

# 消費生活分野における小中連携を視点とした授業の構想と実践

## —「商品の選択と購入」に関する中学校での授業検討—

宮本由宇<sup>\*1</sup> 伊波富久美<sup>\*2</sup> 山口麻衣子<sup>\*3</sup> 岩見ミカ<sup>\*3</sup> 大矢英世<sup>\*4</sup>

### Plan and Practice of Consumer Life Class in which Elementary Schools and Junior High Schools Cooperate: Examination of Lessons on Product Selection and Purchase in Junior High School

Yu MIYAMOTO<sup>\*1</sup>, Fukumi IHA<sup>\*2</sup>, Maiko YAMAGUCHI<sup>\*3</sup>,  
Mika IWAMI<sup>\*3</sup> and Hideyo OYA<sup>\*4</sup>

#### I. 研究の背景および目的

近年、日本においても急速な勢いでキャッシュレス化が進められ、キャッシュレス・ポイント還元事業まで行われている。子どもたちのなかで、“自分がお金を支払っている”という実感がますます乏しくなっていくことが懸念される。

これまで消費生活分野の学習に関しては、「商品の選択と購入」に関する授業実践研究など数多く積み上げられてきた。教材は冷蔵庫から食材、洗剤など多岐に渡っており、どれも学習者が主体的に考え、判断できる意思決定能力の育成をめざしている。近年では、持続可能な社会の構築の観点も加わり、伊深氏の「チョコレートの授業」<sup>1)</sup>や堀内氏の「ジーンズから世界が見える」<sup>2)</sup>のように社会のあり方にも目を向ける実践がみられる。神山氏は、シャンプー選択の授業<sup>3)</sup>において、最も学習効果が見られたのは、実際に自分で購入している生徒たちであることを示すとともに、生徒自身が興味を持って日常の生活の中で選択できる教材を使用することが有効であることを明らかにした。

他方、平成20年告示の学習指導要領に基づいた、小中連携教育の視点からの研究<sup>4)</sup>も進められている。そこでは、小・中学校ともに“商品の購入方法”について取り扱うものの、購入と密接な関係にある「物や金銭の大切さや使い方」については、小学校で取り扱う一方、中学校では他の内容に重きが置かれており、それらは小学校においてより丁寧に指導していく必要があることが示された。

今後は、それらの知見をふまえ、平成29年度に告示された学習指導要領（以下、新学習指導要領と表記）における小・中学校の系統性や関連性を明確にした上で、その視点を反映した具体的な授業の提案と検証が求められる。

そこで本研究では、新学習指導要領の「C 消費生活・環境」分野に焦点化し、具体的な授業展開例として小中連携の視点から、中学校での「商品の選択と購入」に関する授業を構想・試

\*1 宮崎大学教育学部附属中学校 \*2 宮崎大学大学院教育学研究科  
\*3 宮崎大学教育学部附属小学校 \*4 宮崎大学教育学部

行し、その有効性と課題について明らかにすることを目的とした。

## Ⅱ．研究内容及び方法

1. 小学校および中学校の新学習指導要領、並びに同解説における「C 消費生活・環境」分野の内容を比較分析し、系統性・関連性について明確にした。
2. 新学習指導要領をふまえた上で小・中学校の5年間を見通した年間計画を作成し、中学校の題材「身近な消費生活」（全8時間）を構成するとともに、令和元年10月8日に宮崎大学附属中学校2年生35名を対象として「商品の選択（ランニングシューズ）」の授業を実施した。その授業で学習者が記述したワークシートや班で作成したダイヤモンドランキング表などの内容、及びビデオ録画した授業記録を分析し、授業の有効性と課題を明らかにした。

## Ⅲ．研究の成果と課題

### 1. 新学習指導要領並びに同解説における「C 消費生活・環境」分野

新学習指導要領並びに同解説における小・中学校の「C 消費生活・環境」分野の内容を表1に示した。平成20年告示と同様、新学習指導要領でも小・中連携は重視され、家庭科改訂の趣旨にも「小・中・高等学校の内容の系統性の明確化」<sup>5)</sup>が明記された。自立した消費者を育成するため、中学校との系統性を図り、小学校に「買い物の仕組みや消費者の役割」が新設されている<sup>6)</sup>。これによって、中学校の「消費者の権利と責任」に発展させていくことが容易になった。

「物の（中学校では物資・サービス）の選び方、買い方、情報の収集・整理」に関しては、小・中学校ともに取り扱う内容であるが、特に小学校ではその前提となる「物や金銭の大切さと計画的な使い方」について理解することが求められる。これまで中学校で扱ってきた“売買契約”の基礎を新学習指導要領では小学校で扱うことが「内容の取り扱い」に明記され<sup>7)</sup>、これが、中学校の“売買契約の仕組み”につながっていくことになった。このように“契約”が中学校から小学校に下りてきたことにより、小学校においても、売買契約としての“買い物”をいかに行うか、という“購入の仕方”を教える授業に教師の意識が強く向けられ、その前提となる“物の使い方”に関する授業が軽視されないか懸念される。小学校では「物の買い方」そのものだけでなく、「使い方」と関連させた指導が必要であり、中学校では、それらをふまえた上で物資・サービスの購入ができるようになることが求められよう。

一方、学習指導要領解説においては、「商品の選択」に関して、小学校では、値段や分量、品質などの観点から<sup>8)</sup>、中学校では安全性、機能、価格、環境への配慮、アフターサービス等の観点から<sup>9)</sup>商品を選択することができるようにすることが示され、意思決定の際に考慮すべき視点の広がりが見られる。

その他、「販売方法」に関しては、平成20年告示と同様、小学校で“店舗販売”を取り上げ、対面を中心とした購入の仕方を学ばせた上で、中学校では“無店舗販売”を取り上げ、キャッシュレスの購入方法について触れるなど、生活経験等を考慮した小・中学校の学習内容の構成となっている。

表 1：新学習指導要領および同解説における「C 消費生活・環境」分野

小学校		中学校			
学習指導要領	学習指導要領解説	学習指導要領	学習指導要領解説		
(1) 物や金銭の使い方と買い物	ア(7) 買物の仕組み 消費者の役割	現金による店頭での買物	(1) 金銭の管理と環境	ア(7) 購入方法や支払方法の特徴	無店舗販売（インターネットを介した通信販売）の利点と問題点
		売買取約の成立			支払時期（前払い、即時払い、後払い）の違い
		購入の必要性			クレジットカードによる三者間契約の利点と問題点
		購入後の活用の仕方			
		消費生活が環境に与える影響			
		買い物で困った時の対処法			
	ア(7) 物や金銭の大切さ 物や金銭の計画的な使い方	家庭の収入	ア(7) 計画的な金銭管理の必要性	優先順位を考慮した計画的な支出	
		物や金銭の有効性		生活に必要な物資とサービス（必需的なものとの選択的なもの）	
		プリペイドカードの使い方			
		必要な物の入手方法			
	ア(4) 身近な物の選び方、買い方	物を長く大切に使う方法	ア(4) 売買取約の仕組み	売買の成立（合意・対等な立場での契約）	
		金銭の無駄のない使い方		法律上の責任（未成年、成年の違い）	
ア(4) 情報の収集・整理	選ぶ際の観点	ア(4) 消費者被害の背景と対応	消費者と事業者間の情報量の格差		
	簡単な表示のマーク		中学生を取り巻く被害		
	資源の再利用		説明書や表示、契約内容の確認		
(2) 環境に配慮した生活	ア 身近な環境との関わり	ア(4) 情報の収集・選択	消費者支援（消費生活センター、クーリングオフ制度、身近な大人に相談）		
			買いかぶり・選び方	選択のための意思決定（安心性、機能、価格、環境への配慮、アフターサービス）	
	イ 環境に配慮した物の使い方		情報収集（話をきく、広告活用）	品質表示や成分表示、各種マーク	
			情報整理（値段、分量、品質）	情報の信用性	
	自分と家庭生活を取り巻く身近な環境とのかかわり	(2) 消費者の権利と責任	消費者基本法		
	環境に負荷をかけない工夫		消費者の基本的な権利と責任		
		イ 消費生活が社会に及ぼす影響	消費者の基本的な権利		
			適切に主張し行動する責任		
			環境への負荷、企業への働きかけ		
			生活の仕方が環境に与える影響		

## 2. 本時「商品の選択1（ランニングシューズ）」の授業構想と検討

### (1) 小学校及び中学校の年間計画

令和元年度（平成31年度）の年間指導計画は、新指導要領をふまえた上で、小・中学校での5年間の学習を見通して作成した。「C 消費生活・環境」分野に関しては、小学校では第5学年で題材「物や金銭の使い方を考えよう」（全4時間）を取り扱い、自分の身近な物の購入だけでなく、物の有効な使い方について学ぶ時間を確保している。そして第6学年での題材「よりよい生活について考えよう」（全2時間）および、題材「よりよい生活をめざして」（全6時間）と関連が図れるよう題材を配列した。

小学校でのそれらの学習をふまえ、中学校では第2学年に題材「身近な消費生活」（全8時間）

を配置し、表2に示した3つの小題材で構成した。本時は「商品の選択と購入」の第1時間目にあたる。本時で取り扱う内容が本題材の後に設定されている題材「環境に配慮した生活」(全3時間)へもつながるよう学習内容を構成している。また、さらにこれらの学習が第2学年最後の題材「生活の課題と実践」に発展できるよう配慮した。

表2：題材「身近な消費生活」(全8時間)の指導計画

小題材目	授業内容	時間
家庭生活と消費	生活設計・マネープランゲーム	1
	お金について	1
商品の選択と購入	商品の選択1(ランニングシューズ)	1(本時)
	消費トラブルの対処方法を考える	2
	商品の選択2(ドライヤー)	1
消費者の基本的な権利と責任	消費者の権利と責任	1
	自分の生活の環境への影響	1

## (2) 本時「商品の選択1(ランニングシューズ)」の授業構想

本時では、中学生に身近なランニングシューズを教材として取り上げ、以下の2つの視点から授業を構想していった。

### ●授業構想の視点

- \* 小学校との系統性を重視し、小学校で学んだ“商品選択の際の観点”を振り返る場を設定するとともに、さらにより広い観点から商品の選択ができるようにする。またそれらには、後の題材「環境に配慮した生活」とも関連する「原材料」や「リサイクル」などへも着眼できる資料を含める。
- \* 中学生の消費生活の実態が反映できる場を設定し、商品の選択をする際に、自分たちの興味・関心が先行した意思決定になっていないか、自らの現状を見つめられるようにする。

### ●本時の指導案

#### 1) 本時の目標

- ・商品選択における多様な観点と優先順位について考え、目的にあった商品選択について理解することができる。
- ・様々な販売方法のメリット・デメリットに目を向け、自分にはどのような販売方法が適しているのか考えることができる。

#### 2) 指導過程

過程	学習内容及び学習活動	指導上の留意点	資料	時間
導入	1 写真1のどの商品を購入するか考える。(選択A)	○ 商品選択の変化を後で振り返ることができるように、まず写真1の情報のみで選択させる。	*ワークシート	4分
	2 本時の目標を捉える。		*シューズの写真(写真1)	5分

展 開	<p>3 ダイヤモンドランキングを用いて、商品選択の優先順位を話し合う。【個人→班→全体】</p> <p>設定 12月にある持久走大会で使用するために、ランニングシューズを5000円以内で買うことにした。</p> <p>ランニングシューズのセールスポイント 価格、安全性、品質（機能性）、保証・アフターサービス、環境</p>	<p>○商品を購入するとき、目的や条件によって購入する商品が異なってくることを実感できるよう、状況を設定する。</p> <p>○様々な観点で販売されているランニングシューズの情報を提示する。</p> <p>○視覚的に優先順位をつけて考えやすくするために、ダイヤモンドランキング表を用いる。</p>	<p>*各シューズの情報資料 (写真2)</p> <p>*ダイヤモンドランキング表</p>	30分
	<p>4 靴を購入する方法として、どのような店舗があるか考える。</p> <p>大型店 リサイクル店 専門店 小売店 ネットショッピング ネットリサイクルサイト ネットオークション</p>	<p>○様々な販売方法があることを確認するために、どこで商品を購入するか考えさせる。</p> <p>○中古販売されている販売方法にも目を向けることができるように、値引きされたシューズを提示。</p> <p>○販売方法のメリット・デメリットをまとめる時間を設ける。</p>	<p>*リサイクル店での価格 (写真3)</p>	34分
	<p>5 もう一度、商品を選択する。(選択 B)</p>	<p>○選択 A と比較し、小学校で学んだ観点なども含め、多様な観点から選択していたか振り返らせる。</p>		38分
	<p>6 店舗販売と無店舗販売の特徴を考える。</p>	<p>○ネットの普及によるトラブルも意識できるように、利用者が増加していることやそれに伴いトラブルも増加していることを確認し、購入前の確認ポイントを押さえる。</p>		48分
終 末	<p>7 次時の学習を確認する。</p>	<p>○次時は、ネットトラブルから様々な消費者問題について学習していくことを確認する。</p>		50分

写真 1：提示された 6 種類のランニングシューズ

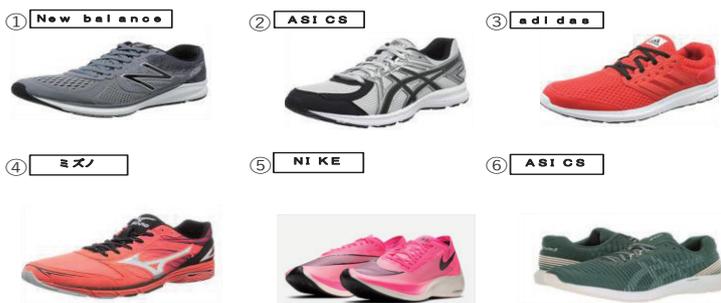


写真 2 : シューズ情報の例



### (3) 商品選択の観点と理由

本時では、まず導入部で写真1の6種類のランニングシューズ(メーカー名が付記)を提示し、その中から“自分だったらどの商品を購入するか”選択させた(選択A)。この段階では表3に示したように、シューズ③を選ぶ学習者が最も多く、それを選んだ理由として、35名中23名がデザインやブランド(メーカー名)を挙げていた。その一方で、機能性(履きやすさ)に言及した学習者は8名、価格への言及は1名であり(重複あり)、「なんとなく」や無記入など、理由をあげられない者も6名みられた。

これは選択Aの際に示された情報が、シューズのカラー写真とメーカー名だけだったことが、強く影響していると考えられるが、教師に値段など他の情報を問うてきた学習者はクラスで2、3名であり、与えられた情報のみで判断しようとしていた。小学校で価格や品質などの観点から購入の判断をすることについて学んでいるのであるが、それらに意識が向けられないまま、デザインやブランドだけで選択していた学習者が多かったといえよう。このような傾向は、中学生によく見られるのではなかろうか。したがって、小学校での既習内容を振り返るとともに、シューズをデザインやブランド志向で決定をしようとしていた自らの現状を見つめる場を設定することが重要である。

表 3：シューズの選択とその理由

識別 No	1回目 の選択	1回目（選択A）の選択理由	2回目 の選択	2回目（選択B）の選択理由
1	5	・機能性（履きやすさ）	4'	・アフターサービス
2	3, 5	・機能性・ブランド	2	・品質・ブランド・機能性
3	1	・機能性	4'	・アフターサービス
4	1	・ブランド・デザイン	1	・ブランド・デザイン
5	5		5'	・価格・デザイン
6	3	・デザイン	4'	・デザイン・アフターサービス・価格
7	6	・機能性（履きやすさ）・デザイン	6'	・デザイン・環境
8	3	・デザイン	6'	・価格・機能性・環境
9	4	・デザイン	4'	・デザイン・アフターサービス
10	3	・なんとなく	3	・価格
11	3	・デザイン	6'	・環境・機能性・価格
12	4	・デザイン	6'	・環境・価格
13	6	・機能性（履きやすさ）	6'	・環境
14	6	・デザイン	4'	・ブランド・デザイン・価格
15	4	・ブランド		
16	1	・ブランド	1	・価格・機能性
17	2		4'	・価格・アフターサービス
18	5	・ブランド・デザイン	4'	・価格・アフターサービス
19	3		5'	・価格・機能性
20	6	・価格	2	・価格・アフターサービス
21	3	・ブランド	5'	・デザイン・機能性
22	1	・デザイン	1	・デザイン
23	4	・機能性（履きやすさ）	5'	・価格・機能性
24	4	・デザイン	6	・価格・機能性
25	5	・機能性（履きやすさ）	5	・機能性（履きやすさ）
26	3	・ブランド	3	・価格・ブランド
27	5	・ブランド	5	・ブランド・価格
28	3	・なんとなく	3	・デザイン
29	3	・デザイン	3	・デザイン
30	1	・デザイン	4'	・価格・機能性
31	4	・デザイン	4'	・価格・デザイン
32	5	・ブランド	6'	・機能性・価格・デザイン
33	1	・デザイン・機能性	6'	・価格・デザイン・環境
34	3	・ブランド	6'	・環境
35	3		6	・品質・機能性・ブランド

\* 選択理由は、学習者の記述内容を筆者が観点別に分類

#### (4) ダイヤモンドランキングを介した他者との相互作用

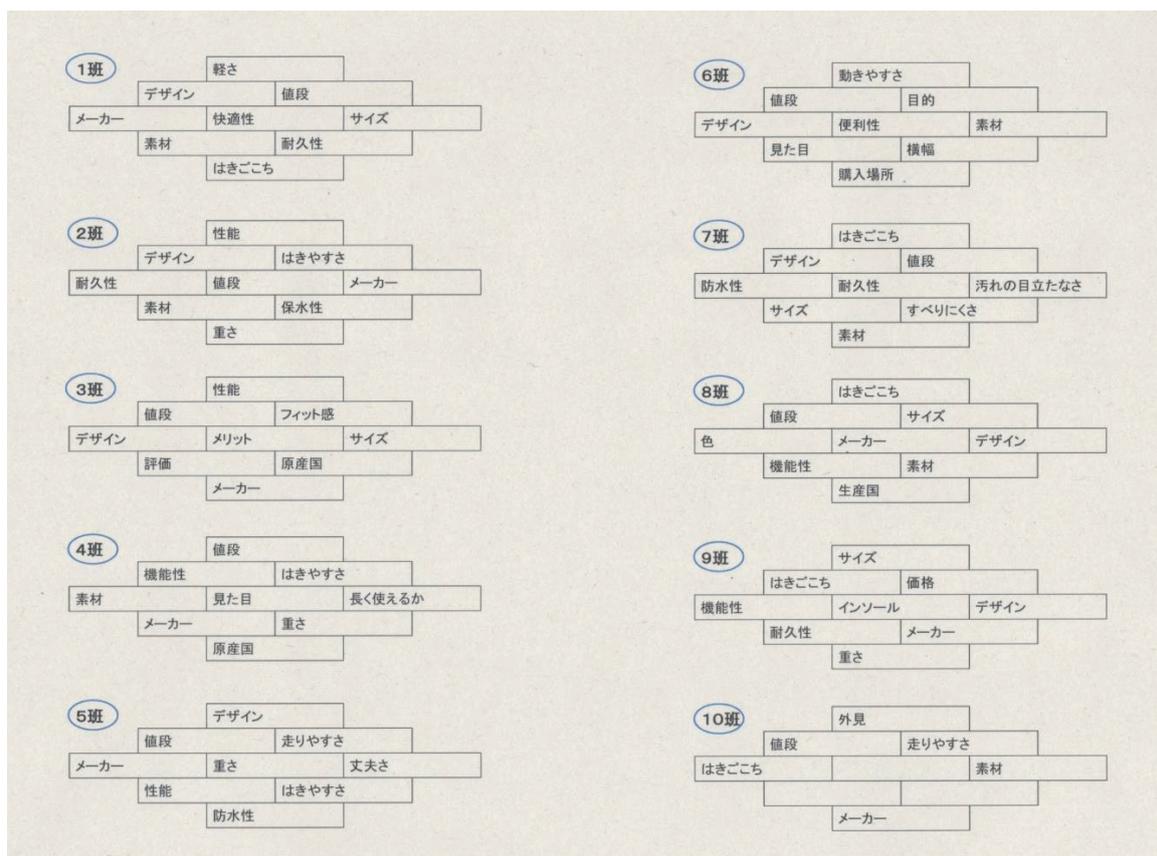
選択 A の後、教師は「12月にある持久走大会で使用するために、ランニングシューズを5000円以内で買う」という状況設定をした上で、それぞれのシューズのセールスポイント、すなわち6種類のシューズ各々に関する詳細な情報が掲載された資料を配布した（その例を写真2に示す。各資料は現実の生活に近づけるため多様な記載内容のままにしており、含まれる観点は一様ではない）。そして学習者に「それらの情報をもとに購入時に大事にしたいポイントはどのようなものか」考えさせた。その後、学習者は個々の意見を班に持ち寄り、班で紹介し合いながらそれぞれのポイントの重要度についても検討し、ダイヤモンドランキング表を完成させた。その結果を図1に示す。

「価格（値段）」が、「デザイン」や「メーカー（ブランド）」よりも上位になっていたのは10班中5班、同程度の重要度としていた班は2班あった。また概観すると、「はきごち」や「性能」、「動きやすさ」といった機能性に関わる記述も多く、そこに広く目が向けられていることがわかる。その他、「原産国」や「素材」など環境に関連していく記述もみられた。なかには、「長く使えるか」、「耐久性」など小学校での“物や金銭の使い方”の学習につながる記述もみることができた。そのように学習者は、提示された情報をフルに活かして、商品を購入する際のポイントに目を向け、ランキング表を作成していた。

したがって、商品を選択するにあたっては、そのような様々な情報を収集し、多様な観点から吟味して意思決定していく営みに気づくとともに、それらをランキングしていく過程で、重要度を考え優先順位をつけていく必要があることに目を向けたと考えられる。

さらに、グループ内での話し合いだけでなく、ランキング結果をクラス全体で共有することによって、さらに相互作用の範囲を広げ、商品選択する際の観点及び優先順位の多様性に触れることができたと考える。

図1：各グループが作成したダイヤモンドランキング表



#### (5) 商品選択と観点の変化

その後、販売方法について考えさせるため、教師はスーパーや専門店などの多様な店舗やネットショッピングを示した。「自分ならどこでシューズを購入するか」について考えさせ、それらの販売方法のメリットとデメリットについて話し合わせた。その際、写真3も示してリサイ

クル店では低価格での商品購入が可能であることにも触れている。そして写真1の6種類のシューズに写真3のリサイクル品3種（④'、⑤'、⑥'）を加えた9種類の中から、再度、学習者に「どの商品を選択するか」記入させた（選択B）。その結果を2回目の選択として表3に示しているが、半数以上の学習者が、リサイクル品を選んでいった。これは班でのダイヤモンドランキングで価格が上位にあげられていた結果とも重なる。

写真3：リサイクル店での価格



個々の学習者別に、授業当初の選択Aと選択Bを比較すると、班でのダイヤモンドランキング活動やクラス全体での検討と共有、教師による働きかけなどの相互作用によって、次のような変化が生じていた。

“商品選択”自体に関しては、図1のように、学習活動後に“1回目（選択A）とは異なるメーカーの商品を選択”した学習者は57%であり、同じメーカーの商品でもリサイクル品を選択した学習者が14%であった。変化が無かったのは26%であり、およそ7割の学習者が2回目（選択B）では違うシューズを選んでいった。

また、“選択理由”に関しては、授業の導入の段階（選択A）では、ほとんどの学習者が選択した理由（観点）を1つしか挙げられておらず、理由を挙げることのできなかった（「何となく」など）学習者も6名みられた（表3）。それが学習活動後の2回目（選択B）では、図2に示したように、授業当初より観点を増加させた学習者、すなわち言及した観点が1つ増えた学習者が43%、2つ増えた学習者が26%、合わせて7割近くみられた。意思決定する際の視野が広がったといえよう。

図1：商品選択の変化

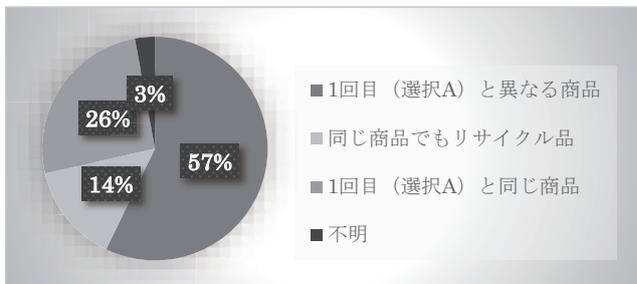
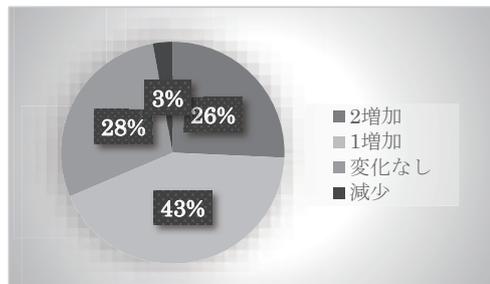


図2：個人の観点の変化



### 3. 今後の課題

本時の授業で、学習者は小学校で学んだ内容を振り返りながら、より広い観点からの商品選択とそれらの観点到優先順位をつけた選択が必要であることに目を向けることができたといえる。教材として選定したランニングシューズは体育の授業や部活などで日常的に使用し、学習者にとっては身近で興味のある対象であり、学習意欲を喚起することができた。また、ついデザインやブランド志向に走ってしまいがちな自らの現状を意識させる場を提供することができた。しかし、ランニングシューズでは、安全性についての言及は行われにくい。この点は、次の「商品の選択2（ドライヤー）」で補い、「消費者の基本的な権利と責任」などに展開していく必要がある。また、各シューズの多様なセールスポイントが示され、学習者はそれを手掛かりに、ランキング表を作成していたが、その表現はまちまちであった。クラス全体でランキング表を共有する場面で、学習者から挙げられたポイントを整理し、観点別に示すことができるとより効果的であった。

一方、本時では5000円以内との予算を設定したことにより、価格が強く意識されリサイクル品に目が向けられた。その延長上で、小学校で学習し、本時でも一部の班が言及していた「長く使う」という使い方との関連で購入を考えられるようにしていくこと、また、後の題材「環境に配慮した生活」につなげて再度、取り上げていくことも重要であろう。

他方、本時で学習した商品購入の観点到の広がりとお優先順位をつけた選択を定着させていくには継続的な働きかけが必要である。そのために、再度それらを振り返ることのできる題材配列や、日常生活において振り返る場（例えば修学旅行との関連など）の検討が今後の課題である。

## IV. 引用・参考文献

- 1) 伊深祥子, チョコレートの授業の反省的省察—授業の目標はどのように設定されていくか—, 日本家庭科教育学会例会・セミナー研究発表要旨集, p.15, 2009
- 2) 堀内かおる, 消費生活のグローバル化への気づきを促す高等学校家庭科の授業開発: 題材「ジーンズから世界が見える」の実践から, 日本家庭科教育学会誌, 34巻1号, pp.1-8, 2011
- 3) 神山久美, 堀内かおる, 家庭科における消費者教育の実践と評価, 日本家庭科教育学会誌, 53巻1号, 2010
- 4) 伊波富久美, 川崎夕子, 福良維素子, 平川祐子, 岩見ミカ, 篠原久枝他. 小・中連携をめざした家庭科授業の構想—「物や金銭の使い方」に関する授業実践をふまえて—. 宮崎大学教育文化学部協働開発センター研究紀要 第24号, pp.77-87, 2015.
- 5) 文部科学省, 小学校学習指導要領(平成29年告示)解説(家庭編), 東洋館, 2018, p.6.
- 6) 前掲書2) p.9
- 7) 文部科学省, 小学校学習指導要領(平成29年告示), 東洋館, 2018, p.139
- 8) 前掲書2) p.67
- 9) 文部科学省, 中学校学習指導要領(平成29年告示)解説(技術・家庭編), 開隆堂, 2018, p.112