

## 消費者教育教材

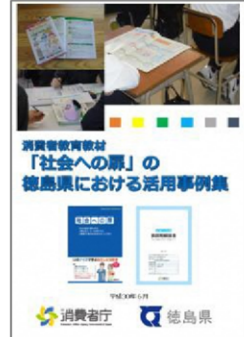
# 「社会への扉」の徳島県における活用事例集

社会への扉 活用事例集

検索 🔍

消費者庁は、消費者行政新未来創造オフィスのプロジェクトとして、若年者への消費者教育の推進を図るため、平成29年度、徳島県内の全ての高等学校等56校で、「社会への扉」を配付し、同教材を活用した授業を実施しました。

本事例集は、授業参観ができた20校（全日制、定時制、特別支援学校、高等専門学校）について、各先生が試行錯誤や工夫の上、実施された授業例を広く全国に紹介することで、全国の高校等における実践的な消費者教育の取組の参考にさせていただくことを目的として作成したものです。先生によって教え方が違うように、「社会への扉」の活用方法は、それぞれの学校で異なり、多種多様であったところ、本事例集は活用方法の一例を示したものです。



## 本事例集の内容



### 《各授業の内容を紹介【事例1～20】》

- ・各授業の形式や流れなどを指導案のような形で紹介
- ・「社会への扉」の活用箇所や活用のタイミングを紹介
- ・授業実施者、授業を受けた生徒のコメントを紹介

### 事例 1～20

- ・家庭科で活用した事例（事例1～10）
- ・公民科で活用した事例（事例11～13）
- ・総合的な学習の時間で活用した事例（事例14）
- ・ホームルーム活動で活用した事例（事例15～16）
- ・外部講師による出前授業で活用した事例（事例17）
- ・特別支援学校で活用した事例（事例18～20）



### 《「社会への扉」の内容順に沿って活用事例を紹介【事例A～E】》

- ・板書や写真、イラストなどを交えて、授業における「社会への扉」のアレンジ例を紹介

### 事例 A～E

- ・「消費者が主役の社会へ（P.1～2）」の活用事例（事例A）
- ・「契約について理解しよう！（P.3～6）」の活用事例（事例B）
- ・「お金について理解しよう！（P.7～9）」の活用事例（事例C）
- ・「消費生活センターについて知ろう！（P.10）」の活用事例（事例D）
- ・「あなたの行動が社会を変える！（P.11）」の活用事例（事例E）



### 《ワークシート【参考資料】》

- ・各授業で使用したワークシートを紹介
- ・本事例集のほか、消費者庁のホームページ上にワード、エクセルなどのダウンロードできる形式で掲載

### ワークシート

- ・18種類のワークシートを紹介（P.1～39）

消費者庁 社会への扉

検索 🔍



# 3 プロジェクト | ②エシカル消費の普及

消費者庁と県が連携して実施しているプロジェクトについて

## ②エシカル消費の普及

(例)



「倫理的消費(エシカル消費)」は、国の消費者基本計画において「地域の活性化や雇用などを含む、人や環境、社会に配慮した消費行動」と定義されており、消費者が社会的課題の解決を考慮したり、課題の解決に取り組む事業者を応援したりしながら、消費行動を行うこととされています。

このため、市町村や大学、企業、地域等と連携し、県内の「エシカル消費」の認知度向上や取組の支援など、県内のエシカル消費の普及推進やムーブメントづくりを行います。

### H29年度

- 徳島県でのエシカル消費の意識調査  
H30.2消費者庁調査 徳島での認知度**26.4%**  
(H28.12類似の全国調査は6%)
- ◆とくしまエシカル消費推進会議の設置  
地方では初となる消費者・事業者・行政が一体となったエシカル消費の推進母体「とくしまエシカル消費推進会議」を設置
- ◆エシカル自主宣言(20事業者)
- ◆消費者大学校大学院にエシカル消費コースの設置
- ◆高校にリーディングスクール設置・エシカルクラブ結成
- ◆エシカル・ラボin徳島の開催
- ◆事業者、団体、自治体へのヒアリング実施
- ◆エシカル通信、ツイッターによる広報



### H30年度

- 徳島県でのエシカル消費の意識調査(H31年度まで毎年実施)
- 先進的取組の事業者等へのヒアリングや事例集の作成
- ◆エシカル自主宣言事業者の拡大(H30.8末 28事業者)
- ◆全国の先進的な取組の自治体や高校参加の「エシカル消費自治体サミット」「次世代エシカルフェス」開催
- ◆チラシや動画等普及啓発用コンテンツの作成
- ◆エシカル消費研修会の開催
- ◆消費者大学校大学院エシカル消費コースのカリキュラム拡充



全国展開

徳島の取組事例や検証結果を踏まえ、他の都道府県で展開

平成 30 年 6 月 26 日

### 平成 29 年度「徳島県における「倫理的消費（エシカル消費）」 に関する消費者意識調査」の結果について

消費者行政新未来創造オフィスでは、徳島県内の消費者が「倫理的消費（エシカル消費）」について、どの程度、認知・理解しているか把握するため、意識調査を実施しました（意識調査の結果の詳細は別添報告書を参照）。この意識調査は、引き続き平成 31 年度まで毎年実施する予定です。

（調査結果のポイント）

#### 1. 「倫理的消費（エシカル消費）」という言葉について

○認知度（図 1）

- ・「言葉及び意味を知っている」6.8%、「言葉のみ知っている、聞いたことがある」19.6% ※両者の合計は全体の 1/4 を超える（26.4%）
- ・「知らない」73.6%

○認知経路（図 2）※複数回答、回答の上位 5 位

- ・「テレビ」51.5%、「新聞」44.7%、「インターネットニュースサイト」16.7%、「雑誌」11.4%、「行政のウェブサイトや広報物」11.4%

#### 2. 企業がエシカルな商品・サービスを提供していることを知った時に、その企業に対するイメージが向上すると思うかについて（図 7）

- ・「そう思う」12.0%、「どちらかというと思う」43.8% ※両者の合計は全体の半数を超える（55.8%）
- ・「どちらかというと思わない」9.0%、「そう思わない」4.2%
- ・「分からない」31.0%

#### 3. 今後、参加してみたい「倫理的消費（エシカル消費）」のイベントについて（図 14）※複数回答

- ・「エシカルな商品の販売会」20.8%、「地域の取組事例を紹介するイベント」17.2%、「ワークショップなどの参加型のイベント」17.0%、「有識者・有名人を招いての講演会」10.8%、「親子で参加可能なイベント」9.8%、「エシカルファッションショー」7.2%
- ・「参加したいものはない」56.4%

#### 【問合せ先】

消費者行政新未来創造オフィス  
小熊、有野、奥田、松井、佐藤  
TEL : 088-600-0016、088-600-0011  
FAX : 088-622-6171