19年度から継続)
石井 聡	岡山市立伊島小学校教諭
三宅 美弥	高梁市立有漢東小学校教諭 (現 総社市立常盤小学校)
影山 知美	津山市立弥生小学校教諭

平成21年度

福田 聡	岡山市立福浜中学校教諭
十河 裕美	倉敷市立連島南小学校教諭
井上 徹	総社市立常盤小学校教諭
吉村 有紀	総社市立総社中学校教諭
小橋 和子	岡山大学教育学部附属中学校教諭

山内 隆彦	岡山県総合教育センター情報教育部長
高橋 伸明	岡山県総合教育センター情報教育部指導主事
長谷川陽子	岡山県総合教育センター教科教育部指導主事