

情報を批判的に考え、意思決定する力を育成する家庭科学習指導の工夫 — 身近な事例から消費行動の選択肢を見いだし、判断し、評価する題材構成を通して —

尾道市立高西中学校 能島 彰子

研究の要約

本研究は、情報を批判的に考え、意思決定する力を育成する家庭科学習指導の工夫について考察したものである。文献研究を踏まえ本研究では、情報を批判的に考え、意思決定するとは、問題を解決するために必要な情報を集め、選択肢を見いだし、情報を見かけに惑わされず多面的に捉え、比較、検討することにより消費行動を決定し、目的に応じた意思決定ができたか評価することと定義した。この力を育成するために、はじめに身近な事例を用いて基礎的・基本的な知識の定着を図り、次に既習事項を踏まえ、意思決定プロセスを用いて消費行動を決定する学習を取り入れた題材を構成することが有効だと考えた。その結果、広告など商品に関わる情報を読み取る視点が増え、比較、検討して自分の消費行動を決定する力が高まった。このことから、本研究で提案する題材構成は、情報を批判的に考え、意思決定する力の育成に有効であることが分かった。

キーワード：批判的思考 身近な事例 題材構成 意思決定プロセス

I 研究の目的

中学校学習指導要領（平成20年）技術・家庭（家庭分野）「D（1）家庭生活と消費」の指導事項に、「イ 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。」¹⁾とある。これに関して、中学校学習指導要領解説技術・家庭編（平成20年）では、「生活に必要な物資・サービスの選択、購入に当たっては、本当に必要かどうかの判断が大切であることに気付くようにし、多くの情報の中から適切な情報を収集・整理し、物資・サービスの適切な選択ができるようにする。」²⁾と示されている。

平成22年度に、金融広報中央委員会が中学生を対象に行った「子どものくらしとお金に関する調査」では、「高いものを買うときには、どこの店が安いかわかったり、類似商品と価格や性能を比べたり、買った人の感想を聞いたりしている」に対する肯定的回答は59.8%であった⁽¹⁾。所属校第2学年（126人）を対象に同様の内容を聞いた結果、「どこが安いかわかったり、類似商品と価格や性能を比べたり、買った人の感想を聞く」59.3%、「買った人の感想を聞く」40.7%であった。また、衝動買い傾向が見られた59.5%のうち、約8割の生徒は、購入したものをすぐに使用しなくなったなどの失敗体験をしている。これらのことから、情報を十分吟味せずに選択、購

入したり、普段から本当に必要かどうかあまり考えずに購入したりする状況が伺える。

年々、販売方法や支払い方法が多様化していることから、消費者は正しい知識と責任をもって、自分の消費行動を決定しなければならない。つまり、欲しいという理由だけではなく、どのように購入し、どう活用するのかなども考えて、計画的に商品を選択、購入する習慣を身に付ける必要がある。そのため、契約や販売、支払い方法の種類と特徴など基本的な知識を理解した上で、商品に関わる情報を批判的に考え、吟味し、購入することが必要である。

そこで本研究では、次のように題材を構成する。まず消費行動に関する身近な失敗事例を取り上げ、その改善策を考えさせることを通して基礎的・基本的な知識の定着を図る。次に、その知識を基に、設定した商品の購入について意思決定を行う。意思決定を行う際には、商品に関する多様な情報を集め、整理することで行動の選択肢を見いだし、様々な視点からその選択肢について検討し、よりよい消費行動はどれかを判断し、その判断の適切さを評価する場面を設定する。

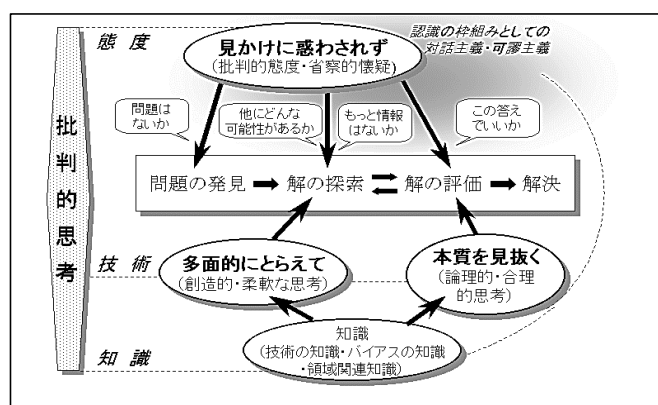
このような題材構成により、情報を批判的に考え、意思決定する力を育成する家庭科学習指導の工夫について提案することを目的とする。

Ⅱ 研究の基本的な考え方

1 情報を批判的に考え、意思決定する力について

(1) 情報を批判的に考えるとは

道田泰司(2000)は、批判的思考とは「見かけに惑わされず、多面的にとらえて、本質を見抜くこと」³⁾と述べ、問題解決の過程における批判的思考を、図1のように図式化している。また、批判的思考を、「態度」「技術」「知識」の三つの要素に分け、その特徴を次のように説明している。「態度」とは、見かけに惑わされず疑いをもつこと、「技術」とは、多面的に考え、本質を見抜くための思考方法、「知識」とは、技術をサポートするもの、つまり思考方法や思考するために必要な内容を知っているということである。これらの三要素の中で、「態度」が最も大事だとされている。批判的思考の「技術」と「知識」を習得しても、それらを使おうとする「態度」がなければ、批判的思考は始まらないからである。



花城梨枝子(2015)は、批判的思考とは、目的は何か、それはなぜなのか、先入観や偏見にとらわれていないかなど、さまざまな角度から自分自身の考えを明確にしていくことであると述べている。さらに、これを消費行動で捉え直し、価格だけに着目するような買い方ではなく、自分の消費行動がほかにどのような影響を与えるかなど選択した結果についても推理することが重要であると述べている⁽²⁾。このことから、与えられた情報だけでなく、自分自身の考えや結果についても批判的に考えることが必要だと分かる。

よって本研究では、情報を批判的に考えるとは、情報を見かけに惑わされず、多面的に捉えて、本質を見抜こうとすることと定義する。

(2) 意思決定するとは

J. G. ボニス・R. バニスター(1998)は、意思決定とは、選択肢の中から選択する行為であり、自由に選択するためには、複数の選択肢をもたなければならないと述べている。例として、手持ちの自転車が壊れているという状況を設定し、自転車旅行のための自転車をどのように調達するか考えさせることを挙げている。ほとんど情報を集めずに行った意思決定には満足は得られず、多くの選択肢を準備し、それぞれの長所、短所を整理して意思決定を行うことが最良の方法であると説明している⁽³⁾。

また、土橋由紀・志村結美(2014)は、意思決定能力を「問題を定め、自己の生活がよりよくなるよう、情報を集め、比較考慮し責任をもって行動をし、評価を行う力」⁴⁾と定義付け、高等学校家庭科における教材開発を行い、情報を集める力や客観的に判断する力などが高まったと報告している。

これらのことから、意思決定をするためには、複数の選択肢をもち、選ぶ際の判断基準をもつことや、判断に対して評価することが必要だと分かる。

よって本研究では、意思決定するとは、問題を解決するために選択肢を見だし、比較・検討によってどう行動するか決定し、目的に応じた意思決定ができたか評価することと定義する。

(3) 情報を批判的に考え、意思決定するとは

(1) (2) から、本研究では、情報を批判的に考え、意思決定するとは、問題を解決するために必要な情報を集め、選択肢を見だし、情報を見かけに惑わされず多面的に捉え、比較、検討することにより消費行動を決定し、目的に応じた意思決定ができたか評価することと定義する。

2 身近な事例から消費行動の選択肢を見だし、判断し、評価する題材構成について

(1) 情報を批判的に考え、意思決定する力を育成するために

ボニスら(1998)は、情報を踏まえた上で意思決定を行うことは、目標到達を助けたり満足を増やしたりするなど生活に多くの利点を与えることであり、意思決定する力は、訓練によって向上させることができる⁽⁴⁾と述べている。柴崎厚子(2010)は、中学校技術・家庭科において、意思決定プロセスを用いた商品選択の教材を開発し、生徒が自らの価値観に基づいて、主体的に意思決定する力の育成に成果があったことを報告している⁽⁴⁾。両者の意思決定プロセスを、表1に示す。

表 1 先行研究による意思決定プロセス

J・G・ボニスら	①目標を定め、問題を明確にする ②情報を集める ③選択肢を考える ④結論を検討する ⑤意思決定し、行動する ⑥意思決定を評価する
柴崎	①目的の把握 ②情報収集 ③判断基準に基づいた比較・検討 ④選択 ⑤決定 ⑥評価

荒井紀子(2012)は、「将来の生活設計に向け、今何をしたらよいか」のような問題を学習題材として取り上げ、生徒に考えさせようとする場合は、批判的思考を用いて解決策を考える力、すなわち批判的リテラシーが必要である⁽⁵⁾と述べ、問題解決学習の中で、生徒が解決を目指して探求する段階を、図2のように示している。

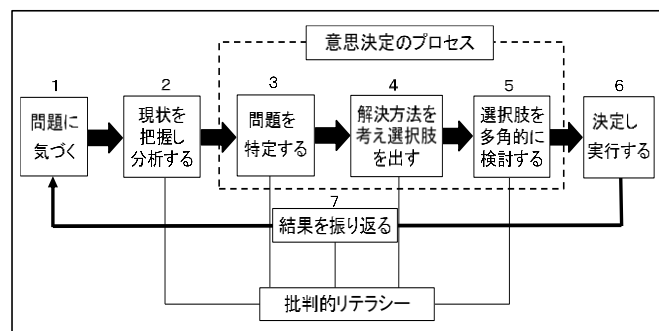


図 2 批判科学に基づく問題解決のステップ

中間美砂子・多々納道子(2011)は、中学校家庭科の消費者教育において、生徒が契約に関する基本を理解し、商品情報を批判的に読み解いた上で適切な選択をするために、意思決定のプロセスを実践できる力を身に付けさせたいと述べている⁽⁶⁾。

授業で学んだことを生活での実践につなげるためには、欲しい商品を選択する際に商品情報を批判的に読み解いたり、自分が選択した行動を振り返ったりすることを繰り返し行うことが必要だといえる。このように、自分の考えを批判的に考えながら消費行動を決める技術を習得させるためには、意思決定プロセスが有効であると考えます。

これらを踏まえて、本研究では次の①から⑥の意思決定プロセスを用い、題材を構成することとした。

- ①目的を把握する ②情報を集める
 ③選択肢を考える ④選択肢を多面的に検討する
 ⑤消費行動を決定する ⑥意思決定を評価する

意思決定プロセスにおいて批判的に考える例として、次のようなことが考えられる。①目的を把握する過程では、その商品が本当に必要かどうかを考えさせ、②情報を集める過程や③選択肢を考える過程では、ほかにはないかと代替案を考えさせる。④選択肢を多面的に検討する過程では、情報を鵜呑みにするのではなく、本質を見抜くようにじっくり検討させ、それらを基に⑤の過程で消費行動を決定させる。⑥意思決定を評価する過程では、決定したことがよりよいものになっているか振り返らせる。図3に、本研究における意思決定プロセスを示す。

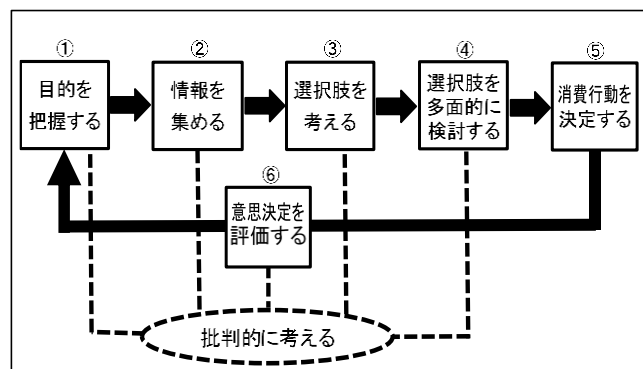


図 3 本研究における意思決定プロセス

(2) 身近な事例から消費行動の選択肢を見だし判断し、評価する題材構成について

消費生活に関わる授業実践から、次のような課題が報告されている。生徒の生活が多様化し、自分であまり買い物をしない生徒の中には、消費生活への関心が低い傾向が見受けられることや、指導する内容が社会科（公民的分野）と重複してしまうことである。そこで、生活経験の少ない生徒も状況を把握しやすく、興味をもって学習に取り組むことができるように、中学生が主人公となる消費行動に関わる事例を用いる。また、商品を購入する際の視点について、意思決定プロセスを用いた学習活動を通して考えさせる。その視点で商品をいかに購入するかについて考えることは、社会科で扱うことのない家庭科ならではの学習活動である。

このような考え方を基に、題材を二段階に構成する。第一次では、身近な事例を用いて批判的思考の三要素の一つである「知識」を身に付けさせ、第二次では、意思決定プロセスを用いて批判的思考に必要な「技術」と「態度」を習得させる。

意思決定プロセスを2回繰り返すこと、特に2回目は、生徒自身が設定した商品について情報を集め、検討する題材構成をすることで、生活への実践力へつなげていきたい。詳細を、表2に示す。

表2 題材構成（全7時間）

次	時	学習内容 ○学習活動	批判的 思考の 三要素
一	1	消費者としての自覚をもとう ○自分や家族の消費生活について振り返る。 事例①:本屋で返品できない ○契約のルールを理解する。	消費者として必要な知識
	2	販売方法や支払い方法の特徴を知ろう ○物資とサービスについて理解する。 事例②:通信販売で購入した商品がイメージと違う ○販売方法の種類と特徴、それぞれの利点と問題点を理解する。	
	3	事例③:前払い式通信販売によるトラブル 事例④:無料オンラインゲーム利用によるトラブル ○支払い方法の種類と特徴を理解する。 ○トラブルを解決するための方法を考える。	
二	4	○商品を適切に選択,購入,活用しよう 意思決定プロセス(1回目) 課題:キャリーバッグを入手する	多面的に情報を捉える技術 批判的に考えようとする態度
	5	○意思決定プロセスに沿って、キャリーバッグについて情報を整理し、判断し、自分の消費行動を決定する。	
	6	意思決定プロセス(2回目) 課題:自分の欲しい商品を手に入る	
	7	○自分の欲しい商品について、必要な情報を収集し、選択肢を見だし、判断し、よりよい消費行動を決定し、評価する。	

ア 身近な事例を用いた学習活動

第一次では、消費者としての基礎的・基本的な知識の定着を図る。知識不足によって起こった消費行動の失敗事例を用いて、授業の始めに「なぜ失敗したのか」という問いを投げかける。授業の終末には、学習内容を踏まえて問いの答えを自分の言葉でまとめさせる。事例のような失敗をしないために、自分がどのような消費行動を選択すればよいか考えさせることにより、基礎的・基本的な知識の定着が図られると考える。

イ 意思決定プロセスを繰り返す授業展開

第二次では、前頁図3に示す意思決定プロセスを用いて、商品の選択、購入について意思決定を行わせる。第4時、第5時では、キャリーバッグに関する情報を与え、意思決定プロセスに基づいて、自分がよりよいと思う消費行動について考えさせることを課題とする。第6時、第7時は、入手したい商品を生徒自身に設定させ、必要な情報を収集させる。それらの情報を比較、検討させ、適切な消費行動を

決定させる。そして、目的に応じた意思決定ができたかどうか評価を行わせる。このように、生徒が意思決定プロセスを用いる学習活動を、繰り返し取り入れることで、多面的に情報を捉える「技術」を習得させ、情報を鵜呑みにするのではなく、批判的に考えようとする「態度」を育成するものとする。

このような題材を構成することにより、情報を批判的に考え、意思決定する力の育成が図られるものとする。

Ⅲ 研究の仮説及び検証の視点と方法

1 研究の仮説

はじめに身近な事例を用いてよりよい消費行動について考えさせ、次に商品購入について生徒自身が選択肢を見だし、判断し、目的に応じた意思決定ができたか評価する活動を取り入れた題材構成になれば、情報を批判的に考え、意思決定する力が高まるであろう。

2 検証の視点と方法

検証の視点と方法について、表3に示す。

表3 検証の視点と方法

検証の視点	方法
情報を批判的に考え、意思決定する力を高めることができたか。	プレテスト・ポストテスト ワークシート
身近な事例から消費行動の選択肢を見だし、判断し、評価する題材構成は有効であったか。	

Ⅳ 研究授業について

- 期 間 平成27年12月15日～平成28年1月14日
- 対 象 所属校第2学年（4学級126人）
- 題材名 家庭生活と消費
- 目 標
販売方法の特徴について知り、生活に必要な商品の適切な選択、購入及び活用ができる。

Ⅴ 研究授業の分析と考察

1 情報を批判的に考え、意思決定する力を高めることについて

(1) プレテスト、ポストテストの結果から

プレテスト、ポストテストは、「中学2年生の男子が高校生になっても使用する目的で商品購入（プ

レテストは自転車，ポストテストは腕時計）について考える。」という課題を設定し，表4に示すAからCの広告を情報として提示した。テストの手順は次のとおりである。

- 1 AからCの広告の情報の中から，着目したものに線を引く。
- 2 AからCのいずれかを選ぶ，またはAからCのどれも選ばず他店の情報を集めて再検討をすることも含めた選択肢を設定し，消費行動を決定する。
- 3 自分がよりよいと判断した消費行動について，根拠を明らかにしてその理由を記述する。

表4 広告AからCの販売方法及び商品の状態

広告	販売方法	商品の状態
A	店舗販売	新品
B	無店舗販売	新品
C	無店舗販売	中古品

手順1で，生徒たちがどの情報に線を引いたのかを見取るために，広告に書かれている情報を，表5に示す①から④の視点に分類し，どういう視点に着目したかを分析した。結果を図4から図7に示す。

表5 四つの視点による商品情報の分類

視点	情報の内容
①代金	価格，送料，消費税など
②保証	取扱説明書，アフターサービス，返品・交換についてなど
③販売方法	販売方法の特徴，代金の支払い方法など
④信用性	二重価格表示，商品の特徵や効果などの説明，使用者の感想，マークなど

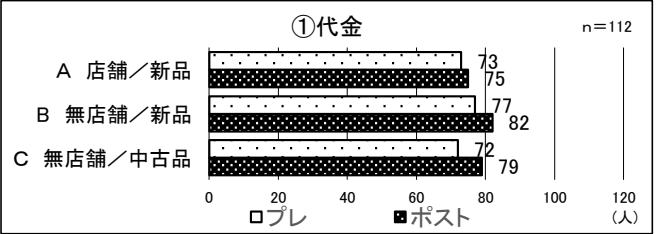


図4 どの視点に着目したか（①代金の視点）

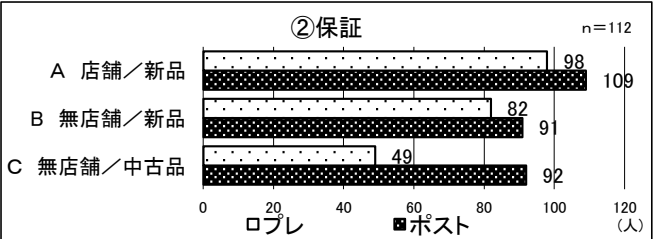


図5 どの視点に着目したか（②保証の視点）

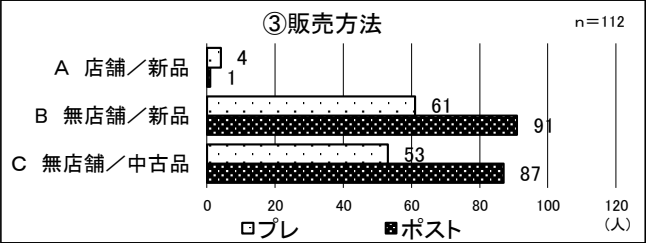


図6 どの視点に着目したか（③販売方法の視点）

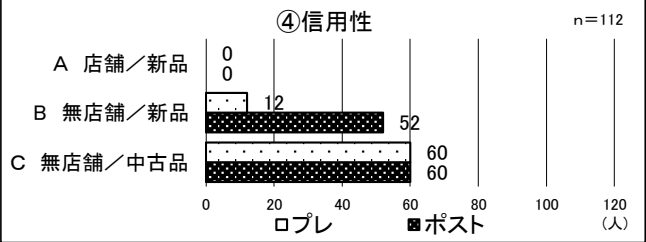


図7 どの視点に着目したか（④信用性の視点）

大きな変容は，次のとおりである。ポストテストにおいて②保証の視点では，Cの広告で43人，③販売方法の視点では，Bの広告で30人，Cの広告で34人，④信用性の視点では，Bの広告で40人増えていた。特に，③販売方法では前払いという部分に，④信用性では，二重価格表示や「〇〇ランキング第1位」などの曖昧な情報に線を引いており，消費行動の決定に際し，じっくり考えてほしい情報に着目していた。着目した視点が増えた例として，生徒aのプレテストとポストテストを示す。

プレテスト

通常価格 25,400 円

価格・・・14,700円 (税込) 送料無料

【発送の目安】3日～1週間

- 商品到着後，ペダル，ハンドルの組み立てが必要となります。
- メーカーより直送につき，お支払いは【前払い】のみの対応となります。
- 商品の返品はできません。
- 当社におきまして防犯登録は行っておりません。
- 防犯登録をご希望の方は，最寄りの警察で「防犯登録協会」か，もしくは防犯登録をしてくれる 自転車販売店をおたずねください。
- 当社におきましてアフターサービスは行いません。

ポストテスト

高校生人気ランキング第1位

通常価格 25,500 円

価格・・・12,500円 (税込) 全国どこでも送料無料で

●メーカーより直送により，お支払いは【前払い】のみの対応となります。

●入金を確認しだい，商品の発送をいたします。(発送後，3日以内に到着予定)

●こちらの商品は返品・交換・キャンセルはお受けできません。

●商品画像に関しては，実物と多少色あいなど異なる場合がございます。

●電池は，製造時のものであり，新品ではありません。保証期間内であっても電池切れは保証対象外になります。また，電池交換も保証の対象外となります。

●輸入品につき日本語の説明書が付属されていない場合があります。

●当社におきましてアフターサービスは行いません。

生徒aの変容（Bの広告について）

ポストテスト	前払いは、入金を確認してからだから、サギが心配。二重価格、大げさなキャッチコピーがあるから不安。少しくらい高くても、アフターサービスが充実しているものを買うのがよいと思う。
--------	--

生徒 a の消費行動（A の広告から購入）を決定した根拠

次に、消費行動を決定した根拠に関する記述内容を、前頁表 5 の四つの視点で分析し、視点の数を比較した。結果を表 6 に示す。

表 6 視点の数の比較

プレ ポスト	四つ	三つ	二つ	一つ	無解答	計(人)
四つ	0	0	0	0	0	0
三つ	2	8	3	0	0	13
二つ	4	21	31	7	0	63
一つ	2	7	17	8	0	34
無解答	0	0	1	1	0	2
計(人)	8	36	52	16	0	112

根拠として挙げた視点の数が増えた生徒は、55 人であった。また、四つの視点を根拠として挙げた生徒は、0 人から 8 人になり、無解答の生徒は、2 人から 0 人になった。

次に、生徒 b の記述内容から変容を見る。

プレテスト
直接見方から買、た方が自分には合っていて買ててくれると思、なからで、それ179-11-71(あきら)
ポストテスト
B は 25500円分(2500円に、て、少し値下げしすぎたように感じ、返品などではまず「実物と多少異なる場合がある」と書いていて、思う方が購入できないように感じ、なから④ C は、高校まで使っていたということで、これからいって思、なから⑤ A は、一番よいものを買った方がよいと思ったから。(保証あり)

生徒 b の変容（下線は稿者が加筆）

生徒 b は、プレテストでは、生活経験から商品を直接見て買う方が安心できると考えたことと、広告内の「アフターサービス」という情報から消費行動を決定していた。ポストテストでは、次のような変容が見られる。価格が下がっている情報から、下線部⑦のように値下げしすぎではないかと疑問を抱いている。また、「実物と多少異なる場合がある」という情報から、下線部④のように購入した際の問題点は何かなんかということを考えて消費行動を決定することができている。さらに下線部⑦の記述から、「高校生になっても使用する目的で商品購入について考える」という課題を解決するために、よりよい消費

行動は何かについても考えることができたと分かる。このことより、情報を鵜呑みにするのではなく、情報について問題はないか、どんな可能性があるかなど批判的に考えることができるようになったといえる。

一方、表 6 に示した結果から、根拠として挙げた視点の数が減った生徒が 10 人いることが分かった。このうち 7 人は、複数の視点に着目して広告の情報を見ており、情報を多面的に捉えて判断することができていると考える。例えば、次に示す生徒 c は、プレテストでは、C の広告の中で「中古品販売」という言葉のみに線を引いており、商品に関する情報には注目していない。しかし、ポストテストでは、様々な情報に着目して詳細を読み取ろうとしていることが分かる。

プレテスト	インターネットの中古品販売のページの広告 価格・・・9,800円(税込) 状態：★★★★ 良い 投稿者：三原市 購入価格：19,800円 必要なくなったので、売ることになりました。配送はできませんので、三原市まで取りに来ていただける方にお売りします。なお、防犯登録、修理等は、お近くの自転車販売店にお願いします。
ポストテスト	価格・・・8,800円(税込) 状態：★★★★ 良い (中古品につき、使用感あり) ●お支払いは【前払い】のみの対応となります。 ●入金を確認しだい、商品の発送をいたします。(発送後、3日以内に到着予定) ●こちらの商品は返品・交換・キャンセルはお受けできません。 ●説明書は付属されておりません。 ●当社におきましてアフターサービスは行いません。

生徒 c の変容（C の広告について）

よって、多くの視点で情報を見て判断することができるようになったことや情報を鵜呑みにするのではなく、その情報について問題はないかなどを考えるようになったことから、見かけに惑わされず情報を多面的に捉え、比較、検討する力が高まったと考える。

(2) よりよい消費行動を決定する授業から

第 6 時、第 7 時では、生徒自身が欲しい商品を設定し、情報収集や選択肢の設定も行い、適切な消費行動について意思決定する学習活動を取り入れた。生徒が設定した商品は、電化製品（音楽機器、テレビなど）、スポーツ用品、通信機器、家具、自転車などであった。

商品の入手方法については、店舗と通信販売での購入を想定した生徒が最も多く、中には必要な時にレンタルする方法や知り合いから譲ってもらうとい

う方法を考えた生徒もいた。各自が考えた入手方法について、情報を比較、検討させ、「買わない」や「ほかの方法を考える」などの選択肢も含め、根拠を明らかにして自分の消費行動を決定させた。記述内容を分析すると、①価格、②品質、③保証、④販売方法、⑤信用性、⑥その他の六つの視点が見られた。消費行動を決定した、根拠の記述に含まれていた視点を整理したものを図8に示す。

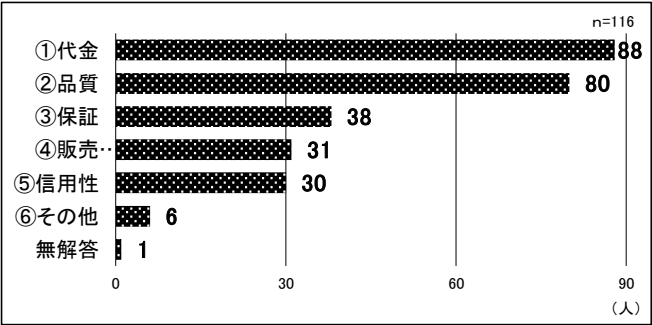


図8 消費行動の根拠として挙げた視点

最も多く見られたのは、①代金と②品質の視点の両方を含んだ記述であり、67人が根拠として挙げていた。このうち、①代金、②品質の二つの視点だけを挙げたのは17人、二つの視点に加えて③保証の視点を挙げたのが20人、⑤信頼性を挙げたのが12人、④販売方法を挙げたのが9人であった。さらに四つ以上の視点を根拠に挙げた生徒は9人おり、価格だけでなく機能の優れた商品を選んだり、安心して入手できる方法を選んだりする様子が伺えた。また、四つ以上の視点を根拠に挙げた生徒の中には、新たな視点として、環境への影響を考える生徒もいた。生徒d、eの記述を、表7に示す。

表7 生徒d、eが選んだ消費行動について

	生徒d	生徒e
商品	腕時計	ステレオコンポ
消費行動	もう少しいろいろ選択肢を増やして考え直す。	販売店で買う。
根拠	今回は、集めた情報が少なく、これが欲しいと思えるものがなかった。全部同じ会社のものなので、品質などほとんど同じだったけど、デザインが違っている。デザイン面で見たら、〇〇がいいけど、ほかのも見て、後悔がないようにしたい。今は、自分が持っている時計を使おうと考えた。	BluetoothやCD、スライド式電動ドアなどたくさん機能が付いていた。また、質量が小さく、本体の大きさもよかった。ラジオやUSBメモリーも付いていて、私だけでなく家族も使える。予算内におさまっている。

意思決定した内容をペアワークで発表させ、相互評価を行った。友だちの考えを知ることにより、新たな自分の視点が増えた生徒もいた。例として、生

徒eの意思決定について評価した生徒の記述内容を示す。

それぞれの商品の長所と短所をしっかりとらえてから考えていると思った。家族への気づかいもよかった。

生徒eの意思決定に対する友だちの評価

以上のことから、問題を解決するために必要な情報を集め、選択肢を見だし、情報を見かけに惑わされず多面的に捉え、比較、検討することにより消費行動を決定する力は育成されたと考える。

2 身近な事例から消費行動の選択肢を見だし、判断し、評価する題材構成について

(1) 生徒の変容から

表8に、生徒fのワークシートの記述（第5時、第7時）と、題材のまとめの記述を示す。

表8 生徒fの記述内容（ワークシート）

第5時	B（通信販売）の広告にジャドママークがあることに気付かなかったので、隅々までしっかり目を通さないといけないと思った。今まで比較することはあまりなかったので、売り文句だけで決めてはいけないと思った。
第7時	△△店公式通販サイトで購入する。 理由は、税別で予算を下回っており、録画対応していたため。また、ネット通販だが、△△店の公式サイトなので信頼できるから。
題材のまとめ	広告を見るときは、小さな文字が書かれていないか確認し、ネット通販の場合は、信用できるかをレビューなどで判断しようと思う。

第5時では、高校生になっても使うことのできるキャリーバッグを入手する方法を、意思決定プロセスを用いて決定させ、目的に応じた意思決定ができたかどうか自己評価をさせた。生徒fは、第5時の自己評価で、ジャドママークに着目していなかったことを挙げている。ジャドママークについては、第2時に学習しており、名称や意味は理解していたが、実際に通信販売の広告を見ることで、着目することの必要性に気付いていることが分かる。さらに、「売り文句だけで決めてはいけない」という記述から、情報を鵜呑みにしてはいけないという信用性の視点をもつことができ、それが第7時に行った意思決定の学習に生かされている記述が見られる。また、まとめの記述には、第5時、第7時で行った学習内容を生活に生かそうとしている内容が見られる。基礎的・基本的な知識を基に、商品購入について消費行動を決定、評価し、その評価を次の意思決定に生かすことができたと考えられる。

(2) ワークシートの記述内容から

題材の学習のまとめとして、今後、消費者として生活に生かそうと思うことは何かを文章で記述させた。その記述内容をキーワードで分類し、どのような内容が多いか分析した。その結果を図9に示す。最も多かったキーワードは、「比較、検討する」であった。これは、商品情報を鵜呑みにするのではなく、多くの視点に着目し、長所、短所を考えた上で消費行動を決定したいという態度を育むことができたからだと考えられる。また、「ニーズ、ウォンツを考える」「必要な情報を集める」というキーワードを挙げた生徒もいた。つまり、購入する前に、本当に必要かどうか考え、目的をしっかりと把握し、商品に関する情報を自ら集め、比較、検討するという、意思決定プロセスを使って意思決定しようとする態度が身に付いたと考えられる。さらに、環境面に配慮し、消費行動を決定していきたいという新たな視点をもつことができた生徒もいた。

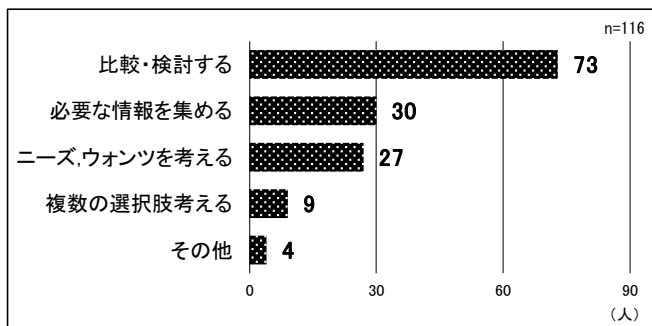


図9 自由記述のキーワード

(1)(2)のことから、第一次での学習が第二次の学習活動につながり、意思決定プロセスを用いた授業を2回行うことで、生活の中でも多くの視点から比較、検討して消費行動を考えていこうとする態度を養うことができたと考えられる。

よって、身近な事例から消費行動を見だし、判断し、目的に応じた意思決定ができたか評価する題材構成は、情報を批判的に考え、意思決定する力の育成に有効であったといえる。

VI 研究のまとめ

1 研究の成果

意思決定プロセスを用いて、商品の選択、購入について考える学習活動を繰り返し行うことにより、商品に関わる情報を読み取る視点が増え、比較、検討して自分の消費行動を決定する力を高めることが

できた。また、身近な事例を用いて基礎的・基本的な知識の定着を図り、その知識を踏まえ、消費行動を決定する学習活動を取り入れた題材構成は、情報を批判的に考え、意思決定する力を育成することに有効であることが分かった。

2 研究の課題

ポストテストにおいて、誇張ととれる表現や曖昧な情報を載せた広告を提示したところ、8人の生徒にそれらを鵜呑みにしたような記述が見られた。今後は、家庭生活と消費の学習だけでなく、食生活や衣生活の学習にも意思決定プロセスを組み込み、情報を批判的に考える学習活動を繰り返し行うなど題材の再構成を行っていきたいと考える。

【注】

- (1) 金融広報中央委員会（平成22年）：『子どものくらしとお金に関する調査（第2回）平成22年度』<https://www.shiruporuto.jp/finance/chosa/kodomo2010/>を参照されたい。
- (2) 花城梨枝子（2015）：「消費者市民の経済リテラシー」楠見孝・道田泰司編『ワードマップ 批判的思考 21世紀を生きぬくリテラシーの基盤』新曜社p. 230に詳しい。
- (3) J. G. ボニス・R. パニスター（1998）：『賢い消費者—アメリカの消費者教育の教科書—』家政教育社pp. 10-15に詳しい。
- (4) 柴崎厚子（2010）：『中学校技術・家庭科における消費者教育の授業づくり』神奈川県立総合教育センター <http://www.edu-ctr.pref.kanagawa.jp/kankoubutu/download/chouken08/pdf/09.pdf>に詳しい。
- (5) 荒井紀子（2012）：『パワーアップ！家庭科 学び、つながり、発信する』大修館書店pp. 18-19に詳しい。
- (6) 中間美砂子・多々納道子（2011）：『中学校・高等学校家庭科指導法』建帛社pp. 193-194に詳しい。

【引用文献】

- 1) 文部科学省（平成20年）：『中学校学習指導要領』東山書房 p. 102
- 2) 文部科学省（平成20年）：『中学校学習指導要領解説技術・家庭編』教育図書 p. 68
- 3) 道田泰司（2000）：「批判的思考研究からメディアリテラシーへの提言」『コンピュータ&エデュケーション』vol. 9 CIEC p. 54
- 4) 土橋由紀・志村結美（2014）：「家庭科教育における意思決定能力と批判的思考力に関する教材開発」『山梨大学教育人間科学部附属教育実践総合センター研究紀要』No. 19 p. 82