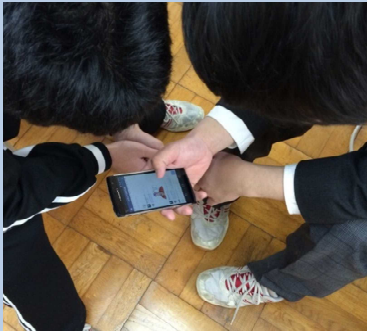


地域の未来へクリック！ ～寸劇でスマートなスマホライフを～



茨城県立神栖高校
学校家庭クラブ活動の取組

1

高校家庭科の学習と消費者教育

- ・消費者教育の現状と課題や消費者の権利と責任
(消費構造の変化、消費行動の多様化 等)
- ・消費生活と生涯を見通した経済計画
(貯蓄や保険などの資金計画 等)
- ・契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題
(クレジットカードの適切な利用、多重債務問題等)
- ・消費者問題や消費者の自立と支援

2

高校家庭科の特徴

◆ホームプロジェクト

個人の研究

家庭生活の充実向上を目指すもの

◆学校家庭クラブ活動

グループまたは学校単位の研究

学校や地域社会の充実向上を目指すもの



家庭科で学んだことを発展させ、よりよい生活を目指す
問題解決型の学習

3

①消費生活センターによる出前講座



〈小中高校生のスマートフォンの主なトラブル〉

- ・オンラインゲームの課金
- ・SNSを利用したいじめ
- ・SNSへの不適切な画像投稿

等

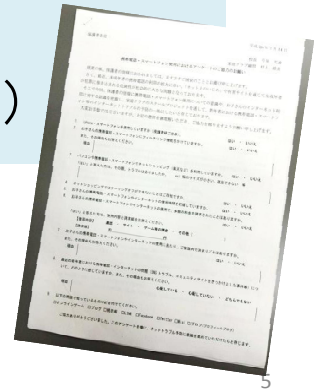
4

②神栖高校における携帯電話の使用実態

◆目的: 神栖高校での携帯電話・インターネットの使用状況や意識を把握する

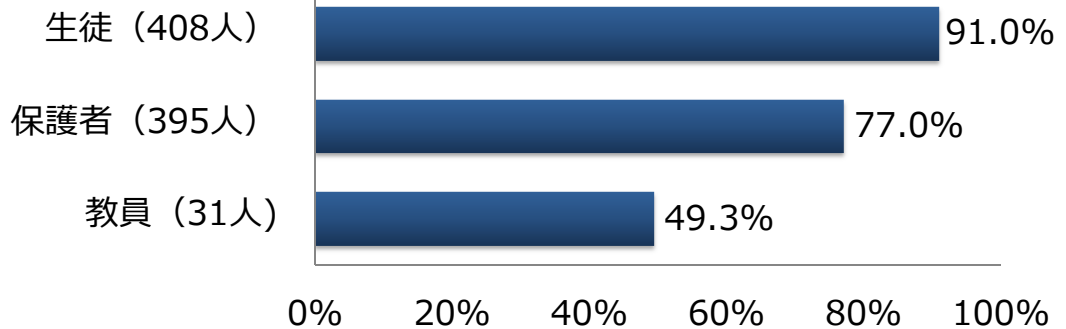
◆対象: 神栖高校生徒(408人) 保護者(395人)
教員(31人)

◆方法: アンケート調査(2014年7月～9月)

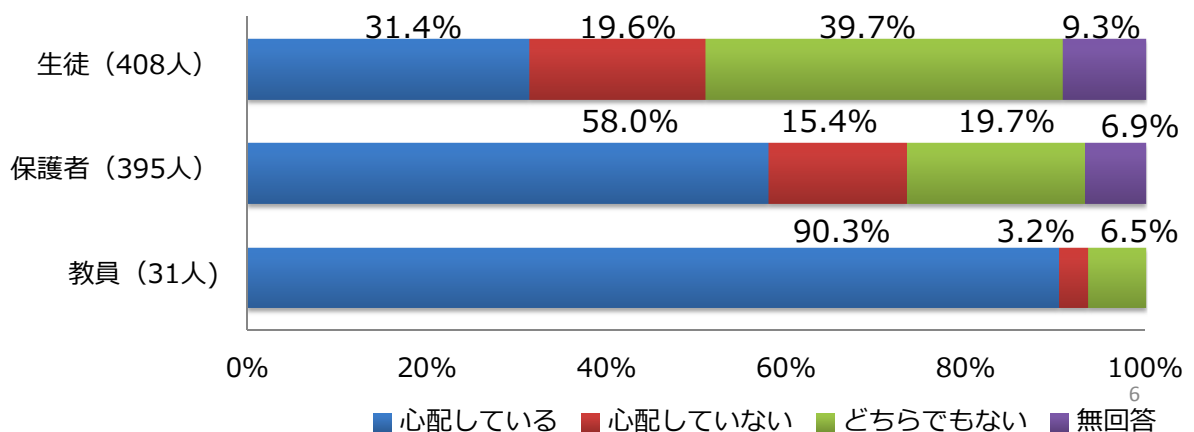


(1) 神栖高校におけるスマートフォン等の使用状況と意識

スマートフォン等の使用率

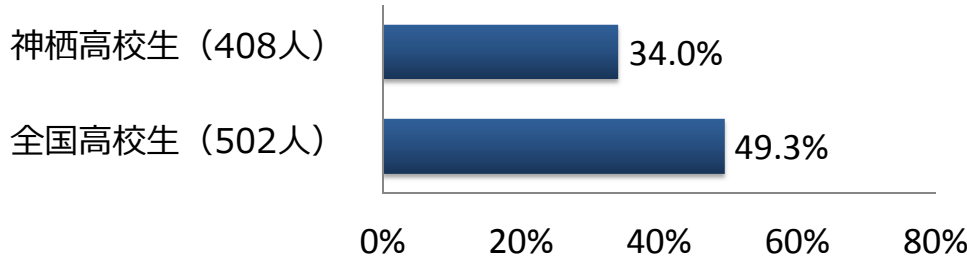


若者における最近のSNSトラブルについて



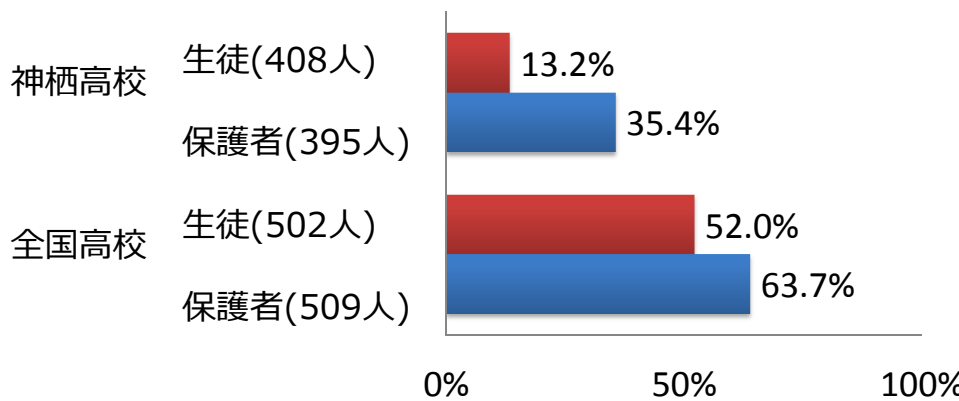
(2) 生徒の携帯電話・インターネットの使用実態と保護者の意識

フィルタリング利用率



※参考: 内閣府「平成25年度 青少年のインターネット利用環境実態調査」(2014)より

携帯電話の使用についての家庭内の決まり事



※参考: 内閣府「平成25年度 青少年のインターネット利用環境実態調査」(2014)より

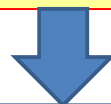
実態調査から

◆まとめ◆

- (1) 神栖高校生, 保護者はSNSトラブルに対する危機感が低い。
- (2) 本校教員はSNSに対する知識が低い。
- (3) 保護者は子供の携帯電話の使用にあまり干渉しない。

◆問題点◆

- (1) SNSなどの間違った使い方をすると大きな問題に！
- (2) 高校生はSNSなどの危険性に対する自覚が低い。
- (3) 高校生がSNSなどの利用について周りの大人と話し合う機会が少ない。



消費者被害の未然防止
消費者としての冷静な判断や意思決定能力

◆目的

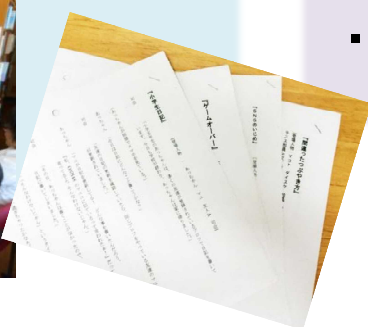
家庭科で学んだ内容を発展させ、地域の小・中学生，神栖高校生に出前講座等を行うことで、消費者被害の未然防止や消費者市民社会の形成に貢献する。

◆活動計画

(1) 小中学校にて

(2) 神栖高校にて

・寸劇出前講座



・ポスター掲示
・SNS安全利用教室

9

(1) 小中学校：〈寸劇出前講座〉

◆目的：寸劇出前講座を通して、地域の小中学生に、SNSに潜む消費者被害等を伝えることにより、消費者としての正しい意思決定能力を身につけさせる。

◆対象：大野原西小5年生、神栖第四中1年生

◆方法：出前講座、事前事後アンケート調査

①事前アンケート



②寸劇出前講座

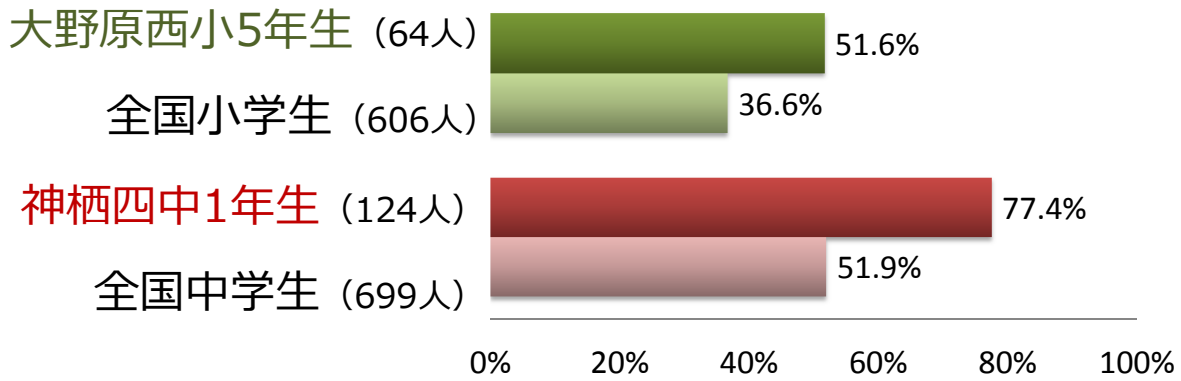


③事後アンケート

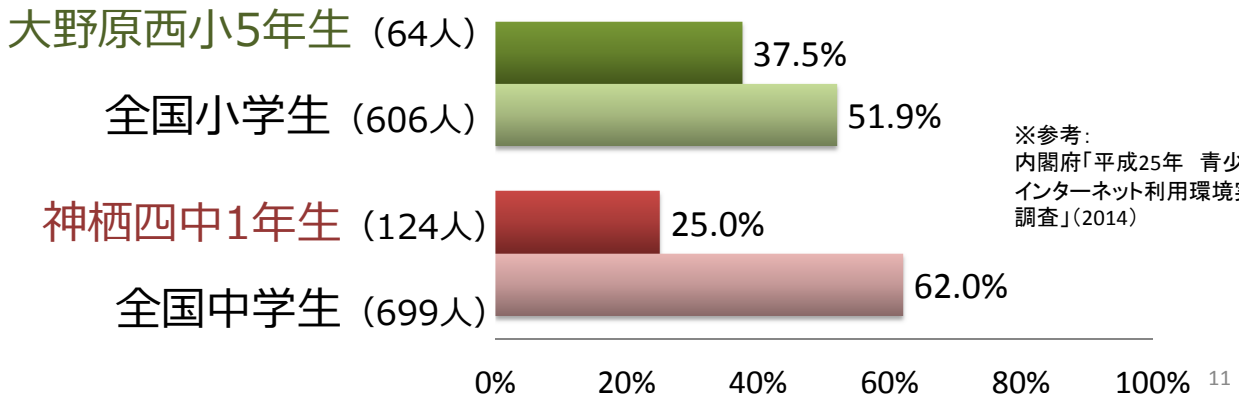


10

携帯電話の所有状況



フィルタリング利用率



～出前講座の感想～

小学生(64人)		中学生(124人)	
携帯電話の怖さを知った	40.6%	寸劇があって楽しかった	92.7%
携帯電話の正しい使い方やトラブル対処法を知り、勉強になった	23.4%	SNSの怖さ・正しい使い方を知り、ためになった	82.3%
気をつけて使用したい	20.3%	寸劇・解説があって分かりやすかった	19.6%
寸劇がおもしろかった	7.8%	寸劇がおもしろかった	9.7%
		気をつけてSNSを利用したい	5.6%

出前講座を通して、小・中学生が身近な消費行動を振り返り、消費者被害の未然防止につながる機会になった。

出前講座 まとめ

- 講座前では、小中学校両校ともSNSなどの利用に対して「便利」「楽しい」というイメージを持っていた児童・生徒の割合が高かった。
- 講座後は、小中学校両校ともSNSなどの利用に対しては「怖い」というイメージを持った児童・生徒が増加した。



消費者としての冷静な意思決定ができなくなる場合があることがわかった。



13

出前講座の結果より

SNSなどの利用は、「便利」で「楽しい」だけではなく、**気をつけなければならないことがある**ということも伝えられた。

“高校生”による講座



➡ より身近に

“寸劇”



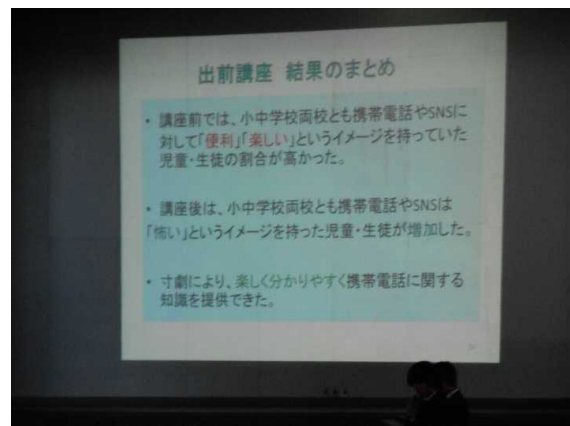
➡ 楽しくわかりやすい提供

14

(2) 神栖高校：〈ポスター掲示〉



〈SNS安全利用教室〉



学校家庭クラブの研究活動の様子



今後の課題

消費者被害を未然に防止するために、新たな問題を把握し、小中高生への伝え方を工夫すること。

保護者や学校の先生方、地域の方々を対象に、SNSなどの利用の現状等を伝える機会を設けること。

学校家庭クラブ活動の組織力を高め、小中高生や地域とより一層の連携を深め継続的な活動を工夫すること。

【発展】 神栖高校生への呼びかけの検討

◆目的: 消費者として自覚し, 消費者トラブルの知識や対処方法を身につけてもらう。

◆対象: 神栖高校1年生



◆方法: 消費者トラブル予防に関するカルタづくり

◆活動内容:



	内容	対象者
9月	①標語づくり	1学年クラブ員代表
	②絵札のデザイン考案	1学年全員
	③デザイン選抜・絵札清書	選抜者
10月	④読札・絵札の仕上げ	1学年クラブ員代表
	⑤カルタ遊び	1学年全員

※カルタ遊び終了後、カルタを消費生活センターや市役所等に展示する予定