

若年者の消費者教育について



消費者ホットライン188
イメージキャラクター
「イヤヤン」

消費者庁消費者教育推進課

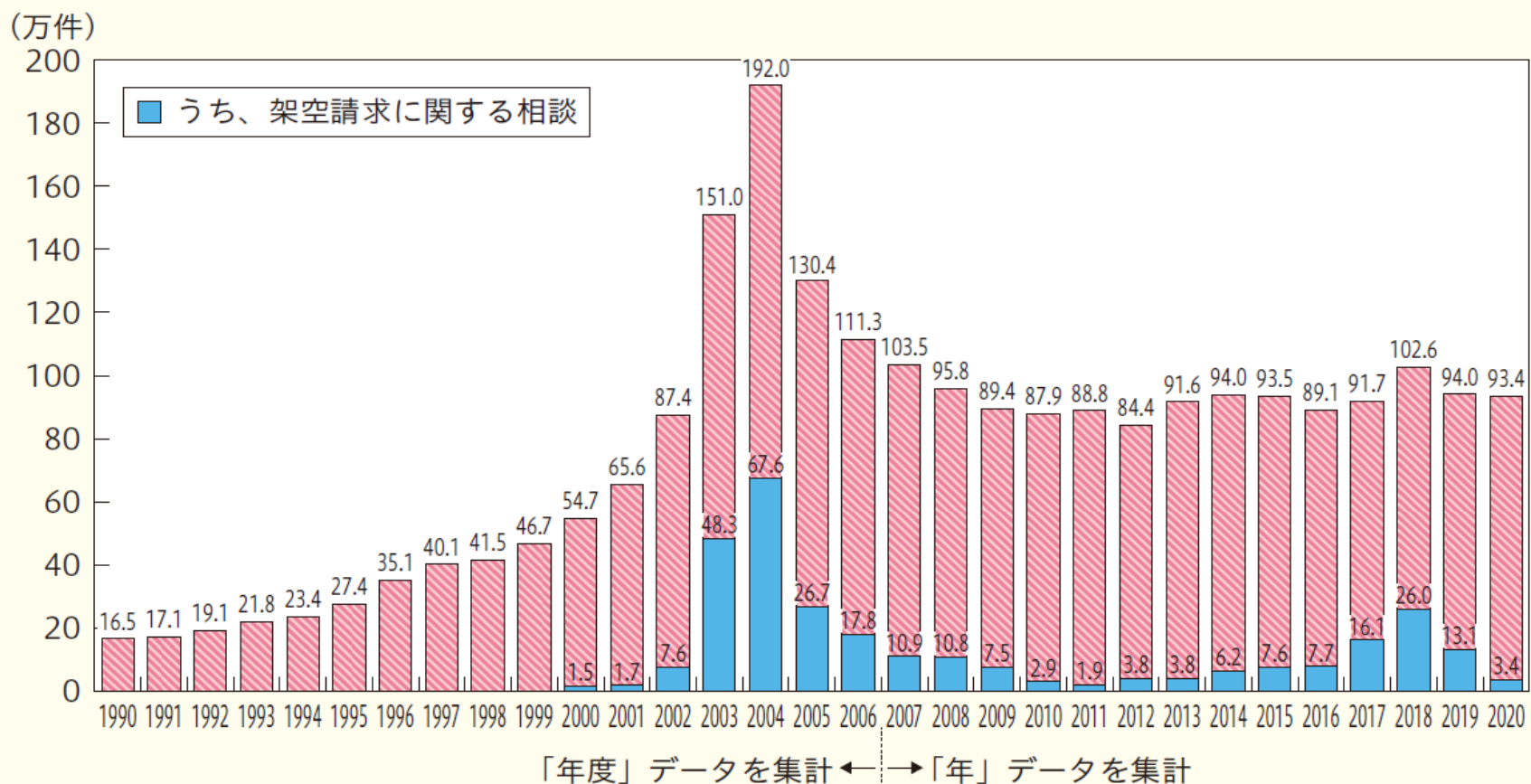
課長補佐 荒井 寛

1. 若年者に多い消費者問題について
2. 消費者教育の推進
3. 成年年齢引下げと実践的な消費者教育
4. 「社会への扉」等の消費者教育教材の活用

消費者問題の現状①：消費生活相談件数の推移

- 2020年の消費生活相談件数は、93.4万件。
- 架空請求に関する相談件数が前年から大きく減少（13.1万件→3.4万件）

図表I-1-3-1 消費生活相談件数の推移



- 「年度」データを集計 ← → 「年」データを集計
- (備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。
 2. 1990～2006年度は、国民生活センター「消費生活年報2020」による「年度」データを集計。2007～2020年は「年」データを集計。
 3. 「架空請求」とは、身に覚えのない代金の請求に関するもの。2000年度から集計。
 4. 2007年以降は経由相談のうち「相談窓口」を除いた相談件数を集計。

消費者問題の現状②：若年者の消費生活相談の状況

- ・ 若年者の相談では、女性のみならず男性でも「美容」が上位に。
- ・ 20歳代では、「フリーローン・サラ金」も上位に。

順位	2019年度		2020年度					
	「18・19歳」(平均値)	「20～24歳」(平均値)	「18・19歳」(平均値)	「20～24歳」(平均値)				
1	化粧品	885	デジタルコンテンツその他	731	健康食品	721	デジタルコンテンツその他	827
2	健康食品	616	化粧品	546	デジタルコンテンツその他	489	健康食品	555
3	デジタルコンテンツその他	396	エステティックサービス	476	化粧品	427	商品一般	399
4	商品一般	199	賃貸アパート・マンション	433	商品一般	235	エステティックサービス	370
5	紳士・婦人洋服	173	健康食品	417	出会い系サイト	214	賃貸アパート・マンション	364
6	出会い系サイト	158	商品一般	362	紳士・婦人洋服	181	出会い系サイト	314
7	放送サービス	154	出会い系サイト	349	アダルト情報サイト	141	内職・副業その他	282
8	賃貸アパート・マンション	144	内職・副業その他	320	賃貸アパート・マンション	127	化粧品	262
9	アダルト情報サイト	132	移动通信サービス	273	他の役務サービス	124	移动通信サービス	206
10	電気	126	フリーローン・サラ金	237	電気	101	他の役務サービス	206
11	エステティックサービス	90	電気	216	移动通信サービス	77	紳士・婦人洋服	199
12	移动通信サービス	87	四輪自動車	184	エステティックサービス	74	電気	172
13	内職・副業その他	86	紳士・婦人洋服	174	内職・副業その他	73	フリーローン・サラ金	166
14	四輪自動車	84	教養娯楽・資格教材	167	自動車運転教習所	69	四輪自動車	142
15	コンサート	72	他の役務サービス	157	四輪自動車	64	インターネット接続回線	122
16	他の役務サービス	72	インターネット接続回線	142	オンラインゲーム	53	ファンド型投資商品	119
17	オンラインゲーム	63	ファンド型投資商品	130	音響・映像機器付属品	51	アダルト情報サイト	107
18	インターネット接続回線	62	アダルト情報サイト	108	かばん	47	医療サービス	98
19	相談その他	54	他の教養・娯楽サービス	100	インターネット接続回線	46	修理サービス	86
20	靴・運動靴	52	医療サービス	91	ファンド型投資商品	46	複合サービス会員	66

* 緑色部分 は、「18・19歳」(平均値)に比べて、「20～24歳」(平均値)で相談件数が2倍以上の商品・役務。

* オレンジ色部分 は、「18・19歳」(平均値)ではみられないものの、「20～24歳」(平均値)で見られる商品・役務。

(出典) (独)国民生活センター公表資料「狙われる!? 18歳・19歳「金(かね)」と「美(び)」の消費者トラブルに気をつけて!」2021年4月8日公表

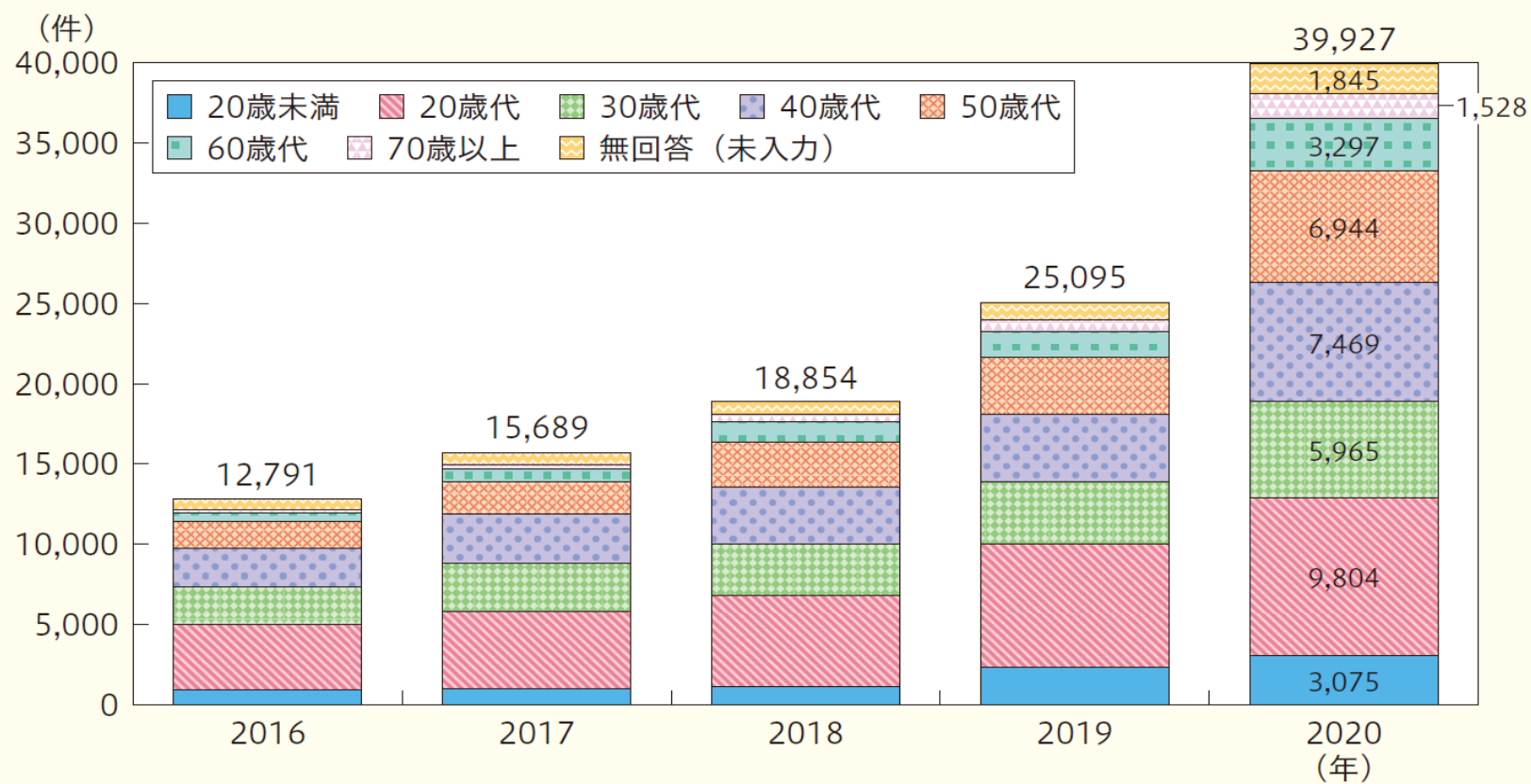
(注1) 「18・19歳」(平均値)は、18歳、19歳の2歳分の相談件数の合計を2で割った値。「20～24歳」(平均値)は、20歳から24歳までの5歳分の相談件数の合計を5で割った値。

(注2) 相談件数は、2021年2月末までのPIO-NET登録分。

消費者問題の現状③：SNSが関連する相談

- ・ SNSをきっかけとした相談は増加傾向。20歳代の相談件数が最も多い。
- ・ 相談内容では、SNSがきっかけとなる情報商材のトラブルも発生。

図表 I-1-4-11 SNS関連の消費生活相談件数の推移（年齢層別）

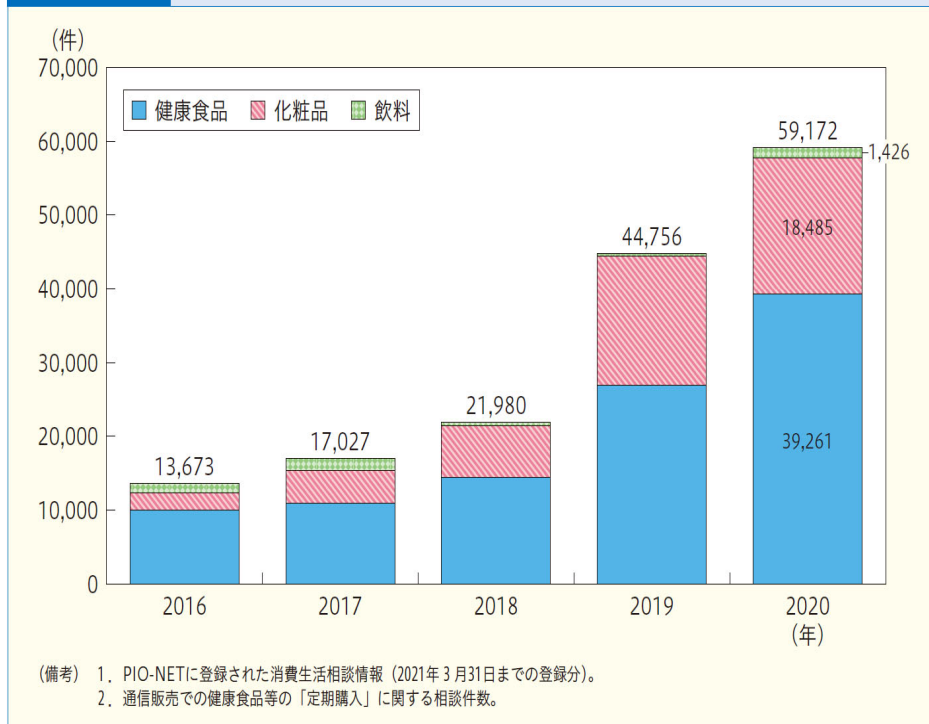


（備考） PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。

消費者問題の現状④：「定期購入」に関する相談

- ・「定期購入」に関する消費生活相談は増加傾向。商品では、健康食品と化粧品が多い。
- ・詐欺的な定期購入商法の対策として、特定商取引法を改正。誤認させる表示によって定期購入の申込みをした場合、申込みの取消しを認める制度を創設。

図表I-1-4-5 「定期購入」に関する消費生活相談件数の推移（商品別）



(出所)消費者庁『消費者白書』令和3年版

子どものまわりにあるさまざまな危険をお知らせする

子どもサポート情報



第166号
2021. 1. 19

契約内容をよく確認！ 定期購入トラブルに注意

事例

動画投稿サイトで「実質無料初回送料のみ500円」と書かれた広告を見て、脱毛クリームを注文した。商品が届き、同封されていた書類を確認すると、5回分の受け取りが条件となっている定期購入だったことが分かった。支払い総額は、約2万5千円となる。高校生なので支払えない。
(当事者：高校生 男性)



©Kurosaki Gen

ひとことアドバイス

- 1回だけのつもりで申し込んだが、複数回の購入が条件だったという定期購入に関する相談が多数寄せられています。
- 注文する際には、定期購入が条件とされていないか、支払うことになる総額はいくらかなど、契約内容をしっかりと確認しましょう。
- 契約内容は、「実質無料」などの目立つ表示と離れた場所に表示されていたり、

小さい字で書かれていたりすることがあるため、画面の隅々まで見るなど、注意が必要です。

- 未成年者の契約は、取り消しができる場合もあります。困ったときは、すぐにお住まいの自治体の消費生活センター等にご相談ください(消費者ホットライン 188)。

さぼーとくん



発行：独立行政法人国民生活センター 本文イラスト：黒崎 玄

(出所)国民生活センター「子どもサポート情報」第166号

消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律の概要

消費者の脆弱性につけ込む悪質商法に対する抜本的な対策強化、新たな日常における社会経済情勢等の変化への対応のため、特定商取引法・預託法等の改正による制度改革によって、消費者被害の防止・取引の公正を図る。

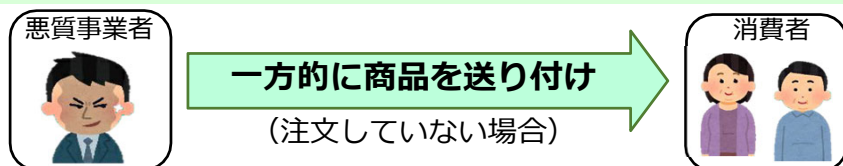
特定商取引法の主な改正内容

1 通販の「詐欺的な定期購入商法」対策

- 定期購入でないと誤認させる表示等に対する直罰
- 上記の表示によって申込みをした場合に申込みの取消しを認める制度の創設
- 通信販売の契約の解除の妨害に当たる行為の禁止
- 上記の誤認させる表示や解除の妨害等を適格消費者団体の差止請求の対象に追加

2 送り付け商法対策

- 売買契約に基づかないで送付された商品について、送付した事業者が返還請求できない規定の整備等（現行では消費者が1日間保管後処分等が可能→改正後は直ちに処分等が可能に）



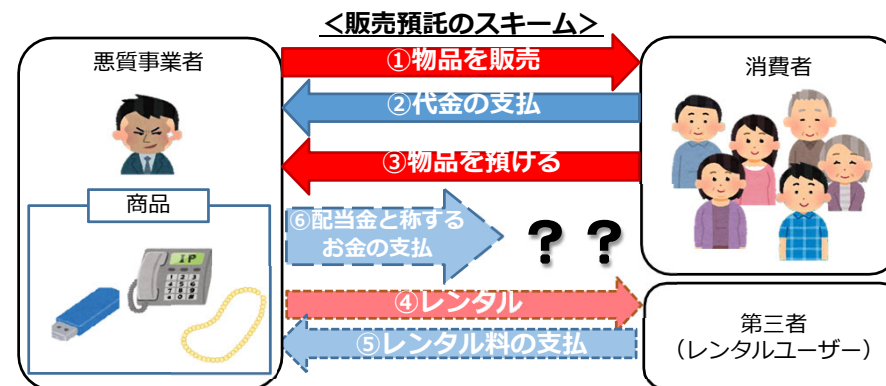
3 消費者利益の擁護増進のための規定の整備

- 消費者からのクーリング・オフの通知について、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能に（預託法も同様）
- 事業者が交付しなければならない契約書面等について、消費者の承諾を得て、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能に（預託法も同様）
- 外国執行当局に対する情報提供制度の創設（預託法も同様）
- 行政処分の強化等

預託法の主な改正内容

1 販売預託の原則禁止

- 販売を伴う預託等取引を原則禁止とし、罰則を規定
- 原則禁止の対象となる契約を民事的に無効とする制度の創設
- ※ 預託等取引契約：3か月以上の期間にわたり物品の預託を受けること及び当該預託に関し財産上の利益の供与を約するもの
- ※ 例外的に認める場合には、厳格な手続の下、消費者庁が個別に確認



- ※ レンタルの実績や運用による利益はない。
- ※ 預かったとされる物品がほとんどない。
- ※ 預かったとされる物品がほとんどない。

2 預託法の対象範囲の拡大

- 現行の預託法の対象の限定列挙の廃止→全ての物品等を対象に

3 消費者利益の擁護増進のための規定の整備

- 行政処分の強化等

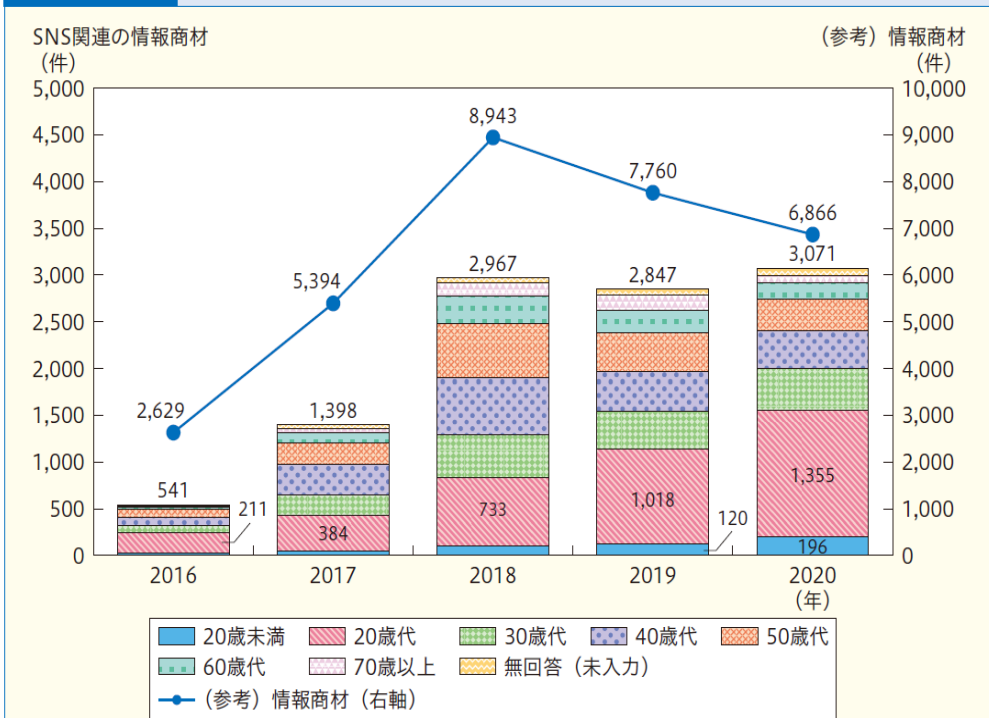
消費者裁判手続特例法の改正内容

被害回復裁判に資するために、特定適格消費者団体に対し、特定商取引法及び預託法の行政処分に関して作成した書類の提供を可能に

消費者問題の現状⑤：「情報商材」に関する相談

- 「情報商材」に関する相談件数は約6,800件。20歳代での増加が顕著。
- 「情報商材」とは、インターネットの通信販売等で、副業、投資やギャンブル等で高額収入を受けるノウハウなどと称して販売されている情報。電子媒体、動画、メールマガジン、アプリケーション等。

図表I-1-4-12 SNS関連の「情報商材」に関する消費生活相談件数の推移（年齢層別）



（備考）PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2021年3月31日までの登録分）。

（出所）消費者庁『消費者白書』令和3年版

誰でも簡単に稼げる!? ネットでのもうけ話に注意

事例

SNSから、簡単に稼げるといふサイトにアクセスした。「1週間に1回5分の作業をするだけで誰でも簡単に稼げる」との説明があり、個人情報を登録した。同様のサイト二つにそれぞれ約2万円ずつデビットカードで支払った。塾費用を稼ぎたいと思い、マニュアル通りにやってみたが収入を得ることはできなかった。
（当事者：高校生 男性）



©Kurosaki Gen

ひとことアドバイス

- 簡単にお金を稼ぐ方法等と称する情報（いわゆる情報商材）がインターネットで販売されており、中学生や高校生からも相談が寄せられています。
- 副業サイトやSNSなどで「誰でも簡単に稼げる」などと説明されますが、案に稼げるうまい話はありません。
- 広告や説明と違って情報の内容に価値がない、収入が得られないという相談がみられます。情報商材は購入するまで内容を確認することはできません。安易な購入はやめましょう。
- 未成年の契約は、取り消しができるケースもあります。困ったときには、お住まいの自治体の消費生活センター等にご相談ください（消費者ホットライン188）。

さぼーとくん



発行：独立行政法人国民生活センター 本文イラスト：轟崎玄

（出所）国民生活センター「子どもサポート情報」第162号 8

18歳から 大人!

考える!新成人

2022年4月から、成年年齢が18歳になります。
契約や買い物は、しっかりと「考えて」から。

**大人なので、
取り消せません。**

成人として扱われるため、
契約を取り消すことが
できなくなります。

**大人なので、
契約できます。**

成人として契約を
一人で結ぶことが
できるようになります。

**大人なので、
必ず確認。**

契約を結ぶ際には、
事前に契約内容を
確認しましょう。

**大人なので、
無理はしない。**

本当に支払いができるのか、
自分の収入に
合った買い物を。

若者をターゲットにした悪質な手法にも注意しましょう。

新成人、こんなトラブルにご用心! 裏面をチェック!

! こんなトラブルに注意!

!1 定期購入

事例

動画投稿サイトの広告を見てお試し300円のダイエットサプリメントを購入。頼んだ覚えのない2回目の商品発送連絡があり、4か月分まとめて4万円の請求があった。



アドバイス

- 契約内容をしっかり確認しましょう!(1回?継続?)
- 解約条件をしっかりと確認しましょう!(解約方法など)
- 証拠を残すため事業者と連絡した記録を残しましょう!

!2 美容医療

事例

美容外科クリニックで施術を受けたが、顔全体が内出血を起こし腫れが引かず、生活に支障が出た。



アドバイス

- 使用する薬などがどのようなものか、自分でも説明できるよう確認しましょう!
- 効果だけでなく、リスクや副作用などについても知り、納得した上で自分で選択しましょう!
- ほかの方法や選択肢の説明も受け、自分で選択しましょう!
- その美容医療は「今すぐ」必要? 最後にもう一度、確認しましょう!

!3 もうけ話(情報商材、マルチ商法、暗号資産等)

事例1

先輩の知り合いに「簡単にもうかる」と誘われて、ホームページのアクセス数を増やすことで簡単に稼げる情報を記載した90万円の情報商材を契約したが、全くもうからない。その後、友達を誘えばボーナスが入ると言われた。



事例2

マッチングアプリで知り合った人から暗号資産の投資をしないと絶対もうかるかと誘われて投資をしたが、出金できなくなった。



アドバイス

- 怪しい話は、はっきり断りましょう!
- 投資には必ずリスクがあります(価格が変動し損をする可能性があります)!
- クレジットカードでの高額決済や借金をしてまで契約しない!
- 被害者の立場から、加害者に(友達を失うこと)になってしまうことも!
- 暗号資産で投資をする場合は、取引先の業者が無登録の暗号資産交換業者等でないか確認しましょう!

契約や買い物で「困ったな」と思ったら、
消費者ホットラインまでお電話ください。

全国共通の電話番号「消費者ホットライン」

188

「18歳から大人」の方に、
今知ってほしい
情報はこちら!



「#18歳から大人」でも
情報発信しています!



契約の基本的な考え方を
含む法教育の
詳しい内容はこちら!



私たちの生活に関わる
お金や金融の仕組みに
ついて知っておこう!



消費者庁
Consumer Affairs Agency

法務省
Ministry of Justice

文部科学省
Ministry of Education, Culture, Sports, Science and Technology

金融庁
Financial Services Agency

(出所)消費者庁「18歳から大人!」

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/lower_the_age_of_adulthood/leaflet/

1. 若年者に多い消費者問題について
2. 消費者教育の推進
3. 成年年齢引下げと実践的な消費者教育
4. 「社会への扉」等の消費者教育教材の活用

○消費者教育推進法

消費者教育の推進に関する法律の概要 (平成24年12月13日施行(平成24年8月22日公布))

目的(第1条)	国と地方の責務と実施事項	
	国	地方公共団体
<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育の総合的・一体的な推進 ・国民の消費生活の安定・向上に寄与 	責務(第4条) 消費者教育の推進に関する総合的な施策策定、実施	責務(第5条) 団体の区域の社会的経済的状况に応じた施策策定、実施(消費生活センター、教育委員会その他の関係機関と連携)
定義(第2条) 『消費者教育』 消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育(消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。)及びこれに準ずる啓発活動 『消費者市民社会』 個々の消費者の特性及び消費生活の多様性の相互尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が将来にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得ることの自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会	財政上の措置(第8条) 推進に必要な財政上の措置その他の措置(地方は努力義務)	
基本理念(第3条) <ul style="list-style-type: none"> ・消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力の育成 ・主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援 体系的推進 ・幼児期から高齢期までの段階特性に配慮 効果的推進 ・場(学校、地域、家庭、職域)の特性に対応 <ul style="list-style-type: none"> ・多様な主体間の連携 ・消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供 ・非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解 ・環境教育、食育、国際理解教育等との有機的な連携 	基本方針(第9条) <ul style="list-style-type: none"> ・消費者庁・文部科学省が案を作成・閣議決定 ・基本的な方向 ・推進の内容等 	都道府県消費者教育推進計画 市町村消費者教育推進計画 <ul style="list-style-type: none"> ・基本方針を踏まえ策定(努力義務)
基本理念(第3条)	消費者教育推進会議(第19条) 消費者庁に設置(いわゆる8条機関) ①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②基本方針の作成・変更意見 委員(内閣総理大臣任命) ～消費者、事業者、教育関係者、消費者団体・学識経験者等 ※委員は20名以内、任期2年、幹事、専門委員を置く(政令で規定)	消費者教育推進地域協議会(第20条) 都道府県・市町村が組織(努力義務) ①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②推進計画の作成・変更意見 構成 ～消費者、消費者団体、事業者、教育関係者、消費生活センター等
消費者団体(努力義務)(第6条) ～自主的活動・協力 事業者・事業者団体(努力義務) ～施策への協力・自主的活動(第7条) ～消費生活の知識の提供、従業員の研修、資金の提供(第14条)	義務付け(国・地方) ○学校における消費者教育の推進(第11条) 発達段階に応じた教育機会の確保、研修の充実、人材の活用 ○大学等における消費者教育の推進(第12条) 学生等の被害防止のための啓発等 ○地域における消費者教育の推進(第13条) 高齢者・障害者への支援のための研修・情報提供 ○人材の育成等(第16条)	努力義務(国および地方) ○教材の活用等(第15条) ○調査研究(第17条) ○情報の収集(第18条)
		(検討)(附則) ○法律の施行後5年を目途として、施行状況に検討を加え、必要がある場合には所要の措置を講ずる。

【従来の消費者教育】

消費者一人一人が、正しく、適切な情報を基に、自分自身のために合理的選択を実践し、**被害に遭わない、豊かな生活を送る**ことを基本とする、自立支援のための教育



【推進法で視野の広がった消費者教育】 消費者市民社会の形成への参画

- ・ 個人として自立しているだけでなく、消費者が**社会の一員として行動する**ことも「消費者の自立」の要素
- ・ 消費者一人一人が、「自分は被害に遭わない、自分は大丈夫」と考えるだけでなく、「消費生活に関する問題は、**自分だけでなく社会の問題」と理解し実践**していくこと

○ 消費者教育推進会議のこれまでの取組

「消費者教育の推進に関する法律」 平成24年8月22日成立、同12月13日施行

消費者庁に「消費者教育推進会議」設置 平成25年3月6日第1回会議

- ・ 委員相互の情報交換
- ・ 「基本方針」作成・変更に見解

「消費者教育の推進に関する基本方針」 平成25年6月28日閣議決定

- ・ 消費者教育推進会議における更なる議論
- ・ 地方公共団体における消費者教育推進協議会の設置、消費者教育推進計画の策定等の取組

「消費者教育推進会議取りまとめ」 平成27年3月5日公表

- ・ 消費者市民社会における消費者の具体的な行動例
- ・ 多様な担い手による消費者教育の実践に向けた事例の提示
- ・ 地域における多様な主体の連携・協働に向けた提案・事例の提示

「第二期消費者教育推進会議」 平成27年7月～平成29年6月

- ・ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直しに向けた論点整理
- ・ 社会情勢等の変化に対応した課題

「第三期消費者教育推進会議」 平成29年8月～令和元年7月

- ・ 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の見直し
- ・ 若年者の消費者教育分科会 教員の指導力向上のための方策について取りまとめ 等
- ・ 地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会 消費者教育コーディネーターの役割等について取りまとめ

「消費者教育の推進に関する基本方針」変更 平成30年3月20日閣議決定

- ・ 社会情勢等の変化を踏まえた変更
- ・ 重点的に取り組む喫緊の課題を「当面の重点事項」として提示

「第四期消費者教育推進会議」令和元年10月～令和3年9月

- ・ 全世代における体系的な消費者教育に向けた連携に関する分科会
- ・ 社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会

○消費者教育の推進に関する基本的な方針

平成25年6月28日 閣議決定
(平成30年3月20日 変更)

概要

平成30年度～34年度の5年間を対象

- 基本方針＝消費者教育の推進に関する法律(平成24年12月施行)第9条の規定に基づき、
内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。
- 基本方針の位置付け＝誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供するためには、消費者教育を体系的・総合的に推進することが必要
⇒幅広い担い手(国、地方、消費者団体、事業者等、消費者自身)にとつての指針
- 手段＝幅広い担い手の支援・育成、担い手間の連携、情報共有の促進

当面の重点事項

1. 若年者の消費者教育
2. 消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進
3. 高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進

※具体的に推進する施策は、赤枠箇所

I 消費者教育の推進の意義

消費者を取り巻く現状と課題

- ・家計消費は国内総生産(GDP)の過半数(291.9兆円/538.4兆円)
⇒消費者の安全・安心の確保は、消費の拡大、更には経済の好循環の実現にとって大前提
- ・インターネット利用の拡大、「デジタルコンテンツ」に関する相談件数の増加
- ・成年年齢引下げについての検討も踏まえた実践的な消費者教育の重要性
- ・社会の安定と持続可能性の確保のため、消費者が自身の社会的役割を自覚し、行動することの重要性についての認識の高まり(SDGs)

消費者の自立を支援
被害に遭わない消費者、合理的意思決定のできる消費者の育成
さらには、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与する消費者の育成(消費者市民社会の形成に参画)

II 消費者教育の推進の基本的な方向

○消費者教育の体系的推進のための取組の方向



消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行うべき

・ライフステージに応じた様々な教育の場(学校、地域、家庭、職域等)を活用して効果的に消費者教育を行う
⇒それぞれのライフステージにおける消費者教育のイメージが様々な主体において共有されることが重要

・消費者の特性(年齢のほか、性別、障害の有無、消費生活に関する知識の量など)に配慮し、対象に応じた消費者教育の方法や内容を工夫
⇒例えば、高等学校段階までに契約などについての実践的な消費者教育を行う、要支援者に対する教育については本人だけでなくその支援者への働き掛けを行う、など

○各主体の役割と連携・協働

- ・国と地方公共団体
- ・消費者行政と教育行政
- ・地方公共団体と消費者団体、事業者等

地域における多様な主体間のネットワーク化(結節点としての消費者教育推進地域協議会)

○他の消費生活に関連する教育との連携推進

(環境教育・食育・金融経済教育・法教育・主権者教育等)

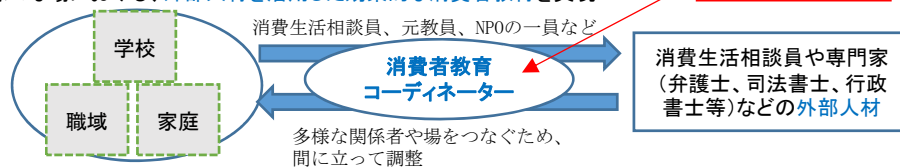
III 消費者教育の推進の内容

様々な場における消費者教育

	学校	地域社会	職域	人材(担い手)の育成・活用
学校	(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等) ・学習指導要領に基づく実践的な教育を推進 ・その着実な実施について周知・徹底	(大学・専門学校等) 自立した社会人としての育成のため消費者教育に関する科目等の開設に期待 ⇒特色ある取組事例や課題等の情報提供・啓発	・消費生活センターの拠点化 ・社会教育施設等の活用 ・国からは情報提供等の支援 ・見守りネットワーク構築の促進、その活用による消費者教育の実施	(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等) 教職員の指導力向上が必要 ・教員養成課程や現職教員研修等における消費者教育に関する内容の充実 ⇒実態把握と必要な情報提供 ・国民生活センター等の教員向け研修の活用を推進
地域社会				(大学・専門学校等) ・地方公共団体や関係団体との連携の枠組みを構築 ・消費者教育推進地域協議会への参画を促進
職域			・職域における消費者教育の内容、事業者にとつてのメリットなどの認識を共有 ・事業者の形態、事業分野等に応じた従業員に対する教育を実施	・消費者教育としての、事業者による消費者への情報提供、商品サービスの開発・提供 ・積極的な情報提供としての「出前講座」、「出前授業」の充実に期待

消費生活センター等を拠点とする、多様な主体が連携・協働した体制作り
様々な場における、外部人材を活用した効果的な消費者教育を実現

育成・配置の促進



IV 関連する他の消費者施策との連携

V 今後の消費者教育の計画的な推進

- 食品と放射能に関する理解増進
- 事故・トラブル情報の迅速的確な分析・原因究明
- 食品表示の理解増進

○ 消費者教育の体系イメージマップ

		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
						特に若者	成人一般	特に高齢者
Ver.1.0								
各期の特徴		様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
重点領域								
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心を持つ	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方をする習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやむい社会をつくらう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールについて理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することを覚えよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう お小遣いを考えて使おう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実施しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

1. 若年者に多い消費者問題について
2. 消費者教育の推進
3. 成年年齢引下げと実践的な消費者教育
4. 「社会への扉」等の消費者教育教材の活用

○若年者への消費者教育の推進

成年年齢の引下げを見据え（※）、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また自立した消費者の育成のため、若年者への実践的な消費者教育の推進は喫緊の課題

※成年年齢を引き下げる民法の改正は、平成30年6月13日可決、同月20日公布（平成34年4月施行予定）

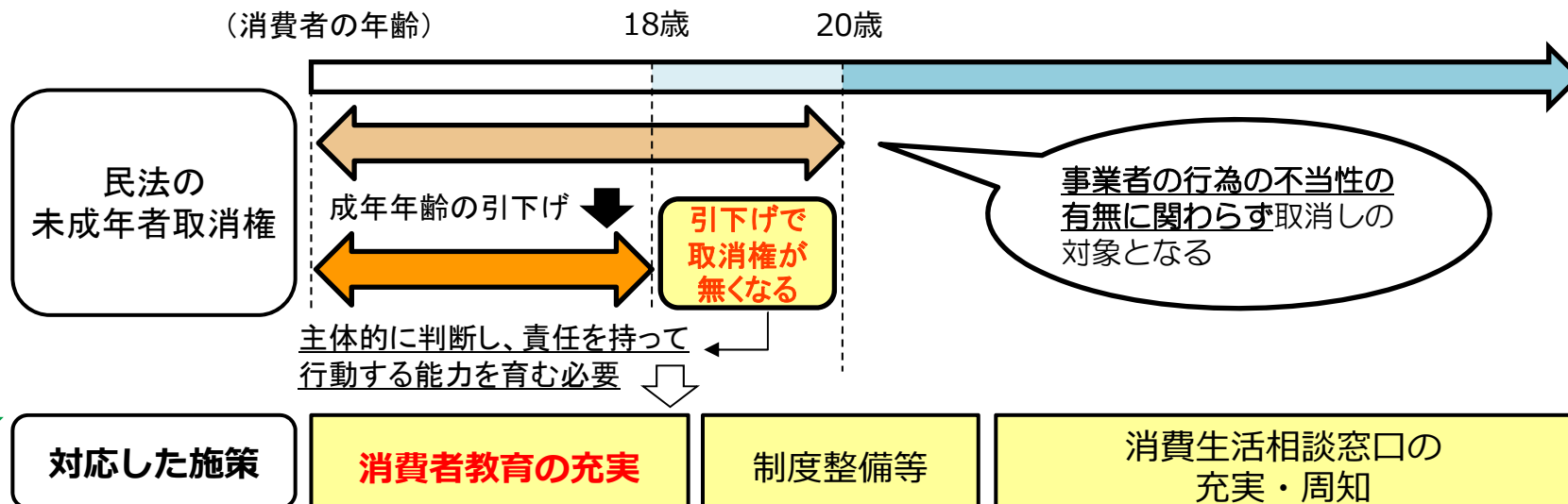
佐々木さやか君

（平成30年3月5日参議院・予算委員会）

この成年年齢の引下げに当たっては、若者がその年齢でしっかりと自立するという、それだけの環境整備、これが重要だと思っております。（中略）学生の皆さんとか若い皆さんとお話をしていても、もう本当に自分が社会に出て大丈夫だろうか、こういう不安を抱いている方もいらっしゃる、こういう印象を他方で私は受けております。例えば消費者被害とか、そういったことも心配をされるわけでありましてけれども、消費者教育を充実をしたり、いろいろな制度の整備も必要だろうと思っております。

内閣総理大臣（安倍晋三君）

成年年齢の引下げに係る民法改正法案に関しては、現在、今国会への提出を目指し、所要の進められているところであります。政府としても、委員御指摘の消費者被害を防止する施策など、成年年齢の引下げに向けた環境整備については、改正法案の成立後も引き続き政府一体となって取り組む必要があるものと認識をしています。



「消費者教育の推進に関する基本的な方針」
（平成30年3月20日 変更の閣議決定）

「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」
（平成30年2月20日 若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定）

社会経済情勢等を踏まえて重点的に取り組むことが求められる喫緊の課題として、若年者への消費者教育を「当面の重点事項」に位置付け

関係省庁（消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁）が緊密に連携し、2018年度から2020年度までを集中強化期間として、取組を推進 17

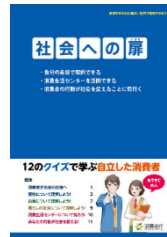
○若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム

(平成30年2月20日 若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定)

関係省庁（消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁）が緊密に連携し、2018年度から2020年度までを集中強化期間として、実践的な消費者教育の実施を推進するため、以下の取組を推進

高等学校等における消費者教育の推進

- ・ 学習指導要領の徹底
- ・ 消費者教育教材の開発、手法の高度化
実践的な能力を身に付ける教材「社会への扉」を活用した授業の実施の推進等
- ・ 実務経験者の学校教育現場での活用
消費者教育コーディネーターの育成・配置等による実務経験者の活用の推進
- ・ 教員の養成・研修
「若年者の消費者教育分科会」による検討と取りまとめを受けた消費者教育推進会議における審議を踏まえ、**教員による消費者教育の指導力向上のための取組**を推進



大学等における消費者教育の推進

- ・ 大学等と消費生活センターとの連携支援・出前講座の実施
- ・ 大学における講義実施等を通じた正しい金融知識の普及

2020年度までには、

- ・ 全ての都道府県の全高校で「社会への扉」を活用した授業が実施されること
- ・ 全都道府県に消費者教育コーディネーターが配置されることを目指す

- 教職課程における消費者教育の内容の充実
- 有機的に連携した継続的な体制の構築
- 現職教員に対する講習、研修における講座の開設数の増加及び内容の充実
- 外部人材等の活用及び育成

その他

全ての都道府県等において、**消費者教育推進計画・消費者教育推進地域協議会**の策定・設置を目指す 等

「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」の進捗状況等について

(集中強化期間:2018年度～2020年度)

1. 全国の高等学校等における「社会への扉」等を活用した授業の実施

○2020年度の高等学校等での活用実績

・高等学校等数でみた実績

2018年度	⇒	2019年度	⇒	2020年度	
38%(1/3程度)		67%(2/3程度)		86%	
		うち、国公立	79%	うち、国公立	95%
		私立	43%	私立	65%
		特別支援学校	55%	特別支援学校	81%

・都道府県数でみた実績(詳細は別表参照)

	2018年度	⇒	2019年度	⇒	2020年度
域内の全高等学校等で実施	1		1		2
域内の70%以上の高等学校等で実施	6		28		45

※アクションプログラムでの目標(全ての高等学校等で実施した都道府県数)

2018年度:8都道府県 ⇒ 2019年度:25都道府県 ⇒ 2020年度:47都道府県

引き続き、100%を目指して働き掛け等の取組を実施する。

2. 消費者教育コーディネーターの育成・配置

○消費者教育コーディネーターの配置都道府県数

2017年4月:16 ⇒ 2018年4月:19 ⇒ 2019年4月:26 ⇒ 2020年4月:34

※アクションプログラムでの目標

2018年度:17都道府県 ⇒ 2019年度:30都道府県 ⇒ 2020年度:47都道府県

(参考)別表(2020年度における「社会への扉」等の活用実績)

(表1)2020年度における「社会への扉」等の活用実績

消費者教育教材活用校／域内の高等学校等数	都道府県の数	
	2019年度末実績(※1)	2020年度末実績
90%以上	3	27
80%以上～90%未満	16	12
70%以上～80%未満	9	6
60%以上～70%未満	7	2
50%以上～60%未満	7	—
50%未満	5	—
合計	47	47

(表2)学校種別における活用実績

消費者教育教材活用校 ／域内の高等学校等数	国公立高等学校等		私立高等学校等		特別支援学校		高等専門学校	
	2019年度末 実績	2020年度末 実績	2019年度 末実績	2020年度 末実績	2019年度 末実績	2020年度 末実績	2019年度 末実績	2020年度 末実績
90%以上	23	41	4	14	9	18	20	26
80%以上～90%未満	9	4	4	7	3	13	—	—
70%以上～80%未満	6	2	3	5	5	8	—	1
60%以上～70%未満	3	—	6	8	4	3	2	2
50%以上～60%未満	1	—	6	6	7	1	2	4
50%未満	5	—	24	7	19	4	18	9
合計(※1)	47	47	47	47	47	47	42(※2)	42(※2)

※1 2019年度については、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う臨時休業により、活用を計画していたものの、実施できなかった高等学校等があった。

※2 高等専門学校がないため集計対象としていない県がある。

令和3年度は、成年年齢引下げ施行に向けた最後の1年



「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーン

として関係省庁と連携しつつ、地方公共団体・大学等、関係団体、メディア等も巻き込んだ重層的取組を行う

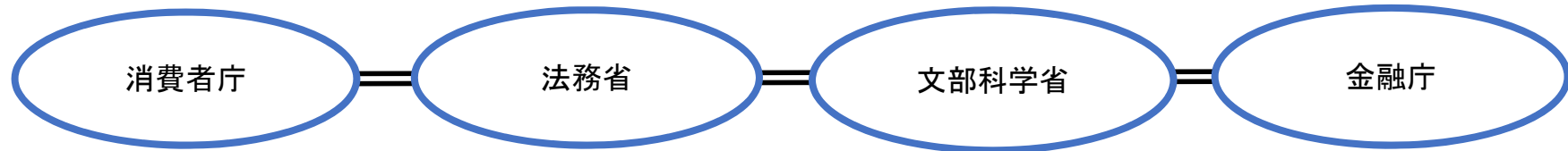
- 消費生活上の契約、家計管理等に関する教育
- 消費者被害防止に資する教育

※平成30年のアクションプログラムの内容はキャンペーンに取り込んで実施。



令和3年4月～取組をスタート

<「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーン>



関係4省庁が連携し、各々の立場から関係各所に働き掛け重層的に取り組む

4省庁決定事項

地方公共団体・大学等
への働き掛け
(都道府県(教育委員会含む)、
大学等への働き掛け 等)

関係団体への
働き掛け
(消費者団体、日弁連、
金融関係団体 等)

イベント・メディアを通
じた周知
(イベント・セミナー、
SNS等の活用 等)

コンテンツの充実・活用の促進

(各種動画、授業用教材 等)

1. 若年者に多い消費者問題について
2. 消費者教育の推進
3. 成年年齢引下げと実践的な消費者教育
4. 「社会への扉」等の消費者教育教材の活用

「社会への扉」 ★パワーポイント版★

社会への扉

- 自分の名前で契約できる
- 消費生活センターを活用できる
- 消費者の行動が社会を変えることに気付く

12のクイズで学ぶ 自立した消費者

- ☆消費者が主役の社会へ
- ☆契約について理解しよう！
- ☆お金について理解しよう！
- ☆暮らしの安全について理解しよう！
- ☆消費生活センターについて知ろう！
- ☆あなたの行動が社会を変える！



者で10万円の化粧品
取り消せる？

どの保護者)の同意を得ず
理人からでもできる。
事業者へ返品し、支払った

成人であると標榜的
たりのした場合は、



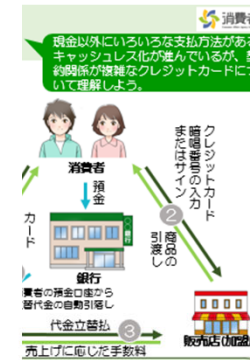
消費生活で、あれっ?と思ったら消費生活センター(※188)へ

1)クレジット カード	代金を一括で支払う リゾ	なし
分割払い	代金を何回かに分けて毎月支 払う	あり
リボルビング 払い (ひきおこし)	毎月の支払金額を毎月一定額 または残高に対して一定率に 決めておいて支払う。支払額 額は決まっている。	あり

※クレジットカードの事務料は、分割払い、
リボルビング払いに発生する金額。

クレジットや借金で困ったら、まずは消費生活センター(※188)へ

①クレジット・デビットカードのメリット・デメリットを、消費者
販売店、カード会社の立場で考えてみよう。
②クレジットカードで購入した商品は、カード会社への
支払が完了するまでは誰のものか。
③クレジットカードの普及は、消費生活にどのような影
響をもたらしたのだろうか。
(ヒント) 上のクレジットカードの仕組みの図を参考に。また、
インターネットの普及との関係から考えてみる。



について知ろう!(続き)



ワーク7 最寄りの消費生活センターを訪問し、消費者被害について調べたり、消費生活相談員
から話を聞いてみましょう。

【発展3】
上のマンガでは、消費者が消費生活センターにネットワークビジネスに関する相談をしている。会話から問題点を検討する
とともに、消費生活センターから情報を得るなどして、1コマ目のシーンに関してロール・プレイングのシナリオを作って
演じてみよう

クーリング・オフ期間が過ぎてしまっても、困った!と思ったら消費生活センター(※188)へ

消費者庁ウェブサイト
からダウンロード!

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/material_010/student.html

○「社会への扉」の内容とポイント

消費者が主役の社会へ (P1~2 見開きページ)

(「現代社会」からの視点)

- ✓ 高校生が普段暮らす街の風景を配して、契約や消費者トラブル等が身近な暮らしの中に存在することに気付かせる。… 「自分のこと」
- ✓ 三者択一による12のクイズを考えることで、基本的な知識の理解の習得と確認ができる。… 選択肢自体が解答を考えるヒント

クイズ… 契約の基本から始まり、ゴールは「自立した消費者」

- ① 消費生活(買い物)に関係した「契約」の基本的知識を理解する。
- ② 支払いに関係した「お金」に関して、基本的知識を理解する。
- ③ 「安全・安心な暮らし」のための基本的な対処法を理解する。
- ④ 消費生活センターを知り、消費者トラブルにあったら相談できる。
- ⑤ 消費者の声を消費生活センターや企業に伝える行動は、安全で安心な暮らしの実現、より良い社会に変える第一歩であることを理解する。

【活用例】

- ① 導入として、
- ② 学習後の確認として、
- ③ 学習内容に合わせたQ&Aを取り上げて

○消費者教育教材「社会への扉」の徳島県における活用事例集

https://www.caa.go.jp/future/project/project_003/#case_studies

消費者庁は、消費者行政新未来創造オフィスのプロジェクトとして、若年者への消費者教育の推進を図るため、平成29年度、徳島県内の全ての高等学校等56校で、「社会への扉」を配付し、同教材を活用した授業を実施しました。

本事例集は、授業参観ができた20校（全日制、定時制、特別支援学校、高等専門学校）について、各先生が試行錯誤や工夫の上、実施された授業例を広く全国に紹介することで、全国の高等学校等における実践的な消費者教育の取組の参考にしていただくことを目的として作成したものです。

「社会への扉」の活用方法は、先生によって教え方が違うように、それぞれの学校で異なり、多種多様であったところ、本事例集は活用方法の一例を示したものです。



《各授業の内容を紹介【事例1～20】》

- ・各授業の形式や流れなどを指導案のような形で紹介
- ・「社会への扉」の活用箇所や活用のタイミングを紹介
- ・授業実施者、授業を受けた生徒のコメントを紹介

1
事例
1～20

- ・家庭科で活用した事例（事例1～10）
- ・公民科で活用した事例（事例11～13）
- ・総合的な学習の時間で活用した事例（事例14）
- ・ホームルーム活動で活用した事例（事例15～16）
- ・外部講師による出前授業で活用した事例（事例17）
- ・特別支援学校で活用した事例（事例18～20）

《ワークシート【参考資料】》

- ・各授業で使用したワークシートを紹介
- ・本事例集のほか、消費者庁のホームページ上にワード、エクセルなどのダウンロードできる形式で掲載

3
ワーク
シート

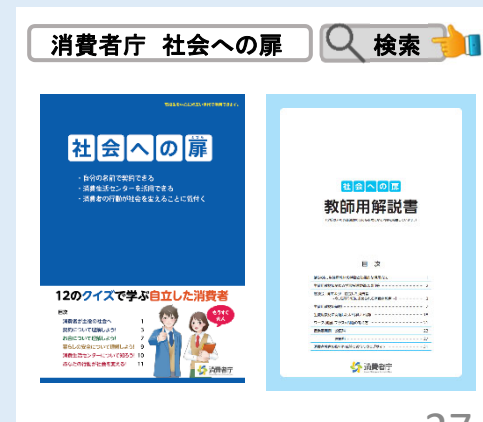
- ・18種類のワークシートを紹介（P.1～39）

《「社会への扉」の内容順に沿って活用事例を紹介【事例A～E】》

- ・板書や写真、イラストなどを交えて、授業における「社会への扉」のアレンジ例を紹介

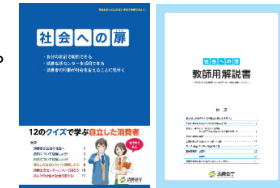
2
事例
A～E

- 「消費者が主役の社会へ（P.1～2）」の活用事例（事例A）
- 「契約について理解しよう！（P.3～6）」の活用事例（事例B）
- 「お金について理解しよう！（P.7～9）」の活用事例（事例C）
- 「消費生活センターについて知ろう！（P.10）」の活用事例（事例D）
- 「あなたの行動が社会を変える！（P.11）」の活用事例（事例E）



平成30年度 消費者教育教材「社会への扉」の徳島県における実践事例

消費者庁（消費者行政新未来創造オフィス）では、若年者への消費者教育の推進を図るため、平成29年度以降、徳島県内の全ての高等学校等56校に対して「社会への扉」を配布し、同教材を活用した授業の実施を依頼しました。本実践事例は、平成30年度に徳島県内の高等学校で行われた工夫を凝らした3つの授業例の詳細を広く全国に紹介することで、全国の高等学校等における実践的な消費者教育の取組の参考にさせていただくことを目的として作成したものです。



本事例の内容



社会への扉 活用事例



掲載内容

① 下記の項目を掲載

- ・対象（学年）
- ・科目
- ・単元（小単元）名
- ・単元（小単元）の目標
- ・単元（小単元）の評価規準
- ・指導計画
- ・本時の目標
- ・本時の評価規準
- ・本時の展開
- ・「社会への扉」の主な活用箇所
- ・本時の様子
- ・指導に当たって工夫した点
- ・授業者の感想（成果と課題）

② 実際に授業で用いたワークシートを掲載



イメージ

各事例の概要・目標

事例1

家庭基礎

対象：第1学年

テレビ会議システムを使って消費生活相談員と中継

単元名：「消費者問題を考える」

本時の目標：電子マネーのメリット・デメリットに関する知識を活用し、キャッシュレス時代における家計管理の在り方について考え、具体的な対応をまとめることができる。



事例2

現代社会

対象：第1学年

社会が抱える多様なテーマについて、グループワークを実施

小単元名：「消費者問題」

本時の目標：消費者として、契約や商品に対する正しい知識を基に、消費者市民社会実現のために適切な判断をし、その過程と結果を適切に表現できる。



事例3

家庭総合

対象：第3学年

外部講師（消費者教育コーディネーター等）を活用して授業を実施

単元名：「消費者問題の現状と課題」

本時の目標：消費者問題について、成年と未成年の契約の違いを理解するとともに、最新の事例を通して、被害が起こる原因とその防止及び救済について考え、具体的な対応をまとめることができる。



「社会への扉」動画講座 教師用第1回

「社会への扉」動画講座 教師用第1回

○消費者の権利、消費者の責務

21世紀に入り消費者施策は「保護」から「自立支援」へ転換

従来の消費者政策は事業者を規制することが中心の手法で、消費者は行政に「保護される者」と捉えられ、消費者保護施策が中心であった。

平成15年（2003年）国民生活審議会消費者政策部会から「21世紀型消費者政策の在り方について」取りまとめ

平成16年（2004年）「消費者保護基本法」から「消費者基本法」へ改正
消費者基本法には以下の消費者の権利の内容が盛り込まれた。

消費者基本法 第2条（基本理念）

消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の①消費生活における基本的な需要が満たされ、その②健全な生活環境が確保される中で、③消費者の安全が確保され、商品及び役務について④消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し⑤必要な情報及び⑥教育の機会が提供され、⑦消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに⑧消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行わなければならない。



教員用解説編 第1回



「社会への扉」動画講座 教師用第2回

「社会への扉」動画講座 教師用第2回

3) 契約をやめるー未成年者取消し

4) 契約をやめるークーリング・オフ

- ✓ 民法による**未成年者取消し**・・・成年年齢が引き下げられた場合の法的な相違
- ✓ 特定商取引法によるクーリング・オフ

* SNSを利用した呼び出し(誘引)による消費者トラブルの増加

(改正特定商取引法平成29年12月1日施行)

いわゆるSNSのメッセージ機能等により営業所その他の特定の場所への来訪を要請する方法をアポイントメントセールス等の誘引方法に追加

- ✓ 消費者契約法による契約の取消し

教師用解説書 (P10 ~11)

なぜ、契約の取消しやクーリング・オフができるのか。

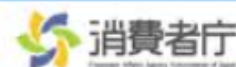
社会的経験が不足している未成年者

消費者と事業者との間の情報の質・量、交渉力

**保護
格差**



- ・クーリング・オフ学習の弊害・・・何でも「クーリング・オフすればいい」
- ・「〇〇商法」という名称を覚え、事例を知ることだけでは実践的な学習にはならない。
- ・消費者トラブルの複雑化・・・消費生活センターの活用「☎188」の周知



教員用解説編 第2回



特別支援学校(高等部)向け消費者教育用教材 ～ショウとセイコと学ぼう！大切な契約とお金の話～



(掲載ページ)

主に知的障害のある生徒を対象とする消費者教育用教材です。身近な買物や契約の仕組みなどを学ぶ「基礎編」と、契約トラブルの具体的な事例から対処法等を学ぶ「実践編」で構成し、合計7つのテーマを収録。教材は、(1)スライド教材（基礎編・実践編）、(2)活用の手引、(3)ワークシート、(4)イラスト集から構成されています。

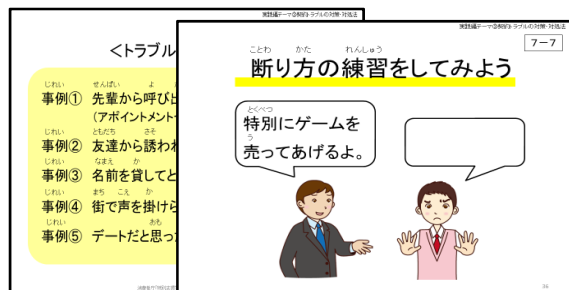
ポイント1 高校生のキャラクターと一緒に学ぶスタイルを採用

高校生のキャラクターであるショウとセイコが、トラブルにあって困ったり、失敗した場面を取り上げ、断り方や相談の仕方を具体的に学べるように工夫。



ポイント2 スライド教材は教員がカスタマイズ可能に

スライド教材は編集可能な形で提供し、教員が生徒の実態等に合わせてスライド教材の順番やイラスト等を変更したり、組み合わせることも可能。



ポイント3 教員向けに活用の手引、ワークシート等も制作

授業の参考になる情報を掲載した教員向けの手引や、ワークシート、スライドに使用したイラストを集めたイラスト集も制作。



	テーマ	概要
基礎編	① 買物・契約の基本	売買契約の仕組みや、契約には権利と共に義務が生じることなどを学ぶ。
	② 商品の選び方	買物をするときの手順や、購入目的に応じて商品を選ぶポイントについて学ぶ。
	③ いろいろな支払方法	現金、カード、スマホ決済を使った支払方法の特徴と注意点について学ぶ。
	④ 上手なお金のやりくり	収入と支出のバランスや、お金のやりくりが大切なことについて学ぶ。
実践編	① ネットショッピング	ネットショッピングの特徴や、トラブル事例から利用上の注意点や対処方法を学ぶ。
	② スマホ・ネットでのトラブル	スマホ・ネットでのトラブル事例と、トラブルに遭わないための注意点について学ぶ。
	③ 契約トラブルの対策・対処法	身近な契約トラブル事例と、トラブルに遭わないための注意点について学ぶ。

教材の工夫・配慮の例

～実践編テーマ③ 契約トラブルの対策・対処法 より～

＜社会への扉の場合＞

4 契約をやめるークーリング・オフ

Q4 & A4 街で呼び止められ、展示会場に行ったら勧誘され、断れなくて10万円の絵画を契約してしまった。この契約をクーリング・オフすることはできる？

➡ 3 契約してから8日間であれば、クーリング・オフができる。

●「契約は守らなければならない」のが原則だが、消費者トラブルになりやすい取引については、契約をやめることができる特別な制度としてクーリング・オフがある（特定商取引法）。 ←理由は関係ない

●クーリング・オフをすると、消費者は受け取った商品を事業者に戻し、支払った代金は全額返金される。

●詳しくは「国民生活センター クーリング・オフ」

cooling off 頭を冷やす

○若者がトラブルにあいやすい販売方法とクーリング・オフ期間

販売方法	特徴	期間
訪問販売・キャッチセールス①・ アポイントメントセールス②	不意打ち的に勧誘される(突然家に営業マンが来る、突然路上で呼び止められる①、突然電話があり呼び出される②)。	8日
継続的なサービス	語学教室・エステ・家庭教師・塾など7業種。自分から店へ行って契約した場合もクーリング・オフできる。	8日
連鎖販売取引(マルチ商法・ネットワークビジネスともいわれる)	先輩、友人、知人から、「すぐに利益が出る」、「人を紹介することでバックマージンが入る」などと誘われる。最初の名目は様々な金銭的負担を求められる。	20日

ワーク 3 なぜ、法律では上のような取引に関してクーリング・オフ制度を定めているのだろうか。(ヒント) Q4の消費者の状況や、上の表の「特徴」に着目。

プラスα クーリング・オフができない場合、契約はやめられる？

- 事実と違う説明をされた。
- メリットだけ説明され、デメリットを説明されなかった。
- 「帰って」と言っても営業マンに居座られて勧誘された。
- 「帰りたい」と言っても店から帰らせてくれず勧誘された。

➡こんな状況で契約した場合、消費者契約法によって契約を取り消すことができる。

【発展1】○○に入る漢字二文字を考えた上で、消費者が書かれている状況について話し合ってみよう。

消費者契約法は、消費者と事業者との間の情報の質・量、交渉力の○○に着目したルールといえる。

＜特別支援学校用教材の場合＞

ほうもんはんばい 訪問販売

とつぜんいえきひと 突然家に来た人から、しょうひんはんばいかんゆう 商品の販売勧誘をされる。

↓

けいやくひようかん 契約した日から8日間
クーリング・オフができる。

複数の情報が一度に目に入ってくると混乱を招くため、スライドの情報を少なくしている

クーリング・オフができる期間
契約した日から8日間の場合

月	火	水	木	金	土	日
			1	2	3	4
5 ①	6 ②	7 ③	8 ④	9 ⑤	10 ⑥	11 ⑦
12 ⑧	13	14	15	16	17	18
19	20					
26	27					

期間をイメージしやすくしている

○中学生向け消費者教育プログラム（新学習指導要領準拠版） 令和3年4月公表

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/lower_the_age_of_adulthood/#m003

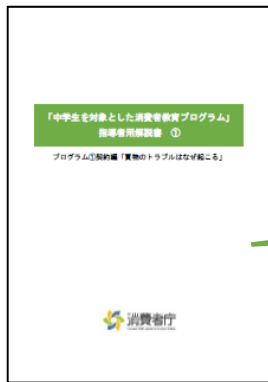
このプログラムは、実際に中学生が巻き込まれた買物トラブルや、インターネット上の事実とは異なる情報に関するトラブル事例をヒントに、なぜそのようなトラブルが起こるのかを考え、話し合うことで、トラブルに遭わないためにはどうすればよいか、生徒たち自らが、自分事として考えることができるように構成しています。

契約の仕組みやその重要性を理解するために

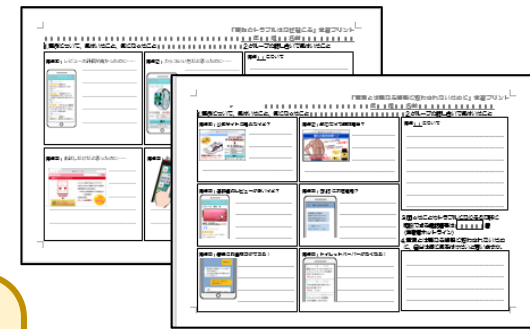
プログラム①契約編「買物のトラブルはなぜ起こる」

情報をうのみにしない、批判的思考力を身に着けるために

プログラム②批判的思考力編「事実とは異なる情報に惑わされないために」



「指導者用解説書」には、学習指導要領に基づいた指導案、事例の詳しい説明の他、授業実践例を掲載。



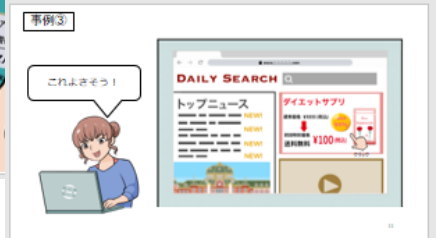
学習プリント（各1枚）

「指導者用解説書」①契約編（27P）②批判的思考力編（28P）

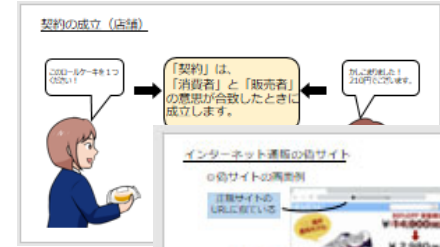
「支援ツール」は、実際に中学生が巻き込まれたトラブル事例に基づく**各種事例集**、**生徒用解説**を、授業にそのまま利用できるパワーポイントで提供。**学習プリント**（Word版）と共に、部分使用及び適宜変更も可能。



「買物のイメージ」（6事例）
「買物のトラブル事例」（6事例）



「事実とは異なる情報の事例」（9事例）



「生徒用解説」
①契約編（14P）②批判的思考力編（6P）

○ 消費者教育ポータルサイト

消費者庁、関係府省、関係機関及び地方公共団体が作成した教材等を**消費者教育ポータルサイト**に掲載

消費者教育
ポータルサイト

文字サイズ 標準 大 特大

→ 当サイトについて → 検索 → 消費者教育関連情報 → 掲載 → お問い合わせ

消費者教育ポータルサイトとは

「消費者教育ポータルサイト」は、消費者教育に関する様々な情報を提供するサイトです。

学校や社会の様々な場面で消費者教育を実施したいと考えている方や自学されている方が、教材、講座、取組の情報を検索したり、掲載したりすることができます。

検索

消費者教育に関する教材、講座、取組を検索したい方はこちらから

↓ [消費者教育の体系イメージマップ検索](#)

ライフステージ（幼児期～高齢者）とジャンル（重点領域）の組み合わせから、相応しい教材、講座、取組を検索します

↓ [フリーワード検索](#)

→ [条件絞り込みで探す](#)

→ [「消費者教育の担い手向けナビゲーション」からの情報検索](#)

自分の立場（あなたは？）、相手の立場（誰に？）、使う場所（どこで？）といった質問に答えていくことで、教材、講座、取組を検索します



掲載

消費者教育に関する教材、講座、取組を掲載したい方はこちらから

→ [「教材」の登録フォーム](#)

「教材情報の入力にあたってのご注意」「記入の手引き」を御確認の上、登録を行ってください

→ [「講座」の登録フォーム](#)

「講座情報の入力にあたってのご注意」を御確認の上、登録を行ってください

→ [「取組」の登録フォーム](#)

「取組情報の入力にあたってのご注意」を御確認の上、登録を行ってください



消費者教育ポータルサイトとは

消費者教育を担う講師、学校の教職員、専門家、地域住民と関わりのある者を主な利用者として置かれた消費者教育の教材・サービス等の情報検索サイト。国や地方公共団体、消費者団体、事業者団体等から情報等が提供され、消費者教育等の教材登録数は1,687件（令和2年10月末現在）。



御清聴ありがとうございました!

