

令和2年度

消費者教育 フェスタ

身近なところから
始めよう!



成年年齢引下げに向けた地域における消費者教育

議事録

目次

1. 基調講演 3

若年者への消費者教育に関する取組や成年年齢の引下げに関する対応等についての先駆者や専門家からの講演

講師：横浜国立大学名誉教授 西村 隆男 氏

「自ら考え行動できる消費者市民へ -成年年齢引き下げを1年後に控えて-」

2. 地方公共団体における消費教育の事例報告

自治体で行っている消費者教育に関する取組や成年年齢の引下げに関しての事例報告

発表者：埼玉県 15

埼玉県教育局県立学校部 高校教育指導課 原口真理子 氏

埼玉県立三郷北高等学校 教諭 石田実里 氏

埼玉県立蓮田松韻高等学校 教諭 池垣陽子 氏

青森県 26

青森県環境生活部 県民生活文化課 長尾裕子 氏

青森県消費生活センター 消費者教育コーディネーター 増田あけみ 氏

沖縄県 35

沖縄県教育庁県立学校教育課 平良みどり 氏

沖縄県子ども生活福祉部 消費・暮らし安全課 消費生活センター 西原とも子 氏

3. パネルディスカッション 41

テーマ「消費者教育の推進体制を構築する際のポイントと授業展開」

登壇者：コーディネーター

横浜国立大学名誉教授 西村 隆男 氏

パネリスト

(公財) 消費者教育支援センター専務理事・首席主任研究員 柿野成美 氏

埼玉県教育局県立学校部高校教育指導課 原口真理子 氏

埼玉県立三郷北高等学校 教諭 石田実里 氏

埼玉県立蓮田松韻高等学校 教諭 池垣陽子 氏

青森県環境生活部県民生活文化課 長尾裕子 氏

青森県消費生活センター消費者教育コーディネーター 増田あけみ 氏

沖縄県教育庁県立学校教育課 平良みどり 氏

沖縄県子ども生活福祉部 消費・暮らし安全課 消費生活センター 西原とも子 氏

地方公共団体における 消費者教育の事例報告

【埼玉県における取組】

埼玉県教育局 県立学校部 高校教育指導課

原口 真理子 氏

埼玉県立三郷北高等学校教諭（現在、埼玉県消費生活支援センター研修生）

石田 実里 氏

埼玉県立蓮田松韻高等学校 教諭

池垣 陽子 氏

令和2年度

消費者教育フェスタ 埼玉県における消費者教育の取組



埼玉県マスコット「コロン」が「さいたまっす」

埼玉県 教育局 県立学校部
高校教育指導課

指導主事 原口 真理子

1

■埼玉県教育局 県立学校部 高校教育指導課

指導主事 原口真理子

本日はお忙しい中、「令和2年度消費者教育フェスタ」にご参加いただきまして、どうもありがとうございます。

私は、埼玉県教育局 県立学校部 高校教育指導課の原口真理子と申します。私からは「埼玉県における消費者教育の取組」についてご紹介させていただきます。

埼玉県における消費者教育の取組を3つの柱でご説明させていただきます。

1つ目として、連携した消費者教育の取組として当課で実施しています、教職員研修会についてご紹介いたします。成年年齢引き下げ研修会は、令和元年度より実施しております。こちらは今年度の概要となりま

す。内容としては、公民科と家庭科の教員による授業の事例発表と法務省から講師をお招きし、講演を行いました。

次 第

埼玉県における消費者教育の取組

- 1 関係機関と連携した消費者教育の取組
・教職員研修会
- 2 協調学習の手法を用いた消費者教育の取組
・実践事例
- 3 教員養成研修
・県立学校教育指導向上推進教員養成研修

2

1 関係機関と連携した消費者教育の取組

- (1) 成年年齢引き下げ研修会
- (2) 校長向け講演会
- (3) 教職員等消費生活セミナー
- (4) その他



埼玉県マスコット「コロン」が「さいたまっす」

3

1 関係機関と連携した消費者教育の取組

(1) 成年年齢引下げ研修会

1 日 時
令和2年11月25日(水) 午後1時30分から午後4時40分

2 参加者
約50名

3 事例発表
「協調学習の手法を用いた消費者教育の実践」
八潮南高等学校 公民科教諭
「消費生活支援センターと学校連携について」
三郷北高等学校 家庭科教諭

4 講演
「成年年齢引下げの意義と契約について」
法務省

4

1 関係機関と連携した消費者教育の取組

(1) 成年年齢引下げ研修会

・アンケート結果
アンケート提出 49名

①非常に満足 ②満足 ③普通 ④不満

事例発表1

事例発表2

講演

5

1 関係機関と連携した消費者教育の取組

(2) 家庭科校長会
令和元年6月3日
鴻巣女子高等学校
埼玉県消費生活支援センターと連携して、講演会を実施

(3) 教職員等消費者教育セミナー
令和元年8月6日
大宮ソニックシティ
埼玉県消費生活支援センターと共催して実施

(4) その他
不当表示広告調査

埼玉県マスコット「コタン」

6

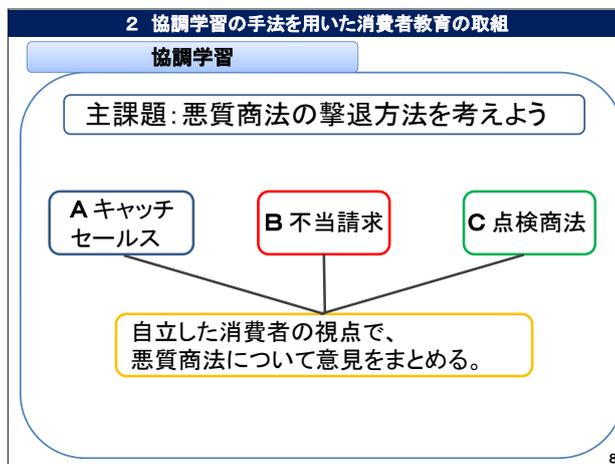
2 協調学習の手法を用いた消費者教育の取組

・実践事例

科目名 現代社会
学年 2学年
時期 令和2年11月

SAITAMA
埼玉県マスコット「コタン」「さいたまっちゃん」

7



こちらは成年年齢引き下げ研修会のアンケート結果です。参加者の約8割が研修内容に対して「非常に満足」、「満足」と回答しております。参加者からの感想では、「教科連携は理想的だと感じた」、「まずはできることから考え、実践につなげたい」、「教科連携、関係機関との連携は大変興味深かった」など、教科連携や関係機関との連携について積極的な回答が得られました。

また、本年度につきましては、新型コロナウイルス感染症の影響により、こちらの研修会は中止となってしまいましたが、令和元年度では、このような研修会を埼玉県消費生活支援センターと連携して実施しました。また、知事部局の消費生活課と連携して、研究指

定校で不当表示広告調査を実施しております。

今後の展望としては、令和4年度に向け、消費者教育に関する授業研究を進め、成果をまとめていきたいと思っています。

2、協調学習の手法を用いた消費者教育の取組として、授業の実践事例をご紹介します。

埼玉県教育委員会では、東京大学 CoREF と研究連携し、「知識構成型ジグソー法」の手法を用いた協調学習の授業実践を通じて、アクティブ・ラーニングの捉え直しを行っています。今回、ご紹介する授業では「悪質商法の撃退方法を考えよう」を主課題とし、50分の授業で実施いたしました。

はじめに、課題に対して個人で考えを深めます。次に、

A キャッチセールス、B 不当請求、C 点検商法の3つの資料を基に、各グループでロールプレイングを取り入れ理解を深めます。A、B、Cの資料で学んだ生徒が集まり、新たなグループで課題について話し合い、グループごとに発表し、それらを踏まえて個人で考えをまとめました。

この授業実践の担当者からは、「対話を通じてさまざまな事例に視野を広げることができ、協働で課題を解決する姿勢が見られた。その中で既存知識を活用し、関連付けて課題解決へ導くこともできた。」と感想をいただきました。

今後は、消費者教育の取組をカリキュラムマネジメントの視点で、家庭科と公民科等の教科連携も充実させていきたいと考えています。

私からは以上となります。ありがとうございます。

3 教員養成研修

・県立学校教育指導向上推進教員養成研修



埼玉県マスコットコンパニ「さいたまっち」

9

3 教員養成研修

県立学校教育指導向上推進教員養成研修

1 目的

県立学校における教育指導の向上を目指した推進教員を養成

2 期間

1年間

3 主な研修先

東京大学、高大接続研究開発センター、JICA東京、日本科学未来館、女子栄養大学、株式会社 松屋フーズ、埼玉県消費生活支援センターなど

4 埼玉県消費生活支援センターへの派遣 令和2年度から派遣



10

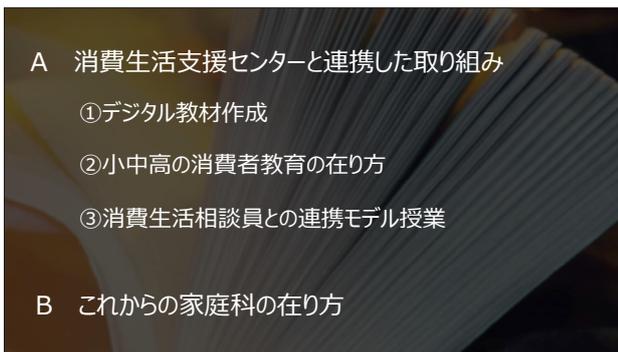
3、教員養成研修についてです。「県立学校教育指導向上推進教員養成研修」をご紹介します。埼玉県では現職の教員を関係機関に派遣し、教育指導の向上を目指した教員養成研修を行っています。消費者教育の充実の観点から、令和2年度より埼玉県消費生活支援センターへ家庭科教員を派遣し、教材の開発や消費生活支援センターとの連携について研究しています。この研修については、この後、石田先生から説明していただきます。



■埼玉県立三郷北高等学校 家庭科教諭 石田実里

それでは、よろしくお願いいたします。三郷北高校の家庭科の石田と申します。

私は「消費生活支援センターと学校連携」について、お話をさせていただきたいと思っております。まず、今日お話しするのは、1つ目が消費生活支援センターと連携した取組ということで、本研修の3つの柱になります、デジタル教材作成と以下2点についてお話をします。そして、最後に、これからの家庭科教育の在り方について、少しお話をさせていただければと思っております。



まず1つ目、デジタル教材作成ですが、こちらはフリーカスタマイズ可能なデジタル教材を考えております。デジタル教材は多数存在しますが、そのほとんどが著作権等の関係から加工ができません。そこで、穴埋め、瑕疵を変えるなど、それぞれの学校の実態に合った教材に加工できる教材を作りたいと思いました。使用しているイラストはパワーポイントの図形を使用し、組み合わせたものなので、著作権についても大きな問

題はございません。内容は、消費生活相談員さんに監修をいただいております。また、現在、データの保管場所やダウンロードできる場所を検討しているところでございます。



2つ目、小中高の消費者教育の在り方についてです。こちらの図は、今年度から小学校で使用されている教科書です。契約について、小学校段階で学習することを恥ずかしながら、私は研修中に知りました。研修では小中学校で何を学習しているかを整理し、年次研修などで伝えていく予定です。



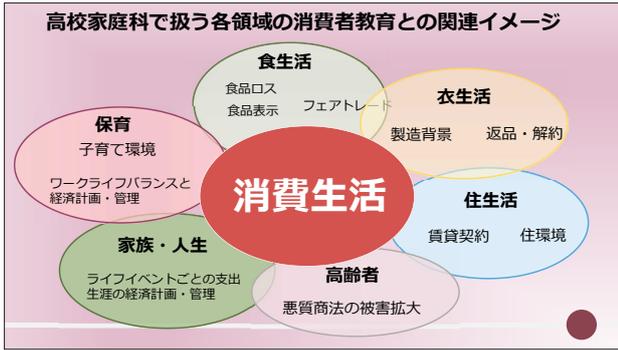
テーマ「インターネット通販のトラブルと対処法」

		11月27日 (金)	11月30日 (月)	
1限	8:50~9:40	1-4	1-7	・埼玉県立三郷北高校 (普通科)
2限	9:50~10:40			・家庭総合 1学年
3限	10:50~11:40	1-5		・全8クラス
4限	11:50~12:40		1-6	・消費生活相談員2名 (交代制)
5限	13:25~14:15	1-3	1-1	・家庭科教員とのIT
6限	14:25~15:15	1-8	1-2	

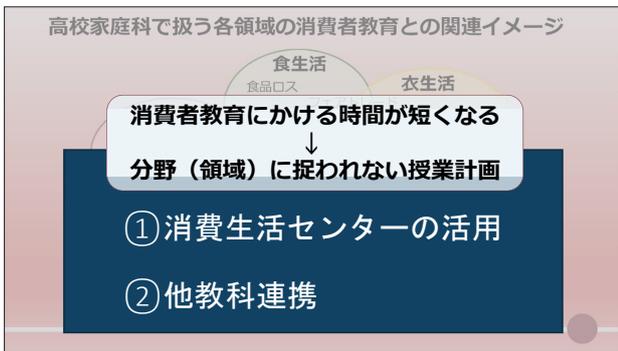
そして、3つ目になりますが、こちらが消費生活相談員との連携モデル授業についてです。テーマは「インターネット通販のトラブルと対処法」です。感染症の関係で1日のみの実施となりましたが、私の所属校である普通科家庭総合1学年で実施をいたしました。

注目すべきは、1学年全8クラスの家庭科の授業で、消費生活講座を実施したことです。8回、同じ内容で実施いたしました。体育館などで学年一斉に講座を行うことが多いのですが、クラス単位で講座を行って

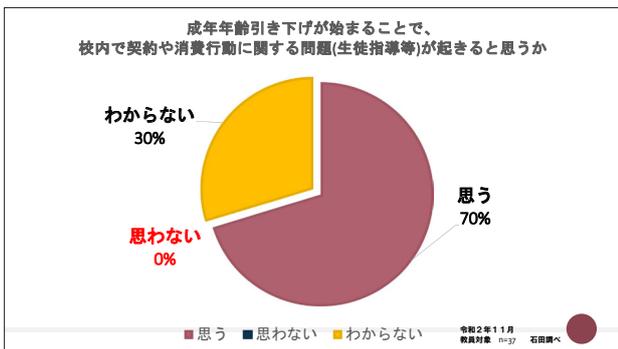
答でした。非常に残念でしたが、これが現実です。



高校家庭科は生活全般について広く学習します。以前は衣食住のイメージが強かった家庭科ですが、生活事象全てにかかわるのは消費生活だと考えております。

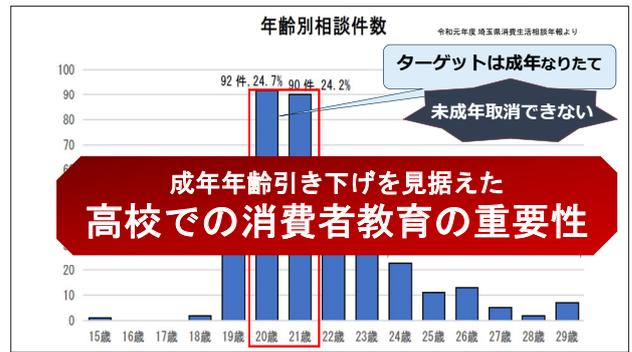


家庭科は学習すべき内容が幅広く、1つの単位にかける時間が短くなってしまいます。そこで、消費者領域という分野に捉われない授業計画を提案したいと思います。その際、消費生活センターを活用し、複数単元の内容を扱う消費生活講座の企画や他教科と連携し、多角的に消費者教育を実施できないかと、現在、所属校の先生と考えているところです。



そして、成年年齢引き下げにあたり、こちらの質問をしました。例えば、マルチ商法からいじめにつながるなど、生徒指導に関する問題が何も起きないと考える先生がゼロ%であったことが特徴的です。

また、消費生活年報では、未成年取り消しができない成年になりたての年代がトラブルに遭うことが大変よく分かっております。これらを踏まえると、高校での消費者教育の重要性は喫緊の課題となっております。



学校での消費者教育の目的

- ・被害にあわない
- ・合理的な意思決定ができる
- ・社会の一員として、消費行動が社会に影響を与えることを知る

消費者市民社会
高校生も消費者市民

エシカル、倫理観
- 何分?

生徒自身が、
「これがいい」「こういう社会はいやだ」等
選択できる力 を身に付けさせたい

これまで被害防止教育が中心でしたが、消費者教育推進法にもあるように、社会の一員として消費行動が社会に影響を与える。つまり、消費者市民社会実現へ向けて、高校生も消費者市民の一人であることを伝える必要があります。

ただ、このような倫理観には、エシカルの発想には少々偏りもあることもあります。学校教育としては、生徒自身が「これがいい」、「こういう社会は嫌だ」など、選択できる力を身に付けさせたいと考えております。

さて、教育に関する新しいワードが毎年出てきますが、日常の中の自分らしい生活を、生き方を見出すのが家庭科であり、家庭が社会とつながっていることから、コネクターとしての役割を果たすと思っております。生きる力の習得のために、本当に必要な学びが何かを皆さんにも考えていただくきっかけとなればと思います。

また、本研修は、消費生活支援センターや県の相談員さんとの二人三脚で進めてまいりました。また、金融広報中央委員会主催のコンクールで本研修の内容を

報告し、奨励賞を受賞できましたのも皆様のお力添え
があってのことです。ご支援いただいたことに、この
場をお借りしてお礼を申し上げたいと思っております。

以上で、発表を終わります。ご清聴ありがとうございました。

不当表示広告調査を中心とした 授業について



埼玉県立蓮田松韻高等学校教諭 池垣 陽子

1

■埼玉県立蓮田松韻高等学校 教諭 池垣陽子

私からは1年次の家庭総合で、「不当表示広告調査を中心とした授業」に取り組んだことについてご報告いたします。

私は、昨年度、埼玉県教育委員会の派遣で、公益財団法人消費者教育支援センターにて1年間研修を受けました。

自己紹介:消費者教育支援センターでの研修(令和元年度)



左下の画像は、エシカル消費や消費者市民について学べる教材、「消費者アクションゲームⅡ」です。本校の家庭クラブ員の生徒に協力してもらい、内容を検討しながら作成しました。右上は、鹿児島県で行政職員、相談員、教員を対象にした研修会でお話をさせていただいた際のもので、右下は、徳島県教育委員会が開催した連続講座、高校生消費生活講座の講師を務め、消費者教育支援センターが発行しているニュースレターの表紙を飾りました。お手元にとってご覧いただけますと幸いです。

研修を通して専門的な知識、最先端の情報をお持ちの方と連携した授業に取り組みたいと感じ、模索しながら授業を行っています。

授業実践をお話しする前に、1年次の家庭総合初回の授業で使用したパワーポイントの一部をご紹介します。昨年、私が実際にドラッグストアで目にした光景

1年次家庭総合 初回授業

WORK 4 あなたなら買う？買わない？



どうしてこんなことが起きたのかな？
この情報は本当かな？
なぜ、こんなに高い(安い)のかな？



クリティカル・シンキング(批判的思考力)

情報をうのみにするのではなく、**いろいろな角度からじっくりと考えていくこと**

⇒ **最終的に決めて行動するのは、自分!**

を提示し、自分なら買うか、買わないか。また、どうしてこのようなことが起きたのかを生徒に投げかけました。商品選択の際、値段だけではなく、背景に何があるかを考えること。情報を鵜呑みにするのではなく、多角的な視点から批判的に考え、意思決定し、行動していくことが大切であり、これを家庭総合の授業で養っていこうと話しました。

1年次家庭総合 消費生活分野

- 契約を理解しよう (11月~1月実施/計13時間)
- キャッシュレス社会を考える 
- かしく買い物しよう
- SNSがきっかけで~まさか自分が被害者になるなんて~
⇒ 不当表示広告調査
- こんなトラブル 超「いやや」
- 行動する消費者になろう
- チョコレートから見えるもの
- おいしいチョコレートの真実
- 消費者の権利と責任

消費生活分野で使用したプリントタイトルです。現在の高校1年生は18歳で成人となるため、年間を通して18歳成人を意識した授業を展開しています。なお、上から2つ目の「キャッシュレス社会を考える」は、昨年度、ビザ・ワールドワイド株式会社から委託され、研修先で作成した教材を使用しました。2次元コードを

講演会の感想

自分の体の良し知り合いに話を聞いてもらうと、断りや
 くいが、自分の為に断ることが大事だと感じた。若者も他
 断の狙いがあるという事で、声がかかると、そういう状況
 になっても冷静に物事を考えることが大事だと、役立ち
 うだと思えた。未成年は法律で守られているから、一回
 ぐらに話を聞いてもらっていいから、法律で守られている
 そうでなくても断ることが重要だと感じた。広告の見方
 自体良いからとか、そのサイトでの評判が良いから大丈夫
 なのよって、自分としっかり何が正しいか、何かしらは
 無いかと疑い、自分の目で判断するを学んだ。
 実際の判断について、本物を見せる優良確認や、実
 際の価格より安く見せる有利誤認は、特に注目
 して気づくように思った。

11

問題があると思われる表示

- ・たった3週間で10.2キロ減少
- ・下の言に「※締め切り前近！78名が」の記事を載せています
- ・「1か月ジムに通う以上の脂肪燃焼効果が検証済み認められています。
- ・2019年ハリウッドで最も流行したダイエット
- ・公式サイトによると、「初回9,800円OFF!」が出てきた

・通常価格 11,374円が、100円
 ・「5ヵ月のご継続が条件」が、ぼんやりと書かれている

- ・ラインで3万円相当がプレゼント
- ・安心安全宣言
- ・初心者でも月収200万円を目指して稼ごう
- ・登録費用0円
- ・7日間モニターポリシーに電話番号が書いてない

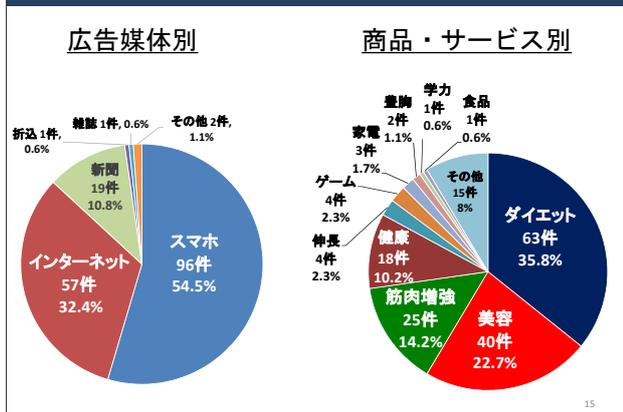
13

不当表示広告調査（令和2年11月25日～26日）



武藤弁護士による講演会後に、消費生活課の担当者から調査の概要を説明いただき、週末課題として、普段見ているSNSを中心に調べ、問題と思われるものをスクショさせました。それを基に授業で調査票に記入し、Google クラウドに送信したスクショ画像を教員が印刷したものと共に、県に提出しました。

調査結果（報告176件の内訳）



15

調査は1年次、6クラス181名が参加し、176件の報告がありました。広告媒体は圧倒的にスマホ、インターネットでした。商品・サービス別にみると、男女問わずダイエットと美容関係が6割近くを占めました。その多くが定期購入で、実際に購入して困っていると申し出てくる生徒もいました。

調査で気づいたこと

今回、初めてこんなに深く不当表示を調べてみて、会社情報も
 ざっくりと載せていたり、不当表示をたくさん見つけて、これを
 知らないで騙されては、損をする感じがすると思えた。
 今回も残念な、不当表示の見つけが前回は2倍ほどは多かった
 と思うので、気を付けていきたい。

販売業者名がわからない見つけられたらいいなという気持。
 利用規約やプライバシーポリシーが書いてある人が多く、
 と読むのが大変だった。だから「おまじり」の人は「おまじり」
 というのがいいと思います。

色々な広告で学ばせている人たちがたくさんいて、一人でも
 助けられてあげられたらいいと思います。

14

調査で気づいたことについて一番下の「困っている人を一人でも助けてあげられたらいいと思います」というものは、生徒から報告のあった不当表示広告に対し、県が行政指導、行政処分をすることを踏まえて書かれたものです。これはまさに消費者市民であり、狙い以上のことを生徒が感じ取ったと、大変誇らしく感じました。

今後の課題としては時間の確保です。通常の授業準備より何倍も時間も労力も使うため、ある程度のノウハウを共有できる仕組みづくりが必要であると感じました。また、実施する際は、教科、年次の教員、管理

今後の課題

- 時間の確保
通常の授業準備の何倍も時間・労力を使う
- 教職員の理解がないと、継続実施は難しい
- 業種を超えたネットワークをどう広げていくか



講演会の内容を踏まえ、蓮田市消費生活センターに電話相談する授業も行いました。16

職のみならず、事務室の理解もないと、持続可能なものにはならないと感じました。

消費者教育は全ての世代にとって必要不可欠な力であるからこそ、保護者も巻き込んで、取組や成果を広く知ってもらうことは欠かせません。埼玉県は、力のある消費者教育の担い手が多いと感じる一方で、連携がまだ弱いと感じます。そのような意味でも、業種を超えたネットワークをどう広げていくかも課題です。

埼玉県からの発表は以上になります。ご清聴ありがとうございました。