

中学校技術分野の教材を応用した家庭分野（消費生活の学習） における授業実践

(技術教育講座) 大西義浩、森慎之助

(グレース幼稚園教諭) 松本実穂

(愛媛大学教育学部附属中学校) 斧 純司

(南宇和郡愛南町立城辺中学校) 大黒智子

Teaching practice in Home Economics "Lesson of Consumer" to apply
a Teaching Material of Technology Field in a Junior High School.

Yoshihiro OHNISHI, Shinnosuke MORI, Miho MATSUMOTO,
Jyunji ONO and Tomoko OHGURO

(平成 28 年 7 月 21 日受理)

抄録：技術分野の「情報に関する技術」の情報モラルの学習のために作成したネットショッピング教材が家庭分野の消費生活の学習においても適用が可能かどうかについて授業実践を行い検討した。また、授業実践に話し合い活動を取り入れ、主体的に生きる消費者としての能力や態度の育成についても考察した。その結果、(1)技術分野の情報モラルの学習のために作成したネットショッピングサイトは家庭分野の消費生活の学習に適用可能である、(2)疑似体験および話し合い活動は生徒の思考へ影響力を及ぼし、ネットショッピングに対する関心を高め、自分や家族の消費の有り方を見直し、主体的に生きる消費者としての能力や態度を育む可能性がある。

キーワード：家庭分野 (Home Economics), 消費生活 (Consumer), 話し合い活動 (Discussion Activities)
タブレット (Tablet), ネットショッピング教材 (Teaching Material of Net Shopping)

1. はじめに

現在は情報化社会であり、その社会の変化にともない中学校家庭分野の領域「D 身近な消費生活と環境」の学習内容が改訂されている。中学校技術・家庭科 家庭分野の学習指導要領解説では、「社会において主体的に生きる消費者を育む視点から、消費の在り方や環境等に配慮した生活の仕方に関する基礎的・基本的な知識と技術を習得するとともに、持続可能な社会における生活の営みへの足掛かりとなる能力と態度を育てることをねらいとしている。また、これからの生活を展望しよりよく営むためには、自らの生活の課題を見付け、解決のための実践を行

うことにより、学習した知識と技術を生活に生かす学習活動にする必要がある。」と記述している⁽¹⁾。学習した知識と技術を生活に活かすためには、学習活動の中で生活に近い実践的な体験をすることが効果的であると考え

平成 26 年度に中学校技術・家庭科の技術分野においてローカルネットワークシステムを用い、「情報モラル」の授業実践を行った。授業内容はタブレットを用いたネットショッピングの疑似体験を通して、情報の信頼性について知り、安全にインターネットを利用するための方法を学習するものである⁽²⁾。

今回、技術分野の情報モラルの学習のために作成した

ネットショッピング教材およびその使用環境構成が家庭分野の消費生活の学習における適用の可能性について授業実践を行い検討した。また、授業実践に話し合い活動を取り入れ、主体的に生きる消費者としての能力や態度の育成の可能性についても考察を行った。

2. 消費生活の教材について

消費者教育における教材について調査を行った。その中の2つについて説明する。最初は経済産業省が作成した「これで安心！ネット通販&ネットオークション」である⁽³⁾。これは若年層を主な対象としており、インターネットショッピングに関するトラブルを回避するためのポイントや正しい対処方法を学ぶことを目的としたものである。具体的には「インターネット通販」と「インターネット・オークション」のどちらかの体験を選択する。「インターネット通販」を選択すると、つぎにシミュレーションモード（5種類）を選択する。どのモードでも同じ品物（3種類の音楽プレーヤーと3種類の財布）が値段等を変えて販売され、どのモードでどの商品を購入するかを選択させる。購入手続きが終わり、商品が届いて終了する。その後、クイズがあり、その正答率でトラブル回避・対応力として評価される。授業で使用する場合、生徒がどのモードを使ったのか、どの商品を買ったのか、正答率の値等、教員の把握が難しい点がいくつかある。

つぎに、神奈川県県民局くらし文化部消費生活課が作成した「インターネットの危ない世界 ～君も体験！サイバーの罠」である⁽⁴⁾。これは、インターネットトラブルを未然に防ぐための、「占いサイト」、「ワンクリック請求」、「出会い系サイト」、「ネットショッピング」、「オンラインゲーム」をテーマ別に体験することができる疑似体験教材である。

「ネットショッピング」のテーマではネットショッピングの流れや気を付けるポイントが体験することでわかるようになっている。ところが、実際のネットショッピングサイトとは異なり、一連の物語になっているため、クリックするところなどが誘導され、リアリティに欠ける。また、クリックするところばかりに目が行ってしまい、大事なところを読むのも忘れてしまいがちになる。さらに、商品の内容が決まっているため、家庭分野の「D 消費生活と環境」以外の領域との関連を持たせて授業を考えるこ

とが難しいと考える。

家庭科分野の消費生活の授業実践を調べたところ、ネットショッピングに関する学習を行う場合、パワーポイントで一通りの流れを提示したり、ロールプレイングを行いインターネットで起こるトラブルの解決方法を考えさせたりするものが多い。ネットショッピングの疑似体験を取り入れた授業はあまり見当たらなかった。

3. 使用教材

技術分野の情報モラルの学習で作成した教材は、2種類のネットショッピングサイトの内容を比較・検討し、情報の信頼性について学ぶものであった⁽⁵⁾。今回は、家庭分野の「D 消費生活」の教材としてネットショッピングサイトを取り上げる。「消費生活」の学習において、販売方法の特徴の違いや、ネットショッピングのトラブル等の学習を教科書やプリント、すなわち紙媒体で行うよりも、実際にタブレット等を用いたネットショッピングの疑似体験を行う方が、実感を伴った学習になると考えられる。

本授業では、スーパーに食材を買いに行く場合とネットで食材を買う場合のそれぞれの利点と問題点を考えやすくするために、このサイトでネットショッピングの疑似体験をさせた。ネットショッピングサイトは実際にあるショッピングサイトと近いものとなるよう、販売している食材数を多くし、目的の食材を選んで購入させた。一つの食材につき国内産と外国産の2種類ずつ掲載した。国内産の方はスーパーと同程度の値段にし、外国産は国内産に比べ安めに金額設定をした。また、一つ一つの食材に対し、アピールポイントがわかるように「みずみずしくておいしい」などのコメントも加えた。



図1：改良したネットショッピング教材

4. 授業計画及び実践

授業実践は愛媛大学教育学部附属中学校第1学年、2クラスを対象に行った。授業時数は1時間である。授業の流れは「スーパーでの買い方の振り返り」→「ネットショッピングの疑似体験」→「利点、問題点を話し合う」→「意見共有」→「まとめ」である。

ネットショッピングの疑似体験は、授業の流れを考慮し、本授業の後で行われる煮込みハンバーグの調理実習の材料を買うという想定にした。学習指導案を表1に示す。本授業の目標は「スーパーでの買い物と比較して、ネットショッピングの長所と短所をそれぞれ3つ以上、仲間に説明できるようになる。」である。

表1：学習指導案

学習活動 (形態)	時間	学習内容			○指導上の留意点 ●評価の観点(方法)
		分かる	考える	実践する	
1 前回の振り返りをする。 (一斉)	3	前回の振り返り			○スーパーでの食材の買い方を整理する。
2 食材の買い方について考える。 (一斉)	10	スーパーで食材を買う時の注意点を考える。			○主体的な活動を促すために、明確な目標を掲げる。
3 学習課題を確認する。 (一斉)	2	スーパーと比較しながら、ネットショッピングの長所と短所をそれぞれ3つ以上説明できる。			○考えが浮かびにくい生徒に対して、体験をした感想を元に考えるように声掛けをする。
4 説明をする。 (一斉)	5	ネットショッピングの仕方がわかる。			
5 長所、短所を考える。 (ペア)	15	スーパーと比較しながら、ネットショッピングの長所と短所を考える。			●身近な販売方法に関心を持ち、利点と問題点について考えようとしているか。 ●販売方法の特徴について理解しているか。(ワークシート)
6 長所、短所を話し合う。 (小集団) ↓ (一斉)	10	長所と短所を話し合い、これからどのように利用するか考える。			
7 まとめ (一斉)	5	振り返りをする。			

生徒および教師ともに目標を明確にすることで、1時間の見通しを持たせやすくした。導入では生徒の興味・関心を高めるためにイラストを使ってスーパーでの買い物の流れを振り返った。「B 食生活」の領域とも関連させるために、食材の選び方をスーパーでの買い物との振り返りの途中で考えさせた。生徒には、イラストの主人公と同じもの(卵、牛乳、挽き肉、玉ねぎ)をネット

ショッピングで買わせた。体験活動は話し合いながら出来るように2人一組で行わせた。その後、ネットショッピングの長所および短所について班で話し合い活動を行い、全体で意見の共有をした。

図2にタブレットを使って、生徒がネットショッピングをしている様子を示す。また、図3に班でネットショッピング後の話し合い活動の様子を示す。



図2：ネットショッピングをしている様子



図3：話し合い活動の様子

5. 結果および考察

授業前後にアンケート調査を行った。授業実践を行った2クラス(男子40名、女子37名)を対象に採取した。

5.1. 授業前アンケートについて

授業前アンケートの質問事項を表2に示す。3つの調査項目で8問の質問を行った。

表2：授業前アンケートの質問事項

調査項目	設問	項目の内容	記入方法
経験に関する調査	(1)	利用状況を知る	選択方式
	(2)	利用する人物を知る	記述方式
	(3)	経験の有無を知る	選択方式
知識に関する調査	(4)	認知度を知る	選択方式
	(5)	イメージを知る	記述方式
	(6)	長所について知る	記述方式
	(7)	短所について知る	記述方式
関心に関する調査	(8)	利用への関心を知る	記述方式

5. 1. 1. 購買経験に関する調査・考察

設問1はネットショッピングの利用について回答させた。67%（58名）の家庭でネットショッピングを利用していることがわかった。また、設問2では、その利用者について回答させた。そのほとんどは両親であり、「自分」や「兄または姉」と回答した生徒はわずかであった。設問2と関連し、設問3において生徒自らネットショッピングを経験した生徒はわずか3名（男子1名、女子2名）であった。中学校1年生ということを考慮すると、ネットショッピングを経験していない、または、家庭でさせないのが普通であると見なすのが妥当であり、3名の生徒が経験していることの方が驚異と考える。ただし、生徒らの将来を考えると中学生段階の早めに体験活動を行い、活動を通して、ネットショッピング等の販売方法についての学習をすることは重要だと考えられる。

5. 1. 2. ネットショッピングの知識に関する調査

設問4ではネットショッピングという語句についての有無について回答させた。3%（4名）の生徒が知らないと回答した。設問5ではイメージについて回答させた。その結果を図4に示す。グラフ中の数値はイメージの回答数を表す。

□：良い ▨：悪い ■：その他

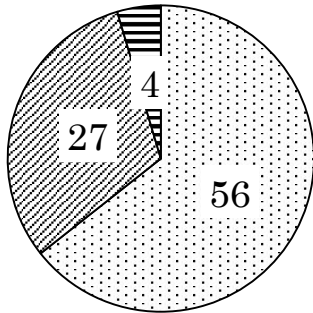


図4：ネットショッピングのイメージ

グラフより、良いイメージを持っている生徒が64%（56名）であり、悪いイメージを持っている生徒が31%（27名）であった。

設問6では長所および設問7で短所を記述式で回答させた。長所の上位3つは「自宅で購入できる」：44名、「種類が豊富である」：12名、「手軽、簡単である」：9名であった。短所の上位3つは「品物を見ることがで

きない」：27名、「詐欺の可能性はある」：14名、「金銭感覚が低下する」：8名であった。回答について詳細にみると長所と短所について1つしか書いていない場合がほとんどであった。中には、どちらかしか記述していない生徒もみられた。

設問8ではネットショッピングに関する興味について回答させた。62%の生徒が肯定的に回答した。ところで、約3分の1の生徒が否定的に回答していることから、前述の短所のイメージをかなり強く持っていると考えられる。

5. 2. 授業後アンケートについて

授業後アンケートの質問事項を表3に示す。3つの調査項目で7問の質問を行った。

表3：授業後アンケートの質問事項

調査項目	設問	項目の内容	記入方式
本授業に関する調査	(1)	教材の有効性を知る	選択方式
	(2)	話し合い活動の有効性を知る	選択方式
知識に関する調査	(3)	長所について知る	記述方式
	(4)	短所について知る	記述方式
	(5)	イメージを知る	選択方式
	(6)	具体的な内容を知る	記述方式
関心に関する調査	(7)	利用の意欲を知る	選択方式

5. 2. 1. 本授業に関する調査

設問1では、ネットショッピングの疑似体験の有効性について回答させた。また、設問2では話し合い活動の有効性について回答させた。どちらも1名を除いた生徒ら（75名）は肯定的に回答した。ところで、否定的な回答した1名の生徒は、両方とも否定的に回答している。

5. 2. 2. ネットショッピングの知識に関する調査

設問3および設問4において長所および短所について記述式で回答させた。また、図5に授業前後の長所と短所の回答項目数の変化を示す。また、表4および表5にそれぞれの回答内容と回答数を示す。長所については9項目から19項目へ、短所については16項目から21項目へ増加したことがわかる。また、ひとりの生徒が回答する数および長所と短所の両方に記述している生徒数も増えていた。

表4より、授業前はネットショッピングの長所についてわりと一般的な項目内容であったものが、授業後は広範囲な視点で回答していることがわかる。短所については、授業前も項目内容および具体的な記述が多いことか

ら、ネットショッピング対し、すでに懐疑的な考えを持っていることがわかる。また、短所の回答内容の1位である「品物を直接、見るができない」の回答数が27から51へほぼ倍増している。授業前に3割程度の生徒しかこの短所に気付かなかったのものが、授業後に約7割の生徒が気付いたことは話し合い活動の効果があった可能性が考えられる。

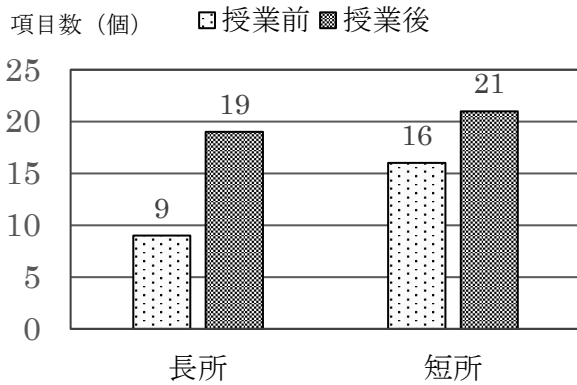


図5：授業前・後の回答項目数の変化

表4：授業前・後の長所の回答内容と回答数

<授業前>

回答内容	回答数
自宅で購入できる	44
種類が豊富である	12
手軽、簡単である	9
すぐに購入できる	7
家まで届けてくれる	6
何でも買うことができる	4
その他	3
計	85

<授業後>

回答内容	回答数
自宅で購入できる	48
時間がかからない	16
楽、簡単、気軽に商品が選べる	15
様々なものを購入することができる	11
一目で商品を見ることができ、比較できる	9
いつでも、どこでも買うことができる	7
安く買うことができる	5
家まで届けてくれる	4
購入時、いろいろと指定することができる	4
病気になったり、足の不自由な人にも便利である	4
人と会わなくてすむ	3
たくさん買うことができる	3
その他	7
計	135

表5：授業前・後の短所の回答内容と回答数

<授業前>

回答内容	回答数
品物を直接、見るができない	27
詐欺の可能性がある	14
金銭感覚が低下する	8
違うものが届くかもしれない	7
情報が不明確である	7
個人情報の流出がある	5
時間がかかる	5
送料がかかる	4
不審なサイトかもしれない	4
その他	10
計	91

<授業後>

回答内容	回答数
品物を直接、見るができない	51
届くまでに時間がかかる	13
正しい情報がわからない	10
種類が少ない	10
金銭感覚が低下する	9
詐欺の可能性がある	7
送料がかかる	5
返品・交換・トラブルについて	4
購入した量がわからなくなる	4
安全かわからない	4
個人情報の取り扱いが怖い	4
その他	13
計	134

設問5ではネットショッピングのイメージの変化について回答させた。その結果、61%(47名)の生徒はイメージが変わったと回答した。その47名の生徒に対し、どのように変化したか設問6で回答させた。よいイメージに変化した生徒が36名、よくないイメージに変化した生徒が11名であった。本授業はネットショッピングの利便性のみを主張するものではなく、その利点や問題点を知り、適切な方法で購入できる主体的な行動力を身につけることである。たとえば、授業後の長所にある「病気になったり、足の不自由な人に便利である」と記述していることに表れていると思われる。

これらの結果から、ネットショッピングの疑似体験を行い、販売方法の長所と短所の話し合い活動を通してこれらの情報を共有することにより、生徒らのネットショッピングに対する知識が高まったことはこれからの消費行動につながる可能性があると考えられる。

設問7では、ネットショッピングの関心について回答させた。授業前が66%(51名)と比較すると、91%(70名)と高くなった。また、肯定的に回答した70名を男女別で見ると、男子生徒が25名から35名、女子生徒が

26名から35名となり、性差による影響はみられなかった。

要旨集, p.169, 2014

その他、生徒のワークシートの感想欄には、「家族ともきちんと話し合っ使いたい。」「今日、学んだ長所や短所を家族に教えようと思います。」など記述しているものが複数あり、自分や家族の生活の仕方や消費の在り方を改善するような消費者としての自覚を持ち始めていることがうかがえた。

6. まとめ

本研究では技術分野の情報モラルの学習のために作成したネットショッピングサイトが家庭分野の消費生活の学習に適用可能か検討した。また、そのネットショッピングサイトによる体験活動、話し合い活動を取り入れた授業実践を行い、主体的に生きる消費者としての能力や態度の育成について検討した。得られた結果を以下に示す。

- (1) 技術分野の情報モラルの学習のために作成したネットショッピングサイトは家庭分野の消費生活の学習に適用可能であり、かつ、効果的である。
- (2) 疑似体験および話し合い活動は生徒の思考へ影響力を及ぼし、ネットショッピングに対する関心を高め、自分や家族の消費の有り方を見直すことにより、主体的に生きる消費者としての能力や態度を育む可能性がある。

参考文献

- (1) 文部科学省：「中学校学習指導要領解説 技術・家庭編 平成20年9月」, 教育図書, p.66, 2008
- (2) 門田：タブレットを使用する情報モラルの学習に関する教材開発と授業実践に関する研究, 平成26年度卒業研究論文, 2015
- (3) 経済産業省 インターネット教材「これで安心！ ネット通販&ネットオークション」, <http://www.caa.go.jp/kportal/search/>
- (4) 神奈川県民局くらし文化部消費生活課「インターネットの危ない世界 ～君も体験！サイバーの罠」, <http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f370216/>
- (5) 河合, 寺田, 斧, 大西, 森, XAMPP を使用したネットワークシステムの構築および授業計画に関する検討, 日本産業技術教育学会第57回全国大会講演