

平成29年度 「見て・聞いて・触れて学ぼう消費者教育事業」



社会見学を活用した  
消費者教育授業の実践事例集



山口県消費生活センター

平成30年3月



## はじめに

高齢化の進展、高度情報通信社会の進展、消費生活におけるグローバル化の進展などにより、消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。それに伴い、消費者問題の内容も変化してきています。

このような変化に対応するためには、消費者が自主的かつ合理的に行動できるように児童期・青年期・老年期などのライフステージに応じた消費者教育が重要であることから、県では各ライフステージに応じた消費者教育を推進しており、児童期においては、消費者啓発講座の実施や教職員等を対象とした消費者問題に関するセミナーの開催、中学校及び高等学校に消費者教育の専門家を派遣する「消費者教育アドバイザー派遣事業」などに取り組んできました。

平成29年度は、小学校における消費者教育を支援するため、消費者教育の視点での社会見学及び社会見学を活用した消費者教育授業を行う「見て・聞いて・触れて学ぼう消費者教育事業」を実施したところです。

小学生期は、主体的な行動や社会などへの興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期です。このため、体験を通じた実践的な消費者教育を行うことにより、児童が、日常生活の中で適切な消費行動を取ることができる能力を身に付けることを本事業の目的にしています。

また、効果的な消費者教育の視点での社会見学等を実施するため、県が派遣する消費者教育に関する専門家や学校が所在する市町の消費生活相談員、消費者団体などを交えた授業検討会を開催し、社会見学等の内容を協議しました。

このたび、小学校2校で実施された消費者教育の視点での社会見学及び社会見学を活用した消費者教育授業を、「消費者教育授業の実践事例集」としてまとめましたので、県内各小学校の消費者教育授業の一助となれば幸いです。

最後に、本実践事例集の作成に御協力いただきました、各小学校の教職員の皆様、並びに消費者教育に関する専門家を派遣いただきました公益財団法人消費者教育支援センターに対しまして、深く感謝申し上げます。

平成30年（2018年）3月

山口県消費生活センター  
(山口県環境生活部県民生活課内)

## 目 次

◇ はじめに	… P 1
◇ 小学校における社会見学を活用した消費者教育授業の実践事例	
1 下関市立小月小学校	
(1) 消費者教育授業の実践事例 《家庭科》 「めざそう買い物名人」 下関市立小月小学校 第5学年 教諭 重枝 孝明	… P 5
(2) 社会見学の内容	… P17
2 宇部市立小野小学校	
(1) 消費者教育授業の実践事例 《家庭科》 「じょうずに使おう お金ともの」 宇部市立小野小学校 第5・6学年 教諭 藤井 敬之	… P19
(2) 社会見学の内容	… P30
◇ 資料編	
1 消費者教育・啓発用教材の貸出について	… P33
2 消費者教育・啓発用教材分類一覧表(若年者用抜粋)	… P39
3 消費者啓発出前講座の講師派遣について	… P55
4 消費生活相談窓口一覧	… P59

小学校における社会見学を活用した

# 消費者教育授業

## の実践事例





# 1 下関市立小月小学校の社会見学を活用した消費者教育授業の実践事例

## ◇ 消費者教育授業の実践事例 第5学年 家庭科「めぞそう買い物名人」

### 1 学校名・職氏名

下関市立小月小学校 教諭 重枝 孝明

### 2 児童

第5学年 37名

### 3 学習指導案

#### (1) 題材名

めぞそう買い物名人《家庭科》

#### (2) 題材の目標

- 買い物の仕組みや消費者の役割、物や金銭の大切さ及び身近な物の選び方、買い方を理解し、購入するために必要な情報の収集・整理が適切にできる。
- 購入に必要な情報を活用し、身近な物の選び方、買い方を考え、工夫することができる。
- 買い物を中心とした消費活動に関心をもつとともに物や金銭を大切にし、よりよい買い物を目指して工夫して活動しようとする。

#### (3) 単元設定の意図

##### ① 児童観

私たちは、毎日様々な物やサービスを購入して生活している。本校周辺は、スーパーマーケットやコンビニエンスストア、大型ショッピングセンターがあり、本学級の子供も自分の好きな物を小遣いで買ったり、家の人に買ってもらうなどの買い物経験が多い。そのため子供たちは、お菓子やゲームの値段といった自分にとって身近な物の金銭に関する知識はある。しかし、自分の家庭では、どのようなことにお金が使われているのかを考えることは少なく、お金を大切にするように言われていても、その理由や具体的な方法について深く考えてもいない。さらに、「〇〇のゲームソフト」というように、「欲しい物」を買うことが多く、物の購入に際して情報を収集・整理・活用して商品を選択するなどの計画的な購入の経験もあまりない。

##### ② 教材観

時代とともに消費活動のあり方は変化している。現代では、悪質商法や契約の知識不足によるトラブルなど、多くの問題が起きていて、喫緊の課題の一つとして挙げられている。「消費者の権利尊重と保護から自立へ」を目指して2012年に消費者教育推進法が制定され、子供から大人までが消費者教育の対象となった。

また、2020年施行の新学習指導要領では、「消費者教育」の指導内容が充実されている。実際に、ゲームの課金やインターネットでの買い物など、子供たちのすぐそばにも消費者として判断・行動しなければならない場面が迫っている。商品の選び方や買い方について考えることを中心とする消費者教育の視点を取り入れた学習は子供たちにとって価値がある。

## 社会見学を活用した消費者教育の実践事例①

本単元は、牛乳を教材として取り上げた。それは、給食で毎日飲んでいるだけでなく、ヨーグルトやアイスクリームなどの加工品も多く、子供たちにとってなじみが深い食品だからである。また、スーパー等の店舗には、必ず数多くの牛乳が陳列されていることから、商品選択の幅も広く、本学習に適した素材であると考えた。

### ③ 指導観

本題材では、以下の手立てを重視する。

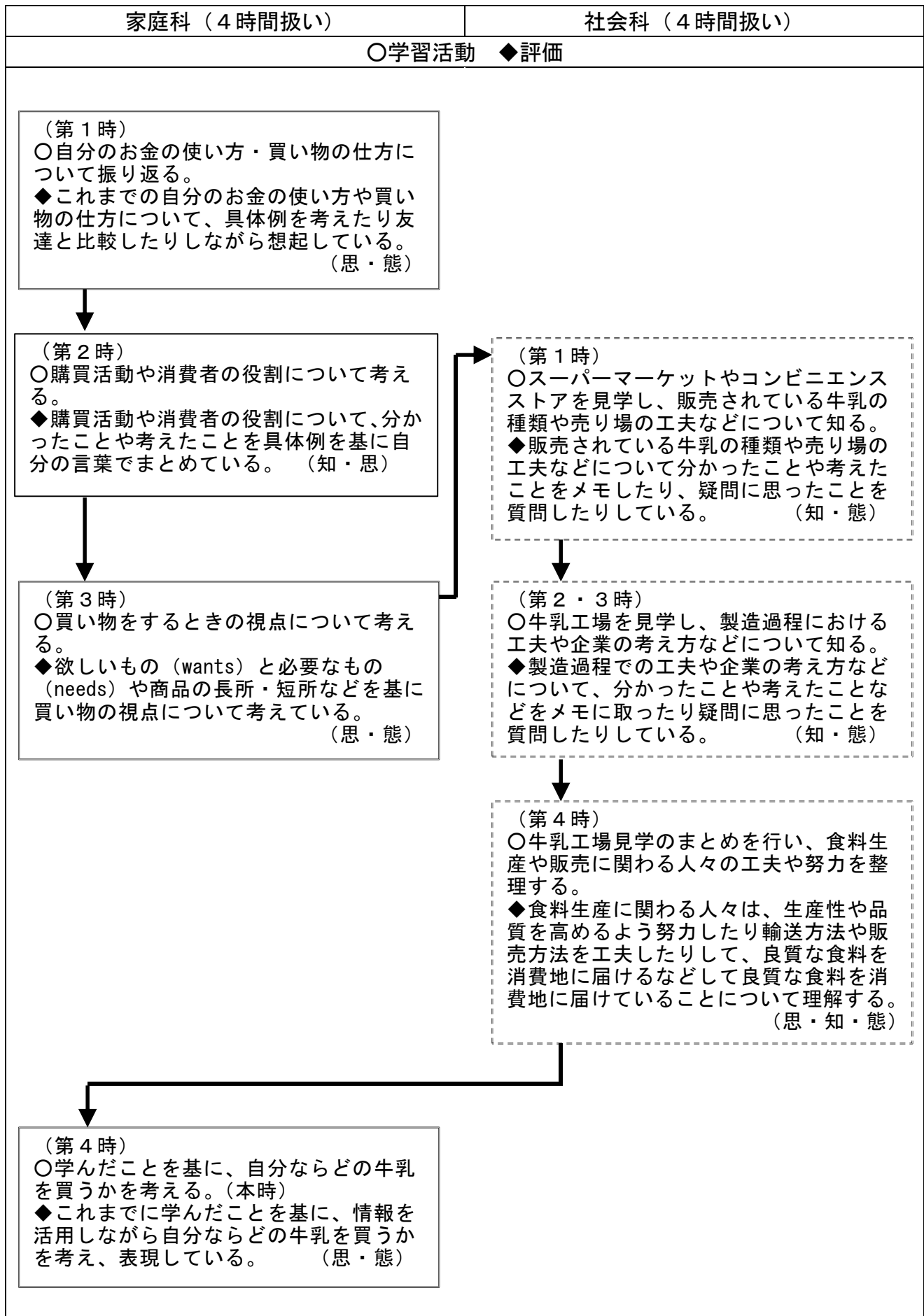
- ・社会科で店舗や牛乳工場の見学を行い、消費者と販売者の考え方、販売・生産の工夫や企業の考え方を体験的に知ることによって商品選択の情報を増やすことができるようにする。社会科では、食料生産に関わる人々による生産性や品質を高める努力や輸送方法・販売方法の工夫で良質な食料を消費地に届けていることを学ぶ。また、生産の工程、人々の協力関係、技術の向上、輸送、価格や費用などに着目して、食料生産に関わる人々の工夫や努力を捉えさせるが、この社会科の学びで得た知識や思考力・判断力等を家庭科の商品の選び方や買い方の学習とつなげることで、学びを実際の生活で生かすことができる。つまり、何のために学ぶかが明確になると考える。
- ・複数の商品を選択したり、自分にとって必要な条件を考えたりする活動を設定することで、商品購入の際の価値判断・意思決定する力を育むことができるようにする。つまり、学習したことを実際の生活に生かすことを意識させた学びとしていく。
- ・家庭における買い物についてのアンケートを取ったり、授業で学習したことを家庭で再度考える課題を出したりすることによって、学習と生活を結び付けるようにする。

### (4) 題材の評価規準

	知識及び技能	思考力・判断力・表現力	主体的に学習に取り組む態度
評価規準	<ul style="list-style-type: none"><li>・買い物の仕組みや消費者の役割及び物や金銭の大切さと計画的な使い方について理解している。</li><li>・身近な物の選び方、買い方を理解し、購入するために必要な情報を収集・整理できる。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・購入に必要な情報を活用し、身近な物の選び方や買い方を社会科見学や生活経験などから考え、工夫している。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>・買い物を中心とした消費活動に関心をもつとともに物や金銭の大切さについて考え、よりよい買い物を目指して工夫して活動しようとしている。</li></ul>



(5) 学習計画 (家庭科 4 時間 社会科 4 時間 全 8 時間)



(6) 本時案 (本時は全 8 時間中の 8 時間目)

① 目標



様々な情報の中から自分に必要な情報を選び出し、それを基に担任や自分の家庭の状況に合った商品を考え、選択することができる。

② 準備

牛乳パック

③ 学習過程

学習内容・学習活動	予想される学習者の反応	教師の支援																																								
<p>1 本時の課題をつかむ。</p> <p>課題：担任の家庭の牛乳購入メニュー：クリームシチュー 家族構成：4人 (本人・父・母・祖母)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クリームシチューの材料は、じゃがいもと牛乳と…</li> <li>・多くの種類の牛乳があるよ。この中から選ぶのか。</li> <li>・先生は何人家族なのだろう。</li> </ul>	<p>○家族構成などについて質問を受けることによって、商品選択の視点にすることができるようにする。</p>																																								
<p>あなたならどの牛乳を買いますか？</p>																																										
<p>2 自分ならどの牛乳を買うか情報を整理して考える。</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>牛乳</th> <th>A</th> <th>B</th> <th>C</th> <th>D</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>パッケージ</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>価格</td> <td>246円</td> <td>246円</td> <td>343円</td> <td>187円</td> </tr> <tr> <td>品質</td> <td>牛乳</td> <td>牛乳</td> <td>成分調整牛乳(特濃)</td> <td>乳飲料(低脂肪)</td> </tr> <tr> <td>産地</td> <td>山口県</td> <td>東京都</td> <td>岡山県</td> <td>山口県</td> </tr> <tr> <td>量</td> <td>1000mL</td> <td>900mL</td> <td>1000mL</td> <td>1000mL</td> </tr> <tr> <td>賞味期限</td> <td>12月10日</td> <td>12月8日</td> <td>12月7日</td> <td>12月9日</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td></td> <td>キャップ</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	牛乳	A	B	C	D	パッケージ					価格	246円	246円	343円	187円	品質	牛乳	牛乳	成分調整牛乳(特濃)	乳飲料(低脂肪)	産地	山口県	東京都	岡山県	山口県	量	1000mL	900mL	1000mL	1000mL	賞味期限	12月10日	12月8日	12月7日	12月9日	その他		キャップ			<p>○情報を整理させる。</p>
牛乳	A	B	C	D																																						
パッケージ																																										
価格	246円	246円	343円	187円																																						
品質	牛乳	牛乳	成分調整牛乳(特濃)	乳飲料(低脂肪)																																						
産地	山口県	東京都	岡山県	山口県																																						
量	1000mL	900mL	1000mL	1000mL																																						
賞味期限	12月10日	12月8日	12月7日	12月9日																																						
その他		キャップ																																								
<p>3 課題についてグループ・全体で交流する。</p> <p>【商品選択の視点】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・価格 ・産地</li> <li>・品質 (脂肪分)</li> <li>・環境 ・量</li> <li>・賞味期限など</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地元のものを買いたいな。</li> <li>・値段は安い方がいいかな。</li> <li>・見学で安全・安心に気をつけていると聞いた。Aかな。</li> <li>・Bはキャップが付いていて、あけるときに便利そうだけど捨てるのに困るかな。</li> </ul>	<p>○実際にパッケージを見て、商品選択の参考にできるようにする。</p> <p>○第3時で挙げた視点(商品の長所・短所)や工場見学で知ったことを基に考えるように促す。</p>																																								
<p>4 自分の家庭の場合について考える。</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・家族は濃い味が好きだから、Cにしようかな。</li> <li>・お父さんはいつも低脂肪だからDがいいかな。</li> <li>・わたしはこの2つで迷っているのだけどみんなはどう思う？</li> </ul>	<p>○家族構成や自分、家族の好みを基に考えている子供を価値づけ、全体に広げていくようにする。</p> <p>○悩んでいたり困っていたりしたら周りにアドバイスさせる。</p>																																								

牛乳	A	B	C	D
パッケージ				
ねだん	246円	246円	343円	187円
種類別	牛乳	牛乳	成分調整乳	乳飲料
内容量	1000mL	900mL	1000mL	1000mL
気付いたこと				
課題① 選んだ牛乳 A	理由 きらら牛乳 ↓ 種類別で牛乳だし、まあまあ安いし、1000mL入っているし、山口県の土産地消だから。			
班・全体 交流での 気づき	みんなそれぞれだった。栄養を考えている人もいた。			
課題② 選んだ牛乳 A	理由 飲んだことないから、飲んでみたいし、土産地消だから			

5 本時を振り返る。

・最初は値段の安さだったけど、友達の考えを聞いて、高くてもおいしいのいいと思ったよ。

○商品選択に際して、自分にとって大切にしている視点を確認させる。

《板書計画》

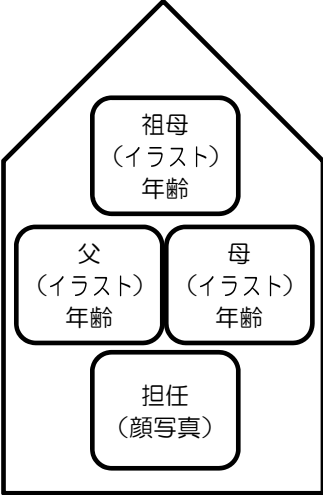
めざそう買い物名人

あなたならどの牛乳を選びますか

クリームシチュー (写真)

クリームシチューの材料

- ・にんじん
- ・ブロッコリー
- ・じゃがいも
- ・ルー
- ・牛乳
- など



家族についての情報

- ・味の好み
- ・脂肪
- ・値段
- など

牛乳	A	B	C	D
パッケージ	写真	写真	写真	写真
児童の気付き ・栄養 ・値段 ・量 ・産地 など				
課題①				
交流での気付き				
課題②				

本時の振り返り

- ・わかったこと
- 考えたこと
- 生活に生かしたいこと

# めぞう買い物名人

名前

めあて

知りたいこと（1つだけ）

牛乳	A	B	C	D
パッケージ				
気付いたこと				
課題① 選んだ牛乳	理由			
班・全体 交流での 気づき				
課題② 選んだ牛乳	理由			

ふり返り

○家の人の考えはどうか？聞いてみよう！！

課題② 選んだ牛乳	理由
--------------	----

#### 4 指導上の工夫

##### (1) 情報を基に自己選択する場の設定

購入の際には、商品の特徴や価値を見だし、選択・決定する力が必要とされる。そこで本時では、価格や産地、脂肪分などの牛乳に関する様々な情報から、自分が重視するものを選び出し、商品を選択する場を設定した。

##### (2) 学習と生活を結び付ける課題

担任の家庭の牛乳購入について考えた後、自分の家庭の場合について考える課題を設定した。また、授業で学習したことを家庭で再度考える課題を出すことによって、学習と生活を結び付けるようにした。

#### 5 成果と課題

##### (1) 成果

###### ① 社会見学の有効性について

本時では、担任の家庭及び自分の家庭でクリームシチューに入れる牛乳を選ぶという課題に取り組んだ。4種類の牛乳の中から、見学に行った工場の牛乳を選択する子供たちがいた。その子供たちは、「地産地消だから」、「工場の人が勧めていたから」、「やまぐちブランドだから」など、見学で見たことや聞いたことを理由として挙げていた。これは、社会見学で得た知識を授業で活用していることを表している。また、社会見学後のまとめの時間では、地産地消の意味やその効果についても考え、用語だけでなく、その言葉の意味を説明する知識も獲得することができた。これらのことから考えると、社会見学を行ったことは、子供が商品選択をする際の情報を増やすことに一定の効果があったと考えられる。

###### ② 様々な情報や家庭の状況を基に商品を選択する力の育成について

牛乳には、価格、産地、成分など商品を選択する際の視点となる様々な情報がパッケージに記載されている。本時では、4種類の牛乳をグループごとに用意し、自由に手に取って見ることで自分に必要な情報を選び出すことができるようにした。それをワークシートに記入し、比較することで商品を選択する際の理由にした。子供たちは、それぞれの視点で情報を読み取り、ワークシートにまとめていった。どの子供も、自分なりの視点を持ち、購入する牛乳を選択することができた。普段はほとんど見ることのないパッケージを見ることで多くの気づきが生まれた。さらに、「これからパッケージをよく見たい」という生活につなげようとする発言もあり、情報を基に商品を選択する力の育成の一助とすることができたのではないかと考えている。また、意見を交流することで、大切にする視点や選ぶ牛乳は異なるということに気付くことができた。ある子供の授業後の振り返りの「みんなそれぞれの牛乳を選ぶかは違う」という記述はそのことを示している。

本時では、課題「①担任の家庭の牛乳を選ぶ」「②自分の家庭の牛乳を選ぶ」という2つの課題に取り組んだ。これは、担任と自分の家庭、つまり、家庭の人数や好み、年齢といった状況で選択が異なることに気付かせることをねらったのものであった。そのため、授業の中で、子供たちにどの牛乳を選ぶかを尋ねた。その結果が次項の表である。

**表 牛乳別の選択した人数とその主な理由**

課題「①担任の家庭の牛乳を選ぶ」「②自分の家庭の牛乳を選ぶ」

牛乳	A	B	C	D
課題①の人数	9	7	10	8
主な理由	・山口県産の牛乳 ・地産地消 ・工場おすすめ	・そそぎやすい ・「おいしい」と書いてある ・生乳100%	・水を抜いていてシチューにあいそう ・栄養たっぷり	・安い ・脂肪分が少ない
課題②の人数	13	10	7	4
主な理由	・飲んだことないから飲んでみたい ・5人家族だから安く多くの方がいい ・低脂肪はきれい	・飲みなれている ・家で飲んでいる	・とろみが出そう ・クリーミーでおいしい	・家族が好きな味 ・安い

課題①と②の違いについて、理由に興味深い特徴が表れた。課題①の理由として主に出てきたのは、産地や成分といった、その牛乳独自の特色であるのに対して、課題②では「飲みなれている」「家族が好き」といった、自分の家庭の状況に関することであった。これは、子供たちが、担任や自分の家庭の状況を基に牛乳を選択していることを表している。中には、「飲んだことがないから家族に勧めてみたい」という意見もあり、自分の家庭に思いを馳せている様子が伺えた。

③ 学習したことを生活につなげる

家庭科では、学んだことについて家庭で実践していくことが大切であると考え。そこで、本時で学習したことを家庭で再度考える課題を出した。具体的には、どの牛乳を選ぶかを家族（保護者）に聞くというものである（図）。「牛乳という種類別を必ず購入する」や「地元で作られているものを選ぶ」といったその家庭が大切にしている視点やこだわりが見られた。子供と家族で選んだ牛乳が異なる家庭もあり、家族が大切にしている視点を知るよい機会になったと感じている。

【図 家族が考えた課題の答え】

課題① 選んだ牛乳 C	理由 なぜなら水分だけをぬいていておいしいから。 でもちょっと高い
班・全体 交流での 気づき	しつなとを見ていた。 カルツウ おたし
課題② 選んだ牛乳 A	理由 遮光性パックで山口ブランドだから
①牛乳は成分がまちまちにしておき3つ ②どんなものをえらべようかかみかえろ。	
○家の人の考えはどうか？聞いてみよう！！	
課題② 選んだ牛乳 B	理由 AとBが 生乳100%なので選んだ。値段も同じなので、飲むだけ 用い開めが簡単でこぼれにくいキャップのBを選んだ。

## (2) 課題

「見て・聞いて・触れて学ぼう消費者教育事業」を活用した授業で社会見学を行い、販売・生産の工夫や企業の考え方を体験的に知ることによって子供の商品選択の際の情報を増やすことができたと考えている。一方で、課題として公教育における企業に対する見方・考え方の公平性が挙げられる。本事業で見学を行った店舗・工場はそれぞれ1社ずつである。牛乳工場では地産地消について学び、その考え方が大切だということを知ることができたが、子供にそれがすべてであり、見学に行った企業の牛乳が最もよいという価値観を与えてはならない。あくまで商品選択の際の視点の一つでなければならないのである。そのためには、社会見学で学んだことを特定の企業の事例としてではなく、一般化して考えることが必要であると感じた。同時に、販売者や生産者側の考え方を知るだけでなく、自分の商品選択が購買活動にどのような影響を与えるかといったことについても学び、消費者としての意識を高めることが重要であると考えている。

## 6 授業検討会での意見

### (1) 指導案検討の際の意見

- 学んだことを生活につなげる必要がある。具体的な方法や手立てを考えたい。
- クリームシチューの材料を購入するという状況設定を例示し、それを基に児童に自分の家では何を選ぶか考えさせ、発表させる流れはどうか。
- 単元計画をフローチャートにして、社会科の部分と家庭科の部分とを分けるとよい。家庭科以外でも消費者教育ができることが示せる。
- 家庭科の授業だけでは難しいが、今回のように社会科と連携すると、生産者である企業の考え方と消費者である家庭の考え方の二つを比べながら学べる。別々に学ぶのではなく、一定の時期にまとめて学ばせることで学習の深まりという点から効果的になることが期待できる。
- 商品選択の視点について、社会見学で学んだことを基に自分が大事にしている視点を3つ程度児童に選ばせるとよい。こうすると、社会科と家庭科の教科横断的な指導になる。

### (2) 授業実施後の意見

- 今日の児童たちのワークシートを見ると、子供たちの視点は「価格」が一番初めに書かれている。つまり、子供の価値観が「価格」に縛られているということである。ここに別の視点（地産地消、環境、健康、家族、持続可能性など）を加えるのが消費者教育になる。
- 児童のワークシートと板書が一致することが大事。45分の授業をもれなく、効率的に実施するために。また、板書と一致するワークシートを作成すると、ワークシートの説明不要になり、時間の節約にもなる。
- 牛乳パックの実物を出したインパクトはとても強かったと思う。



## 7 消費者教育アドバイザーの総評

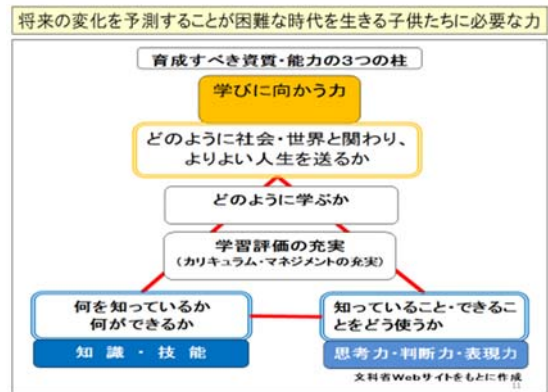
### (1) 新学習指導要領で育む「資質・能力」と消費者教育

新学習指導要領（以下、「学習指導要領」という。）では、将来の変化を予測することが困難な時代を生きる子供たちに求められる資質・能力を三つの柱で整理して示しています（図1）。

これまでの指導は、教員が「何を教えるか」という点から授業を組み立てていましたが、これからは、「何ができるようになるか」という観点で、育成を目指す資質・能力を整理して、「どのように学ぶか」や「学びをどのように生かしていくか」の「学びに向かう力」を育成していきます。知識や技能の量ではなく、学びの質が重視されたこととなります。

では、消費者教育が目指す能力は、どのような能力でしょうか。消費者教育推進法では、次の2つを基本理念としています。

【図1】



- ①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
- ②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

この理念は、学習指導要領で育む「資質・能力」の三つの柱に重なる内容になっています。理念①には、「消費生活に関する知識」とありますが、それは「何を知っているか・何ができるか」ということで、「適切な行動に結びつけることができる」は、「知っていることをどう使うか」と重なります。理念②の「行動することで消費者市民社会の形成に参画」は「どのように社会・世界と関わるか」であり、「学びに向かう力」とも重なっています。

本実践は、身近な物である「牛乳」の選び方、買い方を理解し、購入するために必要な情報の収集・整理が適切にできると共に身近な消費生活をよりよく工夫できることをねらいとしています。複数の「牛乳」の商品情報を活用して考え、それぞれの子供にその子供なりの商品選択をさせました。

これまでの指導では、「牛乳」の選び方・買い方に関する「知識・技能」をまず調べたり取材したりして学び、その「知識・技能」を使って「牛乳」を選ばせていました。しかし、本実践は、複数の「牛乳」から選択する過程で「知識・技能」を身に付けさせています。

「いつもB牛乳。慣れているから。でもどこで生産された牛乳かを気にして選ぶ人がいた」、「これまでは、値段の安い牛乳にしていた。いろいろな種類があるので、使う目的に合わせればよい」、「どこの工場かなとか産地は？原料はどこから？を見て選ぶ人がいた」というように「牛乳」を選択させてその結果を話し合わせることで、商品選択に必要な知識や技能を身に付けています。また、様々な商品選択の視点への気付きは、これから実際の生活でどう生かしていくのかをノートに記述した子供も多かったです。



## (2) 教科横断的な視点

教育課程とは、学校教育の目的や目標を達成するために教育内容を子供の発達や実態、地域の実情も踏まえて学校が組織した教育計画です。学習指導要領では、各学校が学校教育目標実現に向けた教育課程の編成と実施、評価、改善していくことを「カリキュラム・マネジメント」と呼び、「学習効果の最大化を図るカリキュラム・マネジメント」の側面として3つ示しています。

①教科横断的な視点 ②P D C Aサイクルの確立 ③教育内容と教育活動を効果的に組み合わせること

この中の「①教科横断的な視点」とは、どのような視点でしょうか。グローバル化や情報化をはじめとして変化の激しい時代には、特定の教科で習得した学びだけでは対応することは困難です。ですから、学習指導要領では、子供たちに必要な「資質・能力」を明確にし、教科間相互の連携を図ることができるようにしました。その理由は、それぞれの教科だけでは出せない教育効果を教科間相互の連携で更なる効果を発揮させるためです。限定された特定の教科の学びで学習内容の定着を図るということでなく、算数等に位置づく特定の教科の適用場面でもない、全く違った特定の教科の学びで汎用能力育てていくことが、この教科横断的な視点での学びです。汎用能力とは、現在、又は将来の社会生活で他者と協働しながら、主体的に問題を解決していくために学んだことを広くいろいろなことに用いていける力でもあります。

本指導では、5年生になるまでの学びを基に社会科で実施する店舗や工場見学の学習と家庭科での物の選び方・買い方の学習を意図的に同じ時期に学ばせています。それは、店舗や工場見学での体験的な学習を家庭科の学習で広くいろいろな商品を選ぶ力につなげていくためです。社会科が生産者や販売者の視点からの学びとすれば、家庭科は購入者、つまり消費者の視点からの学びになります。「生産者・販売者・消費者」の三者の立場の学びを同じ時期に位置付けたことで社会科見学だけで得られなかった、また家庭科だけでも得られなかった相乗的な学習効果が確認できました。

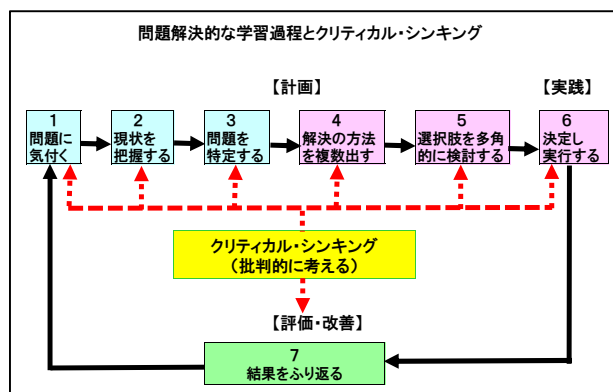
例えば工場見学の際には、「夏は牛乳の生産量が少ない。だからと言って値段をあげない工夫をしている。ぼくたちは安いといいけど、工場はもうかっているのか」、「牛が赤ちゃんを産むことで牛乳を出している。牛乳を買う時、牛が頑張っていると思って買わないとね」等の言葉が子供から聞こえてきました。消費者としての立場からの購入だけでなく、生産者や販売者の立場からの購入を意識できたことは、消費者教育の理念にもある「適切な行動に結びつける実践」や「消費者市民としての意識の育ち」につながっています。社会科の店舗や工場見学の体験的な活動と家庭科学習の相乗的な学習効果が確認できます。

## (3) 「主体的・対話的で深い学び」で「考えさせる」

消費者教育は、子供を「よき思考者 (good thinker)」に育てる教育です。消費者教育で実現する「主体的・対話的で深い学び」は、問題解決的な学習を通して、批判的思考力（考える力）を培う学びでもあります（図2）。

子供の考えは、どうしても自己中心の考えであったり、先入観や誤解があったりします。そのことに気付くためにも話し合いや交流を取り入れて自分の考えはこれでよいのだろうか、

【図2】



間違っていないだろうかと問い続けさせることが必要です、それがクリティカル・シンキングで批判的に考えさせることです。対話的で深い学びは、「考えさせる」指導をすることであり、その「考えさせる」指導が子供を「よき思考者」にすることにつながります。

では、子供を「よき思考者」とするためには、どうしたらよいでしょう。その一つは、社会で起きている問題の多くは、どれも解決策が一つではないのですから複数の解決策を出し合う、その中から自分にとってベターな解決策を選ばせる学習にしていきたいと思います。本実践でも「牛乳」という商品を選択させていますが、A牛乳を選んだらよいというのでもありませんし、B牛乳を選んだ子供が正しいというわけでもありません。解決策は一つではないのでそこからベターな商品選択を促しています。実際の生活につながりやすい問題を学習で取り上げると子供の中に「考える」必要性が出てきます。

次に問題に対する解決策や考えをノートに記述させます。そして、それを選んだ根拠（理由）も記述させるのです。これまでも子供の考えを話し合わせる学習は行われてきましたが、「考えさせる」指導では、その考えの根拠を話し合わせる必要があります。つまり、話し合いでは個々の子供の考えとその根拠を出させない限り「考える」子供にならないということです。「考えさせる」指導では、子供がまず根拠を見付けてから考えを決めると言ってもよいでしょう。考えの根拠がなければ発表はできないということを子供が身に付けたら、その子供が「考える」子供に育ったことであると共に「考えさせる」指導の効果があったこととなります。

本実践での子供の選択は、4種類の牛乳すべてに分散しました。また、その選択の根拠も「脂肪を取りたくない家族がいるがカルシウムは取りたいから」、「地域の牛乳の工場を応援したい」、「小さいサイズの牛乳にする。牛のことを考えると無駄にできない」等の子供の発言や記述があり、対話や交流を通して、商品選択の視点や根拠に広がりが見られました。

体験的な活動である社会科の店舗や工場見学と家庭科の学習を教科横断的な視点で指導した本実践は、学校の教育課程の編成の工夫に加え、地域の人的・物的資源であるスーパーマーケットやコンビニエンスストア、そして地域の牛乳工場を活用した実践で、学習指導要領の「前文」で示された「開かれた教育課程」のあり方を実践しています。

「今日の見学受け入れは、どきどきの連続でした。これまで、受けたことがなかった質問が子供からたくさんあったからです。これから、わたしも勉強します」これは、牛乳工場見学の案内と説明をしてくださった担当者の言葉です。体験的な活動や教科横断的な視点での指導が子供を変容させていたことが担当者のこの言葉からも確認できます。

子供の学びを学校の中から、地域・企業・行政に開いた取り組みは、これまでも各学校で取り組んできましたが、子供の実態や学校の実情、学校教育のねらいを更に周りに理解してもらい、複数の教科の学びの相乗的な学習効果をねらった本実践の取り組みが広がり、つながっていくことに期待します。

◇ 社会見学の内容（下関市立小月小学校）





1 社会見学のねらい

- 牛乳を中心とした商品の売場の工夫、どのような牛乳が売られているか、スーパーとコンビニを比較するなど。
- 牛乳工場における製造工程での工夫、企業の考え方など。

2 社会見学の展開

小月小学校では、2回に分けて社会見学を実施した。

[第1回社会見学]

視 点	場 所	活 動
<p>○消費者のニーズに応じて売り上げを上げるために、お店の人がどのような工夫をしているのかを学ぶ</p>	<p>○アルク小月店 (スーパー)</p>  <p>○ファミリーマート山陽小野田植生インター店</p> 	<p>○売場の概要説明、生鮮食品コーナー、牛乳コーナー、商品の品質管理などについて見学</p>  <p>○売場の概要説明、牛乳の品揃え、コンピュータによる商品管理などについて見学</p> 

[第2回社会見学]

視 点	場 所	活 動
<p>○牛乳の製造過程での工夫や企業の考え方を学ぶ</p>	<p>○やまぐち県酪乳業株式会社本社工場</p> 	<p>○工場・商品の概要説明、牛乳の製造ラインなどを見学</p> 



## 2 宇部市立小野小学校の社会見学を活用した消費者教育授業の実践事例

### ◇ 消費者教育授業の実践事例 第5学年 家庭科「じょうずに使おう お金ともの」

#### 1 学校名・職氏名

宇部市立小野小学校 教諭 藤井 敬之

#### 2 児童

第5・6学年 8人

#### 3 学習指導案

##### (1) 題材名

じょうずに使おう お金ともの

##### (2) 題材設定の理由

本学級の児童（5年男子2名・女子4名、6年男子2名）は、5年生から家庭科が始まり、どの児童も意欲的に学習に取り組んでいる。特に、調理や製作などの実習に関心が高い。一方で、自分の生活をよりよくしようとする考えをもちながら、実際に実行しようとする児童は少ない。また、3世代同居が多く、大切に育てられてきている反面、自分で判断して行動しようとするのが難しい児童が多い。

購買行動の経験は、校区内に買い物ができる施設がほとんどないため、地域の祭りの出店での購買行動はあるが、多くの商品が並ぶ大型スーパーなどでの購買行動の経験はほとんどない。

本単元は、買い物の計画を立てたり、実際に買い物をしたりすることを通して、よりよい買い物の仕方について追求していく学習である。商品を選ぶ際、品質表示に表記されてある情報から商品の特徴に気付き、目的に応じて選ぶことになる。自分の選び方と友達を選び方を比較し、共通点や相違点を見出しながら、目的に応じて自分にあった消費行動を取ることの大切さについて気付かせたい。また、本単元の学習をするにあたり、今回、山口県消費生活センターの「見て・聞いて・触れて学ぼう消費者教育事業」で、大型スーパー、道の駅、牧場、牛乳工場を見学する機会を得た。そこで毎日給食で飲んでいる牛乳について取り上げ、牛乳が工場でどのようにして製品化され、学校やスーパーなどに届けられているのかを実際に見学することで、生産者の願いや努力を知る、地産地消の大切さを実感する、販売店の願いや努力を知ることができると思う。

そこで指導に当たって、以下のことに留意することとした。

- ・商品の選び方や買い方について、友達に伝えたり、友達の考えと比較したりすることで、一人ひとり価値観が違うことに気付くことができるようにする。
- ・品質表示・価格などから商品の特徴を調べることで、目的に応じた選択をすることの大切さに気付くことができるようにする。
- ・牧場や牛乳を製品化している工場、スーパーなどを見学することで、生産者の願いや、大切にしていることや、地産地消の大切さに気付くことができるようにする。

(3) 題材の目標

- 商品の表示などから得られる情報を収集・整理して、自分にあった商品の選び方や買い方ができるようにする。
- 身近な物の選び方、買い方について関心をもち、自分にあった消費行動をしようとする思いをもつことができる。

家庭生活への関心・意欲・態度	生活を創意工夫する能力	生活の技能	家庭生活についての知識・理解
食品・製品や金銭の計画的な使い方に関心をもち、適切に買い物しようとしている。	食品・製品や金銭の計画的な使い方と適切な買い物について課題を見付け、その解決を目指して考えたり、自分なりに工夫したりしている。	食品・製品や金銭の計画的な使い方と適切な買い物に関する基礎的・基本的な技術を身に付けている。	食品・製品や金銭の計画的な使い方と適切な買い物について理解し、基礎的・基本的な知識を身に付けている。

(4) 全体の指導計画（全5時間）

- 第1次 金銭や物の大切さに気付き、その使い方に関心をもち。(1時間)
- 第2次 食品や製品の選び方、買い方について交流する。(3時間)【本時3/3】
- 第3次 食品や製品の物の選び方、買い方について考え、学習を振り返る。(1時間)

(5) 本時の指導

- ① ねらい 社会見学で学習したことを基に自分にあった牛乳を考える活動を通して、食品や製品の特徴に気付き、自分にあった消費行動を考えることができる。
- ② 準備物 写真 牛乳のパッケージ ワークシート タブレット 電子黒板
- ③ 学習過程 次ページ
- ④ 板書計画

12/6

自分にとって理想の牛乳を考えよう

社会見学 (11/22)

- ・ビンづめが早かった。
- ・サンパークは紙パック、道の駅はビンで売られていた。
- ・西本牛乳は安い。
- ・牛乳は牛の子どもに与える物を飲んでいる。

ビン  
写真




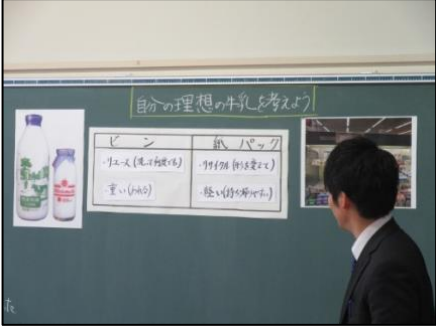
ビン	紙パック
・重い (われる)	・軽い (持ち帰りやすい)
・リユース (洗って何度でも)	・リサイクル (形を変えて)

紙パッ  
ク写真

品質表示

種類	牛乳・加工乳・乳飲料
殺菌方法	85℃15分 130℃3秒
賞味期限	5日 2週間
産地	
容器	ビン 紙パック

牛乳	加工乳	乳飲料
・成分無調整	・低脂肪・無脂肪・特濃	・牛乳以外も入っている(カルシウムなど)
・殺菌	・栄養価が牛乳と異なる	・賞味期限長
・賞味期限短		

	学習活動・内容	教師の働きかけ
つかむ	<p>1 11月に行った社会見学について振り返る。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>品物がいっぱいあった。</li> <li>牛乳の種類がいっぱいあった。</li> <li>買い物できて楽しかった。</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会見学が終わった後に書かせた感想を配付し、振り返ることができるようにする。</li> </ul> 
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">自分にとって理想の牛乳を考えよう</div>		
追究する	<p>2 給食の牛乳と市販の牛乳の違いを考える。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>全く同じ牛乳はなかった。</li> <li>いろいろなメーカーの牛乳があった。</li> <li>同じメーカーでも違う牛乳があった。</li> </ul> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>牛乳の種類や容器の違いなどに気付くように給食の牛乳や社会見学のときに購入した牛乳などの写真を提示する。</li> <li>給食に出てくる牛乳とお店のほとんどが紙パックであったことに触れ、その違い（重さ・利用後の処理）を板書し、表にまとめる。</li> <li>牛乳パックやビンを洗った際の水の処理の仕方について確認することで環境への影響についても考えさせる。</li> <li>昔はビンの牛乳が多かったことや今でもビンの牛乳を売っていることも情報として提供する。</li> </ul>
深める	<p>3 どんな牛乳があったのかを話し合う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>パッケージに量やメーカーが書いてあった。</li> <li>四角い枠にいろいろなことが書いてある。</li> <li>牛乳と乳飲料と種類が違っていた。</li> <li>乳飲料の方が賞味期限が長い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自分の購入した牛乳のパッケージを観察させる。また、友達のパッケージとも見比べ違いを確認させる。</li> <li>友達の牛乳との違いはどこで分かったかを考えさせる。</li> <li>品質表示に気付くように出てきた意見を集約</li> </ul> 





まとめ

- 4 自分にとって理想の牛乳の品質表示を作る。
- ぼくは少しずつしか飲まないから、賞味期限が長い牛乳にしよう。
  - おいしい牛乳が好きだから成分無調整がいいな。



- 5 学習の振り返りを行う。



する。また、種類やメーカー、形状などを板書し、まとめる。

- どのようなことが品質表示に書いてあったかを確認させる。
- 話し合いの中で出てこなかった牛乳の種類があれば紹介する。(成分調整牛乳や加工乳など)



- 品質表示としてどのような情報を書けばよいのか視点(牛乳の種類・賞味期限・殺菌方法・産地・容器)を与える。

☆牛乳の品質表示について理解できたか。

【知識・理解】

☆自分にとって理想の牛乳を考えることができたか。【関心・意欲・態度】



- 「今日の学習で分かったこと」、「今後生かしたいこと」という視点で学習を振り返らせる。



評価 【関心・意欲・態度】 自分にとって理想の牛乳を考えることができる。

【知識・理解】 牛乳のビンと紙パックの違いについて理解できる。

牛乳の品質表示について理解できる。



《配布資料》

## 自分にとって理想の牛乳の品質表示を作ろう

名前( )

牛 乳

**品質表示**

種類

殺菌方法

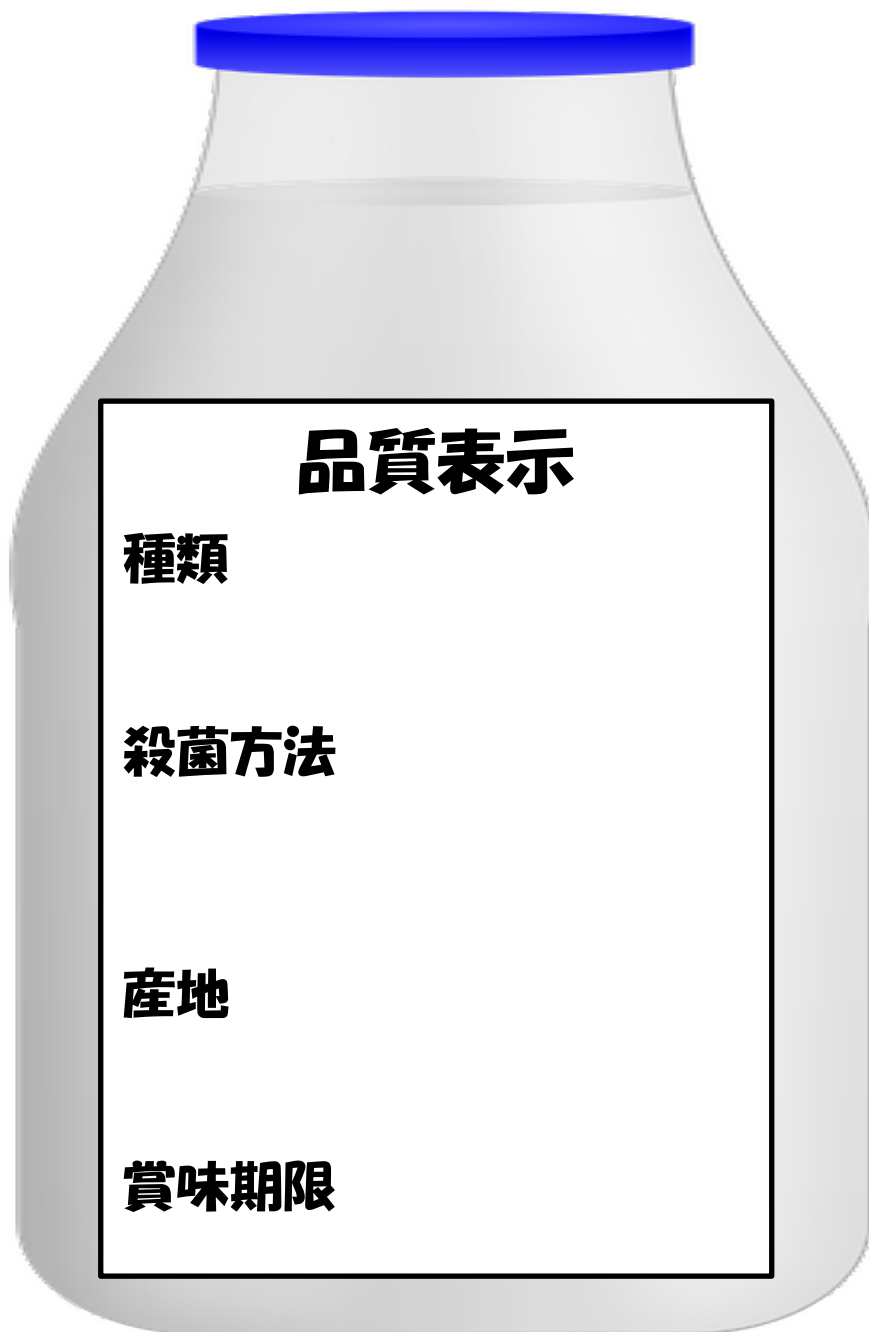
産地

賞味期限 上部に記載<sup>きさい</sup>

なぜそのような品質表示にしたのか理由を書きましょう。

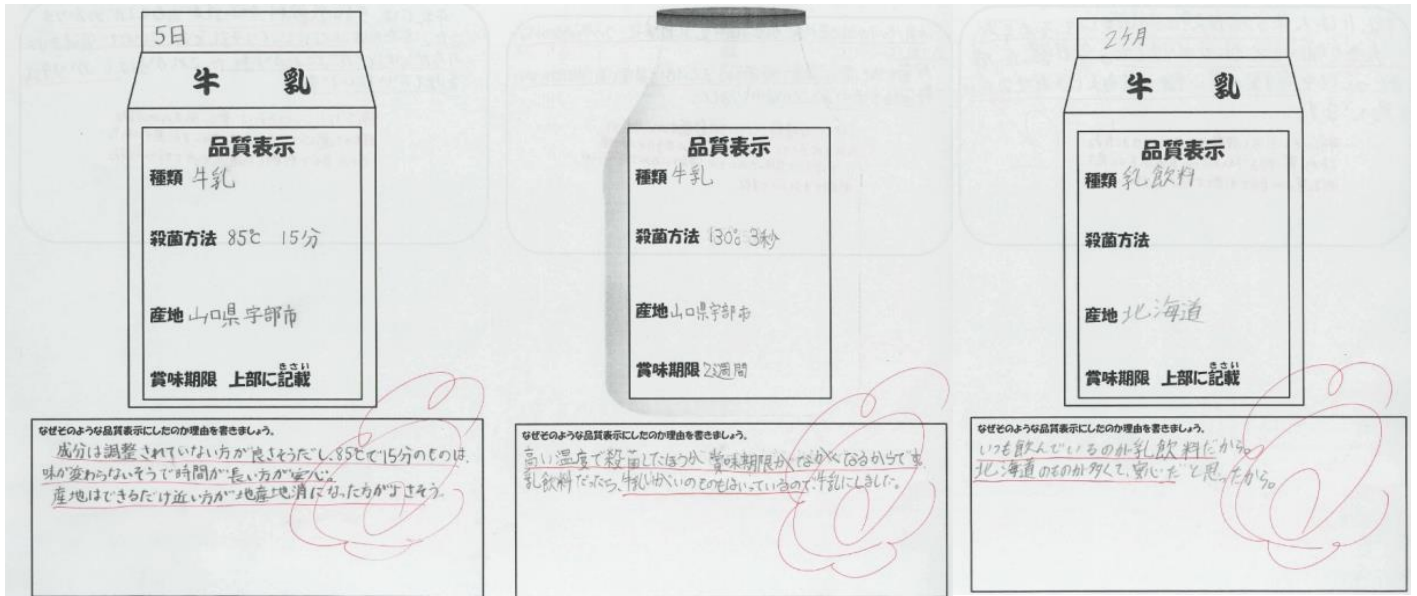
## 自分にとって理想の牛乳の品質表示を作ろう

名前( )



なぜそのような品質表示にしたのか理由を書きましょう。

《児童のワークシート》



4 指導上の工夫

- ・ 普段、給食で飲んでいる牛乳が学校やスーパーに届けられるまでの過程を工場や牧場、スーパーなどに見学に行くことによって意欲をもって学習に取り組むことができるようにした。
- ・ スーパーに見学に行った際に、昼食時に飲む牛乳を自分で選んで購入させ、自分の選び方と友達の選び方を比較することで、一人ひとりの価値観の違いに気付くことができるようにした。
- ・ 振り返りの授業を行う際に、自分の購入した牛乳の品質表示や価格などを調べたり、友達の牛乳と比較したりすることで、目的に応じて商品を選択することの大切さに気付くことができるようにした。
- ・ 自分にとっての理想の牛乳を一人ひとりが考え、友達の考えと比較することで自分にあった消費行動について考えることができるようにした。

5 授業者の感想

今回の「見て・聞いて・触れて学ぼう消費者教育事業」で授業をする機会をいただいて、とても充実した研修になった。私は、家庭科の授業、特に消費者教育という学習内容についてじっくりと考えて授業を行う機会はほとんどなかったので、この事業で消費者教育についてたくさんのことを学ばさせていただいた。牛乳一つとっても、今まで牛乳だと思っていた商品が、牛乳、加工乳、乳飲料と3つも種類があったことを私自身も初めて知り、自分にあった消費行動についてよく考えていかなければいけないなど実感した。本校の児童は校区の中に商業施設がほとんどなく、自分にあった消費行動を考え、実践する機会が非常に限られた中で生活しているので、今回の「見て・聞いて・触れて学ぼう消費者教育事業」では、児童、教員にとっても、とても意味のある実践であったと実感した。消費者教育は、生涯においてとても大切であり、また、環境教育とも深く関わっている。今後も家庭科の授業だけでなく、他の教科とも関連づけながら、自分にあった消費行動について考えることができる児童を育てていきたい。

## 6 成果と課題

### (1) 成果

児童の感想

- 牛乳、加工乳、乳飲料など、牛乳の種類が分かった。乳飲料は賞味期限が長くて、牛乳は短いと分かった。今度買い物に行くときは見てみたい。
- 普段、牛乳や加工乳など種類が書いてあるところはあまり見ていなかったのので、今度店に行ったときは見て買いたい。牛乳だけじゃないと思うので、他の商品もよく見てみたい。
- 牛乳はだいたい3つの種類に分かれていて、それぞれで大きく違うことが分かった。今日習った成分についても、今後の買い物でも考えに入れて見たいと思う。
- 牛乳には、牛乳、加工乳、乳飲料があることが分かった。普段はこんなにじっくりと牛乳を見ないので、賞味期限の違いなどがよく分かった。これからは、しっかりと牛乳を見て買いたい。
- 殺菌方法も高い温度で殺菌する方法と低い温度で長い時間をかけて殺菌する方法があることが分かった。今後は安さだけでなく殺菌方法や産地などを見てから選ぶと思った。

牛乳のパッケージに書いてある品質表示から牛乳の種類や品質をまとめることで、牛乳の他にも、加工乳や乳飲料や牛乳の種類や殺菌方法によって賞味期限や栄養価などが変わることを知って驚いていた。それを基に一人ひとりが自分の理想の牛乳についてじっくり考え、それぞれの理想の牛乳を考えることができた。自分や家族の生活習慣から牛乳の種類や殺菌方法、また、牛乳パックかビンかを選択することができた。授業を通して、牛乳を選ぶときの視点の広がりを感じた。牛乳を買うときは品質表示をよく見たいという児童や、牛乳だけでなく他の商品についても詳しく調べてみたいという児童もおり、生活につなげようとする姿が見られた。

### (2) 課題

牛乳の品質表示について難しい言葉や漢字が多いので、児童からのつぶやきや発見を教員がうまく拾い上げまとめていくことが大切である。自分にあつた消費行動について考えるきっかけとはなったが、なかなか実践できる機会がないので、他の教科とも関連づけながら、より意識が高まるようにしていく必要性を感じる。また、友達や家族の考えとも比較、共有しながら価値観の違いや様々な状況、環境の変化によって、消費行動が変化していくことも知っていく必要がある。

## 7 授業検討会での意見

### (1) 指導案検討の際の意見

- 授業で児童が物を選ぶという行為をしたほうがよい。2つか3つの中から選んで、どうしてこれを選んだのかグループで話し合い、その中で自分の意見がもてればよい。
- 子供のうちから選ぶことを積み重ねるのが大事。児童が「消費期限」とか「加工品」だからとか理由を付けて自分の選んだ理由を言えることが理想的。

**(2) 授業実施後の意見**

- 牛乳パックの表示を読むのは、児童にとって漢字が多く大変だったと思う。ただ、社会見学に行ったことで興味が深くなっていたようで、児童があきらめずに読んでいた。
- ワークシートの理想の牛乳について視点を5つに絞ったことで、児童の話し合いがスムーズにいった。
- 給食で身近に出る牛乳を題材に取り上げたのがよかった。授業の導入で社会見学を振り返り、給食の牛乳と普通の牛乳の差を考えさせたことで、子供たちが興味を持って授業に取り組んでいた。

**8 消費者教育アドバイザーの総評****(1) 消費者教育で育成したい力**

今回の社会見学と授業実践は、学習指導要領の改訂に伴う消費者教育のタイムリーな企画であり、「百聞は一見にしかず」という体験させることの重要性を強く感じさせる企画であった。

学校における消費者教育の実践では、指導方法がよくわからず、教科書を読んだだけの座学や学習ノートの整理で終わってしまう例がある一方、実践的・体験的学習活動を重んじるあまり、体験はさせたが何を学んだかが明確化されずに終わってしまう例もある。その点、今回の社会見学では、児童に何を見させ、何に触れさせ、何を感じさせ、何を学ばせたいかを明確にしたものとなった。

消費者教育では、よりよいものやサービスを選ぶ力、本当に必要なものであるかを判断する力、地球環境を考えて購入・活用できる力、家族や仲間の人間関係も考えて購入・活用できる力を培うことが必要である。悪質業者に騙されないためだけではなく、「良識のある市民」の育成を目指すためには、思考力・判断力・表現力の育成が必要である。加えて、その時の状況に応じたよりよい選択をするための判断過程や、自分の選択と他人の選択の違いや、その時の状況によって選択が変わってくることを意識できる「意思決定能力」、「生きる力」の育成が大切である。

**(2) 社会見学先の選定と児童の様子から**

美しい自然に囲まれた全校児童23名の小野小学校は、全複式学級の小規模校で、授業対象の5・6年生だけでなく、全校23名が一緒に社会見学を行った。5・6年生は、「牛乳を題材に生産者の願いや努力、地産地消等を学ぶ」ことを学習目標と設定した。

見学場所は、生乳生産の酪農農家、牛乳工場、牛乳を販売する店舗とし、牛から搾乳した生乳が家庭に届く順で見学をしたかったが、昼食場所の確保などを考慮して、牛乳生産者→大型小売店→道の駅（昼食）→酪農農家の順で行った。店舗の選定にあたっては、給食で提供される牛乳を販売していることや、商品が店頭並ぶまでの経緯、品質管理等を説明してもらえることを条件とした。また、バリアフリーやカートの使いやすさ、トイレの配慮等、買い物弱者の視点も考慮した。地元の小型店舗の見学も考えたが、商品の種類や配列等を比較する適切な店舗や商店街がなかったため、道の駅を選ぶことになった。

見学先の牛乳工場では、給食でも紙パックが多い中、ビンの牛乳を提供しており、

牛乳の元は牛の乳であることの説明や殺菌方法について説明があった。おいしい牛乳を安全に提供したいという考えから、85℃で15分殺菌しているとのことや、紙とビンの特徴とともに、ワンウェイではなく、リユースを心掛けているといった説明もされていた。

大型店舗では、加工された食品の売り場だけでなく生鮮食品のバックヤードも見学した。見学した児童は、牛乳売り場で扱っている牛乳の多さや、同じメーカーでもいろいろな種類があることに気付き、品質表示マークを見て、牛乳工場で説明された牛乳・加工乳・乳製品の違いや殺菌方法、賞味期限等の違いを実際の目で見て確認していた。給食で提供される牛乳と同じメーカーの牛乳が紙パックであったことに気付いた児童もいた。さらに、道の駅では、商品の種類や陳列個数の違い、道の駅ならではの商品にも目がいったようである。

酪農家の見学では、児童が牛を触る機会を設け、お腹に赤ちゃんのいる牛にも触ることで、命をはぐくむことの大事さも学べた。牛が自分の仔牛に与える乳が牛乳であり、お母さん牛のお腹には赤ちゃんがいて赤ちゃんが生まれて、肉牛や乳牛となって私たちの食生活を支えているという説明まであり、児童は神妙な顔をしていた。児童が目や耳、皮膚で体感したこと、命の尊さを感じる貴重な経験が、その後の授業に効果的に結びつくことになった。

### (3) 授業実践の意義と課題

本実践は、家庭科の「じょうずに使おう お金ともの」の単元で、自分にあつた牛乳を考える活動を通して、食品や製品の特徴に気付き、自分にあつた消費行動を考えることができるようになることをねらいとしている。題材として身近な牛乳を取り上げ、「自分にとって理想の牛乳の品質表示を作る」ワークが盛り込まれた授業である。

児童は、買い物の経験がほとんどなく、普段の生活からはあまり想像できない生産や販売の現場の様子を見学したことで、これまでとは違った視点から考えることができた。「おいしい牛乳を作るために低温殺菌をしている」「牧場では、牛を大事にしている」といった発言も見られた。そして、見学先で得た知識として、牛乳パックとビンの容器の特徴や、生乳、加工乳、乳飲料の違いなどを確認しながら、自分の選択の理由や意見を発表して、友人の意見もしっかり聞きながら、じっくり考えていた。

「自分ならどういう牛乳を買うか」という教師の問いに対して、「自分は牛乳が好きで開けたらすぐ飲むから、乳飲料でなく牛乳を選ぶ」と発言した児童や、「学校ではビンだが、重いから紙パックにする」と買い物の負担を考えて答えた児童もいた。「賞味期限の長いものを買う」と発言した児童には、「牛乳は生鮮食品だから、開けたらできるだけ早く飲もう」と賞味期限は開封前であることを示唆していた。また、「牛乳パックを水ですすぐ」という意見には、「すすいだ水は流しに流さないように」といったアドバイスをを行い、一人ひとりの声を大事に生かした授業にまとめあげていた。

児童の話し合いでは、自分の意見をはっきり伝え、友人の意見も受容するという過程を通して、意思決定を図らせていた。今どきの児童は、様々な情報ツールを使いこなせるので、授業でもタブレットを使って見学したときの様子を説明していたが、相手のことを考えて、話したり聞いたりできるような学習習慣が確立されていなかったら、本授業は味気ないものになっていたと思われる。

今回の企画のように、社会見学の場所の選定や下見、打合わせ、バスの手配をしたりすることは、学校での教育指導では、時間的にも金銭的にもなかなか難しい。このような機会に恵まれなかったら、どのように指導したらよいのか。例えば都会では、身近に牛がない、牛乳工場もないという場合もある。映像や音声等を用いた方法も考えられるが、実物にはかなわないのは当然である。実際に体験しているのに近いように、また、事業所の人の説明に近い形で児童の興味・関心をもたせ、それが持続するように工夫するのが、教師の力量である。各学校の置かれた状況で、どのようにしたら児童のためになる授業ができるかを思い、検討することは、その時々自分にあった商品を選ぶ消費者教育と同じ視点が求められよう。

最後に、今回の社会見学を活用した消費者教育の実践にあたっては、小野小学校の関係者はもとより、県の消費者行政、山口県地域消費者団体連絡協議会、山口県酪農農業協同組合等の関係団体、地元の企業・事業者の協力があった実現できたものであり、関係者の御協力と企画調整を図った県消費生活センター担当者の御尽力に感謝申し上げます。



◇ 社会見学の内容（宇部市立小野小学校）

1 社会見学のねらい

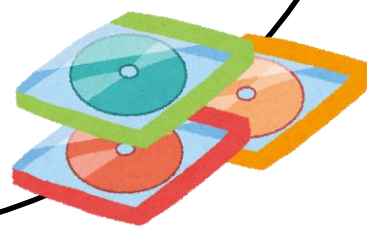
- 牛乳がどのように製品化され、学校やスーパーなどに届けられるのかを実際に見学することにより、生産者の願いや努力、地産地消の大切さ、販売店の工夫や努力を学ぶ。

2 社会見学の展開

視 点	場 所	活 動
○牛乳の製造過程での工夫や企業の考え方を学ぶ	○西本牧場 (牛乳工場) 	○工場・商品の概要説明、牛乳の製造ラインなどを見学 
○消費者のニーズに応じて売り上げを上げるために、お店の人がどのような工夫をしているのかを学ぶ	○サンリブ阿知須店 	○売場の概要説明、バックヤード、生鮮食品コーナー、牛乳コーナー、商品の品質管理などについて見学 ○児童が社会見学の昼食用に牛乳を購入 
○地産地消のよいところを学ぶ	○道の駅きさらあじす 	○直売所を見学 
○生乳を搾る過程、命の大切さを学ぶ	○まつなが牧場 	○牧場の概要、生乳を絞る過程、乳牛の飼育状況などを見学 



# 資料編



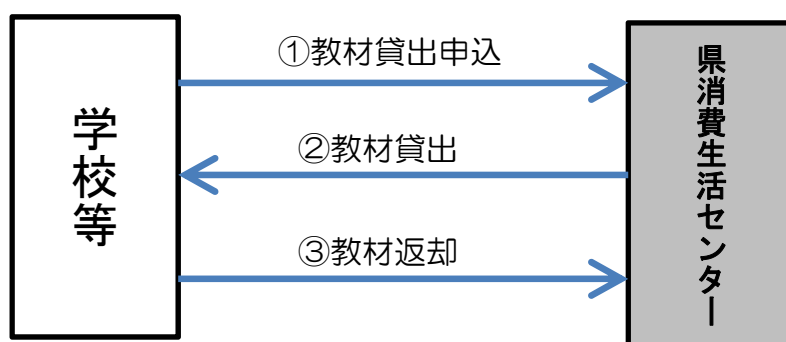


## 1 消費者教育・啓発用教材の貸出について

県消費生活センターでは、消費者教育・啓発用教材（「DVD」、「イラストデータ」、「パネル」など）を「消費者教育・啓発用教材分類一覧表（若年者用抜粋）」（39ページから掲載）のとおり整備し、希望者に無料で貸し出しを行っていますので、ぜひ御活用ください。

なお、貸出手続きは下記のとおりです。御不明な点は、県消費生活センター消費者教育・相談班（TEL 083-924-2421）にお問合わせください。

### 【貸出手続】



<p>① 教材貸出 申込</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「消費者教育・啓発用教材分類一覧表（若年者用抜粋）」や県消費生活センターホームページに掲載されている教材の貸出を希望される場合は、「消費者教育・啓発用教材貸出申込書」（36ページに掲載）に必要事項を記入の上、県消費生活センターにFAX又はメール等で申し込んでください。</li> <li>● 貸出の申し込みは、<u>貸出を希望する日の3カ月前から</u>受け付けます。</li> <li>● <u>一度に貸し出せる教材の本数は3本まで</u>となります。</li> </ul>
<p>②③ 教材貸出 教材返却</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 教材貸出及び返却は、<u>以下のいずれかの方法</u>で行います。             <ol style="list-style-type: none"> <li>1) 県消費生活センターで直接受け取り及び返却を行う。</li> <li>2) 遞送を利用して、受け取り及び返却を行う。</li> <li>3) 借用者（学校等）の負担により業者等に運搬を依頼（宅配便等）し、受け取り及び返却を行う。なお、学校関係者の場合、受け取りに要する費用のみ、県消費生活センターが負担します。</li> </ol> </li> <li>● 教材の<u>貸出期間は、原則として1カ月以内</u>となります。</li> </ul>

※貸出手続きの詳細は、別添「消費者教育・啓発用教材貸出要領」を御確認ください。

## 消費者教育・啓発用教材貸出要領

### 1 目的

この要領は、消費者被害の未然防止、消費者教育のための出前講座、講演会、研修等の充実を促進するため、県消費生活センターが保有する消費者教育、啓発用教材の貸し出しについて、必要な事項を定める。

### 2 貸出物品

消費生活に関する「DVD」、「パネル」、「消費者啓発活動プログラム」、タブレット型端末及びその付属品（以下「タブレット型端末等」という。）、その他（ゲーム等）とする。

### 3 貸出対象

消費者被害の未然防止、消費者教育等の目的で利用するもの。

ただし、タブレット型端末等については、直接貸し出すのは市町消費生活センターに限り、他の団体から貸出希望があった場合は、当センター職員が持参する。

### 4 貸出方法

(1) 消費者教育・啓発用教材の貸し出しを希望するもの（以下「借入者」という。）は、貸出申込書（様式）を県消費生活センターに提出するものとする。

(2) 貸出の予約については、貸出を希望する日から3か月前から受け付けるものとする。

(3) 県消費生活センターは、前項による申請が適当と認められるときは、借入者に対し消費者教育・啓発用教材を貸し出すものとする。

貸出本数は原則として、DVDは3本まで、タブレット型端末等は5機までとする。

なお、タブレット型端末等については、貸出一覧表により管理するものとする。

また、同一時期に複数の申請があった場合は、先着順とする。

(4) 借入者への消費者教育・啓発用教材の貸出は、原則として次に掲げる方法により行う。

ア 借入者が県消費生活センターから直接受け取り、直接返却を行う。

イ 遞送を利用して受け取り及び返却を行う。

ウ 借入者の費用負担により業者等に運搬を依頼し、受け取り及び返却を行う。ただし、借入者が学校関係者（学校教育法第一条に規定する学校等）の場合、借入者の受け取りに要する運搬費用のみ県消費生活センターが負担する。

(5) 借入者は、消費者教育・啓発用教材を返却する際は、使用状況を記入の上、県消費生活センターへ提出するものとする。

5 貸出期間

貸出期間は、原則として1か月以内とする。

ただし、県消費生活センターが認めた場合はこの限りではない。

6 貸出料金

無料とする。

7 損害賠償

(1) 借用者の故意又は過失により、消費者教育・啓発用教材を滅失、損傷その他の損害が発生した場合には、現物又は実費をもって賠償させる場合がある。

(2) 消費者教育・啓発用教材を利用しての事故及び第三者に対して損害または損失を与えた場合でも、県消費生活センターは、損害賠償、損失補償その他の法律上の責任を一切負わないものとする。

8 留意事項

(1) 借用者は、消費者教育・啓発用教材を使用して営利目的の活動を行ってはならない。

(2) 借用者は、消費者教育・啓発用教材を個人的に使用してはならない。

(3) 借用者は、消費者教育・啓発用教材を第三者に転貸してはならない。

(4) 借用者は、消費者教育・啓発用教材の紛失、盗難のないよう万全を期さなければならない。

(5) 県消費生活センターは、借用者が(1)～(4)の事項に違反し、かつ是正される見込みがないと認めるときは、使用を禁止し、貸出しを取り消すことができる。

(6) その他この要領に定めのない事項は、借用者と県消費生活センターが協議して決定する。

附則

この要領は、平成28年10月1日から施行する。

なお、施行日前の借用の申し出についても、この要領を準用する。

附則

この要領は、平成29年1月20日から施行する。

なお、施行日前の借用の申し出についても、この要領を準用する。

附則

この要領は、平成30年1月4日から施行する。

なお、施行日前の借用の申し出についても、この要領を準用する。

(様式)

平成 年 月 日

山口県消費生活センター所長 様

申込者  
(使用責任者)

消費者教育・啓発用教材貸出申込書

下記の消費者教育・啓発用教材の貸し出しを申し込みます。

記

教 材 名	DVD ・ パネル ・ 委託事業プログラム ・ その他 ※○で囲む
	※分類・番号・タイトルを記入 (DVDについては原則として3本、タブレット型端末は5機までと限定させていただきます。)
貸 出 期 間	平成 年 月 日 ( ) ~ 平成 年 月 日 ( )
使 用 目 的 ( 行 事 名 等 )	
担 当 者 氏 名	
担 当 者 連 絡 先	住 所 〒
	電 話 番 号 ( ) -

※教材の貸出方法については、裏面をご確認ください。

※以下は教材使用後に記入し、返却時にご提出ください。返却確認日は無記入でお願い致します。

実 施 状 況

使 用 日	平成 年 月 日 ( )	
使 用 会 場		
講 座	参 加 者	名 年代( 才代)
	内 容	
使 用 後 の 気 付 き 感 想 ・ 改 善 点 等		
返 却 確 認 日	月 日 ( )	確 認 者 印

※実施状況については、裏面にもご記入いただけます。

※使用にあたっては、裏面の留意事項を守ったうえで使用してください。

実施状況

使用日	平成 年 月 日 ( )		
使用会場			
講座	参加者	名 年代( 才代)	
	内容		
使用後の気付き 感想・改善点等			
返却確認日	月 日 ( )	確認者	印

消費者教育・啓発用教材の貸出に関わる留意事項

● 貸出方法

- (1) 借用者が県消費生活センターから直接受け取り、直接返却を行う。
- (2) 通送を利用して受け取り及び返却を行う。
- (3) 借用者の費用負担により業者等に運搬を依頼し、受け取り及び返却を行う。ただし、借用者が学校関係者(学校教育法第一条に規定する学校等)の場合、借用者の受け取りに要する運搬費用のみ県消費生活センターが負担する。

● 使用上の留意事項

- (1) 借用者は、消費者教育・啓発用教材を使用して営利目的の活動を行ってはならない。
- (2) 借用者は、消費者教育・啓発用教材を個人的に使用してはならない。
- (3) 借用者は、消費者教育・啓発用教材を第三者に転貸してはならない。
- (4) 借用者は、消費者教育・啓発用教材の紛失、盗難のないよう万全を期さなければならない。
- (5) 県消費生活センターは、借用者が(1)～(4)の事項に違反し、かつ是正される見込みがないと認めるときは、使用を禁止し、貸出しを取り消すことができる。





## 2 消費者教育・啓発用教材分類一覧表(若年者用抜粋)

H30.1.31 現在

分類	内容	頁
A	DVD (消費者トラブル)	40
B	DVD (食生活)	45
C	DVD (住まい ほか)	46
D	DVD (契約・クレジット・金融・法律)	47
E	DVD (製品事故)	48
F	DVD (環境・衛生・その他)	49
H	CD-ROM (イラスト等・書籍)	50
S	その他 (ゲーム等)	51
T	消費者啓発活動プログラム(地消連委託事業)	53

山口県消費生活センター  
消費者教育・相談班  
TEL 083-924-2421

## A 消費者トラブル

No	題名	企画会社	時間	字幕	対象者	制作年
5	ケータイ安全教室 【内容】小・中・高校生、教員、保護者向けの3編にわかれ、携帯電話のトラブルを紹介しています。	NTTドコモ	100分	無	一般 若年者	2009
11	ネットのトラブル、ブルブル 【内容】インターネットの利便性と危険性についてアニメを通して解説します。今後ネット利用の高くなる中学生への啓発、教育を目的としています。 ・携帯電話編 ・ネット対応型携帯ゲーム機編 ・ネットオークション編	東京都消費生活総合センター	19分	有	若年者 中学生	2008
12	断るチカラの磨き方 【内容】巧妙化する悪質商法はどのような被害者心理を利用するのかについてドラマ仕立てで解説します。 1 架空請求 2 キヤッチセールス 3 マルチ商法 4 テート商法	東京都消費生活総合センター	21分	有	若年者 障がい者	2009
13	『知っておこう! だけだ』 【内容】若者が消費者被害や多重債務などに陥ることを防ぐため、消費生活に関する正しい知識をアニメーションで学びます。 1 契約ってなに? 2 インターネットの落とし穴! 3 知っておこう! 「クレジット」 4 「多重債務」ってなに?	宮城県消費生活センター	24分	無	若年者	2010
15	アクセスの代償～あなたの知らないネットの裏側～ 【内容】平成20年度情報セキュリティ対策DVD。誰でも簡単に利用できるインターネットの中に潜む危険性についてドラマ仕立てで解説します。中学生の主人公が「メール」や「ブログ」の中に潜む「学校裏サイト」や「誹謗・中傷」、また楽しい「オンラインゲームゲーム」で狙われる「ID・パスワード」など、サイバー犯罪について紹介、対処法の解説もあります。	財団法人 警察協会	26分	無	一般 若年者	2008
17	消費者セクセンを身につけよう 【内容】消費者教育における「生きる力」である「消費者セクセン」について学び、主体的な判断力、行動力、解決力を身につけることを目指します。 A: 携帯電話の落とし穴(携帯電話で無料サイトをクリックしたら、いつの間にか多額の請求が...) B: 商品を購入する時には(インターネットでは実物を見て買うことができない。どんな点に気をつけなければいいのだから...) ※消費者教育ポータルサイトで視聴可能 ※内容にそくしたパンフレット・教師用解説書、印刷用データ・PDFデータCD有り	消費者庁	22分	無	若年者	2011
18	しまった! こまった! だまされた! ? 【内容】アニメーションを通じて高校生から新社会人の若者向けに、実際にありそうな事例を踏まえて、契約トラブルの回避方法や対処方法について解説しています。 ・ネットトラブル編 ・マルチ商法編	社団法人 全国消費生活相談員協会	25分	有	若年者	2010
20	もしあなたが消費者トラブルにあったら... 【内容】若者が巻き込まれやすい消費者トラブルを紹介しています。 ・ネットショッピングの落とし穴 ・おしゃれのリスク ・もうけ話にご用心	財団法人 消費者教育支援センター	18分	無	若年者	2011
23	中学生も消費者です 契約トラブルや権利と責任を学ぶ 【内容】「買い物」という中学生にとって身近な消費行動を通して、消費者であることを自覚し、契約など消費の基礎知識や権利と責任について学びます。	東映株式会社教育映像部	16分	無	若年者	2012
24	ネットと上手につき合おう! ケータイトラブルから身を守る 【内容】インターネットのトラブルを防ぎ、インターネットを有効活用していくためのヒントを提供します。	東映株式会社教育映像部	23分	無	若年者	2011
26	ネット世界の歩き方 【内容】子どもたちのトラブルを防ぐ力を育むとともにインターネット世界と上手につきあうためのポイントについて解説します。(若者向け・教員・保護者向け、学習用パワーポイントスライドあり) ※神奈川県サイトで視聴可能 1 「無料着うた」のワナ 2 「無料オンラインゲーム」の落とし穴	神奈川県消費生活課	17分 18分	有	若年者 教員	2011



## A 消費者トラブル

No	題名	企画会社	時間	字幕	対象者	制作年
33	<p>考えよう、ケータイ・スマートフォン  <b>【内容】</b> DVD付き指導案冊子。DVDはNHKエデュケーション制作オリジナルドラマ教材収録。控えめな性格の優花、恋に積極的な美咲、お姉さんの存在の舞が織りなす現実とSNSの世界のお話。            児童・生徒向けに教員や保護者・地域の方が誰でも簡単に授業・講座をしていただけよう構成されたプログラムになっており、「考えよう、ケータイ」HPから資料やワークシート等がダウンロード可能。この教材を使用した授業・講座の内容を教員研修会などで体験できるよう全国に講師を無料派遣中。</p>	NPO法人企業教育研究会(ACE)	10分	無	若年者 一般 教職員	2012
34	<p>山口県警 人はなぜ騙されるのか～多発する振り込み詐欺～  <b>【内容】</b> 人はなぜ騙されるのか…山口大学の社会心理学講師の話をはじめ、実際に「オレオレ詐欺」や「還付金詐欺」を体験した方のインタビュー、その被害防止のポイント、最後に騙されないようにするための等、わかりやすい内容です。</p>	山口県警察	約19分	無		2008
35	<p>みえてくる！悪質商法の手口 ～狙われる高齢者～  <b>【内容】</b> 高齢者の消費者トラブルの特徴、催眠商法、点検商法、次々販売、利殖商法、催眠商法の事例に沿って、三重県消費生活センターの対応を紹介します。</p>	三重県消費生活センター	29分	無	高齢者	2013
36	<p>なのの消費生活ものがたり アニメで見る悪質商法 こんな手口に気をつけて！  <b>【内容】</b> 若者が被害にあいやしい「エステトラブル」「マルチ商法」、高齢者が被害にあいやしい「次々販売」「利殖商法」4つの事例をむかし話風のアニメーションで紹介します。</p>	愛媛県消費生活センター	33分	無	若年者 高齢者	2013
38	<p>消費者の権利と責任  <b>【内容】</b> 消費者の基本的権利・消費者の責任について寸劇のシナリオを使用し考えます。権利がいかに身近なものなのかや、責任を果たすことの重要性について学びます。            項目別にシナリオ・指導方法・ワークシートがあります。消費者教育担い手冊子として活用できます。            ・キヤッチセールス ・デパート商法 ・未公開株 ・出会い系サイト</p>	静岡大学消費生活研究サークル	12分	無	若年者	2013
39	<p>消費生活とトラブル防止  <b>【内容】</b> 自ら判断し行動できる自立した「賢い」消費者になるための手段を紹介します。            ・インターネット普及による消費生活の変化            ・クレジットカードの仕組みと問題            ・様々な悪質商法(デパート商法 マルチ商法)            ・消費者トラブルにあつてしまったら(クーリングオフ 消費生活センター)</p>	教育図書株式会社	22分	無	若年者	2010
40	<p>インターネット×リアル より良いコミュニケーションを築いていくために  <b>【内容】</b> 授業・講演で使用する教材として、全10テーマ映像教材が収録されています。各テーマごとに異なる危険性・トラブルを題材として扱い、街頭インタビューとまとめを含む4～12分程度の構成です。            1. インターネット×メルマガ×デマイト            2. インターネット×個人情報            3. インターネット×いじめ            4. インターネット×依存            5. インターネット×不当請求            6. インターネット×高額請求            7. インターネット×ダウンロード            8. インターネット×情報収集×情報発信            9. インターネット×ルール            10. インターネットと上手に付き合う為に            ※千葉県HPより関連資料がダウンロードできます。</p>	千葉県県民生活課	88分	有	若年者	2013

## A 消費者トラブル

No	題 名	企 画 会 社	時 間	字 幕	対 象 者	制 作 年
41	<p>こちら消費生活センター特相係 【内容】3話構成「クリックは慎重に」「気づけば借金地獄」「楽に儲かるってほんまなん？」 ・ワンクリック請求、オンラインゲーム、出会い系サイト、ネットショッピング、高校生の拓磨と舞が様々なインターネットトラブルに巻き込まれ・・・ ・就職した舞はクレジットカードで買い物三昧。友達の連帯保証人にもなったことから借金の返済に追われることに・・・ ・大学生になった拓磨は、軽い気持ちで友達のバイト先へ。 ゼッターに損はしないと、能力開発ソフトウェアの購入を勧められ・・・</p>	兵庫消費生活課	43分	無	若年者	2014
44	<p>正しく使おう！ インターネット 事例に学ぶ情報モラル 【内容】近年ブログやツイッターで起こる「炎上」。なぜ炎上は起こるのか、その炎上によりどういった状況が生まれるのか、事例をもとに紹介。情報モラルチェック(YorN)も添付。</p>	グリー株式会社		無	若年者	2014
47	<p>消費者トラブル惨英傑？ 若者向け消費者被害防止キャンペーン 【内容】パソコンやスマホのSNSなどを介して若者を狙う悪質商法が多発！ 名古屋おもてなし武将隊の織田信長・豊臣秀吉・徳川家康が「若者を狙う悪質商法はゆるしま戦！」を合言葉に3つの代表的な事例とその対応策を解説。 第1章/インターネット通販(07:31) 第2章/ワンクリック請求(08:49) 第3章/悪質なマルチ商法(08:57)</p>	名古屋消費生活センター	約26分	有	若年者	2014
49	<p>NO MORE 消費者トラブル 【内容】身近な消費者トラブルについて、スチャダラパーの体験談をまじえながら紹介しています。 消費者トラブルをテーマにしたオリジナルソングです。</p>	岡山市	約2分	無	若年者	2014
50	<p>みんなで考えよう！ 中学生の消費 【内容】平成20年3月告示の学習指導要領に準拠し、中学校技術・家庭科(家庭分野)における「身近な消費生活と環境」の内容をスタジオトーク形式でわかりやすく解説した教材。解説書・ワークシート有り。 チャプター1 販売方法と支払方法(7分35秒) → 「契約」や販売・支払方法の特徴について チャプター2 適切な情報&amp;適切な選択(4分55秒) → ニーズとウォンツ、消費者市民について チャプター3 マーク・表示と環境配慮(6分49秒) → ささまざまなマークや表示について チャプター4 消費者の権利と責任(5分29秒) → 8つの権利と5つの責任について チャプター5 消費者トラブルと解決法(9分19秒) → 様々な消費者トラブルの具体例について チャプター6 消費者を守るしくみと行動(11分15秒) → クーリング・オフ制度等や相談機関の紹介</p>	広島県環境県民局消費生活課	45分	有	若年者	2016
51	<p>知り・考える 消費者市民社会 【内容】社会という大きな視点を持って行動できる「消費者市民」になるには、日常生活でのような点に気をつけなければならないのか、フクロウのイメージキャラクターと一緒にアニメーションでわかりやすく学習できる教材。 1章 消費と社会(約4分) 2章 消費の社会的意味(約5分) 3章 大きな力を待つ消費者の選択(約3分) 4章 消費者の権利と責任(約3分) 5章 消費者市民社会を目指して(約3分)</p>	静岡県くらし・環境部県民生活課	約20分	無	一般 若年者	2015

## A 消費者トラブル

No	題名	企画会社	時間	字幕	対象者	制作年
58	<p>みんなで考えよう、ケータイ・スマートフォン  <b>【内容】</b> 小中高生やその家族を通じて、携帯電話やスマートフォンでの在り方を考えるDVD。ストーリー仕立てでの世代でも見やすく分かりやすいです。DVDに関連する指導案やワークシート、配布資料等のダウンロードサイト有り。            チャプター1 学校で考えよう スマホのコミュニケーション(11分44秒)                →演劇部の男女仲良し5人組は「リンク」というアプリで学校外でもつながっている。                ある日、公演のキャストに思いがけない配役が発表され、そこから少しずつ関係に亀裂が生じてしまい…            チャプター2 地域で考えよう スマホ利用の危機管理(12分38秒)                →学校では内気で友達のない女の子が、SNSを通じて友達を作る話。                しかし仲良くなったのもつかの間、その友達から「あなたのIDを教えてください…」            チャプター3 家庭で考えよう スマホのルール(12分11秒)                →スマホを買ってもらったばかりの子どもが、スマホの使い過ぎで学校の成績を下げてしまい、それをきっかけに家族でスマホの使用時間や、利用の仕方についてルールを決める話。しかしそのルール外の出来事が起こってしまい…</p>	ソフトバンク株式会社	約37分	無	一般 若年者	2016
60	<p>「考えてみよう SNSやスマホとの付き合い方」  <b>【内容】</b> 中学校教職員からの現場の声をはじめ、インターネットの専門家のアドバイスのもと制作。ご当地アイドル「RYUJIT」出演によるオリジナルストーリーでトラブルを再現、原因や解決法を学びます。指導案や板書例、ワークシート付き。データCD有り。            第1話「SNS 子ども間でのトラブル」            第2話「SNSでの情報発信と個人情報」            第3話「オンライン(ソーシャル)ゲーム・ワンクリック請求への注意」</p>	新潟ろうきん	各10分	無	中学生	2016
61	<p>「相談する勇氣～悪質商法に負けないぞ！～」  <b>【内容】</b> 主人公が悪質商法に巻き込まれてしまい、その中で「天の声」から、どうしたら被害にあわずにすむのか、被害にあった場合はどうすればよいかを学びながら、相談することの大切さを理解していく内容です。            [本編]            オープニング(1分18秒)            ケース1、ワンクリック請求～お金を払わなければならないの？～(4分17秒)            ケース2、キヤッチセールス・デート商法～知らない人に声をかけられて～(7分52秒)            ケース3、マルチ商法～楽しく儲かるなんてウソ～(7分29秒)            [保護者・支援者向け解説編]            悪質商法から若者を守るために(4分42秒)</p>	千葉市消費生活センター	約26分	有	障がい者 若年者 一般	2014

## B 食生活

No	題 名	企 画 会 社	時 間	字 幕	対 象 者	制 作 年
4	<p>考えてみよう!! 食べ物の安全性</p> <p>【内容】食品添加物や農薬を例に、食べ物の安全性がどのように守られるかを解説し、科学の目でリスクを捉え、低減する取組みについてアニメーションで学びます。小学校高学年児童を対象としています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・食品添加物</li> <li>・食品の残留農薬</li> <li>・ADIの設定と食品安全委員会の役割</li> <li>・食品安全委員会の仕事</li> </ul>	内閣府 食品安全委員会	16分	無	若年者 小学生	2010

## C 住まい ほか

No	題 名	企 画 会 社	時 間	字 幕	対 象 者	制 作 年
1	<p>安全教育授業プログラム(小学校5・6年生)家の中の安全を考えよう  <b>【内容】</b> 将来起きる事故を予知できる超能力少女アイが家の中で起きる事故を予知し、どうすれば事故を防げるのかについて安全博士とともにドラマ仕立てで紹介します。教材CD(スライド・ワークシート)つきです。 1階段編 2お風呂編 3グリラ編</p>	株式会社LXIL	15分	無	小学校 高学年	
2	<p>このTシャツはどこからくるの？-ファッションの裏側にある児童労働の真実-  <b>【内容】</b> 衣類の主な原材料コットン。コットン生産国第2位のインドでは、社会的弱者である児童を労働力としている現状があります。その原因と解決への糸口をさぐっていく内容です。            パート1 世界のコットン生産とインドでの課題            パート2 児童労働とその原因            パート3 児童労働をなくすためには(インド)            パート4 コットン産業の児童労働をなくすために、私たちにできること</p>	特定非営利活動法人ACE	約13分	無	一般 若年者	2015



D 契約・クレジット・金融・法律

No	題名	企画会社	時間	字幕	対象者	制作年
9	まさくとめぐみのおこづかいを考えよう 【内容】「おこづかいで物を購入する」という子供たちの日常生活を描くことで、正しい金銭感覚を身につけることを目的としています。※授業プラン付き	社団法人 全国消費生活相談員協会	16分	無	若年者	2010
13	金融教育サポートプログラム 大人社会へのパスポート 【内容】身近なマネートラブル(契約の知識、クレジットカード、悪質詐欺商法、ライフプラン)について学びます。	ろうきん	20分	無	若年者	2011
16	みえる？みえない？みえてきた！ 契約・クレジット・消費者トラブルのコト 【内容】1 若者の消費者トラブル(若者の消費者トラブルの種類や特徴を解説) 2 契約ってなに？(「契約とは何か」「契約はいつ成立するのか」など契約についての基礎知識を解説) 3 クレジットってなに？ 4 ネットショッピングの落とし穴 (返品制度について) 5 マルチ商法 6 消費者の味方!!(マルチ商法の事例に沿って、三重県消費生活センターの対応の紹介)	三重県消費生活センター	19分	無	若年者	2013
17	見てわかる！金融教育～授業の進め方 【内容】金融教育の実践事例を映像で紹介しています。「金融教育とは」、「研究校とは」との疑問にも答えられています。 ・カレー作りゲーム・ 私の命を育んだお金はいくら？ ・会社をつくろう ・悪質商法にひっかからないで！ ・子どもたちの商店街 ・金融教育とは ・研究校とは	知るぽると 金融広報中央委員会	64分	無	若年者	2011
20	ちびまる子ちゃんと学ぶ大切な3つのお話 【内容】1. 「まる子、お金の大切さに気付く」の巻・・・ほしいものを買うためにどのようなお金を得るか 2. 「計画立ててお金を使おう！」の巻・・・近所の方の突然のけががきっかけで 3. 「まる子、まさかの時のために」の巻・・・保険のお仕事をする人との会話から	生命保険協会	37分	無	若年者	2014
23	「御金大事」と考えよう！買い物とくらし 【内容】物やお金の大切さを伝えるキャラクター御金大事が、物や金銭の大切さやより良い使い方を楽しくわかりやすく伝えます。ワークシート付き。 チャプター1 物やお金の使い方(5分1秒)→物や金銭の大切さに気づき、その使い方に関心を持つ チャプター2 物の選び方(4分13秒)→物や金銭の計画的な使い方を考えたり、工夫したりする チャプター3 計画的な買い物しかたって？(6分43秒) →購入希望品の品質や価格等を適切に判断し、購入後の使い道等も考える チャプター4 なに見て選ぶ？(7分16秒)→購入する際の判断目安となるマークや表示を理解する チャプター5 買い物世界を変える！？(6分37秒)→買い物することが社会や世界とつながる事を理解する チャプター6 御金大事の買い物達人への旅！(8分45秒)→これまでの内容のおさらい	広島県 環境県民局 消費生活課	約39分	有	小学生	2014

## E 製品事故

No	題名	企画会社	時間	字幕	対象者	制作年
4	<p>「くらしの中の身近な製品事故」 小学校高学年向け</p> <p>【内容】これまで実際に発生した身近な製品に関する事故を紹介したDVDです。各テーマごとに製品事故にいたる過程、事故再現実験、注意事項という流れで構成されています。</p> <p>ハンドブックでは、製品事故の解説と注意ポイントをはじめ、その他の事故、子どもと製品事故について話し合うためのヒント、実際に事故が発生した際の注意点を記述しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ガスこんろの事故</li> <li>・石油ストーブの事故</li> <li>・電子レンジの事故</li> <li>・配線の事故(たこ足配線・電源プラグ)</li> <li>・電池の事故</li> </ul>	製品評価技術基盤機構(nite)	20分	無	若年者 小学生	2011

F 環境・衛生・その他

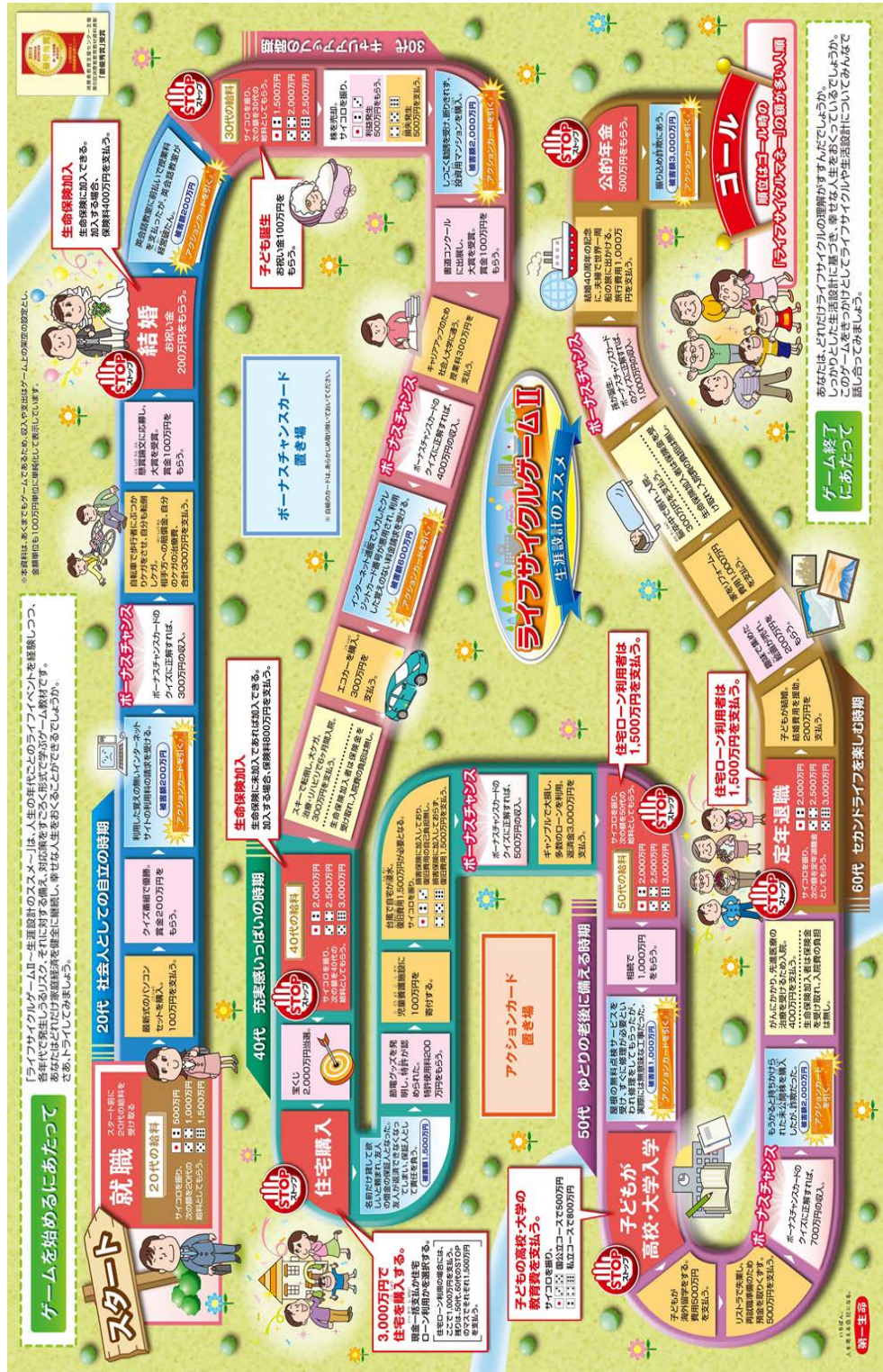
No	題名	企画会社	時間	字幕	対象者	制作年
6	<p>ビオレママの手あらいの時間</p> <p>【内容】CMでおなじみ、ビオレママと子どもたちが、研究員の先生と手あらいについて、やりとりをしながら、以下の内容を楽しく学びます。授業教材CD-ROM付き。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・どんな時に手をあらうの？</li> <li>・手をあらわないとどうなるの？→手あらいは大切！！</li> <li>・正しい手あらいの6つのポーズ</li> <li>・あわあわ手あらいのうた</li> </ul>	花王株式会社	7分弱	無	幼児 小学生	
7	<p>環境のことを考えた快適なくらし</p> <p>【内容】岡山県の中学校技術・家庭科研究会の先生方と開発を行い、学習指導要領及び教科の単元に即して作成されました。指導書、ワークシートやスライド教材、映像教材付きです。</p> <p>衣生活・住生活と自立-「衣服の選択と手入れ」</p> <p>プログラム1 なぜ洗剤を使うの？ プログラム2 環境に配慮した洗濯に取り組もう</p> <p>身近な消費生活と環境</p> <p>プログラム3 ごみを減らそう プログラム4 節電をしよう プログラム5 節水をしよう</p>	花王株式会社		無	中学生	2013

H CD-ROM(イラスト等)

No	題名	企画会社	内容	対象者	制作年
8	<p>考えてみよう これからのくらしとお金</p> <p>【内容】テキスト・授業ガイド・板書計画・ワークシート等データ、MP3のWebテキストで視聴可能な音声アナウンスあり ※テキスト・授業ガイド冊子あり。映像なし</p>	東京学芸大学・みずほフィナンシャルグループ 金融教育共同研究プロジェクト	金融教育	若年者 教員	2011
9	<p>消費生活教材 中学生向け</p> <p>【内容】本教材は、中学校の技術・家庭科などで活用できる映像や画像を取り入れた消費生活教材です。川崎市内の企業マイスター、農産物「かわさきさだち」などを紹介します。 ・食生活と自立・衣生活・住生活と自立・身近な消費生活と環境・これからの消費生活 ・資料集</p>	川崎市消費者行政センター	消費生活教材	若年者	2013
13	<p>ロールプレイングで学ぶ消費者トラブル 君ならどうするこんどとき！Part2</p> <p>【内容】1、子どもに関わるトラブル事例から 2、ケイタイ、ネットに潜むワナ 3、若者に多いトラブル事例から 4、主婦や高齢者に多いトラブル事例から 5、ワークシート&amp;アドバイス 台本とワークシートを使用して消費者トラブルを学びます。</p>	財団法人 消費者教育支援センター	シナリオ	若年者 一般 高齢者	2011

S その他(ゲーム等)

分類	No	題名	内容	制作者	制作年度
S	1	ライフサイクルゲームⅡ～生涯設計のススメ～	スゴロク形式のボードゲームで、人生の様々なリスクとそれらに対応する必要な知識や備えなど、消費者知識を学ぶ(3人～5人)	第一生命(株)	2012







## T 消費者啓発活動プログラム(若年者)

番号	プログラム名	作成消費者団体名
T25-18	食品期限表示クイズ	光市消費者の会
T26-1	スマホを上手に使う為に	下関市消費者の会
T26-2	サイバー犯罪に気をつけよう！	きくがわ消費者の会
T26-4	台所は危険がいっぱい！	宇部市消費者の会
T26-5	おしゃれのリスクについて考えよう	山陽小野田消費者の会 小野田支部
T26-6	「むだ使いはダメよ～」お金は大切です	山陽小野田消費者の会 山陽支部
T26-7	身につけよう！「消費者力」	美祢市消費者の会
T26-8	どちらを選びますか？	山口消費生活研究会
T26-9	野菜について考えよう	徳地消費者グループ
T26-11	お金の役割	山口市阿東消費者連絡協議会
T26-12	消費者として知っとこ！！	阿武町消費者団体連絡協議会
T26-13	こんなことで…！（危ないよ、意外な落とし穴）	周南消費者協会
T26-14	「契約（約束を守ろう）」について	下松消費者連絡会
T26-15	できるかな？	光市消費者の会
T26-19	支払方法の特性を学ぼう	柳井市消費生活研究会
T27-1	「できるかな？」	下関広域
T27-2	よいこちゃんの1日	宇部山陽小野田広域
T27-3	守ろうよ、ルールー。子供も大人も。	山口・防府広域
T27-6	3Rって知ってる？	周南広域(光)





### 3 消費者啓発出前講座の講師派遣について

県消費生活センターでは、県内の公民館や学校などの消費者啓発講座に、無料で講師を派遣しています。

講師の派遣を希望される場合は、「講師派遣申請書」(57ページに掲載)により、郵送・FAX又はメールでお申し込みください。

申込日に派遣できないことがありますので、申請は講座の1カ月前までをお願いします。

なお、「講師派遣申請書」は県消費生活センターホームページからもダウンロードできます。

講座内容	契約の基礎知識、消費生活相談事例、クーリング・オフ制度等 ※ 啓発講座のプランは実施前に打ち合わせを行い、御要望(時間、内容等)に応じて調整します。参考として、小学生を対象に実施した啓発講座のプランニングシートを56ページに掲載します。
時 間	1時間程度
講 師	消費生活センター職員、消費生活相談員
申込み先	申し込みは、郵送、FAX又はメールにてお願いします。 ● 郵送先：〒753-8501 山口県山口市滝町1番1号 山口県消費生活センター消費者教育・相談班宛 ● FAX：(083) 923-3407 ● メール：manaberu@pref.yamaguchi.lg.jp

消費生活相談のデータや相談事例を授業に活用しませんか？  
派遣は無料です。ぜひ御利用ください。



## 《小学生を対象とした消費啓発講座の実施例》

クイズやグループワークを交えてお金の役割や契約の基本、小学生が遭いやすい消費者トラブルについて啓発を行います。

消費生活センターの紹介		5分
<b>お金について考えよう</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・お金の役割について考える</li> <li>・お金を支払う方法</li> <li>・人生とお金について など</li> </ul>	パワーポイント	10分
<b>消費者ってだれのこと？</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・皆も消費者になるのかな など</li> </ul>	パワーポイント	10分
<b>契約ってなんだろう？</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・契約はいつ成立するのかな</li> <li>・買った物を返品できるかな など</li> </ul>	パワーポイント	10分
<b>気を付けてね、消費生活のトラブル</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>・携帯電話のトラブル</li> <li>・トラブルにあったら相談しよう など</li> </ul>	パワーポイント グループワーク	10分



山口県消費生活センター所長 様

申請者名 \_\_\_\_\_

## 講 師 派 遣 申 請 書 (学校用)

下記により、消費者教育啓発講座（研修）を実施したいので、講師を派遣されるようお願いします。

記

開催年月日	平成 年 月 日 ( )
開催時間	時 分 から 時 分 まで
開催場所	所在地： 施設名：
対象人員	生徒数 人 教職員 人 計 人
視聴覚機器の有無	プロジェクター 有 無 (持込 可 不可) パソコン 有 無 (持込 可 不可) スクリーン 有 無 (持込 可 不可) DVD プレーヤー 有 無 (持込 可 不可)
学校名 担当教師名	(TEL )
講座希望内容	

※ 視聴覚機器の有無は、開催場所で使用できるものについて、印を付けてください。

消費者教育施設 「まなべる」への 交通手段	自家用車      マイクロバス      その他 ( )
-----------------------------	-------------------------------

※ 開催場所が「まなべる」の場合は、ご記入ください。



## 4 消費生活相談窓口一覧

消費生活センターでは、商品を購入したりサービスを利用したりするときに起こる販売方法、契約内容、多重債務、品質のトラブルなど消費生活に関する相談を受付け、問題解決のための助言・あっせん等を行っています。

また、消費者啓発講座や教材の貸出を行っている消費生活センターもありますので、消費者教育授業に御活用ください。

H30. 1. 31 現在

相談窓口	自治体名	電話番号	所在地
下関市消費生活センター	下関市	083-231-1270	下関市役所新館内
宇部市消費生活センター	宇部市	0836-34-8157	宇部市役所内
山口市消費生活センター	山口市	083-934-7171	山口市役所内
萩市消費生活センター	萩市	0838-25-0999	萩市役所内
防府市消費生活センター	防府市	0835-25-2129	防府市役所内
下松市消費生活センター	下松市	0833-44-0999	下松市役所内
岩国市消費生活センター	岩国市	0827-22-1157	岩国市役所内
光市消費生活センター	光市	0833-72-5511	光市役所内
長門市消費生活センター	長門市	0837-23-1115	長門市役所内
柳井地区広域消費生活センター	柳井市 周防大島町 上関町 田布施町 平生町	0820-22-2125	柳井市役所内
美祢市消費生活センター	美祢市	0837-52-3455	美祢市役所内
周南市消費生活センター	周南市	0834-22-8321	周南市役所内
山陽小野田市消費生活センター	山陽小野田市	0836-82-1139	山陽小野田市役所内
和木町企画総務課	和木町	0827-52-2136	和木町役場内
阿武町経済課	阿武町	08388-2-3114	阿武町役場内
山口県消費生活センター	山口県	083-924-0999	山口県庁厚生棟 2 階



山口県消費生活センター  
(山口県環境生活部県民生活課内)

〒753-8501

山口県山口市滝町1番1号 山口県庁厚生棟2階

TEL: 083-924-2421 (消費者教育)

: 083-924-0999 (相談)

FAX: 083-923-3407

