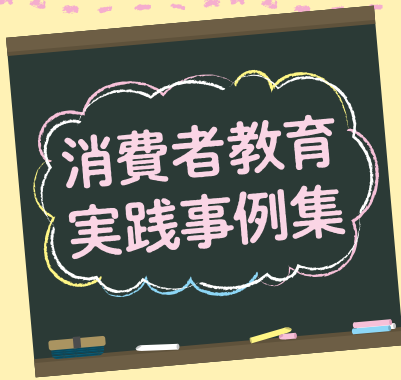


批判的思考力を磨き、社会参加意識を促す 「不当表示広告調査」 — 県消費生活課との連携授業 —

池垣 陽子 Ikegaki Yoko 埼玉県立蓮田松韻高等学校 教諭(家庭科)

2012年度から2年間、埼玉県消費者教育推進委員となったことをきっかけに、批判的思考と意思決定を意識した授業を展開している。文部科学省消費者教育アドバイザー



不当表示広告調査とは

不当表示とは、商品の内容・価格など、実際のものよりも良く見せる表示のことで、景品表示法で禁止されています。埼玉県はインターネット等の広告の不当表示に対する監視の強化、消費者トラブルの未然防止を図ることを目的に、県内の大学・高校と連携して不当表示広告調査(以下、調査)を行っています*1(大学は2007年度から、高校は2009年度から)。

本校では家庭科は1、2年次に「家庭総合」を合計4単位設置しており、その授業の中で、2020年度から1年次の生徒を対象に、調査に取り組ませています。今回は、18歳で成年となる2年次の生徒が、2年連続して調査を行った授業実践(2021年11月実施)について報告します。

授業のねらいと実践のポイント

初回の調査では、広告の分かりやすい表示のあり方について考え、感覚的に判断するのではなく、立ち止まって考えることの大切さに気づかせることができました。一方で、自分たちの調査が世の中の不正義を正すことに貢献しているという自覚と自信を持たせることはあまりできなかったと感じました。そこで、責任ある消費者として、主体的に社会参加できる力を育む授業を考えました。授業の目標は次の2点です。

- 実際の広告で問題がありそうな表現を分析して批判的思考で考えることを通して、情報を適切に判断できるようにする。

- 県の消費者被害の未然防止に向けて主体的に取り組み、不正義を正す消費者市民として行動しようとする。

一度きりの学習では、時間の経過とともに学んだ知識を忘れてしまいます。テーマを変えて繰り返し学習することで批判的思考力に磨きをかけ、主体的に社会にかかわる力を育むことをねらいとしました。

授業実践の展開

本授業の流れおよび内容は表のとおりです。

表 授業の流れおよび内容(50分×2時間)

展開と時間配分	内容
導入(10分)	● 消費者被害の心理的要因分析
展開(70分)	● 広告の見方 (景品表示法・優良誤認・有利誤認) ● 不当表示広告調査
まとめ(20分)	● 発表 ● 振り返り

1 導入

県消費生活課の担当者が講義を行い、教員はフォロー役として入りました。最初に、2020年度の調査は高校・大学合わせて1,198件の報告があり、県で内容を精査した結果、19事業者に対して文書による行政指導を行い、すべて表示が改善されたことが伝えられました。前年度の自分たちの報告をもとに県が動いたことを、実際に事業者への指導を行った担当から直接話を聞くことで、生徒のモチベーションは上がります。その後、消費者庁の「だまされやすさ心理

*1 取り組みの詳細は、埼玉県「景品表示法のページ(不当表示の処分指導・啓発について)」
<https://www.pref.saitama.lg.jp/a0310/jigyousyasido/keihouhou2.html>

写真1 調査のようす



チェック」*²に取り組み、誰もが消費者被害にあうおそれがあることに気づかせます。自分事としてとらえさせるのがポイントです。

2 展開

景品表示法の概要をおさらいした後、実際に行政処分された表示箇所を複数提示して、広告を見る際の注意点を再度理解させます。クイズを出題して確認するなどして飽きないように、テンポ良く進めます。

そして、講義と前年度の調査経験を活かし、調査を開始します。生徒個人のスマホなどを使い、普段見ている動画共有プラットフォームやSNS、商品検索から、商品の性能や効能、サービスの内容について実際のものよりも良く思わせる優良誤認表示の商品・サービスを調べます(写真1)。前回報告の多かった有利誤認表示は、あえて調査対象外としました。

疑わしい表示箇所はスクリーンショットをして、Google Classroom(課題の一元管理ができる授業支援ツール)に提出させます。これは、後日記入する報告書とともに県に提出する、重要な情報となります。

3 まとめ

各クラスで1~2名の代表生徒が、疑わしいと思われる表示について調査した結果を説明します(写真2)。例えば、マウスウォッシュの広告に

写真2 発表のようす



ついて、「15秒で息をきれいにしてお口の悩みが解消されるとは思えない」と指摘するなど、広告に書かれている情報を細かに分析したことを、クラス全体で共有しました。

最後に教員から、消費者市民として不正義を見抜き、行動することの重要性を確認します。

効果と今後の展望

授業の振り返りにおいて、「自分の不当表示広告調査が消費者被害の拡大を防ぎ、誰もが安全・安心に暮らすことができる消費者市民社会の実現につながることを意識して調査することができた」と回答した生徒は、全体の84%となりました。また、「指導されていない広告がまだまだたくさんあることに驚きました」「自分だけ気をつけるのではなく、まわりの人にも危険であることを伝えていきたいです」という感想が寄せられました。

教室内で完結するのではなく、実際に行政指導を行っている県と連携することで、社会への参加意欲を高めることにつながられたという手応えを感じました。消費者トラブルの多くがスマホに関連しているからこそ、今後も県と連携して取り組んでいきたいです。

*2 消費者庁「高齢者・障がい者の消費者トラブル見守りガイドブック」(2020年2月)
https://www.caa.go.jp/policies/policy/local_cooperation/system_improvement/teaching_material_003.html