

# 戦略本部における 若年者向け消費者教育の取組

令和3年3月24日

消費者庁新未来創造戦略本部



1. 「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
2. 特別支援学校向け  
消費者教育教材等の開発

# 調査の背景

令和4年4月1日 成年年齢の引下げ 20歳から18歳に



高校生であっても、18歳から契約の責任を負う

若年者に対する消費者教育の一層の推進が必要



平成29年3月 文部科学省と連携し、主に高校生を対象として、消費生活に関する実践的な能力を育むことを目的とした消費者教育教材「社会への扉」を作成



「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」

○消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁の4省庁で策定

○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

○全都道府県の全ての高等学校等で「社会への扉」等を活用した実践的な消費者教育の授業を実施することを目指す



徳島県では県内の全高等学校等(55校)で、  
「社会への扉」を活用した消費者教育の授業を実施



# 調査の実施概要

- 全国で初めて県内全高等学校等で、「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、同授業の効果検証を目的とした調査
- 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「授業前後調査」（平成29年度～令和元年度）だけでなく、平成29年度に授業を受けた高校1年生を対象として、2年次、3年次に同じ質問をする「追跡調査」を実施（平成30年度、令和元年度）

# 授業前後調査の概要

**目的** 消費生活に関する知識や意識の、授業前後での変化を把握する

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<sup>(※1)</sup>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<sup>(※1)</sup>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<sup>(※1)</sup>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

3年間の調査結果をとりまとめた調査報告書を作成

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<sup>(※2)</sup>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<sup>(※2)</sup>を実施

→ 授業の実施効果に関する追跡調査報告書を作成

(※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



## 目的

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

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<sup>(※1)</sup>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<sup>(※1)</sup>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<sup>(※1)</sup>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

3年間の調査結果をとりまとめた調査報告書を作成

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<sup>(※2)</sup>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<sup>(※2)</sup>を実施

➡ 授業の実施効果に関する追跡調査報告書を作成

(※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

○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

令和元年度：5,377名

○有効回答数(率)

平成30年度：5,982票(97.0%)

令和元年度：4,185票(77.8%)

○調査内容：

①消費生活に関する知識(消費生活クイズ)

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)

※①、②ともに「授業前後調査」と同じ設問



## ○調査内容:

### ①消費生活に関する知識(消費生活クイズ)

- Q1 店で買物をするとき、契約が成立するのはいつ？
- Q2 店で商品を買ったが、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？
- 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？
- 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？
- 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？
- Q6 買物をした後日に代金を支払うことになるのはどれ？
- 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？
- Q8 自動車教習所へ通うため金融機関から20万円を年利17%で借りた。毎月  
5,000円ずつ返済した場合の返済総額は？
- Q9 「必ずもうかる投資」ってあるの？
- 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？
- 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？
- Q12 消費者トラブルにあったとき、あなたならどうする？

## 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)

- 問1 店で商品を購入するときは、原則返品・返金ができないことを意識して慎重に買物する。
- 問2 ネットショッピングで買物をする際には、注文前に利用規約を必ず確認する。
- 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。
- 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)に連絡する。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。
- 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。 ※授業後のみ

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 から選択

## ○消費生活に関する知識(消費生活クイズ)

消費生活に関する知識(全12問) に占める正答率の平均値 (%)



二年後の正答率は授業前より高く、知識の定着がみられた

## ○消費生活に関する知識(消費生活クイズ) Q1

問:店で買物をするとき、契約が成立するのはいつ?

選択肢:

- 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

※正解は③

## ○消費生活に関する知識(消費生活クイズ) Q2

問: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?

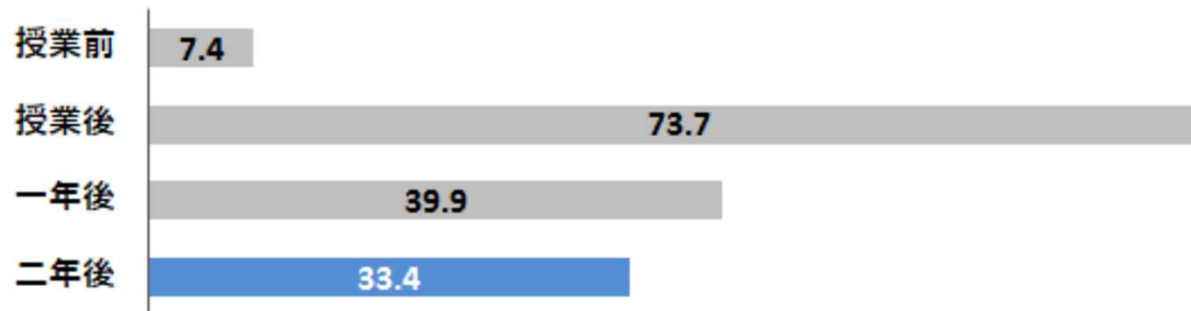
選択肢:

- 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


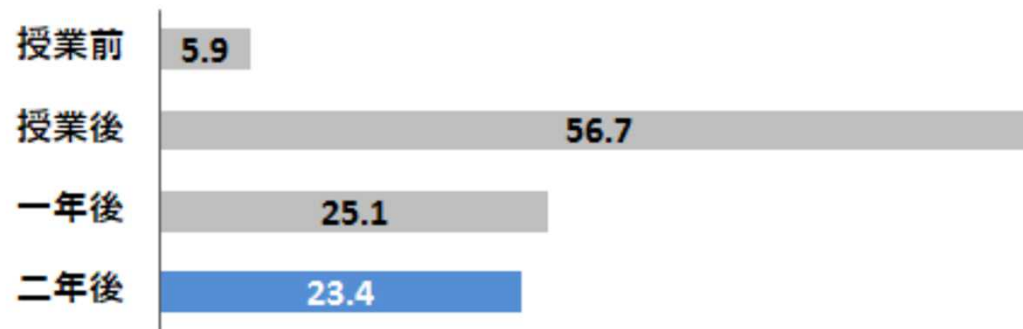
※正解は①

## ○消費生活に関する知識(消費生活クイズ)

Q 1 「契約成立のタイミング：承諾」の正答率 (%)



Q 2 「成立した契約：原則解約不可」の正答率 (%)



授業前後の正答率の伸び率が高い問ほど、  
経年による正答率の低下が大きかった

## ○消費生活に関する知識(消費生活クイズ) Q5

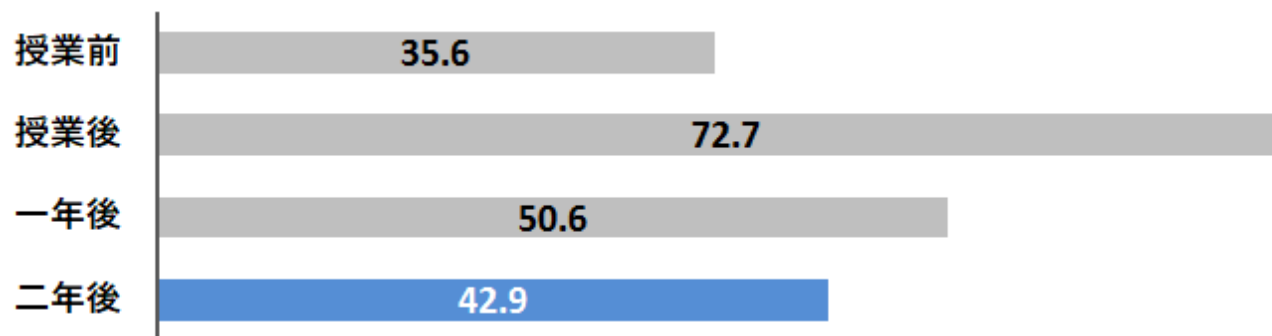
問: ネットショップでTシャツを買ったけれど似合わない。  
クーリング・オフできる?

選択肢:

- 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

※正解は①

Q 5 「通販：クーリング・オフ不可」の正答率 (%)



授業後の正答率は7割程度であったが、二年後には4割程度に減少した



## ○消費生活に関する知識（消費生活クイズ） Q11

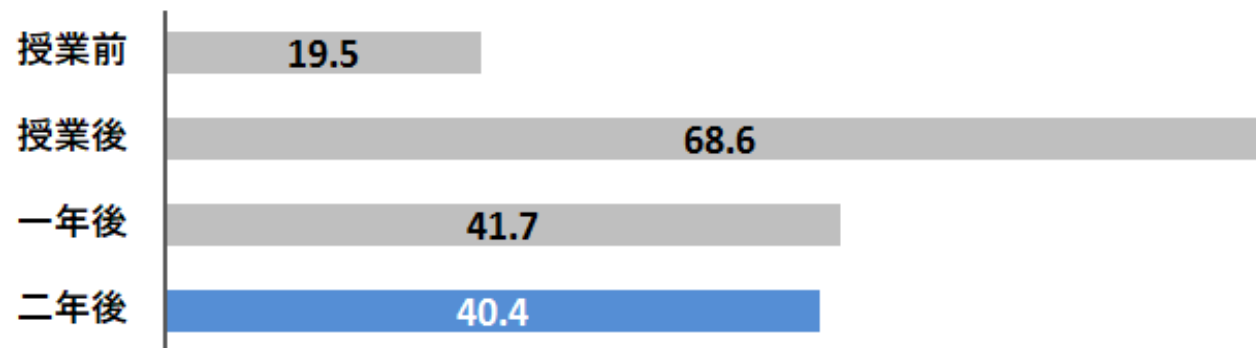
問：消費生活について相談したいときにかける電話番号は？

選択肢：

- ① 118番      ② 188番
- ③ 189番      ④ 分からない

※正解は②

### Q11「消費者ホットライン：188」の正答率（%）

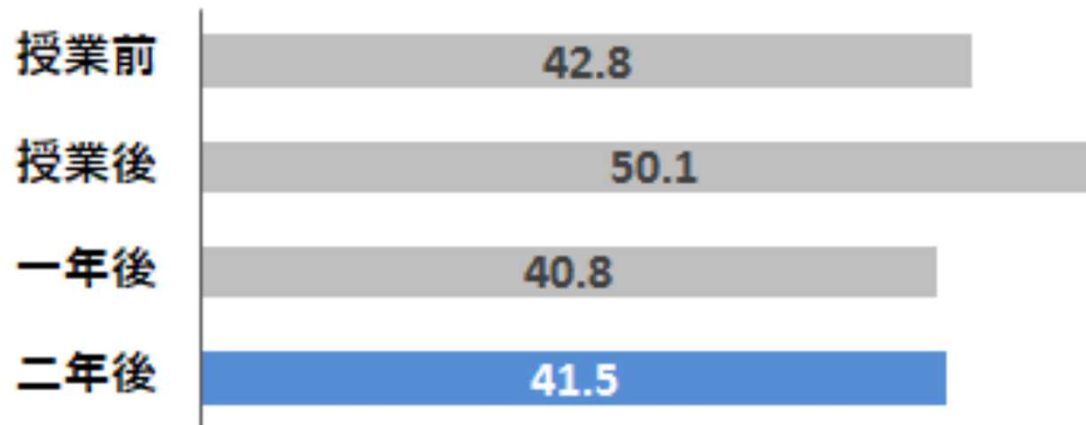


正答率は、授業前2割程度から授業後7割程度まで増加したが、経年により4割程度まで減少した

## ○自立した消費者としての意識（消費生活アンケート）

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

（※）「必ずできる」と「まあまあできる」の回答を併せたものを「できる」として整理

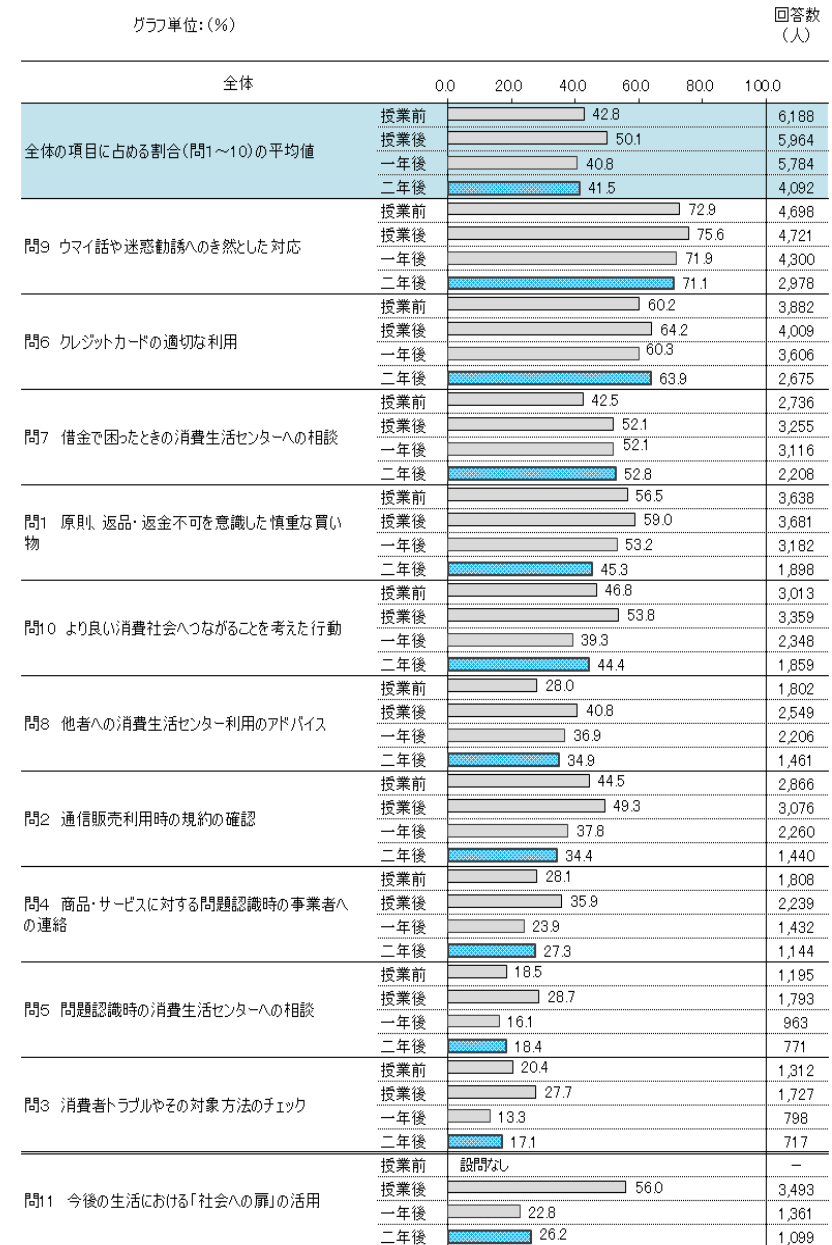
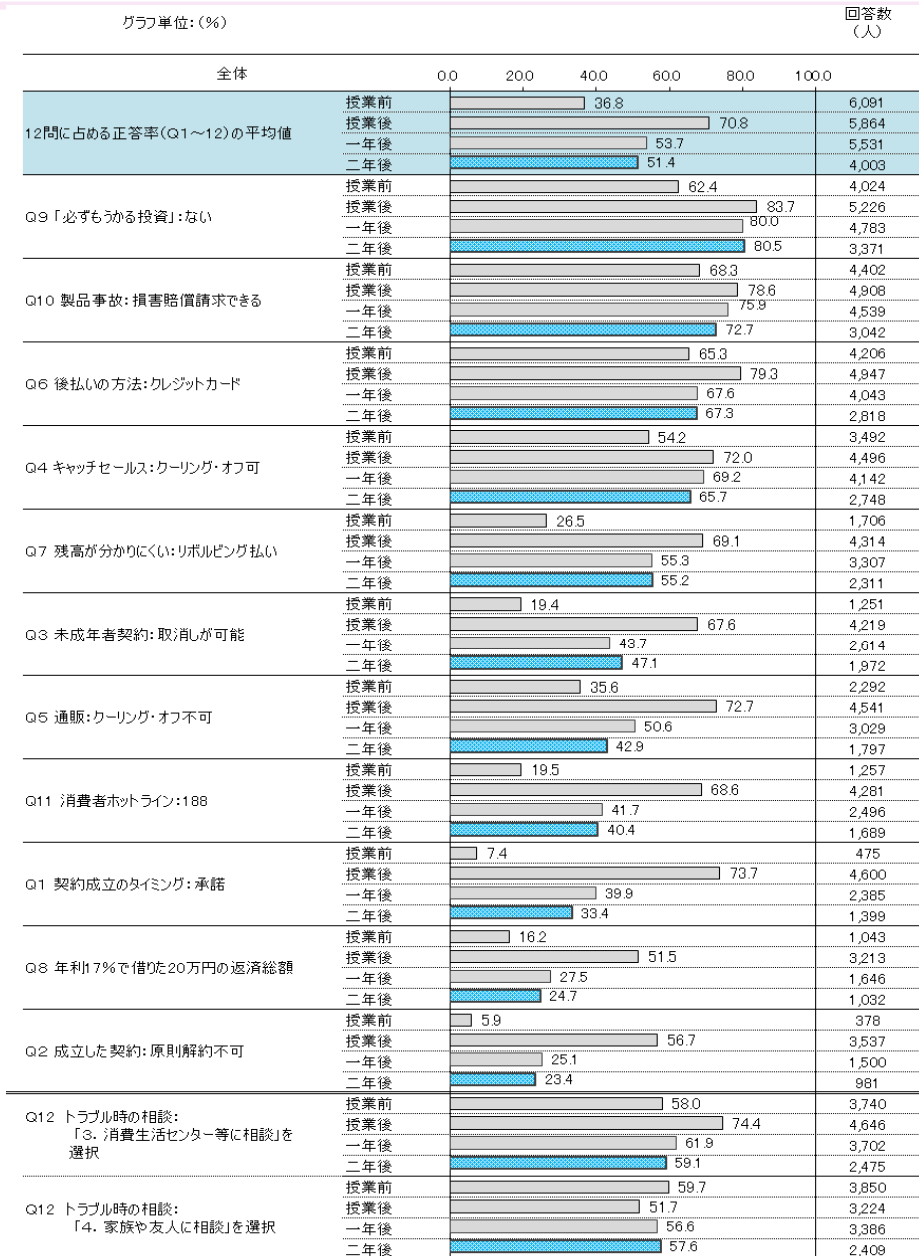


授業後には「できる」と回答した生徒の割合が増加したが、一年後には全体的に低下した

# 追跡調査の結果(全体)

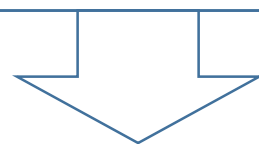
## ○消費生活に関する知識(消費生活クイズ)

## ○自立した消費者としての意識(消費生活アンケート)



# 追跡調査結果のポイント

- 消費生活に関する知識については、**全体的に知識の定着がみられた**が、「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、そもそも授業前の正答率が低い（知識が無い）ので、授業後に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の難しさ**がうかがわれた。



例えば、知識定着率が高い学校や、生徒の自立意識の高い学校の取組を調べる等、高校等における取組について情報収集を行うとともに、効果的な実践事例や有効な教材の使い方などの情報提供に努める。

## 本調査の意義等

- 「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。
- 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。

## 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**のではないかと考える。
- ・Q2「契約の解約」は、**日常生活における買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。  
(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と考えられる)

## 消費生活に対する意識について

- ・消費者としての**意識は、毎日の生活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。**
- ・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る。**



## 教材等の工夫について

- ・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**」の**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。
- ・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。

1. 「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
- 2. 特別支援学校向け  
消費者教育教材等の開発**

## 【モデルプロジェクトの概要】

特別支援学校（主に高等部）の生徒の障がいの種類や程度に配慮した教材等とその活用法を検討し、学校での試行・検証を経て、授業等で活用しやすい消費者教育教材等を開発する。

### 問題意識・課題

- 成年年齢の引下げが予定されている中、**特別支援学校の生徒は特にだまされたり被害に遭いやすい**と考えられる。
- 現状、高校生向け教材として「**社会への扉**」があり、多くの学校（徳島県内では全高校）で活用。
- ただし、**特別支援学校の生徒にはやや難解**である。

⇒ **生徒の障がいの種類や程度に配慮して教員が授業等で活用しやすい教材の開発が必要**

### 実施する取組

- 特別支援教育や消費者教育の有識者、学校関係者による検討会やワーキンググループを開催、教材等の開発、活用法について検討。
- 県内外の特別支援学校で教材を用いた授業を試行

### 成果イメージ

- 特別支援学校向けの消費者教育教材を作成（授業キット：手引き、授業例、ワークシート等の補助資料をまとめたパッケージ）

### 期待される効果

- 特別支援学校向け消費者教育教材の全国展開

### 【障がいごとの特性】 「消費者トラブル事例集」より

#### 知的

- ・人を信じやすい
- ・理解できていなくても「はい」と答えてしまう
- ・相談することが苦手

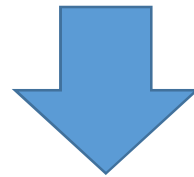
#### 精神

- ・買い物に依存しやすい
- ・気分の浮き沈みで買い物行動が変化

#### 発達

- ・外見から障がいがあると判断しにくい
- ・計画的な買い物が苦手
- ・お金の価値と物の価値が一致しない

○特別支援学校においても「社会の扉」を用いた授業を実施



内容的に難しいところもあり、  
特別支援学校向けの消費者教育用教材の  
要望もあった。

- 消費者行政新未来創造オフィスにおいて  
「特別支援学校(主に高等部)における消費者教育  
の在り方に関する意見交換会」を実施(令和元年度)
  - 特別支援学校で消費者教育を行う際の配慮・課題
  - 教材を作成する際の留意点
- を整理・取りまとめ

## ○ 取りまとめの主なご意見

- ・金銭管理の方法や、商品サービスの選択、購入といった基本的な技能が身につくための教材
- ・生活経験の不足を補う学習の機会の提供
- ・個々の生徒の状況に応じて指導者が加工可能な教材
- ・基礎編と応用編などに使い分けができる教材



# 教材の開発

令和2年度								令和3年度～
8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	

検討会

ワーキンググループ

教材開発

徳島県内等  
特別支援学校

試行

検討会

ワーキンググループ

教材改修

教材完成・公表予定

特別支援学校等での活用

## 第1回検討会(8月7日)

- ・教材等の事務局案の提示等

## 第1回ワーキンググループ(8月31日)

- ・教材等の具体的な検討

## 第2回ワーキンググループ(9月29日)

- ・教材等の具体的な検討

## 第2回検討会(10月27日)

- ・ワーキンググループの経過報告
- ・教材等の具体的な検討

## 第1回試行(東京)

(12月14日)

## 第2回試行(東京)

(12月15日)

## 第3回試行(徳島)

(12月18日)

## 第4回試行(徳島)

(12月21日)

## 第3回検討会及び

## 第3回ワーキンググループ(1月25日)

- ・試行の報告
  - ・試行を踏まえた教材等の改修検討
- ## 第4回検討会(2月24日)
- ・教材等の具体的な検討
  - ・教材の活用の手引きの検討

## ○ ワーキンググループの主なご意見

- ・テーマの中でも生徒の状況により理解が難しい内容もあるため、生徒に応じて組み合わせて使えるようにしておくといい。
- ・イラストは、ゲームや食事をしている様子など具体的なものがよい。
- ・クーリング・オフはカレンダーのイラストなどで具体的に説明するとよい。

## ○ 検討会の主なご意見

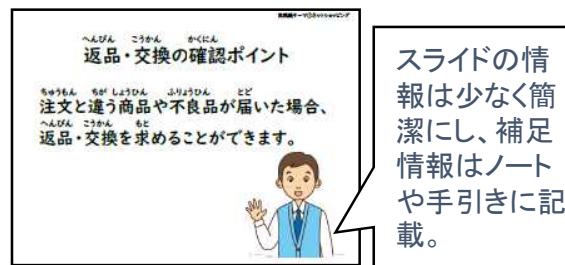
- ・テーマの中では、金銭管理など計算も出てくるので、家庭科や数学のみならず、いろいろな授業や科目で使ってもらえるようにするとよいのではないか。
- ・授業の際は、地元の消費生活センターの方に外部講師に来てもらおうと、地域の実情や実際のトラブル事例を聞くことができると思う。

主に知的障がいの生徒を対象とする教材。  
身近な買物や契約の仕組みや注意点を学ぶ「基礎編」と、  
契約トラブルの対策・対処法等を学ぶ「実践編」で構成され、7つのテーマを収録。

## 特徴 1 ショウとセイコと事例を学ぶ



## 特徴 2 カスタマイズ可能な スライド教材



## 特徴 3 活用の手引きと ワークシート

学習指導要領の項目との主な関連表

学習指導要領	基礎編	実践編
消費者教育	ア 消費者の権利と義務の理解が深まり、消費者としての意識が醸成されること。	イ 消費者としての権利と義務の理解が深まり、消費者としての意識が醸成されること。
消費者の権利と義務の理解が深まり、消費者としての意識が醸成されること。	イ 消費者としての権利と義務の理解が深まり、消費者としての意識が醸成されること。	イ 消費者としての権利と義務の理解が深まり、消費者としての意識が醸成されること。
消費者としての権利と義務の理解が深まり、消費者としての意識が醸成されること。	イ 消費者としての権利と義務の理解が深まり、消費者としての意識が醸成されること。	イ 消費者としての権利と義務の理解が深まり、消費者としての意識が醸成されること。

	テーマ名	テーマの概要
基礎編	テーマ① 買物・契約の基本	売買契約の仕組みや、返品・解約といった消費者保護の仕組みを学習する。
	テーマ② 商品の選び方	ものを買うときの手順や購入目的に応じた商品を選ぶポイントを学習する。
	テーマ③ いろいろな支払方法	現金以外の支払方法の特徴と注意点を学習する。
	テーマ④ 上手なお金のやりくり	収入・支出や上手なお金のやりくりを学習する。
実践編	テーマ① ネットショッピング	ネットショッピングの特徴・注意点を実店舗と比較し学習する。
	テーマ② スマホ・ネットでのトラブル	スマホ・ネットでのトラブル事例とトラブルに遭わないための注意点を学習する。
	テーマ③ 契約トラブルの対策・対処法	身近なトラブル事例とトラブルに遭わないための注意点を学習する。

※教材は現在制作中であり、本スライドに示している概要も今後変更になる可能性があります。

# 今後の若年者向け消費者教育の取組について

---

令和4年4月1日 成年年齢の引下げ  
20歳から18歳に

あと1年

成果を活用して、引き続き普及・啓発等に取り組む

ご清聴ありがとうございました。