

A.消費者教育の内容に関する評価

観点記号の説明

(消):消費者の権利と責任に関する項目 (学):中学校学習指導要領(家庭・社会)に記載がある項目
 (企):企業の役割に関する項目 (教):中学校教科書(家庭・社会)に記載されている項目

一通りウェブサイトを見て、記載されている項目に該当するマークの数を合計してください。

用語:法律等の名称のみ掲載されている場合にチェック

解説:名称だけでなく、内容説明までされている場合にチェック

a. 基本的な項目:中学生に対する消費者教育において実施が望まれる項目

★マークがある項目は発展的に中学生に学んでほしい項目です

観点	項目	項目の解説・評価のポイント	用語	解説
(教) (消)	消費者の5つの権利	「安全である権利」「知らされる権利」「選ぶ権利」「意見が反映される権利」「消費者教育を受ける権利」を合わせた5つ。	◇	☆
(学) (教) (消)	消費者基本法	消費者行政についての国の基本的な方針を示す法律である。消費者保護基本法が平成15年に改正され、現在の名称になった。	◇	☆
(教) (消)	消費者契約法	事業者の不適正な販売や契約による消費者被害を防止・救済するための法律で、平成13年から施行されている。	◇	☆☆
(教) (消)	消費者の責任	「批判的意識」「自己主張と行動」「社会的関心」「環境への自覚」「連帯」を合わせた5つ。	◇	☆
(消)	社会の中での消費者・家庭の位置づけ	消費者や家庭は単独で生活しているわけではなく、社会と相互に関係しあって生活していることが記載されているか判断する。	◇	☆☆
(消)	メディア・リテラシーの重要性	メディア・リテラシーとは、情報の発信者の吟味、情報の内容の比較などを行い、情報の質や信頼性を判断し、情報を取捨選択できる能力のことである。	◇	☆
(消)	知的財産権	知的財産権とは、思想による成果・業績を認め、その表現や技術などの功績と権益を保証するために与えられる財産権のことである。著作権などが、あげられる。	◇	☆☆
(教) (消)	製造物責任法(PL法)	製造物の欠陥のみを証明すれば、損害賠償請求ができるしくみを確立した法律。	◇	☆
(学) (教) (消)	クーリング・オフ制度	一定期間内に、店舗外での契約を白紙に戻せる制度。	◇	☆
(学) (教) (消)	表示・マークの意義・内容	食品や衣服などの商品についている表示・マークの存在意義や、表示・マークの示す意味が記載されているか判断する。	◇	☆
(学) (教) (消)	販売方法の種類と特徴	さまざまな販売方法の種類とそれぞれの特徴についての説明が掲載されているか判断する。	◇	☆
(消)	家計管理の仕組み	収入や支出、将来への備えなどを考えて予算配分する家計管理が重要であり、複雑化した家計を捉えるには、家計簿の記録が有効である。	◇	☆☆
(教) (消)	計画的な支出の重要性	充実した生活のために、限りある収入と支出のバランスを考慮し、満足の得られる予算生活を営む必要がある。	◇	☆☆
(消)	資産管理の重要性・方法	安定した生活の実現のために、貯蓄や保険・株式などの金融商品の理解が必要となる。	◇	☆☆
(学) (教) (消)	消費生活に関わる金融の働き	銀行が行う預金・融資を中心に金融の仕組みの理解が必要となる。	◇	☆☆

観点	項目	項目の解説・評価のポイント	用語	解説
(学) (教) (消)	消費者信用の仕組み	販売信用(クレジットカードなど)と、消費者金融(銀行やサラ金など)を合わせて消費者信用という。	◇	☆☆
(学) (教) (消)	消費者トラブルとその対処法	起こりやすい消費者トラブルと、その対処法を掲載しているか判断する。	◇	☆
(企)	企業の消費者対応	消費者の苦情などを受け付ける企業側窓口について記載されているか判断する。	◇	☆☆
(学) (教) (企)	企業の役割と社会的責任	企業は商品やサービスを作り出し利益を得ると同時に、人間の生活や社会を豊かにしていく責任もある。	◇	☆
(学) (教) (環)	各種の自然環境の汚染の内容	現在地球上で進行している、さまざまな環境破壊や環境汚染の現状。	◇	☆
(学) (教) (環)	環境や資源に配慮した消費生活の工夫	環境や資源を守るために、消費者が行うべき生活の工夫や、配慮の提案。	◇	☆
(教) (環)	3Rの重要性	3Rは、リデュース(廃棄物の発生抑制)、リユース(再使用)、リサイクル(再資源化)の3つ。	◇	☆

**b. 企業の特徴を生かした項目：企業が公開している自社の取り組みに関する情報を評価する項目
用語のみが掲載されている場合は評価の対象にしません**

観点	項目	項目の解説・評価のポイント	解説
(企)	企業の社会貢献活動	社会貢献活動は、企業が社会に利潤を還元することを意味し、企業市民としての意識を持っていると判断できる。 例：表彰・ボランティア清掃・施設の無料開放	◆
(企) (環)	ISO14000シリーズ	企業活動・製品やサービスの環境負荷の低減など、継続的に改善を図る仕組みを組織内に作るという環境マネジメントに関する国際規格。 例：ISO14001	◆
(関)	原材料	商品やサービスの原材料やその働きなどが記載されているか判断する。	◆
(関)	種類の説明	商品やサービスの種類の説明があるか判断する。 例：ロースハム・ボンレスハム・生ハムの違い。	◆
(関)	製造・流通過程	作り方・工場の様子などが掲載されているか判断する。パッケージ工場も含む。	◆
(関)	使用方法・保存方法	商品に関しては使用方法等、食品に関しては保存方法が掲載されているか判断する。	◆
(関) (環)	廃棄・リサイクル方法	商品などをどのように廃棄・リサイクルするべきかの情報。	◆
(関)	商品・サービスに関する歴史・文化	企業や自社商品の歴史は除く。	◆

それぞれのマークはいくつありましたか？ ◇ 個、☆☆ 個、◆ 個

マークの意味をふまえた上で、使用目的にあわせたウェブサイトの使用例を示します。

使用目的	A.消費者教育の内容に関する評価の講評
導入	<p>授業の導入では、生徒が関心を持つような内容を提示することや、これから学習する内容の概要を示すことが有効であると考えられます。まず前者の生徒が関心を持つ内容が掲載されているのは、◆がついた教材です。この教材は消費者教育の中心部分の学習は難しいですが、衣食住と消費を関連付ける場合には有効なウェブサイトを示します。次に後者のこれから学習する内容の概要説明には、◇がついた教材が有効です。これは消費者教育の核ともいえる重要な事柄の存在を学ぶことができる教材を示します。ただし、用語名が登場しているだけなので、授業展開の中で、教科書など他の教材を併用し、内容を教員が解説する必要があります。この二つのマークがたくさんつく教材は、幅広い情報が掲載されており、情報を一度に俯瞰することができる教材であると言えますが、使う教員の技量や知識量によっては使用しにくかったり、重要なことがはっきりしにくかったりする可能性があります。そこで1つか2つ程度☆や★があると展開につなげやすく要点を明確に伝えることができると考えられます。</p>
展開	<p>授業の展開では、消費者教育の核ともいえる重要な事柄について、深く学習することが必要になります。そこで☆や★がつく教材が、消費者教育の中心となる事柄について、教科書など他の教材を併用しなくても、深く学ぶことができることから、有効であると考えられます。これらのマークがつく教材の活用例として、授業中に生徒にこのサイトを閲覧させ、ワークシートなどを使用し学んだことを確認させることなどが考えられます。</p>
発展	<p>発展的な学習とは、授業で学習したことを更に深めることや、教科書には掲載されていないことや、難易度の高いこと、また展開部で学習したことを実生活に帰納することであると考えます。まず教科書に掲載されていないことや中学生にとってやや難しい内容であるが、中学生が消費者として学習すべきことについて学ぶには、★マークがついている教材を活用することが有効です。また授業で学習したことを実生活に置き換えて確認するということには、◆がつく教材を使用することがおすすめです。◆マークの教材は企業の宣伝が混入しがちなので、必ずそれらが排除されているかを確認した上で使用してください。</p>
まとめ	<p>授業のまとめでは、学習した内容の確認になる教材を示すことが有効です。まず学習した用語の一覧を提示して内容の確認をする説明には、◇がついた教材が有効です。これは消費者教育の核ともいえる重要な事柄の用語を一瞥ができる教材を示します。また、用語だけでなく内容も説明されている☆や★を生徒に閲覧させ、ワークシートなどに記入させることや、掲載されているドリルなどを使用して、生徒自身で学習内容の再確認をさせることも有効であると考えられます。</p>
調べ学習	<p>調べ学習では、生徒が自身の力だけで情報の収集、取捨選択をする必要があります。そのため、多くの情報と詳細な説明が掲載されている教材が有効であると言えるため、☆や★がつく教材が適していると考えられます。また、調べるテーマによっては、◆がつく教材も有効であると言えます。</p>

B. ウェブサイトに関する評価

観点	項目	評価のポイント	-2	-1	0	1	2
ウェブサイト内の移動	ページの見つけやすさ	トップページに教育ページへのリンクがあるか判断する。		不適切			適切
	目次と見出し	本文とすぐ区別が付き、簡潔に表現されているものを「有」にする。		無	有 (不明瞭)	有	
	ナビゲーション	次にクリックする場所の指示や、トップページへの戻りやすさを判断する。	不適切				適切
	サーチ機能や索引	ほしい情報がすぐに入手できるか判断する。教育ページ専用のサーチ機能や索引のみを含む。	無				有
	関連情報へのリンク	専門用語の解説や発展学習に活用できるサイトへのリンクがあるか判断する。企業宣伝主体のページや商品・サービス情報ページは含まない。リンク先が複雑で、サイトの中で迷子になってしまう場合は、「複雑」にする。	無 複雑	有 (リンク切れがある)			有 (リンク切れなし)
マルチメディアの活用	必要なブラウザやソフトの説明・配慮	特別なソフトなどが必要な場合と必要でない場合に分ける。必要な場合は必要なソフト等の説明が記載されているか判断する。 例:このサイトはFlashを使用しています。入手先はこちらです。	必要有 (説明無)		必要無		必要有 (説明有)
	動画・アニメーション	表示できなければ「役立っていない」を選択する。	無	役立っていない			有
	絵・グラフ・写真	表示できなければ「役立っていない」を選択する。	無	役立っていない			有
	音声	再生できなければ「無」を選択する。	無	役立っていない			有
ウェブサイトの見やすさ	ウェブサイトの見やすさ	色使いや文字サイズ、改行や行間、余白の量が学習者に適切か判断する。		不適切		適切	
	ページ量	学習者の発達段階に適切か判断する。		不適切		適切	
	ページ表示にかかる時間	学習者の発達段階に適切か判断する。		長い		短い	
オンライン特性	オンラインコミュニケーション	ウェブサイト内で他者との交流ができるか判断する。 例: 掲示板や更新型のFAQ		無		有	
ウェブサイトに関する評価点数			点				

評価点数	B.ウェブサイトに関する評価の講評
17点以上	非常に見やすく、使い勝手のいいウェブサイトだといえます。生徒が興味・関心を持ちやすいでしょう。
10点～16点	見やすいウェブサイトですが、多少利用者に対する配慮の欠けている部分があります。あらかじめ、生徒に配慮不足の点を伝えておきましょう。
9点以下	見にくい上に、活用しにくく、生徒が興味・関心を示さない恐れがあります。パソコンで見るのではなく、プリントアウトして活用することをおすすめします。

C. 教材に関する評価

観点	項目	評価のポイント	-2	-1	0	1	2
ウェブサイトの信頼性	ウェブサイトの作成者・機関	ウェブサイト下辺に著作権を表す企業・業界団体名がある。	無				有
	ウェブサイトの作成者・機関の連絡先	企業への問い合わせフォームやEメールアドレスが記載されてある。	無				有
	ウェブサイトの最終更新日	教育ウェブサイトの最終更新日が明確に記載されている。		無		有	
	資料・データの出典	資料やデータが掲載されている場合は、全て出典があるか、一部または全部出典がないの2つに分ける。ただし掲載されていない場合は「掲載無」と判断する。	掲載有 (出典無)		掲載無		掲載有 (出典有)
ウェブサイトの対象者	利用対象者	ウェブサイトの利用対象者が明記されている。ただし子どもでは対象の幅が広すぎるので、「不明確」と判断する。 例：中学生を対象としています。	不明確				明確
	ウェブサイトの目的	ウェブサイトの目的が示されているか判断する。 例：このウェブサイトはメディアの使い方を学ぶために作られたウェブサイトです。	不明確				明確
	ウェブサイトの明確なテーマ	ウェブサイトの明確なテーマが掲載されているか判断する。 例：このウェブサイトは環境を守る取り組みを紹介するウェブサイトです。	不明確				明確
対象者への発達段階の適正	内容や言葉の難易度	学習者に応じた言葉使いか、難しい用語が多すぎないかを判断する。		不適切			適切
	ルビ	学習者にとって難解な漢字にふりがながあるか判断する。			無	有	
企業・業界団体の宣伝	企業・業界団体名	著作権を表す企業・業界団体名や資料・データの出典名は除いて判断する。ウェブサイトのタイトルや企業ロゴなども含む。		有			無
	自社商品・サービス名	商品名やロゴ、イラストも含む。教育ウェブサイトから商品・サービス情報ページにリンクがある場合も「有」と判断する。		有			無
	自社商品・サービスの価格	商品・サービス価格情報へのリンクも「有」と判断する。	有		無		
	自社商品・サービスの購入先	商品・サービス価格情報へのリンクも「有」と判断する。	有		無		

観点	項目	評価のポイント	-2	-1	0	1	2
表現上の適正	誤字脱字・文のねじれ	誤字脱字やねじれた主述・修飾被修飾の関係がないか判断する。	有	数個有			無
	作成者・機関の根拠のない主張や差別的表現	作成者や作成機関の根拠のない主張が存在しないか判断する。イラストも評価対象になる。 例：高血圧の人は過大な塩分摂取がよい。	有			無	
活用のしやすさ	作業欄・ドリル	クイズやチェック欄があるかを判断する。プリントアウトして活用できるワークシートも含む。			無		有
	教育用指導手引き	指導者用の詳しい解説等があるかを判断する。授業実践も含む。			無		有
	授業準備のしやすさ	教員が授業準備の際に全ページをきちんと閲覧し、内容を確認できるかを判断する。		不適切			適切
	学習内容の再確認	学習内容を復習する形のまとめや確認クイズがあるか判断する。		無			有
教材に関する評価点数			点				

評価点数	C.教材に関する評価の講評
22点以上	信頼性が高く、生徒に配慮された教材です。安心して活用してください。
10～21点	この教材は信頼性が低い、または不適切な記述があります。ガードをかけて一部のページの閲覧にとどめておくか、必要に応じて加工する必要があります。
5～9点	この教材は信頼性が低い、または不適切な記述があります。信頼性を確認のうえ、一部分をプリントアウトし、必要部分を修正してから生徒に配布するべきです。
4点以下	この教材は信頼性に欠けています。信頼性を確認したうえで、教員の補助的な資料にとどめておくべきです。

この評価カルテについて

この評価カルテに書かれている講評はあくまでも目安です。参考になる部分については参考にし、教員としての見識から納得できない部分については教員であるあなたの信念に合わせた活用を行ってください。

またこの評価カルテには、ウェブサイト教材を評価するという目的だけでなく、次の2つについても啓発したいという意図が含まれています。1つ目は、消費者教育を深く学んだ経験の少ない教員に対して、中学生には「A. 消費者教育内容に関する評価」のような能力や知識を身につけさせるべきであるということを啓発すること。2つ目は、教材を選定する際には留意すべき点が多く存在するということを啓発することです。

この評価カルテの使用を通して、教員であるあなたの消費者教育に関する意識と教材を選ぶ目が養われ、適切な教材を授業内で活用することで、中学生が消費に関する正しい知識を身につけ、消費に関する感性をみがぐことによって、自分の行動に責任のもてる主体的で、活力ある市場社会の担い手となる賢い消費者になることを願います。