

2025年度 第2回 消費者教育推進委員会 説明資料

インターネットでの購入トラブルをテーマにした 中高生向けゲーミフィケーション型教材の開発

株式会社a.school

1. 事業の趣旨

中高生が直面しやすい「インターネットでの購入トラブル」をテーマに、**ゲーミフィケーション**を活用した新しい形の**消費者リテラシー**プログラムを開発・実証する。

ゲーム形式による疑似体験（追体験）と対話型ワークショップを組み合わせることで、**これまで関心を持ちにくかった層**にもリーチし、正しい判断力と予防意識を自然に育むことを目指す。

プログラムは1コマ完結型（50分）で構成し、教員が自ら実施できる形式とする。

<目的>

中高生が巻き込まれやすいインターネット購入トラブルの実態を追体験しながら、その構造的な仕組みや背景を理解し、トラブルの予防・回避、および被害時の適切な対応に必要な情報リテラシーを育む。

<ターゲット>

全国の中高生を対象とし、特に以下のような層へのリーチを意識する。

- ・社会問題への関心が薄い層
- ・学力・思考力の面で構造理解が難しい層
- ・トラブル被害のリスクが高い層

2. プログラムの構成

時間	パート名	内容
20～25分	ゲーム体験	自分自身が トラブルに巻き込まれた当事者 として、または架空の友人を助ける立場として、複数の選択肢から行動を選びながらストーリーを進めていく シミュレーション型ゲーム 。実際に起こった事例をもとにした3つのインターネット購入トラブルを題材とし、ゲームを通じて 判断の過程や対応の違いが結果にどう影響するかを体験的に学ぶ 。
15～20分	クイズ・解説	ゲームで登場した トラブルの背景にある 法律・制度・脳科学・SNSの特性などの 構造や要因 を、 クイズ やスライドを交えてわかりやすく解説する。実際のトラブル事例や被害データも紹介し、ゲーム体験を現実社会の出来事と結びつけながら理解を深める。全体的に 対話形式 で進行し、知識を習得するだけで終わらず、 「なぜ人は騙されるのか？」「騙そうとする側はどのように考えているのか？」 といった視点から考察を深めていく。
10分	振り返りワーク	ゲームとクイズでの学びをふまえて、 「もし自分が巻き込まれるとしたら、どんなトラブルだろうか？」「その時、どのように行動すればよいか？」 といった問いを立て、日常生活の中で起こりうる “自分ごと” として考えを深めていく。

3. プログラムで主に扱う、中高生の消費者トラブル

種類	手口	中高生の状況
フィッシング詐欺	宅配業者や銀行、ECサイトなど実在する企業を装ったSMSやメールが届き、「荷物の再配達はこちら」「アカウントの確認が必要」などの文言で偽サイトに誘導され、ID・パスワード・カード情報などを盗まれるケース。	スマホ での申し込みや決済が当たり前の中高生にとって、被害の入口は身近にあり、「本物そっくりのサイトを見抜けな い 」ことからトラブルに巻き込まれる事例が急増している。
美容サービスの高額請求	SNS広告 をきっかけに「無料カウンセリング」や「学生割引」といった言葉に惹かれて美容クリニックやエステを訪問。カウンセラーから「今契約すれば割引になる」「今日中に決めないと損」と強く勧誘され、脱毛・小顔矯正・二重整形などの高額契約をその場で結んでしまうケース。	外見への関心が高まり始める思春期の心理や、「安いと思ったら実は分割払いだった」という 誤解 から、中高生の間でも契約トラブルが社会問題化している。
フリマアプリでの取引相手とのトラブル	メルカリなどのフリマアプリで、【購入者】「商品が届かない」「偽物が届いた」【出品者】「代金が支払われない」「すり替えられた」といった、個人間取引（CtoC）特有のトラブルが後を絶たない。	スマホ 一つで誰でも売買できる便利さの一方で、「知らない相手との取引」「規約の 理解不足 」などが原因で、中高生でも詐欺やトラブルの加害・被害双方に関わるリスクがある。

その他、以下のような消費者トラブルについてもプログラム内で扱う

- ・友人の紹介をきっかけとした投資関連のマルチ商法
- ・ゲーム内アイテムやアカウントへの無自覚な大量課金
- ・ライブチケットの高額転売や、偽販売業者への入金被害 など

4. プログラムの制作状況

「ゲーム」パート



「クイズ・解説」パート

<クイズ>
「なりすましで送られてくるメール」の事例として
実際にあったなりすまし先は？



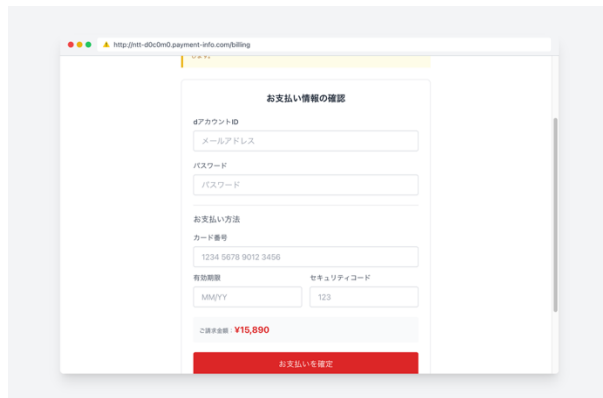
【A】日本郵便 【B】Apple 【C】NTTドコモ 【D】PayPay

「振り返り」パート

体験型消費者教育プログラム企画（仮）
振り返りワークシート

クラス 名前

自分が巻き込まれるとしたら どんなトラブル？	☐ フィッシング詐欺 ☐ 美容サービスの高額請求 ☐ フリマアプリでのトラブル	☐ ゲームへの高額課金 ☐ 配信者への投げ銭 ☐ SNSでの取引トラブル
なぜそのトラブルに 巻き込まれそう？		
巻き込まれないために どうする？ もし巻き込まれて しまったらどうする？		



パターン① | フィッシング詐欺

どんな心理が狙われている？

権威性・信頼性への盲信 携帯会社からのメールだ。これは大事そうだな。
緊急性への焦燥感 スマホが止まってしまうかも！？急がないと！

最新の手法は？

様々な業者へのなりすまし
通販会社や携帯電話会社、
宅配業者、カード会社など。
さらには銀行、役所なども。

SNSへの進出
メールやSMSへの連絡だけでなく、
SNSのアカウントへのDMや
タイムライン上の広告にも。

5. 消費者教育センターへのヒアリング結果共有 (1/2)

【1. 中高生を取り巻く消費者トラブルの現状】

トラブルの内容	現代の中高生が直面するトラブルは、「①ゲーム課金」と「②ネット購入」が2大潮流で、実際に相談件数も多い。
トラブルの背景	共通して「金融リテラシー（お金の教育）」と「情報リテラシー」の欠如がある。
トラブルの相談者	トラブルの当事者は中高生だが、実際にセンターへ連絡するのは「中高生本人」「親」の両方がある。
相談のタイミング	ほとんどが請求書が届くなど「トラブル発生後」。被害回復が困難になるケースも多い。

【2. トラブル発生メカニズムと背景】

要因①：心理と経験の未熟さ	
買い物経験の不足	現実世界での買い物や「小さな失敗」の経験が少ないため、ネット上の取引のリスクを想像できない。
広告リテラシーの低さ	ターゲティング広告の仕組みを理解せず、「自分にぴったりの広告だ」と無防備に信頼してしまう。自分に都合よく広告を解釈し、「月500円ならお小遣いの範囲」などと安易に判断してしまう。
契約認識の欠如	タップ一つで契約が成立する認識がない。規約にしっかりと目を通さないことも多い。
要因②：事業者の巧妙な手口	
後出しパターン	契約期間の縛りがない「お試しAコース」として申込みを進めると、確認画面で「お得なBコース」が提示され、変更して申し込んだ結果、実はBコースには契約期間の縛りがあるといったケース。
証拠を残させない	トラブルの元となる有利誤認表示が、最初の広告画面ではなく、後からポップアップ等で表示されるため、後で検証しようにも「どの画面を見て申し込んだか」が本人も分からないといったケース。
責任転嫁の仕組み	「未成年者ですか？」というチェックボタンを設置し、子どもが正直に答えずに進んだ場合、「年齢詐称」を理由に事業者側が取消しを拒む口実を与えているケース。

5. 消費者教育センターへのヒアリング結果共有 (2/2)

【3. 救済の厳しい現実：「未成年者契約の取消し」は万能ではない】

法律で定められた権利も、現実には簡単に行使できない壁がある。

ゲーム課金の場合	・事業者側は「親が子どものせいにして取消しを求めているのでは」と疑い、本当に子どもがやったことの証明を求められる。 ・仮に取消しが認められても「1回きり」という厳しい対応が多い。
ネット購入の場合	・前述の「年齢詐称」を理由に拒否されることがある。 ・クレジットカード払いの場合、カード会社から「親の管理責任」を問われ、取消しが困難になることがある。

【4. 教育で伝えるべきこと：センターからの提言】

【習慣化】 証拠保存を 日常のクセに	・契約時の入力画面や最終確認画面は、必ずスクリーンショットを撮って残しておく。後からトラブルになった時、「どの画面を見て契約したか」を証明できる記録になる。 ・確認メールは必ず保存しておく。支払い内容や契約条件を確認する際の証拠となる。 ・商品が届く・サービスが完了するまでは、レシートやプリペイドカードを保管しておく。自分なりに「どこに、どれくらいの期間、どうやって保管するか」というルールを決めておくことは有効。
【経験値】 小さな失敗体験 を積む	・幼い頃から、笑って済ませられる程度の失敗（例：すぐ壊れるおもちゃを買って悔しがる）を経験することが、将来の大きなトラブルを防ぐ“学びのワクチン”となる。 ・クレジットカードや電子マネーのような“見えないお金”に進む前に、現金でのやり取りを通じてお金の価値を実感的に学ぶことが大切。
【行動】 支払う前に 相談する	・保護者のクレジットカードを使って購入する場合は、必ずその都度、本人（保護者）に確認を取ること。家族のカードを「一度許可されたから」といって繰り返し使うのは誤解やトラブルのもとになる。 ・一度支払うと、特に匿名性の高い支払い方法（例：電子ギフト券など）では返金が極めて難しい。少しでも「おかしいかも」と感じた時には、お金を払う前に周囲の大人に相談する勇気を持つことが大切。

6. 監修者の紹介



秋田大学教育文化学部
学校教育課程 教育実践コース 准教授
堀江 さおり氏

主な研究領域：家庭科教育

- ・ 家政学、生活科学
- ・ 教科教育学、初等中等教育学

【企画書に対する初期フィードバック】

- ・ ゲームを活用して生徒の意欲を喚起できる点は有効である一方、「楽しかった」で終わり、知識や考え方が定着しない状況は避ける必要がある。そのため、**体験と学びのバランス設計**が重要。
- ・ 問題の構造や対策を解説するだけでなく、クイズ・ゲーム後に「なぜ騙されるのか」「騙す側はどう考えるのか」を**問いかけ、対話を通して考えを深める形式**とすることが、理解の定着に有効。
- ・ 消費者トラブルは**羞恥心や不安から友人・家族にも相談しづらい**傾向があり、それが問題の深刻化につながっている。**この構造そのものを教材内で実感させる**ことが重要。
- ・ 法改正や社会変化によって陳腐化しやすい教材が多いため、内容を**汎用的に設計し、更新しやすい構造にする**ことが望ましい。
- ・ 家庭科教員が十分な知識を持たないケースもあるため、**教員自身が学びながら指導できる教材構成**とすることも必要。

7. 今後のスケジュール

	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1.全体推進	全体構成の作成							成果報告書の作成	
2.教材開発		シナリオ設計	スライド・ワークシート設計 教員向け運営ガイド作成					改善・ 最終調整	
3.ゲーム開発			ゲーム開発						
4.プログラム 実証			実証校の調整			学校現場での実証 授業の実施			
5.効果測定			効果測定法の設計				生徒・教員アンケート集計・分析		

※斜線は完了済

※黄色は取組中