

デジタル化に対応した消費者教育について

令和2年10月19日

デジタル化に対応した消費者教育

(1) 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）

当面の重点事項

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

幅広い年齢層でインターネットが日常生活に浸透しており、さらにIoTなどの活用により取引や情報発信の枠組みが大きく変革し、インターネットを通じた関係性が複雑化している。これらの有用性を理解しつつ、セキュリティやリスクを自ら管理・配慮する必要があることについての意識を持つことや、情報リテラシーの向上を図ることも含む消費者教育を推進することの重要性に鑑み、必要な取組を検討し、実施する。

(2) 消費者のデジタル化への対応に関する検討会報告書（令和2年7月）

2. 消費者のデジタル化への対応方策（1）デジタル社会に対応した消費者教育

新たなデジタル機器・サービスの出現によって消費生活が様々に変化したように、デジタル社会に対応した消費者教育において習得が望まれる内容も時々刻々と変化している。（中略）その意味では、デジタル社会に対応した消費者教育において習得が望まれる内容についても、デジタル化の進展を踏まえて継続的に検討していく必要がある。

(3) 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の取りまとめ （令和2年9月）

第5. 国における今後の課題

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い一層加速化した社会のデジタル化を踏まえ、関係省庁とも連携しながら、デジタル化に対応した消費者教育についてツール・手法も含めて検討することが必要である。

消費者教育の推進に関する基本的な方針（デジタル化関連部分）

I 消費者教育の推進の意義

1 消費者を取り巻く現状と課題

(1) 社会経済情勢

高度情報化の進展は、消費生活のグローバル化やボーダーレス化にもつながっている。インターネット通販の発達、海外との取引も容易になり利便性が高まるという利点があるものの、消費者トラブルの複雑化にもつながっている実情がある。また、フィンテック（FinTech）等の金融に関わる技術革新やIoTは、消費構造に大きな変化を生じさせつつあり、社会を豊かにし、より便利にする可能性を持つものである一方で、消費生活に関する情報が外部へ提供されたり、ビッグデータとして個人の行動・状態等に関する情報が活用されたりするといった特色も有する。

消費者としては、これらの有用性を理解しつつ、高度情報通信ネットワーク社会において個人情報やデータの持つ意味も理解し、セキュリティやリスクを自ら管理・配慮する必要があることについての意識を持つ必要がある。

II 消費者教育の推進の基本的な方向

1 体系的推進のための取組の方向

(1) 消費者教育が育むべき力

④ 情報とメディアに関する領域

ア 高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力

イ 情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

III 消費者教育の推進の内容に関する事項

2 消費者教育の人材（担い手）の育成・活用

(8) 消費者

高度情報通信ネットワーク社会の発展により、取引や情報発信の枠組みが大きく変革する中で、インターネットオークションのように消費者が販売者になったり、ブログやウェブサイトへの書き込み等の情報提供を行ったりする際には、他の消費者へ被害を与えることのないよう、情報リテラシーの重要性についての意識を高め、十分注意をする必要がある。事業者に対する消費者の過剰な要求が問題とされる例も多い。公正で健全な市場への参加者という自覚を育成していくことも必要である。

当面の重点事項

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

幅広い年齢層でインターネットが日常生活に浸透しており、さらにIoTなどの活用により取引や情報発信の枠組みが大きく変革し、インターネットを通じた関係性が複雑化している。これらの有用性を理解しつつ、セキュリティやリスクを自ら管理・配慮する必要があることについての意識を持つことや、情報リテラシーの向上を図ることも含む消費者教育を推進することの重要性に鑑み、必要な取組を検討し、実施する。

デジタル社会に対応した消費者教育の在り方

デジタル時代の教育課題としても、消費者の権利と責任を自覚した行動を促していくことが重要である。「消費者の8つの権利」の中でも、特にデジタル取引が主流となる中では「安全である権利」や「知らされる権利」、「選ぶ権利」などが損なわれがちであり、これらの権利をどのように守っていくのかを考えながら教育に取り組む必要がある。また、責任についても「批判的意識の責任」、「自己主張と行動の責任」、「社会的責任」などデジタル化の特徴をいかした責任ある行動の取り方を身に付けることが基本的な消費者教育の方針、教育課題となるであろう。

同時に、社会のデジタル化に伴い消費者をめぐる状況が大きく変化している中で、消費者がその変化に対して思考停止に陥らないことも大事であり、デジタル機器・サービスについて不安を感じながらも改善点を見つけ、更に便利な方向に変えていこうという姿勢が消費者自身に求められている。「新しい機器・サービスと付き合ってみれば楽しくて便利である」という前向きな感覚を消費者が共有でき、新技術を導入するに際しての長所と課題をバランスよく実感することが重要である。そのために悪意のある事業者への厳しい対策と共に、消費者が注意をしても陥りやすい危険等について、消費者が理解した上で、合理的な意思決定等ができるようにすることが重要である。（中略）

消費者教育のデジタル社会への対応が求められている一方、情報教育とも内容面で重なる部分もあると考えられ、今後の検討に当たっては、情報教育の取組との関係の整理・連携も重要である。

なお、新たなデジタル機器・サービスの出現によって消費生活が様々に変化したように、デジタル社会に対応した消費者教育において習得が望まれる内容も時々刻々と変化している。（中略）

その意味では、デジタル社会に対応した消費者教育において習得が望まれる内容についても、デジタル化の進展を踏まえて継続的に検討していく必要がある。デジタル社会に対応した消費者教育を、ライフステージに応じ体系的に進めるため、好事例をいかに生み出し、全国に広げていくかや、消費者教育の体系イメージマップの中にデジタル化への対応について明記するかどうか等、今後具体的な取組等について消費者教育推進会議等の場で検討を継続すべきである。

主なデジタルサービスの特性と消費生活上の課題・トラブル

(「消費者のデジタル化への対応に関する検討会報告書」より抜粋)

メディア型SNS

(インフルエンサーマーケティングの市場規模は
2028年に933億円)

↓
特性: 大容量データ(画像等)を低コストで情報発信
インフルエンサーの情報伝搬力・影響力大

↓
課題: ステルスマーケティング
有名人をかたる・画像を盗用した広告

オンラインゲーム

(国内のゲーム市場は
2018年は1兆6,704億円)

↓
特性: 他ユーザーと体験共有

↓
課題: 高額課金
ゲーム依存症

デジタルプラットフォーム

(国内オンラインモールの市場規模は
2018年は18.0兆円)

↓
特性: 情報・取引に係る場の提供

↓
課題: トラブル時の責任曖昧

ブログ型SNS

(国内アフィリエイト市場規模は
2022年度に5,368億円)

↓
特性: 匿名で手軽に情報発信

↓
課題: 投稿内容が不法行為の
ターゲットになりやすい
(個人間融資、違法薬物取引)

メール型SNS

特性: 身近な相手との緊密なコミュニケーション
見知らぬ者同士でも知り合いに

↓
課題: マルチ商法
情報商材

AI (人工知能)

(AI関連産業の市場規模は2030年に
約87兆円)

↓
特性: データの蓄積・分析による
自動処理

↓
課題: 不具合発生による事故
消費者の自由な選択を阻害?

キャッシュレス決済

(対象市場(270兆円+α)の40%を
2025年までにキャッシュレス決済に)

↓
特性: 非対面での経済取引・決済

↓
課題: 不正アクセス被害
悪質商法の支払手段への悪用

消費者

消費者のデジタル社会への向き合い方

(「消費者のデジタル化への対応に関する検討会報告書」より事務局で整理)

分野	消費者の向き合い方（注意すべきこと）
デジタルプラットフォーム	<ul style="list-style-type: none">取引相手や商品・サービスの信頼度の確認（評価・レビューの確認）取引相手との連絡方法、プラットフォームの相談窓口の連絡先等の確認トラブル発生時の運営事業者の対応について利用規約の確認補償制度の有無や補償の範囲・条件の確認禁止事項の遵守未成年者の利用設定、トラブル防止対策 等
SNS	<ul style="list-style-type: none">SNSに関する基礎的な情報リテラシーとして、書き込みをする際の誤解や中傷の可能性の理解、ブロック機能や通報機能の活用、投稿やプロフィール情報の公開範囲の設定・確認、アカウント管理（ID、パスワードなど）の徹底。情報の利用目的を確認した上での個人情報の提供への同意SNS上の広告やSNSを通じた不審な連絡が被害に遭うことの認識、広告の不用意なクリックの注意、広告表示をブロックするアプリの利用の検討 等
オンラインゲーム	<ul style="list-style-type: none">無料サービスと有料サービスの見極め、課金状況の確認子供がゲームプレイしている実態の把握ゲームの端末やパスワードの的確な管理ペアレンタルコントロール機能を利用する際の解除防止措置 等
キャッシュレス	<ul style="list-style-type: none">キャッシュレス決済の仕組みや現状の理解仕組みを理解できる手段に絞る（仕組みの分からない決済手段は利用しない）キャッシュレス決済に係る情報セキュリティ対策若年者層は毎月の支払額の確認（家計や支出概念の理解） 等
AI	<ul style="list-style-type: none">AI（人工知能）、新しい技術の利便性とリスクの双方を評価個人情報に加え、IoT機器やセンサー等を通じて収集されるデータの管理（データの利用目的や範囲の確認）信頼できる存在（事業者）・手法を見出す

デジタル化に対応した消費者教育で身に付ける内容の例

(「消費者のデジタル化への対応に関する検討会報告書」より事務局で整理)

小・中学生	高校生・大学生	社会人・高齢者
<ul style="list-style-type: none"> 個人情報の取扱いに注意し、個人が特定される写真等を掲載しないこと。 SNSで知り合った人とトラブルに巻き込まれる可能性があること。 オンラインショッピング、フリマでは、違ったものが届くなどのトラブルが発生することがあること。 支払方法(決済手段)が、プリペイドカードやクレジットカードなど多様化していること。 オンラインゲームの利用で高額課金などのトラブルが発生しており、(保護者と)ルールを話し合って決める必要があること。 <p>【保護者】</p> <ul style="list-style-type: none"> 子供のゲームの利用や課金状況の把握 端末やパスワードの適切な管理 クレジットカード等の適切な管理 ペアレンタルコントロールの活用(解除防止) 	<ul style="list-style-type: none"> 社会的経験が十分でないことを踏まえつつ、デジタル機器・サービスに関する取引や契約の詳細、トラブル事例とその回避方策について身に付けること。 具体的には、デジタルビジネス全体の流れ(例えば、無料サービスについて)。 ネット上の取引に当たっては、自身の趣向により入手する情報が偏る傾向があるため、冷静かつ客観的に情報を収集すること。 SNS等において願望をそのまま発信してしまいやすく、消費者被害につながる要因となり得ること。 CtoC(個人間取引)のルール(事業者の運営ルールの内容の把握)。 サイトにアクセスすることにより個人情報を提供しているという認識を持つこと。等 	<ul style="list-style-type: none"> 社会人に対しては、最新のデジタル機器・サービスに関する使い方等の基礎的なリテラシーと共に、それを用いた悪質商法等の手口や留意点等について知識をアップデートできるようにすること。 シニア・高齢者については、必要に応じてデジタル機器・サービスに関する取引や契約の詳細、トラブル事例及びその回避方策について、特に高齢者が陥りやすい・だまされやすい事項を中心に身に付けること。

デジタル化に対応した消費者教育の対応

(「消費者のデジタル化への対応に関する検討会報告書」より事務局で整理)

小・中学生	高校・大学生	社会人・高齢者
<ul style="list-style-type: none"> • e-ネットキャラバン※等での普及啓発が進められている。 • 教育の情報化に関しては、情報活用能力の育成のために必要なICT環境の整備、小学校でのプログラミング教育の必修化(令和2年度から)が実施されている。 • 以上を踏まえると情報教育における情報リテラシー教育の一環としての取組が考えられる。 <p>【保護者】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 児童生徒の保護者に対し、未成年者が巻き込まれる消費者被害の事例と回避策について学ぶ機会の提供に関しては、PTA組織において意識調査等の取組が進んでおり、連携を図ることが望まれる。 	<ul style="list-style-type: none"> • 高等学校の家庭科等の授業や、大学の消費者教育に係る講義や入学ガイダンス等で取り扱うことができるよう、情報や資料を提供することが望まれる。 • 教員の支援となるような補助教材を開発することが必要。補助教材の内容としては、現場での使いやすさを考慮し、それぞれの教科の特質や内容に応じたものを用意する。(家庭科、情報科、公民科、公民科、総合的な探求の時間等) • オンラインやe-ラーニングで実施する取組、動画等のデジタルコンテンツを含めたデジタル技術の活用や、若者の興味を惹くような伝え方の工夫、外部から消費者教育についての専門家を招いての講座を活用することも考えられる。 	<ul style="list-style-type: none"> • 社会人に対しては、職域と連携した講座の実施方法を検討していくとともに、デジタル化に伴う様々な問題を学べる資料をネット上に公開するなど、オンライン学習ができるコンテンツを充実させることが課題。 • シニア、高齢者に対しては、地域における講座開設が効果的な手段の一つであり、地方公共団体において、高齢者に対するインターネットリテラシー関連の講座を、消費者団体や事業者団体と連携して実施したり、生涯学習の場の活用や、老人クラブや社会福祉協議会等とのつながりをいかした講座の実施等も考えられる。

※ e-ネットキャラバンは、青少年の安心・安全なインターネット利用に関する取組で、小学生(中学年)～高校生及びその保護者・教職員等向けに学校等の現場での「出前講座」を実施している。

(参考) 文部科学省の情報モラル教育教材 (教員向け、保護者向け)

文部科学省委託 情報モラル教育推進事業 情報化社会の新たな問題を考えるための教材 ～安全なインターネットの使い方を考える～ 動画教材と手引書

文部科学省では、学校における情報モラルに関する指導の一層の充実を図るため、教員が指導する際に役立つ児童生徒向けの動画教材と手引書を作成しました。
全国都道府県市区町村教育委員会に配布し、文部科学省「情報化社会の新たな問題を考えるための教材等」ホームページ（URLページ下記）にも掲載しています。
広く学校で活用いただき、児童生徒が適切にICT（情報通信技術）を活用し、情報社会を安心・安全に生き抜くための能力や態度が育成されることを願っています。

本教材の構成

- ☆モデル指導案
- ☆板書例
- ☆アンケート例
- ☆ワークシート例
- ☆動画教材(導入編・解説編)
- ☆板書用シーンデータ



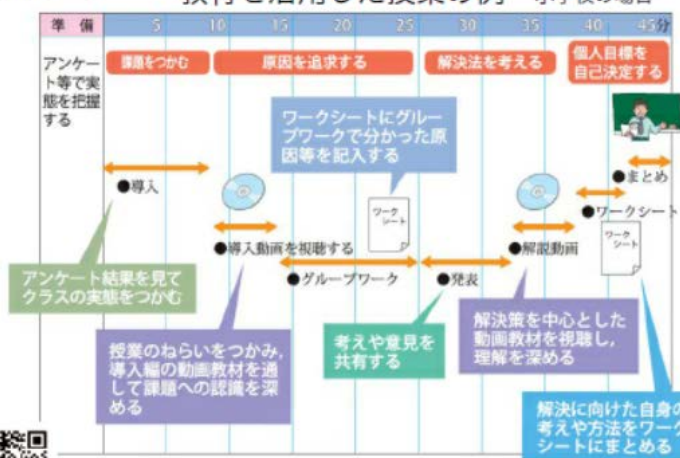
動画の1シーン

手引書には、モデル指導案、アンケート例、ワークシート例を添付していますので、すぐに授業で活用できます。
動画教材は導入編と解説編で構成されています。また、DVDには動画の静止画データが添付されていますので、黒板に貼って活用することができます。



シナリオスライド ワークシート例 板書例

教材を活用した授業の例 小学校の場合



中学・高等学校の場合は 50 分に勘案)



http://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/zyouhou/1368445.htm

文部科学省委託 情報モラル教育推進事業
「情報モラルに関する指導の充実に資する調査研究」保護者用啓発教材

保護者のための 情報モラル教室 話合っていますか？家庭のルール ～安全で安心なインターネット利用のために～

動画教材 スライド資料 パンフレット

文部科学省では、児童生徒を取り巻く情報化の進展に対応すべく、児童生徒に対してはもとより、家庭や地域等を対象に情報モラルに関する指導・啓発を行うため、保護者向けの動画教材、スライド資料、パンフレットを作成しました。

本教材は、文部科学省「情報化社会の新たな問題を考えるための教材等」ホームページ（URL ページ裏記載）にも掲載しています。

PTA の集会等、保護者の方を対象とした様々な場で活用いただき、情報モラル教育の重要性を理解していただくとともに、家庭教育に生かしていただける内容としています。



～教材の構成～

- 動画教材
- スライド資料
- パンフレット

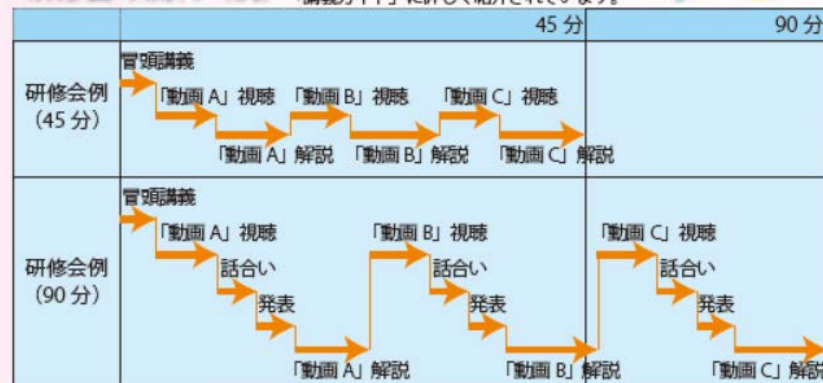
～利用する講師の方のために～

- 講義ガイド

動画教材の内容は、とある家庭の日常ドラマとしました。このドラマをきっかけに、問題点や疑問点を参加者同士で話し合ったり、スライド資料を用いて説明したりといった活用ができます。

また、スライド資料には講師用の説明文を掲載しており、講義ガイドと一緒に活用することで、様々な方がすぐ利用できるようになっています。

研修会の流れ (例) 教材の使い方、下記以外の研修会例等は、「講義ガイド」に詳しく紹介されています。



(参考) 総務省の『インターネットトラブル事例集2020』

目次

インターネットトラブル事例

 消費者教育 : 消費者教育ありの事例

- | | | |
|-----------------------------|----------------------------------|---|
| 日常に潜む危険 | ① スマホの過度な使用による生活や体調への支障 | |
| | ② ながらスマホが招いた自転車衝突事故 | |
| | ③ メッセージアプリでの悪口・仲間外れ | |
| | ④ 悪ふざけなどの不適切な投稿 | |
| 取引によるトラブル | ⑤ フリマなどネットを介した直接取引によるトラブル |  |
| | ⑥ SNS経由のチケット転売による詐欺被害 |  |
| 危険な小遣い稼ぎ | ⑦ コミュニティサイトなどでの未成年によるアプローチ | |
| | ⑧ アルバイト応募が招いた犯罪への加担 | |
| 軽率な行動 | ⑨ 他者の権利を侵害する投稿や視聴 |  |
| | ⑩ 個人や学校などへの脅迫行為や犯行予告 | |
| 技術力と承認欲求(違法行為) | ⑪ 自分で作成したウイルスをネットに公開 | |
| | ⑫ ワンクリック詐欺やウイルスなどによる不当請求 | |
| 悪意のしかけ
巧みなワナ
(セキュリティ) | ⑬ 不正アプリやウイルスによる個人情報流出 |  |
| | ⑭ 悪意あるWi-Fiスポットを利用したことによる情報流出 | |
| 安易な情報提供・情報発信 | ⑮ ゲーム上でのやり取りから生じたトラブル |  |
| | ⑯ 旅行中の写真投稿や書き込みによる空き巣被害 | |
| 信頼から被害へ | ⑰ 投稿から個人が特定されたことによる被害 | |
| | ⑱ 自撮り写真の交換に端を発した脅迫被害 | |
| 人格権を侵害する投稿・再投稿 | ⑲ 心のよりどころだったSNS上の知人による誘い出し | |
| | ⑳ SNS等での誹謗中傷による慰謝料請求 <2020年9月追補> | |

特集① 「ネットで知り合う人」とのやり取りを真剣に考えてみよう!

特集② 消費者トラブルに巻き込まれないために
消費者としての知恵を身につけよう

特集③ ネットの時代におけるデマやフェイクニュース等の不確かな情報

特集④ こころ・からだ・いのちを守るために! <2020年9月追補>
SNSによる誹謗中傷被害への対処方法

スマホの設定、うまく使いこなせていますか?

～フィルタリングや時間管理等で上手にコントロール～

特集

②

消費者トラブルに巻き込まれないために ～消費者としての知識を身につけよう～



成年年齢の引き下げにあたって

2018年6月の民法改正により、2022年4月より成年年齢が18歳に引き下げられます。これに伴い、若者がひとりで行う取引を行う機会が増えること等により消費者被害に遭う危険性の増大が懸念されています。このような中で、さまざまな消費者トラブルに巻き込まれないよう、“大人”になるまでに消費者としての知識を身につけていくことは一層重要になっています。

「インターネットトラブル事例集」の活用

消費者トラブルに巻き込まれないようにするためには、サービスの内容や契約の条件をよく確認すること、自分にとって必要な商品を適切に選んで購入すること等が重要です。本事例集では、インターネットに関する消費者トラブルの事例を具体的にいくつか紹介していますので、これらを素材に、消費者として必要な知識や考え方を身に付けることができます。

本事例集にある次の事例の  マークが付された箇所を中心に確認してみましょう。

- | | |
|---------------------------|-----------------------|
| ⑤ フリマなどネットを介した直接取引によるトラブル | ⑥ SNS経由のチケット転売による詐欺被害 |
| ⑨ 他者の権利を侵害する投稿や視聴 | ⑪ 不正アプリやウイルスによる個人情報流出 |
| ⑬ ゲーム上でのやり取りから生じたトラブル | |

電気通信サービスの契約における注意点

様々なサービスの中でも、電気通信サービスはその内容が複雑であり、特に注意が必要です。



インターネット回線(光ファイバーやプロバイダ)などの電話勧誘に注意!

契約は口頭でも成立するので、会話に気をつけないと危険。勧誘が強引だと感じた場合は、はっきりと断りましょう。また、大手の通信事業者を名乗る違法な勧誘もあるので、有名な事業者名を聞いただけで安心して契約をしないよう、注意しましょう。



利用状況や目的に合った通信サービスを選びましょう

料金や通信速度等の通信サービスの内容は、多種多様です。一見、月額料金が安いように見える場合であっても、一定の条件下でのみ割引される場合もあります。料金プラン等をよく確認して、自分に合った通信サービスを選びましょう。



もし間違えて契約してしまった場合等には ~初期契約解除制度~

いわゆるクーリングオフに似た制度として、携帯電話サービス、光回線サービス等の一定範囲の電気通信サービスには、契約書面の受領日等を初日とする8日間が経過するまでは、利用者の都合で契約を解除できる「初期契約解除制度」があります。

消費者教育
ポータルサイト

本事例集のほか、消費者庁が運営する「消費者教育ポータルサイト」には、教材や講座などが満載。ぜひ参考してみてください。

▶ <https://www.kportal.caa.go.jp/index.php>



「おかしいな」「困った」「だまされた」と思ったら、迷わず、すぐに相談しましょう!

消費者ホットライン 188 または 最寄りの警察へ