

行政説明

消費者庁



令和3年度
消費者教育フェスタ
(愛媛、東京)

消費者庁における 若年者に対する消費者教育の取組等について



消費者ホットライン188
イメージキャラクター
【イセヤン】

消費者庁消費者教育推進課
課長補佐 荒井 寛

荒井: 消費者教育フェスタにご参加の皆様、こんにちは。消費者庁の消費者教育推進課課長補佐の荒井でございます。本日は当庁につきまして、説明させていただく場をいただきまして誠にありがとうございます。本日、私からは消費者庁が現在実施しております若年者に対する消費者教育の取り組みを中心に、学校向けに制作をいたしました消費者教育教材等も含めて説明をさせていただきます。今後の消費者教育の実践等に何らかのお役に立てれば幸いに存じます。

それでは資料に基づきまして、消費者庁における若年者に対する消費者教育の取り組み等についてご説明をさせていただきます。本日、ご説明をさせていただく内容の目次となっております。

初めに、成年年齢引き下げと若年者に多い消費者トラブルについてお話をいたします。皆様ご存じの通り、本年の4月1日より民法上の成年年齢が18歳に引き下

げられまして、自分の責任で契約を行うことができるようになります。一方で、引き下げにより未成年者取消権が使えなくなります。このことから、成人となった若年者を狙った悪質商法等による消費者トラブルの増加等も懸念されております。若年者への被害防止が重要となっております。

1. 成年年齢引き下げと若年者に多い消費者トラブルについて
2. 成年年齢引き下げと実践的な消費者教育
3. 「社会への扉」等の消費者教育教材の活用

2

若年者に多い消費者トラブルの例といたしましては、近年、定期購入に関する相談が増加しております。1回だけのつもりで購入を申し込んだものの、実は複数回の購入が条件だったなどの相談が多数寄せられております。これらの注意点といたしましては、注文する際、定期購入が条件となっていないか契約内容をしっかりと確認する必要があります。詐欺的な定期購入商法の問題等の対策のために、令和3年の6月に特定商取引法が改正されまして、同年の7月に施行されました。これにより、定期購入でないことと誤認させる表示等に対し、

事業者への直罰が課されたとともに、それによる消費者が定期購入の申し込みをした場合、申し込みの取り消しが認められることとなりました。これは、特定商取引法等の関連改正法の概要となっておりますので後程ご参照ください。

成年年齢下げと若年者に多い消費者トラブル

○ 2022年4月1日より、民法上の成年年齢が20歳から18歳に引き下げられ、18歳から自分の責任で契約を行うことができるようになる。
○ こうした中で、若者等を狙った悪質商法の被害防止が必要。

定期購入
健康食品、ダイエットサプリ等

美容医療
施術によるトラブル

もうけ話
情報商材、マルチ商法、特約商法等

(消費者の年齢) 18歳 20歳

民法の未成年者取消権

成年年齢の引き下げ

引下げで取消権がなくなる

事業者の行為の不当性の有無に関わらず取消しの対象となる

若者に多い消費者トラブル①：「定期購入」

「定期購入」に関する消費生活相談は増加傾向。商品では、健康食品と化粧品が多い。
詐欺的な定期購入商法の対策として、特定商取引法を改正。誤認させる表示によって定期購入の申込みをした場合、申込みの取消しを認める制度を創設。

契約内容をよく確認！定期購入トラブルに注意

動画投稿サイトで「美容無料定期送料のみ500円」と書かれた広告を見て、販売スタートを注文した。商品が届き、同時に送られてきた書類を確認すると、なんと自分の家が取り壊れようになっている定期購入だったことが分かった。支払い額は、数万円に達した。販売店は、対応が不手際な上、販売主なので支払えない。(消費者 高校生 女性)

ポイントアドバイス
購入前に必ず販売主の住所、電話番号、会社名を確認し、販売主の住所と電話番号を確認する。また、販売主の住所と電話番号を確認する。また、販売主の住所と電話番号を確認する。

(出典) 消費者庁「消費者白書」令和3年版 (出典) 国民生活センター「子どもサポート情報」第166号

消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律等の一部を改正する法律の概要

消費者の脆弱性につけ込み悪質商法に対する抜本的な対策強化。新たな日常における社会経済情勢等の変化への対応のため、特定商取引法・預託法等の改正による制度改正によって、消費者被害の防止・取引の公正を図る。

特定商取引法の主な改正内容

- 1 通販の「詐欺的な定期購入商法」対策**
 - 定期購入でないことを認識させる表示等に対する罰則
 - 上記の表示によって申込みをした場合に申込みの取消しを認める制度の創設
 - 通信販売の契約の解除の妨げに当たる行為の禁止
 - 上記の認識させる表示や解除の妨げ等を連絡消費者団体の禁止請求の対象とする
- 2 送り付け商法対策**
 - 売買契約に基づかないで送られた商品について、送り付け事業者が返還請求できない規定の整備等(現行では消費者が返還請求後返分等が可能な改正法は既に改正済み)
- 3 消費者利益の保護増進のための規定の整備**
 - 消費者からのクーリング・オフの通知について、電磁的方法(電子メールの送付等)で行うことを可能にする(預託法も同様)
 - 事業者が交付しなければならない契約書面について、消費者の承諾を得て、電磁的方法(電子メールの送付等)で行うことを可能にする(預託法も同様)
 - 外国旅行等に対する情報提供制度の創設(預託法も同様)
 - 行政処分の強化等

消費者裁判手続特例法の改正内容

被害回復裁判に資するために、特定連絡消費者団体に対し、特定商取引法及び預託法の行政処分に関して作成した書類の提供を可能にする

次に、美容医療に関する相談でございますが、10代から20代の割合が増加しております。美容医療のサービスは、費用が高額に及ぶことが多い上、安易に施術を受けたことによる身体上の被害等に至るケースもあります。これら契約や被害に関するトラブルの相談も多い分野となっております。施術前の簡単な割引等の勧誘ですとか、口コミ等に惑わされず、事前に金額や

事後の保証等を含めた契約内容等をしっかり確認して、十分納得した上で契約を結ぶ必要があります。

若者に多い消費者トラブル②：「美容医療」

美容医療サービスは、一度施術を受ける元に戻りにくく、費用が高額に及ぶといった特性があり、身体被害や契約等に関する相談やトラブルが多い。

美容医療サービスのトラブル

【事例1】10万円が全身脱毛のはずが、20万円に...
「10万円の全身脱毛」のSNS広告を見て、クリニックに出向いたところ「広告の施術は効果が高い。本業の費用を40万円にする」と勧められ、契約してしまった。後悔してクーリング・オフを申し出たが、応じてもらえない。(20代 女性)

【事例2】契約当日に手術を受けたが腫れが引かない。
「二重まぶたの手術が1日で可能。手術当日に化繊できる」というSNS広告を見て、カウンセリングを申し込んだ。カウンセリングから「50万円の手術は腫れない」「一緒に脂肪吸引もやるとよい」と勧められ、50万円の契約を結んだ。そのまま当日に手術を受けたところ、腫れが引かない。リスクの説明はなかった。(20代 女性)

トラブルに遭わないためのポイント

- その場で契約・施術をしない
- 広告にはNG表現があることを知っておく
- 価格に1万円以上の差がある場合は、必ず「お金がない」なら「契約しない」
- 2022年4月1日(18歳で成人)に一人でも契約できる年齢。複数して一方約にやめることはできません。契約は慎重にしましょう。

(出所) 国民生活センター「若者向け注意喚起シリーズ(No1)」美容医療サービスのトラブル

最近のトラブルのもう一つの事例といたしまして、情報商材等による儲け話に関するものがあります。情報商材とはいわゆるインターネット通販等で販売される副業、投資やギャンブル等で、必ず儲かる、大金を稼げるなどとする情報、マニュアル等を指します。これらの情報が入ったUSBメモリ等の購入を勧められるケースがそれに該当します。お金を支払って購入した結果、実際には入手した情報に大金を稼ぐための具体的なノウハウなどは記載されておらず、さらに高額な契約を勧誘するためのツールとなっているケースも見られます。また、友人を誘えばさらに必ず儲かるなどとするマルチ商法、連鎖販売取引に勧誘されるなどのトラブルの原因となるケースもあり、注意が必要となっております。情報商材の相談自体は、全体では減少傾向にありますけれども、今後若年層を中心としたトラブルが増加する可能性もありますので、引き続き注意喚起が必要と考えております。

若者に多い消費者トラブル③：「もうけ話」「情報商材」

「情報商材」に関する相談件数は約6,800件。20歳代での増加が顕著。
「情報商材」とは、インターネットの通信販売等で、副業、投資やギャンブル等で高額収入を受けるノウハウなどと称して販売されている情報、電子媒体、動画、メールマガジン、アプリケーション等。

誰でも簡単に稼げる!? ネットでのもうけ話に注意

ポイントアドバイス
SNSから、簡単に稼げるという広告を見た。1日簡単に10万円以上稼げるという内容で、個人情報を提供した。同様のサイトについで、別のサイトで同じような内容で、お金を支払った。費用を稼がないで、しかも、収入を得ることはできなかった。(消費者 高校生 女性)

ポイントアドバイス
購入前に必ず販売主の住所、電話番号、会社名を確認し、販売主の住所と電話番号を確認する。また、販売主の住所と電話番号を確認する。また、販売主の住所と電話番号を確認する。

(出所) 消費者庁「消費者白書」令和3年版 (出所) 国民生活センター「子どもサポート情報」第162号

こちらの資料は、最近の若年者の消費生活相談の状況について記載しております。18・19歳と20～24歳の相談内容でどのような商品・サービスの相談が多かったのかを示した表になります。18・19歳、未成年者で

はデジタルコンテンツの相談の他、美容と健康が多い状況となっております。反面、20歳を過ぎますと一人暮らしの関連ですとか、借金関連の相談が増えるという傾向がございます。

若年者の消費生活相談の状況

- ・若年者の相談では、女性のみならず男性でも「美容」が上位に。
- ・20歳代では、「フリーローン・サラ金」も上位に。

品目	2019年度		2020年度		
	18・19歳 (平均値)	20～24歳 (平均値)	18・19歳 (平均値)	20～24歳 (平均値)	
1 化粧品	889	デジタルコンテンツその他	731	デジタルコンテンツその他	823
2 健康食品	614	化粧品	546	健康食品	555
3 デジタルコンテンツその他	394	エステティックサービス	476	化粧品	427
4 化粧品-一般	199	美容アパレル・マニキュア	433	商品-一般	370
5 紳士・婦人洋服	159	健康食品	417	社会・生活サイト	364
6 高級化粧品	150	化粧品-一般	362	紳士・婦人洋服	314
7 状態サービス	150	社会・生活サイト	349	アダルト情報サイト	283
8 美容アパレル・マニキュア	144	内職・刺繍その他	300	美容アパレル・マニキュア	127
9 アダルト情報サイト	132	移動通信サービス	273	他の娯楽サービス	206
10 電気	126	フリーローン・サラ金	227	電気	206
11 美容アパレル・マニキュア	93	移動通信サービス	218	移動通信サービス	199
12 移動通信サービス	87	自動車	184	エステティックサービス	172
13 内職・刺繍その他	86	紳士・婦人洋服	174	内職・刺繍その他	166
14 移動自動車	84	美容師・資格教材	167	自動車運転免許	142
15 コンタクト	72	他の娯楽サービス	151	自動車	122
16 移動通信サービス	72	デジタルコンテンツその他	142	デジタルコンテンツ	118
17 オンラインゲーム	63	ブランド型投資商品	130	書籍・雑誌・新聞・行楽品	107
18 インターネット情報サイト	62	アダルト情報サイト	108	化粧品	98
19 相談その他	59	他の娯楽サービス	100	インターネット接続記録	89
20 旅行・運送機	52	健康サービス	91	アダルト投資商品	66

※ 緑色部分は、「18・19歳」(平均値)に比べて、「20～24歳」(平均値)で相談件数が2倍以上の商品・役務。
 ※ オレンジ色部分は、「18・19歳」(平均値)ではみられないものの、「20～24歳」(平均値)でみられる商品・役務。
 (出所)「後」(関係省庁)による資料「聞かれる! 18歳・19歳(かか)」「(後)の消費者トラブルに気を付けて!」2021年1月1日発表
 (注1)「18歳」(平均値)は、「18歳・19歳」の2名の相談件数の合計を2で割った値。「20～24歳」(平均値)は、「20歳から24歳」の5名の相談件数の合計を5で割った値。
 (注2)相談件数は、2021年2月までの01～NET登録分。

消費者庁では、4月からの成年年齢引き下げに関する取り組みの一環として、若年者に多いトラブル事例とアドバイスを掲載した啓発チラシ「18歳から大人」を作成して全国に配布する等しております。本チラシは、消費者庁WEBサイトからもダウンロードいただけますので是非ご活用ください。



続きまして、成年年齢引き下げに関する取り組みと実践的な消費者教育についてお話をいたします。これまで若年者に対する消費者教育の推進につきましては、消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁の関係省庁が連携して、「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」を2018年に策定して、以後3年間を集中強化期間として取り組んできました。このアクションプログラムでは、全ての都道府県の高校で実践的な消費者教育を身に付けるための「社会への扉」等の教材を活用した授業が実施されること、全都道府県に消費者教育コーディネーターが配置されることなどを掲げまして、関係省庁が連携して取り組んでまいりました。

○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

(平成30年2月20日 若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定)

関係省庁(消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁)が緊密に連携し、2018年度から2020年度までを集中強化期間として、実践的な消費者教育の実施を推進するため、以下の取組を推進

高等学校等における消費者教育の推進	大学等における消費者教育の推進
<ul style="list-style-type: none"> 学習指導要領の徹底 消費者教育教材の開発、手法の高度化 実践的な能力を身に付ける教材「社会への扉」を活用した授業の実施の推進等 実務経験者の学校教育現場での活用 消費者教育コーディネーターの育成・配置等による実務経験者の活用推進 教員の養成・研修 「若年者の消費者教育分科会」による検討と取りまとめを受けた消費者教育推進会議における審議を踏まえ、教員による消費者教育の指導力向上のための取組を推進 	<ul style="list-style-type: none"> 大学等と消費生活センターとの連携支援・出前講座の実施 大学における講義実施等を通じた正しい金融知識の普及
<p>2020年度までは、 ・全ての都道府県の全高校で「社会への扉」を活用した授業が実施されること ・全都道府県に消費者教育コーディネーターが配置されることを目指す</p> <ul style="list-style-type: none"> 教職課程における消費者教育の内容の充実 有機的に連携した継続的な体制の構築 現職教員に対する講習、研修における講座の開設数の増加及び内容の充実 外部人材等の活用及び育成 	
その他	全ての都道府県等において、消費者教育推進計画・消費者教育推進地域協議会の策定・設置を目指す等

このアクションプログラムの進捗状況の一つといたしましては、2020年度、令和2年度におきまして、全高等学校の86%において、「社会への扉」等を活用した授業等での実践的な消費者教育が実施されました。このうち、国公立が95%、私立は65%、特別支援学校では81%でした。政府では引き続き100%を目指して取り組みを推進してまいりたいと思います。

「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」の進捗状況等について

(集中強化期間:2018年度～2020年度)

1. 全国の高等学校等における「社会への扉」等を活用した授業の実施

○2020年度の高等学校等での活用実績

・高等学校等数でみた実績	2018年度 ⇒ 2019年度 ⇒ 2020年度	⇒	2018年度 ⇒ 2019年度 ⇒ 2020年度
38%(1/3程度)	67%(2/3程度)	⇒	95%
	うち、国公立 79%		うち、国公立 95%
	私立 43%		私立 65%
	特別支援学校 55%		特別支援学校 81%

・都道府県数でみた実績(詳細は別表参照)

2018年度 ⇒ 2019年度 ⇒ 2020年度	⇒	2018年度 ⇒ 2019年度 ⇒ 2020年度
1 ⇒ 1 ⇒ 2	⇒	6 ⇒ 28 ⇒ 45

域内の全高等学校等で実施 1 1 2
 域内の70%以上の高等学校等で実施 6 28 45
 ※アクションプログラムでの目標(全ての高等学校等で実施した都道府県数)
 2018年度:8都道府県 ⇒ 2019年度:25都道府県 ⇒ 2020年度:47都道府県

2. 消費者教育コーディネーターの育成・配置

○消費者教育コーディネーターの配置都道府県数

2017年4月:16 ⇒ 2018年4月:19 ⇒ 2019年4月:26 ⇒ 2020年4月:34
 ※アクションプログラムでの目標
 2018年度:17都道府県 ⇒ 2019年度:30都道府県 ⇒ 2020年度:47都道府県

令和3年度におきましては、成年年齢引き下げ前の最後の1年間ということもありまして、このアクションプログラムの取り組みを踏まえた上で、関係省庁が連携をいたしまして、成年年齢引き下げに伴う消費者教育全力キャンペーンを決定して、この1年間取り組んでまいりました。

令和3年度は、成年年齢引下げ施行に向けた最後の1年

「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーン

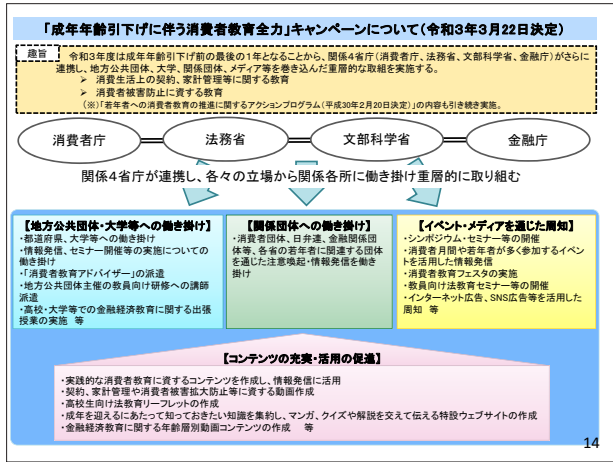
として関係省庁と連携しつつ、地方公共団体・大学等、関係団体、メディア等も巻き込んだ重層的取組を行う

- 消費生活上の契約、家計管理等に関する教育
- 消費者被害防止に資する教育

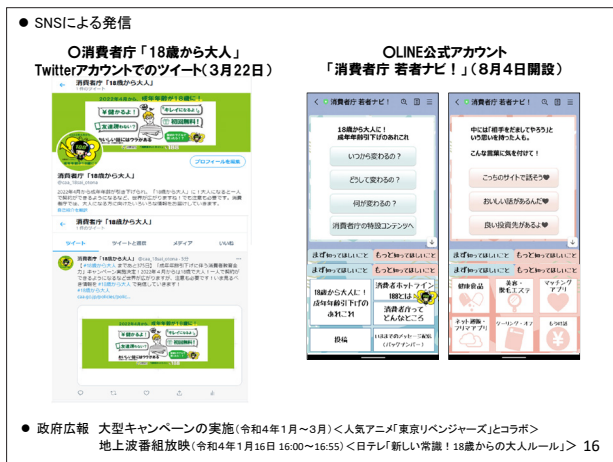
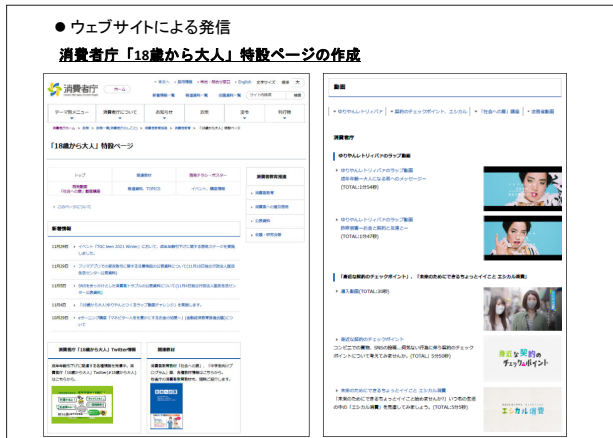
※平成30年のアクションプログラムの内容はキャンペーンに取り込んで実施。

令和3年4月～取組をスタート

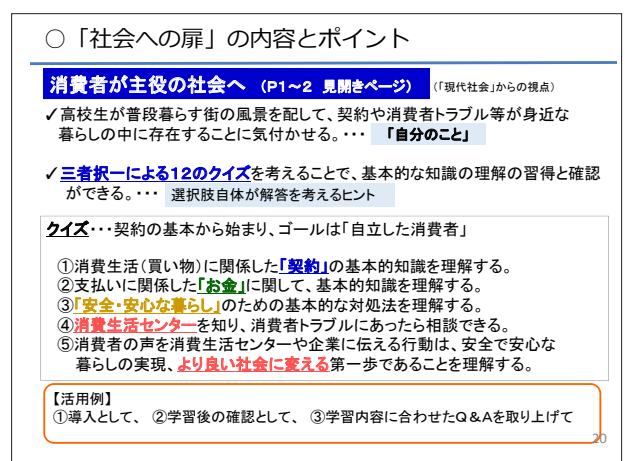
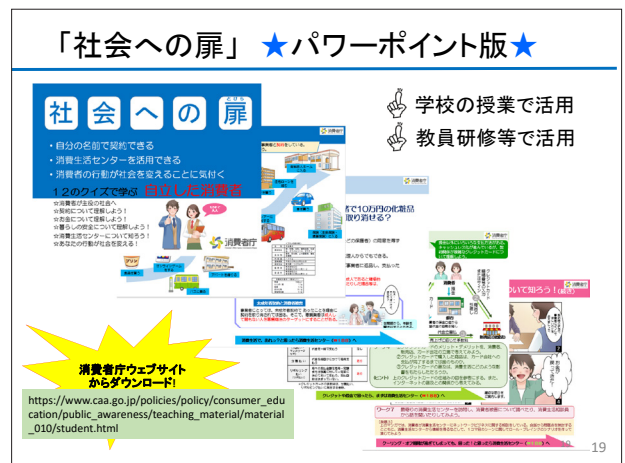
本全力キャンペーンでは、地方公共団体、大学等に働きかけですとか、関係団体を通じた働きかけですとか様々な重層的な取り組みを関係省庁が連携して取り組んでおります。



消費者庁では、この全力キャンペーンの取り組みの一環といたしまして、WEBサイト上に「18歳から大人」特設ページを開設しております。消費者トラブルの事例ですとか、その対策ポイントを扱った啓発資料など様々なコンテンツを掲載しておりますので、是非ご活用いただければ幸いです。また、消費者庁ではSNSによる情報発信も積極的に行っております。「18歳から大人」Twitterアカウント、公式LINEアカウントの「消費者庁 若者ナビ!」を掲載しておりますので是非ご覧ください。



続きまして、消費者庁が作成する消費者教育教材「社会への扉」について少しお話をいたします。ご存じの方もいらっしゃると思いますが、この「社会への扉」は12のクイズで契約の基本ですとか、契約に伴う責任などについて問いかね、その解説をする形式になっております。高等学校段階までの契約に関する基本的な考えや契約に伴う責任を理解するとともに、身近な契約等を通じて、社会において消費者として主体的に判断し、責任をもって行動できるよう、その能力を育むことも目的として作成しております。WEBサイト上にはパワーポイント版を掲載しております。また、この「社会への扉」を使いました活用事例集もWEBサイト上に掲載しております。実践事例も是非ご覧ください。



○消費者教育教材「社会への扉」の徳島県における活用事例集

https://www.caa.go.jp/future/project/project_003/icae_studies

消費者庁は、消費者行政新未来創造オフィスのプロジェクトとして、若年層への消費者教育の推進を図るため、平成29年度、徳島県内の全ての高等学校等56校で、「社会への扉」を配布し、同教材を活用した授業を実施しました。

本事例集は、授業経験が豊富な2校（全日制、定時制、特別支援学校、高等専門学校）について、各先生が試行錯誤や工夫の上、実施された授業例を広く全国に紹介することで、全国の高等学校等における実践的な消費者教育の取組の参考にしていただくことを目的として作成したものです。「社会への扉」の活用方法は、完全によって教え方が違いますが、それぞれの学校で異なり、多様多様であったこと。本事例集は活用方法の一例を示したものです。

各授業の内容を紹介（事例1～20）

- 各校での活用方法や授業の様子を紹介
- 「社会への扉」の活用箇所や活用タイミングを紹介
- 授業実施者、授業を受けた生徒のコメントを紹介

ワークシート（参考資料）

- 各授業で活用したワークシートを紹介
- 本事例集のほか、消費者のホームページ上でワード、エクセルなどのダウンロードできる形式で掲載
- 18種類のワークシートを紹介（P.1～39）

「社会への扉」の内訳に沿って活用事例を紹介（事例A～E）

- 「消費者が主役の社会へ（P.1～2）」の活用事例（事例A）
- 「契約について理解しよう！（P.3～6）」の活用事例（事例B）
- 「契約について理解しよう！（P.7～9）」の活用事例（事例C）
- 「消費生活センターについて知ろう！（P.10）」の活用事例（事例D）
- 「知たこと行動が社会を変える！（P.11）」の活用事例（事例E）

平成30年度 消費者教育教材「社会への扉」の徳島県における実践事例

消費者庁（消費者行政新未来創造オフィス）では、若年層への消費者教育の推進を図るため、平成29年度以降、徳島県内の全ての高等学校等56校に対して「社会への扉」を配布し、消費者教育を活用した授業の実施を依頼しました。本実践事例は、平成30年度に徳島県内の高等学校等で行われた13校の授業例の経緯を広く全国に紹介することで、全国の高等学校等における実践的な消費者教育の取組の参考としていただくことを目的として作成したものです。

本事例の内容

各事例の概要・目録

- 事例1 基礎知識：消費者教育の重要性を学ぶ
- 事例2 現代社会：社会が変化する中で多様なニーズに対応する
- 事例3 実践機会：実践的な学習機会を創出する

各事例に活用したワークシートを掲載

「社会への扉」動画講座 教師用第1回

「社会への扉」動画講座 教師用第1回

○消費者の権利、消費者の責務

21世紀に入り消費者政策は「保護」から「自立支援」へ転換
従来の消費者政策は事業者を規制することが中心の手法で、消費者は行政に「保護される者」と捉えられ、消費者保護政策が中心であった。

平成15年（2003年）国民生活審議会消費者政策部会から「21世紀消費者政策の在り方について」取りまとめ

平成16年（2004年）「消費者基本法」から「消費者基本法」へ改正
消費者基本法には以下の消費者の権利の内容が盛り込まれた。

消費者基本法 第2条（基本理念）
消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の消費生活における基本的な必要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び取引について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が確保され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切な迅速な救済が確保されることが消費者の権利であることとするとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。



また、教員向けの「社会への扉」等に関する動画も掲載しておりますので、是非ご覧いただければと思います。

先程からお話をしております全力キャンペーンについて、その取り組みの一環として消費者庁では今年度、高等学校、特別支援学校高等部、大学を対象に出前講座を実施しております。消費生活相談員等の専門家等から、若者に多いトラブルについての具体的な事例等交えたわかりやすい講座を実施しております。来年度も同様の講座を検討しておりますので是非ご利用ください。また、消費者庁では特別支援学校高等部向けの教材を作成いたしまして、WEBサイト上に掲載しております。中学生向けの消費者教育プログラムを作成

しWEBサイト上に掲載しておりますので、是非ご利用ください。

○「社会への扉」等を活用した消費者教育出前講座（講師派遣）／募集チラシ

～2022年4月（18歳から大人）～

消費者教育出前講座の講師を派遣します！

消費者庁が作成した若年層（若年者）向け消費者教育教材「社会への扉」を活用し、消費者トラブルの実態に精通した消費生活相談員等が、実践的な消費者教育講座を実施します。

派遣対象：私立高等学校、特別支援学校（高等部）、大学

開催費用：無料

講座時間：20分～1時間程度（応相談）

開催方法：①リアル講座
講師が会場へ赴き、対面方式で講座を実施します。
②オンライン講座
パソコンやタブレット端末等を使用し、講師が現場で講座を実施します。

お申し込み方法：
▶ 申込先：wakamonodema@zenso.or.jp
▶ FAX 03-5614-0743

※学校が授業や研修に応じて開催方法を柔軟に対応いたします。資費をご負担ください。
※「社会への扉」以外の消費者教育教材、学校等の状況に応じたトラブル事例のテーマについてご相談も承ります。併せてご確認ください。

「本件お問合せ先」
（TEL）03-5614-0743（FAX）03-5614-0743
〒103-0012 東京都千代田区千代田1-2-5
デジタルメディアセンター4階会議室103 TEL: 03-5614-0543

特別支援学校(高等部)向け消費者教育教材「社会への扉」を活用して！大切な契約とお金の話～

主に知的障害のある生徒を対象とする消費者教育教材です。身近な買物や契約の仕組みを学ぶ「基礎編」と、契約トラブルの具体的な事例から対処法等を学ぶ「実践編」で構成し、合計7つのテーマを収録。教材は、(1)スライド教材（基礎編・実践編）、(2)活用の手引、(3)ワークシート、(4)イラスト集から構成されています。

ポイント1 高校生のキャラクターと一緒に学ぶスタイルを採用
高校生のキャラクターであるショウとセイコが、トラブルにあって困ったり、失敗した場面を取り上げ、断り方や相談の仕方を具体的に学ぶよう工夫。

ポイント2 スライド教材は教員がカスタマイズ可能
スライド教材は編集可能な形で提供し、教員が生徒の実態等に合わせたスライド教材の順番やイラスト等を変更したり、組み合わせても可能。

ポイント3 教員向けに活用の手引、ワークシート等も制作
授業の参考になる情報を掲載した教員向けの手引や、ワークシート、スライドに使用したイラストを集めたイラスト集も制作。

テーマ	概要
① 買物・契約の基本	売買契約の仕組みや、契約には権利と共に義務が生じることなどを学ぶ。
② 商品の選び方	買物をする手順や、購入に応じて商品選択のポイントについて学ぶ。
③ いろいろな支払方法	現金、カード、スマホ決済を使った支払方法の特徴と注意点について学ぶ。
④ 上手なお金のやり取り	収入と支出のバランスや、お金のやり取りが大切なことについて学ぶ。
① ネットショッピング	ネットショッピングの特徴や、トラブル事例から利用上の注意点や対処法を学ぶ。
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や、トラブルに遭わないための注意点について学ぶ。
③ 契約トラブルの対策・対処法	身近な契約トラブル事例や、トラブルに遭わないための注意点について学ぶ。

教材の工夫・配慮の例 ～実践編テーマ③ 契約トラブルの対策・対処法 より～

＜社会への扉の場合＞

＜特別支援学校用教材の場合＞

4 契約をやめる クーリング・オフ

訪問販売

複数情報が一度に入ってくるので、目立って目立たない情報を少なくしている

契約した日から8日間クーリング・オフができる。

クーリング・オフができる期間

契約した日から8日間の場合

月	日	契約日	クーリング・オフ期間
10	1	10/1	10/1～10/8
10	2	10/2	10/2～10/9
10	3	10/3	10/3～10/10
10	4	10/4	10/4～10/11
10	5	10/5	10/5～10/12
10	6	10/6	10/6～10/13
10	7	10/7	10/7～10/14
10	8	10/8	10/8～10/15
10	9	10/9	10/9～10/16
10	10	10/10	10/10～10/17
10	11	10/11	10/11～10/18
10	12	10/12	10/12～10/19
10	13	10/13	10/13～10/20
10	14	10/14	10/14～10/21
10	15	10/15	10/15～10/22
10	16	10/16	10/16～10/23
10	17	10/17	10/17～10/24
10	18	10/18	10/18～10/25
10	19	10/19	10/19～10/26
10	20	10/20	10/20～10/27
10	21	10/21	10/21～10/28
10	22	10/22	10/22～10/29
10	23	10/23	10/23～10/30
10	24	10/24	10/24～10/31
10	25	10/25	10/25～11/1
10	26	10/26	10/26～11/2
10	27	10/27	10/27～11/3
10	28	10/28	10/28～11/4
10	29	10/29	10/29～11/5
10	30	10/30	10/30～11/6
10	31	10/31	10/31～11/7

○中学生向け消費者教育プログラム（新学習指導要領準拠版）令和3年3月作成

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/lover_the_age_of_adulthood/#m003

このプログラムは、実際に中学生が巻き込まれた買物トラブルや、インターネット上の事実とは異なる情報に関するトラブル事例をシチュエーションに、なぜそのようなトラブルが起こるのかを考え、話し合うことで、トラブルに遭わないためにはどうすればよいのか、生じた場合、自分事として考えることができるように構成しています。

目的の仕組みやその重要性を理解するために
プログラム①契約編「買物のトラブルはなぜ起こる」

情報をのみにしない、批判的思考力を養うために
プログラム②批判的思考力編「事実とは異なる情報に惑わされないために」

「指導者用解説書」には、学習指導要領に基づいた指導案、事例の詳しい説明の他、授業実践例を掲載。

「支援ツール」は、実際に中学生が巻き込まれたトラブル事例に基づく各種事例集、生徒用解説書、授業にそのまま活用できるパワーポイント等提供。学習プリント（Word版）ととし、部分使用及び適宜変更も可能。

学習プリント（各1枚）

「買物トラブル事例」(6事例)
「買物のトラブル事例」(6事例)

「事実とは異なる情報の事例」(3事例)

「生徒用解説書」
①契約編(14P) ②批判的思考力編(6P) ③7

また、消費者庁では「消費者教育ポータルサイト」というものを作成してWEBサイトに公表しております。様々な機関、地方公共団体が作成した教材等を掲載しておりますので、消費者教育の授業等を実践する際、ご活用いただければと思います。この資料以降は、参考基礎資料として、消費者教育の推進に関する法令や会議の概要を添付しておりますので後程ご参照ください。

○ 消費者教育ポータルサイト

消費者庁、関係府省、関係機関及び地方公共団体が作成した教材等を**消費者教育ポータルサイト**に掲載

消費者教育ポータルサイトとは
「消費者教育ポータルサイト」は、消費者教育に関する様々な情報を提供するサイトです。

学校社会の様々な場面で消費者教育を実施したいと考えている方や自学されている方が、教材、講座、取組の情報を検索したり、ダウンロードしたりすることができます。

検索 消費者教育に関する教材、講座、取組を検索したい方はこちらから

- 消費者教育の体系的イメージマップ
- ライフステージ（幼児期～高齢期）とジャンル（重点領域）の組み合わせから、幅広い教材、講座、取組を検索します
- コンテンツ一覧
- 教材の絞り込み検索
- 消費者教育の進捗・学習状況がわかる学習履歴
- 自分の立場（役職）など、学習の場（場）によって、検索の条件（どこまで）といった絞り込みをすることができ、検索、講座、取組を検索します

消費者教育ポータルサイトとは
消費者教育を担う講師、学校の教職員、専門家、地域住民と関わりのある者を主な利用者として置かれた消費者教育の教材・サービス等の情報検索サイト。国や地方公共団体、消費者団体、事業者団体等から情報が提供され、消費者教育等の教材登録数は1,687件（令和2年10月末現在）。

<参考資料>

消費者教育の推進に関する法律の概要（平成24年12月13日施行(平成24年8月22日公布)）

国	府と地方の責務と関係事項
国 消費者教育の推進に関する総合的な施策の実施、実施の調整	地方公共団体 消費者教育の推進に関する総合的な施策の実施、実施の調整
消費者教育 消費者教育の推進に関する法律の目的は、国民の消費生活の安定、向上に寄与することである。	消費者教育の推進 消費者教育の推進に関する法律の目的は、国民の消費生活の安定、向上に寄与することである。
消費者教育の推進 消費者教育の推進に関する法律の目的は、国民の消費生活の安定、向上に寄与することである。	消費者教育の推進 消費者教育の推進に関する法律の目的は、国民の消費生活の安定、向上に寄与することである。
消費者教育の推進 消費者教育の推進に関する法律の目的は、国民の消費生活の安定、向上に寄与することである。	消費者教育の推進 消費者教育の推進に関する法律の目的は、国民の消費生活の安定、向上に寄与することである。
消費者教育の推進 消費者教育の推進に関する法律の目的は、国民の消費生活の安定、向上に寄与することである。	消費者教育の推進 消費者教育の推進に関する法律の目的は、国民の消費生活の安定、向上に寄与することである。

○ 消費者教育推進会議のこれまでの取組

「消費者教育の推進に関する法律」平成24年8月22日成立、同12月13日施行

消費者庁に「消費者教育推進会議」設置 平成25年3月6日第1回会議

- 委員相互の情報交換、「基本方針」作成・変更に見応

「消費者教育の推進に関する基本方針」平成25年6月28日閣議決定

- 消費者教育推進会議における更なる議論
- 地方公共団体における消費者教育推進協議会の設置、消費者教育推進計画の策定等

「消費者教育推進会議取りまとめ」平成27年3月5日公表

- 消費者市民社会における消費者の具体的な行動例
- 多様な担い手による消費者教育の実践に向けた事例の提示
- 地域における多様な主体の連携・協働に向けた提案・事例の提示

「第二期消費者教育推進会議」平成27年7月～平成29年6月

- 「消費者教育の推進に関する基本方針」の見直しに向けた論点整理
- 社会情勢の変化に対応した課題

「第三期消費者教育推進会議」平成29年8月～令和元年7月

- 「消費者教育の推進に関する基本方針」の見直し
- 若年者の消費者教育分科会 教員の指導力向上のための方策について取りまとめ等
- 地域における消費者教育の充実に向けた連携に関する分科会 消費者教育コーディネーターの役割等について取りまとめ

「消費者教育の推進に関する基本方針」変更 平成30年3月20日閣議決定

- 社会情勢等の変化を踏まえた変更、「重点的」取り組み構築の課題を「当面の重点事項」として提示

「第四期消費者教育推進会議」令和元年10月～令和3年9月

- 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
- 社会のデジタル化に対応した消費者教育に関する分科会

○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）

概要 平成30年度～34年度の5年間で対象

基本方針＝消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条の規定に基づき、内閣府長官及び文部科学大臣が協同して作成、閣議で決定。

基本方針の目的＝国民が、安心して生活でき、生活の質を向上させること、及び消費者教育を推進することによる国民生活の安定、向上に寄与すること。

推進の重点事項

- 若年者の消費者教育
- 消費者の特性に応じた体系的な消費者教育の推進
- 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

国民生活の安定向上に寄与する施策は、非特選所

1 消費者教育の推進の責務

消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条の規定に基づき、内閣府長官及び文部科学大臣が協同して作成、閣議で決定。

2 消費者教育の推進の方向

消費者教育は、消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条の規定に基づき、内閣府長官及び文部科学大臣が協同して作成、閣議で決定。

3 消費者教育の推進の方向

消費者教育は、消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条の規定に基づき、内閣府長官及び文部科学大臣が協同して作成、閣議で決定。

4 消費者教育の推進の方向

消費者教育は、消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条の規定に基づき、内閣府長官及び文部科学大臣が協同して作成、閣議で決定。

5 消費者教育の推進の方向

消費者教育は、消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条の規定に基づき、内閣府長官及び文部科学大臣が協同して作成、閣議で決定。

6 消費者教育の推進の方向

消費者教育は、消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条の規定に基づき、内閣府長官及び文部科学大臣が協同して作成、閣議で決定。

7 消費者教育の推進の方向

消費者教育は、消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条の規定に基づき、内閣府長官及び文部科学大臣が協同して作成、閣議で決定。

8 消費者教育の推進の方向

消費者教育は、消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条の規定に基づき、内閣府長官及び文部科学大臣が協同して作成、閣議で決定。

9 消費者教育の推進の方向

消費者教育は、消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条の規定に基づき、内閣府長官及び文部科学大臣が協同して作成、閣議で決定。

10 消費者教育の推進の方向

消費者教育は、消費者教育の推進に関する法律（平成24年12月施行）第9条の規定に基づき、内閣府長官及び文部科学大臣が協同して作成、閣議で決定。

以上駆け足となってまいりましたが、消費者教育における若年者に対する消費者教育の取り組み等についてのご説明となります。本消費者教育フェスタにご出席いただきました皆様におかれましては、今後とも引き続き消費者教育の推進にご理解とご協力を賜りますようよろしくお願いいたします。ご清聴誠にありがとうございました。

188 イメージキャラクター「イヤヤン」

御清聴ありがとうございました。

消費者庁消費者教育推進課 課長補佐 荒井 寛

消費者庁