

徳島県における
「社会への扉」を活用した授業の
実施効果に関する報告書
(平成 29 年度～令和元年度総括)

徳島県内全ての高等学校等の生徒を対象としたアンケート調査から

令和 2 年 12 月
消 費 者 庁

目次

1. はじめに	1
2. 授業前後調査	3
2-1 調査の概要	3
2-2 調査結果	6
2-3 調査結果の考察	9
3. 追跡調査	10
3-1 調査の概要	10
3-2 調査結果	12
3-3 調査結果の考察	16
4. 有識者等からの意見	18

参考資料

1. アンケート調査票（授業前調査）	1
2. アンケート調査票（授業後調査）	3
3. 消費生活クイズ回答	5

1. はじめに

消費者庁消費者行政新未来創造オフィス（※）では、平成 29 年度から、若年者向け消費者教育の取組の一環として、徳島県、徳島県教育委員会を始めとした徳島県内の各高等学校等の協力の下、徳島県内全ての高等学校等に「社会への扉」を活用した授業を実施いただき、授業の効果検証を行ってきた（図 1）。

平成 29 年度、平成 30 年度及び令和元年度には、高等学校等の生徒の消費生活に関する知識や意識の変化を把握することを目的とし、第 1 学年の生徒に対し「社会への扉」を活用した授業前後にアンケート調査を実施した。また、平成 30 年度及び令和元年度には、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、意識の変化を把握することを目的として、平成 29 年度に授業を受けた生徒に対し、二度にわたる追跡調査を実施した。

本報告書は、これまでに実施した授業前後のアンケート調査及び二度の追跡調査の結果を基に、授業前後調査の 3 年間分の比較分析及び平成 29 年度に授業を受けた生徒に対する 1 、 2 年後の追跡調査の比較分析を行うことにより得られた結果を、今後の若年者の消費者教育の一層の推進に向けた政策の企画、立案にいかすこと目的として取りまとめたものである。

（※）令和 2 年 7 月 30 日付で消費者庁新未来創造戦略本部に改組

図1 これまでの調査の経緯

平成29年度

徳島県内全ての高等学校等で第1学年の生徒を対象^(※1)に「社会への扉」を活用した授業を実施
→ 授業の実施効果に関する調査報告書を作成

平成30年度

徳島県内全ての高等学校等で第1学年の生徒を対象^(※1)に「社会への扉」を活用した授業を実施
→ 授業の実施効果に関する調査報告書を作成

令和元年度

徳島県内全ての高等学校等で第1学年の生徒を対象^(※1)に「社会への扉」を活用した授業を実施
→ 授業の実施効果に関する調査報告書を作成

令和2年度

授業実施から約1年後
平成29年度に「社会への扉」を活用した授業を受けた生徒を対象に**1回目**の追跡調査^(※2)を実施
→ 授業の実施効果に関する追跡調査報告書を作成

授業実施から約2年後
平成29年度に「社会への扉」を活用した授業を受けた生徒を対象に**2回目**の追跡調査^(※2)を実施
→ 授業の実施効果に関する追跡調査報告書を作成

3年間の調査結果を取りまとめた調査報告書を作成

(※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

2. 授業前後調査

2-1 調査の概要

各調査の概要は、下表のとおりである。

(1) 授業前調査・授業後調査の概要

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（※ 1）の生徒 平成 29 年度：6,858 名（平成 29 年 5 月 1 日時点） 平成 30 年度：6,540 名（平成 30 年 5 月 1 日時点） 令和元年度：6,353 名（令和元年 5 月 1 日時点） ※ 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。
アンケート調査の実施時期	平成 29 年度：平成 29 年 5 月～平成 30 年 3 月 平成 30 年度：平成 30 年 5 月～平成 31 年 3 月 令和元年度：令和元年 5 月～令和 2 年 3 月 ※ 2 学校の事情により、これによらない場合がある。 授業前調査 各学校に対しては、実施年度の 5 月中かつ「社会への扉」を活用した授業の前に実施するように依頼を行った。 授業後調査 各学校に対しては、「社会への扉」を活用した授業後 2 週間後を目途に実施するように依頼を行った。
各学校に対する配布・回収について	授業前調査 消費者庁から各学校に対して、以下をまとめて郵送した。 <ul style="list-style-type: none">消費者庁、徳島県及び徳島県教育委員会発出のアンケート実施に係る依頼文生徒数分と予備のアンケート調査票配布、回収方法に係る説明文（※ 3） 授業後調査 消費者庁から各学校に対して、以下をまとめて郵送した。 <ul style="list-style-type: none">生徒数分と予備のアンケート調査票配布、回収方法に係る説明文（※ 3） ※ 3 アンケート調査は、5～10 分で回答が終わる内容であること、テストではないため成績には関係ないこと、回答は個人が特定される形で外部に見られることはないこと等を併せて説明。 回収 公立学校については、徳島県経由で回収を行い、それ以外の学校については、消費者庁が郵送で回収を行った。
生徒に対する配布・回収方法	集合法 (教室等で生徒に配布し、その場で記入を求め、記入後にその場で回収。ただし、通信制課程は、郵送法による。)
有効回答数（率）	平成 29 年度 授業前調査：6,444 票（94.0%） 授業後調査：6,242 票（91.0%） 平成 30 年度 授業前調査：6,200 票（94.8%） 授業後調査：6,053 票（92.6%）

	令和元年度 授業前調査：5,991 票（94.3%） 授業後調査：5,184 票（81.6%） ※令和元年度の授業後調査においては、新型コロナウイルス感染症の影響で休校となり、アンケートの実施ができない学校が複数あった。
備考	徳島県では、「社会への扉」を活用した授業について、各学校に對して「社会への扉」の活用箇所や活用時間、活用方法に係る具体的な指示はしておらず、各学校における生徒の状況等に応じて「社会への扉」の活用がなされている。

（2）調査項目

授業前調査、授業後調査では、共に消費生活に関する知識と、自立した消費者としての意識を尋ねた。消費生活に関する知識（消費生活クイズ）は、「分からぬ」も含めた4択で12問、自立した消費者としての意識（消費生活についてのアンケート）は、6択で授業前調査10項目、授業後調査11項目、自由記述各1項目である。

授業前調査、授業後調査の内容は、自由記述の項目以外、基本的に同一であり、授業後調査は自立した消費者としての意識に関する項目が1問多い。それぞれの設問、項目は以下のとおりである。

なお、全ての高等学校等において同一の調査票を使用した。

1 消費生活に関する知識

Q 1 契約の成立時期	Q 2 契約の解約	Q 3 未成年者取消し
Q 4 クーリング・オフ	Q 5 通信販売におけるクーリング・オフ	Q 6 クレジットカード
Q 7 リボルビング払い	Q 8 借入返済額	Q 9 投資の知識
Q 10 製品による事故	Q 11 消費者ホットライン 188	Q 12 消費者トラブルへの対応

2 自立した消費者としての意識

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）

3 自由記述

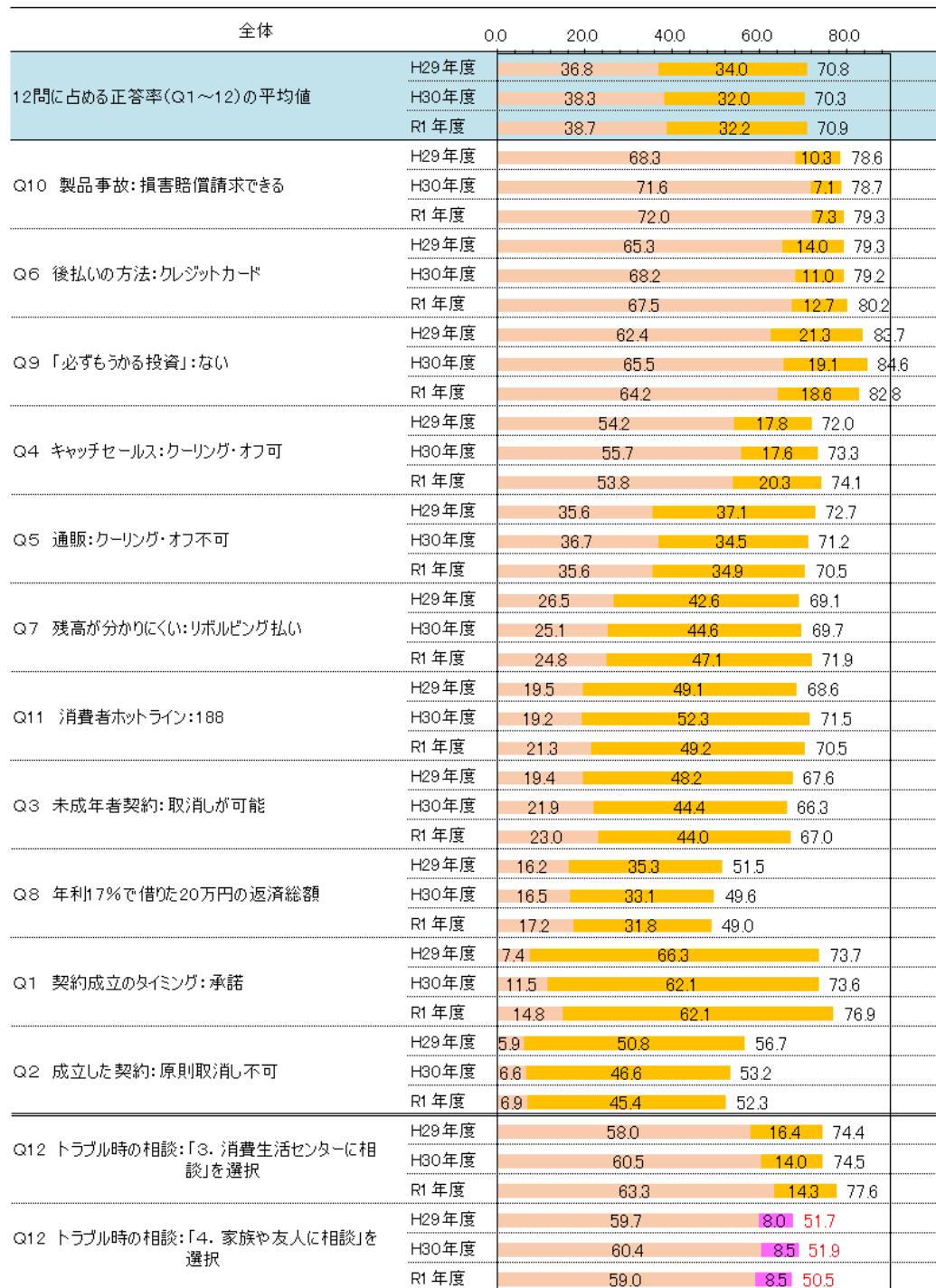
授業前調査：消費生活について知りたい内容

授業後調査：「社会への扉」を学んだ感想

2-2 調査結果

図1 授業前後における設問ごとの正答率

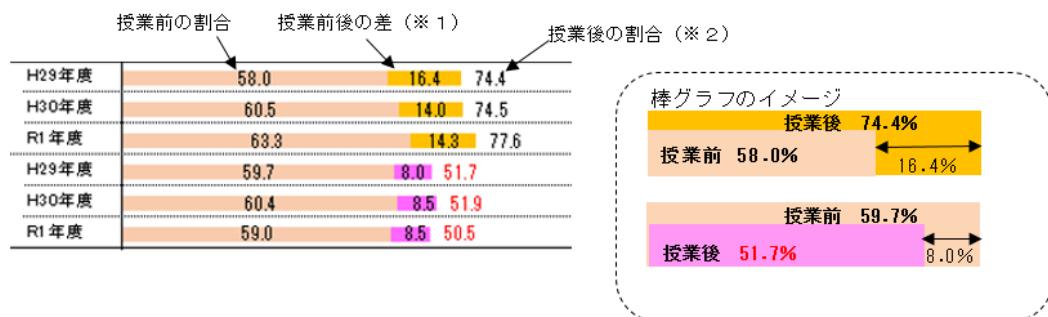
グラフ単位: (%)



※

- 設問は、令和元年度の授業前調査で正答率の高い順に並べている。

- ・グラフの見方は以下の図のとおりである。



※1 授業後の割合から授業前の割合を差し引いた値である

差し引いた値が正の場合は (+数値) 、負の場合は (-数値) で表示している。

※2 授業後の割合が、授業前の割合より小さい場合は赤字で表示している。

平成 29 年度、平成 30 年度、令和元年度に実施したいずれの調査においても、12 問に占める正答率の平均値は、授業前 4 割程度であったが、授業後には約 7 割程度まで向上した。

図2 授業前後における項目ごとの「必ずできる」と「まあまあできる」の合計割合

グラフ単位:(%)

全体	0.0	20.0	40.0	60.0	80.0	100.0
H29年度	42.8	7.3	50.1			
全体の項目に占める割合(問1~10)の平均値	45.7	3.9	49.6			
R1年度	46.1	5.3	51.4			
問9 ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応	72.9		27.7	75.6		
H30年度	75.7		0.5	75.2		
R1年度	74.6		2.2	76.8		
問6 クレジットカードの適切な利用	60.2	4.0	64.2			
H30年度	64.3	0.9	63.4			
R1年度	63.8	3.0	66.3			
問1 原則、返品・返金不可を意識した慎重な買物	56.5	2.5	59.0			
H30年度	58.7	0.2	58.9			
R1年度	58.6	2.9	61.5			
問10 より良い消費社会につながることを考えた行動	46.8	7.0	53.8			
H30年度	51.7		12.5	29		
R1年度	51.6	3.2	54.8			
問2 通信販売利用時の規約の確認	44.5	4.8	49.3			
H30年度	47.7	1.7	49.4			
R1年度	47.5	3.4	50.9			
問7 借金で困ったときの消費生活センターへの相談	42.5	9.6	52.1			
H30年度	45.7	8.3	54.0			
R1年度	45.7	10.1	55.8			
問8 他者への消費生活センター利用のアドバイス	28.0	12.8	40.8			
H30年度	31.9	10.7	42.6			
R1年度	33.8	11.3	45.1			
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	28.1	7.8	35.9			
H30年度	29.9	5.1	35.0			
R1年度	31.0	5.3	36.3			
問3 消費者トラブルやその対処方法のチェック	20.4	7.3	27.7			
H30年度	22.2	5.3	27.5			
R1年度	22.7	5.6	28.3			
問5 問題認識時の消費生活センターへの相談	18.5	10.2	28.7			
H30年度	19.6	8.2	27.8			
R1年度	21.7	8.2	29.9			
問11 今後の生活における「社会への扉」の活用	0.0	56.0	56.0			
H30年度	0.0	54.8	54.8			
R1年度	0.0	56.8	56.8			

※設問は、令和元年度の授業前調査で「必ずできる」と「まあまあできる」の合計割合の高い順に並べている。

意識に関する問の授業前及び授業後の結果の傾向は、三年間のいずれの調査でも大きな違いはなく、授業前と授業後で知識に関する問ほど大きな変化はみられなかった。

2－3 調査結果の考察

消費生活に対する知識及び意識を尋ねた調査を、それぞれ授業の実施前後で比較し、以下の点について考察を行った。

(1) 知識に関する調査結果の考察

三年間から考えられる授業の効果について

平成 29 年度、平成 30 年度、令和元年度に実施したいずれの調査においても、12 間に占める正答率の平均値は、授業前 4 割程度であったが、授業後には 7 割程度まで向上しており、授業の効果が認められる。

各問の授業前及び授業後の正答率の差を比較すると、三年間の各調査で大きな違いはなく、例えば授業前の正答率が高い Q10 「製品事故：損害賠償できる」は約 10 ポイントの増、授業前の正答率が低い Q1 「契約成立のタイミング：承諾」は約 60 ポイントの増と授業前の正答率の高さに応じて正答率の増加がみられ、学習効果が認められる。一方で、Q8 「年利 17% で借りた 20 万円の返済総額」については、他の問の正答率が 7 割～8 割程度まで向上したのに対し、三年間のいずれの年も授業後の正答率が 5 割程度に留まっており、「社会への扉」の学習内容の中でも他の内容に比べて定着率が低かった。

(2) 意識に関する調査結果の考察

「必ずできる」又は「まあまあできる」と答えた割合を比較すると、平成 30 年度の調査では授業後より授業前の方が高い問も見られたものの、平成 29 年度、令和元年度の調査では授業後の方が高くなる傾向がみられた。

しかし、増加の幅は平均して約 4 ポイントから約 7 ポイントであり、知識ほど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。

また、意識に関する問の授業前及び授業後の結果の傾向は三年間のいずれの調査でも大きな違いはなく、問 9 「ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応」については授業前及び授業後いずれも「必ずできる」又は「まあまあできる」と答えた割合は、三年間いずれの調査でも 7 割を超えていた。一方、問 3 「消費者トラブルやその対処方法のチェック」や問 5 「問題認識時の消費生活センターへの相談」については、三年間のいずれの調査でも 3 割程度に留まっていた。

各問において、「必ずできる」又は「まあまあできる」と答えた割合の授業前後の増加率は三年間を通して大きな差ではなく、授業を受けることによって意識が変化しやすい問と変化しにくい問がみられた。

3. 追跡調査

3-1 調査の概要

調査の概要は、下表のとおりである。

(1) 追跡調査の概要

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 年度調査：6,168 名（平成 30 年 9 月 1 日時点で高等学校等に在学していた生徒） 令和元年度調査：5,377 名（令和元年 6 月 1 日時点で高等学校等に在学していた生徒）
アンケート調査の実施時期	平成 30 年度調査：平成 30 年 9 月～平成 31 年 3 月（※1） (各学校に対しては 11 月中に実施するよう依頼) 令和元年度調査：令和元年 6 月～令和 2 年 3 月（※1） (各学校に対しては 9 月中に実施するよう依頼) ※1 学校の事情により、これによらない場合がある。
各学校に対する配布・回収について	消費者庁から各学校に対して、以下をまとめて郵送した。 ・消費者庁、徳島県及び徳島県教育委員会発出のアンケート実施に係る依頼文 ・生徒数分と予備のアンケート調査票 ・配布、回収方法に係る説明文（※2） ※2 アンケート調査は、5～10 分で回答が終わる内容であること、テストではないため成績には関係ないこと、回答は個人が特定される形で外部に見られることはないこと等を併せて説明。 公立学校については、徳島県経由で回収を行い、それ以外の学校については、消費者庁が郵送で回収を行った。
生徒に対する配布・回収方法	集合法 (教室等で生徒に配布し、その場で記入を求め、記入後にその場で回収。ただし、通信制課程は、郵送法による。)
有効回答数（率）	平成 30 年度調査：5,982 票（97.0%） 令和元年度調査：4,185 票（77.8%）

(2) 調査項目

追跡調査（平成 30 年度、令和元年度）では、平成 29 年度に「社会への扉」を活用した授業実施後に行った調査と同様、消費生活に関する知識と、自立した消費者としての意識を尋ねた。消費生活に関する知識（消費生活クイズ）は、「分からぬ」も含めた 4 択で 12 問、自立した消費者としての意識（消費生活についてのアンケート）は、6 択で 11 項目、自由記述各 1 項目である。

それぞれの設問、項目は以下のとおりである。

なお、全ての高等学校等において同一の調査票を使用した。

1 消費生活に関する知識

- | | | |
|--------------|----------------------|------------------|
| Q 1 契約の成立時期 | Q 2 契約の解約 | Q 3 未成年者取消し |
| Q 4 クーリング・オフ | Q 5 通信販売におけるクーリング・オフ | Q 6 クレジットカード |
| Q 7 リボルビング払い | Q 8 借入返済額 | Q 9 投資の知識 |
| Q 10 製品による事故 | Q 11 消費者ホットライン 188 | Q 12 消費者トラブルへの対応 |

2 自立した消費者としての意識

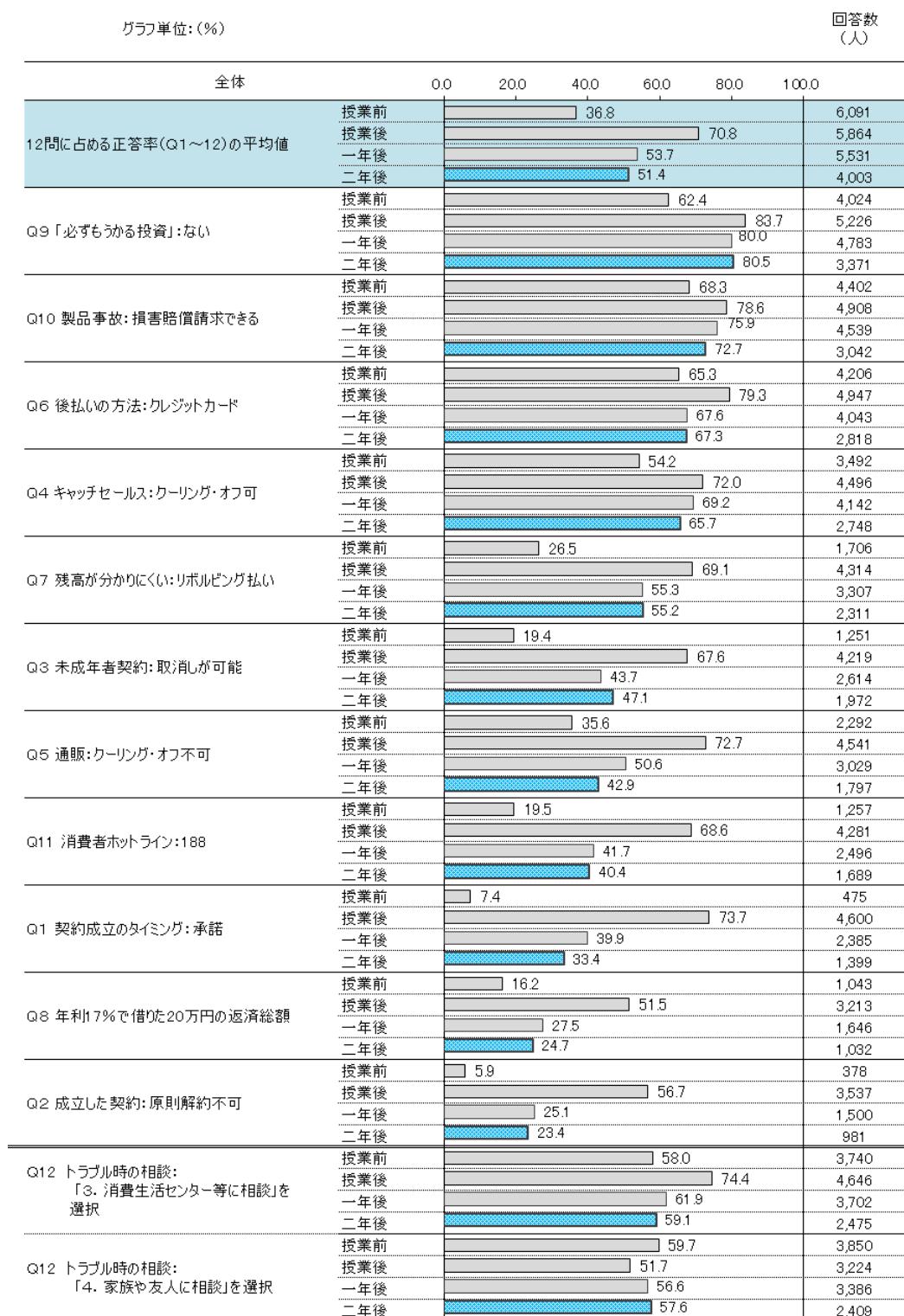
- 問 1 原則、返品・返金不可を意識した慎重な買い物
- 問 2 通信販売利用時の規約の確認
- 問 3 消費者トラブルやその対処方法のチェック
- 問 4 商品・サービスに対する問題認識時の事業者への連絡
- 問 5 問題認識時の消費生活センターへの相談
- 問 6 クレジットカードの適切な利用
- 問 7 借金で困ったときの消費生活センターへの相談
- 問 8 他者への消費生活センター利用のアドバイス
- 問 9 ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応
- 問 10 より良い消費社会につながることを考えた行動
- 問 11 今後の生活における「社会への扉」の活用

3 自由記述

「社会への扉」の中で学んだ内容について、日々の生活で役立ったこと、今後の生活で身に付けてみたいと思うこと

3-2 調査結果

図3 設問ごとの正答率

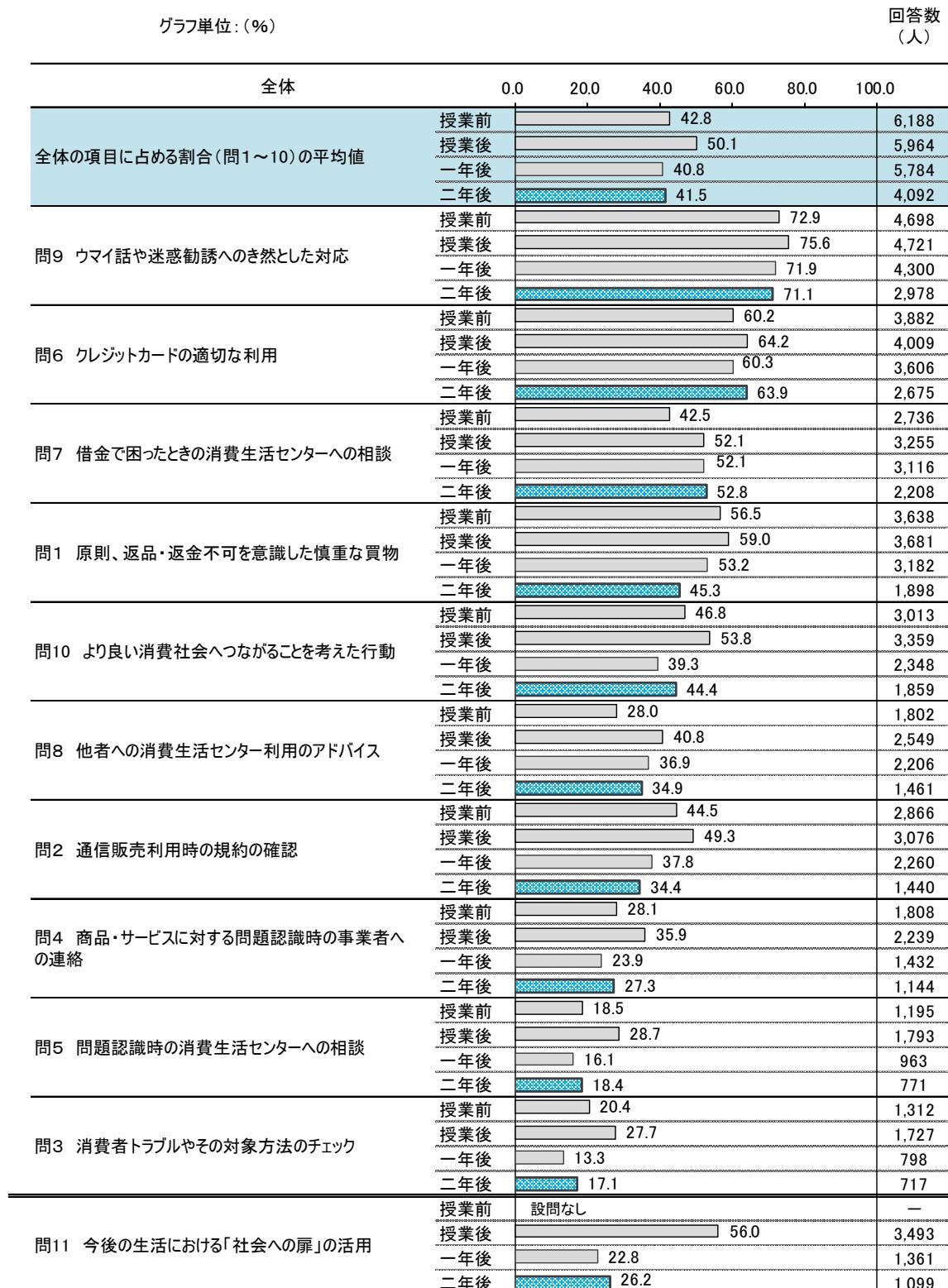


※

- ・平成 29 年度の授業前調査の結果を「授業前」、授業後調査の結果を「授業後」、一年後の追跡調査の結果を「一年後」、二年後の追跡調査の結果を「二年後」と表示している。
- ・設問は、二年後追跡調査で正答率の高い順に並べている。

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みられた。

図4 項目ごとの「必ずできる」と「まあまあできる」の合計割合



※

- ・平成 29 年度の授業前調査の結果を「授業前」、授業後調査の結果を「授業後」、一年後の追跡調査の結果を「一年後」、二年後の追跡調査の結果を「二年後」と表示している。
- ・設問は、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計割合の高い順に並べている。

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」の合計割合の高い順）に大きな変化はみられなかった。

3-3 調査結果の考察

消費生活に対する知識及び意識を尋ねた二年後の追跡調査の結果と、平成29年度授業前及び授業後調査、一年後の追跡調査の結果を比較し、以下の点について考察を行った。

(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

Q1「契約の成立時期」及びQ2「契約の解約」の問では、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Q1は6.5ポイント、Q2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、Q6「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。

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。

4. 有識者等からの意見

徳島県でアンケート調査に協力いただいた教育関係者及び有識者に、調査結果についてヒアリングを行ったところ、以下のようなご意見をいただいた。

(1) 教育関係者 (※) ヒアリング

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。

追跡調査の正答率が低かったQ2「契約の解約」は、日常生活における買い物の実体験とのかい離があるためか、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。

またQ8「年利17%で借りた20万円の返済総額」については、ローンの支払総額がどのくらいの金額になるかという規模感の理解を尋ねる意図の設問であるが、選択肢は数万円の差であり、正確な利息計算ができないと正答できない問題であったため、正答率が低くなったのではないかと考えられる。

Q11「消費者ホットライン：188」の正答率が比較的低かったのは、家庭科の授業で学習する児童相談所虐待対応ダイヤル「189」と混同があったことが考えられる。

新学習指導要領では、小学校の家庭科に売買契約が新しく入ってきている。小学校・中学校・高等学校と学びを積み重ねることで、知識の定着につながるのではないかと考えている。

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。

高校1年生のときに回答したアンケートから、2年生、3年生と成長するに当たり、インターネットショッピングでの利用規約の確認など、実体験を通して自分の行動を振り返ってみたとき、「できていない」と回答する生徒もいたのではないかと思われる。

3 今後の課題や求められるツールについて

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 確認シート」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。

悪質商法は、次々と新しい手口が使われてきているが、やはり高校生や年齢の近い20代が巻き込まれたトラブルの事例を授業で扱うと、生徒も自分事として捉えやすい。トラブル事例は、最新の事例で被害が多いも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。

また、卒業する高校3年生に向けて、社会に出たときに遭いやすいトラブル事例と解決策を組み合わせたツールなど、教科を選ばず活用できるツールがあると、学年集会やホームルーム活動などで、生徒の振り返りの機会として利用できるのではないかと考えられる。

ウィズコロナの時代にあっては、授業の方法を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ことで、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。

(※) 高等学校教諭3名、教育委員会指導主事1名

（2）有識者ヒアリング

18歳成年に備えた消費者教育に求められるもの—3年間の追跡調査を踏まえて

鳴門教育大学大学院学校教育研究科准教授

消費者庁新未来創造戦略本部客員主任研究官

坂本有芳

「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」は、平成29年度に第一回調査が実施され、平成30年度には第二回調査及び第一回追跡調査、令和元年度には第三回調査及び第二回追跡調査が実施された。本報告書は第二回追跡調査の結果をまとめたものであり、三ヶ年にわたる調査の締めくくりとなる。第一回調査実施の時点より調査項目の作成や結果の集計に携わった立場から、改めて本調査の意義や課題について以下に考察を加えたい¹。

1. 消費生活に関する知識（消費生活クイズ）の結果から

「社会への扉」は、18歳成年を前に契約の基本知識と、契約に伴う責任を理解させることを主眼に置いた教材である。この背景として、悪質商法の典型例やクーリング・オフ制度の学習を中心とした消費者教育が、消費者トラブルを防ぐ上で必ずしも有効に機能していないのではないかという消費生活相談現場からの懸念があったという。

大学生を対象とした消費者教育に関する調査結果（坂本 2017、坂本 2018）では、高等学校までの学校教育で学んだ内容として「製品のマークや表示」（77%）、「さまざまな悪徳商法」（73%）が多く挙げられた。大学生の授業で尋ねると、大半はクーリング・オフという用語を知っており、悪質商法の事例も聞いたことがあるという。中には全く知らない、消費者教育を受けていないという学生もおり、学校による取組の濃淡の大きさを感じさせられるものの、悪質商法の予防や対処を主眼に置いた具体的な知識を学習するための消費者教育は、学校現場に浸透しつつあることがうかがえる。

この一方、大学生を対象とした同調査の結果では「消費者の権利と責任」を学んで来た学生は52%、「契約とは何か」は47%と半数前後であり、「ローンやクレジットに関する知識」は24%と少ない。またクーリング・オフについては、用語は何となく知っているものの、尋

¹ ここでの考察は消費者庁の公式見解ではなく、筆者の私見に基づくものである。

ねてみると「都合の悪い契約は、後からキャンセルできる」というように間違って覚えている学生が大半である。通信販売にも適用されると考えている学生が多い（52%）。概して、消費者の権利を過大に認識している傾向がある。このような現状を踏まえ、「社会への扉」は、契約の基礎から順を追って学ぶことができる教材となっている。

（1）契約に関する知識の定着に向けて

契約に関する知識を、基礎から順を追って理解できるようになるという目的をふまえると、Q1、Q2は最も正答していて欲しい内容といえる。「社会への扉」では、若者に身近であると考えられる商品購入の事例を扱い、契約について学習できるようにしているが、Q1、Q2共に追跡調査の正答率は20%台の低さに留まった。18歳成人に向けて、高等学校段階での理解を確実にするためには、一層の工夫が求められよう。

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。例えば、契約自由の原則により「本人」の「承諾」によって契約が成り立つという点に関連して、以下のような内容も併せて学習することを提案したい。

- ・ 契約するかどうか、誰と契約するのか、どのような内容にするか、どのような形式かも自由に決めることができる。決めるのは自由であるのだから、決めたことに対しては守る責任があるということ。
- ・ 契約は口頭や電話、メールでの申込みなどでも成立し、成立の手続は簡単であるが、一度成立した契約をやめることは簡単ではないこと。
- ・ 承諾の意思表示をしなければ契約は成立しないため、迷った場合は断り、曖昧な返事をしないことが重要であること。
- ・ トラブルを防ぐためには、契約内容を書面で出してもらい、内容を確認すること。
- ・ 契約の金額が高額になるほど、期間が長期にわたるほど、「こんなはずではなかった」では済まされなくなる。「こんなはずではなかった」とならないよう、契約の際には事前に内容や金額を十分確かめるとともに、解約条件の確認が必要であること。
- ・ 契約は本人が申込みしたものでなければ無効であり、他人名義で申込みすることは、有効な契約とならないことが原則である。承諾なしに親の名前で登録したり、親のクレジットカードを勝手に使ったりすることも同様であること。
- ・ 知らないうちに自分の名義が使われた契約は無効だが、他人が勝手に契約したことを後から証明することは簡単ではないこと。自身の本人証明書類をきちんと管理し、このようなことが起こらないようにすることが重要であること。
- ・ 名義貸しは違法行為に悪用される事例が多いので、決して行わないこと。

契約に関する学習は小学校から開始されるようになり、契約に伴う責任を理解し、契約前

に慎重に検討するという態度を養うことを重点に置いた指導を繰り返し実施していくことが求められる。様々なトラブル事例と共に、消費者が身につけなければならない知識や態度を、しっかりと学ばせたい。小中学校で基礎的な知識が身についていれば、高校生の段階では電子商取引の事例や複雑な契約を取り上げるなど、より高度な内容を扱うことができるだろう。

(2) 借入の利息に関する知識の定着に向けて

Q 1、Q 2 と同様に追跡調査の正答率が 20% 台と低かった内容として、Q 8 「年利 17% で借りた 20 万円の返済総額」がある。負債が想定外に高額になるというポイントを学べば、最も高額の選択肢を選ぶようになるのではないかと想定したが、「分からぬ」が 3 割程度も占めるという結果となった。他のどの問題よりも「分からぬ」の割合が多かったことをふまえると、この問は難しい計算問題として捉えられてしまったと考えられる。

利息の計算は、実際には大変複雑であるため手計算で正解を求めるることは現実的ではない。「社会への扉」にも掲載されているように、「利息 = 借りた金額（元本）×年利（金利）×借入期間」が原則であることをまず理解させることが重要である。金利は複利であり、返済するたびに元本が変動するため計算が面倒になるが、正解を計算できるようにするのではなく、原則を理解させることに焦点を置くことが必要であろう。Q 8 も概算として、以下のよ

うな方法があることを知らせておくことも一案である。

20 万円を 5,000 円ずつ返済する → 200,000 円 / 5,000 円 = 40 カ月

年利 17% = 月利 1.42 % (17 / 12)

20 万円（元本）×0.0142（金利）×40 カ月（借入期間）= 113,600

→ 40 カ月間、返済せずにいると利息分だけで 113,600 円（返済総額 313,600 円）。

返済額が意外に高額になることを実感できるのではないだろうか。

借入に関しては以下のようない学習も必要であろう。

- 利息の計算式から分かるように、借入期間が長いほど返済総額が大きくなること。
- 月利は年利を 12 等分して求め、日利は年利を 365 等分して求めること。
- リボルビング払いでは、常に借入がある状態になりやすいこと。
- スマホやパソコンで利用できる利息計算アプリがあるため、実際に借入を検討する際にはこれらを活用すればよいこと。
- 知人・友人間で金銭の貸し借りはしないこと。
- SNS 等を通じた融資はトラブルの元であるため、決して行わないこと。

キャッシュレス化の進展に伴い、学校教育における金銭管理・金融教育は世界的にも関心が高まっている。また新型コロナウィルス感染拡大という非常事態を経て、貯蓄の大切さが

改めてクローズアップされている。借入に関する知識のみならず、個人の金銭管理や決済手段に対する知識、社会での金融の役割など、幅広く金銭管理・金融教育を行うことが求められよう。

2. 自立した消費者としての意識（消費生活についてのアンケート）の結果から

（1）消費生活センターの活用に向けて

自立した消費者としての意識を尋ねた質問で「必ずできる」又は「まあまあできる」の割合が小さかったのは、「問題認識時の消費生活センターへの相談」「消費者トラブルやその対処方法のチェック」の2項目である。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。

授業では地域の消費生活センターの場所を地図、できればストリートビューで確認したり、相談員を授業に招いたり、あるいは電話やビデオ通話を利用したオンラインインタビューを実施するなど、消費生活センターを身近なものにする取組を進めていくことが重要と思われる。最寄りの消費生活センターでの対応が難しい場合には、消費者庁のウェブサイトに掲載されている相談員へのインタビューを授業内で紹介することも一案である。

同じ地域の同年代が経験したトラブルの話や、若者が気を付けるべき点などを直に聞く機会を設けることが、消費者トラブルが他人事ではないという警戒感を持たせる上で有効と思われる。また相談する際に、証拠となる書類や記録、商品の現物を用意する、要点をメモしておくなどの準備が有効であることも伝えたい。相談メモを作成する授業も一案である。

（2）定量把握の精緻化に向けて

「問題認識時の消費生活センターへの相談」「消費者トラブルやその対処方法のチェック」の2項目において、「必ずできる」又は「まあまあできる」の割合が小さかったという問題は、設問の内容による影響も考えられる。今後、消費者教育の定量把握を継続的に実施していく上では、高校生の日頃の消費生活に身近な水準や表現となるよう、設問の言葉遣いを見直すことが求められるだろう。具体的には以下のとおりである。

Q 2 : ネットショッピングで買い物をする際には、注文前に利用規約を必ず確認する。

→ ネットショッピングで買い物をする際には、注文前に返品や解約の条件を必ず確認する。

ネットショップを利用する度に利用規約の全てを確認するというのは、要求水準が高いと考えられる。「返品や解約の条件」程度にポイントを絞ったほうが、実効性が高まるのではないだろうか。

Q 3 : 近ごろ問題になっている販売方法や消費者トラブル、その対処方法を常にチェックす

る。

→ 近ごろ問題になっている販売方法や消費者トラブルの情報をチェックする。

消費者トラブルに対する警戒感を持つことが大切であるため、対処方法まで知つておくことや、「常に」という高い頻度までは求めなくてもよいように思う。

Q 5 : 商品やサービス、また事業者の対応に問題を感じたら、消費生活センターに相談する。

→ 強引な契約、だまされた、怪しいなどの問題を感じたら、消費生活センターに相談する。

本人が困るような事態になった場合に消費生活センターという心強い存在があることを理解させたいため、「強引」「だまされた」「怪しい」など、状況を想定しやすい言葉を使うことが有効ではないだろうか。この設問は、同じく消費生活センターの利用について尋ねた「Q 8 : 消費生活センター利用のアドバイス」や「Q 7 借金で困った時の消費生活センターへの相談」よりも「できる」の割合が大幅に低いことから、設問のワーディングを見直すことが有効であると考えられる。ささいな問題と感じてもためらわずに相談することが重要であるという観点から「商品やサービス・・・」といった言葉遣いになっているものの、抽象的で状況が思い浮かびにくいために答えに窮したのではないかと考えられる。

Q 7 : 借金が雪だるま式に増えるようなことがあれば、消費生活センターに相談する

→ 借金が増える一方になってしまうようなことがあれば、

アンケートの自由記述欄に、「“雪だるま式”という意味が分からない」という記述がいくつか見られた。特に徳島県では降雪地域が限られているため、「雪だるま式」という表現がふに落ちない高校生が一定程度存在することがうかがわれた。温暖な地域に居住する高校生にも無理なく理解できる表現にしておくほうがよいだろう。

3. 総括と今後の課題

「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。

さらに、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。

今後、浮かび上がった課題に対する具体策を考え、消費者教育の内容を改善していくことが重要である。18歳成年に備えた消費者教育は待ったなしの状況である。知識定着率の高い学校や、生徒の自立意識の高い学校の取組を調べ、多くの学校で生徒が興味を持ちやすい授業の進め方を取り入れることができるようにしたり、有効な副教材や教材の使い方など有用な情報を手に入れたりできるようにしていくことが求められよう。さらに、消費生活に関する基礎的な知識のみならず、情報リテラシー、金銭管理、リスク管理、持続可能な消費の実践など、定量的にとらえて検討すべき消費生活の側面も様々である。これらを定量的に把握し、消費者教育の進度やあり方を検討できるようにしていくことも、今後の大きな課題である。

＜引用文献＞

- ・坂本有芳（2018）「若年者を対象とした消費者教育推進に関する研究—鳴門教育大学の学生を対象とした調査から」平成 29 年度とくしま政策研究センター「委託調査研究」実施報告書
- ・坂本有芳（2019）「若年者を対象とした消費者教育推進に関する研究」鳴門教育大学 平成30 年度地域連携協力事業研究助成実施報告書

参 考 资 料

1. アンケート調査票（授業前調査）

学校名	学年	クラス	出席番号	性別	氏名
高等学校				男・女	

消費生活クイズ

次の質問について、正しいと思う番号を1つずつ○で囲んでください。

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
- 4. 分からない

Q2 店で商品を買ったが、使う前に不要になり返品したい。店の対応として法律上正しいものは？

- 1. 返品は受け付けなくてよい。
- 2. レシートがあり1週間以内なら返品を受け付けなければならない。
- 3. 商品を開封していなければいつでも返品を受け付けなければならない。
- 4. 分からない

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。
- 4. 分からない

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、いつでもクーリング・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。
- 4. 分からない

Q5 ネットショップでTシャツを買ったけれど似合わない。クーリング・オフできる？

- 1. クーリング・オフできない。
- 2. 契約してから14日間ならクーリング・オフできる。
- 3. 商品が届く前ならクーリング・オフできる。
- 4. 分からない

Q6 買い物を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
- 2. クレジットカード
- 3. プリペイドカード
- 4. 分からない

Q7 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. リボルビング払い（リボ払い）
- 3. ボーナス1回払い
- 4. 分からない

Q8 自動車教習所へ通うため金融機関から20万円を年利（金利）17%で借りた。毎月5,000円ずつ返済した場合の返済総額は？

- 1. 約23万円
- 2. 約26万円
- 3. 約29万円
- 4. 分からない

Q9 「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. マルチ商法の仕組みを使った投資はもうかる。
- 3. 専門家なら必ずもうかる投資を知っている。
- 4. 分からない

Q10 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. 損害賠償を求めるることはできない。
- 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。
- 4. 分からない

Q11 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. 118番
- 2. 188番
- 3. 189番
- 4. 分からない

Q12 消費者トラブルにあったとき、あなたならどうする？あてはまるものすべてを○で囲んでください。

- 1. 自分が我慢すればよいことなので何もしない。
- 2. ネット上に事業者を誹謗中傷した書き込みをする。
- 3. 消費生活センターや事業者※（お客様相談室）に相談する。
- 4. 家族や友人に相談する。

消費生活についてのアンケート

あなたは今後の消費生活で、以下のことができそうですか。あてはまる番号を1つずつ〇で囲んでください。

問1 店で商品を購入するときは、原則は返品・返金ができないことを意識して慎重に買い物する。

- 1.全くできない 2.あまりできない 3.どちらともいえない 4.少しはできる 5.まあまあできる 6.必ずできる

問2 ネットショッピングで買い物をする際には、注文前に利用規約を必ず確認する。

- 1.全くできない 2.あまりできない 3.どちらともいえない 4.少しはできる 5.まあまあできる 6.必ずできる

問3 近ごろ問題になっている販売方法や消費者トラブル、その対処方法を常にチェックする。

- 1.全くできない 2.あまりできない 3.どちらともいえない 4.少しはできる 5.まあまあできる 6.必ずできる

問4 商品やサービスに問題を感じたら、事業者（販売店やメーカーなど）に連絡する。

- 1.全くできない 2.あまりできない 3.どちらともいえない 4.少しはできる 5.まあまあできる 6.必ずできる

問5 商品やサービス、また事業者の対応に問題を感じたら、消費生活センターに相談する。

- 1.全くできない 2.あまりできない 3.どちらともいえない 4.少しはできる 5.まあまあできる 6.必ずできる

問6 もしクレジットカードを持ったとしたら、期日までに必ず支払える場合にしか使わない。

- 1.全くできない 2.あまりできない 3.どちらともいえない 4.少しはできる 5.まあまあできる 6.必ずできる

問7 借金が雪だるま式に増えるようなことがあれば、消費生活センターに相談する。

- 1.全くできない 2.あまりできない 3.どちらともいえない 4.少しはできる 5.まあまあできる 6.必ずできる

問8 消費者被害にあっていそうな人がいたら、消費生活センターに相談するようアドバイスする。

- 1.全くできない 2.あまりできない 3.どちらともいえない 4.少しはできる 5.まあまあできる 6.必ずできる

問9 「必ずもうかる」などのウマイ話や、迷惑に感じる勧誘をされたときは、きっぱりと断る。

- 1.全くできない 2.あまりできない 3.どちらともいえない 4.少しはできる 5.まあまあできる 6.必ずできる

問10 自分も、安全・安心でより良い消費社会につながることを考えて行動する。

- 1.全くできない 2.あまりできない 3.どちらともいえない 4.少しはできる 5.まあまあできる 6.必ずできる

問11 消費生活について、知りたい内容があれば書いてください。

ご協力ありがとうございました。

2. アンケート調査票（授業後調査）

(後)

学校名	学年	クラス	出席番号	性別	氏名
高等学校				男・女	

消費生活クイズ《事後》

次の質問について、正しいと思う番号を1つずつ○で囲んでください。

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 4. 分からない

Q2 店で商品を買ったが、使う前に不要になり返品したい。店の対応として法律上正しいものは？

1. 返品は受け付けなくてよい。 2. レシートがあり1週間以内なら返品を受け付けなければならない。
3. 商品を開封していなければいつでも返品を受け付けなければならない。 4. 分からない

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るときのみ、未成年者取消しができる。 4. 分からない

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、いつでもクーリング・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。 4. 分からない

Q5 ネットショップでTシャツを買ったけれど似合わない。クーリング・オフできる？

1. クーリング・オフできない。 2. 契約してから14日間ならクーリング・オフできる。
3. 商品が届く前ならクーリング・オフできる。 4. 分からない

Q6 買い物を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 2. クレジットカード 3. プリペイドカード 4. 分からない

Q7 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. リボルビング払い（リボ払い） 3. ボーナス1回払い 4. 分からない

Q8 自動車教習所へ通うため金融機関から20万円を年利（金利）17%で借りた。毎月5,000円ずつ返済した場合の返済総額は？

1. 約23万円 2. 約26万円 3. 約29万円 4. 分からない

Q9 「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. マルチ商法の仕組みを使った投資はもうかる。
3. 専門家なら必ずもうかる投資を知っている。 4. 分からない

Q10 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. 損害賠償を求めるることはできない。 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。 4. 分からない

Q11 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. 118番 2. 188番 3. 189番 4. 分からない

Q12 消費者トラブルにあったとき、あなたならどうする？あてはまるものすべてを○で囲んでください。

1. 自分が我慢すればよいことなので何もしない。 2. ネット上に事業者を誹謗中傷した書き込みをする。
3. 消費生活センターや事業者※（お客様相談室）に相談する。 4. 家族や友人に相談する。

消費生活についてのアンケート《事後》

あなたは今後の消費生活で、以下のことができそうですか。あてはまる番号を1つずつ〇で囲んでください。

問1 店で商品を購入するときは、原則は返品・返金ができないことを意識して慎重に買い物する。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問2 ネットショッピングで買い物をする際には、注文前に利用規約を必ず確認する。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問3 近ごろ問題になっている販売方法や消費者トラブル、その対処方法を常にチェックする。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問4 商品やサービスに問題を感じたら、事業者（販売店やメーカーなど）に連絡する。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問5 商品やサービス、また事業者の対応に問題を感じたら、消費生活センターに相談する。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問6 もしクレジットカードを持ったとしたら、期日までに必ず支払える場合にしか使わない。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問7 借金が雪だるま式に増えるようなことがあれば、消費生活センターに相談する。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問8 消費者被害にあっていそうな人がいたら、消費生活センターに相談するようアドバイスする。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問9 「必ずもうかる」などのウマイ話や、迷惑に感じる勧誘をされたときは、きっぱりと断る。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問10 自分も、安全・安心でより良い消費社会につながることを考えて行動する。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問11 「社会への扉」冊子で学んだことを、今後の生活の中で役立てる。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問12 「社会への扉」を学んで分かりやすかった点や分かりにくかった点、もっと学びたい内容を含めて感想を書いてください。

ご協力ありがとうございました。

3. 消費生活クイズ回答

消費生活クイズ 回答

間違って覚えているところがないか、よく確認しておこう！

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 4. 分からない

Q2 店で商品を買ったが、使う前に不要になり返品したい。店の対応として法律上正しいものは？

1. 返品は受け付けなくてよい。 2. レシートがあり1週間以内なら返品を受け付けなければならない。
3. 商品を開封していなければいつでも返品を受け付けなければならない。 4. 分からない

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。 4. 分からない

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、いつでもクーリング・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。 4. 分からない

Q5 ネットショップでTシャツを買ったけれど似合わない。クーリング・オフできる？

1. クーリング・オフできない。 2. 契約してから14日間ならクーリング・オフできる。
3. 商品が届く前ならクーリング・オフできる。 4. 分からない

Q6 買い物をした後に代金を支払うことになるのはどれ？

1. デビットカード 2. クレジットカード 3. プリペイドカード 4. 分からない

Q7 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. リボルビング払い（リボ払い） 3. ボーナス1回払い 4. 分からない

Q8 自動車教習所へ通うため金融機関から20万円を年利（金利）17%で借りた。毎月5,000円ずつ返済した場合の返済総額は？

1. 約23万円 2. 約26万円 3. 約29万円 4. 分からない

Q9 「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. マルチ商法の仕組みを使った投資はもうかる。
3. 専門家なら必ずもうかる投資を知っている。 4. 分からない

Q10 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. 損害賠償を求めるることはできない。 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。 4. 分からない

Q11 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. 118番 2. 188番 3. 189番 4. 分からない

Q12 消費者トラブルにあったとき、あなたならどうする？あてはまるものすべてを○で囲んでください。

1. 自分が我慢すればよいことなので何もしない。 2. ネット上に事業者を誹謗中傷した書き込みをする。
 3. 消費生活センターや事業者※（お客様相談室）に相談する。 4. 家族や友人に相談する。