

技術・家庭科(家庭分野)授業案：
教科で育みたい人間像

「生涯にわたって豊かな意思に基づいて生活を選択
する人」

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2023-03-17 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 平林, 亜希子 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10297/00029504

技術・家庭科（家庭分野）授業案

教科で育みたい人間像 「生涯にわたって豊かな意思に基づいて生活を選択する人」

授業者 平林 亜希子

- 1 日時 令和4年10月14日（金） 第2時 11：30～12：20
- 2 学級 2年C組（被服室）
- 3 題材名 自分にとっての「すてきな消費者」をめざそう

4 本題材で願う学び

自分の消費行動を振り返るために、消費者観マップ作りやロールプレイングを体験しながら、ロールモデル作りを描くことを通して、自分の消費者観を豊かにし「すてきな消費者」に迫っていくことができる。

（学習指導要領との関連：C 消費生活・環境 (2)ア、イ）

5 題材観

(1) これまでの子どもたちの学び

小学校の消費生活では、自分の思いだけでなく、自分の生活スタイルや必要感に応じた商品の選択や決定を学んでいる。

中学1年生の「お弁当箱につまっているものから考える消費行動」では、子どもたちがお弁当を見つめ直すことで、自分だけでなく、「生産者」や「流通者」が存在することを実感し、他者に対する思いを基に商品やサービスの選択や決定をする大切さを学んできた。

(2) 本題材の価値

本題材の価値は「すてきな消費者」に迫っていくことである。

私たちがスーパーで買い物をするときには、いくつか並んだ似たような商品の中から一つを選択し購入している。その際、購入した理由を考えることはほとんどないが、価格やデザインなどのその人なりのこだわりの要素に基づいて消費行動をしていると考えられる。このような要素の集まりを授業者は「消費者観」と呼んでいる。このように人はみな、消費行動の際に消費者観に基づいて選択や決定をしているが、それは無意識であることが多い。だからこそ、自分の消費者観を意識的にわかっておくことは大事なことでありと考えている。なぜなら、この消費者観がどのような要素から成り立っているかを明らかにすることで、自分自身の消費行動を見直すきっかけになるからである。このように消費者観をより深めたり、広めたりしていくことを自覚している消費者を「すてきな消費者」と呼んでいる。

「すてきな消費者」を、食品を購入する場面から考えてみたい。値引きシールの貼られた食材や食品を購入する際、価格の安さのみに注目して購入する人は「すてきな消費者」とは言えないだろう。しかし、価格だ

けでなく食品ロス削減などの環境に配慮するという視点を加えて購入する消費者は「すてきな消費者」と言えるのではないだろうか。ただ「すてきな消費者」になることは簡単なことではないだろう。なぜならば、今の時代は消費行動が多様化しており、選択や決定のよりどころとなる要素を定めることが難しいため、豊かな消費者観が描きづらいのである。この題材を通して、自分が大事にする要素を明らかにしたり、他者が大事にする要素にふれたりすることで、選択や決定のよりどころとなる要素を見だし、消費者観を豊かにして行ってほしいと考えている。

(3) 「すてきな消費者」に迫るために

① 「すてきな消費者」と消費者観マップ

「すてきな消費者」は、無意識に働いていた自分の消費者観が明確になっており、商品やサービスを購入する際に、自分が何を一番大切に考えているか自覚しているだろう。消費者観マップを作ることで、自分が何に基づいて商品を選択や決定しているのか、一番大切にしているもの以外も一緒に振り返ることができる。さらに、自分や他者が一番大切にしている要素や、自分にはなかった他者の消費者観が見えやすいという利点もある。図1は、消費者観マップの一例である。

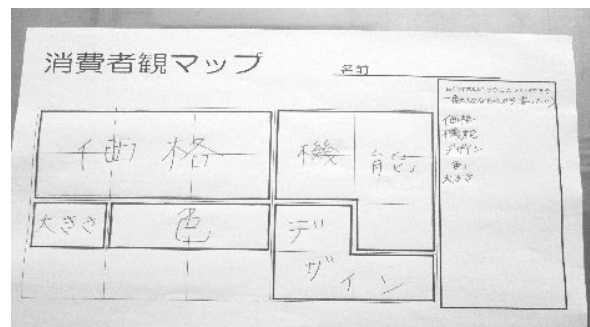


図1 消費者観マップの例

②「すてきな消費者」とロールプレイング

「すてきな消費者」は、一つだけの要素だけでなく、商品の種類や販売形態によって、複数の要素を思い浮かべ、様々な視点から商品を選択や決定をしている。おそらく、自分が実際に購入したことがないものであっても、自分の消費者観を意識し、想像力を働かせることで納得のいく選択や決定ができていくはずである。だからこそ、様々な商品を購入する場面に立つこと（ロールプレイング）で想像力を働かせ、体験することで、自分の消費者観と照らし合わせながら、消費者観を広げていくことにつながるだろう。

③「すてきな消費者」とロールモデル

「すてきな消費者」は、自分が理想としているロールモデル（消費者像）を明確に描いているだろう。自分のロールモデルを描くまでの過程では、他者の消費者観に強く影響を受けたり、憧れをもったりすることで、消費者観をより豊かにしようとしていると考えられる。つまり、自分が理想とするロールモデル（消費者像）を描き、誰かに紹介しようという活動は、互いに消費者観をより豊かにしていく姿につながると考えている。

(4) 本題材で願う子どもの姿

本題材で願う子どもの姿は「消費者観を見つめ直し、自分の中に取り入れ、豊かにしていく姿」である。上述したように消費者観を意識的に自分の消費行動を振り返るきっかけとすることは非常に難しい。だからこそ、本題材において、消費者観マップを作成し、自分や他者の消費者観を意識し見つめ直したり、ロールプレイングを用いて、選択や決定の場面に立つことで、消費者観を広げたり深めたりできるだろう。自分の理想とするロールモデル（消費者像）を思い描き、消費者観を取り込んでいくような姿を望んでいる。このような活動を通して、子どもたちの消費者観が豊かになり、子どもたちは「すてきな消費者」となっていくだろう。

自分の意思で消費者観を豊かにしていく姿は、家庭科で育みたい人間像である「生涯にわたって豊かな意思に基づいて生活を選択する人」の一つの姿であると言える。どこか無意識的に行動していた子どもたちが、様々な場面で豊かな消費者観を意識することによって、自分にとっての「すてきな消費者」に迫ってほしいと願っている。

6 題材構想（全6時間）

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> (1) 消費行動を振り返る（2時間） (2) 自分のロールモデルを作ろう（2時間） (3) ロールモデルとして自分をPRしよう（1時間） (4) すてきな消費者（1時間） |
|--|

7 題材構想にあたって

本題材で願う子どもの姿を生み出すためには、子どもたちそれぞれが、当たり前だと思っている自分の消費行動を見つめ直し、自分にとっての「すてきな消費者」をめざしていけるような追求を進めることが必要であると考えている。

始めに題材の導入として「消費者観マップ」を用いる。消費者観マップ作りを用いる理由は、自分の消費行動を振り返り、マップを見て、どのような要素を大切にしているかに気づけるようにするためである。まず、子どもたちにとって、身近である商品を選択するとき、一番大切にしている要素について問う。そして、自分の消費行動を振り返りながら、消費者観マップ作りを進めていく。

次に、子どもたちに自分の消費行動を見つめ直すきっかけとなるようにロールプレイングを用いる。その理由は、子どもが自分のもっている消費者観を問い直す

ことができるからである。ロールプレイングで設定された状況に応じて、自分の思いや考えが変化していることや、仲間と自分の考えが異なっていることに気づいてほしいと考えている。そうすることで、子どもがもつ、消費者観が更新されたりするだろう。そして、ここまでの活動で更新されていった自分の消費者観からロールモデルを築いていく。その際、自分の思いや考えを盛り込めるようにしたい。また、ロールモデルを共有して、多様なモデルを知ることで自分の消費者像を築いていく。

最後に、ロールモデルを共有し合った子どもたちが、もう一度自分の消費行動を振り返り、自分にとっての「すてきな消費者」を描けること、仲間の考えや思いを知ること、答えは一つでなくてよいことに気づいてほしい。そして、これからの消費行動につながっていくことを願っている。

本題材の流れ（イメージ）

(1) 消費行動をふり返る

○授業者は、一つの身近な商品（シャープペンシル）を購入したいと考えたとき、何を一番大切に考えて商品を購入しているか問う。プリントに記入する。（消費者観マップ作り）

この時に、実際にシャープペンシルを用意し、自分がしている消費行動を思い出す。

子どもたちからは、大切に考えて購入している要素として、「色」「価格」「機能」などと答えるだろう。

その理由として「グリップが握りやすい」「価格が安い」などが出てくるだろう。

自分の消費行動のふり返りをしてから、靴を購入する状況をつくる。お店をA、B、C、Dに分け、自分がどのお店を選び、購入するかを考える。

ロールプレイングは、Aは、靴量販店 Bは、スポーツ用品店 Cは、インターネット Dは、自分の気に入っているブランドのお店に分け、子どもたちにわかるようにする。

○授業者は、どうしてそのお店に行ったのか問いかける。

・「いつも靴はこのお店に行っているから」「スポーツ用品と一緒に買うと楽だから」「インターネットだと限定品が出ているし、安く買えるから」「洋服と同じブランドがかわいいと思うから」

・発言を通して「サイズ感」「色合い」「手ざわり」「重さ」「デザイン」「限定品」「価格」などの要素に気づく。

・共有することによって、自分の考え以外にも異なる考えがあり、仲間との考え方の違いに気づくことができる。

(2) 自分のロールモデルを作ろう

・自分の思いや仲間の思いを知り、ここまで深めてきた自分の消費者観を思い浮かべながら、理想のロールモデルを築いていく。

○授業者は、自分にとっての「すてきな消費者」をめざしてロールモデルを作ろうと伝える。

・前時までの活動を思い出したり、自分の消費行動をふり返ったり、消費者観マップのプリントを見たりする。

(3) ロールモデルとして、自分をPRしよう

○授業者は、班の仲間に、自分の考えたロールモデルをPRしようとする。

・聞き手は、ロールモデルについての感想を付箋に書き、発表者に渡す。

・班の発表が終了したら、全体に向けて、何人かに発表してもらい、感想や考えを伝え合う。

(4) すてきな消費者

・自分にとっての「すてきな消費者」とはどんな消費者であるかを考える。

・自分の消費観がどのように変容したかをふり返る。

参考文献：文部科学省（2017）『中学校学習指導要領（平成29年告示）解説（技術・家庭編）』。

神山久美（2019）『新しい消費者教育 第2版 - これからの消費生活を考える』

慶応義塾大学出版会株式会社。

堀池美衣（2021）「お弁当箱につまんでいるものから考える消費行動」

令和3年度静岡大学教育学部附属静岡中学校研究紀要。

望月一枝（2013）『生活の発見 生きる力をつける学習 未来をひらく家庭科』 教育実務センター。

参考資料：消費者庁 <https://www.caa.go.jp>

日本クレジット協会 <https://www.j-credit.or.jp/education>