

山梨県における中学校・高等学校教員向け消費者教育の教材開発

Development of Consumer Education Teaching Materials for Middle and High School Educators
in Yamanashi Prefecture

神 山 久 美*

KAMIYAMA Kumi

要約：筆者が編集責任者として関わり、山梨県県民生活センターから発行された中学校・高等学校教員向け消費者教育教材の内容及び山梨県が実施した高等学校の消費者教育の実施状況アンケート結果を通して、消費者教育の内容・指導方法などについて考察し、特に家庭科の課題について論じた。作成教材は、消費者市民社会の構築に関する内容を導入し、学校での活用を考え内容を工夫し、追加教材も入れて県webサイトからダウンロードできるようにした。山梨県のアンケート調査データを、特に家庭科に着目して筆者がさらに分析した。主として家庭科が消費者教育を実施しており、衣食住の生活などに関連させて行う消費者教育の内容が多かった。消費者教育の指導方法は講義形式（板書の授業）が多く、多様な指導方法を導入していく必要がある。さまざまな消費者教育の課題があるが、県民生活センターを消費者教育の拠点とし、消費者教育コーディネーターを活用した課題解決が期待される。

キーワード：消費者教育 教材開発 中学校・高等学校 山梨県 家庭科

I はじめに

2017年3月に小学校・中学校の次期学習指導要領が告示された。消費者教育の内容を多く含む家庭科では、現行の4内容から3内容（A内容「家族・家庭生活」、B内容「衣食住の生活」、C内容「消費生活・環境」）に整理され、C内容「消費生活・環境」ではいっそうの内容の充実が図られた。例えば、小学校で「買物の仕組みや消費者の役割」に関する内容が新設され、持続可能な社会の構築などに対応し自立した消費者を育成するために、中学校・高等学校と系統的、発展的に指導ができるようになっている。

このC内容「消費生活・環境」の充実の背景には、2012年の「消費者教育の推進に関する法律」（略称：消費者教育推進法）の施行がある。国や地方公共団体は消費者教育の施策を推進することが責務となった。国では、消費者庁や文部科学省などが中心となり消費者教育を推進している。地方公共団体では、消費者教育推進計画を策定し、消費者教育推進地域協議会を設置することが努力義務となっており、現在、多くの都道府県や政令指定都市が計画を策定、協議会を設置して消費者教育を推進している。

山梨県は、「やまなし消費者教育推進計画～公正で持続可能な社会の実現に向けた消費者教育の推進～」を2014年3月に策定し、その後、この計画を包含した「山梨県消費者基本計画」を2016年3月に策定した。「山梨県消費者基本計画」では、4つの基本方針の1つに消費者教育の推進を挙げ、ライフステージ（幼児期から高齢期までの生涯の発達段階）や、学校や地域などの様々な場に応じ

* 社会文化教育講座

た消費者教育の推進に取り組むことになっている。そして、県民生活センターを消費者教育の拠点として、様々な情報を集積し、地域住民に消費者教育を推進する場として、また、消費者教育の担い手を支援する場として活用するという記載がある¹⁾。

山梨県県民生活センターでは、2015年2月に小学校教員向け消費者教育教材「はじめての消費者教育～小学校における指導のために～」を発行し、山梨県webサイト「学校向け教材」で提供した²⁾・2016年3月には、中学校・高等学校教員向け消費者教育教材「消費者市民社会をつくる～中学校・高等学校における消費者教育のために～」を発行し、同webサイトで提供した(図1参照)。さらに、2017年3月には、この中学校・高等学校教員向け教材に「フェアトレード」の内容を追加した。これらすべての教材作成には、筆者と山梨大学教育学部学校教育課程生活社会教育コース家政教育系の学生が携わった。この中学校・高等学校向け教材は、公益財団法人消費者教育支援センター「2016年度消費者教育教材資料表彰」において「優秀賞」を受賞した。

また、山梨県は、2016年1月から2017年1月に、公立高等学校教員を対象として消費者教育実施状況アンケートを実施した。

本研究は、山梨県県民生活センターが中学校・高等学校教員向けに発行した消費者教育の教材の内容及び公立高等学校教員を対象とした消費者教育アンケート結果を通して、消費者教育の内容・指導方法などを考察し、特に家庭科における指導の課題を見出すことを目的とした。



図1 山梨県「学校向け教材」掲載の教材
 <注>本図に収めるため筆者が位置を調整

II 教材の概要

1 教材の内容について

中学校・高等学校教員向け消費者教育教材「消費者市民社会をつくる～中学校・高等学校における消費者教育のために～」は、2016年3月山梨県県民生活センターから発行され、山梨県内の全中学校・高等学校などに冊子媒体で配布された。作成協力者として筆者(編集責任者)、山梨県金融広報委員会、財務省関東財務局甲府財務事務所が関わり、山梨県教育庁義務教育課、山梨県教育庁高校教育課が協力した。64頁のA4判カラー冊子で、本文、ワークシート、映像教材、パワーポイントが、図1の山梨県「学校向け教材」サイトからダウンロードできるようになっている。前年度に発行した小学校向け教材配布後に教員に実施したアンケート調査では、ダウンロード可能な教材であることの評価が高く³⁾、今回も教材がダウンロードできるようにした。

図2が、この教材の目次である。最初に消費者教育推進法や山梨県消費者基本計画の説明を入れ、「I 消費者市民社

目次	
はじめに 冊子の使い方	1
「消費者教育の推進に関する法律」の抜粋及び解説	2
「山梨県消費者基本計画」の抜粋	3
I 消費者市民社会の形成に向けて	
1 消費者市民社会とは	4
2 消費者の8つの権利と5つの責任	5
3 買い物の社会的な意味	6
II 消費者教育の授業づくり	
1 消費者教育の体系イメージマップ	10
2 消費者市民社会の形成に向けた消費者の行動例	11
3 消費者教育イメージマップと学習指導要領との関係	12
4 消費者市民社会の構築	14
5 消費者教育ポータルサイト	16
6 教材の紹介	18
III 授業で使える題材紹介	
1 生活の管理と契約	20
技術・家庭(家庭分野)/社会(公民的分野)/家庭・公民/総合的な学習、特別活動など*	
2 情報	48
技術・家庭(家庭分野)/家庭・公民/情報/消費者/総合的な学習、特別活動など*	
3 安全・安心と環境	54
技術・家庭(家庭分野)/社会(公民的分野)/家庭・公民/総合的な学習、特別活動など*	
資料 消費者教育の体系イメージマップ	64

*関連する教科などの例

図2 教材の目次

会の形成に向けて」、「Ⅱ消費者教育の授業づくり」、「Ⅲ授業で使える題材紹介」の3章構成とし、最後に「消費者教育の体系イメージマップ」を資料として加えた。また、教材のキャラクターとして、山梨県の県獣カモシカ、県鳥ウグイス、武田信玄のイラストを入れて、親しみやすく、わかりやすくなるように工夫した（図3参照）。

消費者教育推進法によって消費者教育の理念に消費者市民社会の形成が明示され、「消費者教育の体系イメージマップ」⁴⁾の重点領域にも「消費者市民社会の構築」がある。本教材では「Ⅰ消費者市民社会の形成に向けて」として、消費者市民社会や消費者の権利と責任、買い物の社会的な意味の説明やそれらの指導例などを掲載した。

「Ⅱ消費者教育の授業づくり」や「Ⅲ授業で使える題材紹介」では、学習指導要領と「消費者教育の体系イメージマップ」の関係や、消費者市民社会で消費者がつけたい力の説明、消費者教育教材が検索できる消費者庁「消費者教育ポータルサイト」の紹介などを掲載した。授業で使える題材は、「1生活の管理と契約」、「2情報」、「3安全・安心と環境」に分けて提示した。例えば、契約の基本や意思決定プロセス、クーリング・オフ制度、未成年者契約の取消し、山梨大学学生が作成した悪質商法に関する教材（図4参照）、カード社会・多重債務問題、インターネットトラブル、子どもの事故、環境への配慮に関する県内の取り組み、県民生活センターの紹介などである。

本教材は、公益財団法人消費者教育支援センター「2016年度消費者教育教材資料表彰」の行政部門において「優秀賞」を受賞し、内容について高い評価を得られた。消費者庁「消費者教育ポータルサイト」の教材登録をしており、消費者庁のこのサイトから本教材の閲覧ができるようになっている。また、山梨県総合教育センターwebサイトからリンクを張っている。

2 追加教材について

消費者市民社会の形成に向けて、人や社会・環境に配慮した消費行動である倫理的消費（エシカル消費）への関心が高まっている。2015年に国連総会で採択された「持続可能な開発目標」（SDGs）の12番目に「持続可能な生産と消費のパターンを確保する」ことが目標として挙げられている⁵⁾。消費者庁では2015年から2016年にかけて「『倫理的消費』研究調査会」が開催され、その内容や必要性などについて検討が行われた⁶⁾。倫理的消費にあたる具体的な消費行動の例として、フェアト



図3 イラスト例

出典：「消費者市民社会をつくる～中学校・高等学校における消費者教育のために～」買い物の意味 pp. 6-7

(6) 大学生からの教材提案

山梨大学教育人間科学部3年の保坂さんが、中学生・高校生がトラブルにあいやすい悪質商法のキャッチセールスやクーリング・オフに関する教材を作成しました。

<キーワード>キャッチセールス ロールプレイング クーリング・オフ
<活用対象>中学生・高校生
<活用教科等>家庭科、社会科、総合的な学習の時間、特別活動など
<教材の解説>

1 身近なトラブル・危険度チェック

- ・①～⑤の設問に YES・NO で答えさせ、YES の合計数で消費者トラブルへの巻き込まれやすさを診断する。
- ・授業の最初に実施し、これからの学習について生徒に興味を持たせる。

2 キャッチセールスのロールプレイングをしてみよう

- ・シナリオを使って、グループでロールプレイングを行い、キャッチセールスとはどのように勧誘され契約させられるのか、生徒に具体的に理解させる。

図4 山梨大学の学生作成の教材

出典：「消費者市民社会をつくる～中学校・高等学校における消費者教育のために～」大学生からの教材提案 p. 36

レード商品の選択・購入があり、家庭科の教科書においてもフェアトレードが掲載されるようになってきた。

山梨県 web サイト「学校向け教材」は、随時、掲載内容が更新できるようになっている。中学校・高等学校の追加教材として、「フェアトレードから考える私たちの消費生活」を作成し、2017年3月に掲載した。

エシカル消費の説明やフェアトレードの解説を入れ、次に、映像教材「フェアトレードについて学ぼう!」という、県内のフェアトレードショップに協力してもらい、フェアトレードを紹介する映像教材を作成した。山梨大学の学生がフェアトレードショップ店員にインタビューをする形式で、①店の紹介、②店内の様子、③フェアトレードについての基礎知識、④フェアトレード商品の見分け方、⑤フェアトレード商品の紹介、⑥カカオ豆ができるまで、⑦フェアトレードによる現地の生活の変化、⑧わたしたちにできること、という内容構成である。山梨



図5 映像教材「フェアトレードについて学ぼう」
出典：山梨県「学校向け教材」中学生・高校生向け教材⑨
追加教材2映像教材「フェアトレードについて学ぼう」

県 web サイト「学校向け教材」から YouTube による教材配信をしている（図5参照）。また、山梨大学の学生がフェアトレードに関する指導案、ワークシート、パワーポイント教材を作成し、これらも掲載をしている。

Ⅲ 山梨県「公立高等学校における消費者教育の実施状況アンケート」結果から

1 県の調査概要及び結果

山梨県県民生活センターは、2016年12月～2017年1月、県内の全公立高等学校（全日制及び定時制・通信制は全日制と別カウントした計37校）の消費者教育に関わる教科・科目の教員全員を対象として、消費者教育の実態を調査した。調査結果は山梨県 web サイトで公開されている⁷⁾。

それぞれの高等学校において消費者教育に携わっている教員全員が回答しており、有効回答者数は279人であった。回答者の担当教科は、公民科58人、家庭科53人、情報科42人、商業科61人、総合28人、その他（地歴、芸術、理科、数学、保健体育、英語など）47人という結果であった（図6参照）。消費者教育は高等学校において、さまざまな教科などに渡って広く実施されていた。

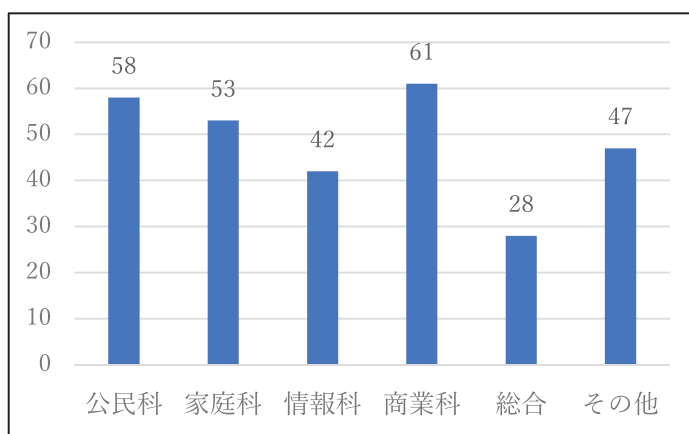


図6 山梨県公立高等学校で消費者教育に携わる教員の担当教科（単位：人）

出典：「平成28年度山梨県公立高等学校における消費者教育の実態調査について」p.2

また県の結果では、消費者教育が主として導入されている家庭科、公民科、情報科の回答者の消費者教育の平均実施時数は、家庭基礎（２単位）が6.0時間（回答者30人）、家庭総合（４単位）が10.0時間（回答者21人）であり、現代社会（２単位）が3.6時間（回答者42人）、政治・経済（２単位）が3.7時間（回答者26人）、社会と情報（２単位）が4.3時間（回答者36人）であった。消費者教育の平均実施時数は、家庭科が最も多かった。山梨県の公立高等学校では、主として家庭科が消費者教育を実施していた。

２ 家庭科に関する結果及び考察

(1) 実施している消費者教育の内容

実施している消費者教育の内容とその実施人数について、山梨県のデータを使用し、さらに担当教科ごとに筆者が分析を行った。家庭科（回答者53人）、公民科（回答者58人）、情報科（42人）に分けて、実施している消費者教育の内容の人数とその割合について、全体及び教科ごとにまとめたものが表１である。

表１ 実施している消費者教育の内容と回答人数（実施が多い内容について）

内 容	全体実施人数 人数（％）	家庭科53人中の 実施人数（％）	公民科58人中の 実施人数（％）	情報科42人中の 実施人数（％）
悪質商法とクーリング・オフ	129 (46.2)	48 (90.6)	41 (70.7)	9 (21.4)
契約と契約トラブル	127 (45.5)	45 (84.9)	36 (62.1)	12 (28.6)
消費者の権利と責任	118 (42.3)	44 (83.0)	42 (72.4)	5 (11.9)
信用取引やクレジットカード	111 (39.8)	46 (86.8)	18 (31.0)	8 (19.0)
スマホやネットのトラブル	111 (39.8)	22 (41.5)	16 (27.6)	31 (73.8)
ゴミ問題やリサイクル	105 (37.6)	33 (62.3)	30 (51.7)	5 (11.9)
通信販売やインターネット取引	103 (36.9)	28 (52.8)	18 (31.0)	25 (59.5)
製造物責任法（ＰＬ法）	101 (36.2)	31 (58.5)	32 (55.2)	6 (14.3)
知的財産権（偽ブランドと著作権）	87 (31.2)	4 (7.5)	26 (44.8)	31 (73.8)
環境を考えた消費	86 (30.8)	33 (62.3)	26 (44.8)	3 (7.1)
資源や省エネルギー	76 (27.2)	20 (37.7)	28 (48.3)	3 (7.1)
商品・サービスの表示やマーク	73 (26.2)	38 (71.7)	11 (19.0)	7 (16.7)
地産地消	73 (26.2)	43 (81.1)	14 (24.1)	2 (4.8)
食品添加物や残留農薬	70 (25.1)	43 (81.1)	12 (20.7)	1 (2.4)
商品の品質と安全性	64 (22.9)	24 (45.3)	15 (25.9)	3 (7.1)
消費生活センターの機能と役割	62 (22.2)	32 (60.4)	22 (37.9)	2 (4.8)
遺伝子組み換え食品	61 (21.9)	37 (69.8)	15 (25.9)	2 (4.8)
商品の選択	60 (21.5)	29 (54.7)	8 (13.8)	3 (7.1)
家庭の経済生活、家計管理	56 (20.1)	29 (54.7)	7 (12.1)	3 (7.1)
フェアトレード	56 (20.1)	30 (56.6)	21 (36.2)	0 (0.0)
食品ロス	40 (14.3)	31 (58.5)	6 (10.3)	0 (0.0)
消費者市民社会	39 (14.0)	19 (35.8)	10 (17.2)	2 (4.8)
金融商品・投資に関するトラブル	39 (14.0)	9 (17.0)	13 (22.4)	6 (14.3)
生活情報の活用（広告等）	35 (12.5)	6 (11.3)	4 (6.9)	10 (23.8)
その他	10 (3.6)	1 (1.9)	2 (3.4)	1 (2.4)

＜注＞・全体実施人数とは有効回答者（279人）がそれぞれの内容を実施している人数とその割合（％）を示す
・各教科の担当人数中の実施人数とは、それぞれの内容を実施している人数とその割合（％）を示す

表１は、有効回答者279人が実施している消費者教育の内容について、多い順に上から並べた表である。併せて、各内容について、各教科担当者が実施している人数及びその教科担当者全体での割合を示した。

「悪質商法とクーリング・オフ」、「契約と契約トラブル」、「消費者の権利と責任」は、全体での実施割合が高かった。これらの実施割合を教科ごとにみると、家庭科のほうが公民科よりも実施割合が高かった。契約や悪質商法などについて、家庭科で8割以上の教員が実施していた。公民科で6～7割の実施率と低くなったのは、前述の結果にあるように、公民科での消費者教育の平均実施時数が家庭科よりも少ないからではないかと考えられた。

「信用取引やクレジットカード」については、家庭科の実施率が86.8%なのに対して、公民科では31.0%とかなり低かった。高等学校の家庭科では、契約などの他に生涯の生活設計などについて行うため、関連させて実施しやすいのではないかと考えられた。

「スマホやネットのトラブル」、「知的財産権（偽ブランドと著作権）」については、情報科での実施率が7割以上と高かった。また、「通信販売やインターネット取引」は、情報科や家庭科で5割以上、公民科では3割以上の実施率であった。これらは教科書に掲載されている内容であるが、生徒の実態などを含めて教員が知らないことがらも多い内容である。今回の教材では、授業で使える題材「情報」のところで消費生活相談情報に基づく統計や相談事例を入れた。また、県民生活センター出前講座の講座内容例でも紹介した。教員がこれらを活用し、指導をしていくことが望ましい。

家庭科では、衣食住の生活に関連させて実施している消費者教育の内容が多く、実施割合が高くなっていると考えられた。例えば、家庭科で実施率が6割以上の内容には、「ゴミ問題やリサイクル」(62.3%)、「環境を考えた消費」(62.3%)、「商品・サービスの表示やマーク」(71.7%)、「地産地消」(81.1%)、「食品添加物や残留農薬」(81.1%)がある。

「商品の品質と安全性」については、全体の実施率は22.9%と低く、家庭科でも45.3%である。「消費者教育の体系イメージマップ」の重点領域として「商品等の安全」がある。今回の教材では、授業で使える題材「安全・安心と環境」のところに商品事故情報や子どもの事故などの内容を入れた。商品等の安全に関する指導をより充実させていくべきである。

「フェアトレード」は、全体の実施率は20.1%と低く、家庭科でも56.6%であった。今回の教材では追加教材として入れたが、「消費者市民社会」に関する内容とあわせて、授業で導入していくことが望ましい。

「金融商品・投資に関するトラブル」は、公民科の実施率が22.4%、家庭科では17.0%と低かった。家庭科では生涯の生活設計に関連する内容である。今回の教材ではこの内容は入っていないが、今後、追加教材を入れたり、他の関連サイトのリンクを張ったりするなどしていく必要がある。

(2) 消費者教育の指導方法

消費者教育の指導方法に関して、さらに筆者が山梨県のデータを使用・分析し、県の結果のグラフに家庭科担当者53人中の人数とその割合を挿入したものが図7である。

消費者教育の指導方法について、全体279人中229人が「講義形式（板書の授業）」であり、その割合は82.1%であった。家庭科担当者53人中ではその割合を超えて、92.5%が「講義形式（板書の授業）」となっていた。複数回答であるため、このような大変高い割合になったとも考えられるが、実践的・体験的学習活動を重視する家庭科にとって、消費者教育の指導方法を工夫していくことが課題である。家庭科では「アクティブ・ラーニング」は49.1%であるが、「シミュレーションやゲーム」は18.9%、「ロールプレイングなどの疑似体験学習」は22.6%と低い。今回の教材では、キャッチセールスのロールプレイング教材を掲載しており、多様な指導方法を導入していくことが望ましい。

山梨県における中学校・高等学校教員向け消費者教育の教材開発

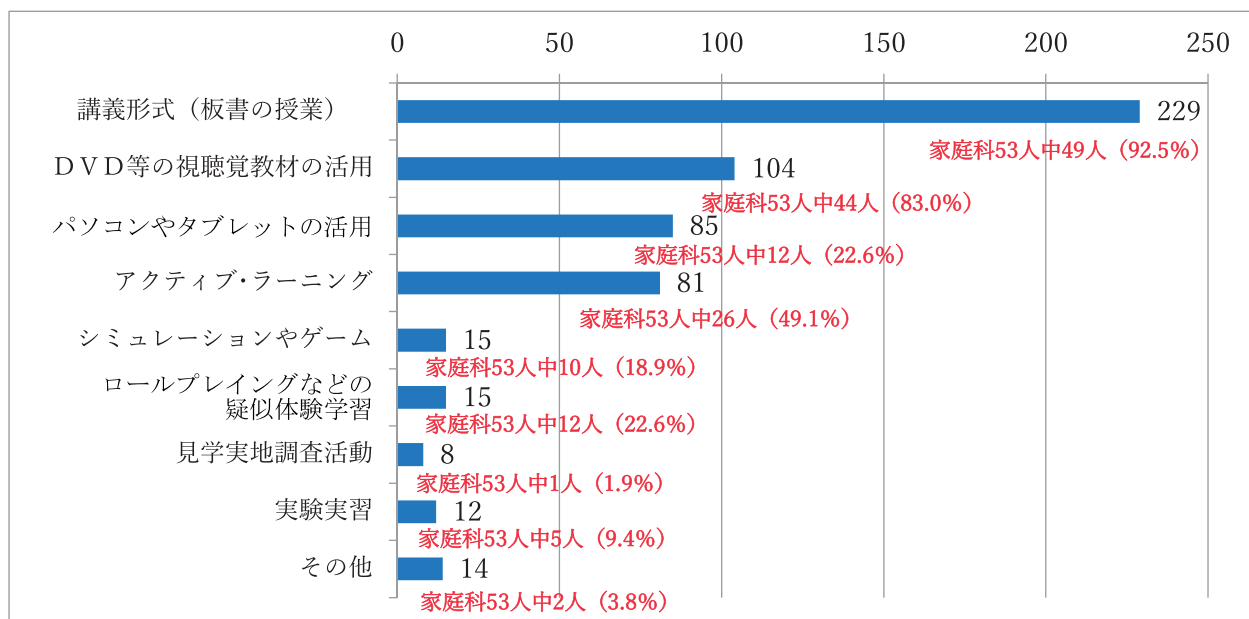


図7 消費者教育の指導方法について

＜注＞・単位：人 ・複数回答あり ・有効回答者数：279人
 ・出典：「平成28年度山梨県公立高等学校における消費者教育の実態調査について」p.10に、筆者が家庭科担当者53人中の人数（人）及び割合（％）を加筆した（赤字部分）

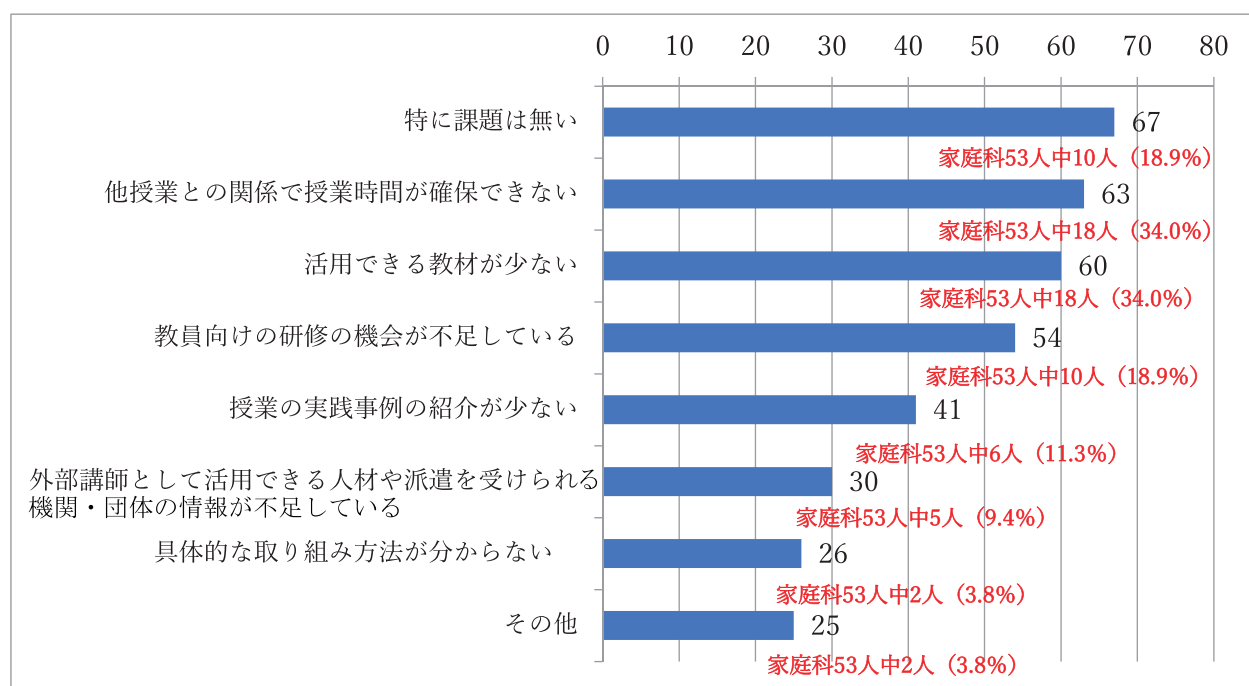


図8 消費者教育の課題について

＜注＞・単位：人 ・複数回答あり ・有効回答者数：279人
 ・出典：「平成28年度山梨県公立高等学校における消費者教育の実態調査について」p.11に、筆者が家庭科担当者53人中の人数（人）及び割合（％）を加筆した（赤字部分）

「DVD等の視聴覚教材の活用」は家庭科で83.0%と、消費者教育の指導方法として定着している。近年、さまざまな視聴覚教材が出ており、DVD教材ばかりではないインターネット環境を利用した教材も多くなっている。「パソコンやタブレットの活用」は全体では30.5%、家庭科では22.6%と低い。今回の追加教材ではYouTubeによる教材配信をしたが、インターネット環境を利用した効果的な指導方法を進めるべきである。

(3) 消費者教育の課題

消費者教育の課題に関して、筆者が山梨県のデータを使用・分析し、県の結果のグラフに家庭科担当者53人中の人数とその割合を挿入したものが図8である。

消費者教育の課題について、全体279人中67人が「特に課題は無い」とし、その割合は24.0%であった。家庭科担当者53人中では、「特に課題は無い」のは18.9%であった。全体では76.0%、家庭科では81.1%の教員が消費者教育について課題があった。

「他授業との関係で授業時間が確保できない」については、全体では63人が回答し22.6%であったが、家庭科担当者では34.0%と全体割合よりも高く、授業時間が確保できないという課題が見出された。また、「活用できる教材が少ない」、「教員向けの研修の機会が不足している」、「授業の実践事例の紹介が少ない」などが課題として挙がっていた。消費者教育の拠点である山梨県県民生活センターでは、教材提供やさまざまな情報発信、出前講座などを行っており、その活用をいっそう促すべきである。

消費者教育に関するさまざまな課題が見出されたが、消費者教育推進法の施行や消費者教育の拠点としての消費生活センターの位置づけがあるため、山梨県県民生活センターと学校などの関連機関との連携が以前よりも円滑に進められるようになってきた。県民生活センターや関連機関のもつ消費生活に関する多くの情報を、教員が授業で活用しやすいよう工夫して提示し、学校と関連機関が連携して消費者教育を推進することが必要である。消費者教育の効果的実践を支援する専門職として、消費者教育コーディネーターの配置が始まっており、山梨県県民生活センターでも1名配置された。特に山梨県の消費者教育コーディネーターは、学校教員の経験を有する人材であり、課題解決に向けて、山梨県の消費者教育の推進に大きく役立つと考えられる。

IV おわりに

山梨県では県民生活センターを拠点とした消費者教育が行われている。本研究は、筆者が編集責任者として関わり、県民生活センターから発行された中学校・高等学校教員向け消費者教育教材「消費者市民社会をつくる～中学校・高等学校における消費者教育のために～」の内容及び、山梨県が実施した「公立高等学校における消費者教育の実施状況アンケート」結果を通して、消費者教育の内容・指導方法などについて考察し、特に家庭科における課題について論じた。

消費者教育推進法では、消費者市民社会の定義や消費者教育推進をする上での基本的な考え方が示された。作成した教材は、消費者教育の重点領域「消費者市民社会の構築」を重視し、中学校・高等学校での活用を考えて内容を工夫し、さらに倫理的消費（エシカル消費）に関わるフェアトレードの教材を追加した。山梨県webサイト「学校向け教材」では、教材がダウンロードできるようになっている。今後も内容更新に協力し、サイトを充実させて、学校教員に役立つものにしていきたい。

山梨県県民生活センターが実施した調査データを、特に家庭科に着目して筆者がさらに分析した。主として家庭科が消費者教育を実施しており、契約や悪質商法などにおける実施率も公民科より高

かった。家庭科では、衣食住の生活や生活経営などに関連させて行う消費者教育の内容が多く、実施割合が高くなっていると考えられた。実施率が低い「商品等の安全」や「消費者市民社会」などの内容を、授業に導入していくことが望ましい。

消費者教育の指導方法は「講義形式（板書の授業）」が多く、多様な指導方法を導入していく必要がある。消費者教育のさまざまな課題があるが、県民生活センターに配置された消費者教育コーディネーターを活用しながら課題解決を行い、消費者教育を進めていくことが期待される。

<注>

1) 山梨県消費者基本計画

<http://www.pref.yamanashi.jp/shokuhin-st/syouhi/documents/shouhishakihonkeikaku.pdf> (2017/10/25 参照)

2) 山梨県webサイト「学校向け教材」

<http://www.pref.yamanashi.jp/kenminskt-c/gakkoukyouzai.html> (2017/10/25 参照)

3) 神山久美 (2016) 「山梨県における小学校教員向け消費者教育の教材開発」 山梨大学教育学部紀要第25号, pp. 127-132

4) 消費者庁「消費者教育の体系イメージマップ」

<http://www.caa.go.jp/kportal/search/pdf/imagemap.pdf> (2017/10/25 参照)

5) 国際連合広報センター「持続可能な開発目標 (SDGs)」

http://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/ (2017/10/25 参照)

6) 消費者庁「倫理的消費」研究調査会

<http://www.caa.go.jp/region/index13.html> (2017/10/25 参照)

7) 山梨県「公立高等学校における消費者教育の実施状況アンケート」

<http://www.pref.yamanashi.jp/kenminskt-c/center/koukouanket.html> (2017/10/25 参照)

<参考文献>

- ・文部科学省「小学校学習指導要領解説（家庭編）」（平成29年6月）
- ・文部科学省「中学校学習指導要領解説（技術・家庭編）」（平成29年6月）
- ・日本消費者教育学会関東支部監修（2016）『新しい消費者教育～これからの消費生活を考える～』慶應義塾大学出版会
- ・西村隆男編著（2017）『消費者教育学の地平』慶應義塾大学出版会
- ・消費者庁（2017）『平成29年版消費者白書』勝美印刷