

「君は消費生活相談員 消費者知力パワーアップセミナー」

—啓発表現により消費行動に対する思考を深める—

新潟県立見附高等学校教諭 渡邊祐子

事例の 位置付け	実施学年	第2学年	☆情報
	教科等	家庭総合	
	単元名	消費社会を生きる。	

ねらい

高校生にとって家計管理・消費者問題は、まだ自分のものとして考えるには遠い存在であり、食物分野等と比較しても距離感がある。しかし、昨今の消費者被害の実態をみると、生徒自身が消費の主体として、もっと成長していかなければならないことを痛感する。そのためには経済や消費を、より身近に引き寄せる授業・教材を工夫していく必要がある。そこで次の点をこの単元のねらいとして設定した。

- 1 間近に迫る進路選択を題材に、財・サービスの選択と意思決定の力を養う。
- 2 消費社会の実態を学び、自立した消費者としての消費行動のあり方を考えさせる。
- 3 「情報の発信者」として、消費者問題を解決する力をもっていることを自覚させる。

展開の特色

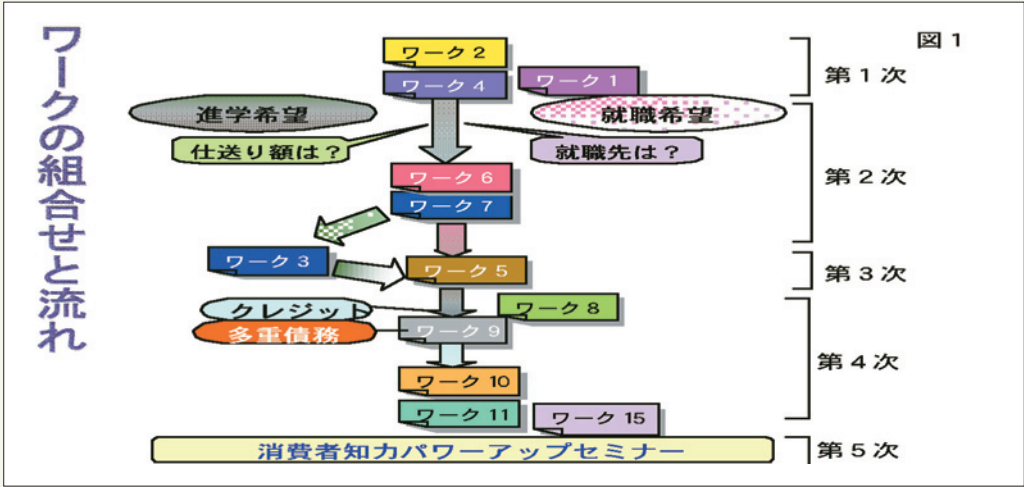
- 1 進路選択（ひとり立ち）を軸に展開する。
- 2 ワークブック『これであなたもひとり立ち』による演習を多く活用する。
- 3 インターネット等により情報を収集し利用する。
- 4 プレゼンテーションソフトを利用し、啓発的な内容を含む発表を行う。

構成

- 第1次 自立のための意思決定（2時間）
- 第2次 ひとり立ちの経済学（4時間）
- 第3次 ひとり暮らしの生活費（1時間）
- 第4次 わたしは消費者（5時間）
- 第5次 「消費者知力パワーアップセミナー」の講師になる（6時間）＜本時6/6＞
- 第6次 暮らしと資源・環境（2時間）

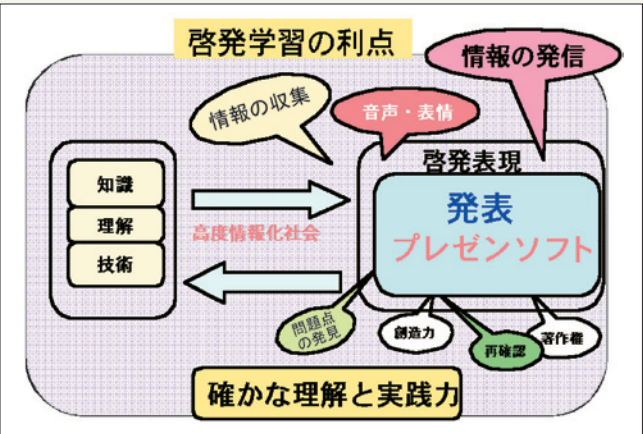
本時の展開

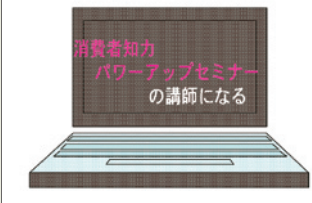
- 本時の目標
- 1 第1～4次で学習した契約・金銭管理・消費者問題等のなかからテーマ設定し、その知識や理解・技術を基にさらに自ら情報を収集し、啓発的な講座内容を検討するなかで知識を深化させる。
 - 2 消費者問題は自分自身が「わかる」だけでなく、多くの仲間に語り、共通の認識をもってはじめて力になることを自覚する。
 - 3 高度情報化社会のなかで自分の声・表情・プレゼンテーションソフト利用技術・創造力などを駆使して情報を発信する力をつける。



上図1に示すように、自立度チェックのあと、ワーク2で教育費を中心とした生活費を算出し、ワーク4を使い求人票の読み取りからワーク1のフリーター問題をからめ働き方を考える。ここで、進学希望か就職希望かを問いかけ、進学希望者には仕送り額の相談を親としてくるように仕組む。就職希望者には求人票から1社選ばせる。ワーク6で部屋さがしというたのしさをバネに契約を学び、ワーク7で新生活用品の経費を住空間の構成というワクの中で現実的につかませる。つぎに進学希望者はワーク3で進学全体の経費を算出し、ワーク5で一人暮らしの家計収支のバランスを考える。次にワーク8やプリントでクレジットについて学ぶ。さらにワーク9で金利の演習を行い、多重債務やヤミ金問題の現実を把握させる。この時、『きみはリッチ?』を使用した。ワーク10で悪質商法、ワーク11で関連する法規や対応のし方を学び、ワーク15ネット社会の現実という流れで組み立ててきたが、中心はワーク5にある。

これらの学習を通じて、消費者がもつべき経済的な知識の拡大と理解をはかり、最後に「消費者知力パワーアップセミナー」と名づけた啓発表現に取り組んだ。



	学 習 内 容	学 習 活 動
導 入	①課題の提示	・取り組む課題を知る。 ・パワーポイントを使うことを知る。 君は消費生活相談員 消費者知力 パワーアップセミナー の講師になる 
	②課題の把握 (1 時間)	・参考作品を見る。 文字の入れ具合、アニメーション効果などを把握する。 ・パワーポイントの使い方を知る。 基本操作を行い、発表内容を効果的に提示する手法の基礎をマスターする。
展 開		・課題の目標を把握する。 生徒に提示した目標と留意点 消費 者の 経済 的知識・意 欲・行 動力を強化しよう ★今、消費者に語らねばならない問題はなにか。 ★どうしたら、聞き手の心をゆさぶり 消費行動に影響をあたえられるか。 ★講座の内容・構成をどのようにしたらよいか
		・発表までのステップを知る。 消費者知力 パワーアップセミナーへの流れ ①自分が取り組みたいテーマを決める ②テーマに関係する資料を集める ワーク・着はリッチ インターネット ③内容をしぼる ④話の段取りを考える ⑤パワーポイントで画面作り 聞き手の 心に届く 効果的な 構成 ⑥原稿を準備する ⑦発表 企画書を作る パ ー ポ イ ン ト
開 演	③課題に取り組む (3 時間)	・テーマを設定する。
		・企画書を作る。 テーマにどういう角度から迫っていくか、その段取りを考え、企画書に記入する。 ↓ 提 出 ← チ ェ ッ ク
		・資料を収集する。 テーマに関係する資料を集める。 『これであなたもひとり立ち』、『きみはリッチ?』、教科書、インターネットなどを使用し、必要なデータをさがす。

教師の支援、指導上の留意点	資 料 等
「消費者知力パワーアップセミナー」の講師として 1 講座を担当する。 ・上記の課題を提示し、これまで学習した契約・金銭管理・消費者問題等のなかからテーマ設定し、さらに自ら情報を収集し、啓発的な講座内容を発表することを説明する。	
・パワーポイントを使って作成した「金利」に関する啓発講座をやってみせる。 ・啓発的内容とすることを再確認する。 ・パワーポイントの操作法を簡単に講習する。生徒はこのソフトを使ったことはほとんどないが、「情報」でワード・エクセル等を学習しているため、30 分くらいの説明と使用でほぼ使えるようになる。	
・このセミナーの聞き手の消費者としての力をパワーアップさせるという目標をかげ、特に留意してほしい点を三つあげる。	
・自分が取り組みたい、今消費者に求められるのはこれだ!というテーマを決めさせる。ネーミングの大切さも強調する。	・『これであなたもひとり立ち』 ・『きみはリッチ?』 ・資料 1, 2 (→ p.274, 275)
・テーマはなるべく絞らせる。あまり広範囲に扱おうとするとどうしても内容が薄くなりやすく短時間で処理できなくなる。 ・話の段取りを考えさせ、ここまでをおおまかに企画書に記入させる。 ・提出を受けてチェックする。	・「企画書記入例」資料 3 (→ p.275)
・企画書から生徒が資料を収集しにくいと予想されるものは、資料を準備。	・アクセス先 ・『これであなたもひとり立ち 指導書』 ・『きみはリッチ? 指導書』等

ガイドブックの利用にあたって

生活設計・家計管理

金融や経済のしくみ

消費者保護・トラブル未然防止

キャリア教育

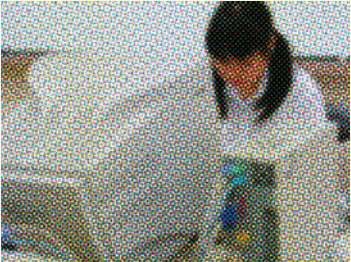
ガイドブックの利用にあたって

生活設計・家計管理

金融や経済のしくみ

消費者保護・トラブル未然防止

キャリア教育

	学 習 内 容	学 習 活 動
展 開		
		・画面構成を考える。 収集した資料・データをどう画面構成するか工夫する。
		・パソコンで話の骨となるものを打ち込む。 ・効果を考える。 文字・映像・グラフなどを使い、魅力的で分かりやすくなるように変化させていく。
		・パワーポイントのスライドをワードに送信し、講義用原稿を作る。
ま と め	④消費者知力パワーアップセミナー (2時間)	・発表する。発表を聞く。 

教師の支援、指導上の留意点	資 料 等
・どこにアクセスするのかという質問が多く出るので、県の消費生活センターや国民生活センター、弁護士会、司法書士会等を紹介する。将来の相談先という可能性もあるので、一度アクセスさせておくことも必要。インターネット使用のマナーなど「情報」の時間で学習済みだが、ここで再確認する。	
・発表時間も考慮し、5～8枚のスライドになるように指示。多くなりすぎるマイナス面も指摘する。	
・必要に応じて、エクセルでのグラフ化やイメージスキャナーでの取り込み、デジカメの使用、アニメーション設定の指導をする。 ・スライドに文字を打ち込みすぎる傾向があり、効果的な画面構成に留意させる。 ・骨組みができた生徒に、効果的な構成と聞き手の心に届く話を要求していく。	・デジカメ ・スキャナー
・画面＝原稿にならないように注意させ、画面を使つての説明を原稿に盛り込ませる。	・「生徒発表用原稿例」  資料4 (→p.276)
・クラスメートの発表を真摯に聞くことも大切にする。	
・発表内容に対して補足すべき事項を付け加える。	

評価の観点

- 1 現代の消費社会の問題と課題を把握しているか。
- 2 情報機器操作をはじめ資料などを利用して自分で情報を収集できたか。
- 3 テーマに対して適切な啓発表現ができたか。
- 4 伝えたいことを分かりやすく発表できたか。

参考資料

- ☆ 金融広報中央委員会『これであなたもひとり立ち』, 2003年
- ☆ 金融広報中央委員会『これであなたもひとり立ち 指導書』, 2004年
- ☆ 金融広報中央委員会『きみはリッチ?』, 2003年
- ☆ 金融広報中央委員会『きみはリッチ? 指導書』, 2003年
- ☆ 金融広報中央委員会『暮らしと金融なんでもデータ』
- ☆ 西村隆男編著『子どもとマスターする46のお金の知識: イラスト版お金のしごと』 合同出版
- ☆ インタービジョン21編集『図解「世の中」のカラクリ』 三笠書房, 2002年
- ☆ 船瀬俊介『図解ひっかけ商法のカラクリ』 PHP研究所, 2003年

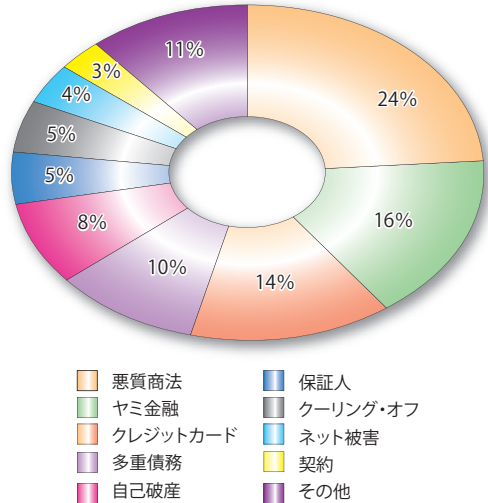


資料1
生徒の選んだタイトル

タイトル	内 容
きっぱりはっきり断ろう!	悪質商法
金利の落とし穴	金利
少額訴訟の秘密	訴訟
きつ気をつけろ!	悪質商法
楽々通販の罠	通信販売
ザ・ヤミ金	やみ金融
サラ金注意報	消費者金融
褒め言葉に弱くありませんか?	悪質商法
情けは身を減ぼす	保証人
クレジットの裏側	クレジット
カード社会を歩くために	クレジット
自己破産は新たな出発	自己破産
役立つ! クーリング・オフ	クーリング・オフ
多重債務の恐怖	多重債務



資料2
生徒が選んだテーマ



資料3
企画書記入例

企画書
消費者知力パワーアップセミナー
※消費者としての 経済的知識・意欲・行動力を強化しよう
タイトル 悪質商法の被害にあわないために
目標 (中心となる内容) 悪質商法の被害
流れ 悪質商法の種類 ↓ 「危険です」商法の相談件数 ↓ 「危険です」商法の相談内容 ↓ 「危険です」商法の被害事例 ↓ 悪質商法の被害にあってしまったら・あわないために ↓ 悪質商法の被害にあわないために大切なこと



資料 4

生徒発表用原稿例

スライド 1		悪質商法の被害にあわないために
スライド 2		悪質商法にはマルチ商法やアポイントメントセールス、キャッチセールスなどいろいろな種類があります。 その中でも「危険です」商法というものが急増しています。この商法について詳しくお話しします。
スライド 3		グラフからも分かるように、この「きけんです」商法は急増していて、2001年には相談件数が8,000件近くになっています。 被害者はお年寄りが多いそうです。
スライド 4		次に商品別の相談件数をみると、布団類が1番で、次に床下換気扇が多くなっています。

生徒発表用原稿例

スライド 5		「危険です」商法以外にも、パソコン教室や結婚相手紹介サービスなどの苦情が増えています。事情があつて途中でやめてもお金を返してくれなかったり、高額な違約金を要求してくる業者もあります。 なんでこのようなトラブルが増えているかというと、
スライド 6		2001年6月に訪問販売法が改正されて、「特定商取引法」という法律ができました。これは、語学教室などの「途中解約したのにお金を返してくれない」と殺到する苦情に対応した法律です。 でも、スポーツ教室、育毛サービスの2業種はこの特定商取引法の対象に指定されていません。だからトラブルが激増しています。
スライド 7		悪質商法の被害にあわないために大切なことは、いらないものはハッキリ断る。高額な契約やうますぎる話は、家族や知人によく相談する。その場で契約しないで、商品やサービスの内容や支払総額を十分検討しなければいけません。 もし契約してしまったら「クーリング・オフ」を利用しましょう。すぐに消費生活センターに相談します。
スライド 8		最後に、悪質商法の被害に会わないために大切なことは、 悪質商法を断る勇気を持つことです。 これで終わります。