

家庭科における消費者教育の位置

生野 桂子¹

本研究は、現在の日本の小学校家庭科における消費者教育の現状を把握し、今後の消費者教育の充実・発展へ向かっての課題を探ることを目的としている。

新生家庭科発足時から現在に至る学習指導要領や家庭科教科書を資料として用いることにより、教育実践というよりも、むしろ教育内容やカリキュラム構成に着眼し、その意図を見出すことにした。史的変遷を踏まえつつ、最終的に、平成23年版教科書の記述内容を精査した。その際、消費者教育の先進国である米国のテキストやカリキュラムガイドの例を取り上げ、それらとの比較対照において、日本の現状を浮き彫りにすることを試みた。

結果、現在の消費者教育は内容やカリキュラム構成の点から過渡期にあり、課題が残されていることが分かった

Keywords : 家庭科、消費者教育、生活者、カリキュラム

1. 消費者の概念

消費者とは、生活に必要な財やサービスを購入し使用する人のことである。人は一生活者として日々の生活を営む存在であるが、生産と消費の何れをも自分自身の意志や行動によって賄う生活では、消費者としての一面は意識に上りにくいと考えられる。しかし、19世紀末に近代資本主義社会が到来し、社会における生産、流通、消費の機能の分離が行われるようになると、一人の人間が生活する上で、一面では生産者であり、また別の一面では消費者でもあるというように二面性を持つことが認識されることになる。人が生産者と消費者とに分離されることによって、消費者の概念が浮き彫りにされ、改めてそのあり方が問われることになる。

2. 消費者問題の認識と消費者教育

生産者と消費者とが分離し、両者の間に過程や

距離が生じることによって、消費者問題は発生した。人が、最終消費者として購入した財やサービス、及びその取引を巡って生じる消費者側の被害を、消費者問題として認識するようになったのは、1900年代の米国においてであった。

80年後半から問題となった葡萄酒へのタール混入、牛乳の水増し等の事件を受け、米国では「純正食品・医療品法」が1906年に制定されている。その後、連邦取引委員会法制定、化学局（現在のFDA）創設と続き、1929年には、「消費者研究所」が設立される。この民間の消費者研究所は、生活用品の信頼性に関する商品テストを実施し、その結果を消費者向けに『Consumers Research Bulletin』にて発表することにより集团的自衛力を発揮して広く市民から支持を得た。この組織的活動は消費者運動の先駆けとなったと言われ、1936年には消費者同盟が結成され、それは世界最大の民間消費者団体へと発展し、現在も活発に活動している。

一方、日本においては、昭和20年の不良マッ

1. 宮城学院女子大学児童教育学科

チ不買運動や米よこせ運動等、消費者団体としての“一揆型”の消費者運動が行われている。そして直後には、独占禁止法制定（1947年）、食品衛生法制定、改訂（1947年、1957年）、JAS法制定（1950年）となっており、これらのことから公的に消費者問題が認識されたと見られる。

だがその消費者問題も、依然として、森永ヒ素ミルク中毒事件、ニセ牛缶事件、サリドマイド事件等、後を絶たず、さらに、薬事法、割賦販売法、景品表示法が泥縄式に制定されていくことになる。そして、消費者保護基本法が昭和43年（1968年）に制定されるに至る。

3. 消費者の権利と消費者教育

消費者運動や法整備・施策等は、当初、商品の純正性や安全性を求める消費者のニーズに対応するものであった。しかし、1960年代には、一部で環境問題への言及が行われ、消費者としての意識に変容が生まれたことが分かる。

時に1962年、米国大統領ケネディは、連邦議会へ送付の「消費者の利益保護に関する教書」において、消費者の四つの権利を提唱した。それは、安全への権利、情報を与えられる権利、選択する権利、意見を聴かれる権利である。此処に消費者の生産者に対峙する力、主体的に消費行動を行う力培養の土壌が築かれたと言える。その後1976年、フォード大統領の「消費者特別教書」によって、消費者の権利として「消費者教育を受ける権利」が一般的に認知されたのである。

我が国の場合、消費者問題の認識には米国と比較して相当の時間的経過を要したものの、「消費者保護基本法（1968年制定）」により消費者保護の気運はいち早く進展した。そして、同法（啓発活動及び教育の推進）第12条には、国が、「消費者が自主性をもって消費生活を営むことができるよう」に知識や情報の提供啓発活動の推進すること、「消費生活に関する教育を充実する」ことと既定している。国が消費者教育の必要性と推進を図ることを謳ったものである。

学習指導要領に目を転じると、1968年、1969年、

1970年の小学校、中学校及び高等学校学習指導要領では、消費者保護の理念を明示している。学校現場ではこれに従い、家庭科、社会科、理科、特別活動等の時間に消費者教育を行っている。

家庭科でも取り組みは早く、1972年～1974年には「消費生活読本 よりよいくらし」「しょうひせいかつ」「これからの消費生活」といった副読本を作成し、利用する学校が出ている¹。だが、当時の家庭科における消費者教育を評しては、量的に乏しいばかりか、本来の消費者教育としての体を成さないとわざるを得ない。上記の副読本にしても、その他の資料類にしても、企業側からの、また行政機関からの主婦向けの啓蒙や消費者情報がアレンジされたものに過ぎず、しかも伝統的な生活技術中心のものである。それは、消費者が本来行うべき価値形成や消費行動に関する意思決定等に関する組織的な働きかけを欠いているものである。

4. これまでの家庭科における消費者教育

ここで、小学校学習指導要領家庭科に見られる消費者教育の目標及び内容の変遷を概観したい²。なお、昭和22年小学校学習指導要領家庭（試案）には表記がないため割愛した。

過去の学習指導要領に示された小学校家庭科の内容における消費者教育の位置付け方を見ると、まず、昭和22年の学習指導要領家庭編（試案）では、家庭科の内容項目が、5学年6項目、6学年4項目あるが、その中の何れにも消費者教育中心の内容は含まれない。

また、昭和33年の改訂において、「家族関係」「生活管理」「被服」「食物」「住居」の5内容領域に整理されるが、消費者教育の項目はない。当時の教科書を見ると、「生活管理」の内容に「金銭の使い方」として6年生に36行（5、6学年併せて全148頁中1頁半に相当）が割かれ、「買い物」と「金銭の記録」を取り扱っている。また、「衣服」の項目の中で「衣服の買い方」が、「こんだてと調理」の中で「食品の買い方」が各々半頁分ほどを割いて記載されている。

その後の1968年改訂以降、1989年改訂時までは、同様の内容構成であり、位置付けである。ただ、1989年改訂後の教科書の記述を見ると、5年生では、住居領域に環境教育を意識した「ごみと資源・不用品の扱い」、家庭生活と食生活の総合的領域に消費者教育の内容「商品の品質表示」「季節や地域と食品選択」が置かれている。6年生では消費者教育の項目「くらしと買い物」が独立して設定され、「お金の使い方、買い物の仕方、商品の選び方、買い物と生活の見直し」等の内容が含まれる。

1998年改訂時は、内容領域の構造が明示されず、8内容を横並びに並べただけのものとなった。これは、家庭生活の総合的で多岐に亘る内容の構造の捉えなおしが行われ、カリキュラム編成が過渡期に入ったためであると解釈することができる。ここでは、8内容のうち7番目に、「計画的な買い物」が設定された。また、8番目には「近隣の人々との生活」が置かれているが、これは環境教育を担う内容項目である。

最後に、2008年改訂の現行学習指導要領について見る。この改訂で初めて実現したのが、小・

中家庭科の発展系統性の重視と、内容構成の体系化を図った点であり、小・中ともに「A 家族・家庭経営」「B 食生活」「C 衣生活・重生活」「D 消費生活と環境」の4内容で構成される。ここで特筆すべきは、4内容のうちの一つとして、消費者教育と環境教育が取り上げられ収められたことである。

旧来より、家庭科の内容の構造化の視点は、生活活動中心であった。つまり、食べる、調理する、着る、縫う、住まう、手入れをする等、目に見える形の生活活動による分類が、そのまま教育内容の類型化に用いられた。今回の改訂は、生活活動に収まらないと言うよりも、むしろ、生活活動全般に関わる消費、環境の内容を柱の一つに据えたという点で、家庭科成立後初めての出来事である。1998年改訂時に引き続き、家庭科が、教育内容やカリキュラム編成上の転換点に入っていると見ることができる。そして、後述するように、現在のこの内容構成であってなお、カリキュラム構成は理論上過渡期にあり、日本の家庭科カリキュラムには課題が残されている。

表1 小学校学習指導要領（家庭）に見る消費者教育の目標及び内容の変遷

告示年	目標及び内容の変遷
昭和26年	目標3(7) 自分に適当な簡単な衣服の選択や手入れや裁縫ができること。
昭和31年	目標4. 労力、時間、物資、金銭を大切に、計画的に使用して家庭生活をいっそう合理化しようとする。
昭和33年	目標2 被服・食物・すまいなどに関する仕事を通して、時間や労力、物資や金銭を計画的、経済的に使用し、生活をいっそう合理的に処理することができるようにする。 D家庭(1) 合理的な生活について考えさせ、これを実践しようとする。 エ 金銭の使い方について、じょうずな買物のしかたを考えたり、金銭の収支の記録のしかたを実習する。

昭和43年	D 家庭 (1) エ 買い物のしかたを考えたり、金銭収支の記録のしかたを実習したりすること。
昭和52年	C 住居と家族 (3) 買物の仕方及び金銭収支の記録などを工夫し、計画的な生活が必要であることを理解させる。
平成元年	C 家族の生活と住居 (2) 買物の仕方や金銭の使い方などが分かり、計画的に生活する必要があることが理解できるようにする。 ア 物の選び方や買い方を考えて、適切に購入することができること。 イ 金銭の使い方と記録の仕方を工夫すること。
平成10年	2 内容 (7) 身の回りの物や金銭の計画的な使い方を考え、適切に買物ができるようにする。 ア 物や金銭の使い方を自分の生活とのかかわりで考えること。 イ 身の回りの物の選び方や買い方を考え、購入することができること。
平成20年	D 身近な消費生活と環境 (1) 物や金銭の使い方と買物(7) 物や金銭の使い方と買物 ア 物や金銭の大切さ、計画的な使い方 イ 身近な物の選び方、買い方ア物や金銭の使い方 (2) 環境に配慮した生活の工夫イ身の回りの物の選び方や買い方を考えた購入 ア身近な環境とのかかわり、物の使い方の工夫

5. 現行学習指導要領における消費者教育

上述したように、現行の学習指導要領では、家庭科における消費者教育の位置付けが明確にされた。そして、改訂後の本格的実施を前にした2011年1月、文部科学省は、消費者庁との連携協力による「学校教育における消費者教育の推進と充実」のための資料を配布している³。そこには、学校における教育課程全体を見通し、消費者教育を担う教科と取り扱う内容とが以下のように示された。すなわち、家庭科及び技術・家庭科では主体的生活者としての消費者を育成するということ、また、社会科では消費経済の仕組み、消費者行政と消費者支援・保護に関する内容を扱うこととなった。

表2 学習指導要領に見る消費者教育の内容

学校種・教科(科目)	内容
小学校(家庭科)	<ul style="list-style-type: none"> ・物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考えること ・身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できること
中学校(社会科(公民))	<ul style="list-style-type: none"> ・金融などの仕組みや働き ・消費者自立支援なども含めた消費者行政(消費者保護)
中学校(技術・家庭科)	<ul style="list-style-type: none"> ・自分や家族の消費生活に関心を持ち、消費者の基本的な権利と責任について理解すること ・販売方法の特徴について知り、生活に必要な物資・サービスの適切な選択、購入及び活用ができること
高等学校(公民科)	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者に関する問題
高等学校(家庭科)	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活の現状と課題や消費者の権利と責任 ・消費生活と生涯を見通した経済の計画 ・契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題 ・消費者問題や消費者の自立と支援

文部科学省『学校における消費者教育について』(平成23年)より抜粋

6. 教科書の記述に見る消費者教育

では、小学校家庭科の場合、実際の教科書ではどのような扱い方になっているのか、平成23年度から使用された教科書の記述に従って見ると次の通りである⁴(表3)。**消費****環境**のマークは、消費者教育、環境教育の内容が盛り込まれた箇所⁵に付してある。

先述したように、消費者とは生活者としての一面を表現したものである。最近では、環境に配慮した生活行動を選択する生活者としてのあり方と、消費者としてのあり方を併せて、生活者としてとらえるようになっている。そのためここでは、生活者教育としての視点から、消費者教育、環境教育の両者を取り上げた。

消費者教育及び環境教育を中心とする題材は、5年「上手に使おう 物やお金」、5年「環境を考えた「エコライフ」をくふうしよう」、6年「考えようこれからの生活」の3題材である。しかし、大半の題材に、消費者教育・環境教育の内容が散見されるのが一目にして瞭然である。教科書に配置された内容量からも、消費者教育・環境教育が嘗てないほどに重視されていることが分かる。家

庭科教育⇒生活者教育⇒消費者・環境教育の関係性が強調されたと言えるだろう。

それは同時に、先ほども述べたように、家庭科には、教育内容の新しい枠組みをつくり上げるといふ目下急務となる課題が存在していることを示しているのである。

表3 小学校家庭科教科書に見られる消費者教育・環境教育（開隆堂平成23年版使用）

〔5年生〕	
2	はじめてみようクッキング 炎の調節 環境 調理・ごみ・排水 環境
4	かたづけよう身の回り 持ち物の分類 消費 リユース・ごみ 環境 しまい方 あき箱を利用 環境
5	できるようになったかな 家庭の仕事 使う水 洗剤の量 食器の汚れ 環境 新聞紙ペットボトルなどの分別 環境 買い物袋 不用品の活用 洗剤の量 環境 水を入れ過ぎないゆで方 使わない消しゴムをゆずる 節水する洗い方 環境
8	上手に使おう 物やお金 収入とお金の使い方 消費 買い方や使い方 消費 環境 上手な買い方 消費 計画・情報・選択・買う、支払う・振り返る 消費
9	寒い季節を快適に 日光を取り入れる・カーテンやドアの開閉 環境 自然の力を利用した住まい 環境
10	家族とほっとタイム 買い物のメモ 消費
○	環境を考えた「エコライフ」をくふうしよう 食生活編 水 火加減 油 環境 住生活編 採光 電気のスイッチ 整頓と掃除機 環境 ごみを少なくする4つのR 環境 衣生活編 フリーマーケット 省エネ 布の無駄 布の再利用 環境 消費生活編 不用品再使用 エコバッグ 買い方 環境 消費 チャレンジコーナー エコ情報 グリーンコンシューマー エコライフ 環境

〔6年生〕	
1 くふうしよう 朝の生活	
用具や食材の準備	消費
加工食品の取り扱い	消費
あとかたづけ 油のついた食器や用具 ごみ	環境
2 きれいにしよう クリーン大作戦	
住宅用洗剤の表示	消費
トライエコ生活 不用品 ごみ 分別 コンポスト リサイクル リユース	環境
3 暑い季節を快適に	
冷房器具の上手な使い方	環境
すだれ 緑のカーテン 散水 屋上緑化	環境
取扱い絵表示 素材表示 洗濯と環境 洗剤を使わない掃除	消費 環境
6 考えようこれからの生活	
物や時間の使い方	消費
エネルギーの使い方	環境
資源を生かす活動	消費 環境
家族のためのパーティ計画から実行まで	消費
人びとや環境とのかかわり	環境

7. 米国教科書に見るコンシューマリズム

(1) 『TEEN GUIDE』の記述に見られる消費者教育

消費者教育先進国の米国では、中間学校（6年生～8年生、9年生中心）や高等学校において、消費者教育のテキストを用いた授業が実施されている。そこに展開される消費者教育は、消費者の定義に基づくもので、人を自立した生活者として育てるという教育観が明確である。

広く使用されているテキストの例として、『TEEN GUIDE』⁵『The Confident Consumer』⁶を取り上げて、単元構成のあり方を見ることにする。まずは、TEEN GUIDEであるが、1961年の初版から今日に至るまで継続し、家庭科のテキストとして幅広い支持を得ている。ここでは、1990年版を資料として取り扱った。大単元は6つ設

定され、「Ⅰ 人間関係」「Ⅱ 家族関係」「Ⅲ 住生活」「Ⅳ 資源」「Ⅴ 衣生活」「Ⅵ 食生活」となっている。これらの単元の内容配列は、「消費者情報」「資源管理」「職業」「将来」「歴史と文化」「家庭と経営」「住居と室内装飾」「人間の発達」「人間関係」の9項目で示されている（表4）。○印を付した箇所には、消費者教育の内容が含まれている。例えば、スコープ「Ⅳ 資源」とシークエンス「消費者情報」からなるセルの内容は、「収入の管理/支出計画/貯蓄/利息」「広告/衝動買い/安売り/消費者保護」「信用販売（クレジット）」となっている。また、「Ⅵ 食生活」と「消費者情報」のセルは、「栄養表示」「健康食品/有機栽培食品」「食料品の購入」「食料品店/買い物のヒント」「メニューとチップ」「台所用品の買い方」「メートル法」「肉の買い方」「果物・野菜の買い方」「パ

ン・穀類の買い方/穀類の原材料表示」「学校給食/食料品用スタンプ」となっている。「IV 資源」

と「人間の発達」のセルは、「意思決定/リスク」である。

表4 TEEN GUIDE のスコープとシーケンス

		消費者 情報	資源 管理	職業	将来	歴史と 文化	家庭と 経営	住居と 室内装飾	人間の 発達	人間関係
I	人 間 関 係									
II	家 族 関 係	○								
III	住 生 活	○	○							
IV	資 源	○	○	○	○	○	○	○	○	○
V	衣 生 活	○	○							
VI	食 生 活	○	○							

『TEEN GUIDE』の記述を整理する中で、以下の知見が得られた。

- ①教育内容の範囲 (scoop) と、順序 (sequence) が示され、カリキュラム構成の考え方が明確であること。
- ②家庭科の目標は、生活者の自立のための支援を行うことであって、生活技術教育が中心なのではないこと。
- ③「消費者情報」は、ほとんどの教育内容の範囲と関係づけられており、「資源」は、全ての具体的教育指標との繋がりをもって設定されていること。
- ④消費者教育の基調には、賢い消費者、消費者の

権利、消費者保護の観点があること。

- ⑤市場経済におけるコンシューマリズムの観点がやや弱いこと。
- ⑥消費者としての責任に関する言及がないこと。

(2) 『The Confident Consumer』の記述に見られる消費者教育

次に、『The Confident Consumer』の記述から消費者教育のあり様を検討する。テキストに示された指標には、「市場における賢明な意思決定」「経済社会の基本的な仕組みの理解(前提とする)」「現代の多様な経済活動とその変化について」「消費者として対処するシステムについて」の各項目が

挙げている。

そして、学習者が日常生活において運用できることを目指すための、方法として「知識」「調べること」「議論すること」「実行すること」を学習活動に組み込むことが提唱されている。

大まかな学習内容の分類枠は、「1. 経済」「2. 意思決定」「3. 日常的な支出」「4. 特別な支出」「5. 金融」「6. 将来設計」の6項目である。このうち、「6. 将来設計」の内容を見ると、「エネルギー、環境、そしてあなた」(エネルギー源 — 個人ができること。政府ができること。環境 — 市民グループができること。政府ができること)「消費者及び政府」(政府規則。政府系機関。税のタイプ。税の目的。政府課税及び支出。税金問題。あなたの社会保障番号。社会保障給付費)等となる。

『The Confident Consumer』は、消費者教育と良いながら、社会的視点からの学習内容が豊かである。そして経済教育と消費者教育との統合化が図られたカリキュラムとなっている。そこで期待される消費者の能力は、旧来の範囲から拡大したもので、次のようにまとめることができる。すなわち、「社会の仕組みを知り、情報を積極的にキャッチしなければならないこと」、「明確な価値意識と意思決定の下に行動すべきこと」、「個人やグループで働きかけること」等である。自立した、しかも市民として責任を果たす消費者像が浮き彫りにされるのである。

8. 今後の消費者教育を考える

消費者教育連盟によれば、消費社会はこれまでの消費者の権利の時代、生活水準追及の時代を経て、21世紀は、新たな消費市民社会の時代を迎えたとされる⁷。

また、近年、個人の消費行動を含めた社会活動によって、消費者個人やグループが社会に働きかける力のことを、「消費者力」と呼称するようになっている。消費者力は、3つの要素「環境・倫理的消費者力」「経済・金融に関する消費者力」「価格に敏感な消費者力」で説明される。平成20年

版国民生活白書によれば、各国の消費者・生活者を3つの消費者力毎に分析した結果、日本の消費者・生活者の特徴は次の通りであった⁸。すなわち、日本人は、要素「価格に敏感な消費者力」が圧倒的に高く、それ以外は低調であった。例えばノルウェーの国民はどの要素もほぼ同様の高さを示したとと比較した場合、日本人の経済性、環境・倫理性の低さが顕著になったのである。

学校教育において、家庭科が今後も「自立した生活者育成」という使命を果たすためには、家庭科のカリキュラムを根本から問い直し、新しいものを創出する必要がある。

本研究では、米国ミドル・スクールの家庭科のカリキュラムを参照しつつ、新たなシステムづくりを念頭においている。ここでは、米国オハイオ州の教育局の提案したミドル・スクール・ガイドのカリキュラム骨子を示すに留め(表5)、詳細は稿を改めて論じることにした。

注)

- ¹ 藤枝恵子 1985 消費者教育のための諸資料 消費者教育指導の実際 家政教育社 264-265
- ² 文部省・文部科学省 小学校学習指導要領 家庭を参照
- ³ 文部科学省 新学習指導要領における消費者教育に関する主な内容 資料学校における消費者教育について 2011
- ⁴ 櫻井純子 内野紀子 鳴海多恵子他 小学校わたしたちの家庭科5・6 開隆堂 2012
- ⁵ Valerie M. Ckamberlain Teen Guide cGraw-Hill Companies 1990
- ⁶ Sally R. Campbell The Confident Consumer The Goodheart-Willcox Company 1995
- ⁷ Heiko Steffens Consumer Education : Policy Recommendations of the OECD Promoting Consumer Education-Trends, Policies and Good Practices 1 2009
- ⁸ 内閣府 消費市民社会への展望-ゆとりと成熟した社会構築に向けて- 国民生活白書平成20年版

表5 Home Economics Middle School Resource Guide (Ohio) に見る
家庭科カリキュラム構成

Empowering Skill Modules

○問題解決 ○個人間の信頼関係 ○管理運営 ○市民性

I 自己実現をはかる

<p>1. 自己形成について</p> <p>①自己尊重 ②自己概念と自己受容</p> <p>③価値と志向 ④目標</p> <p>⑤感性 ⑥自己管理</p>	<p>2. 性について</p> <p>①性についての意思決定</p> <p>②十代の妊娠</p> <p>③性感染症</p>
<p>3. 自己表現について</p> <p>①個人のイメージ</p> <p>②身なり</p> <p>③被服選択</p>	<p>4. 健康的なライフスタイルについて</p> <p>①健全さと健康 ②食品選択</p> <p>③栄養 ④体重管理</p> <p>⑤摂食障害 ⑥余暇</p> <p>⑦ストレス ⑧薬物濫用</p> <p>⑨自殺</p>

II 他者との関係

<p>1. コミュニケーションについて</p> <p>①コミュニケーションの技術</p> <p>②主張の訓練</p> <p>③葛藤の処理</p> <p>④支援体制</p>	<p>2. 家族関係について</p> <p>①家族の本質 ②家族員の役割と機能</p> <p>③家族のライフスタイル ④健康的な家族</p> <p>⑤親子関係 ⑥きょうだい関係</p> <p>⑦家族の危機とストレス ⑧家族間暴力</p>
<p>3. 友人関係について</p> <p>①友情</p> <p>②友人間の圧力</p> <p>③デート</p>	<p>4. 子どもについて</p> <p>①子どもの成長発達</p> <p>②指導</p> <p>③遊び</p>
<p>5. 福祉について</p> <p>①養護 ②養育</p> <p>③老人介護 ④特別支援</p> <p>⑤ペットの世話</p>	<p>6. グローバル社会について</p> <p>①市民性 ②地域と関わる</p> <p>③グローバルな考え方 ④技術</p> <p>⑤変革</p>

Ⅲ 独立のために

<p>1. 自立について</p> <ul style="list-style-type: none"> ①責任 ②自己防衛 ③独立 	<p>2. 衣裳について</p> <ul style="list-style-type: none"> ①購入 ②手入れ ③維持管理 ④被服構成
<p>3. 食物調製について</p> <ul style="list-style-type: none"> ①購入 ②厨房運営 ③レシピを用いる ④安全と衛生 ⑤技術 ⑥献立と軽食 	<p>4. 就業について</p> <ul style="list-style-type: none"> ①自己評価 ②職業選択 ③企業 ④職探し
<p>5. 労働の役割について</p> <ul style="list-style-type: none"> ①仕事の格 ②労働する場所としての学校 ③労働の質 ④労働における信頼性 ⑤労働と家族 	

Ⅳ 資源の管理運営のために

<p>1. 個人的資源</p> <ul style="list-style-type: none"> ①資源を使う ②個々人の能力 ③時間管理 	<p>2. 経済的資源</p> <ul style="list-style-type: none"> ①収入の獲得 ②消費傾向 ③予算 ④金融サービス
<p>3. 消費者保護</p> <ul style="list-style-type: none"> ①消費者としての意思決定 ②広告 ③商標表示 ④権利と責任 ⑤消費者保護 	<p>4. 生活環境</p> <ul style="list-style-type: none"> ①生活する場 ②共生の責任 ③固有の生活空間 ④住環境を守る ⑤グローバルな環境を守る