

京都府消費者教育推進校事業

授業事例集



エシカル(ethical)って何？
=「倫理的」「道徳的」という意味の形容詞
=「環境保全や社会貢献」



平成 30 年 3 月



授業事例集の発行に寄せて

京都府消費者教育推進校事業は、平成 29 年 3 月に改訂された「京都府消費者教育推進計画」を受け、消費者被害を未然に防止し、自主的かつ合理的に行動する消費者の育成を図るため、平成 29 年度から実施された取組です。

平成 29 年度は、府立高校 4 校、私立高校 1 校を消費者教育推進校として、消費者教育の授業やその指導案の実践研究に取り組みされており、今後、高校において消費者教育を進める上で、大変、示唆に富むものであります。

本授業事例集は、これらの消費者教育推進校における消費者教育の授業例を研究し、その成果をまとめ発刊されたものです

平成 28 年度に選挙権年齢が 18 歳以上に引き下げられ、高等学校における主権者教育が重視される中、生徒が政治や社会の課題に関心を持ち、自らの問題として考え、行動する力を身につけさせることが求められています。

さて、平成 29 年度中に高等学校の新学習指導要領が告示されますが、平成 30 年 2 月に文部科学省から高等学校学習指導要領案が公表され、そこでは、社会で力強く生きていくための資質・能力を育み、生涯にわたって探究を深める未来の創り手となるよう、主体的・対話的で深い学びの実現に向けた授業改善が強く求められています。

このような新学習指導要領の趣旨を踏まえ、公民科や家庭科などの教科で、多様な契約、消費者の権利と責任、消費者保護の仕組み等について学習するだけでなく、生徒自らが課題意識をもち、取り組む姿勢を育む教育を進めることが重要であります。

本授業事例集には、生徒が主体的に学ぶという観点からも工夫された授業が掲載されており、各校における消費者教育を推進する上で、大いに活用されることを期待しております。

府教育委員会といたしましても、新学習指導要領の趣旨の周知・徹底、教員の指導力の向上を図るとともに、京都府消費生活安全センターをはじめとする関係機関との連携した取組など通じて、消費者教育を一層推進して参ります。

平成 30 年 3 月

京都府教育庁指導部高校教育課

授業事例集の発行に寄せて

学習指導要領の総則に、次代の社会を形成することに向けた現代的な諸課題に対応して求められる資質・能力を教科横断的な視点で育成していくことが明記されました。

学校教育では、「何をやったか」より「何ができるようになったか」への改革が求められ、「主体的・対話的で深い学び」につながる学習指導が不可欠となっています。社会と接点のある授業は、主体的な学びの鍵となります。「主体的・対話的で深い学び」をつくる題材として、消費者教育に注目することで、生徒が解決すべき問題を自分の生活に引き寄せ、対話的な学びが期待できます。

消費者教育の目標は、自立した消費者の育成と消費者市民社会の実現をめざすことです。法律や学習指導要領の記述、成年年齢引き下げの議論や国連SDGs（持続可能な開発目標）等を受け、「消費者市民社会」をキーワードとする消費者教育の新しい取組が注目されています。

本事業では、消費者市民社会に関連するテーマについて、生徒自らが「考え、体験」する授業づくりを試みました。教科を超えて交流することもできました。城南菱創高等学校の「落語家の古典落語を鑑賞し、消費者市民社会を考える」授業、城陽高等学校の「司法書士・公民担当教員・国語担当教員のコラボレーションによる、『契約書』を切り口に消費者の権利を考える、そして社会の一員として消費生活センター職員に要望を提案する授業」等です。伝統芸能や法律の専門家、行政職員などを交え、消費者市民社会を形成する力の育成をねらいとした授業提案です。

一方、京都府の消費者教育推進計画においては、エシカル消費の普及に取り組むことが明示されています。「エシカルな消費者」の育成を目指した授業も掲載しています。木津高等学校では、「やましろエシカルすごろく」の開発を通じてエシカル消費を学び、地元の小学校、大学、消費生活センターなど様々な機関と連携した授業を提案いただきました。城南菱創高等学校、東稜高等学校、立命館宇治高等学校の家庭科では、「物事の背景や安さの理由を考える」授業、「お茶を選び（場面による視点を想定し）、選ぶための条件を考え、その根拠をグループで交流し、思考力を鍛える」授業、「自分たちにできる和朝食献立作成」授業などを実践いただきました。「エシカル」を切り口とした、消費者市民社会の形成者を育成する具体的な授業提案です。次年度はさらに教科、科目を拡げて、授業開発に取り組む予定です。

本事例集は、あらゆる教科の先生方に「消費者市民社会」をキーワードとする消費者教育の取組や学習内容を知っていただくことを目的としています。学校教育活動全体の中で、教科指導をはじめとする様々な教育活動と関連付けながら消費者教育を推進する工夫が求められています。消費者教育の取組や学習内容に関心を持っていただき、教育活動に、消費者市民社会の形成者を育成する視点を加えていただければ大変嬉しく存じます。

最後になりましたが、本事業に関わっていただきました先生方、関係の皆様は厚く御礼申し上げます。

平成 30 年 3 月

大阪教育大学教育学部教授、京都府消費生活審議会委員 大本久美子

「消費者市民社会は実現可能か」

ワッハッハと笑ってウーンと悩む

授業のねらい

消費者市民の理念に相反する教材内容の古典落語を鑑賞し、古典落語に登場する人間の「業(ごう)」を読み取った上で、消費者市民社会の可否を考えることを通じ、批判的な思考力を持った(教員からの押し付けでない)消費者市民としての素養を身に付ける。

生徒の反応

- DVDによる落語鑑賞だったら他人事として捉え、課題を軽視していたと思う。
- 落語の世界は人間の業だと聞いて自分の本心から考えられた。
- 人間の本性は欲が深いことは理解しているので、逆にその欲は「安全」という面にも向くのではないかと考えてみた。
- 実現したいと考えるが、実際行動するかと言われれば難しい。これから付き合っていくといけないう一生の課題かなと思う。



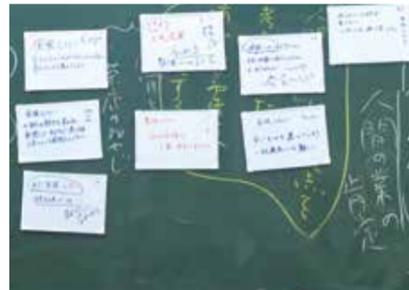
授業の工夫

- ゲスト授業、生の落語鑑賞、多様な授業方法（資料を用いた講義形式、実演ワークショップ形式、グループ議論）といった工夫をした。
- 敢えて、国語科教員が調整役となり、演者が消費者市民に対し批判的見解の立場を取ることで、生徒が深く考えられるようにした。



感想・反省点

副題にあるように、生徒さんが大いに笑ってウーンと悩んだ授業となり、目論見通りにできた。授業者にとっても楽しい時間であった。ラストの班ごとの議論にもう少し時間を取れたらという点が反省として残る。



◆指導計画

時	学習活動	評価規準（評価の観点）
1	古典（上方）落語の基本的知識の講義、簡単な落語ワークショップ、「猫の茶碗」鑑賞	関心・意欲・態度（授業態度観察）
2	登場人物像の読み取り、人間の本質についての議論、消費者市民（社会）の可能性についての議論、まとめ記入	技能、思考・判断・表現（授業態度観察、レポート）

◆本時の展開

過程	指導内容	学習活動	指導上の留意点
導入	○ゲスト紹介 ○古典落語についての講義	○落語を演じるユーモアコンサルタント・矢野宗宏氏のプロフィールや古典落語の基礎知識を聴く。	○一方的にならないように、対話を意識する。
展開	○落語の仕草についての講義と実演	○説明を聴くとともに、実際に落語の仕草をやってみる。	○何名かを高座に上がらせ、仕草を披露させる（嫌がる生徒を無理にさせない）。
鑑賞	○落語「猫の茶碗」の鑑賞	○落語の情景や登場人物を想像しながら聴く。	○登場人物のことばのやりとりに注目させる。
休憩	○班分け		○5人×8グループに分ける。
展開	○登場人物の心情の解釈 ○落語を通じて見える人間の業についての説明	○落語の登場人物を整理し、内容を振り返る。 ○落語の登場人物を通じて、人間とは、どこまでも我欲を追求する存在であること、落語はそれを否定しない芸であることを知る。	○生徒を指名して感想を言わせながら進める。 ○生徒に問いかけるように語り、矢野氏にも補足してもらう。
	○大本教授の説明	○大阪教育大学教授・大本久美子氏から、消費者市民社会の説明を聴く。	
	○問題提起	○登場人物が交わすことばの背景にある考えや、そこから見えてくる人間について思いを巡らせ、消費者市民社会の成立の可否について自分なりの意見を持つ。	○生徒を当てて意見を聴き取りながら、まず自分の考えを整理させる。
		○考えがある程度まとまったところで、班になって話し合う。	○その後、班になって意見を述べ合わせる。
まとめ15分	○意見交換	○班ごとに出てきた意見を発表し、班同士で意見を交わす。 ○最後に、ゲストや教員が感想を述べる。 ○課題内容を理解する。	○報告者を決めて班同士の議論が活発になるように工夫する。 ○意見の押し付けにならないように心がける。 ○課題内容を明確に伝える。

『猫の茶碗』 あらすじ

大阪の道具屋が地方に買い付けに行った帰りに、ある茶店で休憩を取った。一服して辺りを眺めると、猫が床机の下でご飯を食べている。よく見るとご飯を盛った茶碗が「絵高麗梅鉢」のお宝級の品。茶店の主人は高価な鉢であることを知らずに使っていると判断したこの道具屋、何とかこの鉢を手に入れたらいいと思い、「猫が好きやねん」と猫の相手になる。そして「子供もなく、この前、猫が死んで嫁さんが寂しがっている。旅の土産にもらえないか」と打診する。茶店の主人は妻が留守で、その間に人にあげてしまうと怒られると返す。対して、道具屋は「かつおぶし代や」と無理やりにお金を渡して猫を連れて帰ろうとする上に「大阪に帰る途中の宿屋で餌をやらなければならないので、ついでに茶器も欲しい」と要求。だが主人は「猫の器であればここにもっと良いものがある」と言って新しい茶器を渡そうとする。食べ慣れているこちらのほうが良いとする道具屋に対し、主人は「これだけは差し上げるわけにはいかない。絵高麗梅鉢という相当なお宝で、自分も昔古いのが好きでたくさん集めていたが、皆手放してしまい、これだけ置いて、明け暮れ目立つ所に置いて眺めている」と述べる。つまり主人は高価な品であることを知っていたわけである。すると急に道具屋は態度を変え「猫、ほんまは嫌いやねん、もうええわ」と猫を払いよけ、「なぜそんな高価な茶碗で猫に飯を食わせてたのか」と問いつめると、茶店の主人曰く「これで猫にご飯食べさせますと、ちょいちょい猫が売れますのや」という落ち。

ユーモアコンサルタント 矢野 宗宏 氏

◆プロフィール (平成 29 年現在)

- 昭和31年 4月 愛媛県松山市に生まれる
- 昭和54年 3月 関西大学法学部卒業
(クラブ活動 落語研究会会長)
- 昭和54年 4月 八光信用金庫へ入庫
(現 大阪シティ信用金庫)
- 平成 2年 9月 お笑い研究会発起、会長となる
- 平成 9年 7月 オクラホマの国際ユーモア学会で講演
- 平成10年 7月 日本笑い学会理事に就任
- 平成11年 2月 NHKクローズアップ現代「笑いは万能薬」に出演
- 平成11年 4月 八光信用金庫志紀支店支店長に就任
- 平成14年10月 八光信用金庫退職後、ユーモアコンサルタントとして独立
- 平成15年 2月 NHKテレビでユーモアコンサルティング活動放映
- 平成15年12月 内閣府より「生活達人」に選出される
- 平成21年 4月 広島経済大学講師
- 平成24年 4月 NPO法人お笑い研究会理事長に就任
- 平成28年 1月 LLP笑いプロジェクトの塾長に就任
- 平成29年 2月 笑いのパワーの授業が広島経済大学理事長賞を受賞



◆著書

- 『おもしろい話には理由がある』(共著・PHP 研究所出版)
- 『お笑いで支店長になりました』(遊タイム出版)
- 『ユーモアカ〜私の仕事はユーモアコンサルタント』(春陽堂書店)

※第4回日本笑い学会賞佳作を受賞

特集 伝統芸能にハマる面白さ!
京阪亭 上方落語ツア

関西で昔から親しまれている伝統芸能「上方落語」。ぜひから分かる落語の基礎や、浴線が舞台になるお洒落、寄席スポットを、紹介します。

大阪府立、関西大学で落語研究会に入社し、アマチュア落語家として舞台を踏む。その後、桂小文枝(叔・五代目桂文枝)に入門。1966年に他三組として落語会「京阪」ラジオテレビで大活躍する一方、創作落語にも力を注ぐ。2003年より上方落語協会会長に就任。2012年7月16日、六代桂文枝を襲名。2006年落語協会賞を受賞多数。

上方落語界の巨匠 桂文枝さん にお聞きしました

上方落語の魅力とは 何と言っても大阪弁の面白さ! 東西の交流が盛んになった現在の落語界においても、東京の落語家さんには定せない、表情豊かな大阪弁を操るのが上方落語の魅力なんです。

創作落語の面白さ 古典落語400年への飽くなき挑戦! 明治時代の三遊亭内膳師や昭和の柳家金語楼師が新たな落語作りを挑戦してくださったおかげで、「古典落語」という財産ができたように、創作落語の価値が真に明らかになるのは、少なくとも100年の時を越えた後なんです。新しい落語を創り続け、古典落語という高く険大な山に挑戦することに醍醐味を感じています。

初めての落語の楽しみかた 気負うことなくお洒落の世界に飛び込もう! とにかくまずは観て、そして何度も聴いてみてください。だんだんと楽しくて美しい落語の面白さに重宝されるはず。伝統文化ってそういうものではないでしょうか。

京阪沿線が舞台の落語といえは? やっぱ「三十石」! 京阪沿線が舞台になるまで京都一大規模の交通を担った三十石船のお洒落、初代の桂文枝は船屋で育った落語家。お洒落な落語がその地の風情を感じてみてください。

高座の基礎知識 高座 落語家は、座った姿勢のまま全身を使ってすべての登場人物を演じ分けます。後ろの観客までその姿が見えるよう、高くしつづけた舞台を高座と言います。

落語の歴史 江戸時代、京都所司代・板倉重宗に「落語家」という笑い師を創出した桂・安楽楽家が落語の祖とされています。落語としての落語が確立したのは江戸時代中期のこと。京都で舞の五郎兵衛・大坂で米沢彦八、そして時を同じくして江戸で並野武左衛門が活躍し始めました。上方(京都・大阪)の落語の当座のスタイルは「辻囃子」(河原や神社の境内などの路上で、小拍子や張扇をたたく大きな音で人を集めて演じられました。これが上方の落語の始まりです。

落語用語 **寄席** 「人を集める(=寄せる)場所(=席)」の意から、落語や講談などの興行が行われる場所のこと。
落語 落語の最後のセリフ、またはお洒落の結末のこと。「おげ」とも。
定席 常設で興行が行われている寄席。
古典落語 一般的に江戸時代から明治時代に創られた落語。
まくら 本題に入る前に、導入として話される小話。
出囃子 観客さんが高座に上がるとき演奏される音楽。人によって曲が違います。
めくり 舞台袖に置き、観客に顔を見せて現在のお洒落や様にも、そして手拭いは財布や手紙に早変わり、落語家の演技と観客の想像力であらゆるものに変わる!
扇子 落語家のお洒落や、刀、広げ方でお洒落や様にも、そして手拭いは財布や手紙に早変わり、落語家の演技と観客の想像力であらゆるものに変わる!

見台 観客の視線を誘うために、上方落語では小拍子や張扇をたたいて効果音を出したり、机やまな板に見立てたりします。脚かき・小拍子と3点セットで使います。

張扇 落語で用いられるのは、通常の扇子の外側の骨を削いで皮や半紙紙で覆った、たたくと大きな音がするようしたもの。

小拍子 長さ10cm程度の小さな拍子木。扇屋の職人の工夫でいろいろな道具に見立てられることも。

「消費者の権利を守れ」

契約書は国語で読み解け！

授業のねらい

公民科における消費者教育として、「権利」と「自立」に焦点を当てる。様々なものが多様化する社会の中で、自立的消費選択の技能を獲得し、自らの権利を守ることができる人間の育成を本授業のねらいとした。

生徒の反応

- 契約について初めて考える機会になった。
- 契約書は難しいけれど、騙されないために読まなければならないと感じた。
- 困った時にどうすれば良いか考えることができた。
- 意見を発表しやすい雰囲気良かった。
- 騙されないためにも、もっと気を引き締めて生きる必要があると思った。



授業の工夫

- 「権利」や「自立」の視点を取り入れ、公民科の目標である「公民的資質」を養うことに留意した。内容は、「読む」ことをテーマに授業を行った。
- 実物の契約書を読み、率直な感想を述べたり、販売者に必要な配慮を考察したりした。
- 司法書士の方に参加いただき、「書類の専門家」として、リアルな消費者問題の現場のお話を聞いた。

感想・反省点

普段あまり考えることのない契約書について学んだことにより、授業を能動的に学ぶ姿勢が高まった。今回はグループワークを取り入れた授業を行い、生徒の感想も好感触であったが、初発効果で終わらせないための工夫が必要である。

◆指導計画

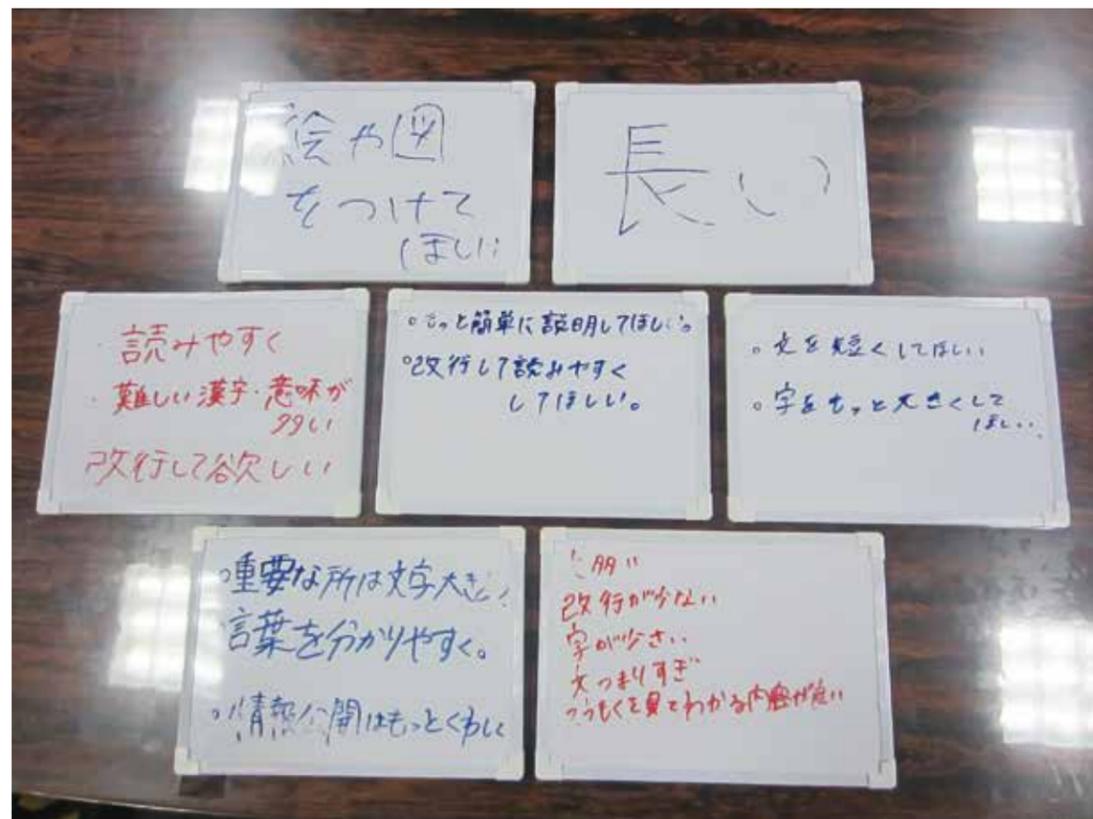
時	学習活動	評価規準（評価の観点）
1	日本経済の歩み	関心・意欲・態度、知識・理解（授業態度観察）
2	日本の中小企業と農業	技能（授業態度観察）
3	国民の暮らし	思考・判断・表現（授業態度観察）
4	国民の暮らし【本時】	思考・判断・表現（授業態度観察）
5	環境保全と公害防止	関心・意欲・態度、思考・判断・表現（授業態度観察）
6	労使関係と労働条件の改善	関心・意欲・態度、知識・理解（授業態度観察）
7	社会保障の役割	思考・判断・表現、技能、知識・理解（授業態度観察）

◆本時の展開

過程	指導内容	学習活動	指導上の留意点
導入 5分	○ゲスト紹介 ○本時の流れの説明	○司法書士の先生の自己紹介や、授業の流れの説明を聞く。	○ゲストの司法書士の先生を紹介する。 ○「読む」ことをテーマに授業を行う旨を説明する。
展開 40分	○契約書の実際を学ぶ。	○司法書士の仕事を学ぶ。 ○実物の契約書を読み、気づいたことを挙げる。 ○契約書を読む中で、大切なポイントを押さえる。 ○グループで契約書の問題点を挙げる。 ○グループでまとめた意見を発表する。	○司法書士の仕事紹介を通じて、リアルな消費者問題の現場を伝える。 ○実物大の契約書を渡し、気づいたことをホワイトボードにまとめ、提示させる。 ○司法書士の先生に、契約成立・解除の条件、訴訟の条項を示してもらおう。 ○読んで感じた率直な意見をグループ内でまとめさせる。 ○グループごとに発表させ、京都府消費生活安全センターの職員に聞いてもらう。
まとめ 5分	○振り返り	○契約書を「読む」ことの大切さを学ぶ。	○「読む」ことは「知る」ことに繋がり、権力から権利を守ることができることを理解させる。

※ 契約書に関する率直な意見交換をグループワークで行い、まとめた意見を京都府消費生活安全センターの職員に向けて発表を行った。

★グループでまとめた意見



★まとめた意見を教室後方の司法書士の先生や京都府消費生活安全センターの職員に発表する様子



(参考) 前時の展開

過程	指導内容	学習活動	指導上の留意点
導入 10分	○「知る」ことの大切さ	○「岡山のイメージは？」などの簡単な質問を行う。 ○「知る」ことについて問う。	○1人1人に意見を書くためのミニホワイトボードを配布する。 ○ホワイトボードに意見を書いて提示する練習をさせる。 ○「ドラゴン桜」の1シーンを用いて、社会システムの「分かりにくさ」を理解させる。
展開 35分	○消費選択の根拠 ○消費者と広告	○使用する携帯ショップでの店員とのやりとりを思い出す。 ○携帯電話会社のCMを比較する。 ○CMはどのような意図で制作されているのか考える。	○現在使用するキャリアを選択した理由、月額料金、購入の際の店員とのやりとりなどを聞き、ホワイトボードで可視化する。 ○大手携帯電話会社3社のCMや起用俳優の特徴を話し合わせ、CMが伝えたいメッセージを考察させる。 ○CMは消費者の立場に立って制作されているかを考えさせる。
まとめ 5分	○授業の振り返り	○自立的消費選択の大切さを学び、次回の予告を行う。	

「エシカルとは？」

あなたの消費行動が社会を変える！

授業のねらい

「エシカル」の意味を理解することで、安易な消費行動を脱却し、エシカルな消費者を目指す。一人ひとりの生き方が社会を支えているということを実感し、主体的に生きる姿勢を養う。

生徒の反応

- 「エシカル」という言葉の認知度は低いですが、アクティブラーニングを通して、授業終了後には全員が理解できた。
- ファストファッションは「安価で、品質も良い」と信じて疑わなかったが、その背景や理由を知って、今後は多くの選択ができることに気付くことができた。
- 普段何気なく使用しているものにも、エシカルな視点から、ものとの付き合い方を考えるようになった。

授業の工夫

- パワーポイント資料から視覚的に捉える。
- ファストファッションからエシカルを考察する。
- アクティブラーニングでエシカルを学ぶ。
- ケーススタディー・グループワーク

感想・反省点

現在、「エシカル」という言葉はまだ周知されていない。本校でも知っている生徒はほぼ皆無だったが、グループワークや発表を通して、「エシカル」という言葉を全員が理解できたのは大きな成果だ。

しかし、わざわざ「エシカル」という難しい言葉を使わなくても、フェアトレードの大切さや、児童労働や環境汚染を伴う商品は良くないことなどは常識のある生徒は知っている。難しいのはそれを実行することだ。また、「エシカル」の押し付けは偽善的でもある。モノにあふれた時代に、何を選択するのか、各自がこだわりをもったライフスタイルを構築して欲しい。



◆指導計画

時	学習内容・学習活動	評価方法
1	消費行動を考える 「エシカル」って何？【本時】	関心・意欲・態度、知識・理解 (グループワーク発表、定期考査)
2 3	DVD「ザ・トゥルー・コスト」 視聴	関心・意欲・態度、思考・判断・表現 (DVD 感想文)
4	多様化する販売方法と問題商法 適切な契約のための制度・法律	思考・判断・表現、知識・理解 (ワークシート、定期考査)
5	多様化する支払い方法 消費者の権利と責任	技能、知識・理解 (ロールプレイング、定期考査)
6	日々の収入・支出を把握する。 長期的な経済計画を立てる。	思考・判断・表現、知識・理解 (感想文、授業態度、定期考査)

◆本時の展開

過程	指導内容	学習活動	指導上の留意点
導入 10分	○エシカルの説明	○「エシカル」「エシカル消費」「ファストファッション」について理解する。 ★関連語句 「大量生産・大量消費・大量廃棄」 「貧困問題・人権問題・気候変動」 「フェアトレード」	○生徒が4人単位で話し合えるように着席させる。 ○「エシカルという言葉を知っている人はいますか？」と問いかける。 ★2017年度6月のニュース検定2級で出題された、まだ日本では周知されていない新しい言葉
展開 30分	○ケーススタディー & グループワーク	○ワークシートの各商品について、「エシカルの視点からどちらを購入するか」をグループで考える。 【検討する商品例】 ①ブロッコリー ②トイレットペーパー ③ノート ④はし ⑤牛乳 ⑥ざる ⑦コート ⑧鞆 ⑨印鑑 ⑩住宅 ○どの商品を選んだのか、理由も含めて、1分間で発表する。	○パワーポイント資料を配布する。 ○発表1分前に各班の発表商品を告げ、発表者を決めるように促す。 ○教員の解説や他の班・生徒の意見を聞きながら考察を進めさせる。
まとめ 10分	○エシカルの考察	○エシカルは新しい特別な考え方ではなく、人類が持続可能な生活を維持するために昔から取り組んできたことであることを学ぶ。 ○便利さだけでなく、物事には背景があること、長所・短所を知ることが大切であることを学ぶ。 ○よく考え、よりよい暮らし方を考えた消費者を目指す。	★展開例 ○18年も乗っている自動車はエシカルか？ ○世界遺産「軍艦島」はコンクリートのがれきの遺産

E ①エシカル(ethical)って何？

=「倫理的」「道徳的」という意味の形容詞
=「環境保全や社会貢献」



F ①エシカル消費 (エシカル消費)とは？

「動物や環境や人や社会に配慮した工程・流通で製造された商品を選択し、そうでないものを選択しないこと」

「人権に配慮した商品を買うこと」
「児童労働や強制労働がないこと」
安全な労働環境、民主的な運営など

フェアトレード (最低価格の保証、フェアトレード・プレミアム (奨励金) の支払い、長期的な安定した取引、前払い、児童労働・強制労働の禁止、安全な労働環境、民主的な運営、労働者の人権を守るなど)

家庭基礎「エシカルとは？」

B トイレットペーパー
①2倍巻 トイレットペーパー
リサイクル100 シングル
250m 1/パック (6冊入)
349円

②トイレットペーパー 12ロール
パ
シングル 50m 1/パック
(12冊入) 398円

③トイレットペーパー 12ロール
パ
ルプ フローラルの香り タブル
23m シヤワートイレのためにつく
た吸水力が2倍のトイレットペ
ーパー 1/パック (12冊) 354円



F ざる

①ステンレス ②竹製 ③プラスチック



I ①象牙



②牛角製



③チタン製



④木製



先進国の快適な暮らしの結果は？

「貧困問題」
「人権問題」
「気候変動」



大量生産→大量消費→大量廃棄

F ①ファストファッション fast fashion

最新の流行を採り入れながら、低い価格に抑えた衣料品を、短いサイクルで世界的に大量生産・販売するファッションブランド



動物に配慮
テキスタイル (織物・布) であればオーガニックコットンや天然染料のものを使う。皮革であれば食肉の副産物を利用する。

環境に配慮
環境負荷の低減 (CO2 や水を大量使用しない、毒性の高い成分を河川や大地などに排出しないなど) オーガニックコットンや天然染料のものを使う。

G ①社会

「寄付金付き商品を買うこと」
「東日本大震災後に被災地の商品を購入すること」

エシカルな商品を選んでみよう！
あなたはどれを買いますか？
その理由もかんがえよう！

C ①ノート

①標準本ペーパー-厚さ20mm
A4 15冊組 B5-30枚 16mm
横断-背割B5色 220円



②スバイルリリングノート-セミ
B5 6.5mm厚 76801
1パック (4冊入)
648円→58%OFF280円



E ①牛乳

①瓶牛乳1.800ml



②紙パック牛乳1,000ml



G ①コート

①羊毛製(布) ②レザー製(皮) ③毛皮製



H ①靴

①牛皮 ②象皮 ③クロコダイル製



J ①家

①木造 ②鉄筋コンクリート ③プレハブ住宅



ひとつでも当てはまれば、それは皆さんがそれと気付かず実践されているエシカルな消費行動です。

オーガニック ロハス フェアトレード
省エネ 地産地消 リサイクル

「エシカルな消費行動って？」

お茶を選ぶ条件を考えてみよう

授業のねらい

日常身近に愛飲しているお茶について、場面による視点を想定し、選ぶための条件を話し合いながら考える。将来、選択や判断を要する場面において自立した思考ができる力をつけるきっかけとする。

生徒の反応

- お客様にはおもてなしをするのが日本の伝統、日本らしさだと思うので、香りや味が良く出し方の工夫ができ、器も美しいものや季節感を取り入れるなど趣向を凝らせることから、茶葉に軍配が上がったと思う。
- ペットボトル独特のにおいが嫌、という意見は感じたことがなかったが、そういう敏感な人の視点も大事だと思った。
- 友達の様々な意見を聞き、長所があるのは当たり前だが短所がないとおいしいお茶が作れないのではないかと気づいた。
- 自分の考えを整理できたし人の意見から学ぶことも多いと感じる授業だった。



授業の工夫

- 題材を身近なもので、内容も狭義にし、短時間で考えやすい個人ワークを事前にさせた。
- 発表はマグネット式ホワイトボードを活用した。手軽で仕事の分担や発表がスムーズな上、見ながら聞けるため、内容がわかりやすく、加筆修正やまとめもしやすかった。



感想・反省点

身近に考えられ、体験イメージしやすい教材としてお茶を選んだが、飲料の多様化が進む中、「お茶は買うもの」という認識が定着していること、「飲まないのわからない」という生徒がどのクラスにもいることに驚いた。

個人ワークからグループワークに発展することで、考え気づく力、意見を聞き取る力、検討し整理する力、表現する力、思いをまとめる力と段階を踏んで育成することが期待できる。その後の消費者力を意識する学習につなげることができた。



◆指導計画

時	学習活動	評価規準（評価の観点）
1	消費者問題と契約のいろいろ	関心・意欲・態度、知識・理解（ワークシート、授業態度観察）
2	身近な物からエシカル	関心・意欲・態度、思考・判断・表現、知識・理解（ワークシート、授業態度観察）
3	自分の選んだお茶を分析してみよう	関心・意欲・態度、思考・判断・表現、知識・理解（ワークシート、授業態度観察）
4	みんなでお茶を選んでみよう【本時】	関心・意欲・態度、思考・判断・表現、技能、知識・理解（ワークシート、授業態度観察）
5	選んだお茶をアピールしよう	関心・意欲・態度、思考・判断・表現、技能、知識・理解（発表内容、グループのまとめ、感想レポート）
6 7 8	主体的な消費行動と契約	思考・判断・表現、知識・理解（授業態度観察）
9 10 11	多様化する販売方法・問題商法・支払い方法	関心・意欲・態度、思考・判断・表現、知識・理解（ワークシート、授業態度観察）
12	消費者の権利と責任	知識・理解（ワークシート、授業態度観察）

◆本時の展開

過程	指導内容	学習活動	指導上の留意点
導入 7分	○席の配置確認 ○既習内容と本時の目標確認	○前時に作成した個人ワークを確認し、本時の目標を提示する。	○前時までに学習した内容を思い出すよう誘導し、本時の内容を説明することで見通しをもたせる。
展開 35分	グループワーク part-2 グループワーク part-3	○グループ内で、5種類のお茶の中で、前時に選ばなかったお茶について、長所短所や意見を書き上げていく。 ○グループで場面を設定し、そこにふさわしいと思えるお茶を1つ決定する。 ○決定したお茶のアピールポイントと課題を整理し、意見を集約してまとめる。 ○ホワイトボードに書き上げる。 ○黒板に貼り付けて紹介する。	○個人の考えをグループの中で紹介しやすい雰囲気作りをする。 ・提案をメンバーが真摯に聞き、書き上げること ・多少のずれや思い違いがあっても全て書き留めること ○ポイントと思える内容には印をつけておくよう指示する。 ○グループで話している間に出てきた新たな視点やポイントや表現も重要であることを伝える。 ○物事を決める上で、プラス面とリスクを考えて、判断・決定、実行することが大切で、今後あらゆる場面で活用できることを知らせる。 ○エシカルな視点に立っての考察ができるようサポートする。
まとめ 8分	本時のまとめ 次時の予告	○本時のワークシート記入に漏れがないか確認する。	○グループ毎にまとめをすることを伝える。 ○発表者を決める指示をする。 ○ワークシート及びホワイトボードをグループごとに回収する。

<1>個人ワーク 自分で理由を考えて選んでみよう

条件 ここに5種類のお茶がコップに入れてあります。(自分の好きなお茶をイメージ) 自分が作ることも代金を支払うこともありません、温度も同じと考えてください。

- (A)ペットボトルのお茶 (B)紙パックのお茶 (C)缶入りのお茶 (D)粉茶
(E)茶葉で入れたお茶

① 自分がここで飲むならどのお茶を選びますか。

② それを選んだ理由を、考えつだけ書いてみよう。

<2>グループワーク part-1 1年__組__番_____

グループ内で自分が選んだお茶と、その理由を紹介しよう。名簿が早い人から(1)とします。

- *ルール*
- ①先に読んだ人と重なっていても、必ず読み上げること。
 - ②全員の理由を書き留めること。重なっている場合は「〇〇の×番目と同じ」と記入
 - ③グループ全員の紹介が終わるまでは、個人の意見は言わないこと。

	名前	お茶	理由
(1)			
(2)			
(3)			
(4)			
(5)			

*よく考えられていたと思う理由の前に赤丸をつけよう

<3>グループワーク part-2 【 】班

グループワーク part-1 以外のお茶の長所、短所を出し合い、書き上げてみよう。

	長所	短所

<4>グループワーク part-3



グループで話し合い、いろいろな観点から分析、考察してお茶を選んでみよう。場面設定(どういう条件、状況を想定するかなど)は班で考える。

選んだお茶	場面設定
-------	------

選んだお茶のアピールポイントと課題

(アピールポイント)	(課題)

考えたことや感想など、振り返り

「私たちにできる、エシカル消費の朝ごはん」

食問題の課題を発見し、和朝食を提案する

授業のねらい

エシカル消費の視点を取り入れた、和朝食の献立作成の学習を通して、食とそれを取りまく諸問題の解決を意識した食生活を実践する能力と態度を育む。

生徒の反応

- 国産&できるだけ地域の食材を選んだ。和食にすると栄養バランスが取りやすいことに気付いた。簡単にできる献立というのが、朝ごはんにはいい。
- 小さなことだが、買い物に車を使わないことやエコバッグを持つこと、食べ残さないことから始めたい。
- エシカル消費を考えてフェアトレードのバナナを献立に取り入れたが、フードマイレージはかかる。食の問題の難しさを感じた。
- 卵焼きを卵1個で作るのは難しいし、ししゃも1パックは家族で食べるとちょうど良いことが分かった。1人分作るの、作りにくいし不経済だなと感じた



授業の工夫

- 献立作成には、生徒が持参した広告ちらしや食品成分表を活用する。今回は地域の生協に協力して頂き、個別配達用の広告(冊子)を提供頂いた。
- 材料や分量は、教科書等の実習例を参考にする。
- 生徒自身が実践できる内容を重視し、難しい調理操作を入れないようにする。



私の朝食(1人分)

感想・反省点

生徒が朝食を作っていなかったため、主体的に食習慣を変えていく力を身につけてほしいと考えた。手軽な和朝食の調理を実践することで、生涯を通じての食生活を意識し、同時にエシカル消費ができたと思う。
後に学校購買部のPOPづくりをしたときに、作業所のパンに「エシカル消費!」とデザインした様子を見て、学びの広がりを感じた。
更に、学びをどのように深めていくかが課題である。



根菜雑炊と焼き魚の朝食
(ししゃもは4人分)

◆指導計画

時	学習活動	評価規準(評価の観点)
1	食問題を様々な視点から学ぶ	関心・意欲・態度、知識・理解(ワークシート、授業態度観察)
2	エシカル消費を考える	思考・判断・表現、知識・理解(ワークシート、授業態度観察)
3	和朝食献立を作成【本時】	思考・判断・表現、技能(ワークシート、授業態度観察)
4	和朝食献立を発表	関心・意欲・態度、思考・判断・表現(発表態度観察・感想レポート)
5	和朝食献立の実習	関心・意欲・態度、技能(実習態度観察・実習レポート)

◆本時の展開

過程	指導内容	学習活動	指導上の留意点
導入 5分	既習内容と本時の目標確認	○前時に決定した学習課題と学習計画を想起し、本時の目標を確認する。	○前時の振り返りを行い、本時を計画的に進める見通しを持たせる。
展開 35分	献立作成	○主体的に実践可能な和朝食の献立を作成する。 ○エシカル消費を意識する。 ○献立の作り方を考える。	○ポイントを押さえた和朝食の献立作成をサポートする。 ○生産から消費に至る過程を振り返り、実行できそうなエシカル消費のアイデアを援助する。 ○ワークシートを活用し、新たな問題点にも着目させる。 ○各自が実践できる調理手順になっているか援助を行う。
まとめ 10分	振り返り 次時の予告	○本時の学習を振り返り、ワークシートに記入する。 ○次時は、それぞれの献立を発表することを確認する。	○各生徒に振り返りをさせる。また、数名に発表させる。 ○ワークシートの作成について説明し、イメージさせる。

★本時で使用したワークシート

テーマ：「私たちにできる、エシカル消費の朝ごはん」

～食問題の課題を発見し、和朝食を提案する～

1) エシカル消費の朝ごはん献立 作成ポイント

- ① 5分～10分でできる。 → 自分で作れる献立を目指そう。
★自分で作る食習慣を続ければ、食を主体的に考える人へ変化！
～あなたの食習慣は、あなた自身の食文化へ～
- ② 多くの人が作れる手軽さ。 → まわりの人にも勧められるポイントを考えよう。
★買い物は、地域の商店で買えば、エシカル消費！
時々だっていいよ、フェアトレード商品でエシカル消費！
- ③ 和食にしてみよう。 → 自給率 up にもつながる、和食の良さを実感してみよう。
★地元産の米や味噌、地産地消の農作物でエシカル消費！

2) 実際に、献立を考えてみよう。

小売店のちらしを見たり、食品成分表でイメージを広げてみよう。



① 献立

② 材料と分量 (<資料1>や食品成分表、小売店のちらしから考えてみよう。)

材料(1人分)	分量	摂取 kcal
合計		kcal

一日の摂取カロリーが 2000kcal の場合、500～600kcal を朝食の摂取カロリーの目安としよう。

③ 簡単な作り方と調理時間 (分)

- 【1】
- 【2】
- 【3】
- 【4】

3) 作成した「私たちにできる、エシカル消費の朝ごはん」のおすすめのポイントをまとめよう！

発展 和朝食の栄養バランスをチェックしてみよう！

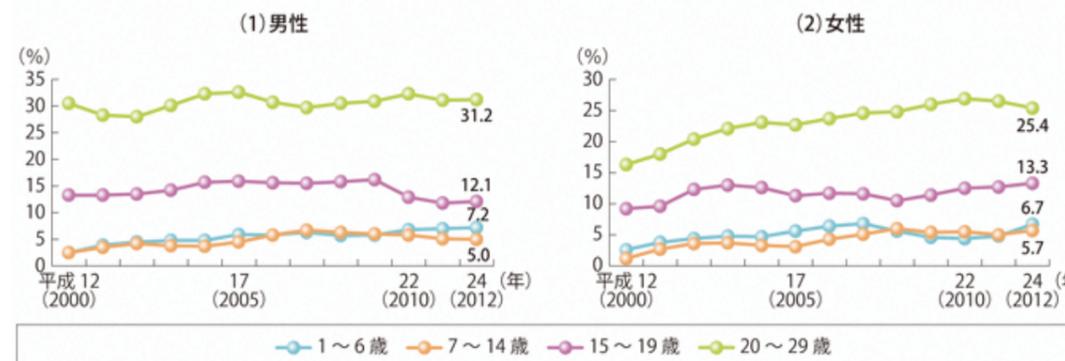
	1群	2群	3群	4群	5群	6群
食	肉類、魚介類、	乳製品、小魚、	緑黄色野菜	その他の野菜、	穀類、いも類、	油脂類
品	卵、豆・豆製品	海藻類		きのこ類、果物	砂糖類	

- ・栄養バランス (良い ・ まずまず ・ 偏り気味)
- ・摂取した食品 (1群 ・ 2群 ・ 3群 ・ 4群 ・ 5群 ・ 6群)
- ・不足した食品群を補うとすると、どんなメニューを追加したらいいでしょうか？
()

4) 感想

★前時までの授業で使用した資料の一部

第1-2-15図 朝食の欠食率



(出典) 厚生労働省【国民健康・栄養調査】
 (注) 欠食とは、次の3つの合計である。
 ①食事をしなかった場合、②錠剤などによる栄養素の補給、栄養ドリンクのみの場合、③菓子、果物、乳製品、嗜好飲料などの食品のみを食べた場合
 <平成27年度版子ども・若者白書(全体版)内閣府より>

100円朝食を様々な視点で考えよう。→エシカル消費につながる考え方

- ① 本当に大学の100円朝食は、100円でできているのだろうか？
- ② 卒業して社会人になったら、朝食はどうするのだろうか？
- ③ 家族をもったら、朝食はどうするのだろうか？
- ④ いつも私たちが食べている朝食は、何円かかっているのだろうか？
- ⑤ (あなたの感じた視点を記入しよう。)



<立命館生活協同組合 HP より>

「良い消費者になるために」

消費生活啓発教材を開発する

授業のねらい

小学生及びその保護者向けの消費生活啓発教材の開発を通じて、消費者としての正しい知識と適切に行動できる力を身につけさせる。

生徒の反応

- 知ることの大切さを学んだ。
- 被害にあわない方法やあったときの相談先を学んだ。
- 消費者として問題意識を持つことの大切さを学んだ。
- 身近に相談先があることが分かった。
- 様々な啓発教材を知ることができ、自分たちの作成に活かしたい。
- 教材作成を通じてエシカル消費の概念を知ることができた。
- 自分たちが考えた教材を小学生が楽しんで体験してくれてうれしかった。
- 小学生とコミュニケーションをとりながら一緒に体験できてよかった。
- 教材作りをとおしてエシカル消費について学ぶことができた。



授業の工夫

大学機関、行政機関、学校等と連携することにより、本物を知り、本物にふれることができ、生徒たちの内面に迫る内容とした。

感想・反省点

生徒たちは、すごろくを作成することにより、エシカル消費について調べ学習を行い、理解を深めることで、エシカル消費や自分たちの地域に目を向けることができた。

また、多様な関係機関の講師の講演を聞き、その知識を深めることにより、良い消費者について考えるようになり、正しい消費者としての行動を実践しようという気持ちになった。

さらに、小学生との交流も行動を実践しようとする気持ちを高める要因となった。

時	指導内容 <連携先>	学習活動	評価規準 (評価の観点)
1 2	消費者教育を知る <消費生活相談員>	○悪質商法を体感する。 ※教材：ホームページ「ゲームとミニ芝居で身につけよう 悪質商法撃退法（愛知県）」 ○悪質商法について、ホームページで調べ学習を行う。 ○消費生活相談員の話聞く。	関心・意欲・態度 知識・理解
3	悪質商法の現状を知る <木津警察署>	○警部補から、特殊詐欺の現状について話を聞く。 ○警部補から、被害を防ぐ取り組みについて話を聞く。 ※YouTubeで京都府警察特殊詐欺被害防止替え歌「サギの流行歌」を聴く。	関心・意欲・態度 知識・理解
4	良い消費者になるには <同志社女子大学>	○現代社会学部の助教・鈴木尊明氏から、法から見た販売業者の販売方法について講義を受け、考える。	関心・意欲・態度 知識・理解
5 6	消費生活啓発教材調べ <消費生活相談員>	○消費生活相談員から、消費生活啓発教材についての説明を聞く。 ○消費生活啓発教材の活用事例を知る。 ○自分が考える消費生活啓発教材について、種類や使い方、アピールポイント、選んだ理由などを発表する。	思考・判断・表現 知識・理解
7	身近な消費者問題を知る <相楽消費生活センター>	○近隣の消費生活センター（相楽消費生活センター）の職員から、消費生活センターの役割及び消費生活相談員の仕事について話を聞く。	関心・意欲・態度 知識・理解
8	消費生活啓発教材を知る <消費生活相談員>	○消費生活相談員から、実際の消費生活啓発教材を紹介してもらう。 ・「コアラのハッピーおこづかいすごろく」（名古屋市消費生活センター） ・「マナビィといっしょにおつかいすごろく」（文部科学省） ・すごろく「滋賀県消費生活ゲーム」（滋賀県県民生活部県民活動生活課）	思考・判断・表現 知識・理解

時	指導内容 <連携先>	学習活動	評価規準 (評価の観点)
9 10	消費者問題の相談先を知る <木津警察署>	○近隣の警察署(木津警察署)に行き、警察の仕事を知る。	関心・意欲・態度 知識・理解
11 12 13 14 15 16 17 18	消費生活啓発教材作成 <消費生活相談員>	○消費生活相談員から助言を受けながら、小学生及びその保護者向けの消費生活啓発教材を作成する。 ・教材のテーマを決める。 ・教材の分野を決める。 ・作成する物を考える。 ・消費生活啓発教材を作成する。	思考・判断・表現 技能
19 20	消費生活啓発教材の発表① <城山台小学校>	○自分たちが考案した消費生活啓発教材のすごろく2種類を、小学生と一緒に体験する。	思考・判断・表現 技能
21 22 23 24	消費生活啓発教材の改善 <消費生活相談員>	○小学生の意見を参考に、すごろく盤やクイズの追加・修正など、消費生活啓発教材を改善する。	思考・判断・表現 技能
25 26	消費生活啓発教材の発表② <城山台小学校>	○自分たちが再度考案した消費生活啓発教材のすごろく2種類を、小学生と一緒に体験する。	思考・判断・表現 技能
27	消費生活啓発教材の完成 <消費生活相談員>	○消費生活啓発教材のすごろく2種類について、発表する。	思考・判断・表現 技能



★作成した消費生活啓発教材 すごろく

自分たちの身近な地域(山城地域)の特産物やエシカル消費に関する様々なマークなどをすごろくを通じて学び、地域やエシカル消費について考える機会とする。

木津高校のやましろエシカルすごろく



木津高校のエシカル・スイーツすごろく



参考資料

① 京都府の計画 29
 京都府消費者教育推進計画（平成 29 年 3 月改定）

② 学習指導要領関連資料 40
 高等学校学習指導要領の改訂（案）のポイント

※ 意見公募手続（パブリックコメント）の実施に係る関連資料
 ※ 文部科学省ホームページより転載

③ 消費者教育関連資料 43

- ・消費者教育の推進に関する法律（概要）
- ・消費者教育の推進に関する基本的な方針（概要）
- ・消費者教育の体系イメージマップ

※ 消費者庁ホームページより転載

目 次

1 改定の趣旨 1

2 消費者教育を巡る状況 2

(1) 消費者を取り巻く状況の変化

(2) 消費者教育の現状と課題

ア 学校（小・中・高校）・大学における消費者教育

イ 家庭における消費者教育

ウ 地域における消費者教育

エ 京都府の主な取組

(3) 消費者教育の担い手の現状と課題

ア 教員による消費者教育

イ 消費者（ボランティア等）による消費者教育

ウ 消費者団体等による消費者教育

エ 事業者等による消費者教育

オ 京都府の主な取組

(4) 消費者意識・行動の現状と課題

ア 消費者市民社会

イ 消費行動

ウ エンカル消費

エ 京都府の主な取組

3 消費者教育が目指すもの 13

(1) 消費者教育の目標

(2) 目指す消費者像

(3) 京都府の特徴と配慮事項

4 推進の方向と今後取り組む事業 14

(1) 消費者被害を未然防止し、自主的かつ合理的に行動する消費者の育成

ア 成年年齢の引き下げやネットトラブルへの対応

イ 高齢者被害の未然防止への対応

ウ 消費者教育の機会拡大と体系的な教育の拡充

(2) 消費者教育の担い手の養成・支援

ア 消費者教育の中心となる担い手の養成

イ 消費者教育の担い手への活動支援

(3) 消費行動を通じて社会貢献をする消費者の育成

ア エンカル消費の普及

イ 消費者市民の育成

(4) 幅広い主体との連携・協働による取組の推進

5 実効性の確保等 20

京都府消費者教育推進計画

平成 29 年 3 月
 京 都 府

1 改定の趣旨

(1) 推進計画改定の趣旨

京都府では、京都府消費生活安全条例（平成19年京都府条例第9号）、京都府安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画（平成27年度改定、以下「行動計画」という。）及び京都府消費者教育推進計画（平成26年度策定、以下「推進計画」という。）に基づき、消費者被害を防止するとともに消費者の自立を支援するための各種施策を実施してきた。

消費者を取り巻く状況は、ネット社会の急激な進展や加速化する高齢化、消費生活におけるグローバル化の進展などにより変化を続けている。新しい商品やサービス、ネット取引に係るトラブル（以下「ネットトラブル」という。）の増加、高齢消費者被害の高止まりなど消費者トラブルは複雑化・多様化・悪質化し、消費者被害を未然に防止するための教育がますます必要になってきている。

さらに、環境問題等地球規模の様々な問題が深刻化する中で、消費行動を通じて社会に貢献する消費者育成への社会的要請が高まっている。また、地球規模の課題だけでなく、地産地消により昔から「四里四方に頼なし」などと言われるように、健康で快適な食生活を送るとともに、地場産業の振興や地域の活性化に貢献するなど消費を通じて地域課題に対応することも求められている。こうした様々な課題の解決に向き主体的に考え積極的に行動する消費者を育成することも求められている。

国においては、民法の成年年齢が引き下げられた場合に新たに成年となる者の消費者被害の防止・救済のための対応策について、消費者委員会から消費者庁に回答されたところである。また、第二期消費者教育推進会議において、消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下「基本方針」という。）の中間的な見直しが行われており、社会情勢の変化等を踏まえ、今後、取組を強化すべき事項について、今年度中に提案が行われることになっている。

こうした消費者を取り巻く状況の変化や、国の動向、推進計画の実施状況等を踏まえ、消費者団体・事業者団体など多様な主体と連携・協働し、消費者教育にこれまでに以上に積極的に取り組むため、推進計画を改定する。

(2) 推進計画の位置づけ

推進計画は、京都府消費生活安全条例第7条の規定により、安心・安全な消費生活を実現するために策定した行動計画における消費者教育に関する項目について、その内容を充実強化し、策定するものである。

また、消費者教育の推進に関する法律（平成24年8月22日法律第61号）第10条第1項の規定により、国の基本方針を踏まえ策定する計画とする。

(3) 推進計画の期間

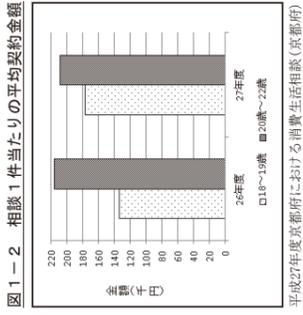
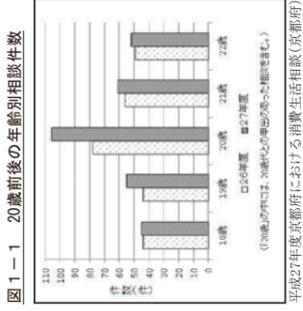
推進計画の期間は、平成29年度から平成31年度までの3年間とする。

2 消費者教育を巡る状況

(1) 消費者を取り巻く状況の変化

ア 成年年齢引き下げの動き

- ▶ 民法の成年年齢を18歳に引き下げた法案を国会に提出する動きが出ている。
- ▶ 京都府の消費生活相談を見ると、契約当事者が18～19歳の相談件数に比べ、成年に達した直後の20～22歳の相談件数の方が多く、また、契約金額も高くなっていることから、若年者の消費者被害の拡大を防止する取組の強化が必要である。（図1-1、図1-2）



イ ネット社会の急激な進展によるトラブル増加

- ▶ 経済産業省の「平成27年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基礎整備（電子商取引に関する市場調査）」によると、我が国の消費者向け電子商取引の市場規模は増加しており、平成27年は13.8兆円で、10年前の約4倍となっている。携帯電話・PHSの世帯普及率は9割を超え、中でも、スマートフォン（以下「スマホ」という。）は、7割以上の世帯に普及している。
- ▶ 京都府の消費生活相談を見ると、インターネットを通じて提供されるサービスや携帯電話の取組、インターネット回線の接続などの情報通信に関する相談件数が増え、全体の約4分の1となっている。（図2）

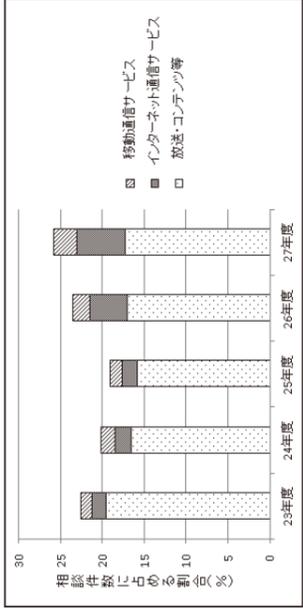
*1 消費者向け電子商取引

企業と消費者の間において、インターネット技術を用いたコンピュータネットワークシステムを介しての商取引が行われ、かつ、その成約金額が増進される取引（電子商取引に関する市場調査の定義より）

- 1 -

- 2 -

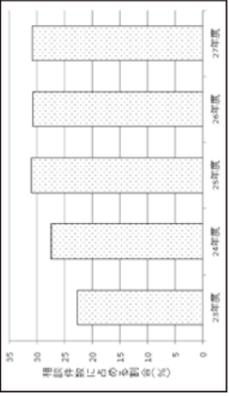
図2 情報通信に関する相談割合



ウ 高齢化に伴う消費者被害の増加

- ▶ 京都府内の65歳以上の高齢者人口は平成27年に約70万人、65歳以上の高齢単独世帯は11.9%で、今後も増加が見込まれる。
- ▶ 京都府の消費生活相談を見ると、高齢者（65歳以上）の相談件数は全体の約3割を占めており、高齢者の消費者被害は依然として多い状況である。（図3）

図3 65歳以上の相談割合



エ 消費行動を通じて社会に貢献する消費者育成への社会的要請

- ▶ 環境問題、資源・エネルギー問題等地球規模の様々な問題が深刻化しており、消費行動を通じて社会に貢献する消費者育成への社会的要請が高まっている。
- ▶ 府民が商品やサービスを選ぶ際に意識するのは「価格」や「安全性」などで「地球環境」、「地域の活性化」や「社会的弱者への貢献」に対する関心は高くない。（9頁、図11）

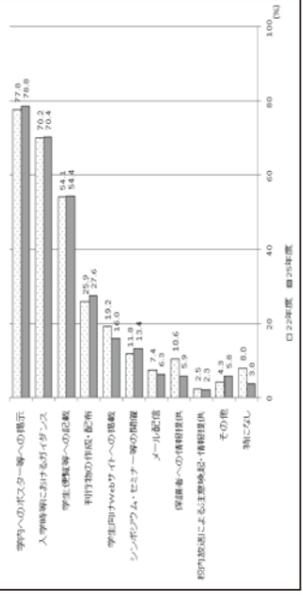
- 3 -

(2) 消費者教育の現状と課題

ア 学校（小・中・高校）・大学における消費者教育

- ▶ 学校では、平成20年及び平成21年に改定された学習指導要領に基づき、消費者教育が充実されたものの、年間の授業時間が限られている中で、授業時間数は、教時間程度の学校が多い。
- ▶ 平成28年12月に中央教育審議会から学習指導要領改定案の答申が行われ、高校において、自立した主体として他者と協働して社会に参画し、持続可能な社会づくりに向けて必要能力を育むことを目指す新科目「公共」の設置が盛り込まれた。
- ▶ 全国の大学（大学・短期大学・高等専門学校）においては、消費者問題に関する「学内へのポスター等の掲示」や「入学時等におけるガイダンス」に約7割の大学が、「シンポジウム・セミナー等の開催」に1割強の大学が取り組んでいる。（図4）
- ▶ 上記以外の取組について、「講義、ゼミ等」が約3割の大学で実施されているが、6割の大学は行っていない。

図4 大学等において実施している消費者教育の取組（全国）



イ 家庭における消費者教育

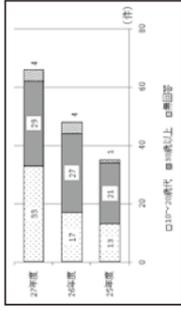
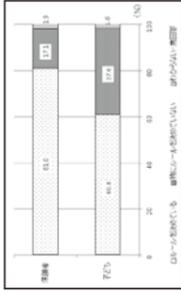
- ▶ 核家族化など様々な要因により、家庭や地域を取り巻く社会状況が変化している中で、家庭の教育力が低下し、保護者などが、家庭で、金銭管理や商品等の安全に関する知識、日常生活を通じてものを大切にすることを伝えていくことが難しくなっている。
- ▶ 保護者が、インターネットを安全に使うための注意点を十分承知していないかたたり、インターネットの利用について家庭のルールを決めていることの認識が、保護者は約8割、子どもは約6割となっており、ギャップが生じている。（図5-1）

- 4 -

▶ 相模内容を見ると、小学生はオンラインゲーム等、中・高・大学生はアダルト情報サイトのワンクリック請求・有料サイトの架空請求の詐欺等スマホ等を通じて被害にあう若年者が増加している。

また、SNS*を利用してトラブルに巻き込まれる相談が、10～20歳代の若年者が増加している。(図5-2)

図5-1 インターネットの利用に関する家族のルール



平成27年度青少年のインターネット利用環境実態調査 (内閣府)
平成27年度京都府における消費生活相談 (京都府)

ウ 地域における消費者教育

▶ 被害防止等を中心とした各種講座等には多くの高齢者が参加しているが、配慮の必要な高齢者等に対しては、家族や近隣等身近な人々、福祉関係者や金融機関等様々な団体により、地域の美情に応じた見守り活動が実施されている。

▶ 府内市町村の消費生活センター等で、講習会などの消費者教育を行っているのは全体の6割程度となっている。地域コミュニティが希薄化している中で、公民館など様々な主体が高齢者大学など消費者教育関連の事業を実施しているが、こうした取組の更なる拡大が求められている。

エ 京都府の主な取組

○消費生活相談員による出前講座の積極的な展開
学校等へ働きかけ、消費生活相談員を講師として派遣し、消費者トラブルの対処方法や消費者市民社会における消費者の役割などを内容とする出前講座を実施している。

○市町村との共催による消費者教育講座の開催

地域における消費者教育を推進するため、京都府と市町村の共催により、府民に関心の高いテーマで消費者教育講座を開催している。

○大学生の消費者リーダーの取組支援

大学生の消費者リーダーが、大学生等を対象とした消費者教育講座を企画・実施するほか、子どものネットトラブル防止等のため、オンラインゲームの正しい

*1 SNS

ソーシャル・ネットワーク・キーワード・サービスの略。インターネットや携帯回線を通じてオンライン上で不特定多数の人が交流を図るサイトの総称。主なものに、Facebook、Twitterなどがある。

利用方法等について、小学校や児童館等で出前講座を行っており、府は、教材の開発、運営等に対する助言等の支援をしている。

○府民協働防犯ステーション等と連携した啓発活動等の実施

府民協働防犯ステーション、自治会、防犯団体、福祉団体等の様々な地域団体と連携して出前講座を行うとともに、日常的、定期的な見守りや声かけ活動を支援している。

<課題>

- ▶ 成年前の引き下げの動きやネットトラブルの増加への対応
- ▶ 高齢者被害の未然防止のための教育の充実や見守りの強化
- ▶ 消費者教育の機会拡大と内容の充実

(3) 消費者教育の担い手の現状と課題

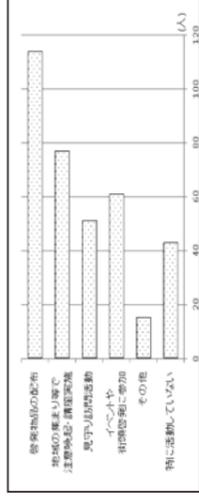
ア 教員による消費者教育

▶ 学校では、社会科、家庭科、公民科などの各教科において消費者教育が実施されており、教員には、消費者教育の推進役としての役割が期待されているが、消費者トラブルは日々変化し、複雑化していることに加え、情報が入手しにくい状況であることから、教員に対し消費者教育に係る最新の情報やわかりやすい教材等を積極的に提供する必要がある。

イ 消費者（ボランティア等）による消費者教育

▶ 大学生の消費者リーダーが消費者教育講座を開催したり、くらしの安心推進員が声かけや見守り等の活動を行っているが、人数や活動は地域により偏りがあり、十分に行われていない地域も見られ、今後、活動の機会を更に拡大していく必要がある。(図6)

図6 くらしの安心推進員の啓発活動（普及の活動）(複数回答)



くらしの安心推進員 啓発活動に関する調査 (京都府・平成28年3月)

ウ 消費者団体等による消費者教育

▶ 京都くらしの安心・安全ネットワーク*をはじめとする団体等が、見守りや声かけ運動、街頭啓発などを府内各地で展開している。また、消費者団体や専門家団体等が専門的な知識・ノウハウをいかした講座等を実施している。しかし、各団体は個々に活動しており、連携した取組が求められている。

エ 事業者等による消費者教育

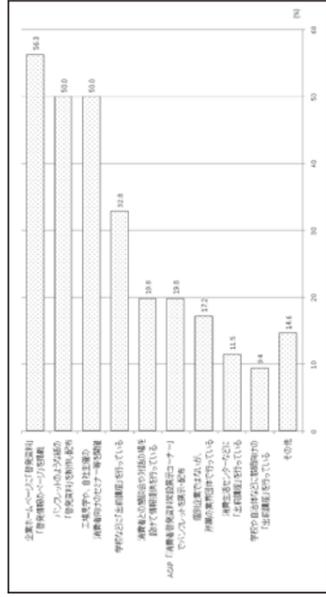
▶ 事業者等には、お客様相談室などに寄せられる消費者の声を顧客満足度の向上に活かすとともに、消費者目線に立った商品・サービスの開発が期待されている。

▶ 事業者等は、ホームページやパンフレットでの情報提供、セミナーの開催、学校等への出前講座等の消費者教育に取り組んでいるが、こうした取組を更に広げていく必要があり、課題としては人材不足、活動資金不足や経営者の理解促進などがあげられている。(図7)

▶ 消費者の行動は、事業者の商品等に係る情報提供に大きな影響を受けており、事業者、事業者団体、NPO等の消費者教育の担い手としての役割は重要である。

▶ また、事業者は、従業員に対して、研修等の実施を通じて、消費生活に関する知識や理解を深めることも求められている。

図7 企業の消費者啓発・教育の取組内容



「消費者教育・啓発にかかわるアンケート」(公益社団法人消費者関連専門家会議(AGAP)平成26年9月)

*1 京都くらしの安心・安全ネットワーク

広域化、複雑化、悪質化する消費者問題に迅速に対応し、消費者被害の未然防止、消費者被害の未然防止、早期発見、早期救済を図るため、府が平成18年に設立、消費者団体・事業者団体・福祉団体等56団体(平成29年1月現在)で構成

利用方法等について、小学校や児童館等で出前講座を行っており、府は、教材の開発、運営等に対する助言等の支援をしている。

○府民協働防犯ステーション等と連携した啓発活動等の実施

府民協働防犯ステーション、自治会、防犯団体、福祉団体等の様々な地域団体と連携して出前講座を行うとともに、日常的、定期的な見守りや声かけ活動を支援している。

<課題>

- ▶ 成年前の引き下げの動きやネットトラブルの増加への対応
- ▶ 高齢者被害の未然防止のための教育の充実や見守りの強化
- ▶ 消費者教育の機会拡大と内容の充実

(3) 消費者教育の担い手の現状と課題

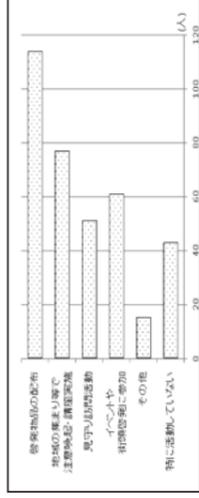
ア 教員による消費者教育

▶ 学校では、社会科、家庭科、公民科などの各教科において消費者教育が実施されており、教員には、消費者教育の推進役としての役割が期待されているが、消費者トラブルは日々変化し、複雑化していることに加え、情報が入手しにくい状況であることから、教員に対し消費者教育に係る最新の情報やわかりやすい教材等を積極的に提供する必要がある。

イ 消費者（ボランティア等）による消費者教育

▶ 大学生の消費者リーダーが消費者教育講座を開催したり、くらしの安心推進員が声かけや見守り等の活動を行っているが、人数や活動は地域により偏りがあり、十分に行われていない地域も見られ、今後、活動の機会を更に拡大していく必要がある。(図6)

図6 くらしの安心推進員の啓発活動（普及の活動）(複数回答)



くらしの安心推進員 啓発活動に関する調査 (京都府・平成28年3月)

オ 京都府の主な取組

○大学生の消費者リーダーの養成

若い世代に消費者教育を行う大学生の消費者リーダーを養成している。

○くらしの安心推進員の養成

身近な高齢者等へ注意喚起、声かけ等を行うとともに、市町村等と連携して出前講座などを実施するくらしの安心推進員を養成している。

○京都くらしの安心・安全ネットワークの活動

府が設置した京都くらしの安心・安全ネットワークにおいて、構成団体が相互に消費生活に関する情報の共有を図りながら、連携・協働して府内の各地域において見守りや声かけ運動を実施している。

○消費者教育支援サイトによる情報提供

各団体が行っている消費者教育等の情報が容易に入手できるように、京都府ホームページ内に消費者教育支援サイトを構築し、運営している。

<課題>

- ▶ 消費者教育の担い手（教員、団体、消費者等）の更なる育成と活用
- ▶ 消費者教育の担い手の連携・協働や消費者教育活動への支援
- ▶ 消費者教育を担う教員に対する専門的な支援

(4) 消費者意識・行動の現状と課題

ア 消費者市民社会

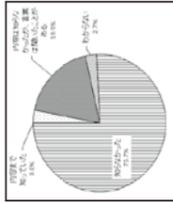
▶ 内閣府が行った調査では、消費者市民社会の理念の普及に更に取り組む必要がある。(図8)

一方、「自分の消費行動が社会に影響を与える」と思っている人は6割を超えており、消費行動の社会への影響についての理解は進んでいることがうかがえる。(図9)

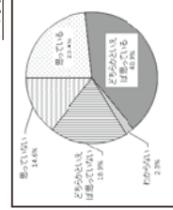
*1 消費者市民社会

消費者市民社会とは、消費者一人一人が、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いを馳せて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味している。(平成28年度消費者白書) コラムから)

図8 消費者市民社会の認知に対する意識 図9 自分の消費行動が社会に与える影響に対する認識



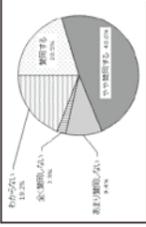
平成27年度消費者行政の推進に係る世論調査 (内閣府)



平成27年度消費者行政の推進に係る世論調査 (内閣府)

▶ 京都府が行った調査で、消費者市民社会の内容を説明した後、賛否を聞いたところ、約7割の人が賛同する（「賛同する」「やや賛同する」の合計）と回答しており、今後、普及啓発を進めることにより、消費者市民社会に対する認識が更に進むと想定される。（図10）

図10 消費者市民社会に対する考え方

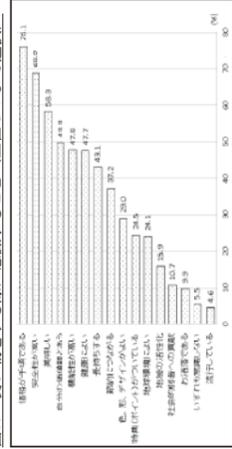


エンシカル消費・商品等に関する意識行動調査 (京都府・平成28年2月)

イ 消費行動

▶ 買い物をする際に「価格の手頃さ」や「安全性の高さ」を意識する人は多いが、「地球環境によい」、「地域の活性化」や「社会的弱者への貢献」を意識する人は1割以下であり、消費者が価格に敏感で、商品等の安全性を重要視していることがわかる。（図11）

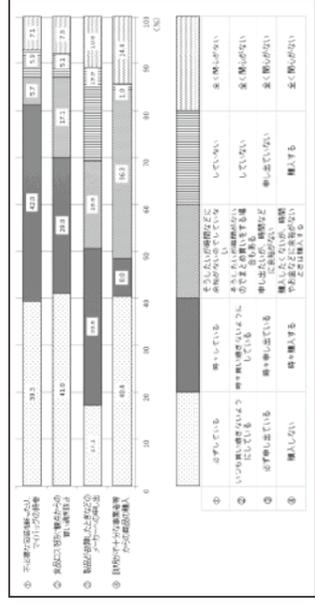
図11 買い物をする際に意識すること（上位5つまで選択）



エンシカル消費・商品等に関する意識行動調査 (京都府・平成28年2月)

▶ 一方、「 unnecessary packaging」の削減は8割の人が、「食品ロスを防ぐ観点からの買い過ぎ防止」は7割の人が行っている。また、「製品が故障したときなどにメーカーに申し出る」や「説明が不十分な事業者等から商品を購入しない」とする人は約5割となっており、積極的に行動しようとする消費者が増えていることがうかがえる。（図12）

図12 普段の行動



エンシカル消費・商品等に関する意識行動調査 (京都府・平成28年2月)

ウ エシカル消費

▶ 消費者の身近なところで商品の生産・消費・廃棄が行われていた時代と異なり、今日では、世界中の様々な商品・サービスを手し、消費できるようになっている。この結果、消費者が生産や廃棄により社会や環境にどのような負担や影響が生じているかを意識しないまま、大量に消費が行われ、食品ロスの問題や地球温暖化などの環境問題、途上国の貧困や児童労働、雇用などの社会的課題につながる幅広い分野において、影響を及ぼし得ることへの理解を深めていくことが求められている。

こうしたことから、消費者基本計画^{*1}においては、「地域の活性化や雇用などを含む、人や社会・環境に配慮した消費行動」（エンシカル消費（倫理的消費））を推進していくことが盛り込まれた。

消費者庁の『倫理的消費』調査研究会中間取りまとめ（平成28年6月）では、具体的な消費行動の例として、「人への配慮」としては障害者支援に繋がる商品

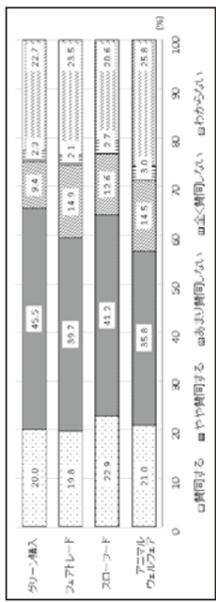
*1 消費者基本計画

消費者基本法（昭和43年法律第78号）第9条の規定に基づき、政府が消費者政策の計画的な推進を図るため、①長期的に講ずべき消費者政策の大綱、②消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項について定めた消費者政策の推進に関する基本的な計画

の消費、「社会への配慮」としては、フェアトレード商品や寄付付きの商品等の消費、「環境への配慮」としては、エコ商品、リサイクル商品、資源保護等に関する認証がある商品等の消費、「地域への配慮」としては、地産地消や被災地産品の消費等があげられている。

▶ 京都府では、平成28年2月に「エンシカル消費・商品等に関する意識行動調査」を行ったが、環境配慮型製品を選んで購入するグリーン購入¹、社会的・経済的立場の弱い生産者に対して公正な賃金や労働条件を保証した価格で商品を購入するフェアトレード²、伝統的な食材・料理方法やその生産者を守る内容とする内容とするスロフード³、家畜を快適な環境で飼育することなどを内容とするアニマルウェルフェア⁴をあげて、内容を説明した後、賛同するかどうか尋ねたところ、各項目とも約6割の人が「賛同する」と回答しており、エンシカル消費の考え方は府民に受け入れられつつあるといえる。（図13）

図13 エシカル消費に関する意識



エンシカル消費・商品等に関する意識行動調査 (京都府・平成28年2月)

*1 グリーン購入

製品やサービスを購入する際に、環境を考慮して、必要性をよく考え、環境への負荷ができるだけ少ないものを選ぶこと。環境配慮の方法としては、省エネ、省資源、廃棄物の削減や有害物質の不使用などが含まれる。

*2 フェアトレード

開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易のしくみのこと。労働者に適正な賃金が支払われることや、労働環境の改善、自然環境への配慮、地域の社会・福祉への貢献、子どもへの権利の保護及び児童労働の廃絶などが含まれる。

*3 スロフード

食生活や食文化を根本から考えたいこうとする活動のこと。伝統的な食材や料理方法を守ることや、質の良い食品やそれを提供する小生産者を守ることで、消費者に健康の教育を進めることなどが含まれる。

*4 アニマルウェルフェア

家畜の劣悪な飼育環境の改善や殺処分などの防止を目的として生まれた考え方のこと。家畜だけでなく、愛玩動物、展示動物(動物園等)、実験動物など、人間の飼育下におかれた全ての動物に対する福祉の基本として、動物に飢えや苦痛、不快感を与えないことや、十分に行動できるスペースを確保することなどが含まれる。

▶ 今後、エンシカル消費を広めていくにあたっては、地球環境の保全などのグローバルな課題に対応することだけでなく、京都ならではの伝統・文化に裏打ちされた商品の消費が地域の活性化につながるということも含む幅広い考え方を広めることを普及していく必要がある。

エ 京都府の主な取組

- 消費者市民社会等に係るフォーラムの開催やキャッチコピーの募集・普及
 - 消費者団体・事業者団体等と連携し、消費者教育に関するフォーラム等を開催するとともに、消費者市民社会などについてわかりやすく伝えるキャッチコピーの募集や選定を行い、その普及に取り組んでいる。
- エンシカル消費・商品等に関する意識・行動調査の実施
 - エンシカル消費・商品等に関する意識・行動調査を実施するなど、エンシカル消費・商品等に対する理解の促進を図っている。
- 環境教育・食育等関連教育の実施
 - 消費生活に関する教育については、新環境基本計画に基づき環境教育や環境問題の普及・啓発を、第3次食育推進計画に基づき様々な食育を推進している。
- 様々な媒体や機会を利用した啓発
 - 消費者教育の機会が増え、消費者市民社会の理解が深まるよう、新聞、テレビ、ラジオやホームページ等様々な媒体で啓発している。

<課題>

▶消費者が消費行動を通じて、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参加する消費者市民社会の一層の普及

3 消費者教育が目指すもの

(1) 消費者教育の目標

消費者教育は、消費者の権利の確保、消費者の権利の一つであることを踏まえ、すべての府民が、それぞれの特徴に応じた適切な方法で消費者教育を受けられるよう支援することにより、「被害を回避し、トラブルに適切に対処できる消費者」、「自主的かつ合理的に行動する消費者」、や「地球や地域の課題などの解決に向けて主体的に考え行動する消費者」を育成し、これらの消費者が積極的に社会に参加することで、公正で持続可能な社会を実現

(2) 目指す消費者像

- ▶被害を回避し、トラブルに適切に対処できる消費者
被害にあったときの自立した手立てを身につけ被害を回避するとともに、被害にあってもしっかりと気づき、悪質商法に相加しないことや、周りの人が被害にあわないように見守ることも含め、トラブルに適切に対処できる消費者
- ▶自主的かつ合理的に行動する消費者
市場における権利の主体として、自らの利益を守り拡大するため、自ら進んで、消費生活に関して必要な知識を習得し、必要な情報を収集するなど、自主的かつ合理的に行動することができる消費者
- ▶地球や地域の課題などの解決に向けて主体的に考え行動する消費者
地球環境保全や地域の課題などの解決に向けて、消費行動を通して積極的に関与することができる消費者



(3) 京都府の特徴と配慮事項

- ▶大学等や研究機関が存在し、多くの学生等が学び暮らしていること
- ▶暮らしの中で引き継がれてきた「もったいないや「しまつ」といった知恵が生活に息づき、京都議定書誕生の地として環境保全の取組が活発に行われていること
- ▶府内各地域に国内外から多くの方が訪れ、それぞれの地域に伝統・文化に裏打ちされた商品、「おもてなしの心」などが存在するとともに起業精神に富む土壌があること
- ▶多様な団体が構成されるネットワークが活発な活動を展開していることなど京都府の特徴に配慮し、施策を推進

4 推進の方向と今後取り組む事業

(1) 消費者被害を未然防止し、自主的かつ合理的に行動する消費者の育成

成年年齢引き下げの動きなど消費者を取り巻く状況の変化に対応するとともに、学校、大学、地域等における消費者教育の機会拡大や、年齢・障がいの有無等消費者の特性に配慮した体系的な教育の拡充により、消費者被害を未然防止し、自主的かつ合理的に行動する消費者を育成する。

ア 成年年齢の引き下げやネットトラブルへの対応

- 高校生等を対象に契約の責任などを内容とする教育を実施<新規>
高等学校や大学等に働きかけ、在学時に、「契約の責任」や「トラブルへの対処や相談先」などを内容とする出前講座を集中的に実施
- ネットトラブル事例や対処方法などをスマホ等を通じて若年者に情報発信<新規>
ネットトラブルは、事前に手口を知っていれば防げることが多いことから、若者がよく利用するスマホ等を通じてネットトラブル事例や対処方法等について情報発信
- 児童・生徒に多いネットトラブルを踏まえたトラブル防止講座の実施<拡充>
小学生から高校生まで、発達状態や各年代に多いネットトラブルの事例を踏まえたカリキュラムや教材を開発し、大学生の協力を得て体験型の講座を実施

イ 高齢者被害の未然防止への対応

- 高齢者を対象とした出前講座等の積極展開<拡充>
高齢者等が参加する地域イベント等での啓発活動や出前講座を市町村、関係機関や地域団体との連携を強化し、積極的に展開
- 警察や市町村と連携した地域の見守り活動による消費者被害の防止<拡充>
高齢者の消費者被害を防ぐため、警察や高齢者を訪問する団体・事業者、金融機関や病院等と連携して、地域における見守り活動を拡大
市町村の福祉部局等において構築される高齢者や障がい者等の見守りネットワークに、消費者被害防止の機能が付加されるよう働きかけ、地域の実情に沿った見守り活動を支援
- 高齢者自身が見守る観となる活動の強化<拡充>
ご近所同士の啓発活動や、悪質業者等に注意を払う活動など、高齢者自身が見守る側となる活動の支援を強化

(2) 消費者教育の担い手の養成・支援

教員、消費生活相談員、消費者団体等様々な主体が消費者教育の担い手として活動しているが、それらの活動が活性化するように、学校や地域等で中心となって消費者教育に取り組み担い手を養成するとともに、その活動を支援する。

ア 消費者教育の中心となる担い手の養成

- 消費者教育推進員の養成<新規>
地域や学校で中心となって消費者教育を推進する消費者教育推進員を養成。幅広い主体との連携・協働のもとで関係機関等をコーディネートし、啓発活動や消費者教育を実施
- くらしの安心推進員や大学生の消費者リーダーの養成<拡充>
消費生活に関する知識を身につけ、地域の見守り活動を行うくらしの安心推進員や大学生の消費者リーダーを更に養成

イ 消費者教育の担い手への活動支援

- 教員に対する支援<拡充>
教員に最近の消費者トラブル事例やわかりやすい教材、人材等の情報を提供する
とともに、消費者教育推進校のモデル授業例の紹介等効果的な研修を実施
- 京都くらしの安心・安全ネットワークの活動支援<拡充>
京都くらしの安心・安全ネットワークにおいて消費者教育に関する情報共有を進めるとともに、講師の派遣や啓発資料の提供等により構成団体等が行う消費者教育の活動を支援
- 大学生の消費者リーダー、くらしの安心推進員の活動支援<拡充>
大学生の消費者リーダーが主体的に企画・実施する実践的な活動に対し府の相談員が助言者として参画するとともに、くらしの安心推進員を対象としたスキルアップ研修を実施し、市町村の地域の見守りネットワークへの参画等活動の場を提供
地域における消費者教育を推進するため、市町村に消費者教育に係る様々な情報を提供するとともに、消費者教育の担い手育成や消費者教育講座の共同開催等により市町村の取組を支援

一目標一

- ▶消費者問題に意識の高い大学生の消費者リーダーの養成
50人 (28年度) →100人 (31年度)

一目標一

- ▶消費者教育をテーマとする講座の開催数 (年間)
 - ・小・中・高校・支援学校等
100講座 (28年度) →200講座 (31年度)
 - (※全学校に消費者教育に係る教材等を提供)
 - ・大学
40講座 (28年度) → 70講座 (31年度)
 - ・成人
170講座 (28年度) →300講座 (31年度)
- ▶ネットトラブル防止講座の開催数 (消費者教育をテーマとする講座の内数)
 - 500講座 (28年度) →100講座 (31年度)
- ▶消費者教育推進校数 0校 (28年度) →5校 (31年度)
- ▶消費者被害防止を行う市町村高齢者等見守りネットワーク数
5市町村 (28年度) →13市町村 (31年度)

(3) 消費行動を通じて社会貢献をする消費者の育成

持続可能な社会を形成するためには、消費者の自覚や自発的な行動が大切であるため、地域の活性化や地球環境の保全につながるエシカル消費の普及や消費者市民の育成に取り組む。

ア エシカル消費の普及

- 市町村、関係団体や大学等と連携したエシカル消費の紹介、普及<新措>
市町村、関係団体、大学や事業者等の幅広い主体と連携してエシカルフェア、シンポジウム、セミナー等を開催。地域の伝統・文化に裏打ちされた地場産品やエコ商品等のいわゆるエシカル商品、地域経済の活性化や地域文化の伝承、環境への配慮、食品ロスの削減、社会貢献等につながるエシカル消費を府民や京都を訪れる方々に広く紹介、普及し、消費行動を通じて持続可能な社会づくりのための環境を醸成

○事業者団体等への働きかけ<新措>

事業者や事業者団体等に対し、エシカル商品に対する消費者の意識等を紹介し、積極的な店頭陳列、情報提供を働きかけ

イ 消費者市民の育成

○地元産食材を活用した学校給食等による地産地消の促進<新措>

小学校や中学校で地元産食材、郷土食や行事食を取り入れた学校給食や、地域の生産者等の参画を得て耕作・収穫・調理等を体験させる実践型食育等を実施

○消費者教育推進校で消費者教育のモデル授業例を作成、普及<再措>

中学校、高等学校へ働きかけ、消費者教育推進校を指定し、消費者教育のモデル授業例（指導案、ワークシート等）を作成、府内学校へ普及

○小・中・高校等での出前講座の積極展開<拡充>

学校等での出前講座において、消費者が消費行動を通じて、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画するという視点を積極的に取り上げて啓発

○消費者と事業者の双方向シンポジウムの実施<新措>

若年者を含む消費者と事業者、専門家、行政が意見を出し合い、新しい商品や販売方法等を提案する双方向シンポジウムを開催

○非常時の備えとしてローリングストック法の普及<新措>

災害等の非常時に備え日頃から食べ物や日用品を少し多めに購入し、消費した分だけ買い足していくことで常に一定量の食糧等を備蓄するローリングストック法の考え方を普及

○様々な媒体、あらゆる機会を利用した啓発強化<拡充>

消費者市民社会に対する理解が深まるよう、新聞、テレビ、ラジオ、ホームページやSNSなど様々な広報媒体に働きかけ、あらゆる機会を活用して啓発

一 目標一

- ▶ 消費者市民社会をテーマとする講座の開催数(消費者教育をテーマとする講座の内数)
50講座 (28年度) →100講座 (31年度)
- ▶ 実践型食育を実施している小・中学校の割合
57% (26年度) →100% (32年度)
- ▶ 学校給食への地元農林水産物の供給品目数の割合
18% (26年度) →30% (32年度)

(4) 幅広い主体との連携・協働による取組の推進

消費者教育を体系的・効果的に推進していくためには、庁内関係部局をはじめ、教育機関、消費者団体、事業者・事業者団体やNPO等幅広い主体と連携していくことが重要である。また、大学等を多数有し、京都府定書産生の地であるとともに、和食の無形文化遺産登録等、京都には、学園、環境、食等多様な分野に豊富な人材や資源を有することから、それらを最大限に活かした取組を進める。

○京都くらしの安心・安全ネットワークを中心とした消費者教育の推進<拡充>

消費者教育の視点からくらしの安心・安全ネットワークの構成団体を拡大し、情報交換や研修等を実施するなど、京都くらしの安心・安全ネットワークを中心とした消費者教育を推進

○市町村、消費者団体等が行う消費者教育との連携・協働<拡充>

市町村や消費者団体等がそれぞれ進めている消費者教育の取組との連携・協働を図るとともに情報共有を進め広く情報を発信

○庁内関係部局と連携した消費者教育の推進<拡充>

消費者教育に係る取組を総合的かつ円滑に推進するため、「くらしの安心・安全推進本部消費生活の安心・安全部会」で情報共有を行うとともに、教育委員会をはじめ、環境教育や食育等関係部局と情報交換を行い連携を強化

○府消費生活安全センター等を核とした消費者教育の推進<拡充>

市町村や関係団体等と連携し、府消費生活安全センター及び広域振興局を核とした消費者教育を推進

一 目標一

- ▶ 京都くらしの安心・安全ネットワーク構成団体数
58団体 (28年度) →60団体 (31年度)

5 実効性の確保等

(1) 関連教育との連携

消費者教育は、自らの消費行動を地球環境の保全や地域の課題等の解決に繋げていくことを目指しており、既に展開されている環境教育、食育、金融教育、法教育などと関連している。これらの教育と消費者教育との連携を図りながら、実効性のある消費者教育を推進していく。

(2) 他の消費者施策との連携

消費者が消費行動によって、公正で持続可能な社会を形成していくためには、事業者が、商品サービス等について適切に情報開示を行う等、消費者に自主的・合理的な選択を行うための判断材料が提供されなければならない。

そのため、消費生活相談から得られた情報の的確・迅速な活用や事業者のコンプライアンス意識の向上、不適切な表示を行う事業者等の指導など他の消費者施策との連携を図りながら消費者教育を推進していく。

(3) 進行管理等

施策の進捗状況を把握するため、数値目標を設定するとともに、実施状況について、毎年度、京都府消費生活審議会に報告し、その結果を施策に反映する。

また、進捗状況をホームページ等で公開し、府民への周知を図る。

(4) 実効性の確保等

消費者教育の推進に当たっては、推進計画に基づく事業の実施状況の検証を行い、必要に応じて見直し、緊急に発生する課題に対しては、迅速で弾力的な手立てを講ずることとする。

高等学校学習指導要領の改訂(案)のポイント

1. 今回の改訂の基本的な考え方

- 教育基本法、学校教育法などを踏まえ、これまでの我が国の学校教育の実践や蓄積を活かし、子供たちが未来社会を切り拓くための資質・能力を一層確実に育成。その際、子供たちに求められる資質・能力とは何かを社会と共有し、連携する「社会に開かれた教育課程」を重視。
- 知識及び技能の習得と思考力、判断力、表現力等の育成のバランスを重視する現行学習指導要領の枠組みや教育内容を維持した上で、知識の理解の質をさらに高め、確かな学力を育成。
- 高大接続改革という、高等学校教育を含む初等中等教育改革と、大学教育改革、そして両者をつなぐ大学入学者選抜改革の一体的改革の中で実施される改訂。

2. 知識の理解の質を高め資質・能力を育む「主体的・対話的で深い学び」

「何ができるようになるか」を明確化

知・徳・体にわたる「生きる力」を子供たちに育むため、「何のために学ぶのか」という学習の意義を共有しながら、授業の創意工夫や教科書等の教材の改善を引き出していけるよう、全ての教科等を、①知識及び技能、②思考力、判断力、表現力等、③学びに向かう力、人間性等の3つの柱で再整理。

主体的・対話的で深い学びの実現に向けた授業改善

選挙権年齢が18歳以上に引き下げられ、生徒にとって政治や社会が一層身近なものとなっており、高等学校においては、社会で求められる資質・能力を全ての生徒に育み、**生涯にわたって探究を深める未来の創り手として送り出していくことが**これまで以上に求められる。

そのため、**主体的・対話的で深い学びの実現に向けた授業改善**が必要。特に、生徒が各教科・科目等の特質に応じた見方・考え方を働かせながら、知識を相互に関連付けてより深く理解したり、情報を精査して考えを形成したり、問題を見いだして解決策を考えたり、思いや考えを基に創造したりすることに向かう過程を重視した学習の充実が必要。

〔情報を的確に理解し効果的に表現する、社会的事象について資料に基づき考察する、日常の事象や社会の事象を数理的に捉える、自然の事物・現象を観察・実験を通じて科学的な概念を使用して探究する など〕

3. 各学校におけるカリキュラム・マネジメントの確立

- 教科等の目標や内容を見渡し、特に**学習の基盤となる資質・能力（言語能力、情報活用能力、問題発見・解決能力等）**や**現代的な諸課題に対応して求められる資質・能力**の育成のためには、**教科等横断的な学習を充実**する必要。また、「主体的・対話的で深い学び」の充実には**単元など数コマ程度の授業のまとまりの中で、習得・活用・探究のバランスを工夫**することが重要。
- そのため、学校全体として、教育内容や時間の適切な配分、必要な人的・物的体制の確保、実施状況に基づく改善などを通して、教育課程に基づく教育活動の質を向上させ、学習の効果の最大化を図るカリキュラム・マネジメントを確立。

4. 教科・科目構成の見直し

- 高等学校において育成を目指す資質・能力を踏まえつつ、教科・科目の構成を改善。

〔国語科における科目の再編（「現代の国語」「言語文化」「論理国語」「文学国語」「国語表現」「古典探究」）
地理歴史科における「歴史総合」「地理総合」の新設、公民科における「公共」の新設、共通教科「理数」の新設、
など〕

5. 教育内容の主な改善事項

言語能力の確実な育成

- ・科目の特性に応じた語彙の確実な習得、主張と論拠の関係や推論の仕方など、情報を的確に理解し効果的に表現する力の育成（国語）
- ・学習の基盤としての各教科等における言語活動（自らの考えを表現して議論すること、観察や調査などの過程と結果を整理し報告書にまとめることなど）の充実（総則、各教科等）

理数教育の充実

- ・理数を学ぶことの有用性の実感や理数への関心を高める観点から、日常生活や社会との関連を重視（数学、理科）するとともに、見通しをもった観察、実験を行うことなどの科学的に探究する学習活動の充実（理科）などの充実により学習の質を向上
- ・必要なデータを収集・分析し、その傾向を踏まえて課題を解決するための統計教育を充実（数学）
- ・将来、学術研究を通じた知の創出をもたらすことができる創造性豊かな人材の育成を目指し、新たな探究的科目として、「理数探究基礎」及び「理数探究」を新設（理数）

伝統や文化に関する教育の充実

- ・我が国の言語文化に対する理解を深める学習の充実（国語「言語文化」「文学国語」「古典探究」）
- ・政治や経済、社会の変化との関係に着目した我が国の文化の特色（地理歴史）、我が国の先人の取組や知恵（公民）、武道の充実（保健体育）、和食、和服及び和室など、日本の伝統的な生活文化の継承・創造に関する内容の充実（家庭）

道徳教育の充実

- ・各学校において、校長のリーダーシップの下、道徳教育推進教師を中心に、全ての教師が協力して道徳教育を展開することを新たに規定（総則）
- ・公民の「公共」、「倫理」、特別活動が、人間としての在り方生き方に関する中核的な指導の場面であることを明記（総則）

外国語教育の充実

- ・統合的な言語活動を通して「聞くこと」「読むこと」「話すこと[やり取り・発表]」「書くこと」の力をバランスよく育成するための科目（「英語コミュニケーションⅠ、Ⅱ、Ⅲ」）や、発信力の強化に特化した科目を新設（「論理・表現Ⅰ、Ⅱ、Ⅲ」）
- ・小・中・高等学校一貫した学びを重視して外国語能力の向上を図る目標を設定し、目的や場面、状況などに応じて外国語でコミュニケーションを図る力を着実に育成

職業教育の充実

- ・就業体験等を通じた望ましい勤労観、職業観の育成（総則）、職業人に求められる倫理観に関する指導（職業教育に関する各専門教科）
 - ・地域や社会の発展を担う職業人を育成するため、社会や産業の変化の状況等を踏まえ、持続可能な社会の構築、情報化の一層の進展、グローバル化などへの対応の観点から各教科の教育内容を改善
 - ・産業界で求められる人材を育成するため、「船舶工学」（工業）、「観光ビジネス」（商業）、「総合調理実習」（専門家庭）、「情報セキュリティ」（専門情報）、「メディアとサービス」（専門情報）を新設
- ※職業教育の充実にあたっては、必要な施設・設備の計画的な整備を促していく。

その他の重要事項

- 初等中等教育の一貫した学びの充実
 - ・必要な資質・能力を身に付けるため、中学校との円滑な接続や、高等学校卒業以降の教育や職業との円滑な接続について明記（総則）
- 主権者教育、消費者教育、防災・安全教育などの充実
 - ・政治参加と公正な世論の形成、政党政治や選挙、主権者としての政治参加の在り方についての考察（公民）、主体的なホームルーム活動、生徒会活動（特別活動）
 - ・財政及び租税の役割、少子高齢社会における社会保障の充実・安定化、職業選択、起業、雇用と労働問題、仕事と生活の調和と労働保護立法、金融を通じた経済活動の活性化、国連における持続可能な開発のための取組（公民）
 - ・多様な契約、消費者の権利と責任、消費者保護の仕組み（公民、家庭）
 - ・世界の自然災害や防災対策（地理歴史）、防災と安全・安心な社会の実現（公民）、安全・防災や環境に配慮した住生活の工夫（家庭）
 - ・高齢者の尊厳と介護についての理解（認知症含む）、生活支援に関する技能（家庭）
 - ・オリンピックやパラリンピック等の国際大会は、国際親善や世界平和に大きな役割を果たしていること、共生社会の実現にも寄与していることなど、スポーツの意義や役割の理解（保健体育）、障害者理解・心のバリアフリーのための交流（総則、特別活動）
 - ・我が国の領土等国土に関する指導の充実（地理歴史、公民）
- 情報教育（プログラミング教育を含む）
 - ・情報科の科目を再編し、全ての生徒が履修する「情報Ⅰ」を新設することにより、プログラミング、ネットワーク（情報セキュリティを含む。）やデータベース（データ活用）の基礎等の内容を必修化（情報）
 - ・データサイエンス等に関する内容を大幅に充実（情報）
 - ・コンピュータ等を活用した学習活動の充実（各教科等）
- 部活動
 - ・教育課程外の学校教育活動として教育課程との関連の留意、社会教育関係団体等との連携による持続可能な運営体制（総則）
- 子供たちの発達の支援
（キャリア教育、障害に応じた指導、日本語の能力等に応じた指導、不登校等）
 - ・社会的・職業的自立に向けて必要な基盤となる資質・能力を身に付けていくことができるよう、特別活動を要としてつつ各教科・科目等の特質に応じて、キャリア教育の充実を図ることを明記（総則）
 - ・通級による指導における個別の指導計画等の全員作成、各教科等における学習上の困難に応じた指導の工夫（総則、各教科等）
 - ・日本語の習得に困難のある生徒への配慮や不登校の生徒への教育課程について新たに規定（総則）

消費者教育の推進に関する法律の概要

国と地方の責務と実施事項	
国	地方公共団体
<p>責務(第4条) 消費者教育の推進に関する総合的な施策の策定、実施</p> <p>基本方針(第9条) ・消費者庁・文部科学省が案を作成・閣議決定 ・基本的な方向 ・推進の内容等</p> <p>消費者教育推進会議(第19条) 消費者庁に設置(いわゆる8条機関)</p> <p>①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②基本方針の作成・変更に関する意見</p> <p>委員(内閣総理大臣任命) ～消費者、事業者、教育関係者、消費者団体・学識経験者等 ※委員は20名以内、任期2年、幹事、専門委員を置く(政令で規定)</p>	<p>責務(第5条) 団体の区域の社会的経済的状況に応じた施策策定、実施(消費生活センター、教育委員会その他の関係機関と連携)</p> <p>都道府県消費者教育推進計画 市町村消費者教育推進計画 ・基本方針を踏まえ策定(努力義務)</p> <p>消費者教育推進地域協議会(第20条) 都道府県・市町村が組織(努力義務)</p> <p>①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②推進計画の作成・変更に関する意見</p> <p>構成 ～消費者、消費者団体、事業者、教育関係者、消費生活センター等</p>
<p>目的(第1条) ・消費者教育の総合的・一体的な推進 ・国民の消費生活の安定・向上に寄与</p> <p>定義(第2条) 『消費者教育』 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及びこれに準ずる啓発活動(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。)</p> <p>『消費者市民社会』 ・個々の消費者の特性及び消費生活の多様性の相互尊重 ・自らの消費生活に関する行動が将来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ことの自覚 ・公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画</p> <p>基本理念(第3条) ・消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力の育成 ・主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるように積極的に支援</p> <p>体系的推進 ・幼児期から高齢期までの段階特性に配慮 効果的推進 ・場(学校、地域、家庭、職域)の特性に対応 ・多様な主体間の連携 ・消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供 ・非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解 ・環境教育、食育、国際理解教育等との有機的な連携</p> <p>消費者団体(努力義務)(第6条) ～自主的活動・協力 事業者・事業者団体(努力義務) ～施策への協力・自主的活動(第7条) ～消費生活の知識の提供、従業員の研修、資金の提供(第14条)</p>	<p>努力義務(国および地方) ○教材の活用等(第15条) ○調査研究(第17条) ○情報の収集(第18条)</p> <p>義務付け(国・地方) ○学校における消費者教育の推進(第11条) 発達段階に応じた教育機会の確保、研修の充実、人材の活用 ○大学等における消費者教育の推進(第12条) 学生等の被害防止のための啓発等 ○地域における消費者教育の推進(第13条) 高齢者・障害者への支援のための研修・情報提供 ○人材の育成等(第16条)</p>

※施行日：平成24年12月13日(公布日：平成24年8月22日)

消費者教育の推進に関する基本的な方針(基本方針)

平成25年6月28日 閣議決定
平成25年度～29年度の5年間 概要
国・地方、多様な担い手の指針

平成25年6月

○消費者教育の推進に関する法律第9条(平成24年12月施行)
○内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。
～平成25年3月より消費者教育推進会議開催、消費者委員会の意見聴取、消費者等の意見反映。

○基本方針の方向＝誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けられることができる機会を提供し、効果的に推進
○手段＝幅広い担い手(国・地方、行政・民間、消費者自身)の支援、育成担い手間の連携、情報共有の促進

I 消費者教育の推進の意義

経済社会の
変化
・グローバル化/高度情報化/高齢化⇒消費者被害の多様化・複雑化
・大量生産 大量消費/大量廃棄/大震災の経験⇒消費行動の課題

ルール整備、厳格な法執行、消費者支援、救済施策
・ルールを知り、被害を防ぐ消費者の努力
・持続可能な消費の実践、消費者の社会的役割の自覚

消費者の自立を支援
被害に遭わない消費者、合理的意思決定のできる消費者の育成
・消費者市民社会の形成に寄与
よりよい市場、よりよい社会の発展に積極的に関与する消費者の育成

II 消費者教育の推進の基本的な方向

○消費者教育の体系的推進 領域・段階ごとに目標を設定
情報の「見える化」⇒多様な担い手が共有
消費者市民社会の構築
生活の管理と契約
情報とメディア

消費者市民社会の構築
・消費者の特性・場の特性に応じた方法で実施
若年者の被害防止・成年年齢引下げに向けた環境整備の観点等から、高等学校段階までに、主体的に判断し責任をもつて行動できる能力を育む
・消費行動の社会経済への影響等、多角的視点で情報提供

○国からの地方支援 財政支援、情報提供による支援

○各主体の役割と連携・協働
・国と地方公共団体
・消費者行政と教育行政
・地方公共団体と消費者団体、事業者団体
地域における多様な主体間のネットワーク化
(消費者教育推進地域協議会)

○環境教育・食育・金融経済教育・法教育等との連携推進
連携・展開による相乗効果・教材等の共通化など

III 消費者教育の推進の内容

1 様々な場での推進
・学校(小・中・高校、大学、専門学校等)
・地域社会(地域、家庭、職場)

2 人材(担い手)の育成・活用
・小・中・高校・大学等の教職員
・消費者団体、NPO、地域福祉関係者
・事業者・事業者団体等
・消費者

行政各部署間、多様な担い手との連携
消費者行政各部署と教育行政各部署、福祉関係各部署、商工部局との連携
(高齢者・障害者見守り、担い手としての事業者・事業者団体との連携)

消費生活センターを拠点化(消費者教育・人材育成)
←国民生活センターが支援

コーデイネーターの育成、活用
多様な関係者のつなぎ役、地域と学校のつなぎ役

IV 関連する他の消費者施策との連携

⇒ 教材への反映
⇒ 事故・トラブル情報の迅速な分析、原因究明
⇒ 食品と放射能に関する理解増進
⇒ リスクコミュニケーションの強化
⇒ 食品表示の理解増進

V 今後の消費者教育の計画的な推進

1 今後の推進方策
・各都道府県・市町村での推進の支援
・推進会議・小委員会での検討、施策への反映
・専門委員・地域ごとの代表を任命

2 基本方針の達成度の検証(5年の見直し)
・基本方針の見直し＝中間的に3年を見直し
・達成度の検証

各府省庁で今後実施の施策を取りまとめ(25年内見直し)
地方支援
推進会議の地方開催
推進計画策定、地域協議会設置に向け、事例集の作成・説明会等で情報提供
消費者教育推進のための指標化
・すべての都道府県で推進計画の策定、地域協議会の設置を目指し、支援

○消費者教育の体系イメージマップ

各期の特徴	重点領域				Ver.1.0		
	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期	特に高齢者	特に高齢者
消費がもつ影響力の理解	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地での形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を開始する時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を活かす市民社会構築に活かす時期
持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境や経済に与える影響を考慮しよう	持続可能な社会を目指すライフスタイルを構築しよう	持続可能な社会を目指すライフスタイルを構築しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響を考慮し、配慮することの大切さを伝えよう
消費者の参画・協働	協力することの大切さを知らう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	持続可能な社会を目指すライフスタイルを構築しよう	持続可能な社会を目指すライフスタイルを構築しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響を考慮し、配慮することの大切さを伝えよう
商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、もの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう
トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	適切な意思決定に基づいて行動しよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう	契約とその他のルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝えよう
選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう	主体的に見通した生活設計を立ててみよう	主体的に見通した生活設計を立ててみよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な暮らしをしよう	生活環境の変化に対応し、伝えたいながら生活を管理しよう
生活を設計・管理する能力	身の回りの情報がさまざまな情報に気づこう	自分や家族を大切にしよう	消費に関する情報の集め方や活用方法を知らう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を活用し、暮らしを豊かにしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
情報の収集・処理・発信能力	身の回りの情報から「なに」「どうして」を考えよう	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	トラブルが少なく、情報モラルを守ろう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう
消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なに」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知らう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会意思決定の大切さを知らう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報に主体的に吟味して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

本冊子は、京都府消費生活安全センターホームページにも掲載しています。

(<http://www.pref.kyoto.jp/shohise/>)

平成 30 年 3 月発行

発行 京都府消費生活安全センター

〒601-8047 京都市南区東九条下殿田町 70 京都テルサ西館2階

TEL : 075-671-0030 FAX : 075-671-0016
