

タキソノミーテーブル（教育目標の分類体系：タキソノミー）

科目名 消費生活論

（ 2023年 12月 18日作成）

氏名 三輪聖子

No.1

内容 （〇〇する 力がある） 事実、概念、 手続き、メタ認知	想起する	理解する	応用する	分析する	評価する	創造する
	（再認、再生）	解釈、例示、分類、 推論、比較、説明	実行、遂行	比較、組織 結果と原因	チェック、判断	生み出す、計画 できる、汎化
1.消費者問題とは何かを知る	消費者、消費者 問題、消費者被 害を意識する。	消費者被害の発生要 因を説明できる。				自分は生活者とし て消費者として、 どのような意思決 定をしたらよいか 考える。
2.1960・1970年代の消費者 事件		1960・1970年代の 多発する消費者事件 を分類し理解する。		1960・1970年 代の消費者事件 と社会背景の関 係性を分析す る。		
3.消費者の権利と責任	消費者を取り巻 く社会経済情勢 (サービス化、高 齢化、高度情報 化、国際化の進 展等)を再認す る。	消費者の権利と責任 について説明でき る。			消費者の8つの権利 と5つの責任がある か自覚する。	消費者の8つの権 利と5つの責任の 活用を考える。

タキソノミーテーブル（教育目標の分類体系：タキソノミー）

4.持続可能な社会の形成と消費者	環境問題とSDGsについて再認する。		環境に配慮した持続可能な消費行動について実行できる。		環境に配慮した持続可能な消費行動、エシカル消費ができています。	消費者市民社会の形成に向けてどのような行動をしたらよいか考える。
5.日本の消費者政策		消費者保護基本法から消費者基本法へ移行した経緯について説明できる。		消費者保護基本法と消費者基本法の違いを比較する。		消費者政策の基本理念に基づいた消費行動を考える。
6.日本の消費者行政		消費者庁設立の経緯と消費者行政について説明できる。		公正かつ自由な競争の推進と独占禁止法、競争行政を考える。		
7.21世紀型の消費者政策	これまでの消費者被害発生・拡大の状況について再認する。	消費者関連法の制定・改正の動向を理解する。			消費者関連法の制定・改正が消費者被害にどの程度関わってきたか評価する。	様々な消費者政策が実施されてきたが、消費者被害は減少していないことを理解し、今後実効性を確保するにはどうしたらよいか考える。
8.消費者契約の適正化		消費者契約法・特定商取引法について説明できる。	クーリングオフ制度を活用できる。			消費者契約法、特定商取引法、クーリングオフ制度を

タキソノミーテーブル（教育目標の分類体系：タキソノミー）

						理解し、具体的に活用することができる。
9.消費者信用と支払い決済方法	消費者信用・多様な支払方法について再認する。	クレジット・ローン、支払決済方法の多様化、仮想通貨（暗号資産）について説明できる。		現金、電子マネー、クレジットカード、デビットカードのメリットとデメリットを比較する。		被害にあわないお金の支払い方法や活用方法を考える。
10.消費者紛争の解決・被害救済		民事紛争の解決方法、消費生活センター、ADR、少額訴訟制度、法テラス等について説明できる。				消費者被害にあった時の解決方法について知り、対応できるようにする。
11.消費者政策の展開と繊維製品の「表示」「安全」	組成表示、家庭洗濯等取り扱い表示、はっ水表示、表示者について説明できる。	繊維製品の「表示」や家庭用品品質表示法、JIS規格について理解する。			日常の洗濯を振り返り組成表示や家庭洗濯等取扱い方法にしたがって処理をしているか評価する。	
12.景品表示法		景品表示法による原産国表示・サイズ表示を理解する。			不当表示が行なわれていないか確認する。	

タキノミーテーブル（教育目標の分類体系：タキノミー）

<p>13.繊維製品の「安全」</p>	<p>繊維製品による 身体・生命にか かわる被害につ いて再認する。</p>	<p>消費者安全法、消費 生活用製品安全法、 製造物責任法、有害 家庭用品規制法につ いて説明できる。</p>			<p>安全の法律に照らし 合わせて、日々安全 に過ごすことができ ているか評価する。</p>	
<p>14.企業の消費者対応</p>		<p>企業における消費者 対応の変遷と消費者 対応部門の役割と進 化について説明でき る。 公益社団法人消費者 関連専門家会議 (ACAP)について理 解する。</p>		<p>企業における消 費者対応の変遷 と責務がどのよ うに変遷してき たのか年代で比 較する。</p>	<p>企業において消費者 対応ができているか 評価する。</p>	
<p>15.企業の消費者対応部門の課 題</p>		<p>グッドマンの法則、 ハインリッヒの法則 について説明でき る。</p>		<p>業種によるお客 様の期待と満足 向上について比 較する。</p>		<p>企業市民としての 消費者・社会との かかわりをどのよ うに進めていった らよいか考える。</p>