

# 社会科学学習指導案

日時 平成15年11月6日(木)  
学級 3年4組  
(男子19名、女子21名、計40名)  
指導者 盛岡市立見前中学校  
岸田 健治

## 1. 単元名 「わたしたちの生活と経済」

## 2. 単元について

### ○単元の系統性について

学習指導要領では、公民的分野の目標の一つとして、「国民の生活の向上と経済活動とのかかわり及び現代の社会生活などについて、個人と社会とのかかわりを中心に理解を深める」を設定しており、内容の取扱いにおいて、「日常の社会生活と関連付けながら具体的事例を通して政治や経済などについての見方や考え方の基礎が養えるようにする」ように求めている。

本単元は、第4章「わたしたちの暮らしと経済」の第1節にあたる。経済とは、簡単に言えば生産活動と消費活動を中心とした人間の活動のことであるが、本章では、現在の経済がどのような仕組みで成り立ち、私達の生活と結びついているのかを、主に「身近な経済活動」(第1節)「資本主義経済の基本的システム」(第2節)「政府(地方公共団体を含む)の経済活動」(第3節)の三つの視点から学習していく。本単元では、最も身近な経済活動として、勤労により収入(お金)を得、得た収入(お金)を使って商品(サービスを含む)を購入する、家庭を中心とした経済活動(家計)を中心に上げ、私達の生活に直結した経済のしくみを学んでいく。これは、毎日の生活の中で行われている活動なので中学生にとってもイメージしやすく、経済を身近に感じ、かつ、学習指導要領の趣旨を生かしながら、経済の基本を学習していける良い教材になるものと考えられる。

### ○教材観

現代の社会は、経済活動が高度に発達した社会で、町にはたくさんの商品が並び、ある意味私達はあふれる商品の中で生活している現状にある。このような社会に生活する私達に求められている力は「賢い消費者」になるための力、すなわち自らの生活を支え、向上させるための消費活動を行う力である。特に、私達の経済活動の基本は家計にあるので、「賢い消費者」になるためには、この家計を有効的に運営していく力を育てていかなければならない。有効的な運営とは、家計の収入と支出のバランスをとること、消費活動をめぐるさまざまなトラブルに巻き込まれることなく、目的に応じた消費活動を行っていくことである。そのためにも、家計簿等を用い支出の内訳を分析したり、貯蓄の意味や意義について考えること、悪質商法等の消費者問題の現状を知ること、生徒達の適切な消費活動に対する意識を高めていく大切な学習であると考えられる。社会の現状を見ると、自己破産の問題や身近なところでは携帯電話の使用料の問題等、無計画な消費活動が家計を破たんさせた事例も増えている。この現状を踏まえながら、経済活動を行う最も基本的な力として、この部分を大切に扱っていきたい。

また、商品に囲まれた社会を生み出している大きな要因の一つに、企業の活動と流通システムの発達がある。企業には大きく公企業と私企業がある。日本は資本主義経済の仕組みのもとに経済活動が行われているので、大部分が私企業であり、中でも株式会社の仕組みを取っている企業が多い。株式会社とはより有効的な生産活動を行うために工夫されてきた企業の形態なのである。私達は、大部分が企業で働くことによって収入を得ている。それを考えると、企業の活動は私達にとって最も身近な生産活動といえ、前述した企業の仕組みや活動について学ぶことで、経済におけるもう一つの重要な活動である生産活動の一端を理解することができるものと考えられる。そして、この企業の生産活動と家計の消費活動を結びつけているものが商品の流通システムであり、それに携わる商業である。商品は、基本的に生産者-卸売り業者-小売店-消費者という流れで私達の手が届く。この流通のシステムがなければ、消費者は直接生産者から商品を購入しなければならず、私達は消費活動をこれほど活発に行うことはできない。その意味において、商業は私達の消費活動を支える重要な役割を果たしているのである。また、最近企業は新しい流通システムの開拓にも力を注いでおり、これが私達の消費活動に多様性を与えることにもなっている。

以上のように、本単元で学習する内容は私達の日常生活に密着したものであるため、生徒たちに経済を身近に感じさせながら学習を進めていくことができるものと考えられる。そして、この単元での学習をもとに、次単元以降のより大きな経済のシステムの学習に発展させていきたい。

## 3. 生徒の実態

本学級の生徒達の社会科学に対する興味・関心は比較的高く、普段から、テレビ・新聞等を活用し、さまざまな情報に積極的にふれたいこうとしている生徒も多い。しかし、一方では社会的事象に関心を持たず、授業での取り組みも消極的になってしまう生徒もいる。特に、公民の学習においてはその傾向が顕著に現れている。よく、生徒たちは、公民はよくわからないという。しかし、テストをしてみると歴史や地理に比べ、正答率が高くなっている。おそらく、学習した一つ一つの事項は理解してもそれらをを系統だてて理解していくことが難しいのであろう。現代社会は、人類がつくりあげた最先端のシステムのもとになりつつあるので、当然複雑な面が多々ある。したがって、できるだけポイントを整理し、日常生活と結びつけながら生徒につかませよう意識している。

発言についても比較的活発で、発問に対しさまざまなつぶやきがでてくる。ただ、そのつぶやきは直感的なもの、断片的なものが多く、発問に対する答えを、理論的に導き出し、発表できる生徒は少ない。したがって、普段の授業では、生徒たちからでてくる断片的なつぶやきを教師がつなぎ合わせながら、みんなで答えを導き出すような形で授業を行っている。これは、そのやりとりのなかで、生徒たちに学習課題について考えていく道筋に気づかせていきたいという意図からである。

#### 4. 単元の目標

- (1) 日常生活の中にある経済の諸活動に対する関心を高め、自らの生活と関連づけながら経済の基本的システムを理解していこうとする。 【関心・意欲・態度】
- (2) 私達の日常生活の中にある経済活動に気づき、その基本的システムを理解しながら自らの経済活動を見直していくことができる。 【思考・判断】
- (3) 日常生活の中にある諸事象を資料として活用し、そこにあるさまざまな情報を分析することで、課題解決につなげていくことができる。 【技能・表現】
- (4) 経済の基本的な活動である生産活動と消費活動、そして、商品の流通の基本的なシステムについて、私達が行っている日常生活の中にある諸事象と関連づけながら理解することができる。 【知識・理解】

#### 5. 指導計画（5時間）

- (1) ハンバーガーショップの経営者になってみよう! . . . 1時間
- (2) 消費と貯蓄 . . . 1時間
- (3) 消費者の権利と保護 . . . 1時間（本時）
- (4) 流通のしくみ . . . 1時間
- (5) 生産のしくみ . . . 1時間

#### 6. 本時の計画

##### (1) 本時の目標

- ① 生徒一人ひとりが本時の学習に興味・関心を示し、自分なりに思考しながら課題の追求に取り組んでいくことができる。 【関心・意欲・態度】
- ② 消費者をめぐるさまざまな問題に気づき、賢い消費者としてのあり方について考えることができる。 【思考・判断】
- ③ 課題解決に向けて、資料を教師が示す視点にしたがって分析していくこと、他の人の考えと自分の考えを比較・検討していくことができる。 【技能・表現】
- ④ 「消費者主権」の意味と現状、そして、「消費者主権」を回復していこうとする動きについて理解することができる。 【知識・理解】

##### (2) 指導の構想

本時は、消費活動における基本原理の一つである「消費者の主権」とそれを保護していくためのさまざまな動きや制度を、私達の日常生活の中で遭遇する可能性が高い「消費者問題」を通して理解させていこうと考え、構成したものである。

消費者問題は、私達の身近な生活の中で起きてくる可能性が高い問題であるが、この問題について十分に理解している生徒は少ない。そこで、まず、消費者問題と私達の日常生活を結びつけることで、この問題に対する生徒の興味・関心を高めていく必要がある。そのための資料として、普段何気なく目にしていく「広告」を取り上げ、生徒に分析させてみることにした。私達の身の回りにはあふれんばかりの広告があるが、広告とほどのような目的で作られ、その目的がどのような形で表現されているのか、それが私達消費者の心理にどのような影響を与えるのかを考えさせる。そうすれば、広告が決して消費者の立場に立ったものではなく、企業の利益優先で作られていることに気づくはずであり、そして、それが消費をめぐるさまざまなトラブルの一因になり得ることを推測できるはずである。更に、ややもするとその広告におどらされ、消費活動を行っている現状があること、すなわち、「消費者主権」と逆の現状があることにも気づかせ、消費者主権の考え方について触れていきたい。

また、広告を100%信じなくても、ついつい購入し不利益を被る時があることに着目させ、その時消費者にどのような心理が働いているのかを分析させることで、これが単純に企業側だけの問題ではないことを意識させる。その上で、悪質商法について紹介し、これらが消費者の「欲」、「不安」といった心理につけこんだものであることに気づかせ、消費者の側の問題点についても考えさせる。このような分析、思考を進めた上で、消費者問題に適切に対処していける賢い消費者になるためにはどのようなことに気をつけていけば良いのかを考えさせていけば、消費者主権について生徒達の理解を一層深めていけるものと思う。

最後に、本時のまとめにおいて、消費者運動や消費者の権利、消費者保護のための制度について触れ、消費者の利益を守り、不利益から救済する仕組みが整えられていることを理解させながら、国、企業、消費者それぞれの努力の必要性に気づかせていきたい。この部分は、この単元における基礎的・基本的事項の学習にあたる部分でもあるため、重要語句等をしっかりとつかませていきたい。

##### (3) 展開

別紙

##### (4) 評価の観点

- ① 生徒一人ひとりが本時の学習に興味・関心を示し、自分なりに思考しながら課題の追求に取り組んでいくことができたか。 【関心・意欲・態度】
- ② 消費者をめぐるさまざまな問題に気づき、賢い消費者としてのあり方について考えることができたか。 【思考・判断】
- ③ 課題解決にむけて、資料を教師が示す視点にしたがって分析していくこと、他の人の考えと自分の考えを比較・検討していくことができたか。 【技能・表現】
- ④ 「消費者主権」の意味と現状、そして、「消費者主権」を回復していこうとする動きについて理解することができたか。 【知識・理解】

(3) 展開案

	学習内容	学習活動	留意点等	評価
導入 5分	1. 消費者問題とは何か  2. 学習課題の設定	1. 資料から消費者問題の例を確認し、それが身近に起こり得るものであることに気づく。  2. 本時の学習課題を設定する。	◇「クレジットカードの落とし穴」「悪質商法」等の資料 ・品質、安全性、価格、契約等問題が多岐にわたることを意識させたい。  ・自分にもいつでも起こり得る問題であることを意識させながら課題へ導いていきたい。	◇課題に対する意識を高めることができたか。 (発言)
展開 35分	消費者問題はなぜ発生し、それにどのように対処していけばよいのか			
	3. 課題の追求 (1) 広告から消費者問題を考える	3. 資料をもとに課題を追求する (1) 身近な広告を分析し、問題がどのようにして、なぜ発生するのか推測してみる。  ・広告から気づくこと ・この広告の問題点は ・この広告から発生すると思われるトラブルは ・曜日毎の広告枚数から気づくこと ・この広告を見る消費者の心理は	◇スーパーの広告、ダイエット、開運商品等の広告  ○広告を分析する際、次の点に着目させる。 ・何曜日の広告が多いか。 ・どのような文字が強調されているか ・価格の数字に8や9が多いこと ・失敗例がほとんどのせられていないこと ・なぜやすくなっているのか説明がないこと ○消費者の心理分析の中で、消費者は100%広告を信じているわけではないことを意識させる。	◇広告を教師の示した視点に基づいて、自分なりに分析できたか。 (発言)
	(2) 悪質商法から消費者問題を考える	(2) 悪質商法のさまざまな例を確認し、その商法を成立させる企業と消費者の関係について考える。 ・どのような商法があるか ・消費者のどのような心理を利用しているか。	◇悪質商法の例の資料  ○悪質商法が消費者の心理をたくみに利用した商法であることに気づかせる。	
(3) 「賢い消費者」について考える。	(3) 消費者問題に的確に対処できる賢い消費者になるために、どのようなことに気をつけていくべきか考える。 ・広告等をしっかり分析する目を養う。 ・契約の内容をよく理解する。 ・断る時はしっかり断る。 ・自分でしっかりと判断し、計画的な消費を行う。等	○「消費者主権」の考え方を紹介し、現状がややもするとそれと逆の状況になりやすい構造になっていることに気づかせる。 ○これからの生活で体験するかもしれない問題であることを意識させながら考えさせていく。	◇「賢い消費者」としての心構えがイメージできたか。 (発言・板書の整理状況)	
終結 10分	4. 本時のまとめ	4. 消費者運動、消費者の権利、消費者保護の制度について理解し、「賢い消費者」としてのありべき姿について考えを深める。	◇消費者の保護の資料 ◇クーリング・オフの資料 ◇PL法の資料  ○消費者問題は消費者個人にとどまる問題ではなく、救済制度の整備等、公的機関の努力も必要であることに気づかせる。 ○この単元の基礎的・基本的事項にあたる部分なので、重要語句等をしっかりとつかませるようにする。	◇消費者運動、消費者の権利、消費者保護の制度について確認できたか。 (板書の整理状況)