

# 消費者教育における高等学校「公共」と「家庭基礎」の協働性

Collaboration between "Civics: Public" and "Home Economics: Basic Home Economics"  
in High School for Consumer Education

手塚 貴子 (金沢星稜大学女子短期大学部 准教授)

Takako TEZUKA (Kanazawa Seiryu University Women's Junior College Associate Professor)

## 〈要旨〉

高等学校における消費者教育に関する内容は、「公民科」や「家庭科」でそれぞれ取りあげられてきた経緯があるが、18歳成人引き下げにより、より自立した消費者を育むため、契約の重要性や消費者の権利と責任等内容の充実がますます求められることになる。また、今後の教科横断的な学びの可能性を検討する必要も出てくるのではないか。そこで本研究は、新設科目「公共」の本格導入を前に、これからの消費者教育における更なる充実に向け、「公共」と「家庭基礎」との協働性について分析を試みた。「公共」における3つの授業モデルに、「家庭基礎」との共通性や実践的学びとして授業展開できる協働性を示唆した。このことは、今後の「公共」授業における多様性のある指導案の一つとして、教育効果が果たせるのではないかと期待する。

## 〈キーワード〉

消費者教育, 公民科, 家庭科, 教科横断的学び, 協働性

## 1 はじめに

高等学校地理歴史公民科は、2019（平成19）年3月告示の学習指導要領改訂から、「現代社会」の廃止と共に、新設科目「公共」が誕生する。この背景には、2006年に改正された教育基本法の内容から既にその構想が示されており、（略）学校教育法でも、義務教育の目標の一つとして、「公共の精神」（第21条）に基づく社会形成への参画が挙げられて<sup>(1)</sup>きた。また、2022年4月から施行される成年年齢18歳引き下げに伴い、社会科教育研究も、18歳にゴールを設定し、その在り方が再考されなければならない。例えば、18歳から一人で有効な契約ができるようになる一方、保護者の同意を得ずに締結した契約を取り消すことができる年齢が18歳未満までとなることから、自立した消費者を育むため、契約の重要性や消費者の権利と責任等の充実が益々求められることになる。

これまで高等学校教育の中で消費者教育の内容を扱ってきた教科は公民科と家庭科であったが、2009年の学習指導要領における家庭科との関連において、「自立した生活活動や消費活動、ライフスタイルや生涯設計、環境などに関する部分などとの関連を図る必要がある<sup>(2)</sup>」と記されるようになった。さらに、2019年の学習指導要領には、「自助、

共助、及び公助の重要性、消費行動における意思決定や契約の重要性、ライフスタイルと環境などに関する部分との関連を図る必要がある<sup>(3)</sup>」とされ、「契約」の文言が具体的に入るようになった。このことは、前述した「18歳成年」としての自覚と責任ある行動を示すと共に、これまで以上に指導計画の際に公民科だけでなく、家庭科や情報科などと連携して教科横断的な学びを深めていくことを重要視しているのであろう。大本・鈴木らの報告では、家庭科と社会科（公民科）との連携が果たせていない現実と、今後の連携に向けて学校教育全体で取り組む必要性と全教科の教員に対する啓発、研修、教員養成段階での教育が有効<sup>(4)</sup>と指摘しているが、協働性を試みた指導事例などの具体的な授業イメージは報告されていない。また、他の報告でも、消費者教育を教科横断的な学びの視点で分析を試みた報告はほとんどない。

そこで、本研究は新設科目「公共」の本格導入を前に、消費者教育の更なる充実に向け「公共」と「家庭基礎」との協働性について分析を試みたのでここで報告する。

## 2 研究の方法

学校教育における消費者教育の導入の経緯を踏まえ、公

民科における2009年の学習指導要領と2019年の学習指導要領を概観した。その中で、消費者教育の内容に関わる科目のうち、「公共」の前身となる「現代社会」と新設科目の「公共」との差異を検討した。また、家庭科の2単位科目「家庭基礎」における消費者教育の内容の記述にも触れ、2つの教科の共通性及び協働性を分析した。

次に、新設科目「公共」の2024年4月開始に向け、消費者教育に関する直近の授業モデルケースの事例を3つ、文献事例から取りあげ、内容の分析を図ると共に、家庭科と連携し得る授業案を展開する際の内容の共通性と協働性について分析した。

### 3 結果と考察

#### 3-1 学校教育における消費者教育導入への経緯

日本における消費者教育は、他の先進諸国より歴史的に浅い。というのも、1968年5月に公布された消費者保護基本法では、消費者の権利は認められず、消費者問題が生じた場合、生じた問題ごとに個別の法律をつくることにより、行政が消費者を保護するという消費者行政が一貫して行われてきた。そのため、自立した消費者の育成を目指す消費者教育は、長い間立ち遅れの状態であった<sup>5)</sup>。しかし、1994年の製造物責任法や2001年4月施行の消費者契約法など、消費者を取り巻くさまざまな法制化が実現し、ようやく2004年6月に消費者基本法が施行された。

学校教育に消費者教育が本格的に取り入れられたのは、1970年告示の高等学校学習指導要領以降である。68年制定の消費者保護基本法第12条で「国は、(略)消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずる」とされ、家庭科及び社会科における消費者教育の充実が図られた。(略)今世紀に入り、2004年消費者保護基本法が消費者金法に改正され、その第17条で「国は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずる」とされた。さらに2012年に消費者教育推進法が制定され、消費者教育の機会が提供されることを自立する消費者の権利とし、消費者教育に関する基本理念や国や地方公共団体の責務を明らかにし、消費者教育を総合的、一体的に推進することが規定された<sup>6)</sup>。西村隆男は、「人間の一生は消費者であり続けるのであり、生涯において独立した市民・消費者の意識形成が発達段階にある学校教育の時期に行われることは、効果的であり意味のあるものであることはいうもでもない<sup>7)</sup>」と記し、学校教育における消費者教育の重要性を説き、その後2019年告示の学習指導要領までの間に消費者庁の創設と共に急速に内容に組み込まれることとなった。

校種別にみると、小・中学校は、主として社会科および家庭科で取り上げられてきたが、その内容は質量ともに不

十分であり、そのねらいは「賢い消費者」養成を目指すものであった。高校の場合、公民科および家庭科、ともに小・中学校に比べ、各段に充実した教育内容が取り上げられている<sup>8)</sup>。しかし、2009年の学習指導要領までは、消費者問題の歴史や消費者問題における行政・企業・消費者(団体)の役割や責任に関する基本的な知識等、内容が充実しているとは言い難い内容であった。

さらに、教科別にみると、消費者教育を担う教科として、家庭科とともに社会科・公民科が大きな役割を果たしてきた。家庭科における消費者教育が拡充されるに従い、公民科ではその比率を低下させてきた。2011年の調査結果では、消費者教育の実施時間は社会科(公民科)で年間2.1時間、家庭科では年間5.6時間であった。また、教科教員に対し充実した消費者教育を実施するために必要な時間を尋ねたところ、社会科(公民科)で年間5.8時間、家庭科で年間10.2時間<sup>9)</sup>であった。

#### 3-2 学習指導要領の改訂における公民科の消費者教育

公民科における消費者教育の充実、既に2009年の学習指導要領から取り入れられているが、記述の内容に大きな変化がみられる。ここでは、公民科における学習指導要領の取扱いについて、2009年と2019年との比較を試みた。

2009年における改訂の要点には、「法や金融、消費者に関する学習の充実を目指して、各科目の特質に応じた内容の改善を図った」と記された。「現代社会」の「(2)現代社会と人間としての在り方生き方(エ)現代の経済社会と経済活動の在り方」(内容の取扱い)において、次のように具体的に示されることとなった。「消費者に関する問題」(内容の取扱い)については、契約に関する基本的な考え方について理解させ、契約が複数の意思表示の合意によって成立する法律行為であること、不完全な意思表示に基づいて行われる場合は契約が無効になったり、これを取り消したりすることができることを理解させるとともに、契約により生ずる様々な責任についても理解させることが必要である。つまり、消費者基本法や消費者契約法などを踏まえ、消費者の権利の尊重と消費者の自立支援の観点から指導することに留意することが重要である。その際、例えば高金利問題、多重債務問題などを扱い、消費者としての権利や責任について考察させることが大切である。また、例えば製品事故、薬害問題などを扱い、行政や企業の責任にも触れるようにする<sup>10)</sup>」

一方、2019年の学習指導要領では、まず新設科目「公共」における内容の大項目に「現代社会」と比して大きな変化があったことを触れておく<表1>。

&lt;表1&gt;現代社会と公共の内容（大項目）

| 科目名  | 現代社会                 | 公共                           |
|------|----------------------|------------------------------|
| 大項目1 | (1)私たちの生きる社会         | A 公共の扉                       |
| 大項目2 | (2)現代社会と人間としての在り方生き方 | B 自立した主体としてよりよい社会の形成に参画する私たち |
| 大項目3 | (3)共に生きる社会を目指して      | 持続可能な社会づくりの主体となる私たち          |

大項目における分類も、「現代社会」と「公共」では、表現が大きく異なる。共通している用語は「社会」で、「現代社会」では「私たち」「生きる」「人間」が主として使用されているが、「公共」では「扉」「自立」「主体」「参画」「持続可能」などが使用されている。

次に、消費者教育に関する内容の記述であるが、大項目2「B 自立した主体としてよりよい社会の形成に参画する私たち」「ア（ア）や規範の意義及び役割、多様な契約及び消費者の権利と責任、司法参加の意義などにかかわる現実社会の事柄や課題を基に、（略）権利や自由が保障、実現され、社会の秩序が形成、維持されていくことについて理解すること<sup>11)</sup>」と記述されることとなった。また、「（内容の取扱い）（3）（エ）…「多様な契約及び消費者の権利と責任」については、司法に関する基本的な考え方についても扱うこと<sup>12)</sup>」と配慮事項も具体的に示された。さらに、内容の取扱いにおける具体的事項では、「多様な契約」、「消費者の権利と責任」、「多様な契約及び消費者の権利と責任」について、より詳細な説明が記述されることとなった。特に、2018年6月の民法改正により2022年4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられる。それにより、18歳から一人でも有効な契約をすることができるようになる一方、保護者の同意を得ずに締結した契約を取り消すことができる年齢が18歳未満までとなるため、契約における責任の重要性が更に求められる。そのため、「公共」の授業で重点的に取り組むことが内容の記述からも示唆された。

### 3-3 学習指導要領の改訂における家庭科の消費者教育

次に、高等学校家庭科の学習指導要領における消費者教育について触れてみた。

2019年における改訂の要点には、「（3）各科目の内容の改善」の「⑧消費生活・環境については成年年齢の引き下げを踏まえ、契約の重要性や消費者保護の仕組みに関する内容を充実するなど、消費者被害の未然防止に関する内容の充実を図った<sup>13)</sup>」と記され、消費者教育の内容の充実を示していた。家庭科には、「家庭総合」（4単位）と「家庭基礎」（2単位）の科目があるが、全国では「家庭基礎」を履修している学校が75%以上<sup>14)</sup>になっている。そこで、2019年学習指導要領「家庭基礎」の内容を分析する。

「家庭基礎」の大項目は、「A人の一生と家族・家庭及び福祉」「B衣食住の生活の自立と設計」「C持続可能な消費生活・環境」「Dホームプロジェクトと学校家庭クラブ活動」の4項目に分かれている。消費者教育に関する内容は、「C持続可能な消費生活・環境」に具体的に記述されている。特に、2019年の改訂において、小・中・高校の系統性や、成年年齢の引き下げを踏まえ、学習内容C「持続可能な消費生活・環境」として新たに位置付けた。さらに、国際連合が定めた持続可能な開発目標（SDGs）など持続可能な社会の構築に向けて、消費生活と環境を一層関連させて学習できるようにし、消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）の定義に基づく消費者市民社会の担い手として、自覚をもって責任ある行動ができるようにすることを意図している<sup>15)</sup>。このことから、「家庭基礎」では、2009年の学習指導要領よりも更に消費者教育の内容の充実、グローバル社会を想定した取り組みを視野入れた内容の検討が求められることとなった。例えば、2.内容とその取扱い「C持続可能な消費生活・環境（2）消費行動と意思決定」では、「ア. 消費者の権利と責任を自覚して行動できるよう消費生活の現状と課題、消費行動における意思決定や契約の重要性、消費者保護の仕組みについて理解するとともに、生活情報を適切に収集・整理できること。イ. 自立した消費者として、生活情報を活用し、適切な意思決定に基づいて行動することや責任ある消費について考察し、工夫すること。ウ. 内容のCの（中略）（2）のアについては、多様な契約やその義務と権利について取り上げるとともに、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを扱うこと<sup>16)</sup>」と記されており、契約に関する「公共」との協働性が大いに図られる部分である。他教科との連携に関わる表現については、「家庭基礎」のみでの表現はなく、「第3章 各科目にわたる指導計画の作成と内容の取扱い 1指導計画作成上の配慮事項」「（7）…高等学校公民科、数学科、理科及び保健体育科などとの関連を図り、家庭科の目標に即した調和のとれた指導が行われるよう留意すること<sup>17)</sup>」と記されており、公民科のみでの共通性を示す表現は見当たらない。しかしながら、消費者教育分野における特に「契約」に関する部分については、既に「現代社会」の教科書においても、「現代の消費者問題」として「悪質商法、消費者の権利、PL法やクーリング・オフ等、多くの用語が中学校家庭分野や高等学校家庭基礎、家庭総合とも共通している部分が多いことから、中学校から高等学校にかけて系統立てて内容を深め、基礎的知識から発展的内容までを繰り返し時間をかけて取り扱うことで、生徒への教育効果が大きいと期待できる。その一方、内容の重複によって逆に学びに向かう力の低下が懸念される。例えば、「悪質商法」などの用語については、中学校社会科

の公民的分野，中学校家庭分野，高等学校「公共」，高等学校「家庭基礎」又は「家庭総合」の全てにおいて触れられているため，指導の仕方によっては生徒を飽きさせてしまう危険性もある。中高での内容の棲み分けや公民科と家庭科との教科特性を教科間で共通理解した指導計画がより求められる。

### 3-4 文献での「公共」授業案例に協働し得る「家庭基礎」の可能性

2019年の学習指導要領を語るうえで，キー概念となるのは，「見方・考え方」である。今回の学習指導要領改訂では，教科の学習の意義が問われた。また，通教科的なコンピテンシー（資質・能力）の育成の重視が謳われた。その中で，各教科固有の学習について議論され，登場してきたのが「見方・考え方」であった<sup>18)</sup>。では，「公共」では，どのような見方・考え方が設定されたのか。

「幸福，正義，公正，人間の尊厳と平等，協働の利益と社会の安定性の確保，個人の尊重，民主主義，法の支配，自由・権利と責任・義務など<sup>19)</sup>」

「公共」で取り上げられる消費者教育に関する主な内容は，「多様な契約及び消費者の権利と責任」である。そこで，3つの文献から引用した授業案例を取りあげ，「家庭基礎」との協働性について検討する。

#### <授業モデルA>

橋本康弘による教材づくり及び授業モデル<sup>20)</sup>

「多様な契約及び消費者の権利と責任」：「契約」を通して消費者法の「公正」を考える

##### <単元目標>

- ・ 具体的な事例を通じて契約自由の原則とその例外について理解する。
- ・ 消費者法は「公正」という価値に基づいていることに気づく。
- ・ 契約は社会を支えている基盤であることに気づく。

##### <単元指導計画（全4時）>

|     |                                                                     |
|-----|---------------------------------------------------------------------|
| 第1時 | ディズニー映画『リトル・マーメイド』と「ヘブン裁判」を通して，契約自由の原則と契約の無効・取消原因を理解する。（契約の基本原則と例外） |
| 第2時 | 「期待値ゲーム」と「中古車売買ゲーム」を通して，情報の非対称性に対して消費者法によって公正に保っていることに気づく。（法制度）     |
| 第3時 | 「お菓子取引ゲーム」を通して，契約は社会を支えている基盤であることに気づく。（契約と社会との関係）                   |
| 第4時 | 契約書を作ることを通して，公正という法的な考え方を活用する。（法的な考え方の活用）                           |

#### <評価>

- ・ 契約自由の原則とその例外，契約は社会を支えている基盤であることを理解できているか（知識・技能）。
- ・ 「公正」に契約書を作成することができているか（思考力，判断力，表現力等）

上記授業モデルについて，家庭科との協働性を見出してみることとした。

第3時で取り扱う「お菓子取引ゲーム」では，市販の菓子を幾種類も用意し，消費者の欲しがる商品の取引は何かを実践を通じて学ぶ。その商品を欲しいと思う企業・消費者が多ければ，より多くの利益を得ることができる。契約をしていれば約束の日に商品が引き渡され，代金が支払われる。このゲームの実践後に，「家庭基礎」の授業では，取り扱ったお菓子の品質表示をみて食品安全の観点から健康への影響はないかを検討することができる。また，お菓子の中で手作りすることのできるものがあれば，調理することの栄養的価値とおいしさの付加価値を学ぶことができる。その際，使用されている原材料を書き出し，原価計算をすることで利益率を計算することもできる。しかし，昨今の忙しいライフスタイルの中で，手作りで調理することを選択するか，購入することを選択するかは，消費者の判断に委ねられている。家庭科では，消費者の視点でどのような商品選択を行うか，教員が示すこと以上に生徒同士が議論し合って，活発な意見を出していく授業を実施するのも魅力である。

さらに，第4時における契約書作成後に解約したい場合，「クーリング・オフ」の制度の理解と，家庭科で実際の「クーリング・オフ」をする場合の書面の書き方などを実践することもできる。このように，「家庭基礎」で，「公共」の授業と協働して実施していくことで，「契約」に対する売り手側と買い手側双方の法的理解だけでなく，買い手側である消費者としての契約前に商品情報を収集するだけでなく，選択する力を更に強固なものにすることができるであろう。

#### <授業モデルB>

野村美明らによる「交渉」を主眼においた授業モデル<sup>21)</sup>

「多様な契約及び消費者の権利と責任」：「契約」の「交渉」に関する実践的問題を考える

この授業モデルは，郊外にあるエレベーターのない十階建てのマンションAを取り上げ，各階五世帯計五十世帯のエレベーター設置の決議における管理組合の話し合いについての授業案である。

このケースで学ぶ交渉の考え方や技能における指針を，次の通り4つ示した。

1. 立場ではなく、利害に焦点を合わせる。
2. 双方にとって有利な選択肢を考え出す。
3. 客観的基準を強調する。
4. 約束(コミットメント)の仕方を工夫する。

<授業の目安：2時間>

(1) 授業の目標

- ・ 交渉で用いる技能や考え方をを用いて多角的に考察させ、自分の考えを他者に伝える。
- ・ 他者との交渉を通して契約の概念を理解させる。

(2) 授業の流れ

1. CASEについて個人で考える → 2. CASEで模擬交渉する → 3. 振り返り → 4. 前時の振り返り → 5. 契約を守らせるにはどうすればよいか

この授業モデルは、交渉によって学びを深める実践編として紹介された授業案である。そのため、単元指導計画等の具体化されたものではないが、マンション住民の一人という実際に起きがちな事例をあげ、グループ活動によって「交渉」を通じた契約の深さや消費者としての責任ある行動を実感できるものになっている。題材が住まいに関連した内容であるため、家庭基礎での住生活に関する基礎知識や、実際に修繕をしていく際の消費者としての連帯した契約を包含して交渉に取り組んでいくことができる。

住まいを選択することは、衣食住の中でも最も家計負担が大きい。そのため、「公共」で実際に実践的に当該授業モデルを行う前に、「家庭基礎」ではマンションを購入する際に見ておくべき項目や一軒家を購入する場合との比較(メリットとデメリット)、デメリットの中に「修繕積立金」の用語についても説明し、次の公民科の授業につなげる。こうすることで、マンションを購入後に起きうるケースを想定したうえで、当該授業実践を行うと、より生徒たちにとって学びの基礎から応用へと踏み込んだ学習を展開できるのではないかと期待できる。

<授業モデルC>

井田佐恵子による「プラスチックとSDGs」の授業題材：「大量に廃棄しているプラスチック包装のごみを生かす取り組み—プラスチックとSDGs—私と地球の今・未来—」<sup>22)</sup>

この授業題材は、2020年7月1日から導入されたレジ袋有料化に応じ、プラスチック製品に囲まれた生活を振り返りながら、2030年の持続可能な開発目標(SDGs)の達成に向け、生徒達の消費行動と市民としての行動の意識を高めるべく考案された「公共」での授業題材案である。「不要なプラスチック製品を使わないこと、自然分解可能な代替素材を研究し新産業を育成すること」など、消費者としての行動だけでなく、世界全体の環境が守られるよう開発

が進められている。このように、消費者教育を環境教育の中から見出していこうとする「公共」の授業案に、家庭科としての環境教育をつなげ、教科横断の学びを展開する授業はどうか。手塚は、「コロナ禍により家庭内で過ごす時間の増大と共に、家庭ごみの量も全国的に増大した。今後も「with コロナ」生活を、あるいはSDGsの取り組みを考えるうえでも環境学習は重要な課題の一つである<sup>23)</sup>」と述べ、高等学校家庭科教育における今後の環境学習の重要性を説いた。ここで述べる授業案は、高校卒業後、地域社会に住む一員としてリサイクル活動を行い、地球に負荷がかからない生活を送ろうと考えることは、当たり前のことのようにあるが、国によってその価値観が異なる。その一例としてインドネシアとベトナムでのごみ山積問題を取り上げ、SDGsの目標達成のために世界で起きている生活課題を考える必要があることを示した。また、石川県金沢市を事例として、リサイクル活動の実態を調査したところ、ごみ分別徹底の背景に地域コミュニティ力が大きく寄与していると同時にアパートなど集合住宅に住む独り暮らしの若い世代のごみの問題が課題となっていることが明らかになった。この授業案は、消費者教育の視点だけでなく、環境教育、グローバル社会の中で捉える異文化理解等、家庭科教育の中でも複数の分野を横断的に学ぶことができる内容になっている。しかしながら、内容の専門性としては井田の述べる視点と同様に「公共」と「家庭基礎」が教科横断的に学ぶことで、より深い学びを展開することのできる授業案ではないかと期待する。

このように、「公共」の授業における3つの授業モデルを取りあげながら、その授業案の学びを更に深める「家庭基礎」との共通性や協働性を見出せた。このことは、今後のそれぞれの授業展開を活動的にし得る教育効果が果たせるのではないかと期待したい。しかしながら、こうした教科横断型の授業案を実施するには、「公共」や「家庭基礎」それぞれの学びを主目的としつつ、実施時期や授業内容、評価方法も含めて両教科どうしが入念に事前の指導計画を打ち合わせておく必要がある。

## 4 おわりに

2009年告示の学習指導要領から、他教科・他科目との連携の重要性が示されてきたが、2019年の改訂から、カリキュラム・マネジメントの視点に立った教育課程の編成として、「教科等横断的な視点に立った資質・能力の育成」(第1章総則第2款2)が新たに加えられた。具体的には、「生徒に「生きる力」を育むことを目指して教育活動の充実を図るに当たっては、言語能力、情報活用能力、問題発見・解決能力等の学習の基盤となる資質・能力や、現代的な諸課題に対応して求められる資質・能力を教科等横断的に育

成することが重要である<sup>24)</sup>」ことが示された。高等学校で新設される地歴公民科の科目「公共」は、その前身となる「現代社会」から内容の特性に応じて、家庭科や情報科と連携する必要性が示されてきた。しかしながら、これまでの高校現場において、教員側では必要性を痛感しているながらも、実際に連携できている事例報告はわずかである。さらに言えば、各教科内において消費者教育分野の授業そのものも、「時間がない」ことを理由に十分な展開がなされていない実態もある。そのため、消費者教育分野は、「公共」及び「家庭基礎」はもちろんのこと、学校全体でも積極的な導入が必要ではないだろうか。

18歳成年で起こりうるさまざまな事象を未然に防ぎつつ、生徒がより実社会で責任と自覚ある行動ができるよ

う、学習内容の充実と共に教科横断的な学びを実践していくことが、より教育的効果が得られると期待し得る。そのためにも、学校全体でカリキュラム・マネジメントとして組み入れていくことや、関連教科の教員への研修、さらに言えば、教員養成段階で教科横断的な学びの授業を受けていくことの必要性があると考え。これは、今回取り上げた公民科と家庭科に限らず、さまざまな教科の組み合わせの授業を履修し、教科横断型の授業に慣れていくことが大切である。残念ながら、本研究では実際に授業案として完成されたものではない。しかしながら、今後「公共」が実施される際の授業材料の一つとして、2科目の協働性が見出せたことは、多様性のある指導案の一つとして、教育効果が果たせるのではないかと期待する。

## 引用文献

- (1) 原田智仁. p.30
- (2) 文部科学省. 公民編. 2009. p.22
- (3) 文部科学省. 公民編. 2019. p.158
- (4) 大本・鈴木. 2013.02. pp.81
- (5) 日本消費者教育学会. 2005.10. p.20
- (6) 太田正行. 2016. P.71-72
- (7) 西村隆男. 1999. pp.89-90
- (8) 日本消費者教育学会. 同掲. p.21
- (9) 大本・鈴木. 同掲. pp.76
- (10) 文部科学省. 公民編. 同掲. 2009. p.3
- (11) 文部科学省. 公民編. 同掲. 2019. p.50
- (12) 文部科学省. 公民編. 同掲. 2019. p.51
- (13) 文部科学省. 家庭編. 同掲. 2019. p.11
- (14) 文部科学省2015「H27年度使用高等学校用家庭科教科用図書需要数」によると、家庭基礎は76.6%。家庭総合22.7%であることから、家庭基礎履修割合が高いと言える。
- (15) 文部科学省. 家庭編. 同掲. 2019. p.38
- (16) 文部科学省. 家庭編. 同掲. 2019. p.39
- (17) 文部科学省. 家庭編. 同掲. 2019. p.86
- (18) 橋本康弘. 2018. p.14
- (19) 橋本康弘. 同掲. p.19
- (20) 橋本康弘. 同掲. p.90-95
- (21) 野村美明ら. 清水書院. 2018. p.100-105
- (22) 杉浦真理ら. 2020.4. p.138-141
- (23) 手塚貴子2020.12.
- (24) 文部科学省. 同掲. p.17

## 参考文献

- 大藪千穂「高等学校家庭科と公民科における消費者市民教育と主権者教育の連携」消費者教育 (39), 31-41. 2019
- 太田正行「男女必修時代の高等学校家庭科における消費者教育—公民科との関連—」経済教育 (35), 71-77, 2016-09.
- 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—家庭科及び社会科教員への質問紙調査をもとに」大阪大学紀要第5部門, 教科教育 61(2), 73-83, 2013-02.
- 西村公孝・梅津正美, 伊藤直之, 井上奈穂編著『社会科教育の未来—理論と実践—』東信堂. 2019.11
- 社会認識教育学会編『公民科教育』学術図書出版社. 2010.9
- 日本消費者教育学会編「消費生活思想の展開」税務経理協会 2005.10
- 橋本康弘. 『「公共」の授業を創る』明治図書. 2018.9
- 野村美明・江口勇治・小貫篤・齋藤宙治『話し合いでつくる中・高公民の授業—交渉で実現する深い学び』清水書院. 2018.6
- 杉浦真理・菅澤康雄・斎藤久編『未来の市民を育む「公共」の授業』大月書店. 2020.4
- 岩本論・谷村賢治編著『消費者市民社会の構築と消費者教育』晃洋書房2013.7
- 原田智仁編著『平成30年版学習指導要領改訂のポイント』明治図書. 2019.3
- 東京都高等学校公民科「倫理」「現代社会」研究会『新科目「公共」「公共の扉」をひらく授業事例集』清水書院. 2018.11
- 山本悦生『アウトプットする公民の授業—島根からの提案/展開・資料・板書』地歴社. 2020.3
- 文部科学省「高等学校学習指導要領解説公民編」2009.2 (平成26年1月 一部改訂)
- 文部科学省「高等学校学習指導要領 (平成30年告示) 解説公民編」2019.3
- 文部科学省「高等学校学習指導要領 (平成30年告示) 解説家庭編」2019.7
- 手塚貴子「グローバルな視点で地域課題をみつめる高校環境学習の一考察—石川県金沢市のごみリサイクル活動を事例の中心として—」日本家庭科教育学会2020年度大会) 研究要旨集. 2020.12
- 西村隆男『日本の消費者教育』有斐閣. 1999.