

『商品研究発表』を实践して

—消費生活と意思決定を考える—

広島県広島市立美鈴が丘高等学校教諭 久保田まゆみ

事例の位置付け	実施学年	第1, 2学年	
	教科等	家庭総合, 生活技術	☆総合的な学習の時間
	単元名	消費生活と資源・環境	

ガイドブックの利用にあたって

ガイドブックの利用にあたって

生活設計・家計管理

生活設計・家計管理

金融や経済のしくみ

金融や経済のしくみ

消費者保護・トラブル未然防止

消費者保護・トラブル未然防止

キャリア教育

キャリア教育

ねらい

- 1 家庭の経済生活, 消費者の権利と責任などについて理解させる。
- 2 現代の消費生活の課題について認識し, 資源や環境に配慮し, 消費者として適切な意思決定にもとづいて責任をもって行動できる実践的な態度を養う。

展開の特色

- 1 商品を選ぶという行動のなかで, 私たちのライフスタイルを考えながら, さまざまな意思決定を擬似体験させた。
- 2 地球環境や人の健康に優しい商品とは何か, その商品を選ぶことがなぜ, どのように生活に結びつくかなどの研究を進めた。
- 3 商品を比較検討し, 決定し, その結果を発表するという学習の流れを構築し, この学習形態を「商品研究発表」と名づけた。
- 4 批判や評価を自己だけでなく, 消費生活アドバイザーをはじめとする専門家にしてもらうことで研究する意味や価値を高めた。

構成

- 第1次 家庭の経済生活 (2時間)
- 第2次 消費者の権利と責任 (4時間)
- 第3次 環境に調和した生活 (1時間)
- 第4次 消費生活と意思決定 (12時間) <本題材12時間分>

事前の準備

- ・各種商品カタログ等の収集

本題材の展開

本題材の目標

商品研究を通して, 資源や環境に配慮し, 消費者として適切な意思決定にもとづいて責任をもって行動できる実践的な態度を養う。

	学習内容	学習活動
①	① グループ編成 (①～③まで1時間)	・商品研究発表のねらいや手順を知る。 ・研究対象商品を第1希望から第3希望まで選ぶ。
②	② 商品やテーマの決定	・グループごとに擬似会社組織を作り, リーダー役の社長を決める。 ・商品を何にするか, 何について調べるのか, 話し合う。 ・商品選択の理由も明確にする。

教師の支援, 指導上の留意点	資料
<ul style="list-style-type: none"> ・研究のねらいを理解させ, 研究手順を説明する。 ・同じような商品やテーマを選んだ生徒同士を同じグループに編成する。人数は3～4人がよい。 ・授業時間内に目標どおり作業が終わらなければ残業となることを確認しておく。 	<ul style="list-style-type: none"> ・プリント「研究対象商品希望用紙」
<ul style="list-style-type: none"> ・研究商品例としては, 台所洗剤, 歯磨き粉, シャンプー, ボールペン, ラップ, シャープペンシル, シャープペンシルの芯, ソックス, テレビ, MDプレーヤー, 旅行, 携帯電話等が挙げられる。但し, 食料品は研究の対象外とすることを指示する。なるべく, 異なるメーカーの商品を取り扱わせる。 ・グリーンコンシューマーをめざす視点も大切であることをおさえる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・各種商品カタログ

	学習内容	学習活動
③	③ 研究方法の決定	<ul style="list-style-type: none"> 右の①～⑩のどの方法で研究を進めるか決定する。
④	④ 消費者調査（アンケート調査）の実施（2時間）	<ul style="list-style-type: none"> アンケート作成にあたっては、クラスの人全員からどんな情報を得るのかを協議し、調査票を作成する。 アンケート回収後、グラフや表にまとめ、結果から読みとれることを挙げる。
⑤	⑤ 商品比較表の作成（⑤・⑥で3時間）	<ul style="list-style-type: none"> 比較項目として、価格、メーカー名は必ず取り扱い、グループごとに性能やキャッチフレーズ、アフターサービス等全部で8項目程度を挙げる。 一人一品責任をもち、各自の調査結果を表に記入し、グループで一つの表にまとめる。
⑥	⑥ まとめと課題	<ul style="list-style-type: none"> 研究を通して、分かったことや課題をまとめる。
⑦	⑦ 発表資料の作成（2時間）	<ul style="list-style-type: none"> 所定の様式に、研究資料をまとめる。
⑧	⑧ 発表方法の決定	<ul style="list-style-type: none"> どのように発表（プレゼンテーション）すれば、みんなが興味をもって聞いてくれるか、その方法を話し合う。

memo・注



教師の支援, 指導上の留意点	資料
<ul style="list-style-type: none"> 次の研究方法のうち、①は全員必修、②～⑩はオプションとする。①クラスの人に商品に関するアンケート調査 ②家族、消費生活センターや販売店、メーカー、役所の人などにアンケート調査、インタビュー調査 ③実験（試買テスト） ④広告・カタログ・パンフレット、取扱説明書 ⑤新聞切り抜き ⑥雑誌（『月刊消費者』等）・文献 ⑦製作 ⑧インターネット・ファックス情報 ⑨CMなどのビデオ撮影・写真撮影 ⑩見学等 <p>・カタログ、実物などは、教員がある程度予め用意するが、可能な限り生徒に収集しておくよう指示する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> プリント「研究方法のいろいろ」
<ul style="list-style-type: none"> 商品研究には、消費者の意識や行動を知ることが重要であることをおさえる。 アンケートとは「ある集団に対して同じ質問をする→調査票を用いる→データは基本的に統計数字として処理する」という流れをおさえる。 クラス内アンケートでは、生徒全員がすべてのグループのアンケートに回答するため、アンケート項目は選択肢で回答できる質問を3～5つ、自由記述1つ程度に限定させる。 アンケートの項目が良くない場合は、直接そのグループに質問させたり、再作成させたりする。 	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者調査事例」資料1（→p.228）
<ul style="list-style-type: none"> 比較する商品は人数分必要となることをおさえる。 自分たちの決定した研究方法で実際に商品と比較するために効果的な項目を考えさせる。 	<ul style="list-style-type: none"> 各種商品カタログプリント 「環境基本法」（抜粋）
<ul style="list-style-type: none"> グリーンコンシューマーをめざし、環境についての視点は、必ず記述することを指示する。 	
<ul style="list-style-type: none"> 全グループの必修課題とする。 紙面構成については共通の様式を提示する。 まんがやイラスト、図表、カタログを切り貼りしてもよいことを付け加える。 発表資料は印刷物となり、発表時に各グループが配布することを伝える。 	<ul style="list-style-type: none"> 「発表資料の作成の仕方事例」資料3, 4（→p.229, 230）
<ul style="list-style-type: none"> プレゼンテーション能力を養うことも学習のねらいとしているのでいろいろな発表方法を示す。 	<ul style="list-style-type: none"> 「いろいろな発表方法」資料5（→p.231）

	学習内容	学習活動
⑨	9 発表読み原稿の作成 (2時間)	<ul style="list-style-type: none"> ・プレゼンテーションの役割分担チャートを作成する。 ・担当箇所の発表読み原稿を作成する。 ・各グループでリハーサルをする。
⑩	10 商品研究発表(プレゼンテーション)と評価(2時間)	<ul style="list-style-type: none"> ・クラスのみならずゲストティーチャーの前で発表する。 ・相互評価, 自己評価をする。 ・ゲストティーチャー(専門家)の批評やアドバイスを受ける。

教師の支援, 指導上の留意点	資料
<ul style="list-style-type: none"> ・一人一責任になるように役割分担させる。 ・分かりやすい発表の速さは「1分間に300字程度」で、一人400字程度とすることを指示する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「役割分担チャート」資料2 (→p.228) ・発表読み原稿用紙
<ul style="list-style-type: none"> ・マイクを使用すると、発表の雰囲気がよくなる。 ・可能な範囲で専門家である消費生活アドバイザーの方に講評していただくとよい。 ・研究発表の評価の観点として、「消費者調査は分かり易かったか」、「自分たちの考えは明確であったか」、「資料は分かり易かったか」、「発表の仕方に工夫が見られたか」、「発表態度・挨拶・声の大きさはよかったか」の5点を挙げ、「一行コメント」を記入させる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・プリント「発表資料」 ・マイク ・教材提示装置 ・カタログや実物など ・プリント「評価記入用紙」
<ul style="list-style-type: none"> ・発表後、各グループに生徒の「一行コメント」のコピーを配布する。 ・発表後、ゲストティーチャーに礼状(生徒の感想)を出す。 	

評価の観点

- 1 生活情報に関心を持ち、消費者として適切に活用しようとする。
- 2 さまざまな生活情報のなかから、消費者として目的や地球環境をふまえて、比較検討、判断、選択、意思決定することができる。

参考資料

- ☆ 日経産業消費研究所編『消費者ニーズってなあに?』日本経済新聞社, 1994年
- ☆ 入江一恵他『男女共学のための家庭科展開事例集』一橋出版株式会社, 1997年
- ☆ 財団法人日本消費者協会『月刊消費者』
- ☆ 国民生活センター『たしかな目』

資料1 消費者調査(アンケート)の生徒事例

ケータイについてのアンケート

○年○組○班

Q1. あなたはケータイを持っていますか?
Yes・No

Q2. 持っている人はどの会社ですか? またはどの会社のケータイがほしいですか?

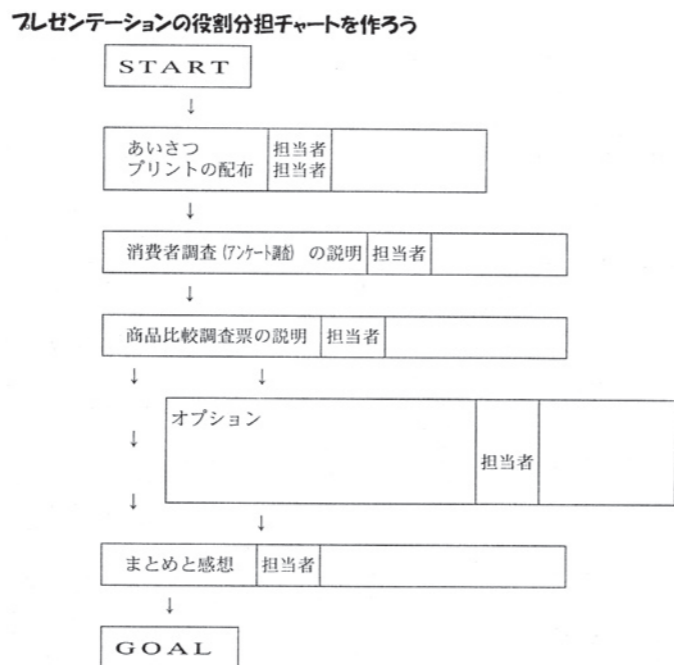
Q3. その会社を選ぶ理由は?
料金的に・電液的に・機能的に・使いやすいに
その他()

Q4. あなたは何を重視してケータイを選びますか?
音質・画質・カメラ・重さ・大きさ・デザイン
その他()

Q5. 今後どんな機能がほしいと思いますか?
()

☆ご協力ありがとうございました☆

資料2 プレゼンテーションの役割分担チャート



資料3 発表資料の作成の仕方(生徒事例)

商品名 携帯電話

0年0組0班

美鈴が丘高校1年生40人に聞きました

問1. あなたはケータイを持っていますか? YES 34人 NO 4人

問2. 持っている人はどの会社ですか? スはどの会社のケータイがほしいですか?

男 a社 24人 b社 11人 c社 3人

女 a社 4人 b社 7人 c社 12人

問3. その会社を選ぶ理由は?

料金的 電液的 機能的

使いやすさ その他 無回答

問4. あなたは何を1番重視してケータイを選びますか?

音質 画質 重さ 大きさ デザイン

問5. 今後どんな機能がほしいと思いますか?

☆テレビ ☆キレイな音質 ☆世界共通 ☆キレイな画質
☆ラジオ ☆テレビ ☆カメラ ☆録音再生

商品比較表

商品名	A	B	C	D
メーカー	E社	F社	G社	H社
担当者				
価格	¥	¥	¥	¥
重量	99g	119g	102g	99g
液晶	4,096色	260,000色	65,536色	260,000色
和音	16和音	40和音	40和音	40和音
カメラ	なし	ムービー	あり	ムービー
サブディスプレイ	12色	256色	256色	65,536色
連続通話時間	135分	160分	130分	110分
デザイン				
本体の色	・ラベンダー ・ストロベリー ・ローズマリン	・スノーホワイト ・ラベンダー ・ソリッドネイビー	・ネオグリーン ・ソリッドピンク ・パールブルー	・クリスタルシルバー ・パールネイビー
コメント	軽いやわらかい デザインが可愛い 和音が少ない	画面が大きい カメラがほしい 音がいい	画面が大きい カメラがほしい 音がいい	画面が大きい カメラがほしい 音がいい

まとめ

Aはサブディスプレイの色がほしい。Dは、カメラの色が変えられる。カメラがほしい。音がいい。和音はカメラがほしいと本体が高い!!!

資料4 発表資料の作成の仕方

発表資料(プリント)作成の仕方

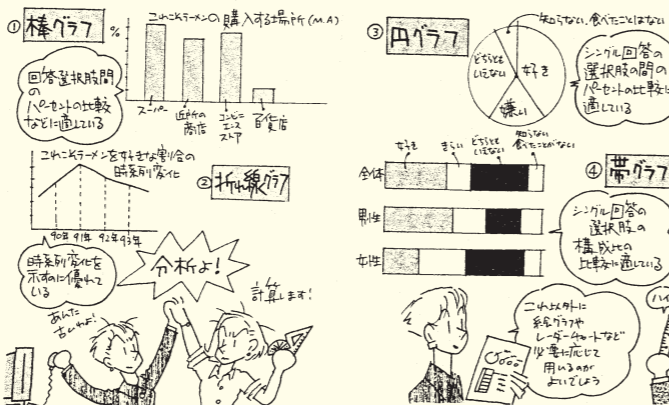
①紙面構成 (B4の大きさのプリント 1枚)

商品名 0年0組0班 班員名前	2.班員で商品比較研究をしました (商品比較調査表)
1.美鈴が丘高校 0年生0名に聞きました (消費者調査報告)	3.まとめと課題

②内容

1.消費者調査報告～美鈴が丘高校 0年生0名に聞きました の書き方 ←(4)でやった消費者調査をまとめる

- ・発表資料としてプリントにしてクラスの人に配布するので、原稿は濃く書く。
- ・アンケートの集計結果は図やグラフで示す。
- ・集計結果の分析には、短いコメントをつける。



2.商品比較表

の書き方 ←(5)でやった各自の「商品比較表」

例) トイレトペーパー

商品名	A	B	C	D
メーカー				
担当者				
価格	円	円	円	円
ミシン目	有	無	有	無
芳香	有	無	無	無
シングルかダブル	ダブル	シングル	ダブル	シングル
感触	良い	ふつう	良い	やや悪い
原料	パルプ100%	再生古紙	パルプ100%	パルプ100%
絵入り	有	無	無	無
表示	JIS有	JIS有	JIS有	JIS無
幅×長さ	114mm×40m	114mm×65m	114mm×65m	114mm×90m
溶解性	よくとける	よくとける	よくとける	よくとける
コメント	絵がかわいいので、子どもに人気	古紙なので、環境にやさしい	ミシン目があるので使いやすい	JIS表示がないのは心配

- ・紙面構成を考えながら、イラストなどを入れてわかりやすい表にしよう。
- ・コメントは商品について調べて、感じたことを各担当者が記入する。

3.まとめと課題

の書き方 ←(6)でやった「まとめと課題」

- ・商品全体についてのコメントを書く。おすすめポイントを書いてよい。
- ・私たちが生活の中で気をつけたいことを提案するとよい。たとえば、環境との関わりについて述べるのもよい。
- ・企業への提案を述べるのもよい。



資料5 いろいろな発表方法

年()組()番名前()

発表方法の決定

どうやって発表(プレゼンテーション)すれば、みんなが興味をもって聞いてくれるかその方法を話し合う。

<いろいろな発表方法>

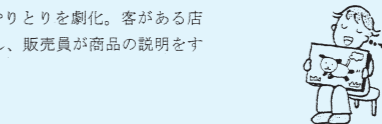
①プリントの提示(必修課題)
全ての班で行う。「⑦発表資料の作成」のところで作成したプリントを示すことにより、聞く人の理解を助ける。発表後も、教室の壁に掲示・展示することにより、互いに啓発しあい、自由に見直すことのできるので記憶の中にしっかりと残せる。

②横造紙の提示
マジック等を使い、カラーでわかりやすく作成できる。資料を示すことにより、聞く人の理解を助ける。発表後も、教室の壁に掲示・展示することにより、互いに啓発しあい、自由に見直すことのできるので記憶の中にしっかりと残せる。

③新聞の切り抜きの活用
新聞は日々新しいニュースを報道するものであり、最新の情報が得られやすい。誰でもが簡単に入手しやすい情報であり、情報の種類も多い。各自がテーマに関する記事を探し同じ記事についての各紙の比較を行う資料を提示してもよい。

④寸劇
演じることによって、商品知識だけではなく、生徒の生活観や内面を表現することもできる。たとえば、「客」と「販売員」になり、そのやりとりを劇化。客がある店で商品を購入する場面を設定し、客が商品について質問し、販売員が商品の説明をすると、聞く側もわかりやすい。

⑤紙芝居
紙芝居の絵とストーリー性により、聞く人の理解を助け、興味を引きつける効果がある。紙芝居用の舞台があるので利用するとよい。



⑥実物提示

実物を教室で示し、直接見たり触ったりできるようにする。聞く人の理解を助け、興味を引きつける効果がある。その際実物が少ないと順番に回すことになり時間もかかるので、できるならば、班ごとに見本が渡せるよう用意しておく工夫が必要となる。実物を提示装置で映してもよい。



⑦写真提示

研究の結果だけではなく、研究をしているときの様子(たとえば、インタビューをしている様子や見学風景など)、実物を実際には提示できない商品の写真をモニターに(実物提示装置使用)提示することにより、わかりやすい発表となる。



⑧映像メディア(ビデオ)の活用

聞く人の視覚や聴覚に直接訴えられるので、わかりやすく、理解を高めることができる。商品のコマーシャルをビデオ録画し、活用するとよい。

⑨録音メディアの活用

商品について、家族や販売店、メーカー、消費生活センターの人等にインタビューするとき、カセットテープに録音し、活用するとよい。聞く人に具体的な体験を豊かに与えることによって聞く人の理解を高めることができる。



⑩示範実験

聞く人に実際に行って見せるので、変化が目の前で起こると言った経験を通して問題に関心を持たせることができる。そのためには、誰でもが手軽にできる簡易テストであることが大切である。

⑪クイズ形式

発表者がクイズを出題し、聞く人がそれに答える。楽しみながら聞けるので、学習意欲がわき、最後まで聞くことができる。たとえば、「Q1 ○は～だ。これは○か、×か。」

⑫雑誌(「月刊消費者」等)の活用

商品テスト誌「月刊消費者」の商品比較テスト記事を提示し、自分たちの研究の裏付けに活用すると、聞く人が納得しやすい。

