

令和2年12月22日

**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
3年間の調査結果の取りまとめについて**

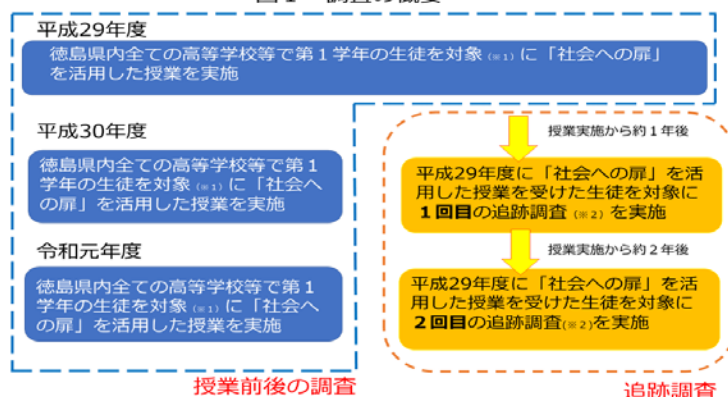
○調査結果のポイント

- ・ 全国で初めて県内全高等学校等で、消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業が実施された徳島県における、同授業の平成29年度から令和元年度までの効果検証結果。
- ・ 授業を受けた県内全生徒（毎年6,500人前後）を対象とした大規模な調査。
- ・ 毎年の授業前後の比較だけでなく、平成29年度に授業を受けた高校1年生を対象に2年次、3年次に同じ質問をする「追跡調査」を実施。
- ・ 消費生活に関する知識について、全体的に知識の定着がみられた半面、契約の基礎である「契約の成立時期」や「契約の解約」など、授業前の正答率が低い事項は、授業後正答率が一時的に高まっても、経年による正答率の低下が大きい。
- ・ 消費生活に対する意識を変えることは難しい。
- ・ 今回の調査で、継続的に消費者教育を行っていくことや、授業や教材の一層の工夫の重要性が明らかとなった。

消費者庁は、平成29年7月に徳島に設置された消費者行政新未来創造オフィス※1において、令和4年4月1日からの成年年齢引下げに対応した消費者教育の充実・強化のため、体系的な消費者教育について、先進的な取組を収集・発信してきました。徳島県では、消費者庁が文部科学省の協力を得て作成した消費者教育教材「社会への扉」※2を活用した授業を、平成29年度より、全国で初めて県内全高等学校等（55校）で実施しています。そこで、平成29年度から令和元年度の3年間にかけ、「社会への扉」を活用した授業の効果検証を目的に、徳島県内で授業を受けた生徒全員を対象とする大規模な調査を実施し、結果を取りまとめました。

調査は2つあり、1つは「授業前後の調査」として、平成29年度から令和元年度の各年度の原則高校1年生を対象に、消費生活に関する知識や意識の、授業の前後での変化を把握することを目的に実施した調査です。もう1つは「追跡調査」として、平成29年度に授業を受けた高校1年生を対象に、2年次、3年次に、同じ質問をすることで、授業を実施したことによる消費生活に関する知識の定着度、意識の変化を経年で把握することを目的に実施した調査です。（図1参照）

図1 調査の概要



（※1）学校の事情により、他の学年が対象となっていることがある（※2）「社会への扉」の中で出てきたクイズやアンケートに再度回答するもの

「追跡調査」の結果、消費生活に関する知識について、全体的に知識の定着が見られたものの、契約の基礎である「契約の成立時期」や「契約の解約」など、授業前後の正答率の伸び率が高い問ほど、授業後から二年後にかけて正答率の低下幅が大きい傾向が見られました。すなわち、授業前の正答率が低い事項は、授業後正答率が一時的に高まっても、経年による正答率の低下が大きく、継続的に消費者教育を行っていくことの重要性が明らかになりました。

また、意識については、授業後に「できる」と回答した生徒の割合が全体的に増加したものの、一年後は全体的に低下し、二年後に「できる」と回答した割合が増加した問と低下した問が混在する結果となり、意識を変えることは難しいことが明らかになりました。

この度、2つの調査結果を総括し、取りまとめましたので、公表します。※3

-
- ※1 令和2年7月30日に、恒常的な拠点として「新未来創造戦略本部」となった。
- ※2 消費者庁が平成29年3月に文部科学省と連携し、主に高校生を対象として、成人として消費生活を送る上で、最低限必要な知識を習得し、消費者トラブルに遭ったときには適切な行動に結びつけることができる実践的な能力を育むことを目的として作成した消費者教育教材。
- ※3 調査結果の報告書は、下記消費者庁ウェブサイトに掲載。
URL https://www.caa.go.jp/future/project/project_003/#questionnaire

1. 調査概要

(1) 「授業前後」の調査

○調査対象者：徳島県内の全ての高等学校等 55 校の原則第 1 学年の生徒
(平成 29 年度：6,858 名、平成 30 年度：6,540 名、令和元年度：6,353 名)

○調査内容： ①消費生活に関する知識（契約の成立に関する問題など 12 問）
②自立した消費者としての意識（消費者トラブルやその対処方法のチェックなど 10 項目、授業後は 11 項目（「今後の生活における『社会への扉』の活用を追加）。

(2) 追跡調査

○調査対象者：平成 29 年度に「社会への扉」を活用した授業を受けた徳島県内の高等学校等の生徒（平成 30 年度：6,168 名（平成 30 年 9 月 1 日時点で在学していた生徒）、令和元年度：5,377 名（令和元年 6 月 1 日時点で在学していた生徒））

○調査内容： 「授業前後」の調査の授業後調査と同じ

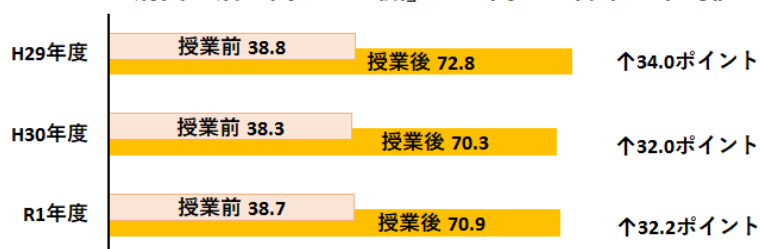
2. 調査結果のポイント

(1) 「授業前後」の調査結果

① 消費生活に関する知識の授業前後の変化

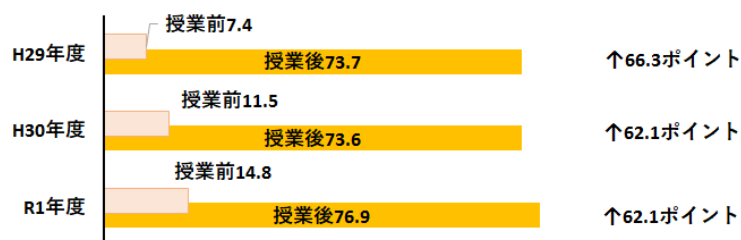
- 消費生活に関する知識（12 問）の正答率の平均値は、いずれの年度も授業前は 4 割程度で、授業後に 7 割程度まで増加。

「消費生活に関する知識」全12問の正答率の平均値（％）



- 授業前後の正答率の変化が最も大きかったのは、問 1「契約成立のタイミング：承諾」。授業前の正答率が 1 割程度と低く、授業後は 7 割程度まで増加。

Q1「契約成立のタイミング：承諾」の正答率（％）



- ・授業前の正答率が最も低かったのは、問2「成立した契約：原則解約不可」で、いずれの年度も授業前1割未満であり、授業後は5割程度であった。

Q2「成立した契約：原則解約不可」の正答率（％）



- ・授業後の正答率が最も高かったのは、問9「必ずもうかる投資：ない」で、いずれの年度も授業後8割程度であった。最も低かったのは、問8「年利17%で借りた20万円の返済総額」で、いずれの年度でも授業後5割程度であった。
- ・身近な消費生活センターや消費生活相談窓口を案内する「消費者ホットライン」については、問11「消費者ホットライン：188」の正答率が、いずれの年度も授業前2割程度であったが、授業後7割程度まで上昇した。

Q11「消費者ホットライン：188」の正答率（％）



② 自立した消費者としての意識の授業前後の変化

- ・「消費生活についてのアンケート」の設問に生徒が「できる」（「必ずできる」及び「まあまあできる」の合計値。）と回答した割合を比較すると、全10問（問1～問10）の平均値は、いずれの年度も授業前は4割程度で、授業後に5割程度と増加。増加の幅は約4～7ポイントで、「消費生活に関する知識」の結果ほど大きな変化は見られなかった。

「自立した消費者としての意識」全10問の「できる」と回答した割合の平均値（％）



- ・授業前後の回答で最も変化が大きかったのは、問 8 「他者への消費生活センター利用のアドバイス」で、授業後約 10～13 ポイントの上昇。

問 8 「他者への消費生活センター利用のアドバイス」に「できる」と回答した割合（％）



- ・授業前後の回答で最も変化が小さかったのは、問 1 「原則、返品・返金不可を意識した慎重な買い物」で、授業後 0.2～約 3 ポイントと僅かに上昇。

問 1 「原則、返品・返金不可を意識した慎重な買い物」に「できる」と回答した割合（％）



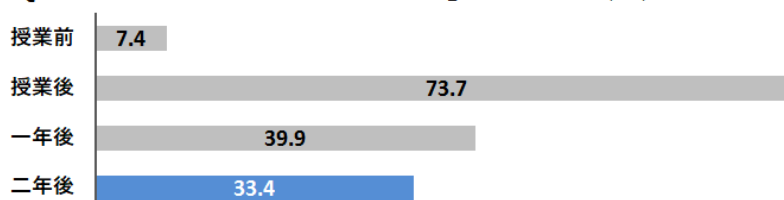
- ・授業後で「できる」と回答した割合が最も高かったのは、授業前に 7 割程度「できる」と回答のあった問 9 「ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応」で、授業後も 7 割程度を維持。最も低かったのは、問 3 「消費者トラブルやその対処方法のチェック」で、いずれの年度でも「できる」と回答した割合は、授業後 3 割未満で意識が低いままであった。

(2) 追跡調査の結果

① 消費生活に関する知識の経年変化

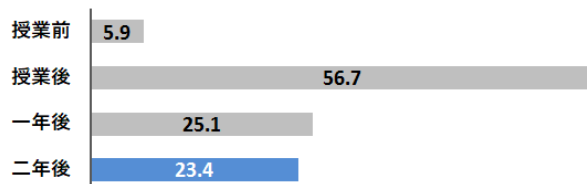
- ・二年後の各問の正答率は、授業後より減少しているものの、授業前調査の正答率と比較するとほぼ全ての問では上回る傾向にあった。
- ・授業前後の正答率の伸び率が高い問ほど、授業後から二年後にかけて正答率の低下幅が大きい傾向が見られた。
- ・授業後から一年後、正答率の低下幅が最も大きかったのは、問 1 「契約成立のタイミング：承諾」で、30 ポイント以上低下。一年後から二年後にかけては 6.5 ポイント低下。

Q 1 「契約成立のタイミング：承諾」の正答率（％）



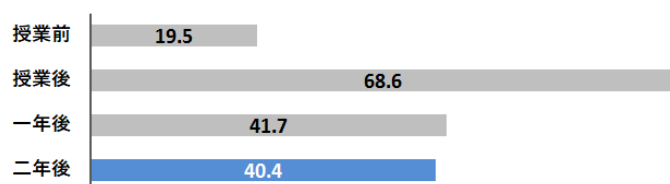
- ・授業前に最も正答率の低かった問2「成立した契約：原則解約不可」は、一年後、二年後についても正答率が最も低かった。

Q2「成立した契約：原則解約不可」の正答率（％）



- ・「消費者ホットライン」については、問11「消費者ホットライン：188」の正答率が授業前2割程度から授業後7割程度まで増加したが、一年後、二年後には4割程度まで減少した。

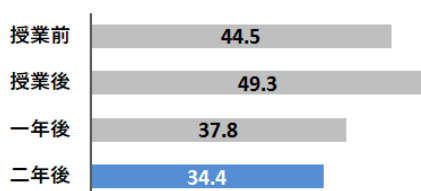
Q11「消費者ホットライン：188」の正答率（％）



② 自立した消費者としての意識の経年変化

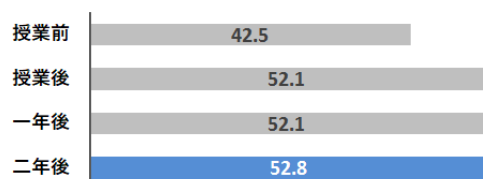
- ・授業後に「できる」と回答した生徒の割合が全体的に増加したものの、一年後は全体的に低下。二年後に「できる」と回答した割合が増加した問と低下した問が混在する結果となった。
- ・授業後から二年後にかけて、「できる」と回答した生徒の割合で最も変化が大きかったのは、問2「通信販売利用時の規約の確認」で、14.9ポイントの低下。授業後5割程度であったが、二年後に3割程度に低下。

問2「通信販売利用時の規約の確認」に「できる」と回答した割合（％）



- ・最も差が小さかったのは、問7「借金で困ったときの消費生活センターへの相談」で、0.7ポイントの上昇。授業後から二年後にかけて5割程度の生徒が「できる」と回答。

問7「借金で困ったときの消費生活センターへの相談」に「できる」と回答した割合（％）



3. 調査結果についての有識者等からの意見（報告書本文から抜粋）

（1）消費生活に関する知識について

- ・二年後の調査において、授業後より正答率が下がっているものの、ある程度の知識の定着がみられ、授業の効果があったといえるのではないかと考える。
- ・正答率が低かった Q2「契約の解約」は、日常生活における買い物の実体験との乖離があるためか、授業で学習した内容が定着しにくいところがあったと考えられる。
- ・（契約に関する）知識の定着が簡単ではないことを考慮すれば、契約の基礎に関する内容を多面的に指導することが重要である。

（2）自立した消費者としての意識について

- ・消費者としての意識は、毎日の生活の中の出来事等に影響されるところもあり、変えることは難しい。二年後の追跡調査は高校3年生を対象にしたものだが、卒業後の生活を見据えて教員から消費生活に関する声掛け等があり意識が向上したということも考えられる。
- ・消費者トラブルに遭ったら消費生活センターに相談することや、新たな手口のトラブルを警戒する意識を持つことは、自立した消費者を育成する上で是非とも身に付けさせたい態度であるため、一層工夫した授業を行うことが求められよう。

（3）今後の課題等

- ・「社会への扉」を用いた授業の実施は、18歳成年に備えてどのような点の理解が求められるのかを明確にし、教育や行政の関係者、また当事者である高校生の意識を高める上で大変効果的な取組であったといえる。「社会への扉」の内容は消費生活に必要な知識であるにもかかわらず、大人にとっても曖昧で答えられない内容が少なくない。必要な教育に対する認識を共有する上で、12問のクイズとその解説を中心とした教材は大いに有用であったと考えられる。
- ・クイズ形式での消費生活意識の確認や、自立した消費者としての意識についてのアンケート調査は、消費者教育の効果を定量的に把握したという点でも意義深い。正答率や段階評価による意識の把握といった定量的に比較可能な測定尺度を設けることで、今後の教育に対する課題を明確に浮かび上がらせることができたといえる。
- ・限られた授業時間の中で、消費者教育分野の知識をいかに維持・向上していくかが重要であるが、消費者庁で新たに作成された「社会への扉」の確認シート※4は、学習した内容を簡単に振り返ることができ有効である。授業時間的にも余裕がある卒業前に、振り返ることが望まれる。
- ・トラブル事例は、最新の事例で被害が多いものの情報を得られるとよい。動画やロールプレイングのモデルシナリオが、加工しやすいパワーポイントなど電子媒体で整理・提供されると授業においても非常に活用しやすい。
- ・ウィズコロナの時代にあっては、授業の方法も変えていく必要があり、今後は教材のデジタル化も求められる。知識の定着には手を動かすことも重要なので、単にリーフレットやレジュメを配布するだけでなく、アプリケーションでランダムに問題に回答できたりすると、有益であると考えられる。

※ 4 学校の授業の振り返りや若年者向け啓発資料として、「社会への扉」の確認シート（契約編）及び（お金・暮らしの安全編）を作成し、消費者庁のウェブサイトに掲載しています。

URL

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

【問合せ先】

消費者庁新未来創造戦略本部
柴田、酒嶋

TEL : 088-600-(0025、0015)

FAX : 088-622-6171

《参考》 調査の質問項目

○消費生活に関する知識（消費生活クイズ）

- | | | |
|-------------|---------------------|-----------------|
| Q1 契約の成立時期 | Q2 契約の解約 | Q3 未成年者取消し |
| Q4 クーリング・オフ | Q5 通信販売におけるクーリング・オフ | Q6 クレジットカード |
| Q7 リボルビング払い | Q8 借入返済額 | Q9 投資の知識 |
| Q10 製品による事故 | Q11 消費者ホットライン 188 | Q12 消費者トラブルへの対応 |

○自立した消費者としての意識（消費生活に関するアンケート）

- 問1 原則、返品・返金不可を意識した慎重な買い物
- 問2 通信販売利用時の規約の確認
- 問3 消費者トラブルやその対処方法のチェック
- 問4 商品・サービスに対する問題認識時の事業者への連絡
- 問5 問題認識時の消費生活センターへの相談
- 問6 クレジットカードの適切な利用
- 問7 借金で困ったときの消費生活センターへの相談
- 問8 他者への消費生活センター利用のアドバイス
- 問9 ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応
- 問10 より良い消費社会につながることを考えた行動
- 問11 今後の生活における「社会への扉」の活用（授業後調査のみ）

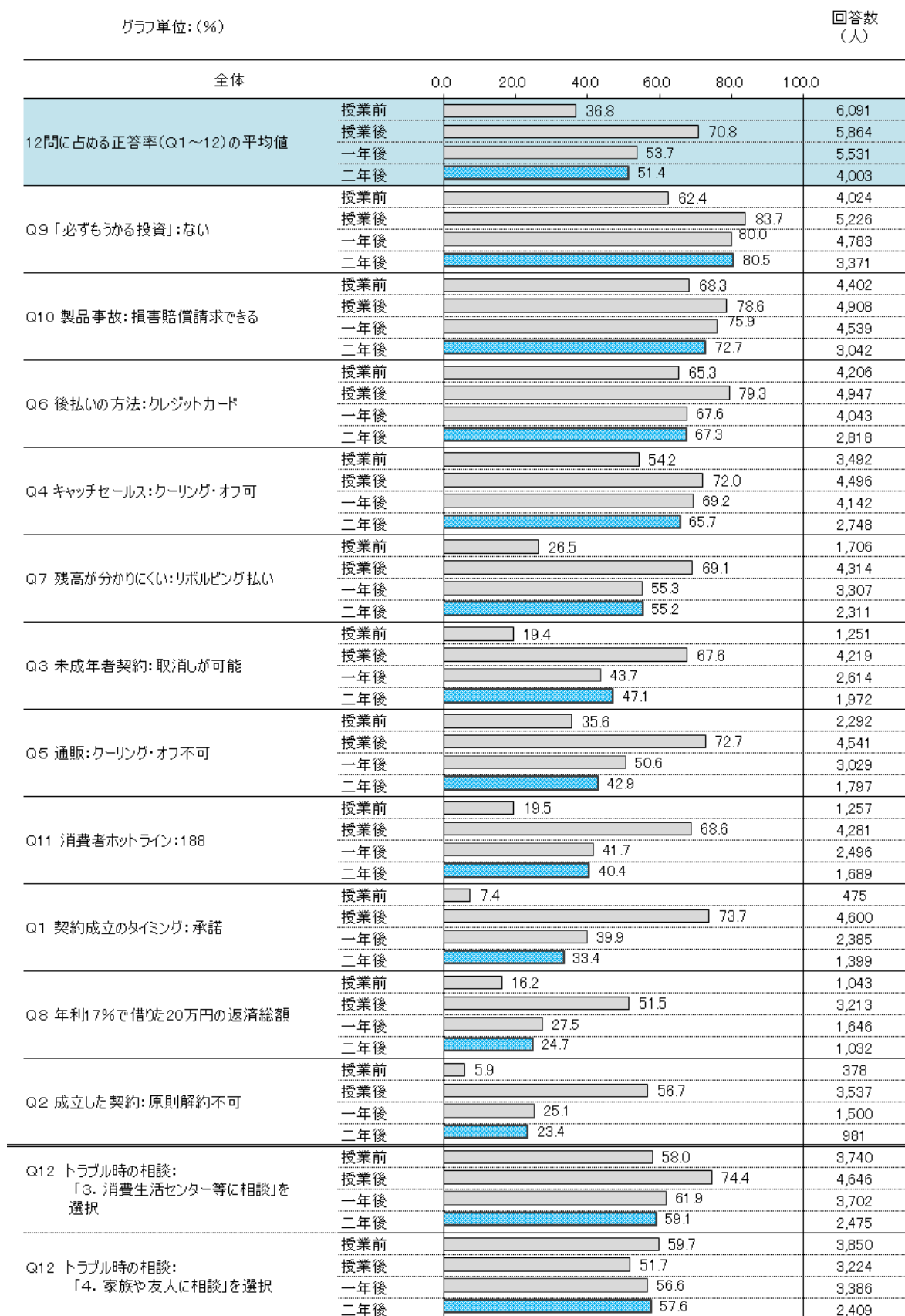
<自由記述>

授業前調査：消費生活について知りたい内容

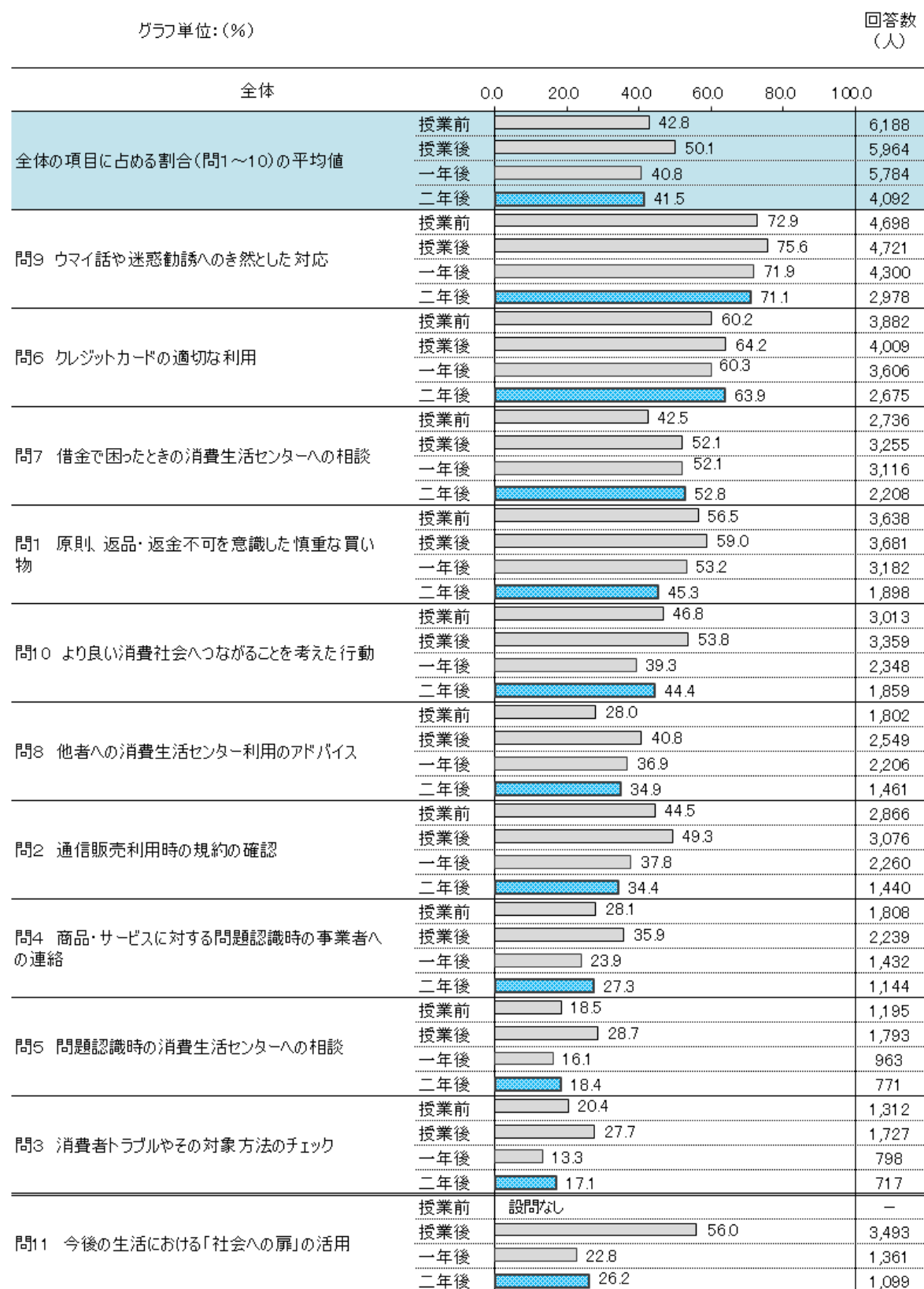
授業後調査：「社会への扉」を学んだ感想

《参考》追跡調査の結果

①消費生活に関する知識（消費生活クイズ）の正答率



②自立した消費者としての意識（消費生活に関するアンケート）に「できる」と回答した割合



調査結果の考察

（１）知識に関する調査結果の考察

1. 二年後の追跡調査から考えられる授業の効果について

二年後の追跡調査における各問の正答率は、授業後より減少しているものの、授業前調査の正答率と比較するとほぼ全ての問で上回る傾向にあった。

また、一年後の追跡調査の正答率と比較すると、授業後調査の正答率と一年後の追跡調査を比較した場合より減少幅が小さかった。このことから、「社会への扉」を活用した授業で学んだ消費生活に対する知識の一定の定着は認められる。

授業前後の正答率の伸び率が高い問ほど、授業後から二年後にかけて正答率の下がり幅が大きい傾向が見られた。正答率の伸び率が高い問はそもそも授業前の正答率が低い（知識が無い）ので、短時間の学習では知識が定着せず、時間の経過と共に忘れてしまいやすいことが考えられる。

2. 二年後の追跡調査から考えられる高校生の消費生活と授業の効果の関係について

Q 1「契約の成立時期」及びQ 2「契約の解約」の間では、二年後の追跡調査において、授業後調査の正答率から 30 ポイント以上、一年後調査の正答率から Q 1 は 6.5 ポイント、Q 2 は 1.7 ポイント減少している。

要因としては、一方的な解約（返品）は法律上原則不可となっているものの、実際の店舗等では、事業者側のサービスにより解約（返品）に応じてくれる場合があるため、授業を受けてから一定期間を経過すると、授業で学んだ知識よりも実生活での経験が印象に残ってしまうことが考えられる。

一方、Q 6「クレジットカード」のように、実生活ではなじみの少ないと考えられる分野については、一年後、二年後の追跡調査においても、比較的高い正答率を維持していた。

（２）意識に関する調査結果の考察

授業後調査では授業前調査と比べて「必ずできる」又は「まあまあできる」と答えた割合が全体的に増加したものの、一年後の追跡調査では全般的に減少し、「どちらともいえない」の割合が増加していた。二年後の追跡調査では、授業前後調査、一年後の追跡調査と比較し、「必ずできる」又は「まあまあできる」と答えた割合が増加した問、減少した問が混在している。授業前、授業後、一年後、二年後の各調査時点における、各設問に対する生徒の回答傾向（「必ずできる」及び「まあまあできる」と答えた割合の高い設問順）に大きな変化はみられなかった。このことから、短期間で実施した授業のみでは消費生活に対する意識を変えることは難しく、消費者の権利や責任に対する意識を養うためには時間をかけた取組が必要であると考えられる。

社会への扉



契約編

2022年（令和4年）4月1日から民法の一部を改正する法律が施行され、**一人で有効な契約をすることができ、年齢が20歳から18歳に引き下げられます。**
この成年年齢下げの動きを踏まえて作成された『社会への扉』を参考に、**クイズで「契約」について確認してみよう！**

Q1 店で買い物をするとき、契約が成立するのはいつ？

- ① 商品を受け取ったとき。
- ② 代金を払ったとき。
- ③ 店員が「はい、かしこまりました」と言ったとき。



Q2 店で商品を買ったが、使う前に不要になった。解約できる？

- ① 解約できない。
- ② シートがあり1週間以内なら解約できる。
- ③ 商品を開封していなければ解約できる。



Q3 17歳の高校生が、保護者に内緒で10万円の化粧品セットを契約した。この契約は取り消せる？

- ① 取り消すことはできない。
- ② 未成年者取消しができる。
- ③ 保護者が取り消しを求めたときのみ、未成年者取消しができる。



Q4 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？

- ① 事業者がウソを言って勧誘した場合は、クーリング・オフできる。
- ② 絵画を飾るなど、商品を使用していなければ、クーリング・オフできる。
- ③ 契約してから8日間であれば、クーリング・オフできる。



Q5 消費生活について相談したいときにかける電話番号は？

- ① 消費者ホットライン118番
- ② 消費者ホットライン188番
- ③ 消費者ホットライン189番



＜クイズの解答とポイント解説＞は裏面へ

クイズの解答とポイント解説

A1 ③ 店員が「はい、かしこまりました」と言ったとき。

● 消費者と事業者とが、お互いに契約内容（商品の内容・価格・引き渡し時期等）について合意すれば契約は成立する。つまり、口約束でも契約は成立する。契約書や印鑑・サインは証拠を残すためのもの。

A2 ① 解約できない。

- 契約は「法的な責任が生じる約束」なので拘束力がある。
- シートがあっても、開封していなくても、原則は解約はできない。
- **事業者が一定の条件を設けて、サービスとして返品や交換に申し込める場合もある。**

A3 ② 未成年者取消しができる。

- 社会経験の少ない未成年者が法定代理人（親権者などの保護者）の同意を得ずに契約した場合は、契約を取り消すことができる。
- 取消しにより、未成年者は受け取った商品があれば事業者へ返品し、支払った代金があれば返金される。
- 未成年者取消しは、未成年者自身からでも、法定代理人からでもできる。
- **ただし、小遣いの範囲の少額な契約、結婚をしている者、成人であると積極的にウソをついたり、法定代理人の同意があるところをついたりした場合は、未成年者取消しができない。**

A4 ③ 契約してから8日間であれば、クーリング・オフできる。

- 「契約はや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）。
- ***「高い」、「安けい」に反対された」、「困っていたのと違う」等の理由は必要ない。**
- 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へ返品し、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

A5 ② 消費者ホットライン188番

消費生活センターはごん所です



相談は無料

- 国家資格を持った**消費生活相談員**やそれに準じた専門知識・技術を持った人が対応します。
- 消費者関連の法律に基づき、解決のためのアドバイスしたり、必要に応じて事業者との間に入ってあっせん（解決のための交渉のお手伝い）を行ったりして被害の回復を図ります。
- 守秘義務があるので、同った情報はしっかり守られます。外には漏れません。



「社会への扉」には、「契約」以外にもお金や暮らしの安全に関するクイズやワークが収録されています。

右のQRコードや「社会への扉」で検索してみてください。



制作・著作 消費者庁 令和2年1月作成
〒100-8958 東京都千代田区有明3-1-1 消費者庁 消費教育推進課 TEL.03-3507-9149 FAX.03-3507-9259

社会への扉



お金・暮らしの安全編

2022年（令和4年）4月1日から民法の一部を改正する法律が施行され、一人で有効な契約をすることができるよう年齢が20歳から18歳に引き下げられます。この成年年齢引き下げの動きを踏まえて作成された『社会への扉』を参考に、クイズで「お金」と「暮らしの安全」について確認してみましょう！

Q1 買い物した後日に代金を支払うことになるのはどれ？

- ① デビットカードで買う。
- ② クレジットカードで買う。
- ③ ユニペイトカードで買う。



Q2 クレジットカードの支払方法で、1つ1つの商品の残高が分かりにくいのは？

- ① 36回分割払い
- ② リボ払い（リボ払い）
- ③ ポーナス1回払い



Q3 「必ずもうかる投資」ってあるの？

- ① 「必ずもうかる投資」はない。
- ② エルチ商法の仕組みを使った投資は必ずもうかる。
- ③ 専門家なら必ずもうかる投資を知っている。



Q4 製品による事故が発生したとき損害賠償を求めることができる？

- ① 損害賠償はされない。
- ② 製品の代金のみ返金を求めることができる。
- ③ 欠陥による損害であれば、治療費なども含め、広く損害賠償を求めることができる。



Q5 消費生活について相談したいときにかける電話番号は？

- ① 消費者ホットライン118番
- ② 消費者ホットライン188番
- ③ 消費者ホットライン189番



＜クイズの解答とポイント解説＞は裏面へ

クイズの解答とポイント解説

A1 ② クレジットカードで買う。

- カード会社が代金を立て替えて販売店に支払う。消費者は先に商品を手に入れて、支払期日までに一括又は分割でカード会社に支払う。
- 支払期日までに、お金を用意しておく必要がある。

A2 ② リボ払い（リボ払い）

- リボ払いは、月々の支払を一定額又は残高に対する一定の割合に抑えられるが、支払期間が長くなりかねるので、手数料がかさみ、その結果支払総額も増える。
- リボ払いは定期的な支払が続き、残高が分かりにくくなる。
- クレジットカードを使ったキャッシングは、消費者金融からお金を借りるのと同じ。



お金を借りるときは…

- 金融機関からお金を借りたら利息を付けて返す。利息＝借りた金額（元金）×年利（金利）×借入期間
- 奨学金制度（返済が必要な貸与型）、住宅ローンも借金であることは同じ。借りる前に金融機関が提示する返済計画表を確認し、目的の実現後の返済計画を具体的に考えてみよう。

A3 ① 「必ずもうかる投資」はない。

- 金融商品の中には、元本保証があるものと元本保証がないものがある。
- 一般的に高収益であるほどリスクも高くなる。また、元本以上の損失が発生する可能性のある仕組みの金融商品もある。
- 多様な金融商品が出回っているが、仕組みやリスクをよく理解できていない場合は、絶対に手を出さない。
- リスクをよく理解し、認識した上で投資をすることも、選択肢の一つ。

A4 ③ 欠陥による損害であれば、治療費なども含め、広く損害賠償を求めることができる。

- 製品事故やリコール情報（消費者庁ウェブサイト）をチェックし、安全な生活のための行動をとることが大切。



A5 ② 消費者ホットライン188番

土日もつながります



相談は無料

- 国家資格を持った消費生活相談員やそれに準じた専門知識・技術を持った人が対応します。
- 消費者関連の法律に基づき、解決のためのアドバイスをしたり、必要に応じて事業者との間に入ってあっせん（解決のための交渉のお手伝い）を行ったりして被害の回復を図ります。
- 守秘義務があるので、同った情報はしっかり守られます。外には漏れません。

「社会への扉」には、「お金」、「暮らしの安全」以外にも契約に関するクイズやワークが収録されています。

右のQRコードや「社会への扉」で検索してみてください。



制作・著作 消費生活 令和2年8月作成