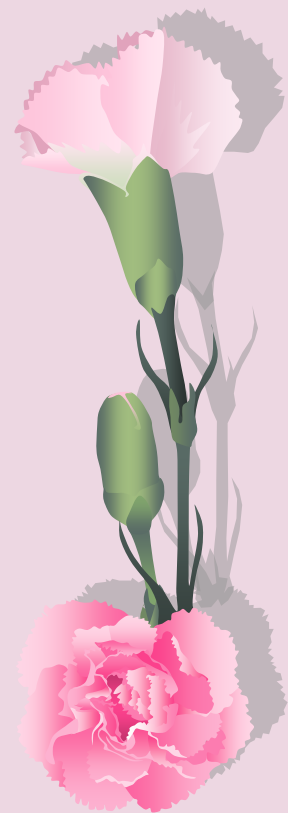


「商品研究発表」を実践して ～消費生活と意思決定を考える

広島市立広島工業高等学校
前 広島市立美鈴が丘高等学校
久保田まゆみ



「家庭総合」学習指導要領

＜内容＞

(5) 消費生活と資源・環境

家庭の経済生活、消費生活の権利と責任などについて理解させるとともに、現代の消費生活の課題について認識させ、資源や環境に配慮し、消費者としての適切な**意思決定**に基づいて、責任をもって行動できるようにする。

学習のねらい

- 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。
-

授業の構成

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>

意思決定のプロセス

①問題の明確化

②情報収集

③選択肢の比較・検討

④決定・行動

⑤評価

授業展開の特色

- 1 商品を選ぶという行動を通して、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はなく、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させた。
-

本題材の展開

- (1) グループ編成
 - (2) 商品やテーマの決定
 - (3) 研究方法の決定
 - (4) 消費者調査(アンケート調査)の実施
 - (5) 商品比較表の作成
 - (6) 商品研究のまとめと課題
 - (7) 発表資料の作成
 - (8) 発表方法の決定
 - (9) 発表読み原稿の作成
 - (10) 商品研究発表(プレゼンテーション)と評価
-

展開(1)グループ編成

人数:3~5人

擬似会社組織を作る

リーダー:社長

授業時間内に目標通り作業
が終わらない場合:残業



展開(2)商品やテーマの決定

研究対象商品を選ぶ

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、旅行、携帯電話、車、MDプレイヤー等



展開(3)研究方法の決定

- クラスの人に商品に関するアンケート調査
- 家族、消費生活センターや販売店、メーカー、役所の人などにインタビュー
- 広告・カタログ・パンフレット、取扱説明書
- 実験(試買テスト)
- 新聞切り抜き
- 雑誌『月刊消費者』等
- 製作
- インターネット・ファックス情報
- CMなどのビデオ撮影・写真撮影
- 見学



展開(4)消費者調査(アンケート調査)の実施

消費者調査事例

ケータイについてのアンケート

1年〇組〇班

Q1. あなたはケータイを持っていますか？

Yes・No

Q2. 持っている人はどこの会社ですか？持っていない人はどこの会社のが欲しいですか？

〇〇・××・△△・その他()

Q3. その会社を選ぶ理由は？

料金的に・電波的に・機能的に・使いやすさに・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()

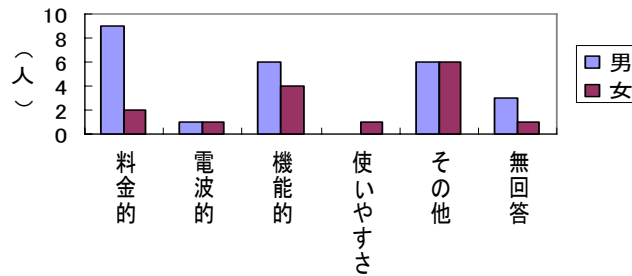
Q5. 今後どんな機能がつけばいいと思いますか？

()

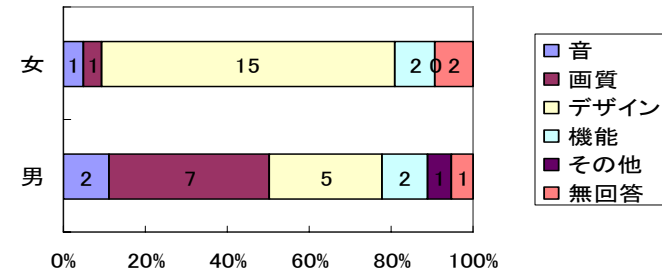
☆ご協力ありがとうございました

消費者調査(アンケート調査)の集計

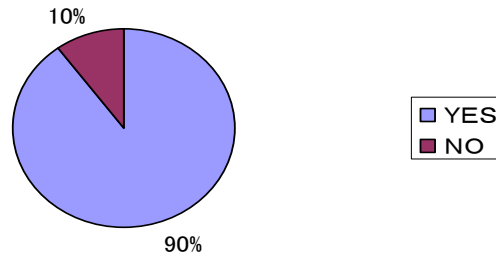
グラフA 携帯電話の会社を選ぶ理由



グラフC あなたは何を一番重視しますか



グラフB あなたは携帯を持っていますか



展開(5)商品比較表の作成

商品名					
メーカー		ア社	イ社	ウ社	エ社
担当者		Aさん	Bさん	Cさん	Dさん
調査項目	価格				
	重量				
	液晶				
	和音				
	カメラ				
	連続通話時間				
	本体デザイン				
	通話料金				
	コメント				

展開(6)研究のまとめと課題

- 研究を通して分かったこと
 - 商品全体のコメント
 - 環境についての視点
 - 企業への提案
-

展開(7)発表資料の作成

<紙面構成>

商品名	1年○組○班	2 商品比較表
	班員名	
1 消費者調査報告		
		3 まとめと課題



展開(8)発表方法の決定

～いろいろな発表方法

- ①プリントの提示(必修)
- ②模造紙の提示
- ③新聞の切り抜き
- ④寸劇
- ⑤紙芝居
- ⑥実物提示
- ⑦カタログ・パンフレット・写真提示
- ⑧映像メディア(ビデオ)の活用
- ⑨映像・録音メディアの活用
- ⑩示範実験
- ⑪クイズ形式
- ⑫雑誌『月刊消費者』の活用



展開(9)発表読み原稿の作成

～プレゼンテーションの役割分担チャート

START



挨拶・プリント配布<担当者>



消費者調査(アンケート調査)の説明<担当者>



商品比較表の説明<担当者>



オプション()<担当者>



まとめと課題、感想<担当者> → GOAL

展開(10)商品研究発表と評価

クラスの人とゲストティーチャーの前で発表

- 消費者調査は分かり易かったか
- 消費者として、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・声の大きさは良かったか
- 一行コメント



ゲストティーチャーによる批評



生徒の感想

- 自分たちが調べて発表するのは、何となくやっていて、イイと思ったことを調べているので、あまりすごいとは思わなかったけど、消費生活アドバイザーの方の話を聞いていると、自分たちが調べたものは大切なことだったとつくづく思った。
 - 消費のために法律がどんどん変わっているということを初めて知った。商品には本当にたくさんの種類があるんですね。私も一つ一つ理解して大人になって困らないようにしたいです。発表が楽しかったです。
 - 未成年の時はまだ親が見てくれるけど、後4, 5年の内に自分で責任を取らなければならないと言われるとちょっと自信がありません。
-

-
- どんどん消費者のために法律が変わっていくことはよいことだと思うけど、法律に甘えずに、自分たちの力で自分を守っていきたいと思います。
 - 消費者は消費のことだけではなく、購入後のことも考えなければいけないんだなあと思いました。私も、これからは環境のことを考えて商品を選ぼうと思いました。消費生活アドバイザーの方はいろいろなことを知っておられて、私も困ったときには相談しようと思いました。
-

今後の課題

- 体験的・実践的学習のための時間の確保
 - 発表の工夫の指導
 - 授業者・学習者・観察者による効果的な評価
項目の検討
 - 消費者から企業への提案可能な発信型授業
の構築
-