

法教育としての消費者教育に関する研究

—社会科（公民科）・家庭科の教材・授業案開発に向けて—

研究報告書

平成 25 年 3 月 4 日

日本司法書士会連合会
近畿司法書士会連合会
国立大学法人大阪教育大学

法教育としての消費者教育共同研究会

発刊に際して

日本司法書士会連合会、近畿司法書士会連合会及び国立大学法人大阪教育大学は、三者による共同研究「法教育としての消費者教育に関する研究 一社会科（公民科）・家庭科の教材・授業案開発に向けてー」を行うため、「法教育としての消費者教育共同研究会」を平成 22 年 9 月から平成 25 年 3 月 31 日までの研究実施期間として立ち上げました。

当研究会では、司法書士会作成の消費者教育教材の分析及び先行研究の検討を通じて、(1)消費者教育の教材作成ないし授業案作成にあたって法教育の観点から留意すべき事項と到達目標を明らかにし、(2)契約が法律行為であるという視点に立ち、日常生活に身近な契約とこれに関連する消費者問題を題材として用いることにより、民法（特に契約法）の原則を理解したうえで、原則から考え方行動する力、つまり「法的な疑問・被害を感じたときに動ける力」を養成することをめざす消費者教育を「法教育としての消費者教育」と定義しました。そのうえで、「法教育としての消費者教育」は、改訂学習指導要領に基づく新教科書（平成 24 年度版中学校「技術・家庭」家庭分野、「社会」公民的分野、平成 25 年度版高等学校家庭科「家庭基礎」「家庭総合」、公民科「現代社会」）を活用することで実践可能であり、さらに、教科間連携によってより学習効果が上がることを明らかにするため、上記の平成 24 年度版中学校教科書、平成 25 年度版高等学校教科書各見本版を分析し、これらの教科書を活用した「法教育としての消費者教育」の授業のあり方について検討し、以上の検討及び先行研究の分析も踏まえて、「法教育としての消費者教育」における社会科（公民科）と家庭科の教科間連携の必要性と有効性について考察を行いました。

本報告書には、以上の研究結果に加えて、司法書士会作成消費者教育教材の分析一覧表や中学校社会科・家庭科の学習内容関連付け資料、中学校・高等学校における消費者教育の現状に関する調査報告、そして教科間連携を目指した「契約」の授業の実践報告も掲載しております。教育現場での法教育・消費者教育に関わる関係者の方々にはぜひ有効活用していただき、「法教育としての消費者教育」のさらなる推進につながることを願うものであります。

本報告書の発刊にあたり、ご協力をいただきましたすべての皆様に、厚く感謝を申し上げます。

平成 25 年 3 月 4 日

日本司法書士会連合会・近畿司法書士会連合会・国立大学法人大阪教育大学
法教育としての消費者教育共同研究会
座長 吉岡大地

【 目 次 】

【1】報告：法教育としての消費者教育に関する研究 —社会科（公民科）・家庭科の教材・授業案開発に向けて—	
はじめに　—研究の目的—	1
1. 消費者教育の目的と法教育	
2. 「法教育としての消費者教育」の提案に向けて	
第1 法教育としての消費者教育とは何か	3
1. 司法書士会の消費者教育教材の作成意図	
2. 消費者教育の教材作成に必要な視点	
①民法の原則学習の必要性／②行動する力を養成する必要性／	
③契約教育のあり方	
3. 「法教育としての消費者教育」の定義	
第2 法教育としての消費者教育の教材・授業案開発の手がかり —社会科（公民科）・家庭科新教科書の活用可能性と課題—	8
1. 中学校「技術・家庭」家庭分野	
①契約に関する記述／②原則からの思考トレーニング／	
③意思決定・行動選択トレーニング／	
2. 高等学校「家庭」	
①契約に関する記述／②原則からの思考トレーニング／	
③意思決定・行動選択トレーニング／	
④消費者教育のための授業時間確保の必要性	
3. 中学校「社会」公民的分野	
①契約に関する記述／②消費者の権利についての記述／	
③消費者の主体的行動についての記述／④民事裁判との関連付け	
4. 高等学校「公民」	
①契約に関する記述／②消費者の権利についての記述／	
③消費者の主体的行動についての記述／④民事裁判との関連付け／	
⑤用語暗記に陥らない工夫	
5. 小括	
第3 社会科（公民科）・家庭科の教科間連携の検討	20
1. 法教育としての消費者教育における教科間連携の必要性・有効性	
2. 教科間連携の実現に向けての課題と法律専門家の支援のあり方	
3. 教科間連携の進め方の検討　—法律専門家による支援の試み—	
①中学家庭分野、公民的分野、高校「政治・経済」での連携授業の試み／	
②教科間連携授業の効果　—生徒アンケートの調査結果から—／	
③教科間連携を意図した学習内容関連付け資料提示の試み	
おわりに　法教育としての消費者教育の可能性と法律専門家の役割	27

〔関連研究 1〕 司法書士会作成消費者教育教材の分析	29
・司法書士会作成消費者教育教材の分析一覧表	32

〔関連研究 2〕 「契約」「消費生活」を例とした中学校社会科・家庭科の 学習内容関連付け資料試案	34
---	----

【2】調査報告：中学校・高等学校における消費者教育の現状

はじめに（目的と概要）	40
第1 家庭科	41
第2 社会科（公民科）	47
第3 教科間の連携について	54
第4 中等教育における消費者教育の課題	56

【3】実践報告：教科間連携をめざした「契約」の授業

はじめに	58
第1 中学校「技術・家庭」家庭分野（中学2年）	59
第2 中学校「社会」公民的分野（中学3年）	65
第3 高等学校公民科「政治・経済」（高校1年）	74
第4 司法書士研究員による授業参観報告	80

【4】研究総括

【付録】	89
1. 研究員名簿	90
2. 共同研究会活動日誌	91
3. 研究構想図	93
4. 中学校・高等学校における消費者教育に関するアンケート	
法教育としての消費者教育に関するアンケート実施について（社会科主任宛）	94
法教育としての消費者教育に関するアンケート実施について（家庭科主任宛）	95
中学校における消費者教育に関するアンケート	96
高等学校における消費者教育に関するアンケート	100
消費者教育に関するアンケート調査集計結果（中学校）	104
消費者教育に関するアンケート調査集計結果（高等学校）	109
5. 附属天王寺中学校3年生に対するアンケート	
アンケート調査への回答のお願い	114
附属天王寺中学校3年生に対するアンケート調査集計結果	116
6. 研究成果発表一覧	119
中等教育における消費者教育の実態	120

【1】報告：法教育としての消費者教育に関する研究

—社会科(公民科)・家庭科の教材・授業案開発に向けて—(注1) (注2)

吉 岡 大 地
高 山 完 圭
小 牧 美 江
田 實 美 樹
井 上 弥 生
古 川 百 合 香
井 口 浩 司

はじめに 一研究の目的一

1. 消費者教育の目的と法教育

2004年（平成16年）11月に公表された法務省法教育研究会報告書^(注3)は、法教育について、「法律専門家ではない一般の人々が、法や司法制度、これらの基礎になっている価値を理解し、法的なものの考え方を身に付けるための教育」であるとし、法律専門家ではない一般の人々が対象であること、思考型の教育であること、社会参加型の教育であることに大きな特色があると定義した。同報告書の見解については、例えば、アメリカ合衆国の「Law-Related Education Act of 1978」（法関連教育法）における定義では「法（the law）、法形成過程（the legal process）、法制度（the legal system）」とされていた学習内容が「法や司法制度」と矮小化されたのではないか^(注4)、社会参加型という教育の特徴について、所与の前提としての社会に参画し、既に与えられている規範を遵守する方向に比重が置かれているのではないか^(注5)等、批判的な検討の中から改善案ないし対案検討の方向性を提示するものも多い。しかし、こうした議論のいずれにおいても、法律専門家ではない一般の市民にも何らかの基礎的な法的リテラシーが必要であり、それが学校教育において養成されるべきであるという共通認識があることから、「法教育とは、法律専門家を養成する法学教育とは別に、一般の市民にとって必要な基礎的な法的リテラシーを養成する教育である」と、一応の定義をすることができるだろう。しかし、何が基礎的な法的リテラシーか、ということについては、未だ議論の一致には至っていないという状況である。

(注1) 本報告では、特に断らない限り、「社会科（公民科）」は中学校「社会」公民的分野及び高等学校公民科を、「家庭科」は中学校「技術・家庭」家庭分野及び高等学校家庭科を指すものとする。

(注2) 本研究の成果の一部は、小牧美江・田實美樹「法教育としての消費者教育に関する研究(1) 一司法書士会作成の消費者教育教材の分析—」消費者教育32冊、91-102頁、2012年（以下「小牧・田實2012」）、及び小牧美江・田實美樹・古川百合香「法教育としての消費者教育に関する研究(2) 一社会科（公民科）と家庭科の教科間連携—」（日本消費者教育学会第32回全国大会研究発表、2012年10月21日）として発表した。

(注3) 2004年11月4日付：法教育研究会『はじめての法教育』（ぎょうせい、2005年）として出版されている。

(注4) 北川善英「「法教育」の現状と法律学」立命館法学321・322号、66-85頁、2008年。

(注5) 渡邊弘「法教育の進め方 一司法制度改革と教育法制改革をふまえて—」日本の科学者44巻7号、16-21頁、2009年。

このように、法教育については様々な議論が続いている^(注6)が、法教育研究会報告書が、我が国において目指すべき法教育が取り扱うべき内容の一つとして「私法と消費者保護」の教材を提示したとおり、私法分野に関する基礎的な法的リテラシーの養成という課題が法教育に含まれていることも、一致した見解であるといえよう。同報告書は、この教材の意義を「私法分野について日常生活における身近な問題を題材として、市民社会における契約の自由と責任、私的自治の原則といった基本的原則を理解させるとともに、企業活動や消費者保護などの問題が、法と深くかかわっていることを認識させることを目指すものであるとしている（同報告書、第3、3、(2)、②）。

一方で、これまで学校教育の中で行われてきた消費者教育においても、「契約」「消費者保護」といった学習内容は取り上げられていた。では、この消費者教育と法教育の関係を、どのように考えればよいのだろうか。

消費者教育は、「消費者が商品・サービスの購入などを通して消費生活の目標・目的を達成するために必要な知識や態度を習得し、消費者の権利と役割を自覚しながら、個人として、また社会の構成員として自己実現していく能力を開発する教育」^(注7)である。前者は消費者個々人に必要なバイマンシップ（buymanship）の習得について、後者は市民ないし主権者としてのシティズンシップ（citizenship）の開発について述べたもので、消費者教育は、本来この二つを目的とする教育である。さらに近年は、「消費者市民社会」（Consumer Citizenship）、すなわち「個人が、消費者としての役割において、社会倫理問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況等を考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会」^(注8)の実現をめざし、その構成員となる「消費者市民」を育てる消費者市民教育の必要性も議論されている^(注9)。

消費行動には、物資やサービスの購入（売買）等の契約締結の場面が常に存在し、消費者は、消費行動を通じて、契約に関する原則を定めた「民法」という法律と常に関わっている。したがって、購入者としての消費者がどのように契約を締結していく力を身につけるのかという課題と法教育には、密接な関係があるはずである。さらに、シティズンシップの開発、消費者市民の育成という課題に注目すると、消費者として民法（法）をどう理解し、消費行動に反映させていくのか、契約に伴う紛争や被害が発生したときには、どのように法や司法制度を活用して、権利の調整や被害の救済を図っていくのか、といった課題に関する原則、基礎的知識の学習を土台として、実際に消費者としての権利行使や責任の遂行に必要な思考力、判断力、表現力等を育成す

（注6）法教育についての議論の状況は、渡邊弘「法教育をめぐる論争点」月報司法書士484号、2-9頁、2012年6月、を参照されたい。

（注7）日本消費者教育学会編『新消費者教育Q&A』7頁（中部日本教育文化会、2007年）。

（注8）2008年（平成20年）6月27日閣議決定「消費者行政推進基本計画」による定義。

（注9）2012年（平成24年）12月13日に施行された「消費者教育の推進に関する法律」では、消費者教育は「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう」（同法2条1項）と定義され、消費者市民社会は、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、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」（同法2条2項）と定義された。

るという部分で、法教育と大きく関わってくるはずである。法教育研究者である大村敦志も、消費者教育・法教育は固有の内容を持っているが、消費者教育が想定する消費者という人のあり方と法教育が想定する市民という人のあり方は大きく重なりあうとし、消費者教育と法教育も大きく重なっていると指摘している^(注10)。

2. 「法教育としての消費者教育」の提案に向けて

学習指導要領が改訂され、小学校は2011年度（平成23年度）、中学校は2012年度（平成24年度）から全面実施、高等学校も2013年度（平成25年度）から年次進行で実施される^(注11)。この改訂では、主として家庭科、技術・家庭科、社会科、公民科において消費者に関する学習の充実が図られ、各教科での言語活動の充実も求められたこととなったが、法教育についてもその内容を盛り込むことが検討され、社会科、公民科を中心に法教育の内容が一部導入されることとなった^(注12)。消費者教育と法教育との密接な関係、重なりを踏まえると、消費者に関する学習の充実を図るためにあたっては、法教育に関する視野を持ち、言語活動の充実を意識した教材の提示、授業の構成が必要になってくると考えられる。したがって、学習指導要領のこれらの改訂事項は、各別の課題ではなく、相互に関連する課題としてとらえることが必要である。では、具体的にどのような教材が必要で、どのように授業を進めていくべきなのか。これから消費者教育の実践においては、この検討が欠かせない課題となってきている。

そこで、当研究会は、長年消費者教育に取り組んできた司法書士の活動を参考として理論化し、法教育・消費者教育の目標を相互に効果的に達成することができる教育の方法、すなわち「法教育としての消費者教育」というべき教育^(注13)の方法とその必要性・有効性を示し、さらに、学校教育、具体的には関連する学習内容を扱う中学校・高等学校の社会科（公民科）及び家庭科の教科教育の中での「法教育としての消費者教育」のあり方、教材・授業案開発の視点や具体例を示すことをめざし、本研究に取り組むこととした。

第1 法教育としての消費者教育とは何か

1. 司法書士会の消費者教育教材の作成意図

司法書士は、古くは1980年前後（昭和50年代）頃から、また、消費者被害・多重債

(注10) 大村敦志『「法と教育」序説』63-70頁「消費者教育・法教育と契約」（商事法務、2010年）。

(注11) 改訂学習指導要領の情報は、http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/new-cs/ 文部科学省ウェブサイトに掲載されている。2013年2月13日閲覧。

(注12) 改訂学習指導要領については、小牧美江・田實美樹「司法書士による法教育・消費者教育と学校教育—学習指導要領改訂を受けて—」市民と法63号、26-34頁、2010年（以下「小牧・田實2010」）が、司法書士の立場から検討をしている。小・中学校社会科における法教育の内容の導入については、橋本康弘「「法教育」実践のための覚書—小・中学校新学習指導要領を読み解く—」自由と正義59巻10号、31-38頁、2008年、の解説が詳しい。

(注13) 前掲（注12）小牧・田實2010は、「消費者教育を通じての法教育、ないし両者が相互に関連し重複する課題を扱う教育」を「法教育としての消費者教育」と名付け、「法教育と消費者教育とは、その目標に共通する部分があり、「法教育としての消費者教育」は、法教育・消費者教育の目標を相互に効果的に達成することができる教育方法・内容として注目される」と指摘した。

務問題が深刻化した1998年（平成10年）頃以降はより活発に、全国各地で、消費者教育を中心とした「出張法律教室活動」に取り組んで来た。さらに、2003年（平成15年）頃以降は「法教育」の考え方を取り入れながら、現在では、全国に50会ある各司法書士会の約8割^(注14)が、会の事業として法教育・消費者教育の活動を行なっている。

こうして、長年、消費者教育に関わってきた各地の司法書士会には、多くの教材の蓄積があるが、これらの教材を使ってどのような授業をしたのか、その効果や課題はどこにあるのかといった分析・検討はあまり行われず、実践報告も公式には収集・整理されてこなかった。また、学校（教員）においても、この事業を単発的行事（有識者講演会）として扱うことが多く、教員の視点からの実践報告といった研究の蓄積もされていない。このように、司法書士ないし司法書士会の活動内容については、司法書士という職能の存在意義やその果たすべき役割といった観点からの分析はいくつかある^(注15)ものの、教育学の視点から研究の対象とされることはほとんどなかった。

具体的な教育実践報告やその分析が存在しない中で、司法書士が行ってきた消費者教育の内容や意義を整理し直して理論化し、具体的な教材・授業案の提案を行っていくための手法として、当研究会は、司法書士の考えが最も表現されてきたと考えられる司法書士会作成の消費者教育の教材を分析し、この分析の結果を理論化するという手法を用いることとした。

分析対象としたのは、日本司法書士会連合会及び各地の司法書士会が作成し、2010年（平成22年）10月21日現在、各会ウェブサイトまたは会員専用サイトに掲載されていたもの、パンフレット等で一般に配布されていたもののうち「契約」に関する教材から、単に学習項目の名前や要約を列記しただけの形式のものを除いた7教材である。

分析の結果、司法書士会の消費者教育教材は、契約についての基本の知識・原則を身につけてもらうこと、考える視点を示すこと、実際に考えてもらうことを目的・ねらいとして、民法（特に契約法）の原則から考える力を養成すること、行動する力を養成することに留意し、作成してきたことが分かった。但し、このような目的・ねらいは公式には明示されていないため、教材の使い手によってその意図の読み取り方に差が生じていることが、課題として明確になった。なお、分析結果の詳細は、後掲〔関連研究1〕「司法書士会作成消費者教育教材の分析」にまとめた。

2. 消費者教育の教材作成に必要な視点

① 民法の原則学習の必要性

森田洋子・小川育子による大学生の法認識の実態調査報告によれば、56.8%が契約

（注14）2011年度の実施実績（全国43会が実施）は、高等学校543校、専門学校24校、短期大学2校、大学15校、支援学校17校、中学校6校、講演その他を併せて合計617校（日本司法書士会連合会ウェブサイト情報 <http://www.shiho-shoshi.or.jp/activity/contribute/education.html> 2013年2月13日閲覧）。司法書士会の法教育活動については、伊見真希「司法書士が行う教育活動のこれから」月報司法書士448号、20-24頁、2009年、高山完圭「司法書士会による法教育活動の現状」市民と法63号、62-63頁、2010年、を参照されたい。

（注15）例えば、小牧・田實2010（注12）、伊見前掲（注14）を参照。

についての教育を受けた経験があるが、その内容は、クーリングオフ、悪質商法、クレジット、訪問販売等の個別内容であり、特にクーリングオフについての認知度は66.9%と高かったものの、それが何のためにある制度で、どのような場合に権利行使ができるかについての正解者は無かったと指摘されている^(注16)（森田・小川1997）。民法の特別法の個別規定に該当する断片的、個別的な知識を学習しているだけでは、十分な理解ができていないとの教育研究者からの指摘である。

そもそも民法は、人と人、人と法人など、私人間の関係を規律する「私法」に分類される法律の基本法と位置づけられ、民法の規定や基本原理は、他の法律の考え方の前提ともなっている。私人間に紛争が起こった場合、民法の規定やその基本原理は裁判における判断基準となるため、実際の社会生活の中でも、その規定や基本原理は、紛争予防の基準として尊重されるべき社会規範の役割を持つ。自分と他者との関係を規律し、自らの行動規範ともすべき民法の規定や基本原理を学び、活用していくことは、紛争や被害の予防にもつながるのである。

ところが、森田・小川が消費者被害に共通する消費者側の要因を調べてみると、契約についての基本的認識の欠如、すなわち「民法」についての認識の欠如があり、大学生の法認識を見ても「契約に関わる知識は非常に断片的、個別的であり、自分の行動と直接結び付いたものではなく、契約と民法との関わりの理解、あるいは民法の基本原則についての理解が不十分」であった（森田・小川1997）。その原因を探って当時の小学校・中学校・高等学校の教科書で消費生活に関する法律についての記述を調べると、その内容は「クーリングオフなど個別、特別例にシフトする傾向があり、包括的な系統だった記述がなされているものはごく少なかった。特に、契約など消費生活に関する事項の基本は民法財産法であるにも関わらず、教科書には記述されていな」かった（森田・小川1998）。しかし、逆に教科書に記述されている内容、つまり教授された内容については知識として明瞭に残っているとの調査結果も踏まえ、学校教育の中において民法（契約法を含む財産法の領域）とその基本原則である「契約自由の原則、所有権の絶対、過失責任の原則」についての学習が必要であることを指摘した（森田・小川1998）。

② 行動する力を養成する必要性

さらに、森田・小川は、学生に自らが法を利用し自らを守るという能動的意識がなく「自らの権利行使には消極的であるにも関わらず、自らはだれかに守られる保護対象であるとの認識であり、契約の基本である民法だけでなく、法律についてもその意識も知識も乏しい」との調査結果から、「消費行動のみならず、生活行動全般にわたる意思決定において、主体的に権利行使のために利用するツールとして」法律を見る

(注16) 森田洋子・小川育子「消費者のための法教育(1) 消費者保護における民法の役割と消費者教育における民法教育の必要性」消費者教育17冊、93-100頁、1997年（以下「森田・小川1997」）。同「消費者のための法教育(2) 学校教育における消費者のための法教育の現状」消費者教育18冊、123-132頁、1998年（以下「森田・小川1998」）。同「消費者のための法教育(3) 自己責任を視野に入れて」消費者教育19冊、161-169頁、1999年（以下「森田・小川1999」）。

視点を欠き、「自らが保護される客体としてのみ法を認識」していると分析した。そのうえで、「消費行動における意思決定に法律の視点を持たせることは消費者教育こそがなし得る」として、法律の知識を持ち、自ら権利行使ができる消費者を育成すること、消費者教育によって法的資質の醸成が求められているとの指摘もした（森田・小川1999）。

このように、森田・小川は、学校教育の中において民法とその基本原則を学習しこれを利用することで、主体性をもって意思決定し、権利行使をする消費者を育成することの必要性を説いているが、ここで目標とされる消費者像は、司法書士会が作成してきた教材を通じて養成しようとしてきた民法（特に契約法）の原則から考え、行動する力を身に付けた消費者像とも合致するものである。

③ 契約教育のあり方

大村敦志は、法教育研究者としての立場から、「契約」についての教育のあり方について考察をしている。大村によれば、契約に関する学習は、その抽象度によってレベル1（社会の成り立ち・統合と契約の関係を考える思想・哲学レベルの学習）、レベル2（契約自由の原則とその制限・限界など契約そのものを支配する基本原則レベルの学習）、レベル3（契約の成立や効力に関する法理をとりあげる法制度レベルの学習）、レベル4（実用情報としての具体的な知識の学習）の4つに区分されるとする。そして、従来の消費者教育はレベル4の教育を重視してきたと言い、こうした教育は不可欠ではあるが、それだけでは十分ではないとする。様々な実用情報は有益ではあるが、多くの情報を脈絡なしに教えても、いわゆる応用力は育たず、基本的な「考え方」を身につけていないと、被害そのものを認識できないこともあるからである。では、契約について何を教えるべきかについては、第一に、知識の断片化を避けること、第二に、何が問題なのかを的確に理解するため、「解決だけではなく認知まで」という指針を持つこと、第三に、社会の構想力を養うこと、の3つの指針を持つて教えるべきだとする。このうち「解決だけでなく認知まで」という指針については、「そもそも自分がトラブルに巻き込まれているということを認識できなければ話は始まらない。そのためには、およそ契約とは何のためのものであるのかという一般的な理解と、この契約において何を約束したのか（本当に約束したのか）という具体的な認識が必要になる」と説明し、レベル2の基本原則の教育・学習は、このような観点から編成される必要があり、レベル3の法制度の学習は、このような教育・学習に必要な限度で取り込まれれば足りるとしている^(注17)。

大村の指摘は、消費者教育・法教育双方の観点に注目しつつ、契約についての原則学習の重要性を示したもので、その内容は、司法書士会が作成してきた教材を通じて養成しようとしてきた民法（特に契約法）の原則から考える力の養成をめざす方向性とも合致する。

(注17) 大村前掲（注10）。

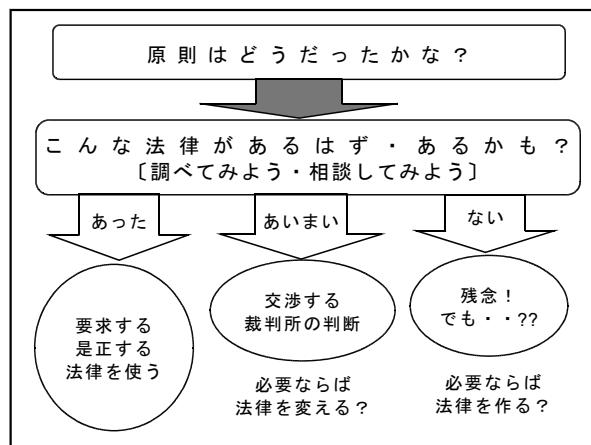
3. 「法教育としての消費者教育」の定義

以上をまとめると、消費行動には必ず契約という法律行為が存在し、法的思考が求められる場面を伴うことを踏まえ、消費者教育の教材作成ないし授業案作成にあたっては、法教育の観点から以下の点に留意することが必要であると考えられる。

- i) **身近な題材**：自らが消費者であり、契約の主体となることに気づかせ、自分の問題として考えていく姿勢を身につけてもらうために、「売買契約」「クレジット契約」等、日常生活に身近な契約とこれに関連する消費者問題を題材として作成すること。
- ii) **原則学習**：契約の意義・成立、契約成立に伴う効果（当事者の権利義務等）、解除・取消その他、契約に関する基礎的な事項の学習を通じて、契約自由の原則とその前提となる当事者同士の対等性等の民法（特に契約法）の原則を理解させること。
- iii) **原則からの思考トレーニング**：日常生活に身近な契約締結場面、契約トラブルや被害の発生場面等を疑似体験しながら、民法（特に契約法）の原則から考える練習を取り入れること。
- iv) **意思決定・行動選択トレーニング**：日常生活に身近な契約締結場面、契約トラブルや被害の発生場面等において、例えば、図1^(注18)のような道筋にそつて考える疑似体験をしながら、法的な疑問や被害を感じたとき（何かおかしい、何かあやういと感じたとき）に、消費者として、自分はどう行動するか考える練習を取り入れること。
- v) **到達目標**：以上の学習を通じて「法的な疑問・被害を感じたときに動ける力」を養成することを、到達目標として設定すること。

このように、契約が法律行為であるという視点に立ち、日常生活に身近な契約とこれに関連する消費者問題を題材として用いることにより、民法（特に契約法）の原則を理解したうえで、原則から考え行動する力、つまり「法的な疑問・被害を感じたときに動ける力」を養成することをめざす消費者教育を、「法教育としての消費者教育」と定義する。

図1 法的な疑問・被害を解決するための思考・行動のフローチャート



(注18) 小牧美江試作。小牧美江「法教育としての消費者教育について—『法的な疑問・被害を感じたときに動ける力』の養成のために—」司法書士法教育ネットワーク教材検討会編『消費者教育ガイドブック 深めよう！広げよう！「青少年のための法律講座」—法教育としての消費者教育の視点から—』5頁（司法書士法教育ネットワーク、2011年）参照。

第2 法教育としての消費者教育の教材・授業案開発の手がかり

—社会科（公民科）・家庭科新教科書の活用可能性と課題—^(注19)

「法教育としての消費者教育」を定義したが、具体的に、学校教育における「法教育としての消費者教育」の授業とはどのようなものなのか。関連する学習内容を扱う中学校「技術・家庭」家庭分野と中学校「社会」公民的分野、高等学校家庭科と高等学校公民科の授業のあり方、教材の活用の方法を検討しなければならない。

その手がかりとして、まず、改訂学習指導要領に基づいて新たに中学校、高等学校で使用されるこれら各教科科目の教科書見本版の記述を調査し、「法教育としての消費者教育」の授業への活用可能性について検討することとした。調査対象としたのは、改訂学習指導要領に基づく平成24年度版中学校「技術・家庭」家庭分野、同「社会」公民的分野、平成25年度版高等学校「家庭基礎」、同「家庭総合」、同「現代社会」、同「政治・経済」の各教科書見本版である^(注20)。

1. 中学校「技術・家庭」家庭分野

中学校「技術・家庭」では、1・2年生で週に2コマ分、3年生では週に1コマ分の授業が必履修時間とされているが、家庭分野と技術分野を合わせた配当のため、家庭分野の学習時間の実質は、その半分のコマ数しかないという現状である^(注21)。

中学校「技術・家庭」家庭分野（以下「家庭分野」）では、改訂学習指導要領の「消費者に関する学習の充実」の方針を受けて「身近な消費生活と環境」（2内容D）の領域に、消費者教育に関連する学習内容が集約された。中項目として「家庭生活と消費」「家庭生活と環境」が設けられ、「家庭生活と消費」においては、中学生の身近な消費行動に関連させて「自分や家族の消費生活に关心をもち、消費者の基本的な権利と責任について理解すること」、「販売方法の特徴について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができること」につき指導するとされた。

① 契約に関する記述

開隆堂、東京書籍、教育図書の各社^(注22)とも、契約（売買契約）が当事者の意思

(注19) 以下の検討は、小牧・田實2012（注2）、小牧・田實・古川前掲研究発表（注2）、小牧美江「消費者市民を育てる「法教育としての消費者教育」—社会科・家庭科の教科間連携のすすめ—（特集 法と人権教育の進化）」民主主義教育21 vol. 6、140-147頁、2012年4月、の各研究成果も参考とした。

(注20) 平成24年度（2012年度）版中学校検定合格教科書は、「技術・家庭」家庭分野3点（開隆堂、東京書籍、教育図書）、「社会」公民的分野7点（東京書籍、教育出版、清水書院、帝国書院、日本文教出版、自由社、育鵬社）。平成25年度（2013年度）版高等学校検定合格教科書は、家庭基礎10点（東京書籍、教育図書2点、実教出版3点、開隆堂、大修館書店2点、第一学習社）、家庭総合6点（東京書籍、教育図書、実教出版、開隆堂、大修館書店、第一学習社）、生活デザイン無し、現代社会12点（東京書籍、実教出版2点、教育出版、清水書院2点、帝国書院、山川出版社、数研出版2件、第一学習社）、政治・経済1点（第一学習社）。

(注21) 中学校学習指導要領によれば、中学校の授業時数の一単位時間は50分で、年間35週以上にわたって行うよう計画する取り扱いである。「技術・家庭」の授業時数は、第1学年70時、第2学年70時、第3学年35時（年間35週以上の授業を行うため、各学年の配当は第1、第2学年は週2コマ、第3学年は週1コマに相当する。）である。

(注22) 鶴田敦子、大竹美登利他『技術・家庭（家庭分野）』2012年度用見本版、開隆堂、2011年2月15日検定済（以下「開隆堂」）。佐藤文子、金子佳代子、加藤幸一、永野和男他『新しい技術・家庭 家庭分野』2012年度用見本版、東京書籍、2011年2月15日検定済（以下「東京書籍」）。汐見稔幸他『技術・家庭 家庭分野』2012年度用見本版、教育図書、2011年2月15日検定済（以下「教育図書」）。

(申込と承諾) の合致によって成立し、契約成立に伴う効果として、当事者相互に権利と義務が発生することを示した図^(注23)を掲載している。教科書本文では、契約で合意した内容はお互いに守らなければならない、勝手に契約関係をやめることはできないといった説明が記述されているものの、なぜ、契約に拘束力が生じるのか、民法の原則から考える視点からの記述はされていない。しかし、共通してどの教科書にも取り上げられている契約に関する図が教科書本文の説明を補完するものとなっていて、当事者が対等な立場にあることが原則であることをイメージしやすい。授業に民法（特に契約法）の原則学習を取り入れて理解を深めさせることができ、以前よりも容易になったと思われる。

② 原則からの思考トレーニング

まず前提として、契約の際には契約の対象となる商品に関する情報や価格、支払方法を含む契約内容について検討をすることが大切であるが、これは相手と対等な立場に立って契約するために必要なことなのである、と理解させることは原則からの思考トレーニングにつながる。教科書では、各社とも悪質商法の事例を掲載しているが、ただ対処法を教えるだけの記述にとどまらないよう配慮がなされている。悪質商法を行う事業者は、もともと契約するつもりがなかった消費者に、よく考える暇を与えず、または恐怖心をあおるなどして、強引に契約をせまってくる。教育図書は、このような悪質商法の手法について考える際に、「本来、契約は当事者の自由な意思決定で結ばれるべき」であるとの原則を確認したうえで、原則から考えるとおかしいこと、すなわち「消費者が自由に意思決定を行うこと」ができない状況を作り出されていることに気づかせる記述をしている。また、悪質商法のロールプレイングで当事者の心理状態を考えさせたり（開隆堂）、自分ならどうするかを考えさせたり（東京書籍）する課題が掲載されるようになった。これらの課題も活用し、教科書で紹介されている様々な悪質商法の事例についても、当事者は対等な立場で自由に考えて契約する（または契約しない）意思決定ができているか、対等で自由な意思決定を妨害されていないか、と検討しながら学ぶことで、原則から考え、おかしいことに気づく力や、被害に気づいて相談することにもつながっていくと思われる。

また、開隆堂は、事業者と消費者の組織力、資金力、情報量の格差について、消費者が法律・制度・支援機関でできた階段を昇って事業者の建物と丈比べをしているイメージ図を掲載して示し、その格差を少しでも埋めていくように、法律や様々な制度、消費者の支援機関があるということの理解を促す工夫をしている。この図も活用し、法律や様々な制度の趣旨を考えるという原則にたちかえりつつ、今ある法律や制度が事業者と消費者を対等に近づけるために役立つものなのか、法律や制度を改善していく必要性はないのかを考え、行動していく力を育てるような授業の工夫もできそうである。

(注23) 「契約・客と店の関係」（開隆堂217頁、3図）。「契約の成立（売買契約の場合）」（東京書籍209頁、2図）。「契約の成立」（教育図書241頁、6図）。

③ 意思決定・行動選択トレーニング

改訂学習指導要領が重視した言語活動の充実との関連もあり、消費者として具体的に考えて意思決定し、行動するトレーニングにつながる記述も登場した。具体的には、「相談」という行動がどのように社会を変えていくのかをイメージ図で示し、法的な疑問・被害を感じたときに動くことの意味を考えさせる内容（教育図書）や、消費者トラブルへの対処について事業者と消費者双方の立場を考えたうえで、消費者としてどういう行動をするかを考えさせる内容（東京書籍）が掲載されている。また各社とも、「消費者の権利」については、国際消費者機構（Consumers International）が整理し消費者基本法にも位置づけられている8つの権利を、消費者の5つの責任とともに記述している。事業者に意見を述べるという具体的な消費者の行動が事業者の姿勢をどのように変えていくのかということを図で示しながら、消費者の権利と責任を具体的な事例にあてはめて考えさせる（開隆堂）といった記述も出てきた。このように、消費者としての意思決定や行動選択の意味を考えるトレーニングを繰り返すことで、「法的な疑問・被害を感じたときに動ける力」を養成する「法教育としての消費者教育」を意図した授業実践の工夫ができそうである。

2. 高等学校「家庭」

高等学校家庭科（以下「高校家庭科」）では、「家庭基礎」を選択した学校では3年間のいずれかの学年の1年間で週に2コマ分、「家庭総合」または「生活デザイン」を選択した学校では週に4コマ分（1年間で週に2コマ分を2年間履修とすることも可）の授業が必履修時間とされている^(注24)。

学習指導要領の改訂により、高校家庭科では、基本的な概念などの理解を深め実際に活用する能力と態度を育成するための実践的・体験的な学習活動や、獲得した知識や技術を活用して自ら課題を見つけ出し解決を図る問題解決的な学習の充実を重視して改善を図ることとなった。このうち「家庭基礎」では「消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任について理解させ、適切な意思決定に基づいて行動できるようになるとともに、生涯を見通した生活における経済の管理や計画について考えができるようとする」（2内容(2)エ）こと、「家庭総合」では「生活と社会とのかかわりについて理解させ、生涯を見通した生活における経済の管理や計画の重要性について認識させる」（2内容(3)ア）、「消費行動における意思決定の過程とその重要性について理解させ、消費者として主体的に判断できるようとする」（2内容(3)イ）、「消費生活の現状と課題、消費者問題や消費者の自立と支援などについて理解させ、消費者としての権利と責任を自覚して行動できるようとする」（2内容(3)ウ）こととさ

(注24) 高等学校学習指導要領によれば、単位については、1単位時間を50分とし、35単位時間の授業を1単位として計算することを標準（年間35週を標準とするため、週1コマを1年履修すると1単位に相当する。）とする取り扱いである。普通科、専門学科を問わず各学科共通教科として設定されている「家庭」の各科目の標準単位数は、「家庭基礎」2単位、「家庭総合」4単位、「生活デザイン」4単位で、このうち1科目を必履修教科・科目とすることとされている。

れた。さらに、内容の取扱いについても、「家庭の経済生活の諸課題について具体的に扱うようにすること」（家庭総合：3 内容の取扱い(2)イ）「契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと」（家庭基礎：3 内容の取扱い(2)イ、家庭総合：3 内容の取扱い(2)イ）とされた。

以下に、新教科書の特長的な記載をとりあげながら、「法教育としての消費者教育」の授業への活用可能性について検討する。

① 契約に関する記述

家庭分野では、第 2. 1 ①のとおり、契約の成立等の基礎的知識についてどの教科書も売買契約を例にとって説明がなされていたが、高校家庭科ではこれらが既習事項であることを前提として、賃貸借契約、端末の売買契約と電気通信契約の複合となる携帯電話の契約など売買契約以外の契約事例を提示しているものが見られる。さらに、消費者信用や生活に必要な費用と家計管理の分野でクレジットカードのしくみ（三者間契約）が取り上げられ、各社とも図解で詳しく説明しており、二者間契約との対比がしやすいよう図を並べて示しているもの^(注25)もある。しかし、既習事項の二者間契約をすでに理解しているものとして説明が省略されているものも多いため、実際の授業においてはまず二者間契約をしっかりと理解させたうえで三者間契約の説明を加えていくなどの工夫が必要であると思われる。

また、法的な視点からの解説が充実したものもあり、売買契約の成立が「私的な生活上のルールを定めた法律である民法に規定されている（民法555条「売買」）」ことを記述して法律との関連を直接示すもの^(注26)や、「契約は、原則として契約を結ぼうとする当事者の自由な意思によって行われる。誰と、どのような内容のことを、どのように契約するのかは当事者どうしで決め、断ることもできる。」と、契約自由の原則に関して説明する記述^(注27)も見られる。

このように、おおむね「家庭基礎」では、民法（特に契約法）の原則学習に活用できる契約に関する基礎的な内容が家庭分野より広く深くとりあげられており、この傾向は、「家庭総合」も同様である。

② 原則からの思考トレーニング

原則からの思考トレーニングに活用できる題材としては、例えば、契約の拘束力の前提となる契約当事者の対等性の意味を確認し、これと異なる場合について考えさせることを意図して、インターネット上のゲームソフトなどをダウンロードする際の「使用許諾契約書」の画面を題材に、契約内容を相手と同等に理解できているか確認しながら契約書を実際に読んでみる課題学習を取り入れたもの^(注28)や、ネズミ講やマ

(注25) 横山哲夫他『家庭基礎21』2013年度用見本版（教科書番号305）、実教出版、2013年3月9日検定済（以下「実教出版305」）。

(注26) 佐藤文子他『家庭基礎 豊かな生活をともにつくる』2013年度用見本版（教科書番号308）、大修館書店、2012年3月9日検定済（以下「大修館308」）。

(注27) 牧野カツ子、河野公子他『家庭基礎 自立・共生・創造』2013年度用見本版、東京書籍、2012年3月9日検定済（以下「東京書籍」）。

(注28) 小澤紀美子他『家庭基礎 ともに生きる 明日をつくる』2013年度用見本版（教科書番号302）、教育図書、2012年3月9日検定済（以下「教育図書302」）。

ルチ商法はなぜ問題なのかを考える課題学習が掲載されているもの（実教出版305）がある。また、契約の解除について、未成年者取消の制度趣旨や目的を示してなぜ取り消せるのかと根拠を考えさせるもの（教育図書302）もある。このように、身近な事例を用いて具体的に考えさせようとする高校家庭科の学習内容は、原則からの思考を消費者としての自らの具体的な行動に応用して取り入れていくことがイメージしやすいものとなっている。

③ 意思決定・行動選択トレーニング

高校家庭科では、適切なプロセスをたどって意思決定する力を育てることを重視している。例えば、「今晚の自分の夕食をどうするか」という身近なテーマを例としてとりあげ、「課題の確認」「情報収集」「選択肢の比較検討」を経て「決定」し、次につなげるためそれを「評価」するというプロセスに従って考えさせるもの（大修館308）がある。また、このような意思決定のプロセスに従って考える手法の一つとして「意思決定の木」^(注29)を用いて説明しているもの（東京書籍）もある。教科全体を通じて取り組まれるこれらの学習は、「法教育としての消費者教育」における意思決定の学習につなげていきやすい。

消費者としての意思決定・行動選択に関しては、各社とも、自分の選択や行動が社会を変えていくという視点から様々な記述がされている。特に「相談」という行動は重視されており、多くの教科書に相談先として消費者ホットラインや日本司法支援センター（以下「法テラス」）の電話番号が掲載されるなど、相談先・情報提供先が具体的に示されている。「相談して自分の被害の回復を目指すとともに、その相談情報をさらなる被害の防止のために活用してもらおうとすることが大切である。」（教育図書302）と、「相談」という行動に対する動機付けを意識した記述もみられる。また、消費者トラブルにあったときにその解決方法を探すための手段の例を挙げ、司法制度の活用を検討することも含め、状況に応じて判断をしていくシミュレーションをさせてることで、意思決定・行動選択の道筋を学ぶ工夫をしているもの^(注30)もある。さらに、家庭総合の教科書では「行動しよう」という小見出しで「法律や制度の整備は、消費者の権利を守り安全で安心な社会を築くうえで大きな意義をもつ。法律や制度をいかしていくために、消費者と事業者がともに法律や制度をよく理解し、消費者の権利がおかされたときには、権利の回復のための行動を起こすことが大切である。」^(注31)というように、消費者市民として考え方行動することの重要性を前面に出した記述もみられるようになっている。

消費者の権利と責任についても、その実質的な意味を考えさせたり、事例を用いて

(注29) 決定木（けっていぎ、decision tree）は、（リスクマネジメントなどの）決定理論の分野において、決定を行うためのグラフであり、計画を立案して目標に到達するために用いられる。決定木は、意思決定を助けることを目的として作られる。

(注30) 大竹美登利他『家庭基礎 明日の生活を築く』2013年度用見本版、開隆堂、2012年3月9日検定済（以下「開隆堂」）。

(注31) 小澤紀美子他『家庭総合 ともに生きる 明日をつくる』2013年度用見本版、教育図書、2012年3月9日検定済。

具体的に考えさせたりしている。日本の消費者政策・消費者問題双方のおもな流れを時系列で示す図（大修館308）のほか、多くの教科書が、ケネディ大統領の提唱した「消費者の4つの権利」から現代の「消費者の8つの権利と5つの責任」の考え方への発展、消費者基本法の制定に至るまでの背景や同法の基本理念、消費者の行動や消費者運動の高まりが政策や法律の改正に果たした役割について詳細に記述している。それを踏まえたうえで「消費者運動はなぜ生まれたのか、その意義と役割という点も含めて説明してみよう。」「消費者の8つの権利について、それぞれなぜそのような権利の確立が必要か考えてみよう。」という課題学習を設けているものもある（実教出版305）。身近な問題で考えさせる例としては、卒業アルバムの制作の場面をとりあげ、その過程で生じる様々な検討事項や行動の選択がどのような消費者の権利と責任につながるのか考えることができるように配慮したものもある（開隆堂）。これらの題材をもとに、消費者としての自らの意思決定・行動選択が社会に及ぼす影響について考えさせるトレーニングが可能であり、原則に立ち返って考えたり自らの言葉で説明したりする力を育てる学習に発展させることも可能である。

実際に消費者被害等の発生をきっかけとして消費者を守る法律や制度の制定がなされていった経緯やその時代背景、法改正に向けた消費者の運動の実例を示し、法改正運動の意義や法律を改善していく必要性について考えさせる課題を取り入れることが可能となるような記述もみられる。例えば、製造物責任法（通称PL法、以下「PL法」）や消費者基本法の制定、消費者団体訴訟制度の導入や消費者庁の設置の例がそれである。新たに詳しく扱われることになった多重債務問題に関連して、開隆堂は、改正貸金業法が成立、公布され、出資法の上限金利の引き下げ（いわゆるグレーゾン金利の撤廃）がされたことについても言及しているが、これを題材をとして法改正運動の意義を考えさせる課題を取り入れることも可能である。

高校家庭科で取り上げられている法律や制度の多くは公民科の多くの教科書にも取り上げられており、その制定にいたるまでの時代背景や消費者の行動等について触れられている高校家庭科の学習内容と関連づけることで、知識が定着しやすくなるとともに、消費者市民としての自らの意思決定や行動選択の指針を身につけることにもつながっていくのではないだろうか。

④ 消費者教育のための授業時間確保の必要性

このように様々な切り口から多くの情報が盛り込まれた教科書を使用して、「法的な疑問・被害を感じた時に動ける力」を育てるための、自ら考え行動することの重要性を意識したトレーニングを授業にとりいれていくことが可能になると考えられる。しかし一方では、それを担う家庭科教員へのアンケート調査結果から、消費者教育のための理想とする時間数と実際の実施平均時間数には大きな開きがあり十分な時間が

取れない現状が指摘されている^(注32)。今後は家庭科の授業内のみならず、社会科（公民科）をはじめとする他教科との教科間の連携を図るなど、消費者教育のための授業時間の確保に向けた方策の検討が必要であろう。

3. 中学校「社会」公民的分野

中学校「社会」公民的分野（以下「公民的分野」）は、3年生の「社会」に配当される週4コマ35週分の授業のうち100分コマ分が必履修時間とされている^(注33)。

学習指導要領の改訂で消費者に関する学習の充実が図られ、法教育の内容が一部導入されることとなり、公民的分野では、「契約の重要性やそれを守ることの意義及び個人の責任などに気付かせる」（2内容(1)イ）、「身近な消費生活を中心に経済活動の意義を理解させる」（2内容(2)ア）、「消費者の保護」（2内容(2)イ）等の学習内容を扱うこととされた。

① 契約に関する記述

公民的分野の教科書には、契約が法律行為であることに着目し、契約の意義、成立、契約に伴う契約当事者の権利と義務、契約自由の原則等を詳しく記述する教科書^(注34)がある一方、「契約とは何か」という定義そのものが無いものや、不十分なものもある。また、契約を扱う領域も、家庭分野では一つの領域でまとまって学習するが、公民的分野では教科書によって異なり、現代社会の見方・考え方との関連で法やきまりの意義と関連させて扱うもの、経済の領域で消費生活と関連させて扱うもの、消費者保護政策と関連させて扱うもの、これら各領域に分散させて説明するものがある。このように、契約についての説明の仕方に大きな差がある公民的分野では、どの教科書で学習するかによって、生徒の理解にも差が生じるおそれがある。家庭分野では、「家庭生活と消費」の単元で「契約」について一元的・体系的に取り上げられているので、その学習内容と補完しつつ、授業を進める必要があると思われる。

② 消費者の権利についての記述

家庭分野の各教科書は、国際消費者機構が整理し消費者基本法にも位置づけられている消費者の「8つの権利」を消費者の5つの責任とともに記述しているのに対し、公民的分野の各教科書は、消費者の権利として、ケネディ大統領が提唱した「4つの権利」、あるいは「6つの権利」のみを記述している。この学習内容について、公民的分野では、消費者の権利を示し確立させていかなければならない状況が生まれた歴

(注32) 本報告書【2】調査報告：「中学校・高等学校における消費者教育の現状」(40-57頁) 参照。なお、この調査のうち家庭科教員に関する分析として、大本久美子・鈴木真由子「中学校・高等学校家庭科における消費者教育の現状と課題—近畿地区を対象にした抽出調査を通して—」生活文化研究50冊、33-46頁、大阪教育大学家政学研究会、2011年9月、も参照されたい。

(注33) 中学校学習指導要領によれば、「社会」の授業時数は、第1学年105時、第2学年105時、第3学年140時（年間35週以上の授業を行うため、各学年の配当は第1、第2学年は週3コマ、第3学年は週4コマに相当する。）で、公民的分野は第3学年において100単位時間である。

(注34) 佐藤幸治他『中学社会公民的分野』2012年度用見本版、日本文教出版、2011年3月30日検定済（以下「日本文教出版」）、第2章①2「契約の意義と責任」、谷本美彦他『社会科中学生の公民 よりよい社会をめざして』2012年度用見本版、帝国書院、2011年3月30日検定済、第3部2章ステップアップ「契約って何だろう？」、など。

史的背景や、その後の権利の発展に果たした消費者、消費者団体の役割等を学ぶことを学習のねらいとしている。一方、家庭分野では、その成果として現在の国際的知見として明らかにされた権利を学び、私たち消費者が具体的にこの権利をどう行使し、その責任を果たしていくのかを考え、行動につなげていくことを学ぶことを学習のねらいとしている。そのためにそれぞれの教科で記述の違いが生じていると考えられるが、そのことは明示されていない。こうした学習のねらいに基づいた教科の記述の違いの意味を確認することができれば、生徒にはこの記述の違いの意味が分からず、学習内容について混乱が生じる可能性があると考える。ここでも家庭分野との関連に気付かせる工夫が必要だと思われる。

③ 消費者の主体的行動についての記述

教科書の中には、「消費者の生活を守るために法律を制定したり、監視したりする政府の役割が重要」との記述のように、消費者を保護する政府の役割が強調され、消費者自身が原則から考え被害を予防したり、法律を制定させたり、政府に働きかけたりする視点からの記述が弱いと思われるものもある。

しかし一方で、清水書院^(注35)は、「消費者の権利の擁護」の項目で「消費者の受けた不利益や損害は、消費者の責任だろうか?」と問い合わせ、消費者の権利が主張され、消費者運動が進められてきた意義を説明したうえで、消費者保護のための政策や消費者基本法について記述し、さらに、「消費者としての権利を正しく行使することは、生産者や企業、行政に働きかけていくことにもつながる」との記述をしている。教育出版^(注36)も「市場経済のなかの社会的責任」の項目で企業、金融機関の責任とともに消費者の責任を取り上げ、「商品の選択を行うとき、自分にとっての必要性だけでなく、その企業の責任意識を考えて選択することもできる」と記述し、欄外注記で「消費者市民社会」についても言及している。消費者教育の推進に関する法律が施行され、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育に重点が置かれることになったことを踏まえ、授業においても、自立した消費者を育てる工夫がより一層求められることとなった。家庭分野の学習との関連づけなどの工夫をしながら、自らが、意思決定・行動選択をする際の指標となるべき事柄を考えさせるような学習は、求められる消費者教育のあり方としても妥当すると思われる。

④ 民事裁判との関連付け

消費者が契約トラブルや悪質商法の被害救済などを求めるとき、司法制度を利用し、民事裁判を起こすという行動を選択しなければならない場面がしばしばある。従って、家庭分野では扱わない「司法」を学習する公民的分野の役割は大きい。しかし、改訂学習指導要領が取扱いの注意事項として、「法に基づく公正な裁判の保障」に関連させて、「裁判員制度についても触れること」としたため、各社とも、刑事裁判と裁判

(注35) 中村研一他『新中学校公民 日本の社会と世界』2012年度用見本版、清水書院、2011年3月30日検定済。

(注36) 中村達也・竹内裕一・笛山晴生他『中学社会 公民 ともに生きる』2012年度用見本版、教育出版、2011年3月30日検定済（以下「教育出版」）。

員制度についての記述に大部分を割き、民事裁判についての説明は少ない。また、民事裁判の事例として挙げられているのは貸金トラブルや交通事故などで、経済分野で学習する悪質商法やPL法関連の消費者被害などの紛争も民事裁判で扱われるとの記述はなく、両者を関連付けて学習する工夫をしておかなければ、消費者被害の際にも民事裁判が活用できることに気付かない生徒もでてくるであろう。

しかし一方で、法テラスの存在や、その主要業務の一つである民事法律扶助業務についての記述をする教科書(日本文教出版、教育出版)も出てきた。消費者トラブルの紛争解決のための司法アクセスを阻む要因の一つとして、訴訟にかかる費用負担に対する危惧がある。民事法律扶助制度とは、経済的に余裕がない人に対して、一定の要件のもとに、弁護士や司法書士に支払う費用を立て替える制度である。教科書では、どういうときに民事法律扶助制度が利用できるかといった詳しい情報までは記述されていないが、調べ学習などの工夫をして、その制度趣旨や民事裁判における「公正な裁判の保障」について考えさせる授業も出来ると思われる。

4. 高等学校「公民」

高等学校「公民」(以下「公民科」)では、「現代社会」を選択した学校では3年間のいずれかの学年の1年間で週に2コマ分、「倫理」及び「政治・経済」を選択した学校では「政治・経済」につき1年間で週2コマ分の授業が必履修時間とされている^(注37)。

学習指導要領の改訂により、「現代社会」では、「法の支配と法や規範の意義及び役割、司法制度の在り方」(2内容(2)ウ)に関連して「法に関する基本的な見方や考え方を身に付けさせる」(3内容の取扱い(2)イ(エ))こと、「市場経済の機能と限界」「個人や企業の経済活動における役割と責任」(2内容(2)エ)に関連して「経済活動を支える私法に関する基本的な考え方」「消費者に関する問題」についても触れる(3内容の取扱い(2)イ(オ))こととされた。その趣旨について、改訂学習指導要領解説は、「法は刑罰などによって国民の行為を規制するだけでなく、国民の活動を積極的に促進し、紛争を解決するなど、日常生活に密接に関連していること」、また「消費者保護の重要性を扱うだけでなく、消費者の自立支援の観点から指導することに留意すべき」としている。2013年度から年次進行で実施されることもあり、「政治・経済」の新課程検定合格教科書は1点のみであったため、以下では「現代社会」の新教科書の記述を中心に検討する。

① 契約に関する記述

契約に関しては、教科書によってその取扱いに大きく差があるが、おおむね公民的分野に比べてより詳しい記述となった。例えば、実教出版302^(注38)では、「法Seminar: 私的自治と法」という特設頁で、契約について、その成立やそこから発生する権利義

(注37) 高等学校学習指導要領によれば、各学科共通教科として設定されている「公民」の各科目の標準単位数は、「現代社会」2単位、「倫理」2単位、「政治・経済」2単位で、このうち「現代社会」、または「倫理」と「政治・経済」を必履修教科・科目とすることとされている。

(注38) 伊東光晴他『高校現代社会』2013年度用見本版(教科書番号302)、実教出版、2012年3月27日検定済(以下「実教出版302」)。

務、契約自由の原則とその例外等、詳細に記述している。また、帝国書院^(注39)では、「法でみる現代社会：法や契約と経済活動」という特設頁を設けており、契約の定義、民法の条文、様々な契約の種類、契約の成立時期、契約自由の原則と例外等、契約を学ぶに当たって重要な事項がほぼ網羅され、かつ図入りで生徒にもイメージしやすい内容となっている。

多くの教科書で契約に関する記述が詳しくなった一方で、締結した契約から発生する義務を、私たちはなぜ守らなければならないかということについて、触れている教科書は少ない。しかし、契約は、当事者双方が対等、平等かつ自由な意思で契約したからこそ、そこから発生した義務は守らなければならないのだという原則を確認し、この原則から考え、契約は双方が対等かつ自由な意思で締結したからこそ守らなくてはならないのだという視点を持つことは、意思決定、行動選択には非常に重要である。例えば、実教出版302は、「法Seminar：私的自治と法」の中でこの点に触れ、「私的自治は、当事者どうしが対等の関係にあることを前提としている。」が、この前提があてはまらない場面では、「当事者間の合意にまかせておいたのでは、強者の意思がまさって弱者の意思は十分に反映されない結果になる。」ため、「私的自治に一定の修正を加えることが必要となる。」と説明し、私的自治を修正する法律の例として、消費者契約法や労働基準法などを挙げている。また、教育出版^(注40)は、消費者に関する項目ではなく「労働基本権と労働者の権利」の項目において、契約自由の原則が成り立つためには、当事者（使用者と労働者）双方が対等でなければならないことを取り上げている。これらの記述も参考に、実際の授業においては、この原則について説明し、原則から考えるトレーニングを行なうなどの工夫が必要である。また、この点についての理解を深め、実際に自分の意思決定・行動選択に活かしていく力を身に付けていくためには、自分たちの身近な生活場面と契約の関連を具体的に取り上げている高校家庭科と連携することも効果的であると考える。

② 消費者の権利についての記述

家庭分野と同様、「家庭基礎」「家庭総合」の各教科書は、消費者の「8つの権利」を消費者の5つの責任とともに記述しているのに対し、「現代社会」の各教科書は、消費者の権利として、「4つの権利」、あるいは「8つの権利」のみを記述し、「責任」についての記述はない。中学校と同様に、高校家庭科との関連に気付かせる工夫が必要である。例えば、第2. 2③で指摘したとおり、公民科で学ぶ現行の法律や制度についての学習と家庭科の学習内容とを関連付けることで、立法趣旨・制度趣旨についての理解が深まり、知識が定着しやすくなるとともに、消費者の権利行使し責任を果たすことの意味を考え、消費者市民としての自らの意思決定や行動選択の指針を身に付けることにもつながっていくのではないだろうか。

(注39) 浅子和美他『高等学校新現代社会』2013年度用見本版、帝国書院、2012年3月27日検定済（以下「帝国書院」）。

(注40) 河合秀和他『最新現代社会』2013年度用見本版、教育出版、2012年3月27日検定済。

③ 消費者の主体的行動についての記述

「消費者市民社会」を取り上げている教科書はまだ少ないが、数研出版310^(注41)は、「個人と社会の関係」の項目で、「消費者市民社会」の考え方として、「一人ひとりが高い意識と批判的精神を持ち、社会で消費者として建設的な役割を果たすこと」「自分の購入や行動の結果が、自分に対してだけでなく他の人にも与える影響について、地球規模で考えること」と記述している。また数研出版309^(注42)は、巻末の「課題探求編」で「消費者市民社会を目指して」という課題探求の観点を示し、さらに課題探求例で、「消費者市民社会」の考え方を踏まえたうえで「高校生として実践可能な消費行動には、どのようなものが考えられるだろうか。」と問いかけており、意思決定・行動選択トレーニングにつながる学習が可能な内容となっている。「消費者市民社会」は、消費者教育の推進に関する法律においても定義付けがされ、生徒に、自分がよりよい社会を作るために、消費者として積極的に参加できるのだという意識付けを行うための学習が求められている。その学習効果を高めるためには、今後、身近な消費生活について取り上げている高校家庭科といかに連携できるかが重要になってくる。

④ 民事裁判との関連付け

公民的分野と同様、各社とも民事裁判についての扱いは少ない傾向にある。しかし一方で、私人間のトラブルや紛争解決については、個別項目や特設頁などを設け、司法制度の役割に言及し、記述が充実したものもある。さらに、裁判外紛争解決手続（Alternative Dispute Resolution、以下「ADR」）、法テラス、消費者団体訴訟制度などを取り扱う教科書もでてきた。例えば、清水書院305^(注43)は、裁判になる前の紛争解決手段としてADRが推進されつつあることにふれ、具体例を示しながら、「裁判以外にも争いを解決できることを知り上手に活用すべきである。」としている。帝国書院は、「おなやみなしの法テラス」という特設欄を設け、法テラスが「法的トラブルに関する情報やサービスの提供を全国どこででも受けられる社会をめざして設立された」公的機関であるとしてその役割に言及し、扱うトラブルの例として「事故」「職場」とともに「契約」もあげている。また、東京書籍^(注44)は、民事裁判を詳しく取り上げており、「当事者間で解決できない場合には、民事訴訟を起こすことができる。」とし、刑事訴訟と比較して、民事訴訟においては「過失責任の原則」が取り入れられていることや、原告側に故意・過失を立証する責任があることにも言及している。

これらの紛争解決手段については、いずれも基礎的知識として学んでおくべき重要な事項であり、使っている教科書がこれらを取り上げているか否かにかかわらず、高校家庭科で扱われている消費生活に関する紛争事例等と結びつけながら取り上げること

(注41) 渡辺雅男他『高等学校現代社会』2013年度用見本版（教科書番号310）、数研出版、2012年3月27日検定済。

(注42) 渡辺雅男他『現代社会』2013年度用見本版（教科書番号309）、数研出版、2012年3月27日検定済。

(注43) 藤田英典他『高等学校現代社会最新版』2013年度用見本版（教科書番号305）、清水書院、2012年3月27日検定済。

(注44) 間宮陽介他『現代社会』2013年度用見本版、東京書籍、2012年3月27日検定済。

とにより、トラブルにあったときの意思決定、行動選択に活かせる力を育てることができると思われる。

また、「課題学習」「課題探求編」などの項目を設け、そのテーマとして「消費者市民社会」「契約」等を扱っている教科書もみられ、これらをうまく活用すれば、生徒達が自ら、原則からの思考トレーニング、意思決定・行動選択トレーニングに活用できそうである。

⑤ 用語暗記に陥らない工夫

どの教科書にも共通して言えることだが、取り上げている用語の多さが目立つ。多くの用語が紹介されていることで、生徒が身に付けることができる基礎的知識の幅が広がるのは望ましいことではあるが、その多さに比して、用語の説明が不十分な教科書も多い。例えば、PL法であればその制定にいたる背景や消費者的行動、努力に関しての記載が不十分と思われる教科書や「無過失責任」については、その前提として「過失責任」が原則であることの説明がない教科書もある。また欠陥があることの立証が不要であるかの誤解を招く記載も見られた。個々の用語の正確な意味（定義）、背景、原則等がわからなければ、ややもすると用語そのものを覚えることが目的化してしまいがちである。しかし、自ら意思決定し、行動選択する力を身に付けていくためには、物事を基本や原則から考える力を身に付けることが必要で、その前提として、用語についての正確な知識や原則等を学び、理解させるための工夫、制度趣旨や原則から考える思考型の学習の工夫が必要だと考える。

5. 小括

以上のとおり、社会科（公民科）と家庭科の新教科書には、「法教育としての消費者教育」として授業化することが可能な「契約」「消費者」「消費生活」に関する学習内容、題材が多く取り上げられ、「私法の原則」「司法制度」「紛争解決」「消費者市民社会」などの学習も取り入れやすくなっていることが分かった。つまり、「法教育としての消費者教育」の教材ないし授業案開発は、個々の教員の努力で一から教材研究をして開発しなければ実践できないというものでは無く、むしろ手近にある新教科書に取り上げられている題材を有効に活用し、指導方法を工夫していくことで、誰もが容易に実践しうる条件が整ってきたと言える。

とはいって、両教科の教科書とも、新たに定義した「法教育としての消費者教育」と同様の観点から意識的で丁寧な記述がされているわけではない。また、社会科（公民科）では関連する複数の領域があるために、教科書ごとに学習内容の取り上げ方や記述の重点が異なり、民事裁判やADRなど消費者問題の解決に重要な役割を持つテーマでありながらその関連について言及されていない題材もある。一方の教科だけの学習では分かりづらかったり、誤解が生じたりする懸念がある事項について、他方の教科の学習と関連付けることでこの懸念の解消を図ることが必要なものも含まれている。誰もが容易に実践しうる条件が整ってきたとはいえ、両教科の学習内容の関連付けなど指導方法の検討には一定の工夫が必要であり、こうした情報を実際に授業を実施す

る両教科の教員に提供していくことが、今後の大きな課題となるだろう。

加えて、両教科とも、教科書の内容が充実してきた一方で、必履修とされている配当時間が少なく、「法教育としての消費者教育」に関連する学習内容に割くことができる時間数も、相対的に少なくならざるを得ないだろうという課題がある。実際に、当研究会が行った教員の実態調査^(注45)の結果からも、実際の消費者教育の実施時間数と教員が必要と考えている時間数とのギャップが読み取れる。つまり、手近な新教科書で実践可能だといつても、「法教育としての消費者教育」の教え方には勘所があり、また少ない時間を有効に活用する工夫も必要である。両教科の連携によって、学習内容の理解を深める効果だけでなく、少ない配当時間を効率的に活用できる効果も得られる可能性があるならば、教科間連携の方法を探ることは、「法教育としての消費者教育」を実施するための授業時間確保の解決策の一つともなりそうである。

第3 社会科（公民科）・家庭科の教科間連携の検討

1. 法教育としての消費者教育における教科間連携の必要性・有効性

社会科（公民科）と家庭科の教科間連携の必要性・有効性については、これまでにも様々な検討がされてきた。

泉水りな子・中間美砂子は、高等学校の家庭科と公民科の学習目標・内容・方法について、教科担当教員の意見、教科教育学研究者の教科目標論、当時（2002年）の学習指導要領及び教科書の記述の比較・検討を行った^(注46)。泉水・中間の分析によれば、例えば、両教科の学習目標は、学習指導要領においては、家庭科では、家庭生活に必要な能力と主体的、実践的態度が、公民科では、公民としての資質があげられ、両教科の目標には独自性がみられた。一方、教科教育学研究者による教科目標（資質目標）論の比較においても、生活を創造する生活者としての資質を個人としての自立から地球市民としてという広がりでとらえる家庭科と、家庭人、さらに国際人としての社会認識を背景とした公民的資質を目標とする公民科には、かなりの共通性がみられた。また、学習内容を比較すると、両教科担当教員の多くが「家族領域は家庭科で」「経済領域は公民科で」分業し、「福祉領域・消費者領域は両教科で」共に取り扱うという傾向が見られた。これらの検討結果等から、泉水・中間は、家庭科と公民科の目標、内容、方法の関連性は明らかで、両教科の連携の方策を検討していく必要があるとの指摘をしている。

岩井省一^(注47)は、高等学校の「家庭総合」と「政治・経済」を例として家庭科と公民科の関係について検討し、両教科で重複する内容があることについて、復習機会を他教科で補うことができるなどの学習効果が期待できる反面、同一内容の繰り返しは学習の動機付けに弊害をもたらすおそれがあり、また、教員自身も他教科の教員が授

(注45) 本報告書【2】調査報告：「中学校・高等学校における消費者教育の現状」(40-57頁) 参照。

(注46) 泉水りな子・中間美砂子「家庭科と公民科の関連性の検討 —「家族・福祉」「経済・消費」領域を中心に—」日本家庭科教育学会誌45巻1号、14-21頁、2002年。

(注47) 岩井省一「家庭科・公民科間における分業的相互補完的役割の明確化 —教科書分析を通じて—」消費者教育29冊、209-218頁、2009年。

業をしているはずであると思い込んでその部分を扱わない授業をしてしまう、いわゆる丸投げをする恐れもあると指摘した。岩井は、家庭科では実践力を身に付けることを重要視しているのに対して、公民科は実践力を身に付けるための資質や能力を重視すると異なる目標を有するのだから、共通単元ではそれぞれのアプローチの仕方やそれに応じた教材を用意し、分業的相互補完的な役割を明確にしつつ連携を図る必要があるとの見解を示している。

「法教育としての消費者教育」に関わる教科間連携の検討例もある。例えば、法教育の授業の検討例として、法務省法教育推進協議会第3回会合において、社会科教員の永野薫が、家庭科教員の三沢順子と共に行なった中学校における「私法と消費者保護」をテーマとした公民的分野と家庭分野の合科授業の試みについて実践報告をしている^(注48)。永野は、この合科授業のねらいについて、公民的分野で法的視点の学習をし、その後、家庭分野で具体的な取り扱いを学習することにより、「適切に選択する主体的な態度を養うことで、よりよい市民社会の一員となっていくのだという、もう少し法的な、法教育的な視点に広げていく」ことにあると説明した。永野が上記実践の報告を行なった法務省法教育推進協議会の会議の席で、大杉昭英委員は、学習指導要領は、公民的分野では消費者保護行政を中心に、家庭科は消費者自身の問題として考えることに重点を置いて、相互補完的に内容を設定しているため、家庭科からのアプローチと公民的なアプローチがうまく合体できれば、共同的な指導は有効な、あるいは効率的な指導法であり得ると述べ、「家庭科は、内容の指導の順序性を問うていませんから、ある意味、この内容は社会科のこと少し一緒にさせてもらえないか」という、学校内におけるカリキュラムのマネジメントをちゃんとしていただけだと、非常に可能性の高い内容になる」と、両教科の連携の有効性を指摘している。

鎌田浩子^(注49) 欧州委員会(EU) 健康消費者保護総局が13歳から18歳を対象にした消費者市民育成のための教育ツールとして開発した「ヨーロッパ・ダイアリー」という学習教材の内容と、改訂学習指導要領解説(特に同年代の高校生が学習する公民科と家庭科)の内容とを比較した。鎌田は、その分析の中で、市民教育や消費者市民教育に長年取り組んできているEU諸国の取り組みとは異なり明記があるわけではないものの、改訂学習指導要領における両教科の消費者教育の内容は充実されてきており、実質的に消費者市民教育を行なうことは可能だし、具体的には、「社会科では、経済の仕組みを中心として学習し、家庭科では自立した選択を行う能力を獲得し、消費行動を変革するための行動について学習することによって消費者教育・市民教育・環境教育を融合した消費者市民教育を実践し、消費者市民教育を根付かせていくことが必要」と指摘している。

(注48) 三沢順子・永野薫「3年技術家庭科・社会科合科授業実践報告」。法務省法教育推進協議会ウェブサイト、第3回会議(2005年11月16日開催)「議事概要」に、配布資料(4)として掲載。報告内容及び大杉委員の発言は、第3回会議議事録、16-21頁に掲載。http://www.moj.go.jp/shingi1/kanbou_houkyo_kyougikai_index.html 2013年2月13日閲覧。

(注49) 鎌田浩子「消費者市民育成のための消費者教育—「ヨーロッパ・ダイアリー」の検討から—」消費者教育31冊、197-206頁、2011年。

このように、教科の学習目標や内容の特徴から、また、「法教育としての消費者教育」に関わる法教育や消費者市民教育の推進を図る立場からも、両教科の教科間連携の必要性・有効性が指摘されるとともに、分業または相互補完的な協業の方法、合科あるいは融合型の授業など、その実施方法が検討されてきた。

2. 教科間連携の実現に向けての課題と法律専門家の支援のあり方

両教科の連携の必要性・有効性が指摘される一方で、両教科の連携実践の報告は、家庭科と社会科を同一の教員が担当する小学校での実践^(注50)や、前掲の三沢・永野による中学校における合科授業の実践の他はあまり多くの事例を見かけず、具体的な連携授業の実践例の積み重ねによる有効性の実証がされているとは言い難い。

泉水・中間が1996年に行った調査^(注51)によれば、高等学校の両教科担当教員のうち「連携指導を取りいれたい」と考える教員の割合は、家庭科で61%、公民科で53%だったが、現状では連携指導を「とくに意識していない」「教科独自に指導する」とする教員が家庭科90.1%、公民科95.9%と大部分を占めていた。当研究会が2011年に実施した調査^(注52)では、連携を必要と考えている教員の割合は、中学校では家庭科（以下「中家」）の71.0%、社会科（以下「中社」）の80.6%、高等学校では家庭科（以下「高家」）の69.9%、社会科（以下「高社」）の73.1%であったが、実際に実施している教員の割合は、中家8.0%、中社8.3%、高家1.4%、高社3.2%にすぎなかった。また、教科間連携を図るために課題を尋ねたところ、「話し合いの時間がとれない」（中家66.0%、中社67.6%、高家74.1%、高社58.1%）、「授業時間数の不足」（中家34.0%、中社50.0%、高家41.0%、高社41.9%）、「連携モデルがなくイメージできない」（中家33.0%、中社24.1%、高家25.2%、高社26.9%）等の理由（複数回答）が挙げられた。教科間連携の必要性・有効性が指摘される一方で、現場の教員にとっては、一定の必要性は感じつつも、物理的・心理的な負担感が存在し、実現には至っていない状況が見てとれる。

「法教育としての消費者教育」は、教科間連携を図ればより有効に実施することが可能であると思われるが、両教科の特性を活かし、各教科の課題を克服しつつ相互に補う教科間連携を視野に入れた授業のあり方を検討することは、そう簡単なことではない。一定の時間をかけて、各単元・題材について法の学習の観点からの意味付けを行い、教科相互の関連を具体的に検討しなければならず、また、新教科書の活用の仕方や教え方の勘所を確認していくといった作業も必要であり、「話し合いの時間がとれない」学校現場の実情においては、教員にかなりの困難を強いることになるだろう。このような教員の負担感を前提とすれば、教科間連携を進めていくためには、教員であれば誰でも容易に取り組むことができる授業の方法や効果的な新教科書の活用の仕

(注50) 石川芳恵「小学校における効果的な消費者教育のための家庭科と社会科の教科連携の有効性」消費者教育28冊、133-138頁、2008年。

(注51) 泉水・中間前掲（注46）の調査。千葉県公立高等学校全150校の家庭科、公民科教員各1名、計300名を対象とした質問紙調査。1996年8~9月実施。有効回収率は、家庭科51.3%、公民科50%。

(注52) 前掲（注45）の調査。調査方法は、本報告書40頁を参照。

方を提示するなど、教科間連携の方法（連携モデル）を具体的に提示することが必要であり、これを支援する方策も必要であろう。

そこで、こうした作業を支援することが可能な法律専門家による学校・教員に対する新しい支援のあり方が、今後は問われることになっていくのではないかと考える。法律専門家は、日々寄せられる相談や具体的な事件の依頼に対応しながら、市民の法的な疑問・被害を解決するための業務を行なっている。その知識と経験を活かし、これまでにも学校等に対する「出張法律教室活動」等を通じて、「法教育としての消費者教育」をめざした講演・授業等を行なってきている。その活動に加えて、新教科書の各单元・題材について法の学習の観点からの意味付けを行なうことや、教科相互の関連を具体的に提示すること、新教科書の活用の仕方や教え方の勘所を示すなどの作業に協力していくこと等の新たな支援の方策も、今後、検討していくべきではないだろうか。

3. 教科間連携の進め方の検討 一法律専門家による支援の試み一

法律専門家による学校・教員に対する新しい支援のあり方として、第一に、学校・担当教員の具体的な教材案ないし授業案づくりに対する直接的な助言・協力をを行う方法、第二に、法律専門家が教材化・授業化してもらいたい学習内容や指導の要点などを学校・教員に具体的に提示し、参考にしてもらうことを通じての間接的な関与、という二つの方法が考えられる。

当研究会では、大阪教育大学附属天王寺中学校及び同附属高等学校天王寺校舎の協力を得て、この二つの方法による具体的な支援として、「法教育としての消費者教育」の授業を教科間連携を意識して実施してもらうための二つの試みを行なった。

① 中学家庭分野、公民的分野、高校「政治・経済」での連携授業の試み

第一の試みは、附属天王寺中学校の「技術・家庭」家庭分野と「社会」公民的分野、及び同附属高等学校天王寺校舎の「政治・経済」の授業において、中学校家庭科、高校公民科の教員と司法書士が、共に授業の目標、内容とすべき事項について協議をしていくことで連携授業のあり方を検討し、この検討結果を踏まえて教員が「法教育としての消費者教育」を意図した授業の指導計画を立案し、実施するというものである。

中学校、高等学校での教科間連携の授業の実施方法としては、前掲（第3. 1）の三沢・永野による合科授業のように同時に実施する方法、履修時期を同時期に揃えて相互に連携しながら実施する方法などが、まず考えられる（図2-1参照）。ところが、附属高等学校天王寺校舎では、第1学年で「政治・経済」を、第2学年で「家庭基礎」を履修することになっているため、高等学校では同時期に両教科を関連付けた連携授業を行うことができず、附属天王寺中学校においても両教科の指導時期を合わせることは難しかった。そこで、公民的分野の学習をする中学3年の履修時期を基準として、その時期の前にあたる中学2年後半に家庭分野で基本の学習をし、以後は中学3年の公民的分野、高校1年の「政治・経済」、高校2年の「家庭基礎」と、繰り返し関連する学習に取り組む方法での連携授業を検討することとした（図2-2参

照）。各授業の共通テーマは「契約」とし、担当教員とのおおまかな学習内容の検討は、当研究会の例会を利用して行ない、指導案と教材の作成は各担当教員が独自に行なった。

こうして企画した連携授業は、附属天王寺中学校において、2年生2学期（2011年11月）に家庭分野の授業^(注53)、進級後の3年生1学期（2012年7月）に公民的分野の授業としてそれぞれ実施した。また、この学年とは別の附属高等学校1年生に対し、1年生の3学期（2012年3月）に、「政治・経済」の研究授業も行った^(注54)。

図2-1 家庭科と社会科（公民科）の履修時期を同時期とするモデル例（★が実施時期の例）

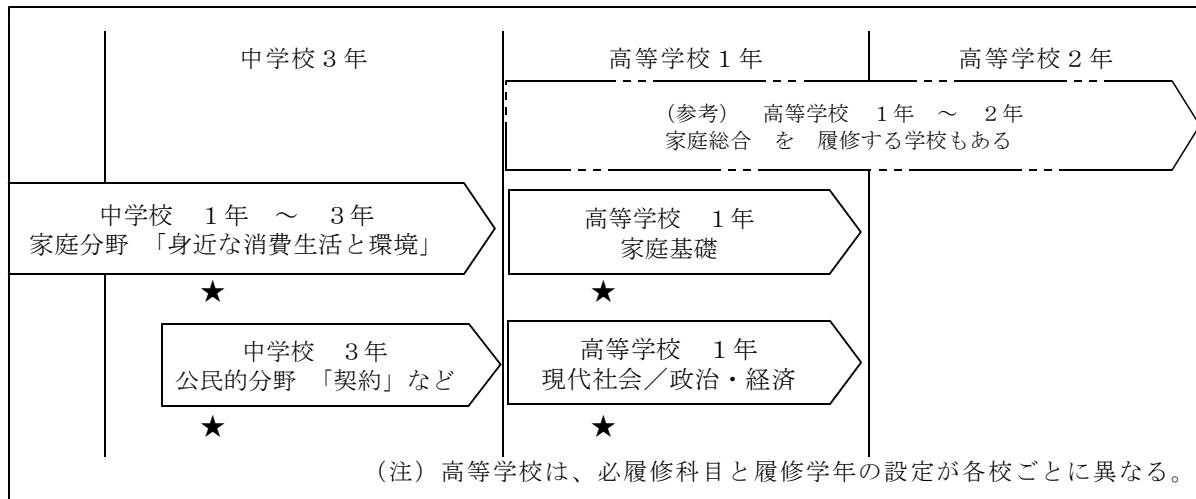
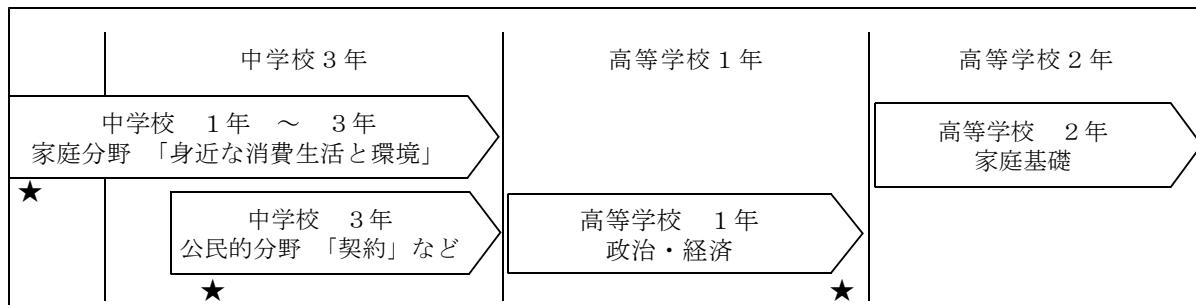


図2-2 附属天王寺中学校・附属高等学校天王寺校舎の履修時期（★が研究授業の実施時期）



② 教科間連携授業の効果 一生徒アンケートの調査結果からー

上記①の各研究授業のうち、同学年の生徒に対する連携授業として実施した中学校の家庭分野と公民的分野の授業（以下「家庭科の授業」「社会科の授業」という）について、連携授業の効果と課題を明らかにすることを目的として、2012年9月14日に対象学年の生徒160名全員を対象としたアンケート調査を実施し、調査当日の欠席者1名を除く159名全員から回答を得た^(注55)。このうち、研究授業の一方または双方に

(注53) 4クラスのうち1クラスの授業は、附属天王寺中学校・附属高等学校天王寺校舎の第58回教育研究会（2011年11月12日）の公開授業として実施された。

(注54) 以上の各授業については、授業実施者が実践報告を、司法書士研究員が授業参観報告をそれぞれ作成し、本報告書【3】実践報告：「教科間連携をめざした「契約」の授業」(58-85頁)に掲載した。

(注55) 本調査の結果は、本報告書【付録】「附属天王寺中学校3年生に対するアンケート」(114-118頁)に掲載した。

欠席した生徒は3名で、双方の授業に出席した生徒（「Aグループ」と分類する）は156名である。

まず、両教科の学習内容の関連性について連携授業を実施する前には知らなかったAグループの生徒134名のうち100名が、後で実施した社会科の授業を受けた際にこれに気づいている。これは実施前には知らなかった生徒の約74.6%に該当し、さらに本アンケートを実施したことで、残り34名全員もこれに気づいている。このように、両教科で違う時期に学習をした場合でも、連携を意識させる何らかの工夫を加えることで、両教科の学習内容の関連を多くの生徒に気づかせることができると分かった。また、分かりやすさについては、「同じ学年で同じ時期にしたほうが分かりやすかった」とする生徒がAグループの34.0%（53名）いるものの、64.7%（101名）の生徒は「違う視点から違う時期に2回学習ができたので分かりやすかった」と評価している。自由記述の感想を見ても、連携授業の必要性に否定的な回答と、一方または双方の授業が分かりにくい、難しいとする回答の割合は、無回答の9名を含めても23名（14.7%）だった。

以上の結果から、両教科の教員が、授業の目標、内容とすべき事項についての認識を共有し、互いの授業内容を把握して授業を準備すれば、履修時期が必ずしも同時期でなくても、連携授業としての一定の学習効果が得られることが分かった。

但し、生徒の肯定的な感想はあくまでも主観的なもので、客観的な学習効果を検討してみると、本研究授業の内容にはまだ課題が多いことが分かった。

まず、コンビニエンスストアでおにぎりを購入する場面を設定し、「いつの時点で代金を支払う責任を負うのか」という質問（問5）で意思表示の合致時が契約成立の時点であること（権利義務の発生時でもあること）が理解できているかを尋ね、「考え直して買うのをやめることができるのはどの時点までか」という質問（問6）で契約成立以後は一方的な撤回ができないことが理解できているかを尋ねてみた。問5は、客がレジの店員に商品を渡すという默示の申込の意思表示に対し、i) 店員がレジを打った行為（默示の承諾の意思表示）の時点を意思表示の合致＝契約成立の時点と考えるのだが、ii) レジの店員が商品を受け取った行為を默示の承諾の意思表示と考える余地もあり、この時点を意思表示の合致＝契約成立の時点と考えたものも正解とした。しかし、問5と問6的回答をクロス集計し、上記i) ii) いずれかの考え方で両問ともに正解した生徒は、i) は37名（Aグループの23.7%、117頁クロス集計表の正解群②）、ii) は29名（Aグループの18.6%、117頁クロス集計表の正解群①）のみで、自由記述でその考え方の根拠を尋ねた回答についても、正解群①②の生徒に限定してみても半数近くが正確な説明をすることができていなかった。また、いったん決めた「契約」を守らなければならない理由（問7）と「クーリング・オフ制度」がある理由（問8）を自由記述で回答してもらったところ、契約の成立についての基礎的知識、契約自由の原則、当事者の対等性など、両授業で学んだ知識を活用し、原則から説明しようとした生徒はAグループのうち問7で33名（21.1%）、問8で35名（22.4%）に止まり、「ルールだから」「人としてどうかと思う」「処理が面倒にな

る」（以上、問7）、「詐欺だから」「被害者がかわいそう」「やり直せる方がいい」（以上、問8）など、原則から考えたとは言えないものや、説明ができない（間違っている）ものが問7では123名（78.9%）、問8では121名（77.6%）にものぼった。これらの結果から、正確な知識・原則の理解やその定着や、これらを基に考える力を身に付けさせるためには、授業の内容や説明の方法の工夫がさらに必要であることが分かる。また、授業時間数についても、本研究授業のように各科目1校時ずつではなく、数校時ずつを配当しての反復学習、特に「原則からの思考トレーニング」を繰り返すことができる時間の確保を検討する必要もあると考えられる。さらに、中学校ではここまで理解に止まるということが前提になるとすれば、発達段階を考慮した高校の家庭科、公民科の学習内容との効果的な連携（中学校と高等学校での学習内容の分担）を検討していくことも必要であろう。

③ 教科間連携を意図した学習内容関連付け資料提示の試み

上記①の研究授業の準備会のように、法律専門家と教員が全ての学校において直接学習内容協議の機会をもつことは、現時点では困難である。そこで、二つめの試みとして、上記の準備会で司法書士と教員が協議した内容をもとに、その要点を教員向けに分かりやすく提示し、授業案作成時の参考資料として活用してもらう方策を検討した。この検討に際しては、法教育の視点で他の教科・科目などと関連を図る学習指導の工夫を具体的に検討し、各教科の指導内容の系統と連携を図表化して示したり、年間指導計画における各項目の指導時期と各教科・科目の学習内容との関連を図示したりして提案を行った岩切義弘の試み^(注56)が参考になると考えた。

岩切は、公民科では、地理歴史科、家庭科、情報科、特別活動や総合的な学習の時間など内容的につながりのある教科などと公民科の学習内容との関連、あるいは小・中学校社会科や他の教科・科目などとの関連を図ることを通して、社会的事象を多面的・多角的にとらえさせたいと考えた。そこで、「現代社会」の単元「消費者保護と契約」を法教育の視点からとらえ、小・中学校社会科との指導内容の系統を示し、小学校家庭科、中学校技術・家庭科、高等学校家庭科との指導内容の関連を図りながら単元の設計を行った。さらに、より詳しく見るために、中学校社会科との指導内容系統表及び「家庭基礎」との指導内容関連表も作成した。

「法教育としての消費者教育」の授業案開発に際しても、岩切の試みのように、新教科書の活用の仕方を具体的に提示することに加えて、各单元、学習題材ごとに「法の学習」の観点からの意味づけを行い、教科相互の関連を具体的に分かりやすく提示して参照してもらうことなど、教科間連携の方法を図表化して、教材案ないし授業案作りの参考資料として活用してもらう方法が分かりやすいのではないかと考えた。

(注56) 岩切義弘「社会的事象を総合的にとらえ主体的に考察しようとする生徒の育成—法教育の視点で他の教科・科目などと関連を図る学習指導の工夫—」鹿児島県総合教育センター平成22年度（2010年度）長期研修報告書。鹿児島県総合教育センターウェブサイト：「教職員研修/希望研修/課題研修/長期研修/平成22年度研修報告書」9番に掲載。<http://www.edu.pref.kagoshima.jp/traning/kadai/tyouken/tyouken-houkokusyo-h22.html> 2013年2月13日閲覧。

そこで、当研究会は、「法教育としての消費者教育」を意図した学習内容関連付け資料（後掲〔関連研究2〕「契約」「消費生活」を例とした中学校社会科・家庭科の学習内容関連付け資料試案。以下「資料試案」）の作成を試みた。

資料試案のうち、表の中央「「契約」「消費生活」の授業での指導の要点と学習の流れ（生徒に理解してほしい事項、考え方）」欄には、「法教育としての消費者教育」を意図した授業をする際に、最低限の共通理解としてほしい事項を示し、これらを以下の7つの項目と、この学習に入る前に復習あるいは事前学習事項としてもらいたい項目の合計8項目に分類した。

【復習あるいは事前学習】自由権と近代社会

- 【1】契約の意義、契約の成立
- 【2】契約に伴う権利と責任（義務）
- 【3】契約自由の原則
- 【4】なぜ、契約は守らなければならないのか
- 【5】対等でない、自由な意思決定をしていない場合の問題点（例外の事例）
- 【6】消費者を守る法律・制度
- 【7】消費者市民社会の構成員をめざして

また、各学習内容について、第1、3（本報告書7頁参照）で整理した、i) 身近な題材、ii) 原則学習、iii) 原則からの思考トレーニング、iv) 意思決定・行動選択トレーニング、のどれを意図して授業化できるのかというめやすも示した。表の左右には、「社会科公民的分野の教科書のうち授業化が可能な学習内容・関連事項」「技術・家庭科家庭分野の教科書のうち授業化が可能な学習内容・関連事項」として、関連すると思われる主な教科書の項目を配置し、参考としてももらえるようにした。

この資料試案は、本共同研究会の研究期間の関係で、完成後にその実用・検証の機会を作ることができなかった。しかし、資料試案の準備段階で当研究会が議論した内容の一部は、第3、3①で紹介した各研究授業において実際に取り入れられ、授業が実施されたものもある。この一例だけでその完成度を測ることはできないが、本資料試案を多くの教員に提案して活用・検証していただくことで、完成度を高めていきたいと考えている。また、この手法を参考に、社会科（公民科）及び家庭科の教員間の連携協議において、あるいは、法律専門家が参考資料としてこのように提案をする形で、様々な同種資料が開発され、実際の授業でも使える指導方法の資料として、活用されていくことも期待したい。

おわりに 法教育としての消費者教育の可能性と法律専門家の役割

本研究は、司法書士が考えてきた「法的な疑問・被害を感じたときに動ける力」を身につけた市民を育成することをめざす教育として「法教育としての消費者教育」を定義し、その必要性・有効性を示すとともに、中学校・高等学校の社会科（公民科）及び家庭科の教員が負担感なく「法教育としての消費者教育」の授業実践に取り組むことができるよう、教材・授業案開発の視点や具体例を示すことを目的としていた。

第1では、消費者教育の教材作成ないし授業案作成にあたって法教育の観点から留意すべき事項を明らかにするとともに、契約が法律行為であるという視点に立ち、日常生活に身近な契約とこれに関連する消費者問題を題材として用いることにより、民法（特に契約法）の原則を理解したうえで、原則から考え行動する力、つまり「法的な疑問・被害を感じたときに動ける力」を養成することをめざす消費者教育を、「法教育としての消費者教育」と定義した。

第2では、改訂学習指導要領に基づく社会科（公民科）、家庭科の新教科書に、「法教育としての消費者教育」として授業化することが可能な学習内容、題材が多く取り上げられていることを確認した。つまり、「法教育としての消費者教育」の教材ないし授業案開発は、新教科書の題材を有効に活用し、指導方法を工夫することで、誰もが容易に実践しうる条件が整ってきたといえるが、その一方、各教科・科目の学習内容を相互に関連付ける工夫等、教科間連携が課題となることも確認した。

第3では、「法教育としての消費者教育」の実践にとって有効な社会科（公民科）と家庭科の教科間連携については、先行研究においてもその必要性・有効性が説かれ、その実施方法が検討されてきたことを確認した。しかし、両教科の教員の多くが、教科間連携は必要だと考えながら、現実には実現は困難だと考えている実態調査の結果が出た。そこで、新教科書の活用の仕方や教科間連携を視野に置いた教え方の勘所を示すことができる法律専門家による、学校・教員への新しい支援のあり方が問われているのではないかと指摘し、当研究会が検討した具体的な支援方法の試みも紹介した。

本研究の実施期間中である2012年12月13日に、消費者教育の推進に関する法律が施行されるに至った。消費者市民を育成する消費者教育は、法的な根拠をもち、学校教育においても新たな実践方法の開発が求められる時代に入った。本研究の成果が、社会科（公民科）と家庭科の教員に理解され、「法教育としての消費者教育」を意図した授業、教科間連携のきっかけとなり、消費者市民の育成に役立てられることを期待したい。また、司法書士をはじめとする法律専門家においても、これまでの啓発教育型の消費者教育出前講座を中心とした学校教育支援からの脱却を図り、消費者市民を育成する新たな学校教育支援のあり方を検討していく必要があるだろう。その際、「法教育としての消費者教育」に関する本研究の成果が活用されることも期待して、本報告のまとめとしたい。

以上、報告本文 文責：小牧美江、田實美樹、古川百合香

関連研究1 本文文責：田實美樹、小牧美江
教材分析一覧表編集：吉岡大地、田實美樹、小牧美江
調査担当：高山完圭、井上弥生、古川百合香、井口浩司

関連研究2 編集：井上弥生
調査担当：吉岡大地、高山完圭、小牧美江

〔関連研究1〕司法書士会作成消費者教育教材の分析^(注1)

1. 分析の目的及び方法

当研究会では、司法書士会作成消費者教育教材について分析を行い、この分析の結果をもとに、司法書士が行ってきた消費者教育の内容や意義を整理し、理論化することとした。

分析対象としたのは、日本司法書士会連合会及び各地の司法書士会が作成し、2010年10月21日現在、各会ウェブサイトまたは会員専用サイトに掲載されていたもの、パンフレット等で一般に配布されていたもののうち「契約」に関する教材から、単に学習項目の名前や要約を列記しただけの形式のものを除いた下記7教材である。

- A 「青少年のための法律講座」パワーポイント教材（日本司法書士会連合会）
- B 「多重債務に陥らないために」DVD教材（日本司法書士会連合会）
- C 「マンガ・悪質商法～トラブル警報発令中～」冊子（大阪司法書士会）
- D 「高校生『法』教育講座」会員専用ウェブ公開プリント資料（滋賀県司法書士会）
- E 「サラ金・クレジットカードを安易に利用してしまうと」ウェブ公開プリント資料（静岡県司法書士会）
- F 「知っておきたい!! 消費者トラブル&対処法」冊子（愛知県司法書士会）
- G 「高校生のための消費者講座」ウェブ公開プリント資料（埼玉司法書士会）

なお、近畿司法書士会連合会は、2008年消費者教育学生セミナー（日本消費者教育学会主催、独立行政法人国民生活センター共催、2008年9月4日開催）において、上記B教材を用いた体験型講義を行い、その際の講義記録（速記録及び指導計画案）を作成し、会員限定ウェブサイトにおいて公開をしている。そこで、B教材の分析にあたっては、この講義記録も参考とした。

教材の分析は、①教材のテーマに選んだ契約の種類、②契約に関して扱っている内容、③講演・授業実践の工夫、④講演・授業の目的・ねらい、その達成度と課題、の4つの視点から行なった（後掲32-33頁「司法書士会作成消費者教育教材分析一覧表」参照）。

2. 分析の結果及び考察

① テーマとした契約の種類

各教材すべてがテーマとした契約の種類は、「売買契約」「クレジット契約」であった。これらが日常的に行われる契約であることから、普段の生活の中で「契約」はとても身近な法律問題であること、自分たちが主体となって契約をしているということに実感を持ってもらおうとする意図が読みとれる。つまり、日常生活の中で一番身近なところにある種類の契約を通じて、法的な考え方の最も基礎基本となる部分につ

(注1) 本関連研究1は、小牧美江・田實美樹「法教育としての消費者教育(1)―司法書士会作成の消費者教育教材の分析―」消費者教育32冊、91-102頁、2012年、として報告した内容の一部に加筆したものである。

いて学び、契約に関する起こりうる状況、場面の中から法的な疑問や被害に気づく力を身につけてもらうため、最低限必要な基礎的な情報を伝えようとしていると考えられる。

② 契約に関して扱っている内容

各教材が、契約についての民法の原則に関わる「契約の意義・成立・解除・取消」に関する内容を扱っていた。原則を学び、そこから問題を考えることを、限られた時間であっても伝えなければならないと考えて教材を作っていることが分かる。

司法書士は、実社会において法的な疑問を抱いたり、トラブルを抱えて相談してくれる市民と向き合い、業務をしている。その実社会の市民とは、学校教育を受けて卒業してきた人々に他ならない。いわばその「卒業生」と向き合って業務をしてきた経験の中から、学校教育においては、契約の原則に対する基本的な理解が不十分であるということを実感していた。消費者被害は年々複雑化・深刻化しており、被害にあってからでは法的救済が困難で専門家が介入しても十分な結果が得られないこともある。それゆえ、出張法律教室活動を通じて、まず、契約の原則を理解してもらうことが大切であると考え、伝えようとしてきたのである。

③ 講演・授業の実践の工夫

すべての教材に共通することは、難解な法律問題についていかにわかりやすく生徒に伝えるか考え、工夫されていたことである。例えば、視覚的な効果の高いアニメーション、実写ムービー、マンガなどを用いて学べるようにしたもの（後掲一覧表A・B・C教材）、身边に起こりうる問題をストーリー形式で学べるようにしたもの（後掲一覧表B・C・E教材）、イラストや契約書見本等の図を多用して説明を補完し、イメージしやすくしたもの（後掲一覧表D・E・F・G教材）、ワークシート形式で自分の考えやまとめを書き込み、整理することができる様にしたもの（後掲一覧表D・E・G教材）、等がある。

本研究会の研究員には、A・B・C・D教材を実際に使用して講演または授業を行ってきた者がいる。その実践経験、感想も参考に情報収集をしたところ、実際の講演・授業では、グループ討論、クイズ、ロールプレイ等を利用して、契約締結や被害を疑似体験する場面を作り、法的な疑問や被害に気づき、考える力を持つてもらう参加型の手法を用いているものが多かった。また、学習内容を振り返ってもらうためにパンフレット等（後掲一覧表C・D・E・F・G教材）を配布したり、復習テスト（後掲一覧表G教材）により知識定着を図る等の工夫をしている。特に参加型の手法を用いることには、他者とコミュニケーションをとりながら、自らも主体的に関わりながら、実際に相談し、法律を調べ、考え、行動する力を身につけてほしいという意図も含まれていると考えられる。

④ 講演・授業の目的・ねらいの達成度と課題

教材の意図、教材を用いた講演・授業の目的・ねらいについては、作成者である各会がそれぞれ公式には明示していなかったため、その意図を読み取って整理した。

契約の学習で重要なことは、契約は「対等な当事者同士が締結する」ことが前提と

なっているという民法の原則の理解である。お互いに対等な者同士がしっかりと考えて自分で決めた約束だから「契約は守らなければならない」のだが、この原則に反し、当事者同士に対等性がない場合には、様々な例外としての法律の規定や、特別法に基づく制度を設けるなど、その関係を調整する方法が探られてきた。一方、契約の当事者同士に対等性が無く何らかの法的救済が必要であると考えられるにも関わらず、法律の規定が当てはまらない、これまでの裁判例では解釈が誤っているのではないかということもある。このような場合にも、あきらめるのではなく、原則はどうだったのか、それならばこういう法律の定め、解釈が必要ではないのか、法律をうまく適用できないとすれば、新たな法律を作る必要はないのか、と考えていく力を育てていくことも必要である。

このような観点から、司法書士会の消費者教育教材は、契約についての基本の知識・原則を身につけてもらうこと、考える視点を示すこと、実際に考えてもらうことを目的・ねらいとして、消費者として法的な疑問や被害を感じたときに、民法（特に契約法）の原則から考える力を養成すること、行動する力を養成することに留意し、日常生活に身近な題材を用いて作成してきたことが分かった。

但し、このような目的・ねらいは公式には明示されていないため、その意図の読み取り方には、教材の使い手によって差が生じている。目的・ねらいを、使い手、すなわち、講師活動に参加している司法書士講師や、学校（教員）の共通の前提としているために、教材に多くの情報が盛り込まれ、工夫がされているにも関わらず、例えば1回の授業で扱うには分量が多すぎて、専門家によって解説されるべき部分、教科教育の中で扱われるべき部分、参考資料としてもらう部分等の区分けができず、教材を十分には活用できていないように思われた。

以上

司法書士会作成消費教育教材分析一覽表

E教材	<p>・Web公開教材（A4版プリント4枚）。</p> <p>・具体的な事例の紹介やワークシートへの記入を通じて、カード・クレジットカード及び悪質商法の実態や、契約の基本について解説。</p>	<p>・契約の成立要件。（記名押印が必要なのが）</p> <p>・カード・クレジットカードを用いて、安易な買い物が金銭消費貸借形態で金銭消費貸借を示す。</p> <p>・賃貸契約</p> <p>・贈与契約</p> <p>・労働契約</p> <p>・約定解除、合意解除</p>	<p>・身近に起りうる問題をストーリー形式で学べるよう工夫している。</p> <p>・契約を取引する手段、手立てが示されていないが、授業中の解説で補充は可能。</p> <p>・講義時間内にすべてを話すことは不可能。範囲が広すぎると、一般的な表現で分かりやすく、現実の事件を知つてからこそできる話を盛り込んでも可能。</p>
F教材	<p>・パンフレット（A4版・表紙とも12枚）。</p> <p>・Q & A形式で契約、借金、クレジットカード等について、具体的な事例を用いて解説。</p>	<p>・契約の具体例</p> <p>・講義の成立</p> <p>・契約書を作成する意味</p> <p>・契約の取り消し（未成年者・詐欺・強迫・消費者契約法）</p> <p>・申込の撤回</p> <p>・賃貸契約</p> <p>・贈与契約</p> <p>・労働契約</p> <p>・中途解約</p>	<p>・実際の書式や具体的な法律知識を身につけ、参考書を読みながら、トラブルを回避したりする力をつけることをねらいとする。</p> <p>・未成長年取消の方法、クレジットカード、トラブル等に巻き込まれないための心得、債務整理など、幅広い分野を網羅している。</p> <p>・授業終了後に学習内容を復習できるよう、パンフレットとして配布。</p>
G教材	<p>・Web公開教材（A4版プリント・表紙とも12枚）、A4版復習テスト1枚。</p> <p>・Q & A形式で契約、借金、クレジットカード等について学習を進め、解説を加えていくワークシート形式の教材。知識の定着を確認する。「復習テスト」付き。</p>	<p>・契約の意義</p> <p>・契約の解除</p> <p>・賃貸契約</p> <p>・保証契約</p> <p>・労働契約</p> <p>・未成年者取消</p>	<p>・具体的な事例を示すことで、生徒に興味をもってもらいたくなっている。</p> <p>・具体的な事例を最初に示し、生徒に被害を疑似体験する場面をつくり、その仕組みを説明するという進行方法をとつていている。</p> <p>・具体的な事例を受けている現実の事件の事例を題材に、Q & Aの中で示された者がどちらかが、契約のしくみや利害計算等、美徳や社会に出るにあたり知つておいてほしい内容について、検討、再習得テストで知識の定着は図つとをねらいとする。</p>

[関連研究2] 「契約」「消費生活」を例とした中学校社会科・家庭科の学習内容関連付け資料試案

(注1) 本試案の学習内容は、中学校学習指導要領（「社会」公民的分野、「技術・家庭」家庭分野）の以下の学習内容（特に下線部分）と関連している。

- ① 社会「公民的分野」
 (1) 私たちと現代社会 イ 現代社会をとらえる見方や考え方：人間は本来社会的存在であることに着目させ、社会生活における物事の決定の仕方、きまりの意義について考えさせ、現代社会をとらえる見方や考え方の基礎として、対立と合意、効率と公正などについて理解させる。その際、個人の尊厳と両性の本質的平等、契約の重要性やそれを守ることの意義及び個人の責任などに気付かせる。
 (2) 私たちと経済 ア 市場の働きと経済：身近な消費生活を中心とした経済活動の意義を理解させるとともに、価格の働きの着目させて市場経済の基本的な考え方について理解させる。また、現代の生産や金融などの仕組みや働きを理解させるとともに、社会における企業の役割と責任について考えさせる。
 (3) 私たちと経済 イ 国民の生活と政府の役割：国民の生活と福祉の向上を図るために、社会資本の整備、公害の防止など環境の保全、社会保障の充実、消費者の保護など、市場の働きにめぐねることが難しい諸問題に關して、国や地方公共団体が果たしている役割について考えさせる。
 (4) 私たちと政治 イ 民主政治と政治参加：(略)～。さらに、国民の権利を守り、社会の秩序を維持するためには、法に基づく公正な裁判の保障があることについて理解させるとともに、民主政治の推進と公正な世論の形成や国民の政治参加との関連について考えさせる。
 (5) 私たちと家庭分野
 □ 身近な消費生活と環境 (1) 家庭生活とともに、消費者の基本的な権利と責任について理解すること。
 ア 自分や家族の消費生活について知り、生活中に必要な物質・サービスの適切な選択、購入及び活用ができるうこと。
 ベ 売方法の特徴について知り、ア

- イ 自分の特徴について知り、生活に必要な物質・サービスの適切な選択、購入及び活用ができること。
 (6) 技術・家庭「家庭分野」

- (注2) 平成24年度版教科書の略語：開隆堂＝開隆 東京書籍＝東畫 教育図書＝教圖 教育出版＝教出 帝国書院＝帝國 清水書院＝清水 日本文教出版＝日文
 (注3) 消費者教育の教材作成ないし授業案作成にあたって法教育の観点から留意すべき事項 (1) 報告、7頁参照) の略語は以下のとおり。
 (注4) 身近な題材の利用＝身近 原則学習＝原則 原則から思考トレーニング＝思考
 (注5) 指導の要点と学習の流れの作成にあたっては、司法書士法教育ネットワーク (<http://laweducation.sakura.ne.jp/>) のWEB公開教材『中学校「技術・家庭」家庭分野の教科書』で、法、と親しくなるう～「身近な消費生活」の字ひび～』(小牧美江・田實美樹・古川百合香著、2012年4月27日発行) の一部を参考とした。

社会科 公民的分野の教科書のうち 授業化が可能な学習内容・関連事項	「契約」「消費生活」の授業での指導の要点と学習の流れ (生徒に理解してほしい事項、考え方)	技術・家庭科 家庭分野の教科書のうち 授業化が可能な学習内容・関連事項
[近代の市民革命] (教出)「侵すことのできない永久の権利」 「人権思想の歴史」 「わがたちの権利としての自由」 (東畫)「人権の歴史」・「自由権」 (清水)「基本的人権の保障」 自由権 (1) 自由権 (2) (日文)「人権思想のあゆみと日本国憲法」 ・「自由に生きる権利」 (帝国)「基本的人権と私たち」 「自由権について考え方」	【復習 あるいは 事前学習】 自由権と近代社会 社会科歴史的分野（歐米社会における市民革命や産業革命）で学習済みの事項。「契約」に關する授業の前の振り返り、導入として扱うことで、社会科の各分野全体の関連に気付かせることができ。原則から思考トレーニング=思考 【ねらい】「契約自由の原則」が生まれた前提として、自由権の考え方とその保障・発展、近代社会の登場と発展があつたことに気付かせる。	【学習内容：確認しておきたいこと】・・・原則 1. 専制君主からの脱却・基本的人権の獲得と保障 ・ 基本人権は、近代市民革命で人民自ら勝ち取ってきたその歴史を学ぶ。このよ うな基本的人権は、具体的な生活の場面で自らを守るものとして機能しているこ とを気付かせる。・アメリカ独立宣言・フランシス人権宣言の復習をする。 2. 自然権 (自由であることは生まれながらの権利である) ・ 原則 ・ 近代市民法の原則 (所有権絶対の原則、私的自治の原則、過失責任の原則) の 根拠となつた考え方であることを確認する。 ・ 自然権の方が、資本主義や民主主義へ発展していくことを確認する。 ・ 自然権としての自由権があり、契約の自由は保障されるべきものである。 ・ 契約の自由が保障されているから発生する権利と義務がある。・・・【2】参照

<p>3. 私的自治の原則（権力からの自由・個人の対等）・・・【3】参照</p> <p>・「契約」の原則は、「契約自由」である。</p>	<p>【1】契約の意義、契約の成立</p> <p>【ねらい】身近な日常生活において、誰もが消費行動を通じて「契約」という法律行為を行なっていることに気付かせる。普段あまり自覚することなると行なうという契約の成立を例として、当事者の意思表示の合致について理解させる。</p> <p>（東書）現代社会の見方や考え方 （日本）「きまりをつくる目的と方法」</p> <p>（東書）現代社会をとらえる見方や考え方 （日本）「契約の意義と個人の責任」</p> <p>（帝国）消費者として経済を考えよう （日本）「契約って何だろ？」</p> <p>【学習内容：確認しておきたいこと】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 契約の意義、成立・・・（原則） ・一般的に、契約は意思表示の合致により成立する。 ・一般的に、契約書の作成は原則不要。印鑑も不要である。 ・契約書の作成は原則不要。印鑑も不要である。 2. 「消費」は「契約」と関係している・・・（身近）（原則） ・「消費」＝生活のために物やサービスを購入して利用することである。 ・例えば「購入」＝買い物をするとは、売買契約をするということと同じである。 3. 身近な契約の例を調べる・・・（身近）（原則） ・どのような意思が合致するから契約だと判断できるのか、根拠を考えさせながら指導する。例えば売買契約は、「〇円のこの商品」を買いたいという「申込み」と売つてもよいという「承諾」の意思表示の合致により成立する。 	<p>【2】契約に伴う権利と責任（義務）</p> <p>【ねらい】契約が成立すると、その効果としては、契約当事者に権利と責任（義務）が発生する。例えば売買契約では、買主には商品を受け取る権利と代金を支払う責任が、売主には代金を受け取る権利と商品が発生する。お互い、責任が、売主に対して商品を受け取ることで信頼しあえるから、安心して経済活動に相手が責任（義務）を果たしていくと、お互いに契約内容による拘束を受け、勝手に契約を無かったことに対することができなくなることを理解させる。</p> <p>（教出）わたしたちの暮らしと経済 （東書）「消費生活と市場経済」③消費者を守るもの、支えるもの／契約を結ぶ意味 （東書）私たちの暮らしと経済 （日本）「くらしと経済」③消費者の権利 （日本）「公民にアセス」③消費生活と契約</p> <p>【学習内容：確認しておきたいこと】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 契約が成立するとどうなるのか・・・（身近） ・売買契約は、「〇円のこの商品」を買いたいという申込みと売つてもよいといいう承諾の意思表示の合致により成立する。しかし、契約が成立しただけでは、商品はまだ手に入れないし、代金はまだ受け取っていない。契約の成立を考える。 2. 契約の成立に伴う権利と責任・・・（原則） ・契約は、相手に対して何らかの責任（義務）を果たすことを約束する、その約束されたこと（権利）を実現させることができる。 3. 身近な契約の例で、当事者の権利と責任を考える・・・（身近） ・例えば売買契約では、売主と買主の権利と責任は何か考えてみる。 ・身近な契約の例では、
--	---	--

<p>【3】契約自由の原則 ※【1】の前、または【2】の前に学習してもよい。 「ねらい」[契約]の前提となつてゐる「契約自由の原則」について理解させる契約自由の原則は民法をはじめとする私法の基本原理の一つである。</p> <p>(教出) わたしたちの暮らしと経済 「消費生活と市場経済」③消費者を守るもの、支えるもの。[契約]を書記入例 * クーリング・オフの通知書と契約 (東書) わたしたちの暮らしと経済 ③消費者の権利 * 公民にアクセス [消費生活と契約] (日文) 私たちと現代社会 「現代社会をとらえる見方や考え方」 ②契約の意義と個人の責任。契約とは何だろう。 *やってみよう「契約書を作つてみよう」 (帝國) 私たちの暮らしと経済 「消費者として経済を考えよう」 *ステップアップ「契約って何だろう？」 [契約はいつから成立する？]</p>	<p>〔商品の選択、支払方法の検討などの学習内容と関連して学習できる。〕 〔商品の選択と購入と消費生活と環境〕 〔契約と店の関係〕 (開隆) 身近な消費生活と環境 〔商品の選択と購入と消費生活〕④販売方法と支払方法/契約、図3「契約・客と店の関係」 (東書) わたしたちの消費生活 「契約の成立 (完買契約)」 〔わたしの消費生活〕①「消費者としての自覚を持つとう。図2 契約の成立 (教図) 身近な消費生活と環境 〔わたしの消費生活〕③買い物の法律的な意味/契約の成立。</p>
<p>【4】なぜ、契約は守らなければならないのか・・・(思考)</p> <p>〔学習内容：確認しておきたいこと〕</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 契約自由の原則・・・(原則) <ul style="list-style-type: none"> ・契約を結ぶことは、個人の自由に任せているという原則。契約の内容、方法も誰と契約を結ぶかなども自分の自由な意思に基づいて決めてよい。但し、公序良俗に違反する契約はできないことを確認する。 2. 契約をしない(断る)自由もある・・・(原則) <ul style="list-style-type: none"> ・契約をすることが自由であるどこのことは、契約をしない自由もある。 ・自由に決めてよいどこのことは、他人から強制されないということである。 	<p>〔契約に伴う権利と責任 (義務) を関連させて学習できる内容。〕 (開隆) 身近な消費生活と環境 「よりよい消費生活のために」②消費者の権利と責任。 (東書) わたしたちの消費生活 「わたしたちの消費生活」①消費者としての自覚を持つとう/契約③消費者の権利と責任を知ろう⑤より良い消費生活を目指して。 (教図) 身近な消費生活と環境 「わたしたちの消費生活」③買い物の法律的な意味/契約が成立することの意味。</p>
<p>(教出) わたしたちの暮らしと経済 「消費生活と市場経済」③消費者を守るもの、支えるもの。[契約]を結ぶ意味 (東書) わたしたちの暮らしと経済 「暮らしと経済」③消費者の権利 * 公民にアクセス [消費生活と契約] (日文) 私たちと現代社会 「現代社会をとらえる見方や考え方」 ②契約の意義と個人の責任 [契約における信頼と責任] * 学習課題を確かめよう [契約内容] (帝國) 私たちの暮らしと経済 「消費者として考えよう」 *ステップアップ「契約って何だろう？」</p>	<p>〔契約は解除できる?〕 〔契約は、守らなければならない・・・(身近)(原則)〕 1. 契約は、一旦締結した契約を、一方的にやめることはできない。契約は、守らなければならぬのが原則である。契約で決めた約束に違反して責任 (義務) を果たさないと損害賠償などの法的な責任を問われることになる。 ・身近な契約の例について、契約当事者はどのような責任 (義務) を果たさなければならぬのか考えてみる。</p>

<p>(日文) 私たちの生活と経済、「くらしと経済」①私たちの消費生活「かしこい消費者」になるために】</p> <p>* 製造物責任法・消費者契約法 (帝国) 私たちの暮らしと経済「消費者として経済を考えよう」②買い物の方法はいろいろ。</p> <p>2.なぜ、契約は守らなければならないのか・・・(原則)(思考)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「契約自由の原則」には、自由な意思を持ち、対等な立場で相手と交渉できる当事者同士が契約するかどうか決めているという前提がある。 ・誰かが、何かの約束(契約)をするときは、自分が守ることができない約束(契約)をするはずがない、「約束(契約)をしない自由」もあるということも検討し、よく考えて約束(契約)をしたはずだという前提がある。自分が責任を果たせるかどうかよく考えて決めたのだから、お互いに約束(契約)は守らなければならぬ。 <p>3. 契約締結の意思決定は、よく検討して慎重に・・・(身近)(決定・選択)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品選択から売買契約締結までの意思決定過程のミニュレーションを行なう。 ・その過程で、相手と対等な立場に立って契約をするはどういうことなのか、自分の問題題として考えさせる。 	<p>(東書) わたしたちの消費生活と環境「わたしたちの消費生活」②商品の選択と購入について考える。⑤よりよい消費生活を目指して。</p> <p>(教図) 身近な消費生活と環境「わたしたちの消費生活」商品購入の意思決定のプロセス「いろいろな買い物方法」</p> <p>[契約当事者は対等か?] (開墾) 身近な消費生活と環境「よりよい消費生活のために」③消費者を支えるしくみ 図7「消費者と事業者の力関係」</p> <p>[悪質商法はどこが問題なのか?] (開墾) 身近な消費生活と環境「よりよい消費生活のために」①消費生活のトラブルを防ごう。 中学生の消費者トラブル/変化する消費者トラブルとその防止。</p> <p>(東書) わたしたちの消費生活」④消費者トラブルを解決する方法を示す。</p> <p>1. どんなときでも契約は守らなければならないのか・・・(原則)(思考)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・どんな場合に取り消しや、解除できるか考える。自由な意思、対等な立場が崩れたときに契約の拘束力は例外的にはずれる。 ・どんな意思、対等な立場が崩れたときは、どのような場面か考える。 <p>2. 悪質商法は、どこが問題点なのか・・・(原則)(思考)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・悪質商法を具体的に例示して、契約の成立や、契約のどこが自由・対等でないのかを考える。 ・「キャッシュセールス」自由な意思表示・対等性の判断をする。 ・「訪問販売」自由な意思表示・対等性について判断をする。 ・「ワンクリック詐欺・架空請求」契約の成立について考える。
<p>(東書) わたしたちのくらしと経済「くらしと経済」③消費者の権利。</p> <p>図2「販売方法・手口別の消費生活相談件数」</p> <p>(日文) 私たちの生活と経済「くらしと経済」①私たちの消費生活「くらしと消費/かしこい消費者になるために」</p> <p>図3 主な悪質商法 (帝国) 私たちの暮らしと経済「消費者として経済を考えよう」 * ステップアップ[契約って何だらう?] [契約は解除できる?]</p>	<p>(東書) わたしたちのくらしと経済「くらしと経済」③消費者の権利。</p> <p>図2「販売方法・手口別の消費生活相談件数」</p> <p>(日文) 私たちの生活と経済「くらしと経済」①私たちの消費生活「くらしと消費/かしこい消費者になるために」</p> <p>図3 主な悪質商法 (帝国) 私たちの暮らしと経済「消費者として経済を考えよう」 * ステップアップ[契約って何だらう?] [契約は解除できる?]</p> <p>[学習内容: 確認しておきたいこと]</p> <p>1. どんなときでも契約は守らなければならないのか・・・(原則)(思考)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・どんな場合に取り消しや、解除できるか考える。自由な意思、対等な立場が崩れたときに契約の拘束力は例外的にはずれる。 ・どんな意思、対等な立場が崩れたときは、どのような場面か考える。 <p>2. 悪質商法は、どこが問題点なのか・・・(原則)(思考)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・悪質商法を具体的に例示して、契約の成立や、契約のどこが自由・対等でないのかを考える。 ・「キャッシュセールス」自由な意思表示・対等性の判断をする。 ・「訪問販売」自由な意思表示・対等性について判断をする。 ・「ワンクリック詐欺・架空請求」契約の成立について考える。

<p>「学習内容：確認しておきたいこと」</p> <p>1. 消費者の権利と責任・・・(身近) (決定・選択)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者の権利が主張され、消費者運動が進められてきた歴史、意義を確認する。 ・消費者的責任について学習する。その際、単に個数や名前を覚えるではなく、実際の生活場面にあてはめながら、具体的な消費者の行動と対照できるよう留意する。 ・消費者トラブル等の実例を挙げ、消費者としての意思決定・行動選択をシミュレーションできるようなるべく工夫する。 ・困ったことがあっても、そのまま泣き寝入りするのではなく、専門家等に相談をすることの大切さを教える。相談という行動は、情報の蓄積につながり、同様の被害の発生や拡大を防ぐことに気付かせる。 <p>2. 消費者になろう・・・(決定・選択)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者としての権利を正しく行使することは、生産者や企業、行政に働きかけていくことも一つの方法である。消費者選択（購入行動）は、このような商品を生産していくことによってもつたがる。消費者による投票」であるとともに言わわれている。 ・消費者として、消費者問題を解決するために法律の改正、制定を政府に働きかけることができる。 ・消費者は、契約トラブルや悪質商法の被害救済などを求めて、司法制度を利用して裁判を起こすこともできる。公正な裁判を受ける権利の保障として、民事法・民法扶助制度も設けられている。 ・これら様々な消費者の権利を行使し、責任を果たす行動をすることで、消費者市民をめざす意識付け、意思決定・行動選択トレーニングを行なう。 	<p>(東畫) わたしたちの消費生活と環境 「わたしたちの消費生活」③消費者の権利と責任/消費者の権利と責任/消費者の権利と責任を知ろう。消費者の権利と責任/消費者の権利と責任/消費者の権利と責任を基本法。⑤よりよい消費生活を目指して/買い物は投票。 (教図) 身近な消費生活と環境 「わたしたちの消費生活」⑥買い物の投票/消費者の権利/消費者の役割(責任)/消費者の選択が社会を変える。</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>社会科 公民的分野の教科書のうち 授業化が可能な学習内容・関連事項</th> <th>「契約」「消費生活」の授業での指導の要点と学習の流れ (生徒に理解してほしい事項、考え方)</th> <th>技術・家庭科 家庭分野の教科書のうち 授業化が可能な学習内容・関連事項</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	社会科 公民的分野の教科書のうち 授業化が可能な学習内容・関連事項	「契約」「消費生活」の授業での指導の要点と学習の流れ (生徒に理解してほしい事項、考え方)	技術・家庭科 家庭分野の教科書のうち 授業化が可能な学習内容・関連事項			
社会科 公民的分野の教科書のうち 授業化が可能な学習内容・関連事項	「契約」「消費生活」の授業での指導の要点と学習の流れ (生徒に理解してほしい事項、考え方)	技術・家庭科 家庭分野の教科書のうち 授業化が可能な学習内容・関連事項					

【お願ひ】

本連携表は、実務家としての観点から、限られた時間の中で作成した「試案」です。教育研究者・教育現場の先生方、他、教育関連の方々の観点からは、まだ未熟で考察の足りないものかと思われます。今後、継続研究の中でもっと使い易い、見やすい表の作成を試みていきたいと考えております。皆様方の、忌憚のないご意見とご指摘を頂けたら幸いです。

【2】調査報告：中学校・高等学校における消費者教育の現状

鈴木 真由子
大本 久美子

はじめに(目的と概要)

法教育としての消費者教育における家庭科および社会科(公民科)の2教科の役割を明確化するために、中学校、高等学校教員へのアンケート調査を行い、学校教育現場での課題を抽出した。調査内容は、消費者教育が実施されている時間数、学習内容、教材資料の活用状況、教科間連携の実態などである。近畿地区2府4県の中学校・高等学校各500校を対象に郵送にて自記式質問紙調査を実施(2011年1月～3月)した。対象校は、層化抽出法によって各府県の学校数に応じた比率を算出し、機械的に抽出した。回収票は、中学校家庭科100部(有効回答率20.0%)、社会科108部(同21.6%)、高等学校家庭科139部(同27.8%)、社会科93部(同18.6%)、である。2010年度に行われている授業の実施状況を尋ねた。調査結果の単純集計は資料編(本報告書94-113頁)を参照されたい。

以下、中学校と高等学校の教科別に特徴的な現状を整理する。

調査対象者の基本属性は以下の通りである。

学校の所在地(件数)		(人)	
	中学校		高等学校
	家庭科	社会科	家庭科
大阪府	28	33	44
京都府	14	12	18
奈良県	9	7	2
兵庫県	31	34	54
和歌山県	5	11	6
滋賀県	12	11	14
不明	1	0	1
合 計	100	108	139
			93

※中学校家庭科は技術・家庭科の家庭科担当教員である。

	専任教諭/講師の別			
	中学校		高等学校	
	家庭科	社会科	家庭科	社会科
専任教諭	76	81	92	73
常勤講師	7	5	15	3
非常勤講師	4	1	7	1
不明	13	21	25	16
合 計	100	108	139	93

	性別			
	中学校		高等学校	
	家庭科	社会科	家庭科	社会科
男性	6	82	3	73
女性	83	15	129	13
不明	11	11	7	7
合 計	100	108	139	93

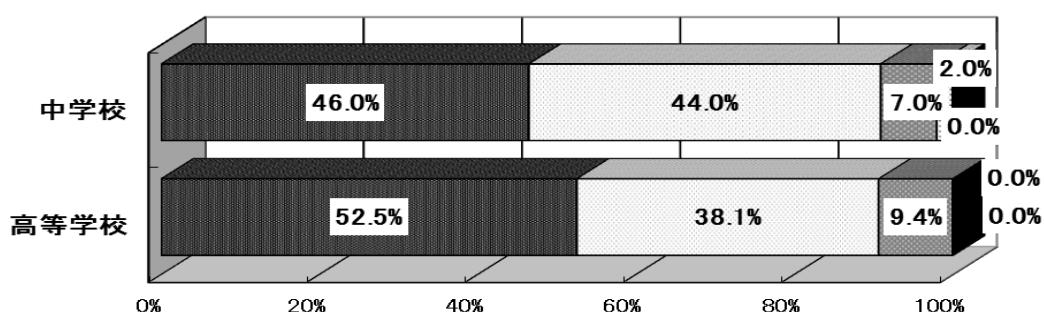
	年齢			
	中学校		高等学校	
	家庭科	社会科	家庭科	社会科
20歳代	11	12	16	9
30歳代	19	25	33	18
40歳代	35	31	54	32
50歳代	32	36	30	30
60歳代	3	4	5	4
不明	0	0	1	0
合 計	100	108	139	93

第1 家庭科

家庭科教員の消費者教育への関心を[図1-1]に示した。

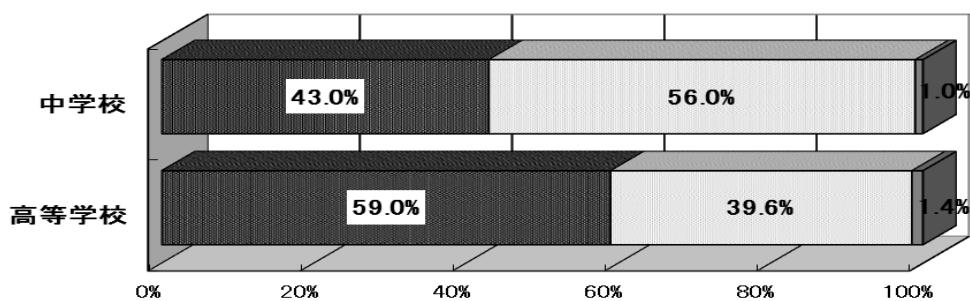
中学校および高等学校いずれも家庭科教員の消費者教育に対する関心は高く、9割を超える教員が「関心がある」「やや関心がある」と回答した。しかし、消費者教育に関する研修への参加経験のある教員は5割程度であり、中学4割、高校6割と学校段階による違いが見られた[図1-2]。参加した研修会は教育委員会が主催しているものや、消費生活センター、消費者教育支援センターなどの研修会、教育研究会などである。

■関心がある □やや関心がある ▨どちらでもない ▨あまり関心はない ■関心はない



[図1-1] 消費者教育に関する関心度

■研修会に参加したことがある □研修会に参加したことがない ▨不明

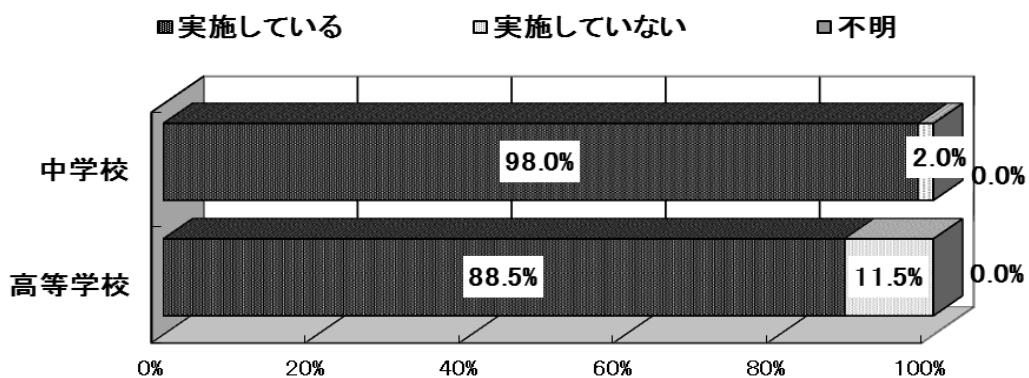


[図1-2] 研修会等の参加の有無

回答者の担当科目における消費者教育の実施状況[図1-3]は、中学校の98%に対して高校は9割弱で、1割以上の高校で実施していなかった。実施していない理由を尋ねたところ、「時間的余裕がない」(高校9名)が最多で、「消費者教育の位置づけが不明確」(中学校1名、高校4名)と続いた。回答者の担当科目において、外部講師を招聘して消費者教育を実施しているケースは中学校1校、高校8校である。総合的な学習の時間に外部講師を招聘している学校は、中学2校、高校9校、ホームルーム・ロ

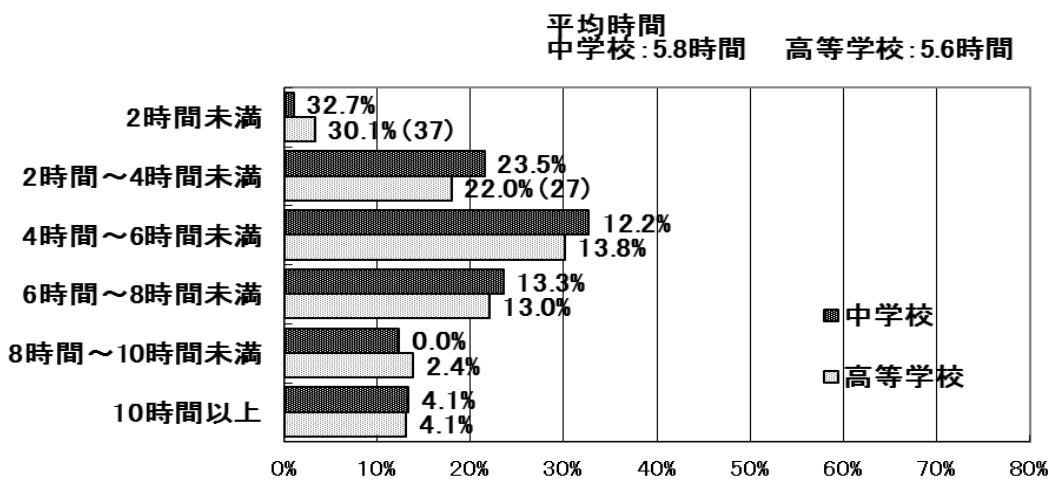
ングホームルームなどの時間は中学 0、高校 3 校、その他の特別講座としては、中学 3 校、高校 7 校という結果であった。

つまり、家庭科の授業内に外部講師を招聘している割合、またその他の時間に学校内に外部講師を招聘して消費者教育を実施している割合は、中学・高校ともに極めて低いという結果が明らかになった。

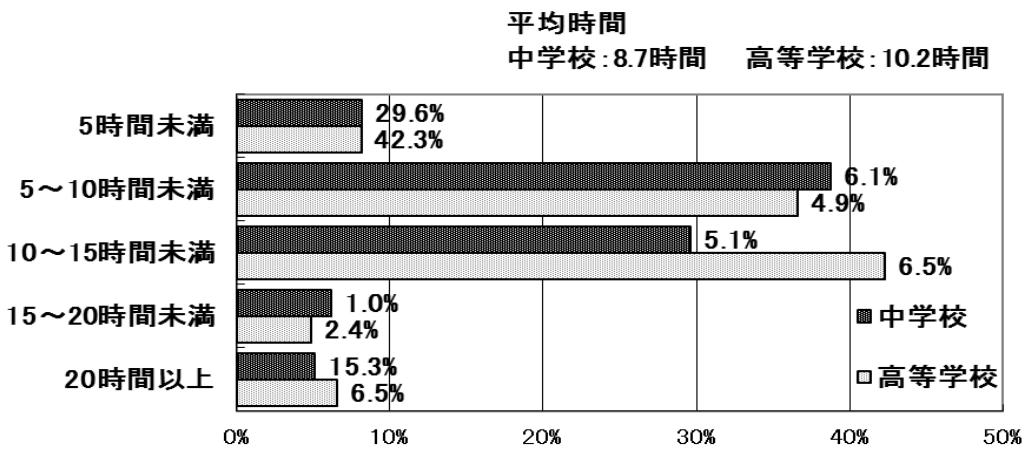


[図1-3] 消費者教育の実施状況

また、回答者の担当科目における消費者教育関連授業のおよその実施時間数(年間)を尋ねたところ、中学・高校ともに「4～6 時間未満」が最も多い[図 1-4]。次いで「6～8 時間未満」「2～4 時間未満」となっている。年間の平均授業時間数は、中学 5.8 時間、高校 5.6 時間となっている。充実した消費者教育を実施するために必要な時間数は、年間 8.7 時間（中学）、10.2 時間（高校）と回答している[図 1-5]ことから、十分な時間が確保できていない現状がうかがえる。

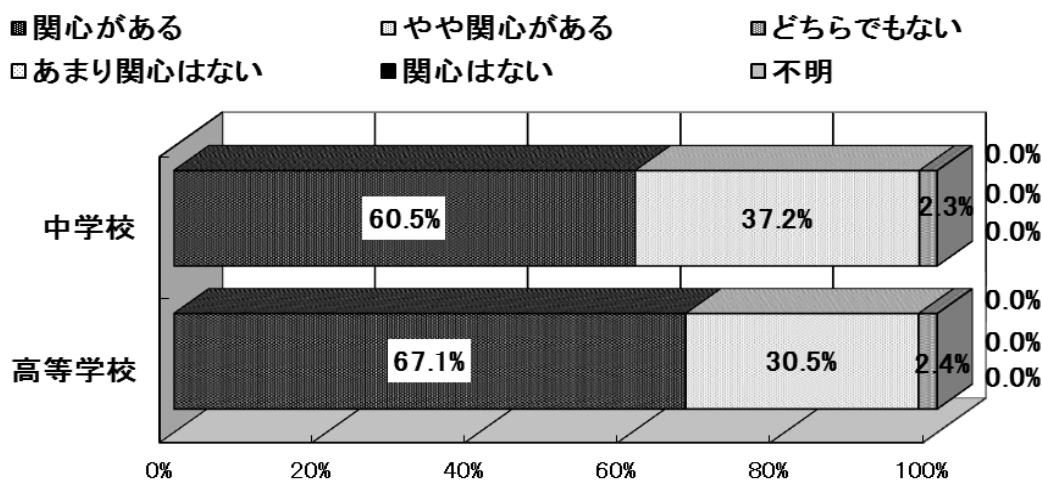


[図1-4] 年間の平均授業時間数

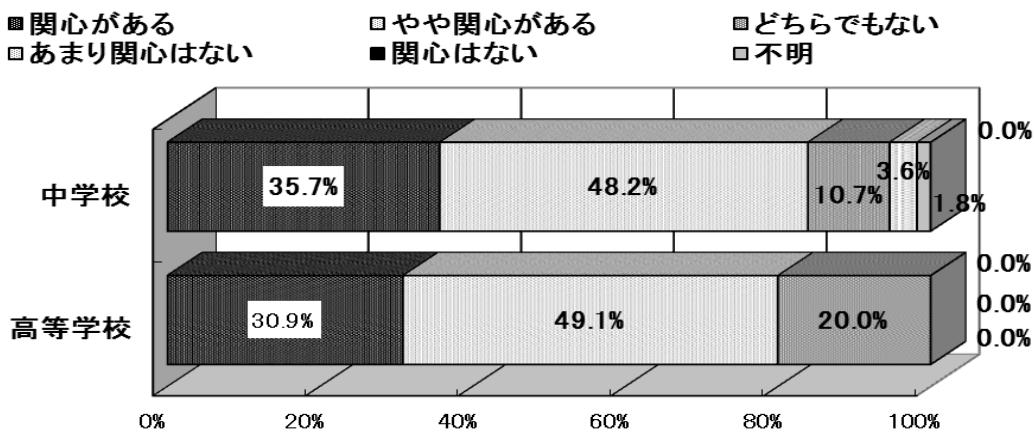


[図1-5] 理想の時間数

さらに、消費者教育に関する研修会などへの参加経験の有無とこれらの回答の関連を見た結果、研修を受けている教員のほうが、そうでない教員に比べ、より消費者教育に対する関心度が高く[図1-6. 図1-7]、実施時間数や理想の時間数も多く回答している。



[図1-6] 研修会等に参加したことがある人の消費者教育への関心度



[図1-7] 研修会等に参加したことがない人の消費者教育への関心度

《学習内容と教材》

消費者教育を実施していると回答した教員に、授業で何を扱っているか尋ねた。内容をAからFの6つのカテゴリーに分類し、さらに具体的なキーワードを挙げ、該当するものを選択してもらった[表1-1]。

[表1-1] 授業で扱っている内容 (複数回答)

	中学校		高等学校	
	件数	割合	件数	割合
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	83	84.7%	99	80.5%
B. 経済・金融	65	66.3%	105	85.4%
C. 消費者トラブル	83	84.7%	105	85.4%
D. 情報	38	38.8%	35	28.5%
E. 法律	63	64.3%	87	70.7%
F. トラブル解決にかかる機関	74	75.5%	93	75.6%
合計	98	-	123	-

「消費者トラブル」は中学・高校ともに85%の教員が扱っており、キーワードの選択の仕方も類似の傾向にあった。以下「消費生活(衣・食・住)・環境」(中85%、高81%)、「経済・金融」(中66%、高85%)、「トラブル解決にかかる機関」(中高76%)、「法律」(中64%、高71%)と続き、中学・高校で選択するキーワードの傾向に差異が見られた。最も扱われ方が低かった「情報」は、中学39%、高校29%にとどまった。

具体的なキーワードをみると、最も多くの教員が扱っているものは、中学は、「悪質商法」「クーリングオフ」次いで「消費者の権利と責任」「契約」である[表 1-2]。

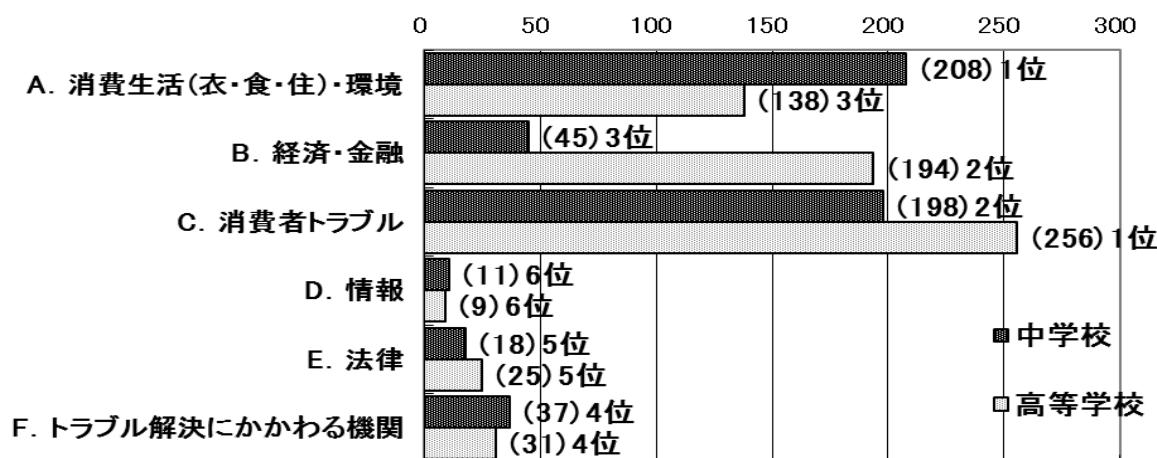
[表 1-2] 授業で扱っている内容のキーワード

(複数回答)

カテゴリー	キーワード	中学校		高等学校	
		件数	割合	件数	割合
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	消費者の権利と責任	68	69.4%	66	53.7%
	商品選択	65	66.3%	56	45.5%
	品質表示・マーク	71	72.4%	71	57.7%
	宣伝・広告	37	37.8%	18	14.6%
	安心・安全	41	41.8%	39	31.7%
	資源・エネルギー	48	49.0%	51	41.5%
B. 経済・金融	グリーンコンシューマー	44	44.9%	40	32.5%
	ローン	29	29.6%	54	43.9%
	クレジット・カード	57	58.2%	86	69.9%
	保険	3	3.1%	9	7.3%
	多重債務	14	14.3%	78	63.4%
	家計管理	8	8.2%	45	36.6%
C. 消費者トラブル	経済流通のしくみ	5	5.1%	29	23.6%
	生活設計	8	8.2%	29	23.6%
	契約	67	68.4%	82	66.7%
	悪質商法	73	74.5%	89	72.4%
	クーリングオフ	73	74.5%	87	70.7%
	サイバー犯罪	8	8.2%	13	10.6%
D. 情報	ネットトラブル	38	38.8%	48	39.0%
	ケータイトラブル	33	33.7%	36	29.3%
	知的財産権	6	6.1%	3	2.4%
	インターネット売買	19	19.4%	18	14.6%
	個人情報保護	19	19.4%	20	16.3%
	情報モラル	13	13.3%	14	11.4%
E. 法律	メディアリテラシー	4	4.1%	12	9.8%
	民法	2	2.0%	33	26.8%
	消費者基本法	52	53.1%	59	48.0%
	消費者契約法	42	42.9%	55	44.7%
	特定商取引法	21	21.4%	43	35.0%
	製造物責任法	45	45.9%	53	43.1%
F. トラブル解決にかかわる機関	消費者安全法	15	15.3%	11	8.9%
	電子商取引法	1	1.0%	8	6.5%
	消費生活センター	67	68.4%	80	65.0%
	消費者庁	10	10.2%	17	13.8%
	裁判所	2	2.0%	10	8.1%
	法テラス	0	0.0%	2	1.6%
合 計		98	—	123	—

一方、高校は、「悪質商法」「クーリングオフ」「クレジット・カード」「契約」の順である。中学・高校ともに、「悪質商法」「クーリングオフ」「契約」を扱っている教員が多い。B の学習領域の「クレジット・カード」以外は、中学は低く、多重債務やローン、家計管理、経済・流通のしくみ、生活設計などは主に高校で学習している内容と考えられる。E の法律に関しては、「消費者基本法」「消費者契約法」「製造物責任法」を扱っている教員が中学・高校ともに多い。F のトラブル解決に関わる機関については、消費生活センターが最も多く、法テラスについてはほとんど扱われていない。

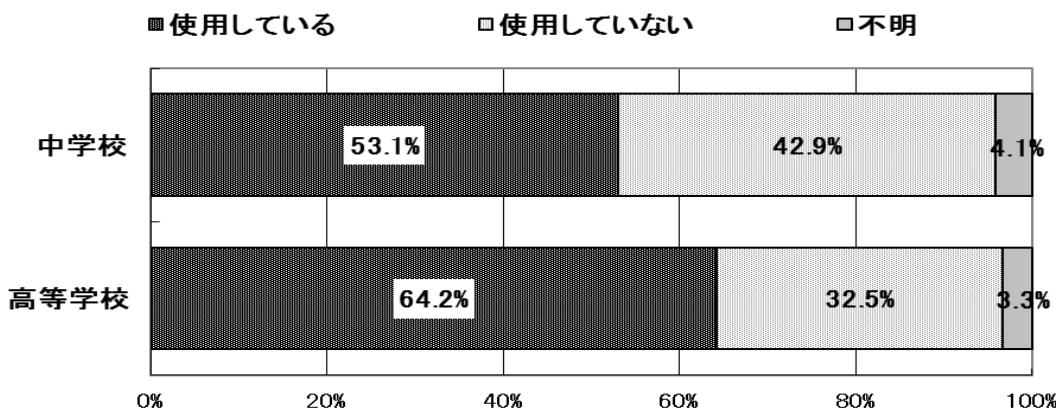
次にどの学習内容を重視しているかを 1 位から 3 位まで選択してもらい、得点化した[図 1-8]。1 位を 3 点、2 位を 2 点、3 位を 1 点とポイント換算した結果、中学は 1 位「消費生活・環境」、2 位「消費者トラブル」に集中し、「経済・金融」が 3 位になった。高校は 1 位が「消費者トラブル」、2 位が「経済・金融」、3 位が「消費生活・環境」である。



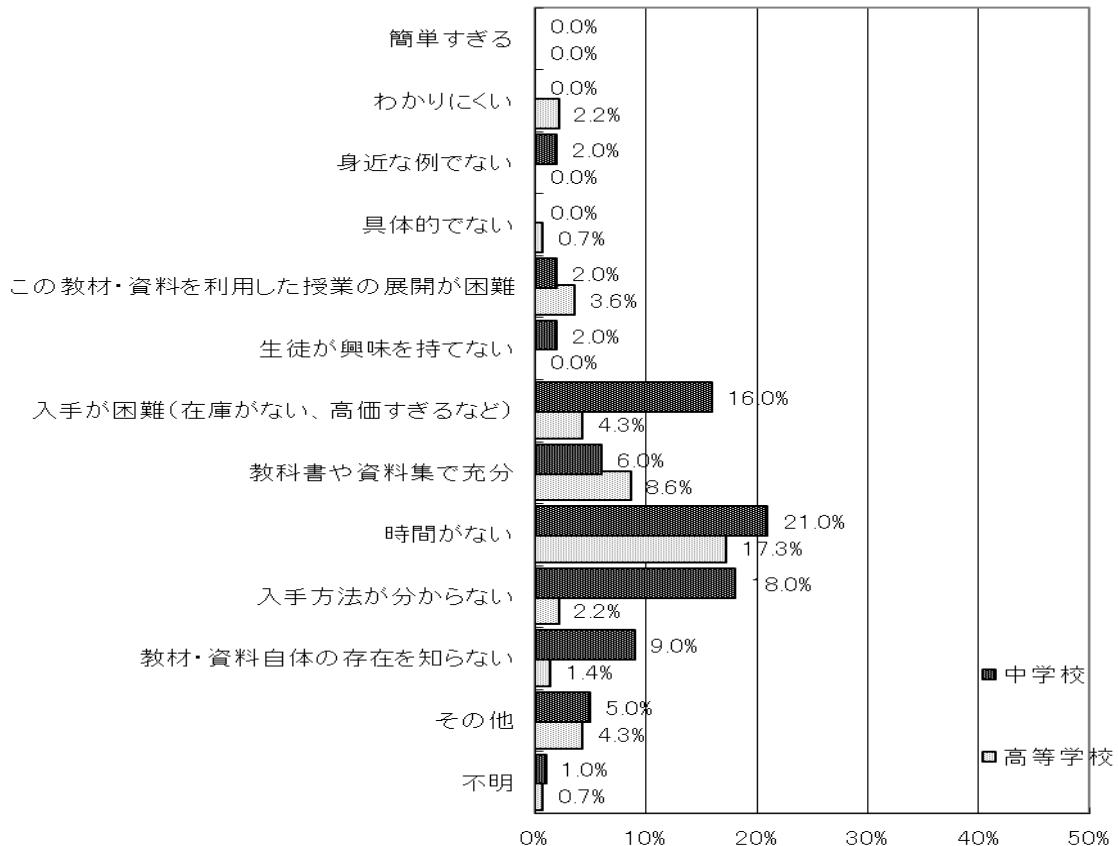
[図1-8] 重視している学習内容

さらに消費者教育を実施していると回答した教員に、消費者教育の授業をする際に、どのような教材を使用しているか尋ねた。その結果、特に「使用していない」と答えた者の割合は、中学 42.9%、高校 32.5%であり[図 1-9]、その理由として高校では、「時間がない」「教科書や資料集で十分」という回答が多く見られる[図 1-10]。中学では、「時間がない」が最も多いが、その他に、「入手方法がわからない」「入手が困難」「教材・資料の存在を知らない」を挙げていることから、中学生段階に適した教材・資料の必要性（教育現場への周知・入手方法も含めて）を示唆していよう。

具体的な教材・資料名をいくつか例示し、「知っているか」と「使用したことがあるか」を尋ねたところ、高校では、経済産業省から無料配布された「油断大敵！悪質商法」の認知度(21.2%)、活用度(23.7%)がともに高かった。



[図1-9] 消費者教育における教材等の使用状況



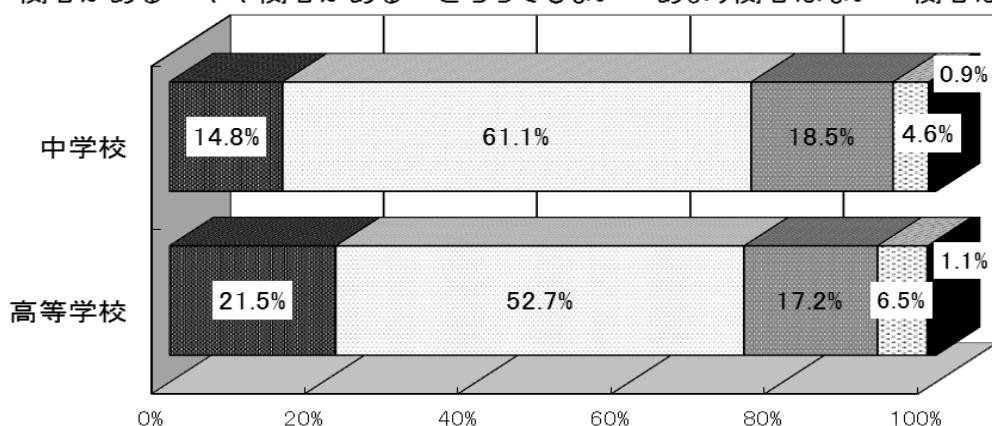
[図1-10] 消費者教育の授業において教材等を使用していない理由

第2 社会科(公民科)

社会科教員の消費者教育への関心度は、「やや関心がある」の割合が中学 61.1%、高校 52.7% で最も多い。「関心がある」の回答と合わせると、中学は 75.9%、高校は 74.2%、つまり 7 割以上の教員が、「関心がある」という現状である[図 2-1]。

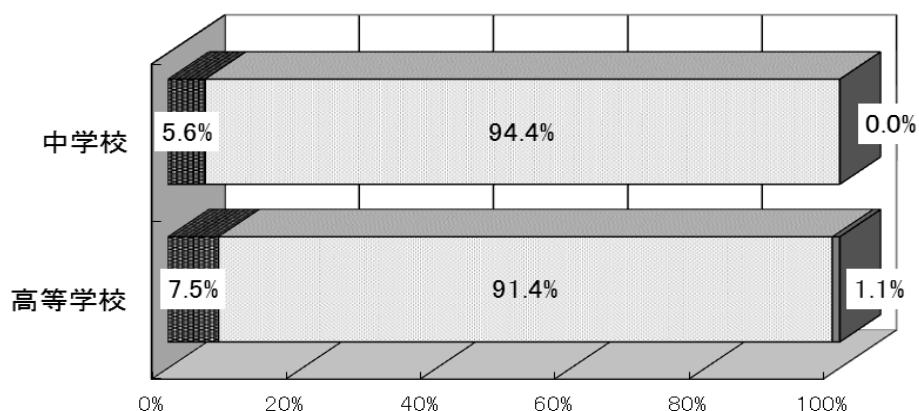
しかし、消費者教育に関する研修会などへの参加経験のある教員は、5～7 %程度であり、9割以上の教員は参加経験がない[図 2-2]。このことは、教員自身が研修会などへの関心があまりないこと、あるいは、社会科教員に対する消費者教育の研修会への周知があまりされていないために、教員自身が研修会そのものを知らないことなどが、9割以上の教員が研修会などへの参加経験がないという結果につながっているのではないかと推測される。

■関心がある □やや関心がある ▨どちらでもない □あまり関心はない ■関心はない



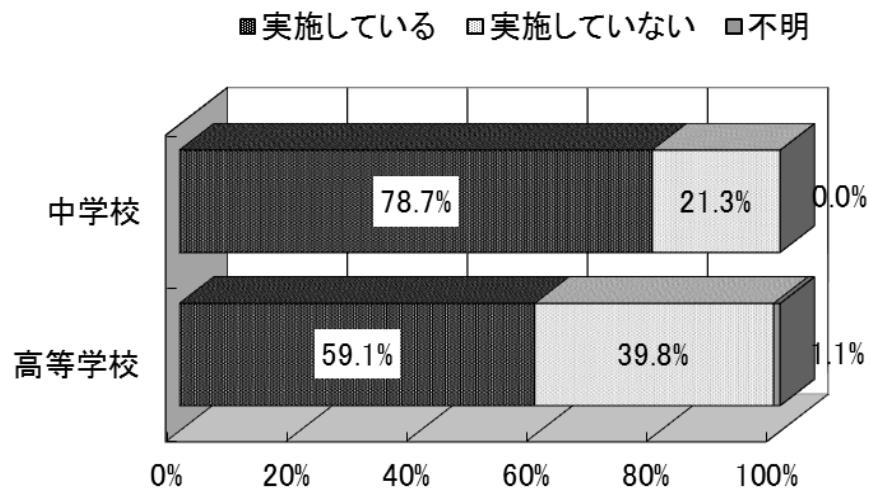
[図2-1]消費者教育に関する関心度

■研修会に参加したことがある □研修会に参加したことがない ▨不明

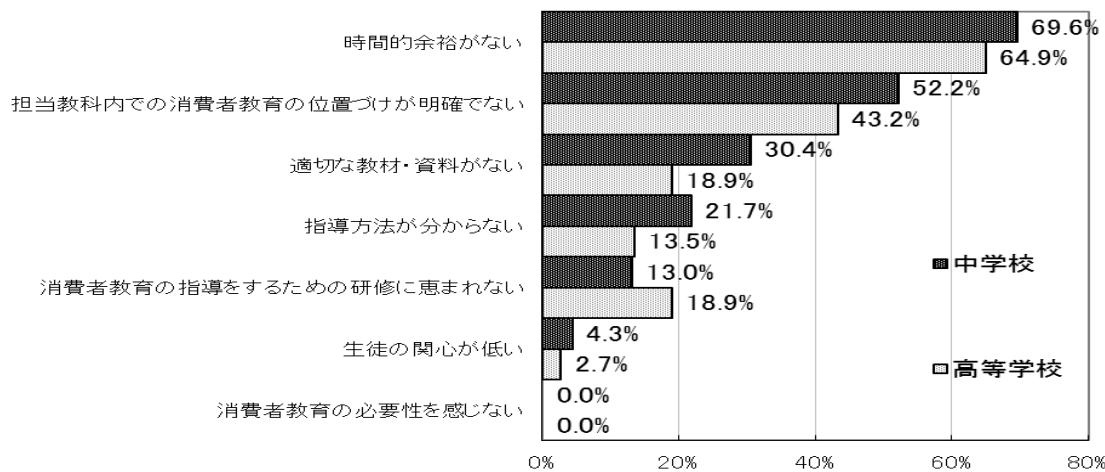


[図2-2]研究会等参加の有無

回答者の担当科目における消費者教育の実施状況[図2-3]をみると、中学78.7%、高校は59.1%である。つまり、高校では4割の教員が実施していない。実施していない教員にその理由を尋ねたところ、「時間的余裕がない」が最多で、次いで「消費者教育の位置づけが不明確」となっている[図2-4]。

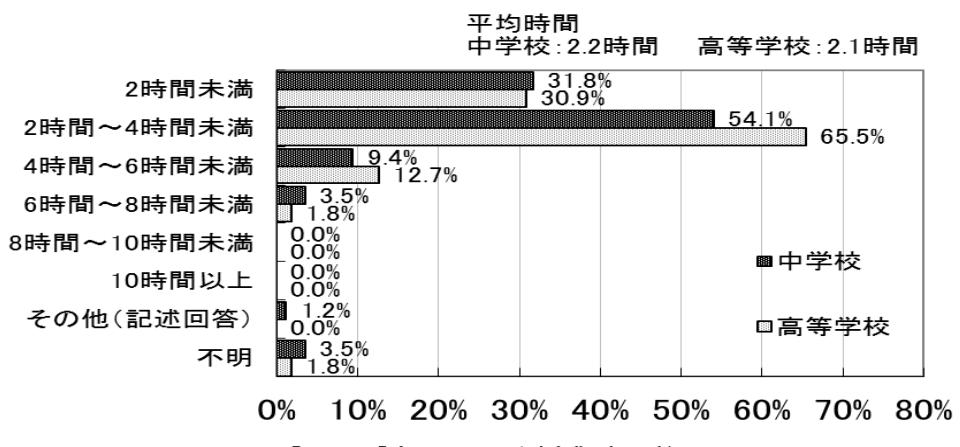


[図2-3]消費者教育の実施状況

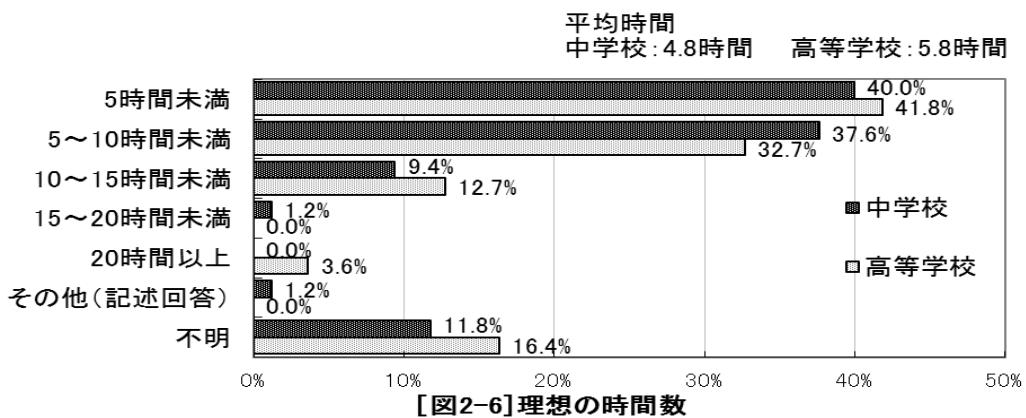


[図2-4]消費者教育を実施していない理由

また、回答者の担当科目における消費者教育関連授業のおよびその実施時間数を尋ねたところ、中学・高校ともに「2～4時間未満」が最も多い[図2-5]。次いで「2時間未満」となっている。年間の平均授業時間数は、中学2.2時間、高校2.1時間となっている。充実した消費者教育を実施するために必要な時間数は、平均で年間4.8時間（中学）、5.8時間（高校）と回答している[図2-6]ことから、消費者教育のための十分な時間が確保できていないことが推察される。

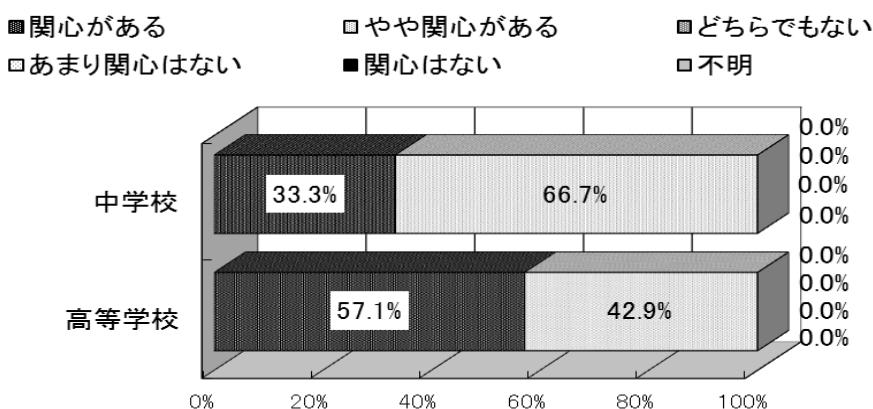


[図2-5] 年間の平均授業時間数

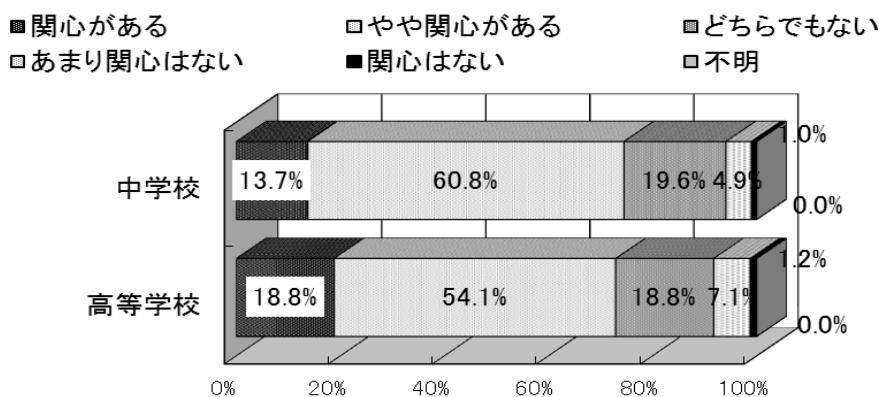


[図2-6] 理想の時間数

さらに消費者教育に関する研修会などへの参加経験の有無とこれらの回答の関連をみた結果、参加している人数そのものが少ないので統計的な比較はできないが、研修を受けている教員のほうが、そうでない教員に比べ、より消費者教育に対する関心度が高く[図2-7、図2-8]、実施時間数や理想の時間数も多く回答している。



[図2-7] 研修会等に参加したことがある人の消費者教育への関心度



[図2-8] 研修会等に参加したことがない人の消費者教育への関心度

《学習内容と教材》

消費者教育を実施していると回答した教員に、授業で何を扱っているか尋ねた。内容をAからFの6つのカテゴリーに分類し、さらに具体的なキーワードを挙げ、該当するものを選択してもらった[表2-1]。

[表2-1] 授業で扱っている内容 (複数回答)

	中学校		高等学校	
	件 数	割 合	件 数	割 合
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	62	72.9%	39	70.9%
B. 経済・金融	65	76.5%	39	70.9%
C. 消費者トラブル	68	80.0%	41	74.5%
D. 情報	56	65.9%	39	70.9%
E. 法律	65	76.5%	39	70.9%
F. トラブル解決にかかる機関	49	57.6%	36	65.5%
合 計	85	-	55	-

中学・高校ともに最も多くの教員が「消費者トラブル」を扱っており、以下、「経済・金融」「法律」「消費生活・環境」と、キーワードの選択の仕方も類似の傾向にあった。中学・高校で選択された学習内容に大きな差異はみられなかった。

全体的に具体的なキーワードをみると、最も多くの教員が扱っているものは、中学は、「悪質商法」「クーリングオフ」次いで「製造物責任法」「消費者の権利と責任」「クレジット・カード」「経済流通のしくみ」である[表2-2]。

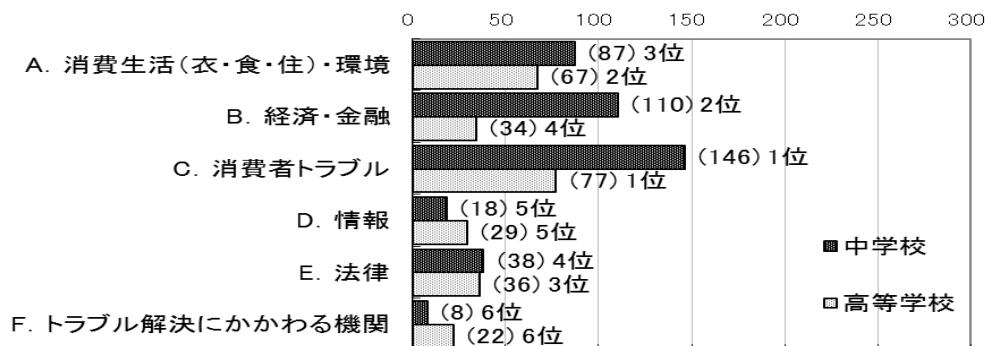
[表 2-2] 授業で扱っている内容のキーワード (複数回答)

カテゴリー	キーワード	中学校		高等学校	
		件数	割合	件数	割合
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	消費者の権利と責任	49	57.6%	25	45.5%
	商品選択	26	30.6%	10	18.2%
	品質表示・マーク	23	27.1%	12	21.8%
	宣伝・広告	27	31.8%	16	29.1%
	安心・安全	29	34.1%	13	23.6%
	資源・エネルギー	25	29.4%	22	40.0%
	グリーンconsumo	4	4.7%	20	36.4%
B. 経済・金融	ローン	29	34.1%	14	25.5%
	クレジット・カード	49	57.6%	22	40.0%
	保険	13	15.3%	6	10.9%
	多重債務	13	15.3%	17	30.9%
	家計管理	13	15.3%	0	0.0%
	経済流通のしくみ	47	55.3%	13	23.6%
	生活設計	10	11.8%	0	0.0%
C. 消費者トラブル	契約	36	42.4%	17	30.9%
	悪質商法	53	62.4%	25	45.5%
	クーリングオフ	53	62.4%	28	50.9%
	サイバー犯罪	11	12.9%	18	32.7%
	ネットトラブル	29	34.1%	23	41.8%
	ケータイトラブル	21	24.7%	16	29.1%
	知的財産権	21	24.7%	21	38.2%
D. 情報	インターネット売買	25	29.4%	10	18.2%
	個人情報保護	41	48.2%	21	38.2%
	情報モラル	22	25.9%	18	32.7%
	メディアリテラシー	14	16.5%	25	45.5%
	民法	20	23.5%	8	14.5%
E. 法律	消費者基本法	38	44.7%	23	41.8%
	消費者契約法	28	32.9%	17	30.9%
	特定商取引法	1	1.2%	8	14.5%
	製造物責任法	52	61.2%	26	47.3%
	消費者安全法	10	11.8%	2	3.6%
	電子商取引法	0	0.0%	8	14.5%
F. トラブル解決にかかわる機関	消費生活センター	34	40.0%	27	49.1%
	消費者庁	11	12.9%	19	34.5%
	裁判所	19	22.4%	10	18.2%
	法テラス	2	2.4%	3	5.5%
合 計		85	—	55	—

一方、高校では、「クーリングオフ」「消費生活センター」「製造物責任法」「消費者の権利と責任」「悪質商法」「メディアリテラシー」の順である。中学・高校ともに「クーリングオフ」「悪質商法」「製造物責任法」「消費者の権利と責任」を扱っている教員が多い。

E の法律に関しては、「消費者基本法」「消費者契約法」「製造物責任法」を扱っている教員が中学・高校ともに多い。F のトラブル解決に関わる機関としては、消費生活センターが最も多く、法テラスについては、ほとんど扱われていない。

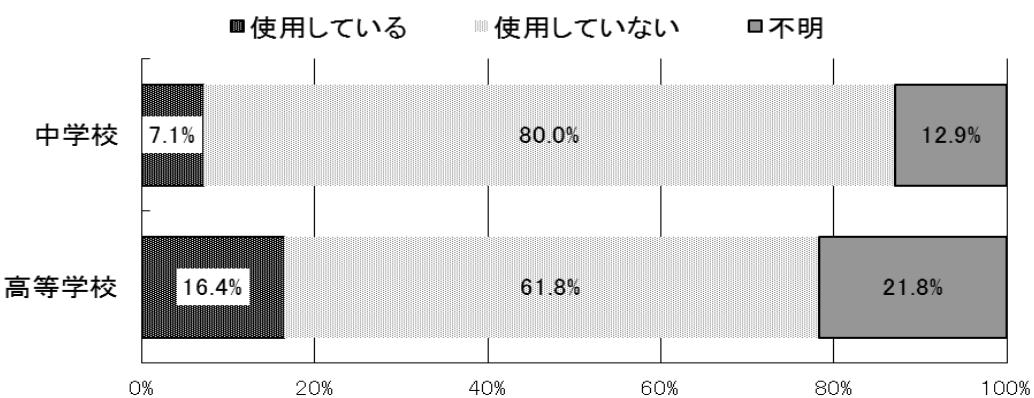
次に、どの学習内容を重視して教えているのかを探るために、A から F のカテゴリーの中から 1 位から 3 位まで選択してもらい、得点化した[図 2-9]。1 位を 3 点、2 位を 2 点、3 位を 1 点とポイント換算した結果、中学は 1 位「消費者トラブル」、2 位「経済・金融」、3 位「消費生活・環境」になった。高校は 1 位が「消費者トラブル」、2 位が「消費生活・環境」、3 位が「法律」である。中学・高校ともに、クーリングオフや悪質商法といった「消費者トラブル」を重視しているといえる。



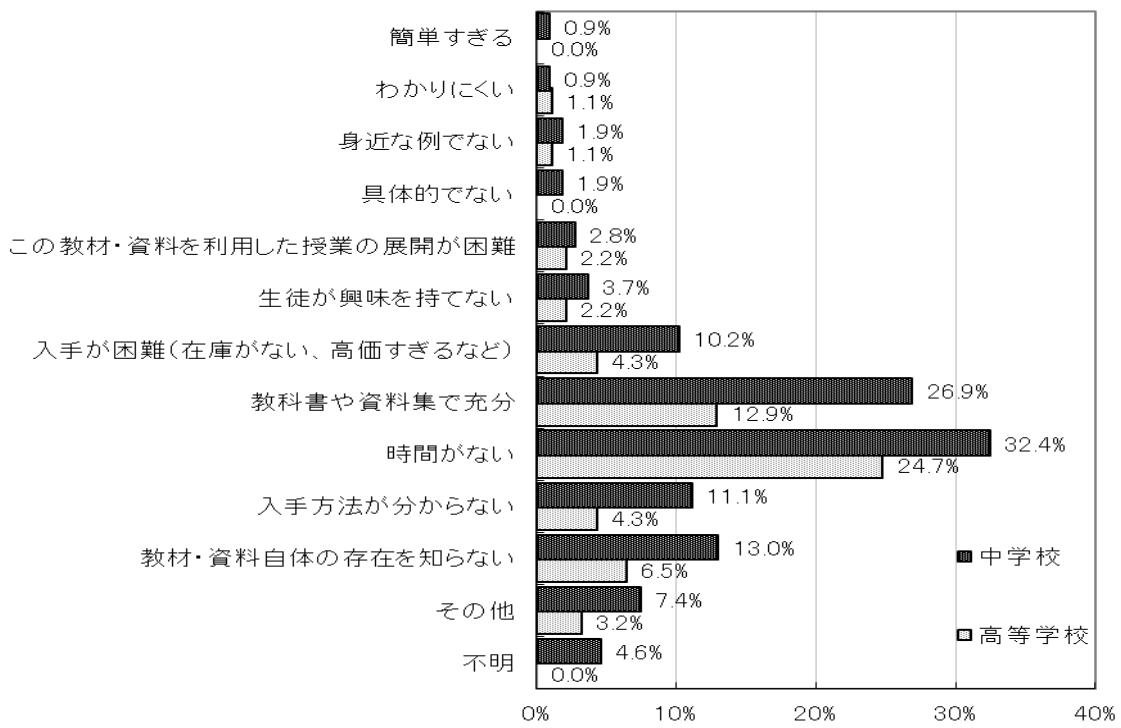
[図2-9]重視している学習内容

今回は、キーワードを提示して学習内容を検証したが、例えば「クーリングオフ」という用語の説明のみで終わっているのか、具体的な事例を挙げて「クーリングオフ」の仕方を教えているのか、「クーリングオフ」はがきの作成など体験的な学習も取り入れているのかなど、キーワードを「どのように」扱っているのか、学習内容および学習方法の質的な検証は、今後の課題である。

さらに消費者教育を実施していると回答した教員に、消費者教育の授業をする際に、どのような教材を使用しているか尋ねた。その結果、あまり教材が使用されていない現状が明らかになった。「使用していない」と答えた者の割合が、中学 80.0%、高校 61.8%[図 2-10]と高く、その理由として中学・高校ともに、「時間がない」「教科書や資料集で十分」という回答が多くみられた[図 2-11]。中学では、その他の理由に、「入手方法がわからない」「入手が困難」「教材・資料の存在を知らない」を挙げている教員が多いことから、家庭科と同様、中学生段階に適した教材・資料の必要性（教育現場への周知・入手方法も含めて）を示唆している。



[図2-10]消費者教育における教材等の使用状況



[図2-11] 消費者教育の授業において教材等を使用していない理由

第3 教科間の連携について

家庭科および社会科の教員に「あなたの学校では、社会科と家庭科が連携して消費者教育を実施していますか」と尋ねた結果、わずかではあるが連携して実施している学校が存在していることが明らかになった。中学の方がその割合は高く、家庭科8.0%、社会科8.3%である[表3-1]。その連携の内容や方法を具体的に尋ねたところ、お互いの授業が重ならないように、交流しているというものが大半であった。ワークシートを交換したり、互いの教科書を補助教材として使用することもあるという記述も見られた。

連携の必要性については両教科共に、7割前後の教員が必要と感じていると回答し、中学の方がより高い割合で、そう思っている教員が多いことが分かった[表3-2]。また教科別にみると社会科教員の方が連携の必要性を感じている者が多い。

[表 3-1] 家庭科・社会科の消費者教育の連携

	中学校				高等学校			
	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合
実施している	8	8.0%	9	8.3%	2	1.4%	3	3.2%
実施していない	92	92.0%	97	89.8%	136	97.8%	87	93.5%
不明	0	0.0%	2	1.9%	1	0.7%	3	3.2%
合計	100	100%	108	100%	139	100%	93	100%

[表 3-2] 家庭科と社会科の連携の必要性

	中学校				高等学校			
	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合
必要性を感じる	71	71.0%	87	80.6%	93	66.9%	68	73.1%
必要性を感じない	26	26.0%	18	16.7%	40	28.8%	25	26.9%
不明	3	3.0%	3	2.8%	6	4.3	0	0.0%
合計	100	100%	108	100%	139	100%	93	100%

連携が必要だと思う理由、必要だと思わない理由を、それぞれ自由記述で回答を得たところ、「時間数が限られているため重複しないように」という理由から「連携が必要」という声が多くみられた。その他、連携が必要だと思う理由として、「同じ問題を取り上げるにしても視点の違いによる多面的な理解が必要」(高・社)「1教科だけではなく、複数の教科で多角的に教える必要がある」(中・社)「法的な見方を社会科、消費者としての正しい知識、身近な見方を家庭科で」(中・社)「複数の教科で時期と内容を上手く精選し、かみ合わせて学習させることで学習効果が高まる」(高・家)「何をやっているのか、そもそもお互い知らない。お互いがどのような内容をやっているのか把握すべき」(中・家)「社会人として必要なことであるため」(高・社)「身近な問題でこれらの若者にとても大切だから」(高・家)などの記述が見られた。

一方、必要性を感じない理由としては、「小規模校なので意思疎通できている」(中・社)「それぞれの教科の位置づけが違う」(中・社)「社会科学としての立場と生活重視の立場のアプローチ方法が違うから」(中・社)「入試対応としてやっている」(高・社)「家庭科が非常勤なので難しい」(高・社)などが挙げられていた。

教科間の連携を図るまでの課題としては、教科間での話し合いの時間が取れない、授業時間数の不足など、時間不足を課題とする教員が多い[表 3-3]。その他の課題としては、中学校では「年間計画の中で時間を合わせるのが困難」「公民 3 年後期、家庭 2 年前期で学年が違うのでカリキュラム上難しい」と、消費者教育の実施時期の学年の違いを理由に挙げるものが多く見られた。高等学校では、「社会科担当者により内容が異なり、連携が図りにくい」等の記述が見られた。また「連携のモデルがないのでイメージできない」と回答した教員が多くみられたことからも、今回実施した教科間の連携授業の提案（本報告書 58-79 頁）は、教科間連携を推進することに大きく寄与できると考えられる。

[表 3-3] 教科間の連携を図るまでの課題 (複数回答)

	中学校				高等学校			
	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合	人数	割合
授業時間数の不足	34	34.0%	54	50.0%	57	41.0%	39	41.9%
教科間で話し合いの時間が取れない	66	66.0%	73	67.6%	103	74.1%	54	58.1%
共通理解が持てない	8	8.0%	12	11.1%	25	18.0%	12	12.9%
人間関係が難しい	3	3.0%	7	6.5%	17	12.2%	5	5.4%
連携のモデルがないのでイメージできない	33	33.0%	26	24.1%	35	25.2%	25	26.9%
その他	4	4.0%	10	9.3%	14	10.1%	8	8.6%
不明	11	11.0%	2	1.9%	7	5.0%	6	6.5%

第4 中等教育における消費者教育の課題

本研究の基本的なテーマは「法教育としての消費者教育とは何か」を示すとともに、その教材・授業を提案することである。中等教育において、主に消費者教育を担う教科は「家庭科」及び「社会科（公民科）」である。テーマの本質に接近するため、質問紙調査によって学校教育現場の実態を把握するとともに、課題を明らかにしようとした。

特徴的な調査結果は、以下のようであった。

- 1) 消費者教育に対する関心の程度、研修会等への参加経験は、中学校・高等学校ともに家庭科教員より社会科教員の方が低かった。
- 2) 消費者教育関連の授業時間数は、中高ともに家庭科約 6 時間、社会科約 2 時間で、必要と考える時間を大きく下回っていた。

3) 学習内容では、両教科／中・高ともに「消費者トラブル」を扱う割合が高かったほか、家庭科では「消費生活（衣食住）・環境」を、社会科では「経済・金融」を重視する傾向にあった。

4) 消費者教育の実施において、教科別では社会科教員が、学校段階別では中学校教員が相対的に教材を使用しない割合が高かった。その共通する主な理由は、「時間がない」「入手が困難」「入手方法がわからない」であった。

5) 教科間の連携は、両教科の教員が必要と感じているものの、「話し合いの時間が取れない」「授業時間数の不足」を理由に、実現には至っていなかった。

また、消費者教育に関連する研修会へ参加した経験がある教員は、相対的に消費者教育への関心が高く、授業実施時間数・理想時間数ともに多い傾向にあった。

以上の結果を踏まえ、中等教育における消費者教育の課題は次のように整理できる。消費者教育の実施時間数と理想時間数が乖離していたことから、十分な授業時間数が確保できていない学校教育現場の実態が明らかとなった。上述4) 5) の“理由”からも、こうした状況が読み取れる。

消費者教育の時間を確保するためには、教科の学習時間以外（ホームルームや総合的な学習など）も、積極的に活用する必要があるだろう。関係する団体・組織が提供している教材を活用したり、外部講師を招聘したりすることで、教員の負担を軽減できる。教科の学習内容と関連させることができれば、より生徒の理解も深まることが期待される。

また、家庭科・社会科における教科間の連携は、限られた授業時間を有効に活用し、生徒に対してインパクトのある授業を掲示できる潜在的な可能性を持つ。しかしながら、多くの教員が教科間連携の必要性を認めているものの、実際には連携できていない。

その打開策の一つとして、教科間の多様な連携モデルを提示する必要があると考える。中学校家庭科においては、技術分野と家庭分野の教科内連携も有意義であろう。どのような内容・レベルで、どのような連携の可能性があるのかを具体的に示すことが、「連携は必要だが困難」と考えている教員のバリアを取り除く一助となるであろう。

謝辞

本調査の回答にご協力くださった中学校・高等学校の家庭科・社会科の先生方に深謝申し上げる。

【3】実践報告：教科間連携をめざした「契約」の授業

良 千恵子
甲 山 和 美

はじめに

本研究の一環として、大阪教育大学附属天王寺中学校・附属高等学校天王寺校舎の社会科（公民科）・家庭科において授業実践を行い、特に新学習指導要領の下での「法教育としての消費者教育」の可能性を探った。

授業は中学2年の家庭科、中学3年の社会科（公民的分野）、高校1年の公民科「政治・経済」の3科目で行い、共通の題材を「契約」とした。授業を構想するにあたり、これまで消費者教育がいかに行われてきたかを検討し、中学校と高等学校、社会科（公民科）と家庭科の各々の指導目標や生徒の発達段階に応じた授業のあり方について議論した。そして、各教科における指導の関係性と相違点を次のように考えた。

第一に、各科目・学年に共通の目標として、「契約」の法的意味を理解させながら主体的に関わる態度を養うことをめざす。例えば、いわゆる「悪質商法」に関するも、単に被害者（被害者になり得る可能性のある者）の立場でその被害の防止や対処方法を知るだけでなく、被害から自己の利益や権利を正当に回復する方策を活用できる行動力や、消費者の利益・権利を守る法制度の確立を求める態度を身につけることをねらいとして指導する。積極的に法を活用する能力と主権者として法の制定・改廃に関する「主体」であることを、授業を通して自覚するよう促すということである。

第二に、家庭科では消費行動と直結した身近な行為として「契約」をとらえ、具体的、あるいは体験的に学ぶことを重視し、他方社会科では「人権保障」や「正義」の実現の観点から論理的に「契約」の意味や課題を考える力を養うことをめざすという、アプローチの違いを明確にする。実際には、家庭科では日常的な契約行為を辿る中でその効果や問題点に気づく授業を展開し、社会科（公民科）では、近代市民社会における自由観や資本主義経済の原理、労働基本権など科目内の他領域と関連づけ、また歴史的分野の学習をもふまえて、「契約」に関わる私的自治の意味を原理的に理解することをめざした。

授業は以下の日程で行った。「契約」という同一の題材に対し家庭科と社会科で異なるアプローチを試みながら、その関連性を意識するという目的に鑑み、家庭科授業の対象である中学2年生が、翌年社会科（公民的分野）の授業を受けている。授業を受けた生徒に対するアンケートも実施された（本報告書24-26頁参照）。

対象	教科・科目	主題	授業実施日
中学2年	技術・家庭科	『家庭生活と消費』	平成23年11月12日
中学3年	社会科（公民的分野）	『‘法’と親しくなろう』	平成24年7月12日
高校1年	公民科「政治・経済」	『近代市民法の原理とその修正』	平成24年3月13日

第1 中学校「技術・家庭」家庭分野（中学2年）

良 千恵子

1. 授業を進めるにあたって

平成23年度から小学校、24年度から中学校で、新学習指導要領が全面実施になった。中学校（家庭分野）の場合、現行の指導要領『B家族と家庭生活』に含まれていた〈(4)家庭生活と消費〉の項目が、新たに『A家族・家庭と子どもの成長』『B食生活と自立』『C衣生活・住生活と自立』『D身近な消費生活と環境』の4つの分野のひとつにまとめられた。

また、主体的に行動する消費者を育てるために、小学校と中学校・家庭分野とほぼ同じ枠組みとなり、小・中学校の系統性がはかられた。消費生活に関しては、小学校は、「物や金銭の使い方と買い物などの学習を通じて、基礎的・基本的な知識及び技能を身につけるとともに、計画的な使い方を考え、購入できる力や態度を育てるここと」中学校は、「小学校での学習をふまえて、「消費生活の重要性を知り、消費者の権利と責任について理解を深め、物資・サービスの選択、購入及び活用が適切にできる能力を身につけること」を目標としている。

このことは、近年の社会経済の状況変化や情報化社会の中、消費者が物資・サービスの購入などを通して、よりよい消費生活をおくるために必要な知識・能力の育成とともに、消費者の権利と責任についての学校教育における法教育の実施や教材のあり方についての取り組みが必要と考えられる。しかし、消費者教育としての授業展開の仕方は様々で、教科の時間数の関係で充分に授業時間を確保できない為に部分的な扱いになってしまることが多い。また、指導者の消費者問題への関心度によっても大きく違ってくる。筆者も消費者教育の目的が『商品サービスに対する科学的知識と価値観の育成とこれによる実践力の育成である』^(注1)という認識でとらえていた。衣生活・食生活の領域の中で商品の選択と購入を消費者教育として扱っていて、なかなか消費行動が社会全体に与える影響など法律に関する権利と責任についての理解を深める授業までできていない状況であった。

平成に入って、子ども達を取り巻く社会環境は激変し、多種多様の物資・サービスが氾濫し、消費の拡大は相変わらずである。インターネットなど情報化がさらに進み、いつでも、どこでも、誰でもが簡単に品物やサービスが手に入る状況から、中学生がトラブルに巻き込まれることも少なくない。単に物資・サービスを正しく選択・購入する基本的知識・態度の育成だけにとどまらず、社会秩序を保つための法や制度の認識とともに、消費生活の中で実践的に行動できる能力を育てていくことが必要である。日常における消費生活に対する中学生の認識・理解は乏しい。『中学生もまた消費者

(注1) 武藤八重子「家庭科教育」家政教育社68巻9号、23頁、1994年。

である』という意識をまず持たせること、そして消費生活の基盤である『契約』について考えることが第一歩であると考えた。

2. 授業の展開と内容

① 導入(7分) 「私の生活行動」

朝起きて、学校に登校するまでの自分の行動をふり返り、発表する。

朝食を食べる	洗面・歯磨きをする	トイレに行く	制服に着替える
歩いて学校に行く	電車に乗る	テレビを見る	

*自分の生活行動の意識付けをする。

② 展開(38分)

・「買い物は契約」

昼食にコンビニでおにぎりを買うと想定して、ロールプレイをおこなう。身边におこる場面を共有して体験する。

場面1 〈役割分担 客ー生徒、店員ー教師〉

『いくつかのおにぎりから、1個を選んで買う』

客「これください」 店員「代金は105円です」

*客と店員とのやりとりから、契約のしくみを理解する。

*買い手と売り手の合意で契約が成立することを認識する。

場面2 〈役割分担 客ー教師、店員ー生徒〉

『買う店を選ぶ』『自由に時間をかけておにぎりを買う』

*どの店でどれを買うか自分で決める。

場面3 〈役割分担 客ー生徒、店員ー教師〉

客…いつも買っているおにぎりを即座に選んで店員に渡したが、「他のおにぎりに変えてほしい」という。

店員…「レジをとおしたので、困ります。これも買って下さい」

*自由に買えない、知らないことわざなどの問題が生じる。

場面1と場面2、3との買い手と売り手の関係の違いに気づく。客と店員とのやりとりから、契約とは何かを考える。

契約の原則とは 自分の意思で自由に自分できめる、お互いの立場が対等である、自分で決めたことには責任が伴う ことを理解する。

・「様々な契約」

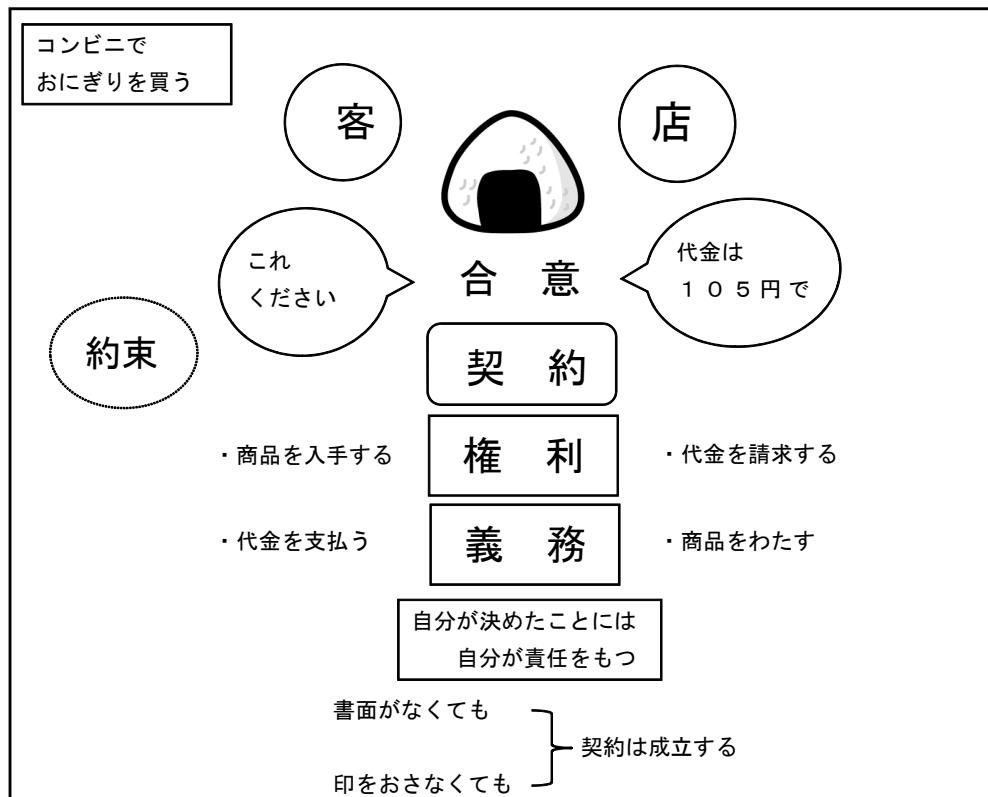
『おにぎりを買う』ことは売買契約であり、朝の生活行動も契約であることが多いことを知る

洗面・歯磨きをする	トイレに行く	水道供給契約	電車に乗る	旅客運送契約
テレビを見る	受信契約	その他	薬局で薬を買う	は 売買契約であるが、
病院へ行き、治療を受ける	ことは医療契約			
ツアーデ旅行する	募集型企画旅行契約			

③まとめ（5分）

契約において、自分の意思で自由に自分でできめること、お互いの立場が対等であること、そして自分で決めたことには責任が伴うことを再度確認する。

【参考：板書事項】



3. 研究授業展開の課題

「契約とは何か」に1時間かけて授業展開したが、次時以降の「販売方法と支払い方法」「消費生活のトラブルを防ごう」「消費者を支えるしくみ」の学習においても、常に契約の原則にたって考えていくことができた。また、何気なくおこなっている毎日の生活行動が、契約であることが多く、中学生である自分の身近なものであることに気付かせ、おにぎりを買うという体験を通して『中学生もまた消費者である』という認識をもたせることができた。

課題としては、契約のしくみをまとめる際に契約と約束との違いをしっかりと理解させることができていなかった。また、場面3での客と店員とのやりとりの中で、たとえば、『商品を床に落としてしまった』『商品が不良品であった』などありそうなトラブルの事例についての問い合わせや意見交換も必要であったし、現実には、店側の好意によって商品交換や返品が可能になっていることの説明にもふれるべきだというご指摘をいただいた。

社会の変化に対応して、消費者の基本的な権利と責任について理解し、消費者として実践的に行動できる力を育てていくための題材として教科書の内容をどう活用するのか。より効果的に活用していくためには、どのような授業展開が考えられるか。法教育としての認識にたっての教材開発・取り組みが不可欠である。



【中学校 技術・家庭科（家庭分野）学習指導案】

指導者 大阪教育大学附属天王寺中学校 教諭 良 千恵子

1. 日 時 2011年11月12日（土） 第2時限（10：35～11：25）
2. 対 象 大阪教育大学附属天王寺中学校 第2学年B組 40名
3. 場 所 大阪教育大学附属天王寺中学校 特別室（北館4階）
4. 主 題 家庭生活と消費
5. 主題設定理由

今日、科学技術の発展や社会経済の状況変化などにより、多種・多様な物質・サービスがあふれ、消費生活は大変豊かなものになっている。しかし毎日の生活のなかで、中学生も商品・サービスの多少にかかわらず、購入することによって消費生活をおくっているものの、その認識はほとんどない。その為、合理的な商品・サービスの選択もむずかしく、多様・複雑化した消費者トラブルに巻き込まれる事例も少なくない。

『中学生もまた消費者である』という認識をもち、実生活での商品・サービスの選択について適切な意思決定ができるとともに、消費者の権利と責任など消費生活に関する知識と実践的な態度を育てたい。

6. 授業計画（全10時間）

区分	学習内容		時間配当
第1次	商品の選択と購入	加工食品の選び方・既製服の購入	2
第2次	よりよい消費生活のために	契約とは何か	1
		販売方法と支払い方法	2
		消費生活のトラブルを防ごう	3
		消費者を支えるしくみ	2

(本時)

7. 本時の授業展開

- (1)題材 『くらしの中の契約』
- (2)目標 商品・サービスの購入は契約によって成立していることを理解する。
- (3)準備物 教科書、資料集、ノート、掲示物
- (4)授業過程

段階	学習事項	指導者の活動	生徒の活動
導入	・私の生活行動	・生徒の生活行動を順おって、発表させまとめる。	・学校に登校するまでの、自分の生活行動をふりかえる。

展開 I	<ul style="list-style-type: none"> ・買い物は契約 ・契約の成立 ・契約のしくみ 	<ul style="list-style-type: none"> ・コンビニでおにぎりを購入する場面設定を説明する ・客（買い手）と店員（売り手）の役割分担をし、生徒とともにロールプレイをおこう。 <p>場面 1</p> <ul style="list-style-type: none"> ・客と店員のやりとりから、契約のしくみを説明する。 <p>場面 2、 場面 3</p> <ul style="list-style-type: none"> ・場面 1との違いに気づかせる。 ・「契約」の原則を整理する。 自分の意思で決める。 互いの立場が対等である。 ・買い物と売り手の間に権利と義務が生じることにも言及する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・昼食にコンビニのおにぎりを買うことを想定する。 ・おにぎりを買う時の客と店員とのやりとりを思い出し、客と店員の間に生じる関係を考える。 ・契約が当事者の合意で成立することを認識する。 ・客と店員とのやりとりから、場面 1との違いを考える。 ・自分の意思で自由に決められていたか、お互いの立場が対等であったかを確認する。 ・契約のしくみを理解する。
展開 II	<ul style="list-style-type: none"> ・様々な契約 	<ul style="list-style-type: none"> ・生活行動の中に、どのような契約が存在するか考えさせる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・くらしの中の契約の例を想起し、確認する。
まとめ	<ul style="list-style-type: none"> ・本時のまとめ 	<ul style="list-style-type: none"> ・「契約」の原則を再確認する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・契約が日常の生活行動の中に多くあることを認識する。 ・「契約」の原則の大切さに気づく。

第2 中学校「社会」公民的分野（中学3年）

甲 山 和 美

1. 授業のねらい

新学習指導要領において、中学校「社会」公民的分野では「個人の尊厳と人権の尊重の意義、特に自由・権利と責任・義務の関係を広い視野から正しく認識させ」ることを目標に、「社会生活における物事の決定の仕方、きまりの意義について考えさせ」ることが求められている。社会科における「法教育」は「憲法教育」、あるいは「人権教育」と読み換える実態が長く続き、さらに平成16（2004）年に「裁判員の参加する刑事裁判に関する法律」が成立して以降は裁判員制度に重心が置かれ得る傾向が強まったと考えられる。このような現状にあって、新学習指導要領が「現代社会をとらえるための見方や考え方の基礎として、対立と合意、効率と公正などについて理解する学習」を取り入れ、その際「契約の重要性やそれを守ることの意義及び個人の責任など」に気づかせるとしている点は注目される。

本研究における「法教育としての消費者教育」とは、法的な問題に対して主体的に取り組む公民の育成をめざすものである。そこで描かれるのは、被害者（となりうる存在）であり被害から保護される存在という旧来の「消費者」のイメージではない。立法の意義を理解して積極的に法を活用し、問題解決にむけて発言し行動する「消費者」である。その育成をめざす「消費者教育」では、したがって、消費者の権利、その保護のための法や制度などを学ばせることにとどまらず、民主社会の構成員としての基本的人権に対する深い理解と感受性、的確に問題を捉え公正に解決を図る力の育成が求められる。その指導は、公民的分野の広い領域と関わるものとなる。

本授業は、公民的分野の学習が一定程度進んだ段階（3年1学期末）に実施されたが、それまでの学習事項をふまえ、さらには歴史的分野での学習内容との関連性も意識した構成を試みた。生徒がさまざまな学習成果を活用して「契約」の法的意味を理解し、「自由」「責任」「公正」などの価値を手がかりに「原則から考える」力を育むことをねらいとしている。また、生徒たちは前年度に、契約に関する「家庭」の授業を受けている（良千恵子教諭 本報告書59－64頁）。そのことをふまえ、生徒が同じ「契約」という題材について、別の視点（社会科の視点）から見ることを意識できることを企図した。

なお、本授業では、司法書士法教育ネットワークにより編集・発行された中学生向け読み物教材『中学校「技術・家庭」家庭分野の教科書で‘法’と親しくなろう～「身近な消費生活」の学び方～』（小牧美江・田實美樹・古川百合香著2012.4.27 http://laweducation.sakura.ne.jp/textbook_for_junior_high_school.html）の利用を想定し、その内容を参考に、一部転載の許諾を得て配布プリントを作成した。

2. 授業の展開

後掲「中学校社会科（公民的分野）学習指導案」のとおり。

【中学校 社会科（公民的分野） 学習指導案】

指導者 大阪教育大学附属高等学校天王寺校舎 教諭 甲山和美

1. 日 時 2012年7月12日（水） 第4時限（11：40～12：30）
2. 対 象 大阪教育大学附属天王寺中学校 第3学年D組 40名
3. 場 所 大阪教育大学附属天王寺中学校 第3学年D組教室
4. 主 題 「‘法’と親しくなろう」～わかつておきたい“契約”のルール～

5. 主題設定理由

生徒は、「契約」が身近な日常的行為であることをすでに家庭科で学び、理解している。また、豊かな消費生活の実現のためには合理的に選択することが大切であり、さまざまなトラブルに巻き込まれないためにも「契約」に関する知識が必要であることを理解している。

本授業では、これまでに得た「契約」に関する知識を活かし、生活の中で判断する力を身につけさせることをめざす。そのために、まず「契約自由の原則」を理解し、契約に伴う責任を自覚させ、法的行為として「契約」において実現されるべき「正義」「公正」に気づかせる。そして、そのような原理・原則から合理的に考え、具体的な事象について判断する姿勢と能力を育成したい。

6. 展開

段階	学習事項	指導者の活動	生徒の活動
導入	・寸劇 「アンケートに答えた ら…」	・生徒とともに寸劇を演じる。 ・課題提起 「○○さんは入学手続を取り消 せるか」「なぜ、そう考えるか」 ・「契約」が本時の主題であるこ とを提示する。	・寸劇を観て、今時の学習テー マの問題に気づく。 ・「契約」に関する知識、既習 事項を思い出し、それを基に 考える。
展開 I	1. “自由権”と近代社会の発展	・フランス人権宣言（歴史的分野 で既習）を通して、近代が「自 由」保障の時代であることを確 認する。 [フランス人権宣言] 第1条・ 第4条	・条文中の空欄を補充し、確認 する。

		<ul style="list-style-type: none"> ・自由権保障と民主政治・資本主義経済の発展を関係づける。 ・「契約自由の原則」を紹介する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「自由」の保障が近代社会の基盤にあることに気づく。 ・「契約」における自由の重さに気づく。
	2. 契約		
	1) 契約の成立	<ul style="list-style-type: none"> ・「たい焼きを買う」場合を事例として、契約成立の要件を確認する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・契約が当事者の合意により成立することを想起する。(家庭科で既習)
	2) 「契約」にともなう責任	<ul style="list-style-type: none"> ・契約成立にともなって発生する「権利」と「責任」を考えさせる。 ・契約が法的責任を発生させることを確認する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・契約により生じる権利が法的に保護されること、責任が法的に履行を求められるものであることを認識する。
展開 II	3) 「契約」を守らなければならない理由	<ul style="list-style-type: none"> ・「契約自由の原則」の前提を整理する。 ・相互に対等な関係であること ・自分で意思形成したこと ・相手への（契約履行の）信頼 	<ul style="list-style-type: none"> ・契約関係が「信頼」に基づくことに気づき、負うべき責任を理解する。
	4) 解約できる場合 ・消費者契約法 ・クーリング-オフ制度	<ul style="list-style-type: none"> ・契約解除の要件を通して、「契約自由」の例外とすべき場合に気づかせる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・相互の対等な関係、自由な選択が実現されているか、に注目する。 ・具体的なケースをイメージする。
まとめ	3. 「原則から考える」ということ	<ul style="list-style-type: none"> ・「契約」と日常生活の密接な関係 ・ルール・法の規定に対する知識の必要 ・「原則」を捉える大切さ ・「原則から考え」で判断できることに気づかせる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「契約」が日常的行為であることを認識する。 ・「契約」のルール、法律の知識を持つことの大切さに気づく。 ・ルールの「原則」を知り、「原則から考え」で判断することができる力を身につけることが必要であると理解する。

自立したおとなになるために

‘法’と親しくなろう ~わかつておきたい“契約”のルール~**❖ “自由権”と近代社会の発展**

フランス人権宣言（1789年） 教科書P.197

第1条 人は生まれながら、() で() な権利を持つ。…

第4条 () とは、他人に害を与えないかぎり、なにごともできるということである。

自由権 の保障 → 近代社会
 = 民主主義政治・資本主義経済 の発展

□
() の原則

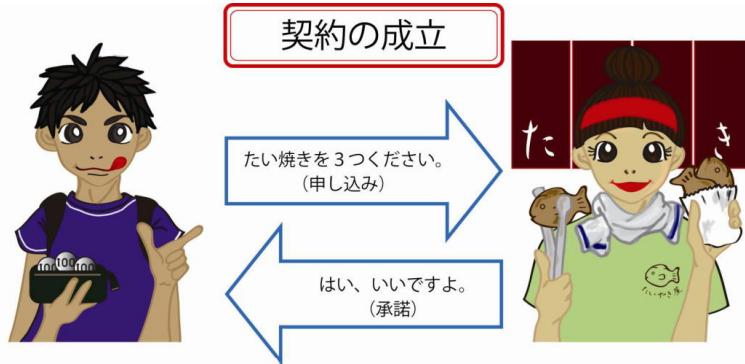
契約の内容・方法は、個人の自由な意志に基づいて選択できる。

❖❖ 契約

1) 契約の成立

Ex. 「たい焼きを買う」場合 → () 契約

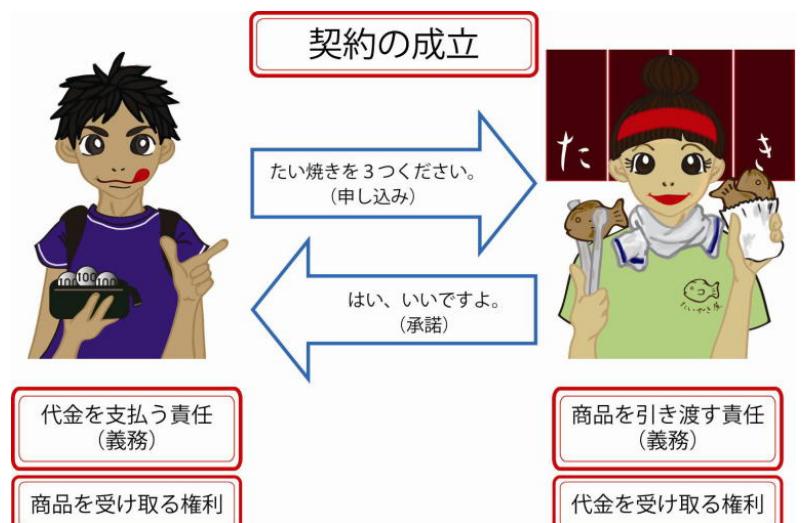
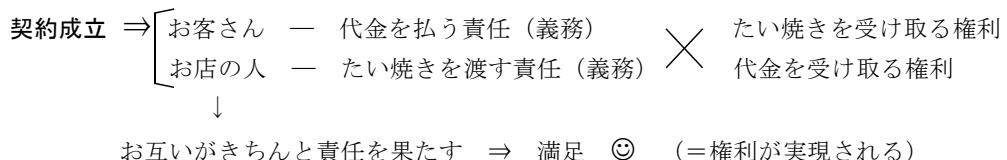
① 「たい焼き、3つください」 ② 「はい、いいですよ」	() ()] 合致 ⇒ 契約成立！
---------------------------------	----------------------------



- ・お互いの()が一致することで、契約は成立する。
- ・書面(契約書)を作ったり、印鑑を押したりという手続は必ずしも必要ではない。
- ()でも契約は成立する。

2) 「契約」にともなう責任（義務）

Ex. 「たい焼きを買う」場合



- ・「契約」によって、お互いに（ ）が生じる。
- ・相手に責任を果たすことを求めることができる（=権利）。 ← 法律によって保護
 → 責任を果たさないと（ ）を求められる。 ↑

「契約」について定めた法律 = ()

3) 「契約」を守らなければならないわけ

契約自由の原則

↑

前 提

- お互いが（ ）な立場である。
- 契約の（ ）や（ ）について、じっくり、しっかり考えて決めている。
- 守れない約束をするはずがない！！



「原則から考える」ということ

◆ わたしたちは、さまざまなモノやサービスを、お店や会社など（事業者）から購入して、毎日の生活に役立てています。

この「消費」活動は、「契約」と必ず関係しています。「契約」のルールは法律に定められています。わたしたちは毎日、それと意識しないで、法律に基づく行為を行っているのです。



ですから、わたしたちが安全・安心で豊かな生活を送るために、「契約」のルールについて知ること、つまり「契約」に関わる法律に親しむことは、とても大切です。

◆◆ 「法律に親しむ」というのは、法律の条文を覚えることではありません。細かな法律の知識がなくても「原則から考える」ことができれば、いろいろな場面で適切な判断ができることが多いのです。

「契約」についても、「原則」を知って、「原則から考える」と、実際の場面で「何かおかしい」と疑問を持ったり、「何か怪しいかも」と直感的に感じたりすることができます。そうすると、その場で慌てて契約せずに、よく調べてから決めようとか、誰かに相談してみようとか思うことができますよね。それが、よく考えずに契約してしまうことによる被害を予防したり、解決の方法を見つけたりすることになるのです。

原則から考える ← 「契約の原則」

○ 自分で考えて、選んで、（ ）で決める。

○ 他人から強制されずに、ほんとうに（ ）に考え、選らぶ。



情報を集めて、
自分で考えて…

◆◆◆ 「自立したおとなになる」ということは、「自分の行為に責任をもつ」ということです。被害を受けて泣くことも、他人に迷惑をかけて悩むこともないように、「原則から考える」練習を積んで、自分の行動を選び、決められる「おとな」をめざしましょう！！

4) 「契約」を取り消す（解約する）ことができる場合

【消費者契約法】に定められた契約を取り消すことができるケース

- Ⓐ 「事故車でない」と説明され、購入した中古車が事故車だった。

…【重要事項についての虚偽の説明】

- Ⓑ 「価格が下がることはない」と勧誘されて債券を買ったが、値下がりした。

…【不確実なことがらの断定的な説明】

- Ⓒ 自宅を訪問してきたセールスマニに、「帰ってくれ」と言ったのに深夜まで粘られて、子どもの学習教材を買った。

…【不退去】

- Ⓓ 「帰ります」と言っているのに営業所から帰させてもらえず、しかたなく高額の化粧品を買った。

…【監禁】

() 制度

- Ⓔ 訪問販売

- Ⓕ キャッチセールス（声を掛けられ店舗に同行）

- Ⓖ アポイントメントセールス（電話・郵便等による店舗への呼び出し）

- Ⓗ マルチ商法（販売員が新しい販売員をねずみ算式に増やしながら販売する方法）

- Ⓘ 割賦販売（代金を分割・後払い支払う販売方式）

	期間	法律
Ⓔ Ⓠ Ⓡ Ⓢ	8日間	特定商取引法
Ⓘ	20日間	割賦販売法

* このほかに、業界や業者が任意（自主的）にクーリングオフを規定している場合もある→契約書をチェック



・「契約」は守らなければならない→一方的に取り消したり解除したりできない！

・どんな場合に取り消したり解除したりできるのか？

契約は、自分と相手とが対等の立場に立って、契約自由の原則にしたがい、自分でじっくり、しっかり考えて、自由に選んで決めるということが前提になっている。



事業者の情報量・交渉力

お互いの関係が対等でない

- 商品についての“情報”的量
- 交渉する“力”

自由に選べていない

- 強制されていないか
- 自由に考えられているか
- 他と比べることができているか



消費者

事業者と消費者には「格差」がある

自立したおとなになるために

▶次の事例について考えましょう。

○○さんは大学生です。夏休み間近のある日、試験が終わって解放感にひたっていた○○さんは、買い物でもしようかな…と街をブラブラしていました。すると、見知らぬ（A）から突然呼び止められたのです。

業者A) すみません。ちょっとお時間いいですか？あなた、大学生？ [と、親しげに話しかける]

○○) ハイ、そうですけど…。

A) 今ね、学生さん対象にアンケート調査しているの。海外旅行についての意識調査なんだけど、そんなに時間かからないから、答えてもらえないかな？

○○) （まあ、どうせ何も予定ないし）いいですよ。[と、快くアンケートに協力する]

A) ご協力ありがとうございました。

[アンケートを見て] へえ～、あなた天王寺大学の学生さんなの。優秀なのね。

○○) いえ、そんなことないです。[照れながらも、まんざらでもない表情]

A) やっぱり、海外旅行には興味あるわよねえ。ところで、英会話はできる？

○○) ほんの片言なら…。

A) 英検は？ 1級合格してる？

○○) いえ…（2級なら合格してるけど）…

A) TOEFLは？ 何点？

○○) いえ…受けてないです。（英語専攻じゃないし）

A) え？！ [と大げさに驚いて] そんなことで大丈夫？ いまどき、英検とか TOEFLとかの資格もってないと、就職も難しいでしょ？ 有名大学の学生さんなら、たいていどっちかの資格、持ってるわよねえ。

○○) …（だって、英語苦手なんだもん）…

A) それに、英会話ができなくちゃ、海外旅行しても全然楽しめないじゃない。もし彼女と（彼氏と）一緒だったら、ぜったい恥ずかしいよ！！

○○) ……。[ちょっと落ち込む]

A) まあ、そんなに落ち込まなくても。ウチの会社、英会話学校も経営してて、ちょうど今、授業の無料体験キャンペーンやってるの。時間あるんだったら来てみない？ 先生はみんなネイティブで、陽気な人ばかりだからすごく楽しく勉強できるし、すぐ上達するわよ。

○○) （どうしようかな…。）

A) べつに、体験したからって、入学しなくちゃいけない訳じゃないし、ちょっと試しに見てみるだけ！ ほんとに楽しい授業だから、あなたの英語に対するコンプレックスも吹き飛ぶと思うわ。

○○) （コンプレックス…痛いとこ突かれた…）

A) 体験して英会話に興味もったら、自分なりの勉強方法を見つければいいと思うし。大げさに考えないで来てみてよ。体験だけの人、たくさんいるよ。

○○) （どうしようかな…時間はあるけど…大丈夫かな…）

- A) こうして出会ったのも何かの縁だと思う。私もむかし、英語コンプレックスもってたから、気持ちわかるよ。なんだか他人事とは思えない…。もし、あなたが人生変えるチャンスをつかんでくれたら私も嬉しいし。
-) (なんかこの人親切だな。ここまで言ってくれるんだし、行くだけ行ってみようかな)
- A) ね！行こ！！ここは暑いし、教室ならクーラーがんがんで涼しいし。飲み物も出るよ！！
-) うん…じゃ、ちょっとだけ…。
- A) そうそう、ちょっとのぞいてみるだけ。そのあとどうするかは、後でゆっくり考えればいいから。
-) はい。
- A) さっ！行こ行こ！！

ということで、○○さんは英会話学校に行き、レッスンの様子をすこしばかり見せてもらいました。そして、事務所に案内され冷たい飲み物を出されると、職員（B）が現れて……。

- 業者B) どうでしたか？ 楽しい授業でしょう。今日見ていただいたクラスは、ちょうどあなたにぴったりのレベルだと思うんですね。
-) たしかに楽しそうでしたね。（でも、私にはレベルが高すぎる気がする…）
- B) 実は、あのクラスなんですが、生徒さんが一人、急におやめになって欠員があるんですよ。今日、入学を申し込みでいただければ、来週からあのクラスでレッスンしていただけますよ。
-) いや、でも…。（入学するなんて言ってないし）
- B) あの先生は本校でも一番人気のある先生なんです。だから、すぐに希望者が出て欠員が埋まってしまうと思うんです。いやあ、あなたはホントに運がいいですよ。今日、ウチにいらしたのはラッキーでしたね。
-) でも…。学生ですから…授業料が払えるかどうか…。
- B) それなら大丈夫です。ウチの授業料は他の学校に比べて良心的ですし、分割もできますから。みんな分割にしてます。大学生でも無理なく払えますよ。
-) ……。
- B) こんなチャンス、またとないですよ。英会話勉強するなら、やっぱりいい先生に習わないと。
-) …（そうかな？ そうかも）…。
- B) あのね、いつまでもそんな優柔不断な態度では、あなた、何も自分のものにできませんよ。いまどき英語が話せるなんてあたりまえのことなのに、あなた、そのまでいいんですか？ その調子じや、就活もきっと大変でしょうねえ。英語もしゃべれない人が、就職できるのかなあ。
-) （そうだな…勉強しなくちゃいけないとは思ってたんだよね。）
- B) ね！今がチャンスです。英会話、始めましょう!! 私達、一生懸命お手伝いします。大丈夫、1年もしたら、ペラペラですよ。頑張りましょう！！！
-) そうですね…がんばってみようかな。

ということで、○○さんは英会話学校の入学手続をしたのでした。

►►帰宅後、○○さんは「やっぱりやめとこ」と思いました。さて、どうしたらいいでしょう？

第3 高等学校公民科「政治・経済」(高校1年)

甲 山 和 美

1. 授業のねらい

高等学校では、平成25年度から新学習指導要領が実施される。公民科「政治・経済」の場合、消費者教育は、内容の（2）「現代の経済」において「消費者に関する問題も扱うこと」と位置づけられ、「家計、企業、政府間の情報格差という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」と指示されている。また「金融の仕組みと働き」の項において「クレジットやローンなど日常生活の中での金融の役割、貸し手及び借り手の自己責任の原則や契約の重要性について……具体的に理解させるようとする」とされ、全体として消費者の自立と自己責任が強調されているようにも読み取れる。「製品事故、薬害問題などを扱い、行政や企業の責任にも触れるようする」ともあるが、行政や企業の責任を求める意識と行動がなければ、消費者が利益や権利を保全することは能わない。しかし他方、「自己責任の原則や契約の重要性について、内容（1）ア（「民主政治の基本原理と日本国憲法」）と関連させ」での指導を求める記述もある。「現代社会」の指導要領においても同様の記述が見られる。

ここで求められているのは、現代社会の秩序を支える近代市民法の基本原理を理解し、現実を原理から考え判断する力であると理解すべきであろう。消費者の権利や利益が消費者基本法や消費者契約法によって守られている、という理解にとどまることなく、私的自治の原則や過失責任の原則に立ちながらその修正が必要となる理由を理解することにより、社会のしくみ（資本主義経済、基本的人権の尊重）を支える主体として果たすべき役割と責任を自覚する市民の育成が重要である。

本授業は第1学年の学年末に設定された。「政治・経済」の既習事項をふまえ、自由と権利の保障という近代市民社会の目的と合致した「契約」のルールのとらえ方を考える授業を企図した。また、その中で労働法や消費者保護諸法の意義を理解し、法や制度を所与のものとして受け入れるのではなく、主権者として法のあり方に見識をもち、積極的に意見表明する姿勢の育成につながることを期待した。

「契約」を通して、自由とともに正義や公正といった価値を社会に実現する責任を自覚し、合理的な法的思考の力を身につけることが、本授業実践の究極の目標である。従来の憲法教育や人権教育と同様の目的を、私的な法律行為である「契約」を題材に学ぶことでも達成することができる。むしろ、身近な私的行為の法的なとらえ方を学び考えることを通じて、自由や権利、義務や責任の意味が観念的な理解を超えて浸透する可能性があると考えられる。そのような意味で、消費者教育の「法教育」としての広がりを考える契機となる授業となった。

2. 授業の展開

後掲「高等学校公民科「政治・経済」学習指導案」のとおり。

【高等学校 公民科「政治・経済」 学習指導案】

指導者 大阪教育大学附属高等学校天王寺校舎 教諭 甲山和美

1. 日 時 : 2012年3月13日(火) 第4時限(11:40~12:30)
2. 対 象 : 大阪教育大学附属高等学校天王寺校舎 第1学年D組40名
3. 場 所 : 大阪教育大学附属高等学校天王寺校舎 第1学年D組教室
4. 主 題 : 近代市民法の原理とその修正 ~「契約自由の原則」を中心に~
5. 目 標 :
 - ① 基本的人権を「自然権」と捉える観点から、「自由」の普遍性を確認させる。
 - ② 近代市民社会の基本原理、特に「私的自治の原則」の意義を理解させる。
 - ③ 「契約自由の原則」を理解し、契約に伴う責任を自覚させる。
 - ④ 契約当事者間に「格差」がある場合を想定し、保護的な立法・政策の必要性に気づかせる。
 - ⑤ 自由や権利を保持する努力、人権を守る法律や制度への関心の必要性に気づかせる。

6. 展 開

段階	学習事項	指導者の活動	生徒の活動
導入	<ul style="list-style-type: none">・今時のねらい 「自由・権利保持の態度」・「自然権」としての基本的人権	<ul style="list-style-type: none">・今時の学習のねらいは、基本的人権に向き合う態度を考えることである。・近代市民社会が市民革命の成果として「基本的人権」を獲得したこと、民主政治の原理が「自然権」思想や社会契約説に裏付けられたものであることを想起させる。・自由権の保障の下で資本主義経済が成立・発展したことを想起させる。	<ul style="list-style-type: none">・「自然権」の意味、そこに「自由」であることが含まれることを確認する。・市民革命・民主政治の原理・資本主義経済の原理を確認する(既習)。・「所有権」が自然権として、国家・権力以前に存在する権利であるという位置づけに気づく。

展 開 I	<p>1. 近代市民法の原理</p> <ul style="list-style-type: none"> ・所有権絶対の原則 ・私的自治の原則 ・過失責任の原則 <p>1) 所有権絶対の原則</p> <p>2) 過失責任の原則</p> <p>2. 私的自治の原則 「契約自由の原則」</p>	<p>・「所有権絶対」の意味、所有権が自然権として捉えられていることを理解させる。</p> <p>・「過失責任」の意味を説明する。 * 「所有権絶対」「過失責任」については、簡潔な説明に留める。</p> <p>・自由主義（資本主義）における私的自治の意味を、「権力からの自由」・「個人の対等」の両観点から理解させる。</p> <p>・「契約自由の原則」の意味と、契約により発生する権利と義務を理解させ、契約に伴う責任に気づかせる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・物に対する全面的支配権であることを理解する。 ・所有権が自然権として捉えられることに改めて気づく。 ・日本国憲法が「財産権の不可侵」を定めることを確認する。 ・「自由な行為」が、故意・過失による行為である場合に限っては、損害に対する責任を負うことを理解する。 ・「私的自治」を自由意思に基づいて自ら決すること、同時に結果に自己責任を負うことと理解する。 ・契約が、権利・義務の関係を生じさせる行為であると気づく。 ・契約関係が「信頼」に基づくことに気づき、負うべき責任を理解する。
展 開 II	<p>3. 「契約自由の原則」の修正</p> <p>1) 「契約の自由」の問題点</p>	<p>・具体的な事例から、「契約自由」の例外とすべき場合に気づかせる。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・事例①②を読み、原則に従つてよいかどうか考える。

	2) 契約自由の原則に対する制限	<ul style="list-style-type: none"> ・実質的に対等ではない関係（労使関係／事業者と消費者）において生じる問題に気づかせる。 ・権利を守るために、契約の自由に一定の制限が必要であること、そのための立法・政策が必要であることを説く。 	<ul style="list-style-type: none"> ・何が問題か、考える。 ・契約の当事者間が実質的には対等でないことに気づく。 ・労働基準法・労働組合法の意義から、契約における“弱者”保護の必要性を理解する。（労基法第13条を読む） ・消費者保護のための立法について、資料を通じて確認する。（消費者基本法・消費者契約法第1条）
まとめ		<ul style="list-style-type: none"> ・すべて人は自由であるべきこと、現実において自由や権利が損なわれる場合があることを確認し、 ・私たちの自由・権利を守る法や制度を作り、知り、活用する必要に気づかせる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・原理・原則（自由・平等）に照らして現実の問題点に気づく力の必要性を理解する。 ・労働法や消費者保護法について学ぶ意義を理解する。

“自由”は守られているか？！ ～自由獲得の闘いはつづく～

1. 「自然権」としての基本的人権

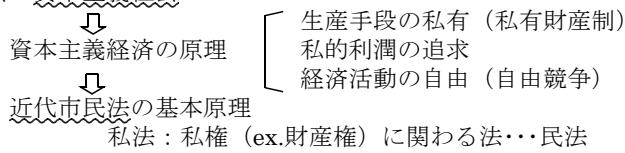
アメリカ独立宣言

われわれは、自明の真理として、すべての人は平等に造られ、造物主によって、一定の奪いがたい天賦の権利を付与され、そのなかに生命、() および幸福の追求の含まれることを信ずる。

フランス人権宣言

第1条 人は、() かつ権利において平等なものとして出生し、かつ生存する。…
 第2条 あらゆる政治的団結の目的は、人の消滅することのない自然権を保全することである。
 これらの権利は、()・所有権・安全および圧政への抵抗である。
 第4条 自由は、他人を害しないすべてをなし得ることに存する。…

2. 近代市民社会=資本主義社会



- 所有権絶対の原則 …… 日本国憲法
- 私的自治の原則 …… 第29条 1 財産権は、これを侵してはならない。
- 過失責任の原則
(故意・過失がない場合には責任を問われない)

3. 私的自治の原則

人が生活していく際に他人との間で結ばれていく関係は、すべて個人の () に基づいて、自由にされるべきである、という原則 … cf. “自律”



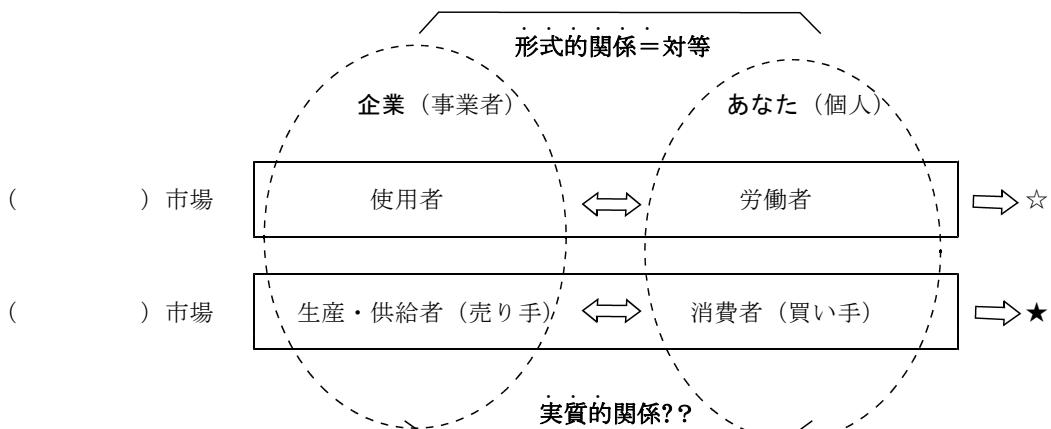
4. “自由”を認めることができない場合 ← ()

CASE① 『仕事は欲しいけれど…』

Aさん(30)は、勤めていた会社が倒産して以来、失業中。妻(32)と長女(2)との生活を維持するために、何としても早く仕事に就きたいと焦っていた。しかし、ハローワークで紹介された会社の面接は不採用の連続。そんな時、学生時代の友人が、「給料は安いけれど、働きやすい会社だよ」と、自分の知り合いの会社を紹介してくれた。さっそく面接を受け、合格。ところが、その場で「明日から来てくれる?半年は試用期間だから、給料は半分ね。その間は残業手当も付かないから、そのつもりで。それから、今すごく忙しいから、2・3か月は休みはないと思ってて」と言われた。そんな給料では暮らしていくのが難しい。休日なしで働くかどうか体力的にも自信がない。だが、仕事は喉から手が出るほどほしいのだ…。

CASE② 『英語は話せるようになりたいけれど…』

Bさんは大学2年生。そろそろ就職のことが気になり始めている。ある日突然、聞いたこともない会社から電話がかかってきて、英会話の教材の購入を勧められた。どんな教材なのか、よくわからなかつたし、英会話はこれまで何度も勉強し始めた経験もあるので、そう言って断った。ところが、「これから時代、英会話は絶対に必須。英語もできないようでは就職も無理。うちの教材なら必ず話せるようになる!」と、こちらが口を挟む余地のない勢いでまくし立てられた。何となく不安もかき立てられ、結局、相手に押し切られる形で、総額80万円もの教材を買うと言ってしまった。電話を切って改めて考えると、やっぱり自分には必要ないものだと思うのだが…。



- ☆ [労働基準法] 資料集 p.331
 [労働組合法] 資料集 p.336

〔第13条〕この法律で定める基準に達しない労働条件を定める労働契約は、その部分については無効とする。……

- ★ [消費者基本法] 資料集 p.432

〔第1条〕この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差にかんがみ、……もって国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

- 〔製造物責任（PL）法〕 資料集 p.432
 〔消費者契約法〕 資料集 p.433

日本国憲法

第97条 この憲法が日本国民に保障する基本的人権は、人類の多年にわたる自由獲得の努力の成果であって、これらの権利は、過去幾多の試練に堪へ、……

第4 司法書士研究員による授業参観報告

吉岡 大地
小牧 美江
田實 美樹
井上 弥生
古川 百合香

1. 中学校 「技術・家庭」家庭分野

【研究授業の概要】

実践報告第1（本報告書59－64頁）参照。

【授業の展開と内容の検討】

① [導入：私の生活行動]

身近な題材の活用： 学校に登校するまでの自分の行動を振り返り、生徒の生活行動を順をおって発表させ、まずは意識付けを行った。電車に乗る、テレビを見たなどの声があがった。

② [ロールプレイ「買い物は契約」を活用した学習の流れ]

身近な題材の活用： 教師と生徒代表により、コンビニでおにぎりを購入する過程のロールプレイを実演して、他の生徒に見せ、もしかしたら自分の身近にも起こるのではないかという事例を実際に見聞き（疑似体験）させた。

原則学習： 買い手である客と、売り手である店員の合意により契約が成立することの原則を確認した。

原則からの思考トレーニング： 実演したロールプレイは、原則通り買い物をする場面だけでなく、迷った挙句客が購入をやめる場面、迷った挙句レジを打った後で客が購入をやめたいという場面で構成され、それぞれの場面ごとに客と店の立場を考えさせた。両者の立場を考えたうえで、契約について考えさせていた。

原則学習： これらの様々な客と店員のやりとりから生じる関係を把握した上で、契約とは何か、どの時点で合意が成立したと言えるか考えさせ、生徒に発表させた。

身近な題材の活用・原則学習： 導入部分の振り返りとして、日常に存在する様々な契約（水道供給契約、旅客運送契約など）が具体例を交えながら紹介された。

③ [まとめ] まとめとして、契約において、自分の意思で決めたことには責任が伴うこと、自由な意思で自分で決めることが大事であるということ、当事者同士が対等であることの確認がされ、本時は終了した。

【研究授業全体の感想】

自分の身の回りの身近な消費生活に焦点を当て、実生活と結びついた「契約」の原則についての知識の習得と実践的な態度の育成をねらいとしていた。

まず、朝起きてから、学校に来るまでの具体的な出来事をあげさせ、そのなかで契約であるものと、そうでないものの説明をすることで、普段の生活が契約抜きには成り立たないこと、契約が大人だけではなく自分の身近なものであることに、生徒目線で気付かせることができていたと思われる。

また、コンビニでおにぎりを購入するという身近な題材のロールプレイを通して契約の成立について学び、改めて生活行動にどのような契約が存在するか考えさせた。中学生にはなじみのない「契約」という言葉を、身近な体験を通じて具体的にイメージできるリアリティーのある題材が活用されていた。生徒自ら考える機会となっており、中学生も消費者であることの認識を持たせることができたのではないかと思われる。

前述のとおり、ロールプレイでは、買い手と売り手両方の視点にたって考えさせる工夫がなされており、原則からの思考トレーニングが取り入れられていた。このように繰り返し原則から考える意識付けが行われたことにより、次に続く学習内容である「販売方法と支払方法」「消費生活のトラブルを防ごう」「消費者を支えるしくみ」においても、常に原則に立ち返りながら複数の視点に立って考えることをベースとして学習をすすめていくことも可能になったと思われる。

なお、課題として、契約と約束の違いの説明（例えば、法律で保護されている約束が契約だという説明）、どの時点で合意が成立して契約が成立するかの説明など、もう少し詳しい解説があればより理解が深まったのではないかと感じた。

* * * * *

2. 中学校 「社会」公民的分野

【研究授業の概要】

実践報告第2（本報告書65－73頁）参照。

【授業の展開と内容の検討】

① [導入]

身近な題材の活用：教師と生徒代表によるロールプレイ（台本読み合わせ、72－73頁資料参照）を実演して、他の生徒に見せた。悪質商法とまでは言えないが、上手な説明について引き込まれて契約をしてしまったという、もしかしたら自分の身近にも起こるのではないかという事例を実際に見聞き（疑似体験）させ、後からやっぱりやめたいと思った主人公はどうしたらいいかという発問を行った。

学習の目的の提示：そのうえで、本日のテーマは、「法的に考えること」（原則学習、原則からの思考トレーニング）であると説明。「法的に考えられる」とは、法律を全部覚えることではなく、ある程度は自分で考え、判断できるようになることだと説明した。また、家庭科で学習した「契約」についての知識を活用して考えてみようと指摘し、教科の関連に気づかせた。

② [学習の流れ]

原則学習の前提（社会科歴史的分野との関連付け）：歴史的分野で学習した近代市民革命について振り返り、本時の学習内容に関わる「契約自由の原則」の前提となつた自由権の考え方とその保障、近代社会の発展について確認した。

原則学習：技術・家庭科家庭分野で学習した「契約の成立」を振り返り、契約成立に伴い両当事者に権利と責任（義務）が生じること等の原則を確認した。

原則からの思考トレーニング：契約を守らなければならない理由を、「契約自由の原則」から考えさせた。契約は、相手が守ってくれると「お互いに信じられる」ことが前提にあるから経済活動が成り立っていること、なぜ信じられるかというと、お互いが対等な立場で、契約の内容や方法についてじっくり、しっかり考えて、断ろうと思えば断れる状況で決めたからだと確認した。「契約自由の原則」を、言葉だけではなくその考え方の中身、原則が成り立つ前提から確認し、そこから理由を考えさせるトレーニングが意識されていた。

③ [まとめ] 「原則から考える」こと、その練習を積んで、自分の行動を選び、決められる「おとな」をめざすことが大切だということ、「契約」について考える場面では、契約の原則から考えること、具体的には、「自分で考えて、選んで、対等な立場で決める」「他人から強制されずに、ほんとうに自由に考え、選ぶ」ことが大切だ、とのまとめがされた。

【研究授業全体の感想】

「法」と親しむというテーマで、導入で自由権と近代社会の発展について触れ、「契約自由の原則」から考えながら、契約の成立やそれに伴う責任について学習する流れの授業だった。ロールプレイも取り入れ、契約の取り消しができる場合があるのはなぜか、なぜ契約は守らなければならないのかを考えさせている。「契約」のルールは法律に定められており、誰もが毎日意識せずに法律に基づく行為を行っていることに気づかせ、そのルールについて知ること、「契約」に関わる法律と親しむことは大切であると説いていた。

本来なら少なくとも2時間は必要かと思われる学習内容を1時間で実施した関係で、配布プリント2枚目（本報告書70-71頁資料参照）の内容は、穴埋め部分の解答と短い解説に終わってしまったのが残念だった。可能であれば、2枚目の教材もワークシート形式を取り入れ、原則から考えつつ意思決定・行動選択トレーニングを意識した学習にも取り組んでみてほしかった。

授業を受けた生徒らは、2年生の2学期に家庭科の授業（本報告書59-64頁参照）で「契約」について学習している。本時の授業では、「家庭科で、契約について学習しましたよね」「家庭科で学習した知識を思い出しながらやってみよう」といった教師による注意喚起が繰り返され、家庭科と社会科の学習内容の関連に注目させていた。また、「契約自由の原則」を学ぶ前提として、社会科歴史的分野で学んだ近代市民革命や自由権の内容の復習も取り入れ、歴史的分野と公民的分野の関連に気づかせる工

夫もされていた。

一般論として、生徒らには、同じ契約や消費者関連の項目が教科書に登場していても、社会科と家庭科の学習内容に共通部分がある、相互に関連しているという意識はあまりないのではないか。そこで、本研究授業のように、例えば社会科教員が、家庭科の教科書でも「契約」について学習したと指摘し、注意を向けさせるだけでも、生徒らの理解は変わるものではないだろうか。さらに、探求心の強い生徒がいれば、家庭科で習ったときのノートやプリント、教科書なども参考に、生徒自身の力で学習内容を連携させる作業をしてもらえることも期待出来るかもしないと感じた。

授業終了後、数人の生徒に聴き取りを試みたところ、「分かりやすかった」「難しいところはなかった」との感想が返ってきた。生徒らの大半が同大学附属高等学校天王寺校舎に進学する関係で、来年度（高校1年次）には同じ甲山和美教諭から「政治・経済」を学ぶことになる。そこでも本時の学習内容に関連する事項を学ぶという予告がされたことに対し、期待を述べる生徒もいた。このように実施教科・学年をずらしつつも相互の関連を意識させて実施する教科連携授業でも、一定の効果があると感じた。

* * * * *

3. 高等学校 「公民」 政治・経済

【研究授業の概要】

実践報告第3（本報告書74－79頁）参照。

【授業の展開と内容の検討】

① **〔導入〕** 1年間の政治・経済の授業のまとめ（振り返り）を兼ねた授業であった。「自然権」をキーワードに、近代社会で市民が手に入れた「基本的人権」が、「自然権」思想から派生したものであり、国家・権力・法律に先立つものであることを、まず確認した。さらに、「自然権」すなわち自由であることに裏打ちされた民主主義政治の原理と資本主義経済の原理を学んだことを復習し、「所有権」を、市民が手に入れたことを確認した。

② **〔学習の流れ〕**

原則学習： 近代市民法の原理である「所有権絶対の原則」「私的自治の原則」「過失責任の原則」の各原則を確認した。

「所有権絶対の原則」については、所有権が「自然権」（自由であること）としてとらえられていることについて、生徒に気付きや理解を促していた。この原則は、日本国憲法にも「財産権の不可侵」として定められていること、但し、例外として公共の福祉を害さない（誰かの権利を侵害しない）範囲の所有権であることなども確認した。また、「過失責任の原則」については、自由な行為が認められているとはいえ、それが故意・過失に基づく行為であった結果、他人を害し、損害を発生させたときに

は賠償責任を負うこと（故意・過失がない限り責任を問われないこと）を確認した。

本題である「私的自治の原則」については、誰とどんな関係を結ぶかは、個人の自由な意思に基づいて自ら決めることができること、「契約」も、誰かとの関係で権利・義務の関係を生じさせる行為であることを指摘した。

原則学習：個人の自由な意思に基づく意思表示が一致（合意）すると、契約が成立すること、契約が成立すると、当事者双方に権利・義務が発生すること、契約には法的な拘束力（互いの権利と義務についての拘束）があること、従って、契約自由の原則は、責任を伴うものであることを確認をした。

原則からの思考トレーニング：「私的自治の原則」（自由な意思）から「契約自由の原則」が導かれているが、相互に契約を守ってもらえるという信頼関係があるからこそ契約関係が成立する。もしも契約しても勝手に解除できるとすれば、その信頼が崩れ、契約関係は成り立たないことを指摘した。つまり、契約を守ってもらえるという信頼関係の根拠は、当事者が対等であること、互いに結果に自己責任を負いつつ自由に意思決定をしているということであると気づかせようとしていた。

原則からの思考トレーニング：原則、契約は自由に交わされて当然ではあるが、そこに修正や制限をかけなければならない場面（事例）を二つ設定し、生徒に考えさせた。事例を紹介しつつ、労働契約について、「アルバイトしたとき、こんなふうに言われたらどうする？」、悪質商法では、「こんな商品買ってしまったけれど、どうしようか？」など、生徒への問い合わせがあり、考えさせていた。

③【まとめ】本日の課題である「契約自由の原則」とその修正が必要な場面について、どの場面が対等平等でないのか、自ら考えることが大切であると指摘した。また、法律は「知ってる」だけではなく、実際の生活の中でどう使うのかが大切であるとの指摘もされた。

【研究授業全体の感想】

一貫して「自由」にまつわる視点からアプローチがなされており、私的自治の原則から契約自由の原則、そこから「契約」の成立やそれに伴う責任について学習した。それにとどまらず、契約当事者間の格差にも注目し、原則としての民法の規定、その修正として登場した労働基準法や消費者基本法の条文にも触れながら、保護的な立法・政策の必要性や人権を守る法律や制度の必要性へと関心を向けていく。歴史にも触れ、社会・経済活動と消費生活との接点から「契約」をとらえて深めていく過程に、教科の特徴が顕著に表れていた。

既習である近代市民社会の「自然権」をキーワードに、原則どおりに進まなかつたとき、どうするのか、との問いかけを、繰り返し発し続けていた。中学校の家庭科や社会科で学んだ「契約自由の原則」が、近代市民革命の結果手に入れたという歴史的な流れが掴め、より深く定着できると感じた。

互いの契約関係は、対等であるからこそ、権利や義務が発生し、契約通りの権利の実現に向けた双方の努力があるが、対等でない場合どうするのか、どう動くのか考え

させる。契約自由の原則と当事者間が対等でない場合についての説明に工夫がされていたと思う。対等でないことに自分たちで気付けるよう、事例をあげて説明がされていた。労使関係が対等でないことはイメージしやすいが、売り手と買い手も対等でないということは、こういう授業を受けずに社会へ出てしまったら、なかなか気付きにくいのではないかと思った。

黒板には、「自然権」・「自由」を中心に板書がされ、それらの言葉の下に「所有権」「私的自治の原則」「契約自由の原則」等の言葉が記載された。聞きなれない言葉であったただろうが、補足説明を加えながら、原則と例外の区分けがきちんととなっていた。板書中心の授業でありがちなメリハリのない授業ではなく、生徒に対する問い合わせが多く、中学校で学んだことを反復学習することで、知識の定着化を図っているように感じた。事例に関しては、強者と弱者を具体的に示してあり、全体的に生徒に分かり易かったと思う。

なお、本校生徒が使用している資料集（『資料 政・経』東学、2011年版）には、本時のテーマに関連して「近代民主政治の原理」「基本的人権の保障」「資本主義経済の発展と社会主義」「消費者問題年表」などの項目が取り上げられている。授業の中では触れてはいなかったが、今後生徒たちが復習するに当たり十分に参考になると思われる。

【4】研究総括

鈴木 真由子

はじめに

本研究は、「法教育としての消費者教育とは何か」を基本テーマに据え、その教材・授業案の開発を目指した。研究メンバーは、法律の専門家である司法書士と、教育の専門家である中学校家庭科教諭・高等学校社会科（公民科）教諭・大学教員（家庭科教育・消費者教育）によって構成された。それぞれの専門性を活かして知恵を出し合い、分業と協働を重ねた。

研究の重要なキーワードの一つが「連携」である。研究を進めるにあたって、メンバーである司法書士の1人が中学校「社会」及び高等学校「社会」（地理歴史及び公民）の、いま1人が中学校及び高等学校「家庭」の教員免許保有者であったことの意義は大きい。「法律」と「教育」、「社会科」と「家庭科」、それぞれの“領域”を随所でつなぐ（連携させる）役割を果たしていたと言えよう。

本研究の成果

本研究の成果は、以下のように集約できる。なお、研究の全体構想図は、【付録】(93頁)に収録したので参照されたい。

- 「法教育としての消費者教育」を「法的な疑問・被害を感じたときに動ける力を養成することを目指す消費者教育」と定義した。教材・授業案作成にあたっては、「原則」から思考し、意思決定・行動選択のトレーニングができる要素を取り入れる必要を明らかにした。
- 中学校・高等学校における家庭科・社会科の新学習指導要領に基づく学習内容の特徴を把握した上で新教科書の記述を分析し、「法教育としての消費者教育」の展開に有効な学習内容の存在を確認した。
- 家庭科と社会科（公民科）の教科間連携の意義及び必要性を整理し、教科間の連携モデルを提示した。
- 「契約」を共通テーマにした中学校における家庭科（2年生）－社会科（3年生）の教科間連携を意識した授業の試行により、一定の有効性を確認した。
- 司法書士会作成の消費者教育教材を分析し、課題を明らかにした。
- 「契約」「消費生活」を例にして、中学校家庭科・社会科の学習内容の関連付けを試行し、連携モデルのヒントとして提示した。
- 中学校・高等学校の家庭科及び社会科教員を対象とした質問紙調査により、教育現場における消費者教育の現状を把握し、課題を抽出した。

上記の成果に向けて、本研究ではいくつかのチャレンジを試みてきた。中でも、授

業実践におけるチャレンジの意義は大きかったと言えよう。高等学校の政治・経済（公民科）の担当教諭が、中学校において家庭科（技術・家庭：家庭分野）との連携を踏まえた社会科（公民的分野）の授業を実際に展開したのである。換言すれば、「学校段階の枠を超えた教科間連携」である（【3】実践報告、58-79頁参照）。

「契約」を共通テーマに置いて実践したそれぞれの授業は、メンバーが可能な限り参観し協議した。机上の空論ではなく、実際に生徒が学ぶ様子を目の当たりにすることで、教科間連携の有効性を確信できたと同時に、課題も見えた。例えば試行実践では、生徒の「契約」に関する知識・原則の正確な理解が不十分な点も否定できず、学習内容や教授方法について今後さらに具体的な検討を重ねる必要があると判断できた。

おわりに

長い成熟期間を経て、平成24年12月13日に消費者教育推進法が施行された。基本理念（第3条）には、消費者教育の効果的な推進にあたり「多様な主体間の連携」が謳われている。本研究は、構成組織自体が「連携」を体現しており、そのような意味でも時宜を得たものであったと言えるだろう。

また、研究を進めていく中で多くの発見があった。我々自身が、それを新鮮に受け止めていたことは紛れもない事実である。例えば、暗黙裡に共通だと思っていた“用語”の概念世界が立場や専門性によって異なっていたり、視点や視野の違いに気づいたりなど、研究会での意見交換は発見の連続であった。こうした経験を共有できたからこそ、「連携」の意義を身をもって理解できたのだと考えている。

本研究は、この報告書をもって一定の成果を提示することができた。しかし、研究そのものが完結したわけではない。改めて把握できた問題や次へつながる課題も山積している。

収録した研究成果について、忌憚のないご意見をお聞かせいただければ幸いである。

【付 錄】

1.	研究員名簿	90
2.	共同研究会活動日誌	91
3.	研究構想図	93
4.	中学校・高等学校における消費者教育に関するアンケート	94
	・法教育としての消費者教育に関するアンケート実施について（社会科主任宛）	···94	
	・法教育としての消費者教育に関するアンケート実施について（家庭科主任宛）	···95	
	・中学校における消費者教育に関するアンケート	96
	・高等学校における消費者教育に関するアンケート	100
	・消費者教育に関するアンケート調査集計結果（中学校）	104
	・消費者教育に関するアンケート調査集計結果（高等学校）	109
5.	附属天王寺中学校3年生に対するアンケート	114
	・アンケート調査への回答のお願い	114
	・附属天王寺中学校3年生に対するアンケート調査集計結果	116
6.	研究成果発表一覧	119
	・中等教育における消費者教育の実態	120

1. 研究員名簿

日本司法書士会連合会・近畿司法書士会連合会兼務

座長 吉岡 大地（兵庫県司法書士会）

日本司法書士会連合会 高山 完圭（大阪司法書士会）

近畿司法書士会連合会 小牧 美江（大阪司法書士会）

近畿司法書士会連合会 田實 美樹（大阪司法書士会）

近畿司法書士会連合会 井上 弥生（京都司法書士会）

近畿司法書士会連合会 古川 百合香（滋賀県司法書士会）

近畿司法書士会連合会 井口 浩司（和歌山県司法書士会）

大阪教育大学 鈴木 真由子 教授

大阪教育大学 大本 久美子 准教授

前大阪教育大学附属天王寺中学校家庭科教諭 艮 千恵子（授業協力）

大阪教育大学附属高校天王寺校舎公民科教諭 甲山 和美（授業協力）

2. 共同研究会活動日誌

		*は、司法書士研究員のみの会議・準備会議
平成22年 4月 28日		共同研究準備会（大阪司法書士会館）*
平成22年 5月 27日		司法書士研究員による大阪教育大学「家庭科教育法」講義 (大阪教育大学柏原キャンパス)
平成22年 9月 6日		共同研究準備会（大阪司法書士会館）*
	[共同研究会発足]	
平成22年 9月 21日		附属天王寺中学校研究授業参観（技術家庭科家庭分野）
同日		第1回共同研究会（大阪教育大学附属天王寺中学校）
平成22年 10月 9日、10日		日本消費者教育学会第30回全国大会 ポスターセッション出展 (東京都市大学横浜キャンパス)
平成22年 10月 21日		共同研究準備会（大阪司法書士会館）*
平成22年 10月 28日		大阪教育大学消費者教育論公開講演「北欧にみる消費者市民社会と教育」聴講（大阪教育大学柏原キャンパス）
平成22年 11月 11日		司法書士研究員による大阪教育大学「消費者教育論」講義 (大阪教育大学柏原キャンパス)
平成22年 11月 17日		第2回共同研究会（大阪教育大学天王寺キャンパス）
平成23年 2月 23日		第3回共同研究会（大阪教育大学天王寺キャンパス）
平成23年 3月 28日		共同研究準備会（大阪司法書士会館）*
平成23年 4月 27日		第4回共同研究会（大阪教育大学天王寺キャンパス）
平成23年 5月 12日		司法書士研究員による大阪教育大学「消費者教育論」講義 (大阪教育大学柏原キャンパス)
平成23年 6月 4日		大阪教育大学公開シンポジウム「シティズンシップへの教育を考えよう」聴講（大阪教育大学天王寺キャンパス）
平成23年 6月 11日		日本消費者教育学会関西支部研究実践発表会 研究発表 (大阪教育大学天王寺キャンパス)
平成23年 6月 27日		大阪市教科書展示会平成24年版中学校教科書調査 (大阪市立中央図書館)
平成23年 7月 12日		第5回共同研究会（大阪教育大学天王寺キャンパス）
平成23年 8月 4日		共同研究準備会（大阪司法書士会館）*
平成23年 10月 13日		第6回共同研究会（大阪教育大学天王寺キャンパス）
平成23年 10月 22日、23日		日本消費者教育学会第31回全国大会 研究発表（23日） (マイドームおおさか)
平成23年 11月 5日		大阪教育大学平野5校園共同研究発表会 ・附属平野小学校、附属平野中学校研究授業参観 ・分科会（技術家庭）聴講
平成23年 11月 12日		大阪教育大学附属天王寺中学校・附属高等学校天王寺校舎教育研究会 ・附属天王寺中学校研究授業参観 ・発表・協議会（技術家庭）への参加及び発表助言
平成23年 12月 3日		日本消費者教育学会関西支部講演会「消費者の自立のために消費者教育ができること—法律家の立場から—」聴講 (大阪教育大学天王寺キャンパス)

平成23年 12月 8日	第7回共同研究会（大阪教育大学天王寺キャンパス）
平成24年 2月 13日	共同研究準備会（大阪司法書士会館）*
平成24年 3月 13日 同日	附属天王寺高等学校研究授業（政治・経済）
平成24年 3月 22日	第8回共同研究会（大阪教育大学附属高等学校天王寺校舎） 大阪教育大学研究成果報告会 ポスター出展 (大阪教育大学柏原キャンパス)
平成24年 4月 6日	共同研究準備会（大阪司法書士会館）*
平成24年 5月 16日	第9回共同研究会（大阪教育大学天王寺キャンパス）
平成24年 6月 9日	日本消費者教育学会関西支部研究実践発表会 研究発表 (大阪教育大学天王寺キャンパス)
平成24年 6月 22日	大阪市教科書展示会平成25年版高等学校教科書調査 (大阪市立中央図書館)
平成24年 7月 12日 同日	附属天王寺中学校研究授業（社会科公民的分野） 共同研究準備会（大阪司法書士会館）*
平成24年 8月 1日	報告書内容協議（大阪市北区）*
平成24年 8月 10日	共同研究準備会（大阪司法書士会館）*
平成24年 8月 25日	日本消費者教育学会関西支部主催「消費者サロン」での模擬授業実演と研究成果報告（マイドームおおさか） 教科書調査（大阪市立中央図書館）
平成24年 9月 5日	実践報告内容協議（附属高等学校天王寺校舎）
平成24年 9月 6日	報告書内容協議（大阪市北区）*
平成24年 9月 19日 同日	教科書調査（大阪市立中央図書館）
平成24年 10月 1日	教科書調査（大阪市立中央図書館）
平成24年 10月 5日	共同研究準備会（大阪司法書士会館）*
平成24年 10月 10日	教科書調査（大阪市立中央図書館）
平成24年 10月 20日、21日	日本消費者教育学会第32回全国大会 研究発表（21日） (川崎医療福祉大学)
平成24年 10月 22日	報告書内容協議（大阪市北区）*
平成24年 10月 24日	教科書調査（大阪市立中央図書館）
平成24年 11月 3日	教科書調査（大阪市立中央図書館）
平成24年 11月 10日	日本消費者教育学会関西支部講演会「消費者教育推進法をめぐる諸課題」聴講（大阪教育大学柏原キャンパス）
平成24年 11月 14日	第10回共同研究会（大阪教育大学天王寺キャンパス）
平成24年 12月 12日	報告書内容協議（大阪市北区）*
平成24年 12月 26日	報告書内容協議（大阪市北区）*
平成25年 1月 9日	報告書内容協議（大阪市北区）*
平成25年 1月 16日	報告書内容協議（大阪市北区）*
平成25年 1月 22日	報告書編集会議（大阪司法書士会館）*
平成25年 2月 13日	報告書編集会議（大阪市北区）*

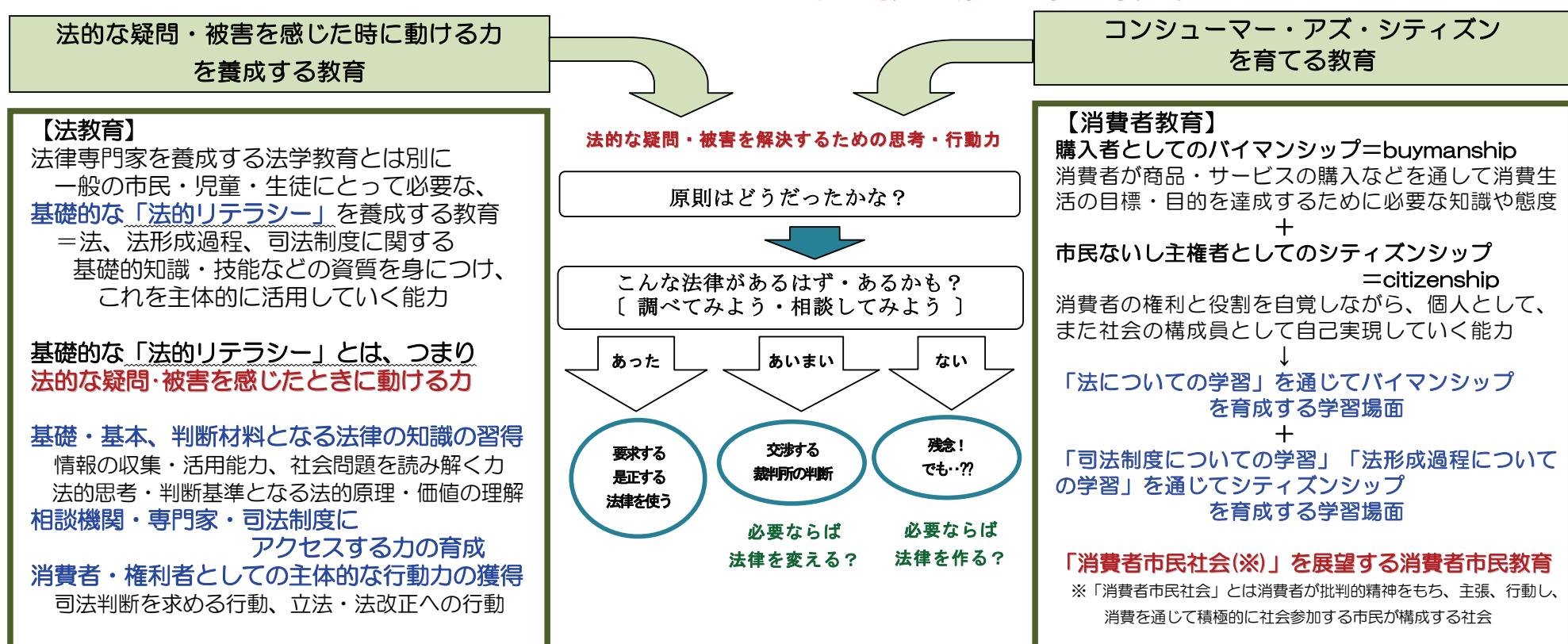
3. 研究構想図

法教育としての消費者教育に関する研究 ～社会科（公民科）・家庭科の教材・授業案開発に向けて～

【法教育としての消費者教育共同研究会】
 日本司法書士会連合会 高山完圭 吉岡大地
 近畿司法書士会連合会 小牧美江 田實美樹 井上弥生 古川百合香 井口浩司
 大阪教育大学 鈴木真由子 大本久美子
 《授業協力》 大阪教育大学附属天王寺中学校 良千恵子（家庭科）
 大阪教育大学附属高校天王寺校舎 甲山和美（公民科）

法教育としての消費者教育とは？

形式的には・・・「消費者教育を通じての法教育」
 「法教育と消費者教育が相互に関連し重複する課題を扱う教育」
 実質的には・・・？ 司法書士が、法教育、消費者教育活動を通じて分かってきたことは、
 法的な疑問・被害を解決するための思考・行動力を身につけるために、
 法教育と消費者市民教育とを関連させることの重要性
 →さらに詳しく明らかにする必要がある



今、求められる教育は・・・

- ★アクションの視点をもった「法教育としての消費者教育」
- ★教科教育の中での「法教育としての消費者教育」

【研究目的】

具体的に、どのようなものかを明らかにする
社会科（公民科）、家庭科それぞれの役割に留意

社会科（公民科） 新学習指導要領に法教育の内容が導入
 ①法や司法制度の価値・原理の理解
 ②法的な思考方法の習得、③法的な参加の促進
★経済活動の関連では
 「契約の重要性」「身近な消費生活」（中学校）
 「経済活動を支える私法に関する基本的な考え方」（高等学校）
 契約は、なぜ守らなければならないのか？／ 実情に合わなくなってしまったもの、違法、不当で変える必要があるときはどうしたらいい？
 ということを考える学習
 ⇒私法の基礎とともに、法律紛争、消費者トラブルなどの解決のための公正な民事裁判制度のあり方や、民事法律扶助制度のこと、裁判などを通じての法形成過程についての学習にも視点を置く、教材や授業方法が求められている

協働?
分業?

家庭科 新学習指導要領における家庭科の改善内容
 自己と家庭、家庭と社会とのつながりを重視し、生涯の見通しをもってよりよい生活を送るために能力と実践的な態度を育成するという視点へ→ポジティブな意欲や態度から生きる力を育もうとするアプローチ
 =「法的な疑問・被害を感じたときに動ける力」の養成へのアプローチ

- ・法的リテラシーを養成する法教育において有効とされる思考型、社会参加型の特徴をもった教育方法を取り入れやすい
- ・消費者教育分野については、かなり充実した学習内容及び範囲のカリキュラムが用意されている他、法律や制度によって社会の秩序が保たれ、個人が保護されていることを認識し、家族・家庭と社会とのかかわりについて理解することが求められる分野も幅広く含まれている

 ⇒消費者教育を実施する時間数を十分に確保して内容を掘り下げて学習することが実際には難しい現状の中で、新たに盛り込まれた内容に沿って効果的に消費者教育を行うには、様々な工夫が必要

研究の進め方

研究期間 平成22年9月～平成25年3月（予定）

- 中学校、高等学校の教員への実態調査 → 課題の洗い出し
- 先行教材、研究の分析

★ 研究授業として試作授業を実施（中学校家庭科）

- 法教育としての消費者教育における、社会科（公民科）・家庭科の2教科の役割を明確化
 → 具体例として、「契約」の授業案を作成（中学校・高等学校）

- 実践検証を経て 教材・授業プランの提案（中学校・高等学校）
- 公民科、家庭科必履修時間確保に向けた提言

4. 中学校・高等学校における消費者教育に関するアンケート

平成23年1月

社会科主任殿

法教育としての消費者教育共同研究会

アンケート担当 大阪教育大学

鈴木真由子 大本久美子

法教育としての消費者教育に関するアンケート実施について（ご依頼）

拝啓 時下、ますます御健勝のこととお慶び申し上げます。

この度、私ども「法教育としての消費者教育共同研究会」では研究プロジェクトを立ち上げ、学校教育における法教育としての消費者教育の実施や教材のあり方について検討を進めております。

つきましては、学校教育に関わる現場の先生方に是非ご意見を賜りたく、アンケートを実施する運びとなりました。ご多忙とは存じますが、何卒、消費者教育に関連する教科をご担当の先生にご協力頂けますようお願い申し上げます。

(研究の概要は別紙をご覧下さい。なお、本研究の研究経過は、

<http://www.osaka-kyoiku.ac.jp/~kasei/family/family.htm>

<http://www.osaka-kyoiku.ac.jp/~ohmoto> に掲載されています。

ご協力いただきましたアンケートの調査結果につきましても掲載の予定です。)

アンケートは、全4ページの無記名式です。消費者教育の実施状況、教材などについてお尋ねする内容です。また、質問のほとんどが選択式でございます。本調査は、統計的に処理し、結果を学会等で発表する予定ですが、個人が特定されることはありません。

ご記入後は、お手数をおかけ致しますが、同封の返信用封筒にて平成23年2月10日頃までにご返送下さいませ。

21世紀を生きる自立した消費者を育成するためには、先生方の協力が必要です。是非、ご協力頂きますよう宜しくお願い致します。

敬具

【法教育としての消費者教育共同研究会】

大阪教育大学 鈴木真由子 大本久美子

日本司法書士会連合会 高山完圭 吉岡大地

近畿司法書士会連合会 小牧美江 田實美樹 井上弥生 古川百合香 井口浩司

大阪教育大学附属天王寺中学校 良千恵子 (家庭科)

大阪教育大学附属高校天王寺校舎 甲山和美 (公民科)

なお、不明な点・問い合わせ等がございましたら、下記までご連絡ください。

大阪教育大学 鈴木真由子 e-mail: suzukima@cc.osaka-kyoiku.ac.jp

Tel: 072-978-3415

平成 23 年 1 月

家庭科主任殿

法教育としての消費者教育共同研究会

アンケート担当 大阪教育大学

鈴木真由子 大本久美子

法教育としての消費者教育に関するアンケート実施について（ご依頼）

拝啓 時下、ますます御健勝のこととお慶び申し上げます。

この度、私ども「法教育としての消費者教育共同研究会」では研究プロジェクトを立ち上げ、学校教育における法教育としての消費者教育の実施や教材のあり方について検討を進めております。

つきましては、学校教育に関わる現場の先生方に是非ご意見を賜りたく、アンケートを実施する運びとなりました。ご多忙とは存じますが、何卒、消費者教育に関連する教科をご担当の先生にご協力頂けますようお願い申し上げます。

(研究の概要は別紙をご覧下さい。なお、本研究の研究経過は、

<http://www.osaka-kyoiku.ac.jp/~kasei/family/family.htm>

<http://www.osaka-kyoiku.ac.jp/~ohmoto> に掲載されています。

ご協力いただきましたアンケートの調査結果につきましても掲載の予定です。)

アンケートは、全 4 ページの無記名式です。消費者教育の実施状況、教材などについてお尋ねする内容です。また、質問のほとんどが選択式でございます。本調査は、統計的に処理し、結果を学会等で発表する予定ですが、個人が特定されることはありません。

ご記入後は、お手数をおかけ致しますが、同封の返信用封筒にて平成 23 年 2 月 10 日頃までにご返送下さいませ。

21 世紀を生きる自立した消費者を育成するためには、先生方の協力が必要です。是非、ご協力頂きますよう宜しくお願い致します。

敬具

【法教育としての消費者教育共同研究会】

大阪教育大学 鈴木真由子 大本久美子

日本司法書士会連合会 高山完圭 吉岡大地

近畿司法書士会連合会 小牧美江 田實美樹 井上弥生 古川百合香 井口浩司

大阪教育大学附属天王寺中学校 良千恵子 (家庭科)

大阪教育大学附属高校天王寺校舎 甲山和美 (公民科)

なお、不明な点・問い合わせ等がございましたら、下記までご連絡ください。

大阪教育大学 鈴木真由子 e-mail: suzukima@cc.osaka-kyoiku.ac.jp

Tel: 072-978-3415

中学校における消費者教育に関するアンケート

2010年度に行われている授業の実施状況、及び計画内容、使用される教材から以下の質問についてお答え下さい。

問1 あなたは消費者教育に関心がありますか？最もあてはまるもの1つに○をつけてください。

- a. 関心はない b. あまり関心はない c. どちらでもない d. やや関心がある e. 関心がある

問2 あなたは今までに消費者教育の研修会などに参加したことがありますか。

- a. ある (どのような研修会ですか：) b. ない

問3 あなたの学校の消費者教育の実施状況についてお尋ねします。

(1) あなたの担当科目において消費者教育を実施していますか。

(授業の一部を外部講師に依頼している場合は、ab両方に○をつけて下さい。

また、複数の科目で実施されている場合は、実施されている時間数の最も多い科目でお答え下さい。)

- a. 実施している (科目名：) およその時間数 (時間)

- b. 実施している (外部講師に依頼) 依頼先 : 内容 :
時間数 :

- c. 実施していない

(2) あなたの担当科目以外の教科、科目において消費者教育は実施されていますか。

(授業の一部を外部講師に依頼している場合は、ab両方に○をつけて下さい。

また、複数の科目で実施されている場合は、実施されている時間数の最も多い科目でお答え下さい。)

- a. 実施している (科目名：) およその時間数 (時間)

- b. 実施している (外部講師に依頼) 依頼先 : 内容 :
時間数 :

- c. 実施していない d. わからない

(3) あなたの学校全体において A 総合的な学習の時間や、B ホームルーム・ロングホームルーム、C その他特別講座など で消費者教育を実施していますか。(担当者の欄は、担任、社会科教員、家庭科教員等と実施している人が誰かわかるようにお答え下さい。)

A 総合的な学習の時間

- a. 実施している (内容 : 担当者 :)
およその時間数 : 時間

- b. 実施している (外部講師に依頼) 依頼先 : 内容 :

⇒ a.b どちらかに○をつけた方、両方に○をつけた方へ
実施時期についてお答え下さい。(実施時期 :)

- c. 実施していない

B ホームルーム・ロングホームルームa. 実施している (内容 : 担当者 :)
およその時間数 : 時間

b. 実施している (外部講師に依頼) 依頼先 : 内容 :

⇒ a.b どちらかに○をつけた方、両方に○をつけた方へ
実施時期についてお答え下さい。(実施時期 :)

c. 実施していない

C その他の特別講座a. 実施している (内容 : 担当者 :)
およその時間数 : 時間

b. 実施している (外部講師に依頼) 依頼先 : 内容 :

⇒ a,b どちらかに○をつけた方、両方に○をつけた方へ
実施時期についてお答え下さい。(実施時期 :)

c. 実施していない

(4) あなたの学校では、社会科と家庭科が連携して消費者教育を実施していますか。

a. 実施している
(具体的に内容や方法をお書き下さい。)

b. 実施していない

☆ 問3(1) で消費者教育を「実施していない」(c) と回答された方にお尋ねします。

※「実施している」と回答された方は3ページの問6へお進み下さい。問4 あなたの担当教科において消費者教育を実施していない理由をお答え下さい。あてはまるもの全てに○を付け、その他の理由の場合は具体的にご記入下さい。

a. 担当教科内での消費者教育の位置づけが明確でない b. 消費者教育の必要性を感じない

c. 消費者教育の指導をするための研修に恵まれない d. 時間的余裕がない

e. 生徒の関心が低い f. 指導方法が分からない g. 適切な教材・資料がない

h. その他 (具体的に :)

問5 今後ご自身が消費者教育を実施するとなればどのような条件が必要だと思われるか、自由にお書き下さい。

4ページの問8へお進みください。

☆ 問3(1)で消費者教育を「実施している」(a、b、またはab)と回答された方にお尋ねします。

問6(1)あなたは消費者教育に関する授業で、A～Fの内容について扱っていますか。()に示したキーワードの中で当てはまるもの全てに○をつけて下さい。選択肢がない場合は、具体的に記述してください。

また、あなたが重視している内容はどれですか。1位～3位までアルファベットで答えて下さい。

A 消費生活(衣・食・住)・環境

(消費者の権利と責任、商品選択、品質表示・マーク、宣伝・広告、安心・安全、資源・エネルギー、グリーンコンシューマー、その他())

B 経済・金融

(ローン、クレジット・カード、保険、多重債務、家計管理、経済流通のしくみ、生活設計、その他())

C 消費者トラブル

(契約、悪質商法、クーリングオフ、サイバー犯罪、ネットトラブル、ケータイトラブル、その他())

D 情報

(知的財産権、インターネット売買、個人情報保護、情報モラル、メディアリテラシー、その他())

E 法律

(民法、消費者基本法、消費者契約法、特定商取引法、製造物責任法、消費者安全法、電子商取引法、その他())

F トラブル解決にかかる機関

(消費生活センター、消費者庁、裁判所、法テラス、その他())

G その他 上記A～Fにあてはまらない内容を実施している場合には、具体的に記入してください

()

重視している順(アルファベットを記入)

1位	2位	3位

(2)あなたは、充実した消費者教育を実施するためには、1年間にどのくらいの時間が必要だと思われますか。

消費者教育のために 年間 () 時間

問7 消費者教育の授業において、ビデオやDVDなどの視聴覚教材、冊子、資料(リーフレット・パンフレット類)を使用されていますか。使用されている場合は具体的な教材名・資料名を全てお書き下さい。

a. 使用している (視聴覚教材名 : (冊子・資料名 :)) b. 使用していない ()

↓

使用していない理由をお答え下さい。

当てはまる理由の数字、全てに○を付けて下さい。

- 1.簡単すぎる
- 2.わかりにくい
- 3.身近な例でない
- 4.具体的でない
- 5.この教材・資料を利用した授業の展開が困難
- 6.生徒が興味を持てない
- 7.入手が困難(在庫がない、高価すぎるなど)
- 8.教科書や資料集で充分
- 9.時間がない
- 10.入手方法が分からぬ
- 11.教材・資料自体の存在を知らない
- 12.その他(.ご自由に:)

■ 4ページに続く ■

《すべてのかたにお尋ねします》

問8 下記の教材をご存知ですか？また、授業内で使用したことがあるかどうかお答え下さい。

知っているものに○を、使用したことがあるものに◎を（　　）内にご記入ください。

1. DVD「多重債務に陥らないために」 日本司法書士会連合会 ()
2. パワーポイント「青少年のための法律講座」 同上 ()
3. 冊子「マンガ・悪質商法～トラブル警報発令中～」 大阪司法書士会 ()
4. ニュースレター「高校生新聞 世の中の歩き方」 京都青年司法書士会 ()
5. 「悪質商法ネタばらし」 東京都消費生活総合センター ()
6. 「それでもお金借りますか？－多重債務の落とし穴－」 東京都消費生活総合センター ()
7. 「油断大敵！ 悪質商法」 経済産業省 ()
8. 「ケーヤクに対するクスリ」 大阪府消費生活センター・関西消費者協会 Web サイト ()

問9. 家庭科と社会科の連携による消費者教育の実施について、お尋ねします。

(1) 連携の必要性を感じていますか。 (はい ・ いいえ) どちらかに○をつけてください。

※その理由をお書き下さい。

(理由 :

)

(2) 教科間の連携を図る上でどのような課題があるとお考えですか。当てはまるもの全てに○をつけて下さい。

1. 授業時間数の不足
2. 教科間で話し合いの時間が取れない
3. 共通理解がもてない
4. 人間関係が難しい
5. 連携のモデルがないのでイメージできない
6. その他 ()

I 学校についてお尋ねします。

1	校種	国立・公立・私立	学校所在地	大阪府・京都府・奈良県・兵庫県・和歌山県・滋賀県	市郡 町村
---	----	----------	-------	--------------------------	----------

II ご回答いただく先生ご自身についてお尋ねします（当てはまるものすべてに○を付けて下さい）。

1	性別・年代	a. 男性	b. 女性	
		a. 20歳代	d. 50歳代	
		b. 30歳代	e. 60歳代	
2	担当教科	a. 家庭科	c. その他 (具体的に :)	
3	教職経験年数	a. 5年未満	c. 10年以上 20年未満	
		b. 5年以上 10年未満	d. 20年以上	
4	消費者教育について	a. 専任教諭	b. 常勤講師	c. 非常勤講師
		a. 学校(小・中・高等学校・大学)で消費者教育を受けた		
		b. 学校(小・中・高等学校・大学)で消費者教育を受けたことがない		

高等学校における消費者教育に関するアンケート

2010年度に行われている授業の実施状況、及び計画内容、使用される教材から以下の質問についてお答え下さい。

問1 あなたは消費者教育に関心がありますか？最もあてはまるもの1つに○をつけてください。

- a. 関心はない b. あまり関心はない c. どちらでもない d. やや関心がある e. 関心がある

問2 あなたは今までに消費者教育の研修会などに参加したことがありますか。

- a. ある (どのような研修会ですか：) b. ない

問3 あなたの学校の消費者教育の実施状況についてお尋ねします。

(1) あなたの担当科目において消費者教育を実施していますか。

(授業の一部を外部講師に依頼している場合は、ab両方に○をつけて下さい。

また、複数の科目で実施されている場合は、実施されている時間数の最も多い科目でお答え下さい。)

- a. 実施している (科目名：) およその時間数 (時間)

- b. 実施している (外部講師に依頼) 依頼先 : 内容 :
時間数 :

- c. 実施していない

(2) あなたの担当科目以外の教科、科目において消費者教育は実施されていますか。

(授業の一部を外部講師に依頼している場合は、ab両方に○をつけて下さい。

また、複数の科目で実施されている場合は、実施されている時間数の最も多い科目でお答え下さい。)

- a. 実施している (科目名：) およその時間数 (時間)

- b. 実施している (外部講師に依頼) 依頼先 : 内容 :
時間数 :

- c. 実施していない d. わからない

(3) あなたの学校全体において A 総合的な学習の時間や、B ホームルーム・ロングホームルーム、C その他の特別講座など で消費者教育を実施していますか。(担当者の欄は、担任、社会科教員、家庭科教員等と実施している人が誰かわかるようにお答え下さい。)

A 総合的な学習の時間

- a. 実施している (内容 : 担当者 :)
およその時間数 : 時間

- b. 実施している (外部講師に依頼) 依頼先 : 内容 :

⇒ a.b どちらかに○をつけた方、両方に○をつけた方へ
実施時期についてお答え下さい。(実施時期 :)

- c. 実施していない

B ホームルーム・ロングホームルーム

a. 実施している (内容 : 担当者 :)

およその時間数 : 時間

b. 実施している (外部講師に依頼) 依頼先 : 内容 :

⇒ a.b どちらかに○をつけた方、両方に○をつけた方へ

実施時期についてお答え下さい。(実施時期 :)

c. 実施していない

C その他の特別講座

a. 実施している (内容 : 担当者 :)

およその時間数 : 時間

b. 実施している (外部講師に依頼) 依頼先 : 内容 :

⇒ a,b どちらかに○をつけた方、両方に○をつけた方へ

実施時期についてお答え下さい。(実施時期 :)

c. 実施していない

(4) あなたの学校では、社会科と家庭科が連携して消費者教育を実施していますか。

a. 実施している

(具体的に内容や方法をお書き下さい。)

b. 実施していない

☆ 問3(1) で消費者教育を「実施していない」(c)と回答された方にお尋ねします。

※「実施している」と回答された方は3ページの問6へお進み下さい。問4 あなたの担当教科において消費者教育を実施していない理由をお答え下さい。あてはまるもの全てに○を付け、その他の理由の場合は具体的にご記入下さい。

a. 担当教科内での消費者教育の位置づけが明確でない b. 消費者教育の必要性を感じない

c. 消費者教育の指導をするための研修に恵まれない d. 時間的余裕がない

e. 生徒の関心が低い f. 指導方法が分からぬ g. 適切な教材・資料がない

h. その他 (具体的に :)

問5 今後ご自身が消費者教育を実施するとなればどのような条件が必要だと思われるか、自由にお書き下さい。

4ページの問8へお進みください。

☆ 問3(1)で消費者教育を「実施している」(a、b、またはab)と回答された方にお尋ねします。

問6(1)あなたは消費者教育に関する授業で、A～Fの内容について扱っていますか。()に示したキーワードの中で当てはまるもの全てに○をつけて下さい。選択肢がない場合は、具体的に記述してください。
また、あなたが重視している内容はどれですか。1位～3位までアルファベットで答えて下さい。

A 消費生活(衣・食・住)・環境

(消費者の権利と責任、商品選択、品質表示・マーク、宣伝・広告、安心・安全、資源・エネルギー、グリーンコンシューマー、その他())

B 経済・金融

(ローン、クレジット・カード、保険、多重債務、家計管理、経済流通のしくみ、生活設計、その他())

C 消費者トラブル

(契約、悪質商法、クーリングオフ、サイバー犯罪、ネットトラブル、ケータイトラブル、その他())

D 情報

(知的財産権、インターネット売買、個人情報保護、情報モラル、メディアリテラシー、その他())

E 法律

(民法、消費者基本法、消費者契約法、特定商取引法、製造物責任法、消費者安全法、電子商取引法、その他())

F トラブル解決にかかる機関

(消費生活センター、消費者庁、裁判所、法テラス、その他())

G その他 上記A～Fにあてはまらない内容を実施している場合には、具体的に記入してください
()

重視している順(アルファベットを記入)

1位	2位	3位

(2)あなたは、充実した消費者教育を実施するためには、1年間にどのくらいの時間が必要だと思われますか。

消費者教育のために 年間()時間

問7 消費者教育の授業において、ビデオやDVDなどの視聴覚教材、冊子、資料(リーフレット・パンフレット類)を使用されていますか。使用されている場合は具体的な教材名・資料名を全てお書き下さい。

a. 使用している (視聴覚教材名 : (冊子・資料名 :)) b. 使用していない ()

↓

使用していない理由をお答え下さい。

当てはまる理由の数字、全てに○を付けて下さい。

- 1.簡単すぎる
- 2.わかりにくい
- 3.身近な例でない
- 4.具体的でない
- 5.この教材・資料を利用した授業の展開が困難
- 6.生徒が興味を持てない
- 7.入手が困難(在庫がない、高価すぎるなど)
- 8.教科書や資料集で充分
- 9.時間がない
- 10.入手方法が分からぬ
- 11.教材・資料自体の存在を知らない
- 12.その他(ご自由に:)

■ 4ページに続く ■

《すべてのかたにお尋ねします》

問8 下記の教材をご存知ですか？また、授業内で使用したことがあるかどうかお答え下さい。

知っているものに○を、使用したことがあるものに◎を（　　）内にご記入ください。

1. DVD「多重債務に陥らないために」 日本司法書士会連合会 ()
2. パワーポイント「青少年のための法律講座」 同上 ()
3. 冊子「マンガ・悪質商法～トラブル警報発令中～」 大阪司法書士会 ()
4. ニュースレター「高校生新聞 世の中の歩き方」 京都青年司法書士会 ()
5. 「悪質商法ネタばらし」 東京都消費生活総合センター ()
6. 「それでもお金借りますか？－多重債務の落とし穴－」 東京都消費生活総合センター ()
7. 「油断大敵！ 悪質商法」 経済産業省 ()
8. 「ケーヤクに対するクスリ」 大阪府消費生活センター・関西消費者協会 Web サイト ()

問9. 家庭科と社会科の連携による消費者教育の実施について、お尋ねします。

(1) 連携の必要性を感じていますか。 (はい ・ いいえ) どちらかに○をつけてください。

※その理由をお書き下さい。

(理由 :)

(2) 教科間の連携を図る上でどのような課題があるとお考えですか。当てはまるもの全てに○をつけて下さい。

1. 授業時間数の不足
2. 教科間で話し合いの時間が取れない
3. 共通理解がもてない
4. 人間関係が難しい
5. 連携のモデルがないのでイメージできない
6. その他 ()

I 学校についてお尋ねします。

1	校種	国立・公立・私立	学校所在地	大阪府・京都府・奈良県・兵庫県・和歌山県・滋賀県	市郡町村
2	教育課程	a.普通科 b.総合科 c.単位制	d.商業科 e.その他 ())

II ご回答いただいた先生ご自身についてお尋ねします（当てはまるものすべてに○を付けて下さい）。

1	性別・年齢	a. 男性	b. 女性			
		a. 20歳代	b. 30歳代	c. 40歳代	d. 50歳代	e. 60歳
2	担当教科	a. 家庭科	c. 地理歴史科			
		b. 公民科	d. その他（具体的に：）)
3	担当科目	a. 政治・経済 b. 倫理 c. 現代社会 d. 地理歴史科の科目	e. 家庭基礎 f. 家庭総合 g. 生活技術 h. 情報 i. その他（具体的に：）)
4	教職経験年数	a. 5年未満 b. 5年以上 10年未満	c. 10年以上 20年未満 d. 20年以上			
	専任教諭/講師の別	a.専任教諭 b.常勤講師 c.非常勤講師				
5	消費者教育について	a.学校教育(小・中・高等学校・大学)で消費者教育を受けたことがある b.学校教育(小・中・高等学校・大学)で消費者教育を受けたことがない				

【消費者教育に関するアンケート調査集計結果（中学校）】

【回収結果】

	配布数	有効回答数	回収率
家庭科	500 部	100 件	20.0%
社会科	500 部	108 件	21.6%
中学校 全体	1,000 部	208 件	20.8%

【属性】

	件 数	割 合
家庭科	100	48.1%
社会科	108	51.9%
中学校 全体	208	100.0%

【基礎項目】

I. 学校について

I-1-1 校種（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明除外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
国立	2	2.0%	3	2.8%	2	2.0%	3	2.8%		
公立	96	96.0%	103	95.4%	96	98.0%	103	97.2%		
私立	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%		
不明	2	2.0%	2	1.9%	—	—	—	—		
合 計	100	100.0%	108	100.0%	98	100.0%	106	100.0%		

I-1-2 学校所在地（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明除外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
大阪府	28	28.0%	33	30.6%	28	28.3%	33	30.6%		
京都府	14	14.0%	12	11.1%	14	14.1%	12	11.1%		
奈良県	9	9.0%	7	6.5%	9	9.1%	7	6.5%		
兵庫県	31	31.0%	34	31.5%	31	31.3%	34	31.5%		
和歌山県	5	5.0%	11	10.2%	5	5.1%	11	10.2%		
滋賀県	12	12.0%	11	10.2%	12	12.1%	11	10.2%		
不明	1	1.0%	0	0.0%	—	—	—	—		
合 計	100	100.0%	108	100.0%	99	100.0%	108	100.0%		

II. 回答者自身について

II-1 性別（単数回答）

	中学校全体		家庭科		社会科		不明除外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
男性	88	42.3%	6	6.0%	82	75.9%		
女性	98	47.1%	83	83.0%	15	13.9%		
不明	22	10.6%	11	11.0%	11	10.2%		
合 計	208	100.0%	100	100.0%	108	100.0%		

	中学校全体		家庭科		社会科		不明除外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
男性	88	47.3%	6	6.7%	82	84.5%		
女性	98	52.7%	83	93.3%	15	15.5%		
不明	—	—	—	—	—	—	—	—
合 計	186	100.0%	89	100.0%	97	100.0%		

II-1-2 年代（単数回答）

	中学校全体		家庭科		社会科		不明除外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
20歳代	11	11.0%	12	11.1%	11	11.0%	12	11.1%
30歳代	19	19.0%	25	23.1%	19	19.0%	25	23.1%
40歳代	35	35.0%	31	28.7%	35	35.0%	31	28.7%
50歳代	32	32.0%	36	33.3%	32	32.0%	36	33.3%
60歳代	3	3.0%	4	3.7%	3	3.0%	4	3.7%
不明	0	0.0%	0	0.0%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	100	100.0%	108	100.0%

II-2 担当教科（複数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明除外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
家庭科	100	100.0%	0	0.0%	100	100.0%	0	0.0%		
社会科	0	0.0%	108	100.0%	0	0.0%	108	100.0%		
その他	4	4.0%	0	0.0%	4	4.0%	0	0.0%		
不明	0	0.0%	0	0.0%	—	—	—	—		
合 計	100	—	108	—	100	—	108	—		

(注1)本報告書「[2]調査報告」の本文及び各図表については、本集計結果のうち不明除外をしない総数に基づいて作成した。

(注2)本報告書【付録】6の別紙「中等教育における消費者教育の実態」説明図については、本集計結果のうち不明除外数に基づいて作成した。

II-3-1 教職経験年数（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
5年未満	14	14.0%	18	16.7%	14	14.0%	18	16.8%
5年以上10年未満	7	7.0%	12	11.1%	7	7.0%	12	11.2%
10年以上20年未満	17	17.0%	14	13.0%	17	17.0%	14	13.1%
20年以上	62	62.0%	63	58.3%	62	62.0%	63	58.9%
不明	0	0.0%	1	0.9%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	100	100.0%	107	100.0%

II-3-2 専任教諭／講師の別（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
専任教諭	76	76.0%	81	75.0%	76	87.4%	81	93.1%
常勤講師	7	7.0%	5	4.6%	7	8.0%	5	5.7%
非常勤講師	4	4.0%	1	0.9%	4	4.6%	1	1.1%
不明	13	13.0%	21	19.4%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	87	100.0%	87	100.0%

II-4 学校教育(小・中・高等学校・大学)での消費者教育について（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
消費者教育を受けたことがある	58	58.0%	33	30.6%	58	61.1%	33	31.7%
消費者教育を受けたことがない	37	37.0%	71	65.7%	37	38.9%	71	68.3%
不明	5	5.0%	4	3.7%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	95	100.0%	104	100.0%

【設問項目】

問1 あなたは消費者教育に関心がありますか。（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
関心がある	46	46.0%	16	14.8%	46	46.5%	16	14.8%
やや関心がある	44	44.0%	66	61.1%	44	44.4%	66	61.1%
どちらでもない	7	7.0%	20	18.5%	7	7.1%	20	18.5%
あまり関心はない	2	2.0%	5	4.6%	2	2.0%	5	4.6%
関心はない	0	0.0%	1	0.9%	0	0.0%	1	0.9%
不明	1	1.0%	0	0.0%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	99	100.0%	108	100.0%

問2 あなたは今までに消費者教育の研修会などに参加したことがありますか。（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
関心がある	43	43.0%	6	5.6%	43	43.4%	6	5.6%
やや関心がある	56	56.0%	102	94.4%	56	56.6%	102	94.4%
不明	1	1.0%	0	0.0%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	99	100.0%	108	100.0%

問3 あなたの学校の消費者教育の実施状況について

問3(1)-1 あなたの担当科目において消費者教育を実施していますか。（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
実施している	98	98.0%	85	78.7%	98	98.0%	85	78.7%
実施していない	2	2.0%	23	21.3%	2	2.0%	23	21.3%
不明	0	0.0%	0	0.0%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	100	100.0%	108	100.0%

問3(1)-2 消費者教育のおよその時間数

※問3(1)-1で「実施している」の回答者を対象。

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
2時間未満	1	1.0%	27	31.8%	1	1.1%	27	32.9%
2時間以上4時間未満	21	21.4%	46	54.1%	21	22.3%	46	56.1%
4時間以上6時間未満	32	32.7%	8	9.4%	32	34.0%	8	9.8%
6時間以上8時間未満	23	23.5%	3	3.5%	23	24.5%	3	3.7%
8時間以上10時間未満	12	12.2%	0	0.0%	12	12.8%	0	0.0%
10時間以上	13	13.3%	0	0.0%	13	13.8%	0	0.0%
その他(記述回答)	0	0.0%	1	1.2%	0	0.0%	1	1.2%
不明	4	4.1%	3	3.5%	—	—	—	—
合 計	98	—	85	—	94	—	82	—
平均時間	5.8 時間		2.2 時間					

問3(2)-1 あなたの担当科目以外の教科、科目において消費者教育は実施されていますか。（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
実施している	40	40.0%	47	43.5%	40	40.4%	47	44.3%
実施していない	8	8.0%	31	28.7%	8	8.1%	31	29.2%
わからない	51	51.0%	28	25.9%	51	51.5%	28	26.4%
不明	1	1.0%	2	1.9%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	99	100.0%	106	100.0%

問3(3) あなたの学校全体において消費者教育を実施していますか。

問3(3)-A 総合的な学習の時間（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
実施している	8	8.0%	5	4.6%	8	8.2%	5	4.7%
実施していない	90	90.0%	102	94.4%	90	91.8%	102	95.3%
不明	2	2.0%	1	0.9%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	98	100.0%	107	100.0%

問3(3)-B ホームルーム・ロングホームルーム（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
実施している	4	4.0%	3	2.8%	4	4.3%	3	3.0%
実施していない	88	88.0%	98	90.7%	88	95.7%	98	97.0%
不明	8	8.0%	7	6.5%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	92	100.0%	101	100.0%

問3(3)-C その他の特別講座（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
実施している	4	4.0%	1	0.9%	4	4.3%	1	1.0%
実施していない	90	90.0%	100	92.6%	90	95.7%	100	99.0%
不明	6	6.0%	7	6.5%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	94	100.0%	101	100.0%

問3(4) あなたの学校では、社会科と家庭科が連携して消費者教育を実施していますか。（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
実施している	8	8.0%	9	8.3%	8	8.0%	9	8.5%
実施していない	92	92.0%	97	89.8%	92	92.0%	97	91.5%
不明	0	0.0%	2	1.9%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	100	100.0%	106	100.0%

問4 あなたの担当教科において消費者教育を実施していない理由をお答えください。（複数回答）

※問3(1)-1で「実施していない」の回答者を対象。

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
担当教科内での消費者教育の位置づけが明確でない	1	50.0%	12	52.2%	1	100.0%	12	52.2%
消費者教育の必要性を感じない	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
消費者教育の指導をするための研修に恵まれない	0	0.0%	3	13.0%	0	0.0%	3	13.0%
時間的余裕がない	0	0.0%	16	69.6%	0	0.0%	16	69.6%
生徒の関心が低い	0	0.0%	1	4.3%	0	0.0%	1	4.3%
指導方法が分かららない	0	0.0%	5	21.7%	0	0.0%	5	21.7%
適切な教材・資料がない	0	0.0%	7	30.4%	0	0.0%	7	30.4%
その他	0	0.0%	2	8.7%	0	0.0%	2	8.7%
不明	1	50.0%	0	0.0%	—	—	—	—
合 計	2	—	23	—	1	—	23	—

問6 消費者教育に関する授業で扱っている内容について

※問3(1)-1で「実施している」の回答者を対象。

問6(1)-1 消費者教育に授業で扱っている内容のキーワード（複数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	83	84.7%	62	72.9%	83	97.6%	62	91.2%
B. 経済・金融	65	66.3%	65	76.5%	65	76.5%	65	95.6%
C. 消費者トラブル	83	84.7%	68	80.0%	83	97.6%	68	100.0%
D. 情報	38	38.8%	56	65.9%	38	44.7%	56	82.4%
E. 法律	63	64.3%	65	76.5%	63	74.1%	65	95.6%
F. トラブル解決にかかわる機関	74	75.5%	49	57.6%	74	87.1%	49	72.1%
G. その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
不明	13	13.3%	17	20.0%	—	—	—	—
合 計	98	—	85	—	85	—	68	—

問6(1)-1 消費者教育に関する授業で扱っている内容のキーワード（複数回答）

	家庭科		社会科		
	件 数	割 合	件 数	割 合	
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	消費者の権利と責任	68	69.4%	49	57.6%
	商品選択	65	66.3%	26	30.6%
	品質表示・マーク	71	72.4%	23	27.1%
	宣伝・広告	37	37.8%	27	31.8%
	安心・安全	41	41.8%	29	34.1%
	資源・エネルギー	48	49.0%	25	29.4%
B. 経済・金融	グリーンコンシューマー	44	44.9%	4	4.7%
	ローン	29	29.6%	29	34.1%
	クレジット・カード	57	58.2%	49	57.6%
	保険	3	3.1%	13	15.3%
	多重債務	14	14.3%	13	15.3%
	家計管理	8	8.2%	13	15.3%
C. 消費者トラブル	経済流通のしくみ	5	5.1%	47	55.3%
	生活設計	8	8.2%	10	11.8%
	契約	67	68.4%	36	42.4%
	悪質商法	73	74.5%	53	62.4%
	クーリングオフ	73	74.5%	53	62.4%
	サイバー犯罪	8	8.2%	11	12.9%
D. 情報	ネットトラブル	38	38.8%	29	34.1%
	ケータイトラブル	33	33.7%	21	24.7%
	知的財産権	6	6.1%	21	24.7%
	インターネット売買	19	19.4%	25	29.4%
	個人情報保護	19	19.4%	41	48.2%
	情報モラル	13	13.3%	22	25.9%
E. 法律	メディアリテラシー	4	4.1%	14	16.5%
	民法	2	2.0%	20	23.5%
	消費者基本法	52	53.1%	38	44.7%
	消費者契約法	42	42.9%	28	32.9%
	特定商取引法	21	21.4%	1	1.2%
	製造物責任法	45	45.9%	52	61.2%
F. トラブル解決にかかわる機関	消費者安全法	15	15.3%	10	11.8%
	電子商取引法	1	1.0%	0	0.0%
	消費生活センター	67	68.4%	34	40.0%
	消費者庁	10	10.2%	11	12.9%
	裁判所	2	2.0%	19	22.4%
	法テラス	0	0.0%	2	2.4%
合 計		98	-	85	-

問6(1)-2 重視している内容

<1位> point=件数×3	家庭科		社会科	
	件 数	point	件 数	point
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	51	153	16	48
B. 経済・金融	0	0	14	42
C. 消費者トラブル	35	105	33	99
D. 情報	1	3	2	6
E. 法律	1	3	2	6
F. トラブル解決にかかわる機関	0	0	1	3

<2位> point=件数×2	家庭科		社会科	
	件 数	point	件 数	point
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	23	46	9	18
B. 経済・金融	10	20	26	52
C. 消費者トラブル	44	88	17	34
D. 情報	3	6	4	8
E. 法律	0	0	11	22
F. トラブル解決にかかわる機関	5	10	1	2

<3位> point=件数×1	家庭科		社会科	
	件 数	point	件 数	point
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	9	9	21	21
B. 経済・金融	25	25	16	16
C. 消費者トラブル	5	5	13	13
D. 情報	2	2	4	4
E. 法律	15	15	10	10
F. トラブル解決にかかわる機関	27	27	3	3

問6(1)-2 重視している内容（ポイント加算）

	point	
	家庭科	社会科
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	208	87
B. 経済・金融	45	110
C. 消費者トラブル	198	146
D. 情報	11	18
E. 法律	18	38
F. トラブル解決にかかわる機関	37	8

問6(2) 消費者教育実施のために要すると思われる年間の時間

※問3(1)-1で「実施している」の回答者を対象。

	家庭科		社会科		不 明 除 外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
5時間未満	8	8.2%	34	40.0%	8	9.6%
5~10時間未満	38	38.8%	32	37.6%	38	45.8%
10~15時間未満	29	29.6%	8	9.4%	29	34.9%
15~20時間未満	6	6.1%	1	1.2%	6	7.2%
20時間以上	5	5.1%	0	0.0%	5	6.0%
その他(記述回答)	1	1.0%	1	1.2%	1	1.2%
不明	15	15.3%	10	11.8%	—	—
合 計	98	-	85	-	83	-
平均時間	8.7 時間		4.8 時間		75	-

問7-1 消費者教育の授業において、ビデオやDVDなどの視聴覚教材、冊子、資料(リーフレット・パンフレット類)の使用の有無 (単数回答)

※問3(1)-1で「実施している」の回答者を対象。

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
使用している	52	53.1%	6	7.1%	52	55.3%	6	8.1%
使用していない	42	42.9%	68	80.0%	42	44.7%	68	91.9%
不明	4	4.1%	11	12.9%	—	—	—	—
合 計	98	100.0%	85	100.0%	94	100.0%	74	100.0%

問7-2 使用していない理由 (複数回答)

※問7-1で「使用していない」の回答者を対象。

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
簡単すぎる	0	0.0%	1	0.9%	0	0.0%	1	1.0%
わかりにくい	0	0.0%	1	0.9%	0	0.0%	1	1.0%
身近な例でない	2	2.0%	2	1.9%	2	2.1%	2	1.9%
具体的でない	0	0.0%	2	1.9%	0	0.0%	2	1.9%
この教材・資料を利用した授業の展開が困難	2	2.0%	3	2.8%	2	2.1%	3	2.9%
生徒が興味を持てない	2	2.0%	4	3.7%	2	2.1%	4	3.8%
入手が困難(在庫がない、高価すぎなど)	16	16.0%	11	10.2%	16	16.8%	11	10.6%
教科書や資料集で充分	6	6.0%	29	26.9%	6	6.3%	29	27.9%
時間がない	21	21.0%	35	32.4%	21	22.1%	35	33.7%
入手方法が分からぬ	18	18.0%	12	11.1%	18	18.9%	12	11.5%
教材・資料自体の存在を知らない	9	9.0%	14	13.0%	9	9.5%	14	13.5%
その他	5	5.0%	8	7.4%	5	5.3%	8	7.7%
不明	1	1.0%	5	4.6%	—	—	—	—
合 計	42	—	68	—	41	—	63	—

問8 下記の教材をご存知ですか。また、授業内で使用したことありますか。

問8-1 教材の認知度 (単数回答)

	家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合
「知っている」または「使用したことがある」	26	26.0%	25	23.1%
「知らない」	74	74.0%	83	76.9%
合 計	100 100.0% 108 100.0%			

問8-2 「知っている」 (複数回答)

	家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合
DVD「多重債務に陥らないために」日本司法書士連合会	6	6.0%	7	6.5%
パワーポイント「青少年のための法律講座」同上	1	1.0%	1	0.9%
冊子「漫画・悪質商法～トラブル警報発令中～」大阪司法書士会	10	10.0%	20	18.5%
ニュースレター「高校生新聞 世の中の歩き方」京都青年司法書士会	0	0.0%	1	0.9%
「悪質商法ネタばらし」東京都消費生活総合センター	3	3.0%	5	4.6%
「それでもお金借りますか? 多重債務の落とし穴」東京都消費生活総合センター	6	6.0%	4	3.7%
「油断大敵! 悪質商法」経済産業省	6	6.0%	8	7.4%
「ケーヤクにつけるクスリ」大阪府消費生活センター・関西消費者協会Webサイト	1	1.0%	1	0.9%
合 計	100	—	108	—

問8-3 「使用したことがある」 (複数回答)

	家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合
DVD「多重債務に陥らないために」日本司法書士連合会	3	3.0%	0	0.0%
パワーポイント「青少年のための法律講座」同上	0	0.0%	0	0.0%
冊子「漫画・悪質商法～トラブル警報発令中～」大阪司法書士会	0	0.0%	0	0.0%
ニュースレター「高校生新聞 世の中の歩き方」京都青年司法書士会	1	1.0%	0	0.0%
「悪質商法ネタばらし」東京都消費生活総合センター	4	4.0%	0	0.0%
「それでもお金借りますか? 多重債務の落とし穴」東京都消費生活総合センター	3	3.0%	0	0.0%
「油断大敵! 悪質商法」経済産業省	3	3.0%	1	0.9%
「ケーヤクにつけるクスリ」大阪府消費生活センター・関西消費者協会Webサイト	0	0.0%	0	0.0%
合 計	100	—	108	—

問9 家庭科と社会科の連携による消費者教育の実施について

問9(1) 連携の必要性を感じていますか。 (単数回答)

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
はい	71	71.0%	87	80.6%	71	73.2%	87	82.9%
いいえ	26	26.0%	18	16.7%	26	26.8%	18	17.1%
不明	3	3.0%	3	2.8%	—	—	—	—
合 計	100	100.0%	108	100.0%	97	100.0%	105	100.0%

問9(2) 教科間の連携を図る上で課題。(複数回答)

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
授業時間数の不足	34	34.0%	54	50.0%	34	38.2%	54	50.9%
教科間で話し合いの時間が取れない	66	66.0%	73	67.6%	66	74.2%	73	68.9%
共通理解がもてない	8	8.0%	12	11.1%	8	9.0%	12	11.3%
人間関係が難しい	3	3.0%	7	6.5%	3	3.4%	7	6.6%
連携のモデルがないのでイメージできない	33	33.0%	26	24.1%	33	37.1%	26	24.5%
その他	4	4.0%	10	9.3%	4	4.5%	10	9.4%
不明	11	11.0%	2	1.9%	—	—	—	—
合 計	100	—	108	—	89	—	106	—

【消費者教育に関するアンケート調査集計結果（高等学校）】

【回収結果】

	配布数	有効回答数	回収率
家庭科	500 部	139 件	27.8%
社会科	500 部	93 件	18.6%
高等学校 全体	1,000 部	232 件	23.2%

【属性】

	件 数	割 合
家庭科	139	59.9%
社会科	93	40.1%
高等学校 全体	232	100.0%

【基礎項目】

I. 学校について

I-1-1 校種（単数回答）	家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明除外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
国立	2	1.4%	1	1.1%	2	1.5%	1	1.1%	-	-
公立	116	83.5%	74	79.6%	116	84.7%	74	79.6%	-	-
私立	19	13.7%	18	19.4%	19	13.9%	18	19.4%	-	-
不明	2	1.4%	0	0.0%	-	-	-	-	-	-
合 計	139	100.0%	93	100.0%	137	100.0%	93	100.0%	-	-

I-1-2 学校所在地（単数回答）	家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明除外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
大阪府	44	31.7%	16	17.2%	44	31.9%	16	17.2%	-	-
京都府	18	12.9%	15	16.1%	18	13.0%	15	16.1%	-	-
奈良県	2	1.4%	5	5.4%	2	1.4%	5	5.4%	-	-
兵庫県	54	38.8%	38	40.9%	54	39.1%	38	40.9%	-	-
和歌山県	6	4.3%	6	6.5%	6	4.3%	6	6.5%	-	-
滋賀県	14	10.1%	13	14.0%	14	10.1%	13	14.0%	-	-
不明	1	0.7%	0	0.0%	-	-	-	-	-	-
合 計	139	100.0%	93	100.0%	138	100.0%	93	100.0%	-	-

I-2 教育課程（複数回答）	家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明除外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
普通科	105	75.5%	75	80.6%	105	75.5%	75	81.5%	-	-
総合科	16	11.5%	9	9.7%	16	11.5%	9	9.8%	-	-
単位制	9	6.5%	2	2.2%	9	6.5%	2	2.2%	-	-
商業科	4	2.9%	7	7.5%	4	2.9%	7	7.6%	-	-
その他	26	18.7%	19	20.4%	26	18.7%	19	20.7%	-	-
不明	0	0.0%	1	1.1%	-	-	-	-	-	-
合 計	139	-	93	-	139	-	92	-	-	-

II. 回答者自身について

II-1 性別（単数回答）

II-1 性別（単数回答）	高等学校全体		家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
男性	76	32.8%	3	2.2%	73	78.5%	-	-	-	-
女性	142	61.2%	129	92.8%	13	14.0%	-	-	-	-
不明	14	6.0%	7	5.0%	7	7.5%	-	-	-	-
合 計	232	100.0%	139	100.0%	93	100.0%	-	-	-	-

II-1-2 年齢（単数回答）	高等学校全体		家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
男性	76	34.9%	3	2.3%	73	84.9%	-	-	-	-
女性	142	65.1%	129	97.7%	13	15.1%	-	-	-	-
不明	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
合 計	218	100.0%	132	100.0%	86	100.0%	-	-	-	-

II-1-2 年齢（単数回答）	家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明除外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
20歳代	16	11.5%	9	9.7%	16	11.6%	9	9.7%	-	-
30歳代	33	23.7%	18	19.4%	33	23.9%	18	19.4%	-	-
40歳代	54	38.8%	32	34.4%	54	39.1%	32	34.4%	-	-
50歳代	30	21.6%	30	32.3%	30	21.7%	30	32.3%	-	-
60歳	5	3.6%	4	4.3%	5	3.6%	4	4.3%	-	-
不明	1	0.7%	0	0.0%	-	-	-	-	-	-
合 計	139	100.0%	93	100.0%	138	64.5%	93	71.0%	-	-

II-2 担当教科（複数回答）	家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明除外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
家庭科	139	100.0%	0	0.0%	139	100.0%	0	0.0%	-	-
公民科	0	0.0%	65	69.9%	0	0.0%	65	70.7%	-	-
地理歴史科	0	0.0%	57	61.3%	0	0.0%	57	62.0%	-	-
その他	2	1.4%	6	6.5%	2	1.4%	6	6.5%	-	-
不明	0	0.0%	1	1.1%	-	-	-	-	-	-
合 計	139	-	93	-	139	-	92	-	-	-

(注1)本報告書「【2】調査報告」の本文及び各図表については、本集計結果のうち不明除外をしない総数に基づいて作成した。

(注2)本報告書【付録】6の別紙「中等教育における消費者教育の実態」説明図については、本集計結果のうち不明除外数に基づいて作成した。

II-3 担当科目（複数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
政治・経済	0	0.0%	23	24.7%	0	0.0%	23	24.7%
倫理	0	0.0%	3	3.2%	0	0.0%	3	3.2%
現代社会	0	0.0%	65	69.9%	0	0.0%	65	69.9%
地理歴史科の科目	0	0.0%	51	54.8%	0	0.0%	51	54.8%
家庭基礎	99	71.2%	0	0.0%	99	71.2%	0	0.0%
家庭総合	46	33.1%	0	0.0%	46	33.1%	0	0.0%
生活技術	1	0.7%	0	0.0%	1	0.7%	0	0.0%
情報	3	2.2%	6	6.5%	3	2.2%	6	6.5%
その他	27	19.4%	3	3.2%	27	19.4%	3	3.2%
不明	0	0.0%	0	0.0%	—	—	—	—
合 計	139	—	93	—	139	—	93	—

II-4-1 教職経験年数（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
5年未満	11	7.9%	11	11.8%	11	8.0%	11	11.8%
5年以上10年未満	14	10.1%	7	7.5%	14	10.1%	7	7.5%
10年以上20年未満	58	41.7%	16	17.2%	58	42.0%	16	17.2%
20年以上	55	39.6%	59	63.4%	55	39.9%	59	63.4%
不明	1	0.7%	0	0.0%	—	—	—	—
合 計	139	100.0%	93	100.0%	138	92.0%	93	88.2%

II-4-2 専任教諭／講師の別（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
専任教諭	92	66.2%	73	78.5%	92	80.7%	73	94.8%
常勤講師	15	10.8%	3	3.2%	15	13.2%	3	3.9%
非常勤講師	7	5.0%	1	1.1%	7	6.1%	1	1.3%
不明	25	18.0%	16	17.2%	—	—	—	—
合 計	139	100.0%	93	100.0%	114	100.0%	77	100.0%

II-5 学校教育(小・中・高等学校・大学)での消費者教育について（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
消費者教育を受けたことがある	80	57.6%	22	23.7%	80	61.5%	22	24.4%
消費者教育を受けたことがない	50	36.0%	68	73.1%	50	38.5%	68	75.6%
不明	9	6.5%	3	3.2%	—	—	—	—
合 計	139	100.0%	93	100.0%	130	100.0%	90	100.0%

【設問項目】

問1 あなたは消費者教育に関心がありますか。（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
関心がある	73	52.5%	20	21.5%	73	52.5%	20	21.7%
やや関心がある	53	38.1%	49	52.7%	53	38.1%	49	53.3%
どちらでもない	13	9.4%	16	17.2%	13	9.4%	16	17.4%
あまり関心はない	0	0.0%	6	6.5%	0	0.0%	6	6.5%
関心はない	0	0.0%	1	1.1%	0	0.0%	1	1.1%
不明	0	0.0%	1	1.1%	—	—	—	—
合 計	139	100.0%	93	100.0%	139	100.0%	92	100.0%

問2 あなたは今までに消費者教育の研修会などに参加したことがありますか。（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
関心がある	82	59.0%	7	7.5%	82	59.9%	7	7.6%
やや関心がある	55	39.6%	85	91.4%	55	40.1%	85	92.4%
不明	2	1.4%	1	1.1%	—	—	—	—
合 計	139	100.0%	93	100.0%	137	100.0%	92	100.0%

問3 あなたの学校の消費者教育の実施状況について

問3(1)-1 あなたの担当科目において消費者教育を実施していますか。（単数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
実施している	123	88.5%	55	59.1%	123	88.5%	55	59.8%
実施していない	16	11.5%	37	39.8%	16	11.5%	37	40.2%
不明	0	0.0%	1	1.1%	—	—	—	—
合 計	139	100.0%	93	100.0%	139	100.0%	92	100.0%

問3(1)-2 消費者教育のおよその時間数

※問3(1)-1で「実施している」の回答者を対象。

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
2時間未満	4	3.3%	17	30.9%	4	3.4%	17	31.5%
2時間以上4時間未満	22	17.9%	36	65.5%	22	18.6%	36	66.7%
4時間以上6時間未満	37	30.1%	7	12.7%	37	31.4%	7	13.0%
6時間以上8時間未満	27	22.0%	1	1.8%	27	22.9%	1	1.9%
8時間以上10時間未満	17	13.8%	0	0.0%	17	14.4%	0	0.0%
10時間以上	16	13.0%	0	0.0%	16	13.6%	0	0.0%
その他（記述回答）	3	2.4%	0	0.0%	3	2.5%	0	0.0%
不明	5	4.1%	1	1.8%	—	—	—	—
合 計	123	—	55	—	118	—	54	—
平均時間	5.6	時間	2.1	時間				

		家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明		除外	
		件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
実施している		30	21.6%	36	38.7%	30	22.9%	36	39.6%				
実施していない		19	13.7%	23	24.7%	19	14.5%	23	25.3%				
わからない		82	59.0%	32	34.4%	82	62.6%	32	35.2%				
不明		8	5.8%	2	2.2%	—	—	—	—				
合 計		139	100.0%	93	100.0%	131	100.0%	91	100.0%				

問3(3) あなたの学校全体において消費者教育を実施していますか。

		家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明		除外	
		件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
実施している		17	12.2%	6	6.5%	17	13.1%	6	6.7%				
実施していない		113	81.3%	84	90.3%	113	86.9%	84	93.3%				
不明		9	6.5%	3	3.2%	—	—	—	—				
合 計		139	100.0%	93	100.0%	130	100.0%	90	100.0%				

問3(3)-B ホームルーム・ロングホームルーム（単数回答）

		家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明		除外	
		件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
実施している		13	9.4%	7	7.5%	13	10.9%	7	8.1%				
実施していない		106	76.3%	79	84.9%	106	89.1%	79	91.9%				
不明		20	14.4%	7	7.5%	—	—	—	—				
合 計		139	100.0%	93	100.0%	119	100.0%	86	100.0%				

問3(3)-C その他の特別講座（単数回答）

		家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明		除外	
		件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
実施している		9	6.5%	10	10.8%	9	8.0%	10	11.6%				
実施していない		104	74.8%	76	81.7%	104	92.0%	76	88.4%				
不明		26	18.7%	7	7.5%	—	—	—	—				
合 計		139	100.0%	93	100.0%	113	100.0%	86	100.0%				

問3(4) あなたの学校では、社会科と家庭科が連携して消費者教育を実施していますか。（単数回答）

		家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明		除外	
		件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
実施している		2	1.4%	3	3.2%	2	1.4%	3	3.3%				
実施していない		136	97.8%	87	93.5%	136	98.6%	87	96.7%				
不明		1	0.7%	3	3.2%	—	—	—	—				
合 計		139	100.0%	93	100.0%	138	100.0%	90	100.0%				

問4 あなたの担当教科において消費者教育を実施していない理由をお答えください。（複数回答）

※問3(1)-1で「実施していない」の回答者を対象。

		家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明		除外	
		件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
担当教科内での消費者教育の位置づけが明確でない		4	25.0%	16	43.2%	4	28.6%	16	45.7%				
消費者教育の必要性を感じない		0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%				
消費者教育の指導をするための研修に恵まれない		1	6.3%	7	18.9%	1	7.1%	7	20.0%				
時間的余裕がない		9	56.3%	24	64.9%	9	64.3%	24	68.6%				
生徒の関心が低い		2	12.5%	1	2.7%	2	14.3%	1	2.9%				
指導方法が分からぬい		1	6.3%	5	13.5%	1	7.1%	5	14.3%				
適切な教材・資料がない		2	12.5%	7	18.9%	2	14.3%	7	20.0%				
その他		2	12.5%	5	13.5%	2	14.3%	5	14.3%				
不明		2	12.5%	2	5.4%	—	—	—	—				
合 計		16	—	37	—	14	—	35	—				

問6 消費者教育に関する授業で扱っている内容について

※問3(1)-1で「実施している」の回答者を対象。

問6(1)-1 消費者教育に授業で扱っている内容のキーワード（複数回答）

	家庭科		社会科		家庭科		社会科		不明		除外	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	99	80.5%	39	70.9%	99	92.5%	39	86.7%				
B. 経済・金融	105	85.4%	39	70.9%	105	98.1%	39	86.7%				
C. 消費者トラブル	105	85.4%	41	74.5%	105	98.1%	41	91.1%				
D. 情報	35	28.5%	39	70.9%	35	32.7%	39	86.7%				
E. 法律	87	70.7%	39	70.9%	87	81.3%	39	86.7%				
F. トラブル解決にかかわる機関	93	75.6%	36	65.5%	93	86.9%	36	80.0%				
G. その他	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%				
不明	16	13.0%	10	18.2%	—	—	—	—				
合計	123	—	55	—	107	—	45	—				

問6(1)-1 消費者教育に関する授業で扱っている内容のキーワード（複数回答）

	家庭科		社会科	
	件数	割合	件数	割合
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	66	53.7%	25	45.5%
商品選択	56	45.5%	10	18.2%
品質表示・マーク	71	57.7%	12	21.8%
宣伝・広告	18	14.6%	16	29.1%
安心・安全	39	31.7%	13	23.6%
資源・エネルギー	51	41.5%	22	40.0%
グリーンコンシューマー	40	32.5%	20	36.4%
B. 経済・金融	54	43.9%	14	25.5%
ローン	86	69.9%	22	40.0%
クレジット・カード	9	7.3%	6	10.9%
保険	78	63.4%	17	30.9%
多重債務	45	36.6%	0	0.0%
家計管理	29	23.6%	13	23.6%
経済流通のしくみ	29	23.6%	0	0.0%
生活設計	82	66.7%	17	30.9%
クーリングオフ	87	70.7%	28	50.9%
C. 消費者トラブル	13	10.6%	18	32.7%
サイバー犯罪	48	39.0%	23	41.8%
ネットトラブル	36	29.3%	16	29.1%
F. トラブル解決にかかわる機関	3	2.4%	21	38.2%
インターネット売買	18	14.6%	10	18.2%
個人情報保護	20	16.3%	21	38.2%
情報モラル	14	11.4%	18	32.7%
メディアリテラシー	12	9.8%	25	45.5%
E. 法律	33	26.8%	8	14.5%
民法	59	48.0%	23	41.8%
消費者基本法	55	44.7%	17	30.9%
消費者契約法	43	35.0%	8	14.5%
特定商取引法	53	43.1%	26	47.3%
製造物責任法	11	8.9%	2	3.6%
消費者安全法	8	6.5%	8	14.5%
電子商取引法	80	65.0%	27	49.1%
消費者センター	17	13.8%	19	34.5%
裁判所	10	8.1%	10	18.2%
法テラス	2	1.6%	3	5.5%
合計	123	—	55	—

問6(1)-2 重視している内容

	家庭科		社会科	
	件数	point	件数	point
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	23	69	15	45
B. 経済・金融	26	78	4	12
C. 消費者トラブル	57	171	15	45
D. 情報	0	0	4	12
E. 法律	2	6	5	15
F. トラブル解決にかかわる機関	1	3	2	6

	家庭科		社会科	
	件数	point	件数	point
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	13	26	9	18
B. 経済・金融	49	98	8	16
C. 消費者トラブル	36	72	14	28
D. 情報	3	6	5	10
E. 法律	5	10	4	8
F. トラブル解決にかかわる機関	3	6	4	8

	家庭科		社会科	
	件数	point	件数	point
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	43	43	4	4
B. 経済・金融	18	18	6	6
C. 消費者トラブル	13	13	4	4
D. 情報	3	3	7	7
E. 法律	9	9	13	13
F. トラブル解決にかかわる機関	22	22	8	8

問6(1)-2 重視している内容（ポイント加算）

	point	
	家庭科	社会科
A. 消費生活(衣・食・住)・環境	138	67
B. 経済・金融	194	34
C. 消費者トラブル	256	77
D. 情報	9	29
E. 法律	25	36
F. トラブル解決にかかわる機関	31	22

問6(2) 消費者教育実施のために要すると思われる年間の時間
※問3(1)-1で「実施している」の回答者を対象。

	家庭科		社会科		不 明		除 外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
5時間未満	10	8.1%	23	41.8%	10	8.7%	23	50.0%
5~10時間未満	45	36.6%	18	32.7%	45	39.1%	18	39.1%
10~15時間未満	52	42.3%	7	12.7%	52	45.2%	7	15.2%
15~20時間未満	6	4.9%	0	0.0%	6	5.2%	0	0.0%
20時間以上	8	6.5%	2	3.6%	8	7.0%	2	4.3%
その他(記述回答)	3	2.4%	0	0.0%	3	2.6%	0	0.0%
不明	8	6.5%	9	16.4%	—	—	—	—
合 計	123	—	55	—	115	—	46	—
平均時間	10.2 時間		5.8 時間					

問7-1 消費者教育の授業において、ビデオやDVDなどの視聴覚教材、冊子、資料(リーフレット・パンフレット類)の使用の有無(単数回答)

※問3(1)-1で「実施している」の回答者を対象。

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
使用している	79	64.2%	9	16.4%	79	66.4%	9	20.9%
使用していない	40	32.5%	34	61.8%	40	33.6%	34	79.1%
不明	4	3.3%	12	21.8%	—	—	—	—
合 計	123	100.0%	55	100.0%	119	100.0%	43	100.0%

問7-2 使用していない理由(複数回答)

※問7-1で「使用していない」の回答者を対象。

	家庭科		社会科		家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
簡単すぎる	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
わかりにくい	3	2.2%	1	1.1%	3	2.3%	1	1.1%
身近な例でない	0	0.0%	1	1.1%	0	0.0%	1	1.1%
具体的でない	1	0.7%	0	0.0%	1	0.8%	0	0.0%
この教材・資料を利用した授業の展開が困難	5	3.6%	2	2.2%	5	3.8%	2	2.2%
生徒が興味を持ってない	0	0.0%	2	2.2%	0	0.0%	2	2.2%
入手が困難(在庫がない、高価すぎるなど)	6	4.3%	4	4.3%	6	4.6%	4	4.4%
教科書や資料集で充分	12	8.6%	12	12.9%	12	9.2%	12	13.3%
時間ががない	24	17.3%	23	24.7%	24	18.5%	23	25.6%
入手方法が分からない	3	2.2%	4	4.3%	3	2.3%	4	4.4%
教材・資料自体の存在を知らない	2	1.4%	6	6.5%	2	1.5%	6	6.7%
その他	6	4.3%	3	3.2%	6	4.6%	3	3.3%
不明	1	0.7%	0	0.0%	—	—	—	—
合 計	40	—	34	—	39	—	34	—

問8 下記の教材をご存知ですか。また、授業内で使用したことがありますか。

問8-1 教材の認知度(単数回答)

	家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合
「知っている」または「使用したことがある」	92	66.2%	29	31.2%
「知らない」	47	33.8%	64	68.8%
合 計	139	100.0%	93	100.0%

問8-2 「知っている」(複数回答)

	家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合
DVD「多重債務に陥らないために」日本司法書士連合会	39	28.1%	22	23.7%
パワーポイント「青少年のための法律講座」同上	1	0.7%	4	4.3%
冊子「漫画・悪質商法～トラブル警報発令中～」大阪司法書士会	21	15.1%	15	16.1%
ニュースレター「高校生新聞 世の中の歩き方」京都青年司法書士会	1	0.7%	4	4.3%
「悪質商法ネタばらし」東京都消費生活総合センター	2	1.4%	3	3.2%
「それでもお金借りますか？多重債務の落とし穴」東京都消費生活総合センター	19	13.7%	7	7.5%
「油断大敵！悪質商法」経済産業省	26	18.7%	10	10.8%
「ケーヤクにつけるクスリ」大阪府消費生活センター・関西消費者協会Webサイト	8	5.8%	2	2.2%
合 計	139	—	93	—

問8-3 「使用したことがある」(複数回答)

	家庭科		社会科	
	件 数	割 合	件 数	割 合
DVD「多重債務に陥らないために」日本司法書士連合会	8	5.8%	2	2.2%
パワーポイント「青少年のための法律講座」同上	0	0.0%	0	0.0%
冊子「漫画・悪質商法～トラブル警報発令中～」大阪司法書士会	5	3.6%	1	1.1%
ニュースレター「高校生新聞 世の中の歩き方」京都青年司法書士会	0	0.0%	1	1.1%
「悪質商法ネタばらし」東京都消費生活総合センター	1	0.7%	0	0.0%
「それでもお金借りますか？多重債務の落とし穴」東京都消費生活総合センター	3	2.2%	0	0.0%
「油断大敵！悪質商法」経済産業省	33	23.7%	0	0.0%
「ケーヤクにつけるクスリ」大阪府消費生活センター・関西消費者協会Webサイト	5	3.6%	0	0.0%
合 計	139	—	93	—

問9 家庭科と社会科の連携による消費者教育の実施について

問9(1) 連携の必要性を感じていますか。(単数回答)

	家庭科		社会科		不 明		除 外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
はい	93	66.9%	68	73.1%	93	69.9%	68	73.1%
いいえ	40	28.8%	25	26.9%	40	30.1%	25	26.9%
不明	6	4.3%	0	0.0%	—	—	—	—
合 計	139	100.0%	93	100.0%	133	100.0%	93	100.0%

問9(2) 教科間の連携を図る上で課題。(複数回答)

	家庭科		社会科		不 明		除 外	
	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合	件 数	割 合
授業時間数の不足	57	41.0%	39	41.9%	57	43.2%	39	44.8%
教科間で話し合いの時間が取れない	103	74.1%	54	58.1%	103	78.0%	54	62.1%
共通理解がもてない	25	18.0%	12	12.9%	25	18.9%	12	13.8%
人間関係が難しい	17	12.2%	5	5.4%	17	12.9%	5	5.7%
連携のモデルがないのでイメージできない	35	25.2%	25	26.9%	35	26.5%	25	28.7%
その他	14	10.1%	8	8.6%	14	10.6%	8	9.2%
不明	7	5.0%	6	6.5%	—	—	—	—
合 計	139	—	93	—	132	—	87	—

5. 附属天王寺中学校3年生に対するアンケート

アンケート調査への回答のお願い

このアンケートは、中学校での「契約」に関する授業のあり方について共同研究をしている大阪教育大学・日本司法書士会連合会・近畿司法書士会連合会が、研究の参考として、実際に授業を受けられた中学生の皆さんのがん想を教えていただくために作成したもの。調査結果は、この共同研究の参考として分析させていただく以外の目的には決して使用しません。また、皆さんの個人情報が公開されることもありませんので、ご協力をよろしくお願いします。

平成24年9月

〒540-0019 大阪市中央区和泉町1丁目1番6号

近畿司法書士会連合会気付

日本司法書士会連合会・近畿司法書士会連合会・国立大学法人
大阪教育大学「法教育としての消費者教育共同研究会」

座長 吉岡大地

このアンケート調査は、次の2つの授業について質問するものです。

【家庭科の授業】

2年生 平成23年11月 技術・家庭科家庭分野 (艮千恵子先生の授業)

よりよい消費生活のために「くらしの中の契約」

- ①私の生活行動 学校に登校するまでの自分の行動を振り返る。
- ②寸劇 コンビニでおにぎりを購入する。(こんな場合はどうか?)
- ③契約とは何か、契約の成立、買い手と売り手に権利と義務が生じること。
- ④くらしの中の契約の例を確認する。

【社会科の授業】

3年生 平成24年7月 社会科公民的分野 (高校・甲山和美先生の特別授業)

‘法’と親しくなろう「わかつておきたい“契約”のルール」

- ①寸劇 アンケートに答えたら英会話学校に誘われて…。
- ②自由権と近代社会の発展について。(復習)
- ③契約の成立、「契約」にともなう責任(義務)。
- ④「契約」を守らなければならないわけ。
- ⑤「契約」を取り消す(解約する)ことができる場合。
- ⑥「原則から考える」ということ。

以下の質問では、この2つの授業をそれぞれ「家庭科の授業」「社会科の授業」といいます。

【注意事項】アンケート調査ですので、テストや成績とは関係ありません。周りの人や先生と相談せず、自分の考えで、以下の質問に答えてください。質問は裏面にもありますので、忘れずに記入してください。

問1 あなたは、これらの授業を受けましたか。当てはまる番号に○をつけてください。

家庭科の授業について 1. 授業を受けた 2. 欠席した

社会科の授業について 1. 授業を受けた 2. 欠席した

問2 家庭科と社会科の両方で「契約」についての授業を受けたことについて、あなたの考えに当てはまるのはどれですか。当てはまる番号に○をつけてください。

1. 家庭科の授業を受ける前から、家庭科と社会科の学習内容に関連があると知っていた。

2. 社会科の授業を受けてから、家庭科と社会科の学習内容に関連があることに、初めて気がついた。

3. この質問をされるまで、家庭科と社会科の学習内容の関連に気づかなかった。

問3 2年生の家庭科と3年生の社会科で「契約」についての授業があったことについて、あなたはどう感じましたか。当てはまる番号に○をつけてください。

1. 「契約」について、違う視点から違う時期に2回学習ができたので、分かりやすかった。
2. 両方の授業で「契約」を学習するなら、同じ学年で同じ時期にしたほうが、分かりやすかったのではないかと思った。

問4 あなたは、この1週間の間に何か契約をしましたか。当てはまる番号に○をつけてください。

1. この1週間の間に契約をした。
2. この1週間の間にはしていないが、以前にはしたことがある。
3. 契約をしたことではない。

問5 コンビニエンスストアのおにぎりコーナーで、お客様が、どのおにぎりを買うか迷った後で、「120円のシャケおにぎり」を1個買うことにしました。このお客様は、次のうちいつの時点で代金を支払う責任を負うのでしょうか。当てはまる番号に○をつけてください。

1. おにぎりコーナーで、「120円のシャケおにぎり」を1個、手に取った時。
2. 「120円のシャケおにぎり」1個を、レジに持参して店員に渡した時。
3. 店員がレジを打った時。
4. 店員が、「120円のシャケおにぎり」1個を袋に入れた時。

問6 問5の1～4の場面で、このお客様が考え直して「120円のシャケおにぎり」を買うのをやめることができるのは、どの時点までですか。あてはまる番号を選んで〔 〕に記入し、その理由を簡単に説明してください。

- ・考え直してやめることができるのは 〔 〕番の時点まで。
- ・理由の説明 〔 〕

問7 いったん決めた「契約」を守らなければならないのは、なぜだと思いますか。その理由を簡単に説明してみてください。

問8 キャッチセールスなどで「クーリング・オフ制度」があるのは、なぜだと思いますか。その理由を簡単に説明してみてください。

問9 家庭科と社会科で「契約」の授業を受けた感想を、自由に記入してください。

ご協力、ありがとうございました。

◆附属天王寺中学校3年生に対するアンケート調査集計結果

【調査実施日】 平成24年9月14日 クラス別に、授業時間中の一部で実施。

【調査対象研究授業】

2年生 平成23年11月 技術・家庭科家庭分野 『よりよい消費生活のために「暮らしの中の契約』』

3年生 平成24年 7月 社会科 公民的分野 『‘法’と親しくなろう「わかっておきたい“契約”のルール』』

【調査対象者】 3年生 160名 のうち、調査実施日の欠席者 1名 を除く 159名 を対象として実施

問1. 調査対象研究授業の出席状況

	件数	割合
家庭科と社会科双方の授業に出席 【Aグループ】	156	98.1%
家庭科の授業に出席、社会科の授業に欠席	1	0.6%
家庭科の授業に欠席、社会科の授業に出席	0	0.0%
家庭科と社会科双方の授業に欠席	2	1.3%
合 計	159	100.0%

【家庭科と社会科の連携授業に関する反応】

問2. 家庭科と社会科の学習内容の関連についての生徒の意識

	全体		Aグループ		両授業実施前は 知らなかつた 134名中の割合
	件数	割合	件数	割合	
家庭科の授業を受ける前から知っていた	22	13.84%	22	14.1%	
社会科の授業を受けてから、初めて気がついた	100	62.89%	100	64.1%	74.6%
この質問をされるまで、関連に気づかなかつた	36	22.64%	34	21.8%	25.4%
無回答	1	0.63%	0	0.0%	0.0%
合 計	159	100.00%	156	100.0%	100.0%

問3. 2年生の家庭科と3年生の社会科で「契約」についての授業があったことについて

	全体		Aグループ	
	件数	割合	件数	割合
違う視点から違う時期に2回学習ができたので、分かりやすかつた	103	64.8%	101	64.7%
同じ学年で同じ時期にしたほうが、分かりやすかつたのではないか	53	33.3%	53	34.0%
無回答（自由記述「どちらでもない」を含む）	3	1.9%	2	1.3%
合 計	159	100.0%	156	100.0%

※（参考）問9 家庭科と社会科で「契約」の授業を受けた感想（自由記述）のうち Aグループの回答

● 家庭科と社会科の連携授業に言及した回答 34人／156人中 （以下、内訳）	件数
各教科の特長に注目するなど、家庭科と社会科の連携授業に肯定的な回答 例) ・家庭科では家側、社会科では全体を中心にしている ・社会科の授業では家庭科でやった内容を深めることができた ・関係性があつておもしろかった ・違う視点から学べた など	24
家庭科と社会科の連携授業の必要性に疑問、否定的な回答 例) ・内容がかなりかぶつてしまふので効率が悪い ・家庭科で一度やっている など	5
双方の授業を比較した回答（一方が分かりにくい）	5

…★

● 連携授業に言及していない感想の回答 122人／156人中 （以下、※には重複回答有り）	件数
楽しかった、分かりやすかった、役に立った、などの単純回答（肯定的なもの）	※ 78
寸劇など授業の形態が良かった	※ 15
「契約」を身近に感じた	※ 17
今後の消費行動を変えていきたい	※ 10
分かりにくかった、難しかった、など（否定的感想）	4
無回答	9

…★

以上のうち、★否定的回答（無回答を含む）の合計は 23人／156人（14.7%）

【効果測定：「契約」についての基礎知識、原則の理解】

問4. あなたは、この1週間の間に何か契約をしましたか。

（中学生も、売買契約など身近な契約の当事者であることの認識が身についたか。）

	全体		Aグループ	
	件数	割合	件数	割合
この1週間の間に契約をした	138	86.8%	136	87.2%
この1週間の間にはしていないが、以前にはしたことがある	19	11.9%	18	11.5%
契約をしたことはない	2	1.3%	2	1.3%
無回答	0	0.0%	0	0.0%
合 計	159	100.0%	156	100.0%

問5. コンビニエンスストアのおにぎりコーナーで、お客さんが、どのおにぎりを買うか迷った後で、「120円のシャケおにぎり」を1個買うことになりました。このお客さんは、次のうちいつの時点で代金を支払う責任を負うのでしょうか。
 (意思表示の合致時 = 契約の成立時 = 権利義務の発生時 であることについて理解できたか。)

〔考え方〕「レジに持参して店員に渡した行為」=黙示の「申込の意思表示」であると考えられる。

「店員がレジを打った行為」=黙示の「承諾の意思表示」であると考えられる。=この時点で、双方の意思が合致(3が正解)。

但し、店員が商品を受け取った時が、黙示の承諾の意思表示=意思表示合致時=であると解釈できる余地があるため、2も正解とした。

	全体		Aグループ		…誤
	件数	割合	件数	割合	
1. おにぎりコーナーで、「120円のシャケおにぎり」を1個、手に取った時	3	1.9%	3	1.9%	…誤
2. 「120円のシャケおにぎり」1個を、レジに持参して店員に渡した時	79	49.7%	77	49.4%	…正解
3. 店員がレジを打った時	52	32.7%	52	33.3%	…正解
4. 店員が、「120円のシャケおにぎり」1個を袋に入れた時	25	15.7%	24	15.4%	…誤
無回答	0	0.0%	0	0.0%	…誤
合 計	159	100.0%	156	100.0%	

問6. このお客さんが考え直して「120円のシャケおにぎり」を買うのをやめることができるのは、どの時点までですか。

6-1. 考え直してやめることができるのは、この時点まで。

(契約の成立によって権利義務が発生し、契約を守る責任が生じることについて理解できたか。)

〔考え方〕意思表示の合致時 = 契約の成立時 = 権利義務が発生するため、以後、一方的な撤回はできない。

契約が成立する前であれば、撤回は可能と考えられる。契約成立時を2と考えれば1,3と考えれば2が正解)。

	全体		Aグループ		…正解
	件数	割合	件数	割合	
1. おにぎりコーナーで、「120円のシャケおにぎり」を1個、手に取った時	35	22.0%	33	21.2%	…正解
2. 「120円のシャケおにぎり」1個を、レジに持参して店員に渡した時	63	39.6%	63	40.4%	…正解
3. 店員がレジを打った時	40	25.2%	40	25.6%	…誤
4. 店員が、「120円のシャケおにぎり」1個を袋に入れた時	19	11.9%	18	11.5%	…誤
無回答	2	1.3%	2	1.3%	…誤
合 計	159	100.0%	156	100.0%	

※ (参考) Aグループの 問5・問6 回答 クロス集計と Aグループ中の割合 (問5・問6 を関連づけて考えることができているか。)

問6 1を選択 =手に取った時までは、考え直してやめることができる。

	件数	割合	
問5 1を選択=手に取った時に契約が成立、権利義務が発生する	1	0.6%	
2を選択=店員に渡した時に契約が成立、権利義務が発生する	29	18.6%	…正解群 ①
3を選択=レジを打った時に契約が成立、権利義務が発生する	2	1.3%	
4を選択=袋に入れた時に契約が成立、権利義務が発生する	1	0.6%	

問6 2を選択 =レジに持参し、店員に渡した時(承諾前)までは、考え直してやめることができる。

	件数	割合	
問5 1を選択=手に取った時に契約が成立、権利義務が発生する	1	0.6%	
2を選択=店員に渡した時に契約が成立、権利義務が発生する	22	14.1%	
3を選択=レジを打った時に契約が成立、権利義務が発生する	37	23.7%	…正解群 ②
4を選択=袋に入れた時に契約が成立、権利義務が発生する	3	1.9%	

問6 3を選択 =店員がレジを打った時までは、考え直してやめることができる。

	件数	割合	
問5 1を選択=手に取った時に契約が成立、権利義務が発生する	1	0.6%	
2を選択=店員に渡した時に契約が成立、権利義務が発生する	13	8.3%	
3を選択=レジを打った時に契約が成立、権利義務が発生する	9	5.8%	
4を選択=袋に入れた時に契約が成立、権利義務が発生する	17	10.9%	

問6 4を選択 =(レジを打った後)袋に入れた時までは、考え直してやめることができる。

	件数	割合	
問5 1を選択=手に取った時に契約が成立、権利義務が発生する	0	0.0%	
2を選択=店員に渡した時に契約が成立、権利義務が発生する	11	7.1%	
3を選択=レジを打った時に契約が成立、権利義務が発生する	4	2.6%	
4を選択=袋に入れた時に契約が成立、権利義務が発生する	3	1.9%	

6-2. 考え直してやめることができるのはこの時点までだ、と考えた理由の説明（自由記述）。

●問5・問6 クロス集計 正解群① (問5=2、問6=1 を選択) =29人 =店員に渡した時に契約が成立 (=権利義務が発生)。その前の段階ならやめができる。 意思表示の合致（合意）、契約成立の時点に注目した説明をしているもの 例) ・まだ契約する前だから（契約が成立していないから） ・2で（店員に渡した時点で）契約が成立しているから ・おにぎりを売る・買うの両者が合意する前ならば変えられるから ・2だと、双方の同意が完了しているため	件数 15	割合 51.8%
代金支払義務の発生時点に注目した説明をしているもの 例) ・2の時点で代金を払う責任が生じるから など	3	10.3%
説明ができていないもの	11	37.9%
合 計	29	100.0%

●問5・問6 クロス集計 正解群② (問5=3、問6=2 を選択) =37人 =レジを打った時に契約が成立 (=権利義務が発生)。その前の段階ならやめができる。 意思表示の合致（合意）、契約成立の時点に注目した説明をしているもの 例) ・まだ契約する前だから（契約が成立していないから） ・レジを打ったことが契約したことになる ・レジを打ったのは、お互いが合意したしるしだから	件数 14	割合 37.8%
代金支払義務の発生時点に注目した説明をしているもの 例) まだ代金を支払う責任を負っていないから など	2	5.4%
説明ができていないもの	21	56.8%
合 計	37	100.0%

【効果測定：原則からの思考トレーニング】

問7. いったん決めた「契約」を守らなければならない理由（自由記述）のうち Aグループの回答

（対等な当事者が自由な意思で自ら決めた約束だから等、契約の原則から考えて説明できるようになったか。）

契約の原則から考えて説明しようとしているもの 契約自由の原則に関連した理由を記載 例：熟慮して自分の意思で合意した約束だから 契約成立の効果としての理由を記載 例：契約に伴って責任（義務）が発生するから お互いが合意をしたことだから	件数 12 11 10	割合 7.7% 7.0% 6.4%
ルール・決まりだから	31	19.9%
道義的・倫理的な意見 例：（守らないのは）人としてどうかと思う	61	39.1%
紛争、損害発生の可能性・手続が複雑化 例：処理が面倒になる	21	13.5%
説明ができていない 例：そういう契約だから、守らなければならないから	7	4.5%
分からず、無回答	3	1.9%
合 計	156	100.0%

問8. キャッチセールスなどで「クーリング・オフ制度」がある理由（自由記述）。

（対等で自由な意思で自ら決めたとはいえない契約であるから等、原則から考えて説明できるようになったか。）

契約の原則から考えて説明しようとしているもの (契約自由の原則=自由に意思決定できる／契約の拘束力=当事者の対等性が根拠) 例) 当事者同士が対等ではない 自由意思でよく考えて判断していない 説明・情報を十分提供されていない 他の商品・情報と比較できない 双方の契約の意思が合致していない 契約内容の理解・解釈がくい違っている 相手から強制された契約だから	件数 35	割合 22.4%
悪質商法の性質に限定して説明しようとしているもの 例) 悪質商法だから 問題ある商法だから 犯罪だから 詐欺だから 騙されているから 騙されたときの予防 被害防止	46	29.5%
契約の原則から考えたとは言えないもの 例) 被害者がかわいそう 保護が必要 頭を冷やすことが必要 損をするから やり直し・考え方を認める 契約後に気が変わることがある 使ってみないと分からない 雰囲気で契約してしまうことがある 売主にも都合がいい（この制度があると商品が売れる）	60	38.5%
説明ができていない	8	5.1%
分からず、無回答	7	4.5%
合 計	156	100.0%

6. 研究成果発表一覧

【学会発表】

1. 2010年10月9日 日本消費者教育学会第30回全国大会
 - ・ポスターセッション出展（ポスターの内容は、本報告書93頁、「3. 研究構想図」参照。）
2. 2011年10月23日 日本消費者教育学会第31回全国大会
 - ・研究発表「中学校および高等学校における消費者教育の現状 一家庭科と社会科教員へのアンケート調査をもとに一」（発表者：鈴木真由子、大本久美子）。
 - ・研究発表「法教育としての消費者教育に関する研究・I 一司法書士会作成の消費者教育教材の分析一」（発表者：小牧美江、田實美樹）
3. 2012年3月23日 大阪教育大学研究成果報告会
 - ・研究発表「消費者教育及び法教育に関する共同研究」（発表の内容は、本報告書120頁、「消費者教育及び法教育に関する共同研究 Part II ～中等教育における消費者教育の実態～」説明図参照。発表者：鈴木真由子、大本久美子）
4. 2012年10月21日 日本消費者教育学会第32回全国大会
 - ・研究発表「法教育としての消費者教育に関する研究・II 一社会科（公民科）と家庭科の教科間連携一」（発表者・小牧美江、田實美樹、古川百合香）

【論文発表】

1. 大本久美子・鈴木真由子「中学校・高等学校家庭科における消費者教育の現状と課題 一近畿地区を対象にした抽出調査を通して一」生活文化研究 第50冊、33-46頁、大阪教育大学家政学研究会、2011年9月
2. 鈴木真由子・大本久美子「中学校における消費者教育の現状 一家庭科及び社会科教員への質問紙調査をもとに一」消費者教育 第32冊、1-10頁、2012年
3. 小牧美江・田實美樹「法教育としての消費者教育に関する研究(1) 一司法書士会作成の消費者教育教材の分析一」消費者教育 第32冊、91-102頁、2012年
4. 大本久美子・鈴木真由子「中学校・高等学校社会科における消費者教育の現状と課題 一近畿地区を対象にした抽出調査を通して一」国民生活研究 第52巻第3号、49-64頁、2012年12月
5. 大本久美子・鈴木真由子「高等学校における消費者教育の現状と課題 一家庭科及び社会科教員への質問紙調査をもとに一」大阪教育大学紀要 V教科教育 第61巻 第2号、73-82頁、2013年2月

消費者教育及び法教育に関する共同研究 Part II

～中等教育における消費者教育の実態～

家政教育講座 鈴木真由子・大久美子

1. 研究の背景

- 消費者基本計画(2010)の重点的取り組みに「学校における消費者教育の推進・支援」が継続的に位置づけられた具体的な施策として
 - 新学習指導要領の周知徹底
 - 副教材の作成・配布
 - 講座の充実等

4-1. 中学校の結果

表1. 教科別消費者教育に関する経験	
	消費者教育受講経験 研修会参加経験
有り(%)	無し(%)
家庭科	61.1 38.9
社会科	31.7 68.3
56.6	5.6
94.4	

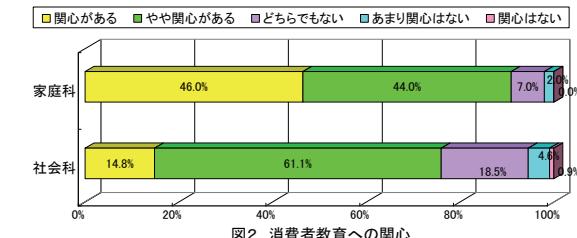
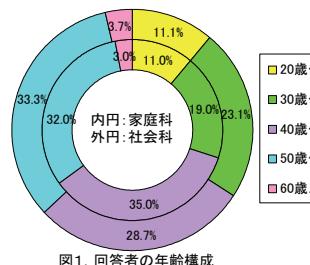
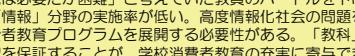
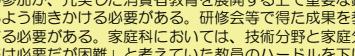
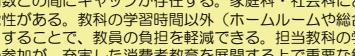
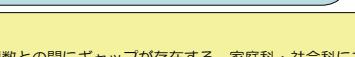
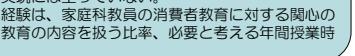
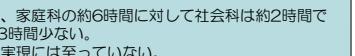
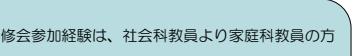
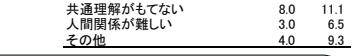
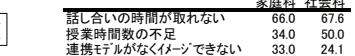
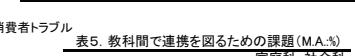
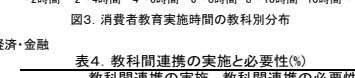
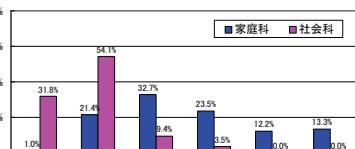


表2. 研修会参加経験の有無別にみた消費者教育への関心(%)

研修への参加経験	教科	n	関心がある				
			やや関心がある	どちらでもない	あまり関心はない	関心はない	無し(%)
有り	家庭科	43	60.5	37.2	2.3	0.0	0.0
	社会科	6	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0
無し	家庭科	54	35.7	43.2	10.7	3.6	0.0
	社会科	102	13.7	60.8	19.6	4.9	1.0

表3. 消費者教育の実施時間と必要時間

実施時間	必要時間	差
家庭科	5.8	8.7
社会科	2.2	4.8
		2.6



法教育としての消費者教育共同研究会「法教育としての消費者教育に関する研究
—社会科（公民科）・家庭科の教材・授業案開発に向けて—」 研究報告書
平成 25 年 3 月 4 日

発 行 日 本 司 法 書 士 会 連 合 会
〒 160-0003 東京都新宿区本塩町 9 番地 3
電話 03-3359-4171 (代) <http://www.shiho-shoshi.or.jp/>

近 畿 司 法 書 士 会 連 合 会
〒 540-0019 大阪市中央区和泉町一丁目 1 番 6 号
電話 06-6941-1511 <http://kinshiren.com/>

国 立 大 学 法 人 大 阪 教 育 大 学
〒 582-8582 大阪府柏原市旭ヶ丘四丁目 698 番地 1
電話 072-976-3211 (代) <http://osaka-kyoiku.ac.jp/>
