

## ロードマップ及び単元デザインから始める現代社会の授業

### —持続可能な社会の形成に参画する消費者市民としての在り方生き方について主体的に考察させる授業実践—

愛知県立瑞陵高等学校 三輪 英世

#### 1 研究の実際

##### (1) 科目の目標

学習指導要領の科目目標には、次のように示されている。

人間の尊重と科学的な探究の精神に基づいて、広い視野に立って、現代の社会と人間についての理解を深めさせ、現代社会の基本的な問題について主体的に考察し公正に判断するとともに自ら人間としての在り方生き方について考察する力の基礎を養い、良識ある公民として必要な能力と態度を育てる

##### (2) 期待する生徒像、科目を通して身に付けさせたい力等

科目目標を踏まえて、「期待する生徒像」として、広い視野に立って物事を考えることができる生徒、生涯にわたって自己の在り方生き方について考えることができる生徒、持続可能な社会の形成に参画しようとする意欲をもっている生徒を育てることを考えた。

また、「科目を通して身に付けさせたい力等」として、「課題を考察するための枠組みを理解する力」、「現実から問題を見出す力」、「異なる立場からものを見る力」、「論理的に説明する力」等を身に付けさせたい力と位置付け、その育成を図る段階的・継続的な学習指導の在り方を追究した。

##### (3) ロードマップ ※資料編参照

「期待する生徒像」と「科目を通して身に付けさせたい力等」を検討する際、科目現代社会（以下、現社という）と科目政治・経済（以下、政経という）には科目目標・ねらいに違いがあるとの前提で考えた。両科目は同じテーマを扱う場合があるが、それぞれのねらいを理解した上で授業を構想することが不可欠と考えたからである。

現社の学習活動としては、社会の在り方を考察する基盤として、意見が対立する課題や状況をどのように調整していくのかを捉える枠組みである「幸福、正義、公正」を活用する必要がある。この枠組みは、学習指導要領解説において「個別に取り上げて理解させるのではなく、現代社会における諸課題をとらえる枠組みとして相互に関連させて扱うことが大切である」ことが示されており、幸福論・正義論・公正論とは捉え方が異なる。

また、学習指導要領の大項目「(3) 共に生きる社会を目指して」には、「持続可能な社会の形成に参画するという観点から課題を探究する活動を通して、現代社会に対する理解を深めさせるとともに、現代に生きる人間としての在り方生き方について考察を深めさせる。」とあり、内容(3)については、この科目のまとめとして位置付け、内容の(1)及び(2)で学習した成果を活用させること。地域や学校、生徒の実態等に応じて課題を設定し、個人と社会の関係、社会と社会の関係、現役世代と将来世代の関係のいずれかに着目させること」と内容の取扱いにも示されている。これらを踏まえて、課題探究学習に取り組みさせる要件として、持続可能な社会の形成が求められる現代社会の諸課題について、大項目(1)及び(2)の学習を通して身に付けた「幸福、正義、公正」の枠組みに基づいて考察する活動があること、他者と討論し、自分の意見を深める活動があること、持続可能な社会の形成に向けての自分の意見を発表したり、論述したりする活動があることの三点が必要と考えた。

現社の学習活動として、この枠組みを基盤として、現代社会について多様な角度から理解させるとともに、自己との関わりに着目させて、現代社会に生きる人間としての在り方生き方を主体的に考察させ

る活動，持続可能な社会の形成に参画する視点で課題を探究させる活動を設定した。その際には，解が一つではない現代の課題を扱い，習得した知識を活用したり，他者と協働的に追究したりする活動が思考力を高めていくために不可欠であろうと考えた。そこで各単元における学習では，「課題を考察するための枠組みを理解する力」，「異なる立場からものを見る力」，「分かりやすく表現する力」等の資質能力を身に付けさせたい力として見出し，単元のねらいとして位置付け，学習指導計画である「ロードマップ」を作成した。

#### (4) 単元デザイン ※資料編参照

研究では，「単元デザイン」として大項目「(1) 私たちの生きる社会 現代の諸課題 ② 情報」，大項目「(2) 現代社会と人間としての在り方生き方 エ 現代の経済社会と経済活動の在り方 ⑨ 消費者問題」，大項目「(3) 共に生きる社会を目指して 課題探究学習 ③ 現役世代と将来世代の関係」の三つの単元を抽出した。その理由は，各大項目の一つずつの単元デザインを作成し，それぞれの単元での活動を，「幸福，正義，公正」の枠組みに基づいて考察させるとともに，自己との関わりに着目させて，現代社会に生きる人間としての在り方生き方を考察させるものとして構想できているかについて検証するためである。

## 2 研究授業

ー持続可能な社会の形成に参画する消費者市民としての在り方生き方について主体的に考察させる授業実践ー

### (1) 単元構想 (\*Ⅲ 資料編 現代社会 単元デザイン2 参照)

研究授業は，大項目「(2) 現代社会と人間としての在り方生き方 エ 現代の経済社会と経済活動の在り方 ⑨ 消費者問題」において実施した。「内容の取扱い」には，「契約に関する基本的な考え方について理解させ，契約が複数の意思表示の合致によって成立する法律行為であること，不完全な意思表示に基づいて行われる場合は契約が無効になったり，これを取り消したりすることができることを理解させるとともに，契約により生ずるさまざまな責任についても理解させることが必要である。消費者問題については，『情報の非対称性』の観点から消費者保護の重要性を扱うだけではなく，消費者基本法や消費者契約法などを踏まえ，消費者の権利の尊重と消費者の自立支援の観点から指導することに留意することが大切である。」とある。これらを踏まえて，資料を基に消費者市民としての在り方生き方について考察させる単元を構想し，異なる立場からものを見る力と分かりやすく表現する力を育成しようと考えた。

① 資料として，愛知県県民生活部県民生活課「ー消費生活情報ーあいち暮らしっく 2014 年 No. 109 若者向け特集号キミの行動が社会を変える」資料4 (現代社会 9・10 ページ)，同「消費生活情報紙 あいち暮らしっく 2013 年 No. 102ー公正で持続可能な未来のためにー」資料5 (現代社会 11 ページ) を用いる。

② 消費者と消費者の利害関係者との関係に注目させ，消費者問題を「幸福，正義，公正」を用いて考察させることで，異なる立場からものを見る力の育成を目指す。

③ 考察した結果を模造紙とワークシート資料6 ー下段 (現代社会 12 ページ) にまとめさせることを通して，消費者市民としての在り方生き方についての考えを深めるとともに，分かりやすく表現する力の育成を目指す。

④ グループによる学習活動の場を設定し，男女混合4人でグループを編成する。

⑤ 事前の学習活動として予備知識を習得する活動に取り組みさせる。事後には授業外活動として，思考を深め，その内容を分かりやすく表現する活動に取り組みさせることで，授業時間内のグループによる

学習活動の時間を確保する。

(2) 学習指導案

| 1         | 教科・科目                     | 公民（現代社会）  |   |                |  |      |          |             |                |          |  |                           |                               |  |  |                   |  |  |           |  |                    |   |  |                           |  |   |  |
|-----------|---------------------------|---|---|----------------|--|------|----------|-------------|----------------|----------|--|---------------------------|-------------------------------|--|--|-------------------|--|--|-----------|--|--------------------|---|--|---------------------------|--|---|--|
| 2         | 単元名                       | 消費者問題   |   |                |  |      |          |             |                |          |  |                           |                               |  |  |                   |  |  |           |  |                    |   |  |                           |  |   |  |
| 3         | 単元の目標                     | 消費者問題について考察するとともに，消費者市民としての在り方生き方を考察し，適切に表現している。（思考・判断・表現）  |   |                |  |      |          |             |                |          |  |                           |                               |  |  |                   |  |  |           |  |                    |   |  |                           |  |   |  |
| 4         | 単元を貫く問い                   | 【消費者にはどのような力があるのか】  |   |                |  |      |          |             |                |          |  |                           |                               |  |  |                   |  |  |           |  |                    |   |  |                           |  |   |  |
| 5         | 単元の指導計画（全1時間・本時）          | <p>指導内容・◇本時における核となる問い・主な学習活動</p> <p>消費者問題</p> <p>◇消費者にはどのような力があるのか</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・グループで，消費者問題について，幸福，正義，公正の枠組みを用いて考え，その結果を模造紙にまとめる。</li> <li>・消費者問題と消費者市民としての自己の生き方について，ワークシートにまとめる。</li> </ul>  |   |                |  |      |          |             |                |          |  |                           |                               |  |  |                   |  |  |           |  |                    |   |  |                           |  |   |  |
| 6         | 本時の展開                     | <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>学習内容</th> <th>学習活動（生徒）</th> <th>指導上の留意点（教員）</th> <th>評価場面◎<br/>評価の観点</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">導入<br/>5分</td> <td></td> <td>・消費者の利害関係者（ステークホルダー）を考える。</td> <td>・前時の復習として，企業の社会的責任（CSR）を確認する。</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td>◇消費者にはどのような力があるのか</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">展開<br/>40分</td> <td></td> <td>・消費者と企業の幸福について考える。</td> <td>・企業の利害関係者を確認させる。<br/>・消費者と企業，それぞれの利害関係者との関係に注目させる。</td> <td></td> </tr> <tr> <td>求められている消費者像は何か<br/>自立した消費者</td> <td>・求められている消費者像と，その理由を考える。<br/>・両者の幸福をどのように実現に導くか，考える。<br/>・消費者問題について，「幸福，正義，公正」を用いて考え，その結果を模造紙にまとめる。</td> <td>・消費者保護基本法の改正に注目させ，消費者の権利と責任や法律から，求められている消費者像を考えさせる。<br/>・消費者と消費者の利害関係者との関係に，再度注目させたり，情報の非対称性に注目させたりする。<br/>・分かりやすくまとめさせる。</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> |   |                |  | 学習内容 | 学習活動（生徒） | 指導上の留意点（教員） | 評価場面◎<br>評価の観点 | 導入<br>5分 |  | ・消費者の利害関係者（ステークホルダー）を考える。 | ・前時の復習として，企業の社会的責任（CSR）を確認する。 |  |  | ◇消費者にはどのような力があるのか |  |  | 展開<br>40分 |  | ・消費者と企業の幸福について考える。 | ・企業の利害関係者を確認させる。<br>・消費者と企業，それぞれの利害関係者との関係に注目させる。 |  | 求められている消費者像は何か<br>自立した消費者 | ・求められている消費者像と，その理由を考える。<br>・両者の幸福をどのように実現に導くか，考える。<br>・消費者問題について，「幸福，正義，公正」を用いて考え，その結果を模造紙にまとめる。 | ・消費者保護基本法の改正に注目させ，消費者の権利と責任や法律から，求められている消費者像を考えさせる。<br>・消費者と消費者の利害関係者との関係に，再度注目させたり，情報の非対称性に注目させたりする。<br>・分かりやすくまとめさせる。 |  |
|           | 学習内容                      | 学習活動（生徒）  | 指導上の留意点（教員）   | 評価場面◎<br>評価の観点 |  |      |          |             |                |          |  |                           |                               |  |  |                   |  |  |           |  |                    |   |  |                           |  |   |  |
| 導入<br>5分  |                           | ・消費者の利害関係者（ステークホルダー）を考える。   | ・前時の復習として，企業の社会的責任（CSR）を確認する。   |                |  |      |          |             |                |          |  |                           |                               |  |  |                   |  |  |           |  |                    |   |  |                           |  |   |  |
|           |                           | ◇消費者にはどのような力があるのか   |   |                |  |      |          |             |                |          |  |                           |                               |  |  |                   |  |  |           |  |                    |   |  |                           |  |   |  |
| 展開<br>40分 |                           | ・消費者と企業の幸福について考える。  | ・企業の利害関係者を確認させる。<br>・消費者と企業，それぞれの利害関係者との関係に注目させる。   |                |  |      |          |             |                |          |  |                           |                               |  |  |                   |  |  |           |  |                    |   |  |                           |  |   |  |
|           | 求められている消費者像は何か<br>自立した消費者 | ・求められている消費者像と，その理由を考える。<br>・両者の幸福をどのように実現に導くか，考える。<br>・消費者問題について，「幸福，正義，公正」を用いて考え，その結果を模造紙にまとめる。  | ・消費者保護基本法の改正に注目させ，消費者の権利と責任や法律から，求められている消費者像を考えさせる。<br>・消費者と消費者の利害関係者との関係に，再度注目させたり，情報の非対称性に注目させたりする。<br>・分かりやすくまとめさせる。 |                |  |      |          |             |                |          |  |                           |                               |  |  |                   |  |  |           |  |                    |   |  |                           |  |   |  |

|  |        |   |   |           |
|--|--------|---|---|-----------|
|  |        | <ul style="list-style-type: none"> <li>各グループの内容を比較する。</li> <li>自分ができることを考える。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>類似点と相違点に注目させる。</li> <li>消費者市民の視点はずさないことを指摘する。</li> </ul>   |           |
| まとめ5分  | 本時のまとめ | <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者市民としての行動が、持続可能な社会の形成につながることを理解する。</li> <li>消費者問題と消費者市民としての自己の生き方について、ワークシート資料6ー下段(12ページ)にまとめる。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>「消費生活情報紙 あいち暮らしっく 2013年 No. 102ー公正で持続可能な未来のためにー」資料5(11ページ)を配付し、消費者市民社会と消費者市民についての定義を確認させる。</li> <li>自分との関わりに着目させて、分かりやすくまとめさせる。</li> </ul> | ◎思考・判断・表現 |
| <p>7 評価規準 【思考・判断・表現】</p> <p>消費者問題について、幸福、正義、公正を用いて考察するとともに、消費者市民としての在り方生き方について考察し、適切に表現している。</p> |        |   |   |           |

(3) 実践のまとめと考察

今回の実践では、①事前学習として、予備知識を習得する活動に取り組みせ、②展開として、グループ活動の場を設定して、「幸福、正義、公正」の枠組みを用いて考察・表現する活動を実践した。さらに③事後学習には、自分の意見をまとめる学びの流れを構想した。

ア 事前の取組

愛知県県民生活部県民生活課「ー消費生活情報ーあいち暮らしっく 2014年 No. 109 若者向け特集号キミの行動が社会を変える」(現代社会 9・10 ページ資料4)と、ワークシート(現代社会 12 ページ資料6ー上段)を配付し、予備知識の習得に取り組みさせた。

イ 展開の取組

「消費者にはどのような力があるのか」という「単元を貫く問い」を立て、考察する活動に取り組みさせた。生徒は、想定した解として「よい企業をつくることができる力」、「企業の活動や経営を改善させる力」、「持続可能な社会をつくる力」などを答えることができた。

次に各自の意見を生かしながら、消費者問題に関して「幸福、正義、公正」の枠組みを用いて考察させるグループ活動に取り組みさせた。

グループでの話し合いの中で、事前学習によって得た予備知識を生かした生徒は、「消費者には権利と責任があること」(現代社会 9 ページ資料4ー1枚目下段右)、「権利をもつ自立した立場としての消費者が求められている」(現代社会 12 ページ資料6ー上段右)という新しい意見をもった。

さらに、「求められている消費者像は何か」と発問をした際、消費者の行動が社会を変えることができる点(現代社会 9 ページ資料4ー1枚目下段左)に注目した生徒が、他の生徒にこの点を説明する様子が見られた。



話し合いの結果を成果物として模造紙にまとめさせた。

そこには、正義として「企業は正しい情報を送って、消費者は正しい情報を選ぶ。消費者は正しく作られた商品を選ぶ→買う→企業もうかる」(資料1-ア)、「消費者が自立し、自ら行動できる社会、CSRに配慮して、利益を追求できる社会、世界中の人が幸せになれる社会」(資料1-イ)、「消費者が環境にやさしいものを選んで買う→企業が環境にやさしいものを生産するようになる→公正で持続可能な社会の形成」(資料1-ウ)等とまとめられた。公正の概念に基づいて考えを整理する段階では、視点を見いだせず躊躇する様子のグループに対して、情報の非対称性に注目するようにヒントを与えると、「消費者が意見を言える(アンケートなど)」(資料1-ア)、「消費者教育をする」(資料1-イ)等の考えをまとめた。

特に、グループの成果物(資料1-ア)についてみると、消費者の幸福として「安く買いたい」「公害はダメ」、企業の幸福として「利益が欲しい」「信頼されたい」等を考えており、両者の幸福は対立する場合があること、正義として「企業は正しい情報を送って、消費者は正しい情報を選ぶ。消費者は正しく作られた商品を選ぶ→買う→企業もうかる」を考えていることから、両者の幸福を含んだ社会全体にとって望ましい解決策を考えようとしていること、公正として「話し合う」「消費者が意見を言える(アンケートなど)」等を考えていることから、両者の立場がともに幾分か認められるように配慮しようとしていることを読み取ることができる。このグループは「幸福、正義、公正」の枠組みを用いて消費者問題について考えることができたことが分かった。

【資料1 生徒による成果物】



他方、公正の概念に基づいて考えを整理する段階で、視点を見いだせず躊躇する様子のグループが現れた原因を考えると、「よい企業をつくることができる力」、「企業の活動や経営を改善させる力」、「持続可能な社会をつくる力」を消費者がもっているのなら、どうして更に配慮が必要なのか、と生徒が疑問を抱き、考察する視点を見失い、混乱した可能性が考えられる。これは、「単元を貫く問い」に対して、解を予想させたために、消費者は力をもっているのだという先入観を与えた可能性が考えられる。

現実には消費者は十分な知識や情報をもっておらず、配慮されるべき立場であることを気付かせなければならなかったにもかかわらず、単元を貫く問いが生徒の思考の視点を妨げた可能性がある。生徒により柔軟な考察をさせるためには、「単元を貫く問い」を「消費者にはどのような力があるのか」から「消費者には何ができるか」とすれば、消費者問題と消費者市民としての在り方生き方に至る考えを導き出すのに適切な問いとなるのではないかと考える。

ウ 事後の取組

授業のまとめで配付した愛知県県民生活部県民生活課「消費生活情報紙 あいち暮らしっく 2013年

No. 102「公正で持続可能な未来のために」(現代社会 11 ページ資料 5-左)に、消費者市民社会と消費者市民についての定義が示されている。

### 【資料 2 消費者市民社会と消費者市民についての定義】

消費者市民社会とは「消費者が、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」(消費者教育推進法第 2 条 2 項)、一人ひとりの消費者が、自分だけでなく周りの方々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済状況や地球環境まで思いをはせて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味します。

私たちの日々の“消費”が、他者や社会に与える影響を自覚して行動する、それが消費者市民です。

また、資料 5-右(現代社会 11 ページ)では、環境・人・社会に「やさしい商品」の選択事例が示され、「このような商品やそのしぐみを理解し、環境・人・社会への影響について考えることが、『消費者市民』には求められます。」と記載されている。

この資料 5(現代社会 11 ページ)を読ませ、消費者問題と消費者市民としての自己の生き方をワークシート(現代社会 12 ページ資料 6-下段)にまとめさせた。

### 【資料 3 生徒によるワークシートへの記入例】

#### 【生徒 A のまとめ】

「自分の利益を求めるには相手のしていることに興味を持ち、理解した上で主張していくべきだと思う。〈略〉自分で考えられるような消費者となり、自ら動いていこうと思う。そして、周りにそのような消費者が増えて、公正で持続可能な社会を作って、よい環境ですべての人が共存できるようにしたい。」

#### 【生徒 B のまとめ】

「僕はお店や企業に、意見を述べることとクレームをつけることを同じことだと思っていました。でも、企業にとって、どちらがよいのか、よく考えました。企業にとっては、意見を述べることも大切なのだと思いました。」

#### 【生徒 C のまとめ】

「環境を気にして商品を選んで買うようにする。フェアトレード商品も積極的に買う。自分たちの知らないところで世界の子供も働いているのを考えながら。」

※下線は、指導者による加筆

この結果について、消費者市民としての視点を通してみると、生徒 A には消費者の権利と責任を正しく理解して行動することを重視する姿勢、生徒 B には企業に対して積極的に意見を述べることを重視する姿勢、生徒 C には環境保護や他者・弱者への配慮を重視する姿勢を読み取ることができる。それぞれ消費者市民としての姿勢を自分の生き方として考えることができたことが分かった。

しかし、生徒の考察結果である成果物(現代社会 5 ページ資料 1-ア)やワークシートにまとめた内容をみると、課題を考察するための枠組みを理解する力、異なる立場からものを見る力は身に付けさせつつあると思われが、課題を考察することを通して、持続可能な社会の形成に積極的に参画しようとする意欲はワークシートの記載内容からは十分に読み取ることにはできない。

## 3 成果と課題

### (1) 研究の成果

#### ア 単元を貫く問いについて

これまでの実践において、現代の解が一つでない課題に対して「単元を貫く問い」を示し思考させる場を設けてきたが、必ずしも生徒の主体的な活動や思考力等の高まりを促すことは十分にできていない

と感じている。

それは、「単元を貫く問い」が単元の内容の本質に関わるものでなかったり、生徒の思考回路に適う手順を踏ませていないために十分な思考を促すことができていること等が考えられる。

また、単元を構想する際、一つ一つの各単元について、「単元を貫く問い」を立てることを優先していたために単元ごとのつながりが十分に検討されていない。このため、単元と単元をつなげて考察させるような構想は不十分であることは否めない。中項目におけるねらいをも明確化し、中項目を貫く問いの設定が必要であったと考える。

#### イ 言語活動について

学習の手だてとして、言語活動に取り組みさせる授業を構想した。言語活動として、4月当初よりグループアプローチの手法を取り入れたグループ活動に繰り返し取り組ませた。この手法は、「グループにはそのグループに所属する個々の児童生徒が自分の問題や課題を見つけ出したり、互いに癒やしたり、学びあえる力を持つと考えられている。そのグループの力を活用して個人の成長を図ったり、対人関係を改善したりする構成的グループエンカウンターをはじめとするグループ体験の総称（愛知県総合教育センター「予防・開発的教育相談の推進に関する研究協議会」平成15年）」であり、この手法による学習効果を期待したからである。活動の際、緊張をほぐし互いに知り合うプログラムから始め、互いを否定せずさまざまな意見に耳を傾けさせるように指導し、教え合う雰囲気や環境を作り出すことに留意した。グループにおける意見を整理したり、考えを深めさせる際には、付箋を用いるKJ法やマインドマップを作成させた。こうした活動が、他者と討論し、自分の意見を深めさせる点で有効な手だてと言える。

#### ウ 振り返りについて

本実践後、グループの話し合いの過程で気付いたことについて振り返りをさせた。生徒Aは「みんなが自分の考えをもっていて、聞いていて楽しかった。前に習った範囲のこととも関係付けられて、復習にもなった」、生徒Bは「みんな、意見が一致していましたが、やはり、行動する消費者がいることで、企業の改善につながるの、両者はつながっているのだなと思いました」、生徒Cは「自分の気付かなかった考えが出てきて、ためになりました。私は公正がなかなか思いつかなくて全然違うことを書いていましたが、グループ学習で気付きました」とまとめている。これらから振り返り活動に取り組みさせると、既習事項の強化や新しい気付き、内発的動機付けに有効性があると言える。

#### エ 科目による科目目標の違いについて

「期待する生徒像」と「科目を通して身に付けさせたい力等」を検討するなかで、現社と政経において同じテーマを扱うことに改めて気付き、それぞれの科目目標・ねらいを理解した上で授業を構想することが必要ではないかと考えた。

政経の特色として、現代の政治、経済、国際関係の動向や本質を把握させ、それらに関する客観的な見方や考え方を深めさせ、現実の諸課題の望ましい解決の在り方について主体的に考察させることを挙げることができる。政経の学習活動としては、学習指導要領解説において現代社会の諸課題について「持続可能な社会の形成という視点から望ましい解決の在り方について探究させる」活動を設けることが示されている。

これに対して、現社の特色としては、現代社会の基本的な問題に対する判断力の基礎を養うとともにそれと関連させながら人間としての在り方生き方を考える力を養うことと、生徒の主体的な学習を重視していること、そして、現代の社会に対する関心を高め意欲をもって考察させることをあげることができる。

### オ 他教科との関連について

今回の研究授業の単元のテーマである消費者問題は、教科家庭科においても扱う。科目家庭基礎では学習指導要領の大項目「(2)生活の自立及び消費と環境 オ ライフスタイルと環境」に、「生活と環境とのかかわりについて理解させ、持続可能な社会を目指してライフスタイルを工夫し、主体的に行動できるようにする。」とある。

そこで、現社と家庭科との関連を図れば、生徒に多面的な考察をさせる可能性があるだろう。現社では消費者問題について「幸福、正義、公正」の枠組みを通して考察する学びを、科目家庭基礎では環境に配慮したライフスタイルと生涯を見通した生活設計を主体的に考察する学びを構想することができ、両科目の関連を図れば、消費者市民としての在り方生き方について多面的に考察させることも可能である。

現社と科目倫理、政経、地理歴史科、家庭科、情報科、保健体育科等他教科との関連を図ることにより生徒の学びをいっそう深める可能性と重要性に改めて気付くことができた。

#### (2) 今後の課題

今後の実践の中で「単元を貫く問い」を吟味し、練り直し続けることが、生徒の主体的な活動や思考力等の育成に必要である。

「ロードマップ」自体についても中項目におけるねらいを明確化し、中項目を貫く問いを設定する必要があるという課題が見えており、柔軟に改善を加えつつ、生徒の思考力等を高めるために各授業を単元全体、更にはロードマップから捉え、工夫し続けていきたい。

## 4 終わりに

これからの社会においては、主体的に考え、持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会人の育成がますます求められると考える。このことを踏まえ、生徒が、現代社会の諸課題を主体的に考え、判断し、自らの生き方を考えることができるように、生徒の思考力等の育成に積極的に取り組んでいきたい。

### <参考文献等>

- 文部科学省『高等学校学習指導要領 公民編』平成 21 年 3 月告示
- 文部科学省『高等学校学習指導要領解説 公民編』平成 22 年 6 月
- 国立教育政策研究所『評価規準の作成、評価方法等の工夫改善のための参考資料（高等学校 公民）～新しい学習指導要領を踏まえた生徒一人一人の学習の確実な定着に向けて～』平成 24 年 7 月



【資料4 愛知県民生活部県民生活課「一消費生活情報一あいち暮らしっく 2014年 No. 109 若者向け 特集号キミの行動が社会を変える】

- 消費生活情報 -

# あいち暮らしっく

2014年 No. 109

若者向け特集号

## キミの行動が社会を変える

社会、経済、環境への影響力を理解し、積極的に行動できる「消費者市民」をめざそう!

「買い物」、それは私たちに最も身近で社会に影響を与える消費行動です。「買い物」は、お金を支払って行う「取引」であり、より良い商品・サービスを選択することが、その企業や提供者を応援することにつながります。さらには、環境にやさしい商品を選択することにより、社会貢献につながることもできます。「消費」が持つこうした「力」を自覚して、地域や社会に貢献できる「消費者市民」をめざしましょう!

**目次**

|                    |   |                        |   |
|--------------------|---|------------------------|---|
| ■ 消費者市民って?         | 2 | ■ 情報社会のルールやモラルについて学ぼう! | 7 |
| ■ 消費者の「権利」と「責任」    | 3 | ■ 消費者教育・啓発用映像教材貸出のご案内  | 8 |
| ■ どんなトラブルがあるんだろう?  | 4 | ■ 「あいち暮らしっくWEB」を活用しよう! | 8 |
| ■ トワンクワック購読、ウェブサイト | 4 | ■ 消費者教育ポータルサイトのご案内     | 8 |
| ■ トキヤッチセールス、マルチ商法  | 5 | ■ 消費生活相談窓口のご案内         | 8 |
| ■ 契約について学ぼう!       | 6 |                        |   |

⇒ 「消費者市民」って、どんな消費者でしょうか? 次のページから、「消費者市民」について考えてみましょう!

**愛知県**

総機ついでOKです。広くご利用ください。

**授業等で是非ご利用ください**  
～消費者教育・啓発用映像教材を貸出しています～

県民生活プラザでは、契約クレジット・教育関係・消費者教育・会社・準備など、消費者問題に関する映像教材(DVD等)の貸出を行っています。社会科(公民)・家庭科・職業科などの授業や研修等で、是非ご利用ください。貸出予約も承りますので、電話で資料にお問い合わせください。教材リストはこちら  
⇒ <http://www.pref.aichi.jp/0000032843.html>

**もっと消費生活について学ぶには**  
～「あいち暮らしっくWEB」を活用しよう～

消費者問題を始め、暮らしの情報サイトとして、お子様から高齢者の方まで幅広くご利用いただける総合サイトです。是非ご利用ください!

パソコンサイトはこちら  
<http://www.pref.aichi.jp/kenmin/shohkai/kaaku/>

スマートフォンサイトはこちら  
スマートフォンから消費生活情報(あいち暮らしっく)の情報をご覧いただけます。  
<http://www.pref.aichi.jp/kenmin/shohkai/kaaku/>

**消費者教育ポータルサイトのご案内**

消費生活に関する教育のヒントが満載! 消費者教育の基礎知識として、消費者教育に関する様々な情報を消費者庁が提供するサイトです。  
消費者教育ポータルサイトはこちら ⇒ <http://www.caa.go.jp/portal/index.php>

| 消費生活相談窓口            | 電話番号                               |
|---------------------|------------------------------------|
| 中央県民生活プラザ           | ☎(052) 962-0999                    |
| 尾張県民生活プラザ           | ☎(0586) 71-0999                    |
| 海部県民生活プラザ           | ☎(0567) 24-9998                    |
| 知多県民生活プラザ           | ☎(0569) 23-3300                    |
| 西三河県民生活プラザ          | ☎(0564) 27-0999                    |
| 豊田県民生活プラザ           | ☎(0585) 34-1700                    |
| 東三河県民生活プラザ          | ☎(0532) 52-0999                    |
| 新設東濃県民生活プラザ         | ☎(0536) 23-8701                    |
| 名古屋消費生活センター         | ☎(052) 222-9671<br>☎(052) 222-9690 |
| 豊橋消費生活相談室           | ☎(0532) 61-2305                    |
| 岡崎消費生活相談室           | ☎(0564) 23-6458                    |
| 一宮市消費生活相談窓口         | ☎(0586) 71-2185                    |
| 春日井市市民生活活動推進消費生活相談室 | ☎(0568) 85-6616                    |
| 豊川市消費生活センター         | ☎(0533) 89-2238                    |
| 豊田消費生活センター          | ☎(0585) 33-0999                    |
| 小牧市消費生活センター         | ☎(0568) 76-1119                    |

身近な相談窓口につながります。  
(消費者ホットライン) ☎0570-064-370

平成27年4月に「愛知県消費生活総合センター」を開設します

愛知県では、複雑・多様化する消費者問題に対応し、県民の皆様への安心・安全な消費生活を専門的に支援する「愛知県消費生活総合センター(仮称)」を平成27年4月に新たに開設し、県の消費生活相談体制の準拠・機能強化を図ることとしています。これに伴い、県民生活プラザの消費生活相談窓口の名称を下記のとおり変更する予定です。

| 旧名            | 27年4月から       |
|---------------|---------------|
| 中央県民生活プラザ     | 愛知県消費生活総合センター |
| 上記以外の各県民生活プラザ | 各消費生活相談室      |

※豊田県民生活プラザの相談室については、平成27年3月末をもって終了します。

**消費者市民って?**

例えば...

あなたならこんなとき、どうしますか?

- 注文とは異なるもの、商品が送られてきた。めんどくさい、しかたがないので、あきらめる。
- 注文と違う商品が送られてきた。なんて、納得できない! 買ったお店に問い合わせる!

**不正な取引、被害が増えない!**

このままあきらめて受け取り入ってしまったら、事業者は注文と異なる商品を送ったことに気づかないかもしれません。改善策がとられないことなく、他の購入者がまた同じトラブルに会うかもしれません。また、もしその事業者が被害を受けた場合、取り締まられることもなく、不正な取引や被害が拡大してしまうかも?

**再発を防止、被害を縮小!**

買ったお店や取引先など、事業者に問い合わせたり、地方自治体や消費者生活相談窓口へ相談したりすることにより、原因究明や商品改良、他の消費者への注意喚起が行われ、再発防止策がとられます。結果として、消費者被害が減少し、公正な取引を行う健全な事業者や、良い商品・サービスが増えることとなり、社会全体がよくなっていきます。

消費者一人ひとりが、自らの消費行動を通じて、社会全体の改善や発展に積極的に参加していく社会を「消費者市民社会」といいます。消費者としての権利と責任を消費者一人ひとりが自覚し、積極的に行動することで、社会・経済・環境などを支え、より良い社会をつくりあげていくことができます! 「消費者市民社会」に向けた取組の例として、他にも次のようなものがあります。

- 社会や環境に配慮した商品を購入する (※ ① 地元で生産された食品(地産地消) ② 包装削減や環境配慮包装、リサイクル品などのエコ商品 ③ フェアトレード(※)商品 ※ ① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿)
- 買入物はエコバッグを利用する
- 食材は産地産直、賞味期限や消費期限について正しく理解して食材を無駄にしないなど

⇒ 私たちの消費行動には、社会を良くしていく力があるということがわかりましたね! では、消費者の「権利」と「責任」って何でしょう? 次のページで見ていきましょう!

**消費者の「権利」と「責任」**

正しい知識をもち適切な行動ができる「消費者市民」になることは、安全・安心な社会をつくることにつながります。消費者の「権利」と「責任」を正しく理解しましょう。

**消費者の8つの権利とつながりが深い事例を、線で結んでみましょう。**

|                          |   |
|--------------------------|---|
| ① 基本的な意思が満たされる権利         | ア 学習の範囲内で、さまざまな商品から自由に選ぶことができる。                             |
| ② 健全な生活環境が確保される権利        | イ 学校や家庭、地域などで、契約の仕組みや消費者被害、インターネット利用上の注意点などについて学ぶことができる。    |
| ③ 安全が確保される権利             | ウ 消費者被害にあったとき、地方自治体等が設置している消費生活相談窓口へ相談することができる。             |
| ④ 自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利 | エ 公營の団体の使用に危険性があつたので地方自治体に連絡したら、安全なものに改善された。                |
| ⑤ 必要な情報が提供される権利          | オ 消費者が商品の購入前に正しく判断できるように、ネットショップには返品特約等を明確に公示する義務がある。       |
| ⑥ 消費者教育の機会が提供される権利       | カ カラーコンタクトは、使用者の安全確保のため、「高度医療機器」として薬事法に基づく販売規制が行われなければならない。 |
| ⑦ 意見が政策に反映される権利          | キ 食生活など、生活に必要な商品・サービスを購入することができる。                           |
| ⑧ 被害を適切かつ迅速に救済される権利      | ク 健全な生活環境の中で暮らすことができる。                                      |

**消費者の5つの責任とつながりが深い事例を、線で結んでみましょう。**

|                             |   |
|-----------------------------|---|
| ① 商品や価格などの情報に疑問をもつ責任        | ア チョコレートやコーヒーなどを買うときは、フェアトレード商品を選ぶようにしている。  |
| ② 公正な取引が実現されるよう主張し、行動する責任   | イ 返済滞りのため、電帳や「ス」を使って外出することにした。              |
| ③ 社会的関心を持ち、他者・弱者への影響を自覚する責任 | ウ ブランド品があまりにも安く売られていたため、偽物ではないかと問い、購入しなかった。 |
| ④ 消費行動が環境に及ぼす影響を理解する責任      | エ 消費者トラブルを防ぐため、消費者同士が適切な情報交換を行っているSNSを登録した。 |
| ⑤ 消費者として団結し、連携する責任          | オ スーパーで購入した弁当に菌が入っていたので、抗議の電話をした。           |

安くてお買い得な商品を買うことだけが、正しい消費行動ではありません。消費者が自分の「権利」と「責任」をしっかり理解し、商品の品質や表示を確認したり、環境や社会にやさしい商品を選択したりすることで、より良い商品を作る事業者が増えています。私たちの毎日の「消費」が社会に大きな影響を与えることを自覚して行動しましょう!

⇒ 皆さんも消費者の「権利」と「責任」を理解して行動できる「消費者市民」をめざしてくださいね! でも、実際に何をしたらいいかわからないのが消費トラブルが…。次のページで、被害に多いトラブル事例を見てみましょう!

どんなトラブルがあるんだろう？

●ワンクリック請求●



●サクラサイト●



**トラブルにあわないためのアドバイス**

- 興味本位で、知らない人からのメールを開いたり、返信されているURLにアクセスしたりしない。
- 契約は売り手と買い手の合意が必要。この場合は、契約が成立していないから、向いて見えない請求は無視しよう!
- 絶対に問い合わせない。まだ知られていない個人情報を引き出され、別の手段で請求される可能性あり。

**トラブルにあわないためのアドバイス**

- あやしい書き込みは無視するのがいちばん。
- ネット上で知り合った人を簡単に信用しない。
- 別のサイトへ誘導されたら、おかしいと思うべし!
- 安易に連絡先を教えないこと!

もしトラブルにあったら、ひとりでは悩まず、早めに消費生活相談窓口（P8を参照）に相談しましょう。

●キャッチセールス●



**トラブルにあわないためのアドバイス**

- 街で声をかけてきた人に簡単についていかない。
- 安易に連絡先を教えない。
- 強引な勧誘はさっさと断る。
- 契約したい場合は、クーリング・オフ制度（P6参照）を参照する。

●マルチ商法●



**トラブルにあわないためのアドバイス**

- 「楽に」「簡単に」もうかるようなおいしい話はない。
- 「あやしい」「ちょっと変」と思ったら、行かない。
- 安易に話に乗らない。
- 契約したい場合は、クーリング・オフ制度（P6参照）を参照する。

●豊田県の県民生活プラザには、このような若者からの相談が寄せられています。相談窓口の手口や対処法について学びましょう。また、どうしたらトラブルにあわないためには、契約について正しい知識をもつことが大切です。それでは、契約について、次のページで見ましょう!

契約について学ぼう!

●契約って何だろう?●

契約とは、一言でいえば「法的な責任が生じる約束」のこと。いろいろな商品を買ったり、サービスを利用したりするのにも「契約」です。商品の売買やサービスの利用について、客（消費者）とお店（事業者）の間で商品の内容や価格、引渡し時期など、お互いに合意すれば「契約成立」です。契約書や印鑑、署名は証拠を残すためのものなので、たとえ口約束でも契約は成立します。また、契約書に署名・押印すると、その内容をよく読んでよく読んで、原則として書いてある内容のすべてを承諾したものとみなされます。お互いに合意した「契約」は、原則として自分や相手の都合で勝手にやめることはできません。しかし、下記の場合は契約をやめることができます。



●クーリング・オフ制度●

クーリング・オフは、特定の取引方法による契約について、消費者がいったん契約した場合でも一定期限内であれば無条件で契約を解除することができる消費者保護制度です。クーリング・オフできる期間は、訪問販売（キャッチセールス、アポイントメントセールス、電話勧誘販売）、電話勧誘販売、特定継続的役務提供（いわゆるエステティックサロン、語学教室、家庭教師、学習塾、パソコン教室、結婚相手紹介サービス）、訪問購入（店舗以外の場所で、貴金属などの物品の一部の物品を除く）を事業者が消費者から買い取る契約（は契約書を受け取った日を含めて）8日間、連鎖販売取引（マルチ商法）や業務提供誘引販売（内職・モニター商法）は20日間です。なお、クーリング・オフは、すべての契約に認められるわけではありません。たとえば、お店で商品を購入した場合や通信販売で商品注文した場合は、利用できません。

**クーリング・オフの方法**

期限内に必ず書面（ハガキでも可）で、契約をやるための内容を記載し通知します。宛先は商品が送られてきた「届出書」の宛先（住所等）で通知して通知します。

宛先として必ず両面のコピーをとっておき、「届出書」などの受領書と契約書と一緒に大切に保管しましょう。クレジット契約をしている場合は必ずクレジット会社へも書面を送ります。

●トラブルにあってもあきらめないで!●

クーリング・オフ期間を過ぎても、契約を取り消すことができる場合があります。【おかしい、納得できないと思ったら、早めに消費生活相談窓口（P8を参照）に相談しましょう。】

**契約解除通知**

貴店と私の間で、平成30年11月15日（日）に、下記の内容で契約が成立したものと承知しております。

契約解除の趣意として、貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

契約解除の趣意として、貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

1. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

2. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

3. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

4. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

5. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

6. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

7. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

8. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

9. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

10. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

11. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

12. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

13. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

14. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

15. 貴店が上記のとおり、以下の事項を記載し、本日より貴店と私の間で契約解除を希望いたします。

情報社会のルールや情報モラルについて学ぼう!

●スマートフォンを安全に使う!●

パソコンとはほぼ同様の機能があり、さまざまなウェブサイトを読んだり、アプリケーション（以下「アプリ」）のダウンロードにより自分で機能を追加できるなど、便利なスマートフォン（以下「スマホ」）。スマホを安全に利用するために注意したいことをまとめましたので、参考にしてください。

- ① OSは最新の状態で!
- ② 設定変更は行わない!
- ③ 信頼できる場所からアプリをインストール!
- ④ セキュリティ対策をしよう!

●インターネットの正しい利用について●

- 他人に不快に思うことほしめない!●
- 個人情報は記載しない!●
- ネット利用に注意!

ここまで、消費者としての権利と責任、若者に多い消費者トラブル事例、そして契約について学んできました。最後に情報社会のルールや情報モラルを学びましょう!

いかにできたか?この「あいさつらしく」でしっかり学んで、あなたも社会の一員として「消費者市民」をめざし、安全・安心でかからしを築きましょう!

【資料5 愛知県民生活部県民生活課「消費生活情報紙 あいち暮らしっく 2013年 No.102—公正で持続可能な未来のために—】

消費生活情報紙

# あいち暮らしっく

2013年 No.102

——公正で持続可能な未来のために——

消費者一人ひとりが主体的に考え、選択する「消費者市民社会」をめざそう！

**消費者市民社会**

とは

一人ひとりの消費者が、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済状況や地球環境まで思いを及ぼして生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味します。

私たちの日々の「消費」が、他者や社会に与える影響を自覚して行動する、それが消費者市民社会です。

**消費者市民に求められる行動とは**

例えば...

**環境・人・社会に「やさしい商品」を選択する**

- 原材料の産地がやさしいか
- 生産や流通の間に大量の消費物の出ばいがあるか
- 流通経路など不当な搾取が行われていないか
- 地球環境に貢献する商品か

**環境・人・社会に「やさしい商品」の関与拡大**

- 環境保護
- 公正な市場形態
- 地域の活性化

**買いきかない 無駄な買い物はしない**

コンプライアンスに欠ける企業の商品を買わない

- 偽ブランド商品
- 安全性が十分に確認できない商品等

消費者被害や問題のある商品・サービスについて警告、相飲をする

**不正な企業や産法の淘汰 企業姿勢や商品の改善**

適正な取引

- 安全、安心の確保
- 被害拡大防止

**公正で持続可能な社会**

一人ひとりの消費行動が、公正で持続可能な社会につながっていきます。まずは、できることから始めましょう！

それが消費者が主役となる「消費者市民社会」への第一歩です。

次のページでは「環境・人・社会に「やさしい商品」の選択事例」についてご紹介します。

**愛知県**

コピーOKです。おまかせのイラストは、ご自由に活用ください。

**回覧**

**環境・人・社会に「やさしい商品」の選択事例**

**選択事例① 地産地消**

**消費者と生産者がつながる「いいともあいち運動」**

愛知県では、地域で生産された農林水産物を地域で消費する「地産地消」の取組として「いいともあいち運動」を展開しています。

「いいともあいち運動」は、県内の生産者が安全で新鮮な農林水産物を提供し、消費者が積極的に購入し、両者が交流を深める取組です。消費者はその取組によって健康で豊かな暮らしを得ることができ、また、あなただけの「いいともあいち運動」に参加しませんか。

**「いいともあいち運動」開催**

県内の農林水産物加工品がそろいます。

・11月14日(木)～19日(火)

・丸栄 8階 大塚市場

**「いいともあいちサポーター」募集**

「いいともあいち運動」の運営に賛同するあなただけの登録をお待ちしています。

メルマガ、WEBで地産地消イベントや販路拡大情報を配信します。

▶ 「いいともあいち運動」の情報や「いいともあいちサポーター」の登録はこちらから

「いいともあいち応援ホームページ」 <http://iitomoaichi.jp>

(農林水産物振興課)

**選択事例② フェアトレード**

発展途上国を産地とする輸入品の中には、児童労働などの不当な労働によって、産地で売られているものがあります。

一方、そのような商品に比べ、産地は高くても、生産者や環境に配慮し、正しい価格を支払って取引されたフェアトレード商品もあります。

フェアトレード(Fair Trade)とは？...

発展途上国の生産品を、現地生産者の生活改善や環境保護などにも配慮しながら、適正な価格で取引するしくみ。

**このような商品やそのしくみを理解し、環境・人・社会への影響について考えることが、「消費者市民」には求められます。**

【資料6 ワークシート】

消費者問題 (1)

1 消費者問題

(1) 消費者問題 大量生産・大量消費社会→欠陥商品・悪徳商法の増大

| 用語 | 内容  |
|----|---|
|    | 1955年、森永乳業徳島工場製造の粉ミルクにヒ素が混入し、乳児1万2344名が中毒にかかり、133名が死亡した事件。  |
|    | 1968年、カネミ倉庫会社製造の米油にPCBが混入し、1万人以上に皮膚や内臓の障害が発生し、約400人が死亡した事件。<br>妊娠初期にサリドマイド社の睡眠薬イソミンを服用した妊婦から、四肢などに先天的障害のある子どもが1000人以上産まれた被害事件。<br>副作用が指摘され、多くの国が使用中止した後も日本では使用され、被害が拡大した。 |
|    | 整腸剤キノホルムの大量服用によって、1万1000名に上る失明・歩行不能などの被害が発生した事件。  |
|    | HIV(ヒト免疫不全ウイルス)に汚染された輸入非加熱血液製剤を使用した血友病患者がHIV(エイズ)に感染した事件。   |
|    | 法規制の網をくぐって行われる詐欺まがいの悪質な商行為。   |

(2) 消費者運動

| 用語     | 内容  |
|--------|---|
|        | 消費者問題の解決・防止を目指す消費者団体の活動。消費者主権を確立し、消費者の利益を優先的に尊重しようという消費者運動の理念のこと。消費者優先主義と訳される。  |
|        | 消費者が環境に優しい商品を購入したり、環境対策に積極的な企業や商店を選んで購入するなどして、企業に環境マネジメントの推進に向かうようさせる消費者運動のこと。  |
|        | 「地域生産・地域消費」の略で、地域で生産されたものをその地域で消費すること。消費者の安全志向の高まりが背景にある。<br>*消費者と生産者の相互理解や交流を深める取り組み！<br>食料の輸送距離のこと。重量×距離で表す。<br>…食品の生産地と消費地が近ければ数値は小さくなる。<br>製品の流通経路を、生産段階から最終消費段階あるいは廃棄段階まで追跡可能な状態のこと。 |
|        | 発展途上国の生産品を、現地生産者の生活支援や環境保護などにも配慮しながら、適正な価格で継続的に取引する仕組み。   |
| 生活協同組合 | 消費者が資金を出し合い、地域などを単位として生活物資の購買や共済・医療サービスなどの事業を自分達のために行う組織。   |
| 主婦連    | 1948年、不良マッチ追放運動をきっかけに設立された消費者団体。主婦連合会。  |
| 地婦連    | 1952年に設立された、女性の権利・自立、家庭教育などの女性問題に関する運動団体。全国地域婦人団体連絡協議会。物価問題や食品の安全性などの消費者問題にも積極的。  |

2 消費者保護

消費者に被害、特にアメリカでは深刻化し社会問題に。  
→1962年ケネディ米大統領が、「消費者の利益保護に関する特別教書」を発表。

(1) 消費者主権

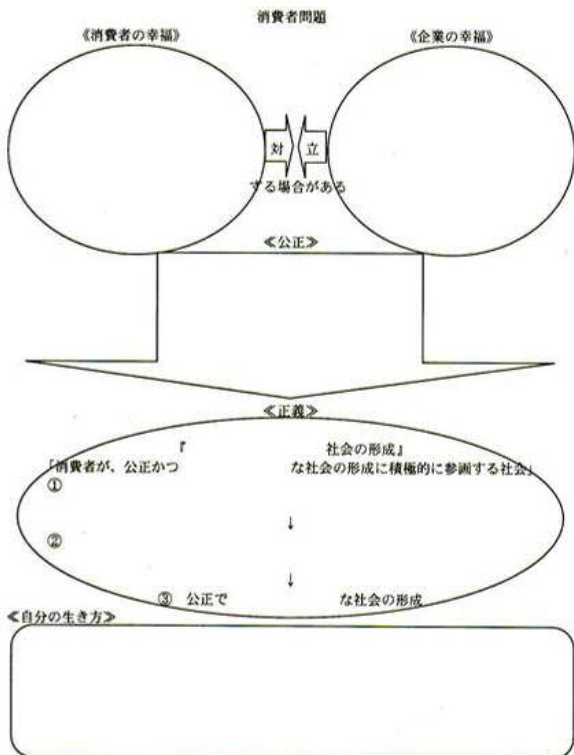
| 用語 | 内容   |
|----|--|
|    | 1962年、ケネディ米大統領が、特別教書で示した消費者の権利のこと。その後、世界の消費者保護運動の基本となる。<br>①安全である権利 ②知らされる権利 ③選択できる権利 ④意見を反映させる権利<br>*1968年、日本の消費者保護基本法にも取り入れられた。<br>生産のあり方を決定するのは消費者である、という考え方。<br>*この実現のためには<br>①消費者が商品の価格・品質などについて十分な知識を持ち、それに基づいて自主的・合理的な判断ができること<br>②生産者間に自由で公正な競争が行われること が重要！<br>消費者が欠陥の有無や性能など商品に対する十分な知識を持つことは難しいこと。 |

(2) 日本の消費者保護立法と制度

| 用語  | 内容   |
|-----|--|
|     | 1968年、消費者の利益の擁護と増進に関する対策の推進を図り、消費生活の安定と向上を図ることを目的に制定された法律。<br>→2004年消費者基本法に改正！   |
| ( ) | 商品の欠陥や説明不足が原因で、生命や身体又は財産に損害が発生した場合、製造業者の過失の有無にかかわらず ( ) 主義) 製造業者が消費者に対して責任を負うことを定めている。1994年制定、1995年施行。<br>*対象は製造・加工された動産だけ。造成地や住宅などの不動産は対象外。 |
|     | 2000年、事業者と消費者の間での契約上のトラブル防止・予防を目的として制定された法律。   |
|     | 消費者が購入申し込みをして代金を支払った後でも、一定期間内なら無条件で契約を解除できる制度。<br>*訪問販売や電話勧誘販売、訪問販売では8日以内に、書面での契約解除の意思を伝えることが必要！マルチ商法は20日以内！                                 |
|     | 消費者保護基本法を改正して2004年に成立した、消費者の権利を明確に定めた法律。<br>*消費者は「 される立場」から「権利をもつ した立場」として位置づけられた！   |
|     | 2009年、消費者行政を一元化するため、内閣府の外局として新しく設置。  |
|     | 国民生活の安定・向上を図るため、国民生活の安全に関する情報提供・調査・研究を行う特殊法人。<br>都道府県・市町村などの地方行政機関の一つ。国民生活センターと連携して、相談受付や消費者への情報提供を行う。                                       |

消費者問題 (2)

3 消費者問題をどのように考えればよいのだろうか？



(1) 消費者のステークホルダーは？  
どのような関係？



(2) どのような消費者が求められているだろうか？

0 消費者にはどのような力があるのだろうか？

4 授業の結果、あなた自身の考えは？  
もし考えが変わったならば、なぜあなたの考えが変わったのだろうか？

5 消費者問題を学んで

(1) あなた自身のものの考え方、態度、行動などについて気付いたことは？

(2) グループの他のメンバーのものの考え方、態度、行動などについて気付いたことは？

(3) グループの話し合いの過程で気付いたことは？

(4) 学んで分かったことや疑問に感じたことは？キーワードを1つ以上用いて書こう。

(山川出版社『現代社会用語集 (改訂版)』, 山川出版社『政治・経済用語集 (改訂版)』から引用)