

平成 30 年 9 月 4 日

平成 29 年度徳島県における「社会への扉」を活用した授業の実施効果に関するアンケート調査の結果について

消費者行政新未来創造オフィスでは、成年年齢引下げに対応した消費者教育の充実のため、「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ました。授業前後に実施したアンケート調査の結果から、授業後には消費生活に関する知識と自立した消費者としての意識が大幅に向 上していることが示されました（結果の詳細は別添報告書を参照）。

この調査による検証は、引き続き平成 30・31 年度と実施する予定です。

（調査結果のポイント）

1. 消費生活に関する知識（12 問の消費生活クイズの結果）

（1）「未成年者取消し（Q3）」（図1）

- 未成年者取消しの知識を尋ねたところ、授業前の正答率は 19.4% であったのに対し、授業後の正答率は 67.6% で、授業前から 48.2 ポイント増加した。

（2）「消費者ホットライン 188（Q11）」（図2）

- 消費者ホットライン 188 の認知を尋ねたところ、授業前の正答率は 19.5% であったのに対し、授業後の正答率は 68.6% で、授業前から 49.1 ポイント増加した。

（3）授業前後の正答数・正答率の変化（図3、4）

- 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 19.3% で最も多かったが、授業後は 11 問以上～12 問未満が 16.8% で最も多かった（図3）。
- 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 36.8%、授業後の平均は 70.8% で、授業前から 34.0 ポイント増加した。また、設問ごとの正答率を授業前後で比べるといずれの設問でも授業後が増加していた（図4）。

2. 自立した消費者としての意識（消費生活アンケートの結果）

（1）消費生活センターへの相談（問5、問7、問8）（図5）

- 消費生活センターが活用できると回答した割合（「必ずできる」と「まあまあできる」の合計）は、「問題認識時の消費生活センターへの相談（問5）」、「借金で困ったときの消費生活センターへの相談（問7）」、「他者への消費生活センター利用のアドバイス（問8）」いずれについても授業後に大きく増加した。

（2）授業前後の「自立した消費者としての意識」の変化（図6）

- 自立した態度がとれると回答した割合（設問ごとの「必ずできる」と「まあまあできる」の合計）が最も高かったものは、授業前、授業後とも「ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応（問9）」であり、次いで「クレジットカードの適切な利用（問6）」、「原則、返品・返金不可を意識した慎重な買い物（問1）」であった。
- 自立した態度がとれると回答した割合を授業前と授業後で比べると、いざれの項目でも授業後が増加していた。

（3）今後の生活における「社会への扉」の活用（図7）

- 授業後に、今後の生活において「社会への扉」で学んだ内容を役立てられると回答した割合（「必ずできる」と「まあまあできる」の合計）は、56.0% であった。

【問合せ先】

消費者行政新未来創造オフィス

小熊、市川、奥田

TEL : 088-600-(0011、0014、0015)

FAX : 088-622-6171

I 調査の概要

1 調査目的

徳島県内の高校生を対象に消費生活に関する知識や自立した消費者としての意識の変化を把握し、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。

2 調査対象

(1) 調査地域 徳島県

(2) 調査対象 徳島県内の全ての高等学校等 56 校の原則第 1 学年（※1）の生徒 6,858 名
(平成 29 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場合がある。

3 調査時期

平成 29 年 9 月 ~ 平成 30 年 3 月（※2）

（※2）学校の事情により、これによらない場合がある。

4 調査方法

集合法（学校の教室等で生徒にアンケート票を配布し、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。）

5 調査結果の見方

・n は回答者数を表している。

・集計結果は全て小数点以下第 2 位を四捨五入し、小数点以下第 1 位までを表示している。
このため、合計数値は必ずしも 100% とはならない場合がある。

6 対象者の属性

(1) 性別

| | | 合計 | 男性 | 女性 | 無回答 |
|-----------|----|-------|-------|-------|-----|
| 授業前 調査 | 人数 | 6,444 | 3,305 | 3,118 | 21 |
| | % | 100 | 51.3 | 48.4 | 0.3 |
| 授業後 調査 | 人数 | 6,242 | 3,180 | 3,003 | 59 |
| | % | 100 | 50.9 | 48.1 | 0.9 |

(2) 学年

| | | 合計 | 第1学年 | 第2学年 | 第3学年 | 第4学年 | 無回答 |
|-----------|----|-------|-------|------|------|------|-----|
| 授業前 調査 | 人数 | 6,444 | 5,267 | 866 | 280 | 15 | 16 |
| | % | 100 | 81.7 | 13.4 | 4.3 | 0.2 | 0.2 |
| 授業後 調査 | 人数 | 6,242 | 5,068 | 900 | 264 | 7 | 3 |
| | % | 100 | 81.2 | 14.4 | 4.2 | 0.1 | 0.1 |

(3) 授業科目（※3）

| | 合計 | 家庭科 | 公民科 | ホームルーム活動 | 総合的な学習の時間 | その他 |
|-----|-----|------|------|----------|-----------|-----|
| 学校数 | 58 | 35 | 11 | 7 | 2 | 3 |
| % | 100 | 60.3 | 19.0 | 12.1 | 3.4 | 5.2 |

（※3）複数科目で実施している学校があるため、合計は 56 校とはならない。

II 調査の結果の概要

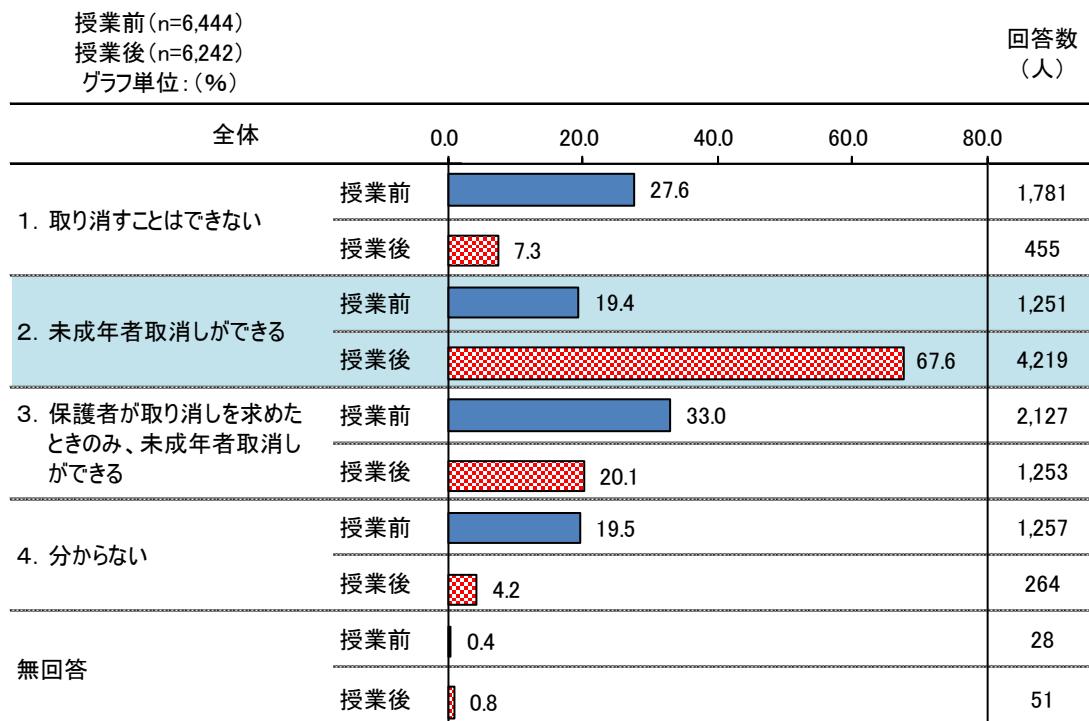
1. 消費生活に関する知識（12問の消費生活クイズの結果）

（1）未成年者取消しの正答率

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購入した。この契約は取り消せる？

- 未成年者取消しの知識を尋ねたところ、授業前は、「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」(33.0%)が最も多く、次に「取り消すことはできない」(27.6%)と続いた。また、正答である「未成年者取消しができる」(19.4%)は2割を下回っていた。
- 授業後は、最も多かった回答が「未成年者取消しができる」(67.6%)であり、正答率が約7割に達した。

図1 「未成年者取消し」の正答率

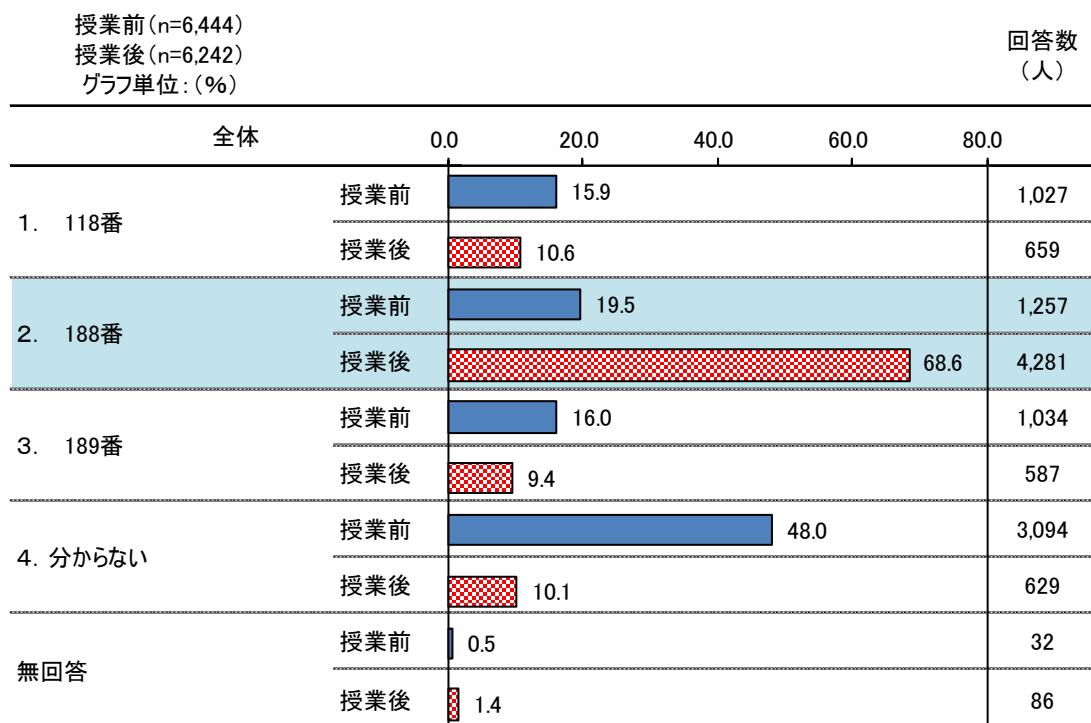


(2) 消費者ホットライン 188 の正答率

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？

- ・消費者ホットライン 188 の認知を尋ねたところ、授業前は、「分からぬ」(48.0%) が約半数を占め、次に正答である「188 番」(19.5%) と続いた。
- ・授業後は、最も多かった回答が「188 番」(68.6%) であり、正答率が約 7 割に達したが、誤答（「118 番」(10.6%)、「189 番」(9.4%)、「分からぬ」(10.1%)）も約 3 割見られた。

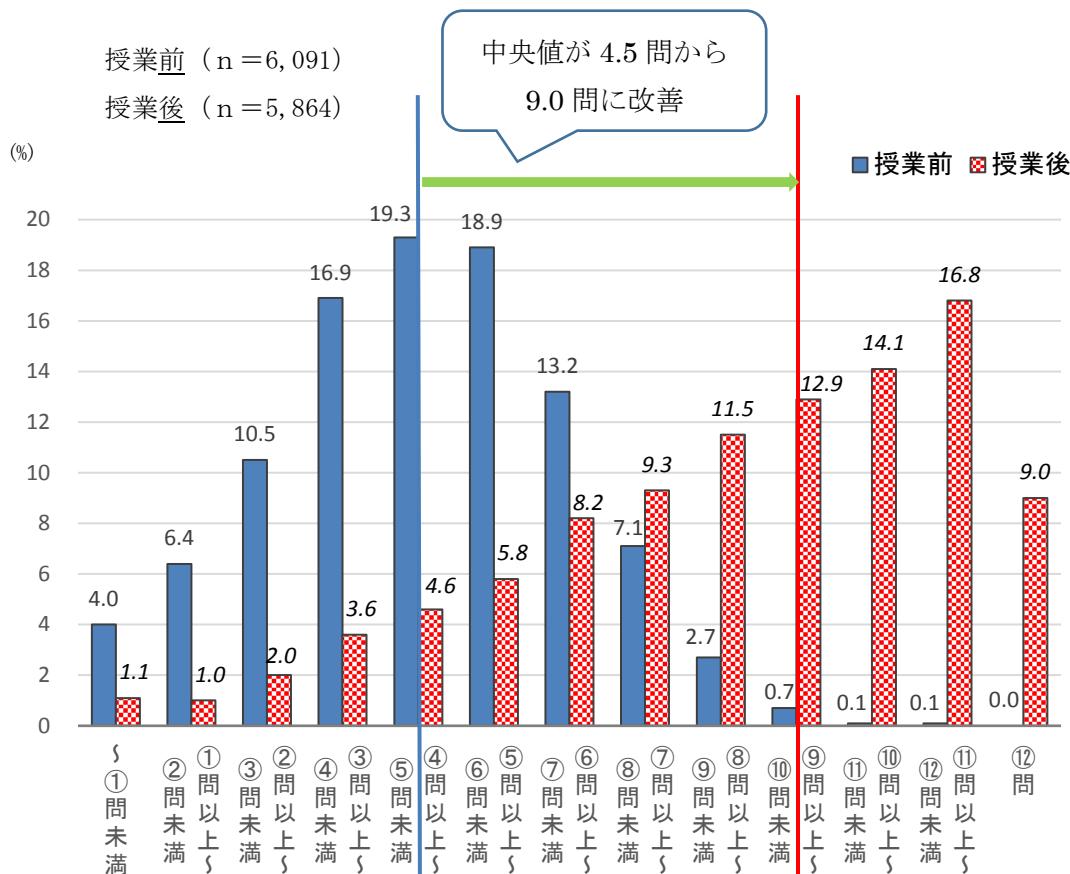
図2 「消費者ホットライン 188」の正答率



(3) 授業前後の正答数・正答率の変化

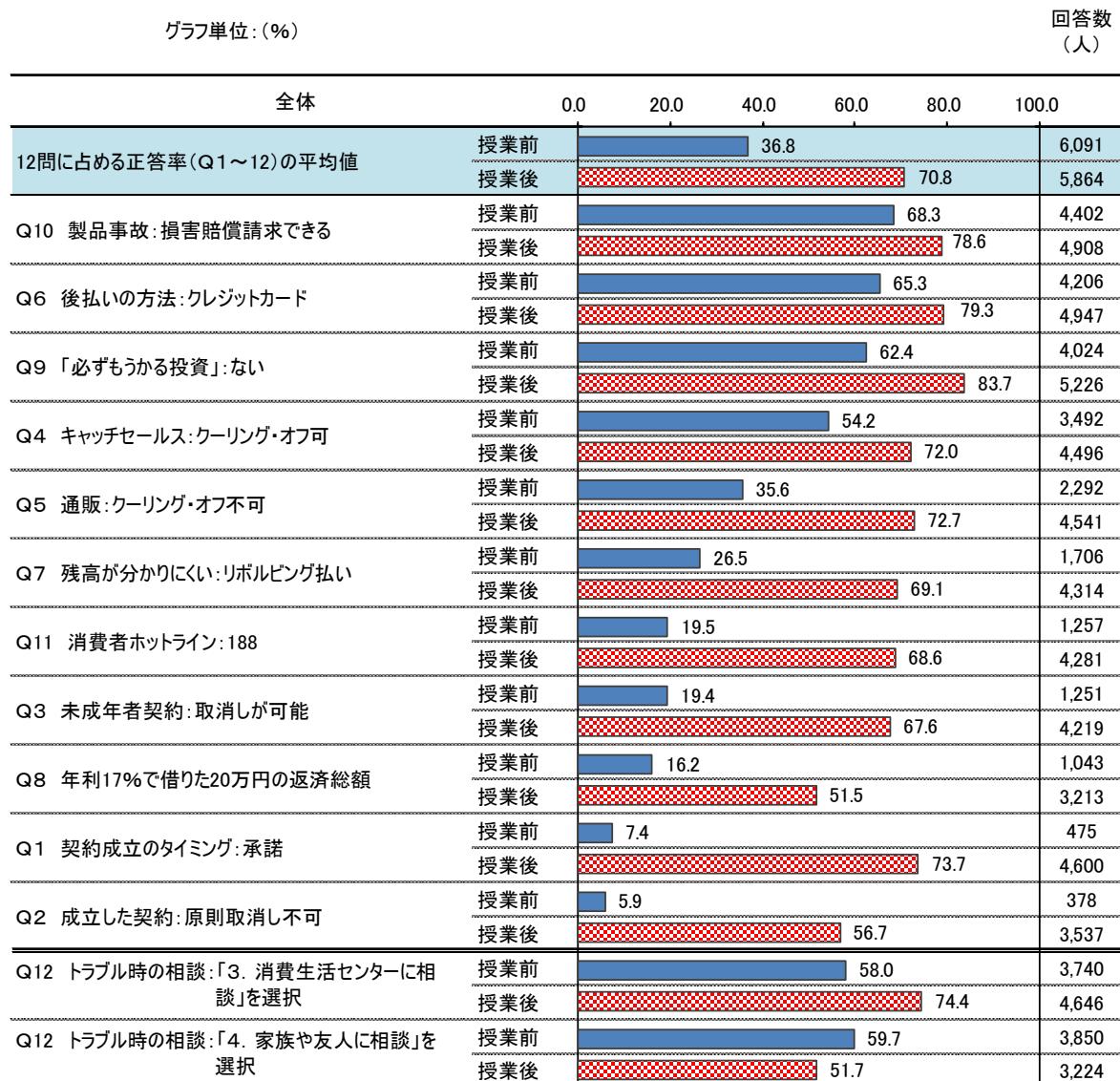
- 無回答者を除く授業前後の正答数の分布は、図3のとおりである。授業前は4問以上～5問未満が19.3%で最も多く、次いで5問以上～6問未満と18.9%であった。全問正答者はいなかった。
- 授業後は11問以上～12問未満が16.8%で最も多く、次いで10問以上～11問未満と14.1%であった。全問正答者は9.0%だった。
- 授業前後の設問ごとの正答率の変化は、図4のとおりである。いずれの設問でも正答率は、授業前より授業後が増加している。

図3 授業前後の正答数の分布



※ Q12において「3. 消費生活センターや事業者※（お客様相談室）に相談する」又は「4. 家族や友人に相談する」のどちらか一方のみを回答した場合の正答数を「0.5問」としているため、正答数に端数が生じている。

図4 授業前後の正答率の変化



2. 自立した消費者としての意識（消費生活アンケートの結果）

(1) 消費生活センターへの相談

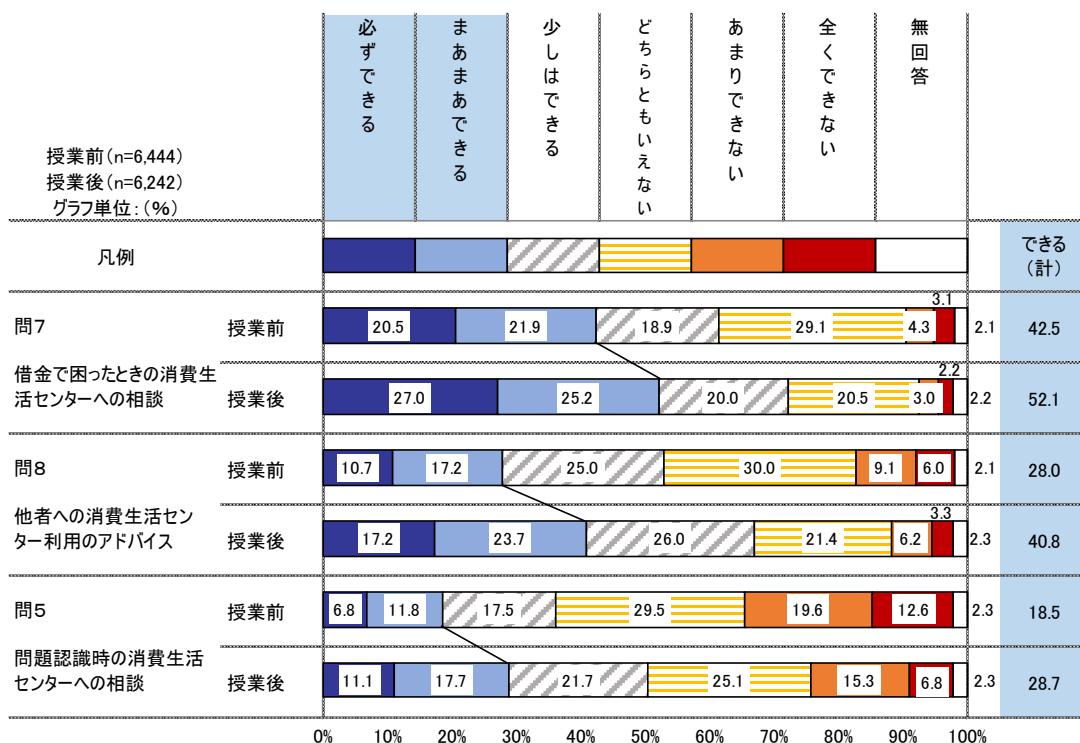
問7 借金が雪だるま式に増えるようなことがあれば、消費生活センターに相談する。

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

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。

- ・「借金で困ったときの消費生活センターへの相談」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前においては 42.5% であり、授業後においては 52.1% と 9.6 ポイント増加した。
- ・「他者への消費生活センター利用のアドバイス」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前においては 28.0% であり、授業後においては 40.8% と、12.8 ポイント増加した。
- ・「問題認識時の消費生活センターへの相談」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前においては 18.5% であり、授業後においては 28.7% と 10.2 ポイント増加した。

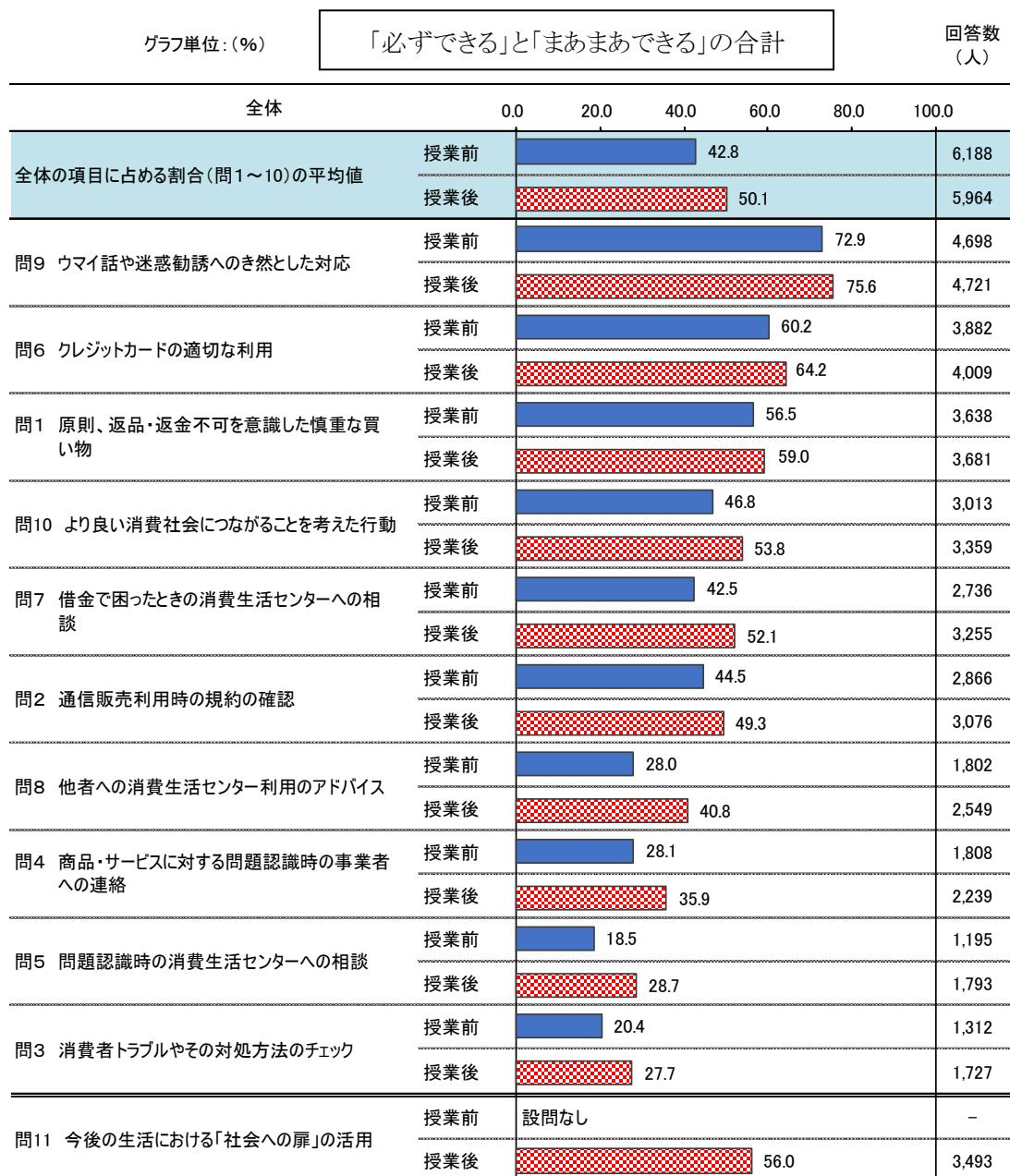
図5 消費生活センターへの相談



(2) 授業前後の「自立した消費者としての意識」の変化

- ・設問ごとの「必ずできる」と「まあまあできる」の合計割合を算出した結果は、図6のとおりである。最も高いのは、授業前、授業後とも「ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応（問9）」であり、次いで「クレジットカードの適切な利用（問6）」「原則、返品・返金不可を意識した慎重な買い物（問1）」であった。
- ・また、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計について授業前と授業後を比べると、いずれの設問でも授業後が増加しており、知識を身に付けることだけでなく、意識の変化も見られたといえる。

図6 「自立した消費者としての態度」

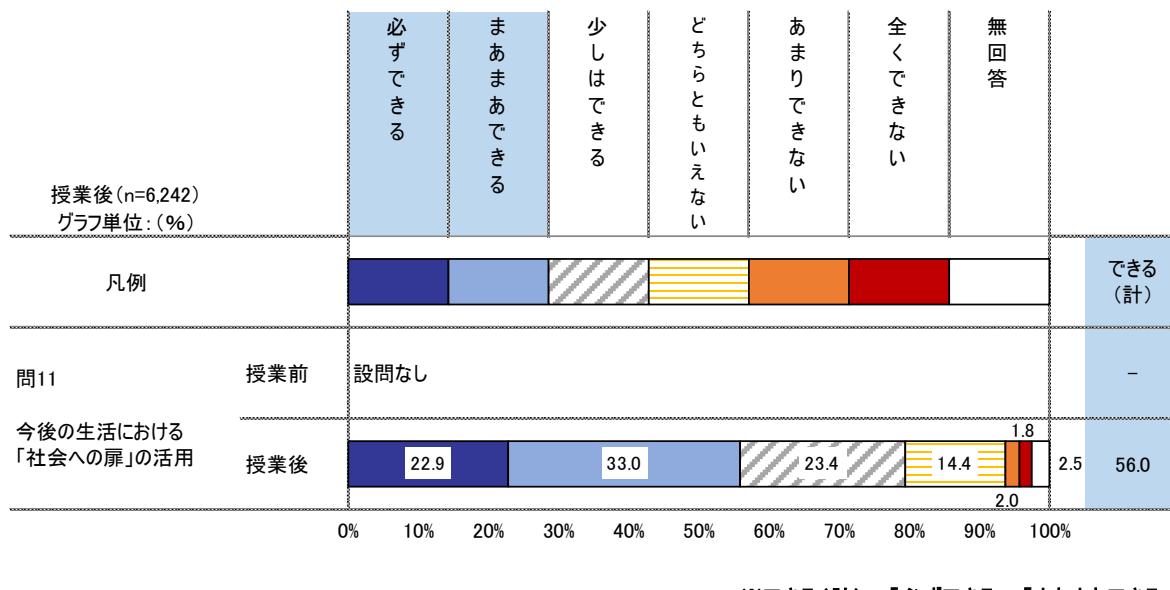


(3) 今後の生活における「社会への扉」の活用

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。

- 今後の生活における「社会への扉」で学んだ内容の活用について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業後において 56.0%であり、6割近くを占めた。
- 「全くできない」と「あまりできない」の合計は 3.8%であった。

図7 今後の生活における「社会への扉」の活用



※できる(計)=「必ずできる」+「まあまあできる」