

若年者向け消費者教育の取組について

高橋 真也 (たかはし・しんや)
消費者行政新未来創造オフィス

前回は、若者が消費者被害に遭う要因について、心理面に焦点を当てて分析を行うプロジェクトについて紹介したところであるが、今回は、消費者行政新未来創造オフィスで行っている若年者向け消費者教育の取組についてご紹介したい。

平成30年6月13日に民法が改正され、令和4年4月1日から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることとなった。これにより、現在20歳まで認められていた未成年者契約の取消しについても18歳未満までとなり、高校生であっても18歳から契約の責任を自ら負うこととなる。また、若年者は消費者被害に巻き込まれやすいことや、知らず知らずのうちに消費者被害に係る犯罪の加害者に加担することもあり得ることからも、若年者に対する消費者教育の一層の推進が喫緊の課題となっている状況にある。

消費者庁では、消費者教育の推進に関する法律に基づき、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を推進しているが、このような状況を踏まえ、平成29年3月に、主に高校生を対象とした消費者教育教材「社会への扉」を作成した。

また、実践的な「若年者への消費者教育」の実施を推進するため、消費者庁をはじめとする関係省庁で平成30年度から令和2年度までの3年間を集中強化期間とする「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」を策定し、「社会への扉」を令和2年度には全都道府県の全ての高等学校、特別支援学校、高等専門学校で活用することを目指しているところである。

現在、徳島県では全ての高等学校等において、「社会への扉」を活用した授業を実施しており、当オフィスでは、モデルプロジェクトの一つとして、その授業の実施効果等の調査や活用事例の収集を行っているところである。以下からは、平成30年度に実施した「社会への扉」を活用した授

業の実施効果に関する調査及び活用事例集について概観していきたい。

1. 徳島県における「社会への扉」を活用した授業の実施効果に関する調査の概要※1

消費者行政新未来創造オフィスでは、平成29年度から「社会への扉」を活用した授業の効果検証を徳島県内の全高等学校等で実施している。具体的には、消費者教育の授業を受ける高校生（第一学年が中心）に対して、授業の前後に「社会への扉」に掲載している契約やお金などの消費生活に関するクイズ及び自立した消費者としての意識等についてアンケート調査を行い、消費者教育を受けることにより高校生の知識や意識等が向上したかどうか分析している。

「社会への扉」では、契約（解約や取消しなど）やお金（クレジットカード利用や金利計算など）、製品事故、消費者トラブルに遭っ

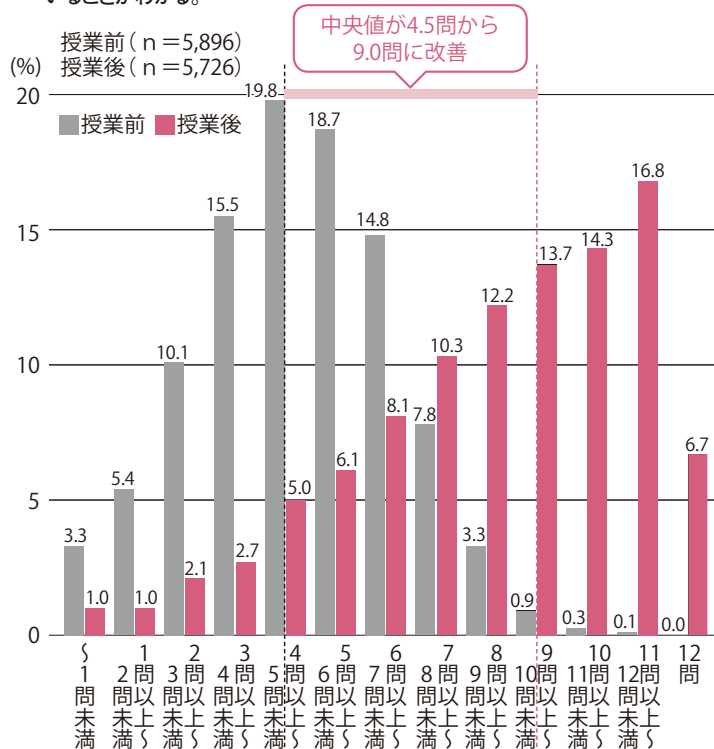
た時の対応といった合計12問のクイズが設けられている。徳島県内の高校生のクイズへの回答を分析してみると、無回答者を除く正答数の分布は、授業前は4問以上～5問未満が19・8%で最も多かったが、授業後は11問以上～12問未満が16・8%で最も多いという結果が出た。また、12問全体に占める正答率（全12問中の正答数の割合をいう。）は、授業前の平均は38・3%、授業後の平均は70・3%で、授業前から32ポイント増加した。これらの結果は多くの高校生が授業により消費生活に関する知識を習得できたことを示していると考えられる。

一方で、契約に関するクイズの結果からは、解約に対する質問への正答率が低く、契約が成立しても、消費者の都合で取消しできると認識している生徒が多いことが見てきた。「契約」の正しい性質を理解した上で、消費者保護の特例としてクーリング・オフ制度等があることをしっかり学ぶ必要があるといえる。

さらに、自立した消費者としての意識について尋ねたところ、消費者トラブルや困ったときに消費生活センターへ相談することに関しては授業前後で比

※1 平成29年度・30年度に実施した調査の報告書は消費者庁ホームページで公表している。詳しい結果は当該報告書を参照。 https://www.caa.go.jp/future/project/project_003/

表 消費生活クイズの正答率の分布：授業の前後で正答率が明らかに改善していることがわかる。



(出典)「平成30年度徳島県における「社会の扉」を活用した授業の実施効果に関する調査報告書」図表2-18

2. 「社会への扉」を用いた消費者教育に関する授業の事例収集

較的大きく伸びており、授業により消費者ホットラインや消費生活センターの認知度を高めることができたと考えられる。

次に「社会への扉」の徳島県における活用事例集についてご紹介したい。当オフィスでは、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、平

成30年度に「社会への扉」を用いて徳島県内の高等学校等で実施した消費者教育に関する授業のうち、工夫を凝らした三つの授業事例を事例集としてまとめ、公表している。^{※2}

まず一つ目の事例は、家庭科（家庭基礎）で消費者教育を教えるケースである。キャッシュレス社会の課題という具体的なテーマを設定し、「社会への扉」を用いて、支払方法の種類を学ぶとともに、電子マネーの利用に関する意見の発表や肯定側と否定側に分かれてのディベート（討

論）、テレビ会議システムを活用して実際に消費生活相談員から話を聞くことなど主体的に参加する授業が行われていることを紹介している。

また、二つ目の事例では、現代社会の科目での消費者教育を紹介している。授業では、「安全」「環境」「貧困」「資源・エネルギー」「災害復興」「食料問題」といった社会課題をテーマとして、消費者としてその解決にどのように貢献できるかワークシートを用いて話し合いをするものであり、消費者の権利や責任、消費者市民社会についての意識醸成を図るために有効なものであると考えられる。

最後に、三つ目の事例は家庭科（家庭総合）で消費者教育を教えるケースである。こちらについては家庭科教師だけでなく消費者教育コーディネーターを外部講師として依頼し、授業を行ったという特徴がある。外部講師と事前に打合せを行い、消費者トラブルに関する最新の相談動向や消費生活相談に関するデータは20代の相談者のデータを活用する、相談者の心理的な側面についても触れるなど、生徒の興味・関心を引き付けることにより、生徒の意識の変容を

促すための工夫が行われていたものである。

消費者教育は日常生活とも関連が深い実践的な教育であり、生徒が主体的に学ぶことができれば、各々で様々な工夫がされている。今後、全国的に「社会への扉」を用いた授業がさらに拡大する中でこのような実践的な授業事例が活用されていくことを期待している。

3. おわりに

これまで見てきたように、徳島県では全高等学校等で「社会への扉」を用いた授業が行われているなど先進的な取組を行っており、消費者教育の推進施策の効果検証をするには非常に適した環境にある。本年度も消費者教育の授業効果の検証等は実施する予定であり、効果的な消費者教育の実践に資するようモデルプロジェクトの取組を進めていきたい。また、特別支援学校における消費者教育の在り方についても現在関係者との意見交換を進めているところであり、徳島という実証フィールドを活用して様々な主体に対する消費者教育の充実についても寄与していきたいと考えている。

※2 平成29年度・30年度の事例集は消費者庁ホームページで公表している。詳しい事例の内容は当該事例集を参照。 https://www.caa.go.jp/future/project/project_003/