

## 高等学校の新学習指導要領解説書における「新聞」関連記述(抜粋)

この資料は、新学習指導要領（平成30年3月告示）解説（同年7月）から、「新聞」「報道」「論説」「ニュース」などの記述を抜き出したものです。「新聞」以外の語句については、新聞との関連性を勘案して抽出しています。

### 【家庭科（各学科に共通する教科）】

## 第2章 家庭科の各科目

### 第1節 家庭基礎

#### 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

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。

#### 内容の範囲や程度

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。

ここでは，近年の消費者問題や消費者の権利と責任について理解し，自立した消費者として適切な意思決定に基づいて行動できるようにすることをねらいとしている。

#### ア（前掲）

消費者の権利と責任については，消費者基本法などを取り上げ，その概要や趣旨を理解し，消費行動を通して生産者や事業者，行政などに消費者としての意見を表明するなど適切な意思決定に基づいて行動するとともに，環境や社会への影響などを考えて行動する責任があること，消費者の権利と責任は表裏一体であり，権利の行使には責任の遂行が伴うことなどについて理解できるようにする。

その上で，一人一人が権利の主体としての意識をもち，自ら進んでその消費生活に必要な情報を収集し，適切な意思決定による消費行動によって意見を表明することなどが消費者の責任であり，権利を行使することにつながることを理解できるようにする。

消費生活の現状と課題については，グローバル化，情報化などの社会変化や，それに伴う販売や流通の多様化，消費者と事業者の情報量の格差など，消費者問題発生の社会的背景について理解できるようにする。その際，消費者被害の未然防止につながるよう，悪質商法や多重債務，インターネットを通じた消費者被害など近年の消費者被害の状況にも触れる。

消費行動における意思決定については、消費者が財・サービスを購入する際の意思決定を行う過程として、例えば、問題の自覚、情報収集、解決策の比較検討、決定、評価などを取り上げ、消費行動における意思決定の重要性について具体的事例を通して理解できるようにする。(略)

生活情報を適切に収集・整理できることについては、財・サービスに関する正確な情報を入手するために、生活情報として行政からの情報、企業からの**広告**、商品やサービスの表示、インターネット情報などを取り上げ、適切に収集・整理ができるようにする。

## イ (前掲)

自立した消費者としての適切な意思決定に基づく消費行動や、消費生活が環境や社会に及ぼす影響について考察し、持続可能な社会の構築に向けて、身近な消費生活をよりよくしようと工夫することができるようにする。

責任ある消費については、消費生活が環境や社会に及ぼす影響について考えることができるようにするとともに、持続可能な社会の構築に向けて身近な消費生活をよりよくするために、安易に個人的利益や利便性だけを追い求めるだけでなく、環境や社会への影響を意識した責任ある消費について考察し、実際に自己の生活に工夫できるようにする。

指導に当たっては、例えば、売買契約の他にも雇用契約、消費者貸借契約、賃貸契約等について扱いながら、義務と権利について考えることができるようにすることや、インターネットを介した通信販売、マルチ商法・デート商法などの具体的な事例を取り上げ、多様な販売方法・商法について理解できるようにするとともに、消費者信用による多重債務問題などの代表的な消費者問題を取り上げ、その背景や問題点について扱う。また、契約や消費者信用、多重債務問題など現代社会における課題を中心に取り上げ、生徒の生活体験などを踏まえて問題を見いだすことができるよう工夫する。その際、情報機器を活用したり、**広告**やパンフレットなどで関連する情報を集めたりする活動や、それらを多面的・多角的に比較検討した意見交換などを通して、事業者側からの情報を過信することなく批判的思考に裏付けられた意思決定ができるようにする。問題解決的な学習を通して消費者問題が生じる背景や守られるべき消費者の権利について理解できるようにする。消費行動は、家族・保育・福祉や衣食住全てに関わるものであることを意識して、題材を工夫することが望ましい。

## 第2節 家庭総合

### 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

ア 次のような知識及び技能を身に付けること。

(ア) 消費生活の現状と課題, 消費行動における意思決定や責任ある消費の重要性について理解を深めるとともに, 生活情報の収集・整理が適切にできること。

(イ) 消費者の権利と責任を自覚して行動できるよう, 消費者問題や消費者の自立と支援などについて理解するとともに, 契約の重要性や消費者保護の仕組みについて理解を深めること。

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できるよう考察し, 責任ある消費について工夫すること。

#### 内容を取扱うに当たっての配慮事項

オ 内容のCの指導に当たっては, (中略) (2)については, 消費生活に関する演習を取り入れるなど, 理解を深めることができるよう努めること。

#### 内容の範囲や程度

ウ 内容のCの(中略) (2)のAの(イ)については, 多様な契約やその義務と権利を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。

ここでは, 近年の消費者問題や消費者の権利と責任について理解し, 自立した消費者として適切な意思決定に基づいて行動できるようにすることをねらいとしている。

#### ア(ア) (略)

消費生活の現状と課題については, グローバル化, 情報化などの社会変化や, それに伴う販売や流通の多様化, 消費者と事業者の情報量の格差など, 消費者問題発生の社会的背景について理解できるようにする。その際, 消費者被害の未然防止につながるよう, 悪質商法や多重債務, インターネットを通じた消費者被害など近年の消費者被害の状況にも触れる。

消費行動における意思決定については, 消費者が財・サービスを購入する際の意思決定を行う過程について具体的な事例を通して考え, その重要性について理解できるようにする。意思決定は, 問題の自覚, 情報収集, 解決策の比較検討, 決定, 評価などの過程があることを理解し, 金銭, 時間, エネルギーなどの資源の適切な活用とともに, 社会的影響力をも意識したよりよい社会の構築を目指した意思決定の重要性についても理解できるようにする。(略)

生活情報を適切に収集・整理できることについては, 財・サービスに関する正確な情報を入手するために, 生活情報として行政からの情報, 企業からの**広告**, 商品やサービスの表示, インターネット情報などを取り上げ, 適切に収集・整理できるようにする。特に, 財・サービスを購入するに際し, 質, 価格などとともに, 安全性, 機能性, 耐久性, 操作性や環境, 社会的公平性などに関する項目などを比較検討し, 批判的思考に基づいて主体的に意思決定できるようにする。(略)

#### イ (略)

自立した消費者としての適切な意思決定に基づく行動や責任ある消費行動とはどういうことかについて考察した上で, 生活情報を適切に活用して実生活において工夫すること

ができるようにする。

責任ある消費については、消費生活が環境や社会に及ぼす影響について考えることができるようにするとともに、持続可能な社会の構築に向けて身近な消費生活をよりよくするために、安易に個人的利益や利便性だけを追い求めるだけでなく、環境や社会への影響を意識した責任ある消費について考察し、実際に自己の生活に工夫できるようにする。その際、身近な事例を取り上げながら、権利と責任がどのように関わり、権利を行使しなかった場合や責任を果たさなかった場合にどのような影響があるのかについて、ロールプレイやケーススタディなどの演習を通して考察できるようにする。

指導に当たっては、例えば、売買契約の他にも雇用契約、消費者貸借契約、賃貸契約等について扱いながら、義務と権利について考えることができるようにすることや、インターネットを介した通信販売、マルチ商法・デート商法などの具体的な事例を取り上げ、多様な販売方法・商法について理解できるようにするとともに、消費者信用による多重債務問題などの代表的な消費者問題を取り上げ、その背景や問題点について扱う。

個人又はグループで適切な課題を設定し、実際に生じている消費者被害などについて、例えば消費者、生産者、販売者それぞれの立場から具体的な演習を行うなどして、よりよい消費生活について具体的な方策を検討することができるようにする。また、契約や消費者信用、多重債務問題など現代社会における課題を中心に取り上げ、生徒の生活体験などを踏まえて問題を見だし、課題を設定するようにする。その際、情報機器を活用して調べたり、**広告**や表示(マーク)、パンフレットなどで関連する情報を集めたりする活動や、それらを多面的・多角的に比較検討した意見交換などを通して、事業者側からの情報を過信することなく批判的思考に裏付けられた意思決定ができるようにする。問題解決的な学習を通して消費者問題が生じる背景や守られるべき消費者の権利について理解できるようにする。消費行動は、家族・保育・福祉や衣食住全てに関わるものであることを意識して、題材を工夫することが望ましい。

## 【家庭科（主として専門学科において開設される教科）】

### 第2章 家庭科の各科目

#### 第1節 生活産業基礎

##### 第2 内容とその取扱い

###### 2 内容

〔指導項目〕

(3) ライフスタイルの変化に対応した商品・サービスの提供

イ 商品・サービスの開発及び販売・提供

#### 内容の範囲や程度

ウ [指導項目] の(3)の(略)イについては、身近で具体的な事例を取り上げ、商品・サービスの企画、開発から生産、販売・提供に結び付けていく仕組みを扱うこと。(略)

### (3) ライフスタイルの変化に対応した商品・サービスの提供

#### イ (略)

新しい商品やサービスは、市場調査の結果などを基に製品開発の方針を決め、様々な企画を検討して試作を繰り返しながら製品化されていくことを、例えば、メニュー開発、幼児向けの玩具や高齢者向けの商品・サービスなど、身近な事例と関連付けて理解できるように指導する。(略)

さらに、消費者の購買意欲を高めるような店舗設計、ディスプレイ、**広告**などの販売促進について理解を深めることができるよう具体的な事例を通して指導する。(略)

## 第4節 消費生活

### 第2 内容とその取扱い

#### 2 内容

##### [指導項目]

### (3) 消費者と行政，企業

ア 消費者の自立支援と行政

イ 消費者と企業

#### 内容の範囲や程度

ウ [指導項目] の(3)のアについては、地方自治体の消費者政策も取り上げ、具体的な事例を通して各地域における独自の制度や実情を扱うこと。また、イについては、企業の消費者志向経営や社会的責任などについても扱うこと。

### (3) 消費者と行政，企業

ここでは、消費生活センターなど行政や企業の消費生活相談について具体的な事例を通して、消費者の視点に立った商品やサービスの情報の重要性を理解し、消費者として主体的に判断する上で必要な消費者と行政や企業との関わり及び連携の在り方などについて理解できるようにする。また、商品・サービスに関する情報として、行政からの情報、各種商品テスト、**広告**、表示、インターネット情報などを取り上げ、それぞれの情報の特徴や問題点などについて考え、適切に判断し、活用できるようにすることをねらいとしている。

このねらいを実現するため、次の①から③までの事項を身に付けることができるよう、[指導項目]を指導する。

① 消費者と行政や企業について、その関わり方や連携の在り方を理解し、関連する情報を

収集・整理すること。

- ② 消費者と行政，企業との関わりや連携の在り方について課題を発見し，その解決に向けて考察し，工夫すること。
- ③ 消費者と行政，企業について自ら学び，消費者の支援や持続可能な社会の形成に主体的かつ協働的に取り組むこと。

(略)

## イ 消費者と企業

商品・サービスに関する情報や企業の情報が，様々な方法で提供されていることを理解し，消費者問題の未然防止や解決が図られることについて扱う。また，最近の企業の不祥事の例なども取り上げ，そうした問題の発生の原因や防止について考え，企業の社会的責任や消費者志向経営の重要性を認識できるようにする。

### 〔指導項目〕

#### (5) 消費生活演習

##### イ 消費者支援研究

#### (5) 消費生活演習

ここでは，〔指導項目〕の(1)から(4)までの学習と関連させた身近な商品・サービスを取り上げて，個人またはグループで適切な課題を設定させ，商品・サービス研究または消費者支援研究のいずれかを取り上げて演習を行い，よりよい消費生活について具体的な方策を検討することができるようにすることをねらいとしている。

このねらいを実現するため，次の①から③までの事項を身に付けることができるよう，〔指導項目〕を指導する。

- ① 適切な商品やサービスの実相について理解し，関連する情報を収集・整理すること。
- ② 消費者が商品・サービスを適切に消費する課題を発見し，その解決に向けて考察し，工夫すること。
- ③ 消費生活演習について自ら学び，消費者の支援や持続可能な社会の形成に主体的かつ協働的に取り組むこと。

(略)

## イ 消費者支援研究

実際に生じている消費者問題や買物相談，苦情処理などを取り上げて，ロールプレイングやディスカッションを行ったり，**広告**や商品パッケージ，包装の検討や制作などに取り組んだりすることができるよう指導する。また，消費者，生産者，販売者それぞれの立場から具体的な演習を行い，企業，行政，消費者が連携して持続可能な社会の形成や生活の質を向上させる消費者支援について考え，主体的に活動し表現する能力と態度を身に付けることができるよう指導する。

以上