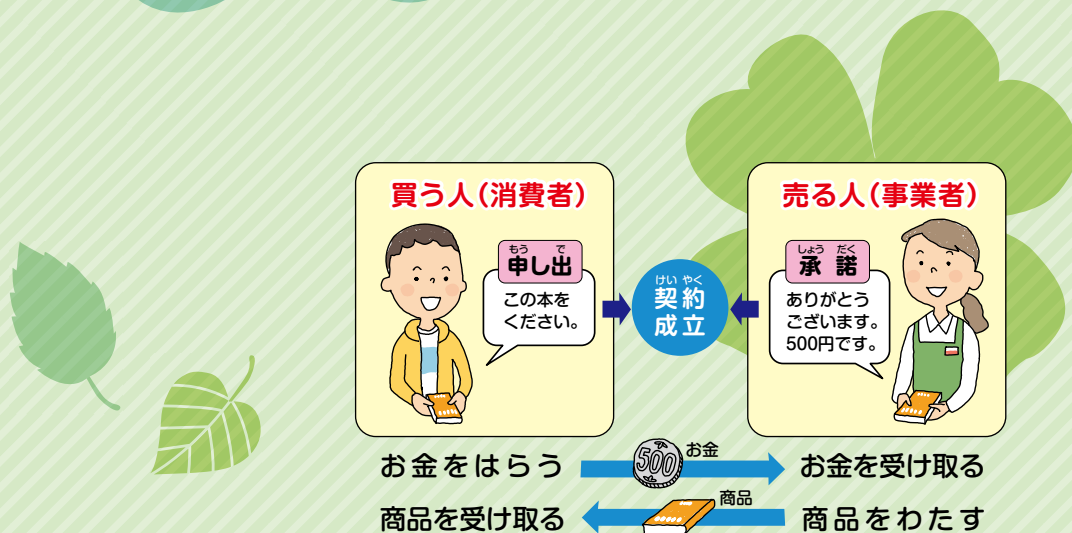


小学校・中学校における消費者教育

～成年年齢引き下げを見据えた指導のために～



文部科学省生涯学習政策局「平成30年度 連携・協働による消費者教育推進事業」
消費者教育推進のための実証的共同研究

事業推進担当者 山梨大学大学院総合研究部教育学域 神山 久美

2019年 2月

目 次

はじめに	1
1. 平成 29 年告示学習指導要領 C 内容「消費生活・環境」について	2
(1) 小学校「家庭」 *小学校	
(2) 中学校「技術・家庭（家庭分野）」 *中学校	
2. 売買契約の基礎	4
(1) わたしたちは消費者 *小学校 中学校（小学校の復習）	
(2) 契約とは *小学校 中学校（小学校の復習）	
(3) 契約の成立 *小学校 中学校（小学校の復習）	
3. 契約について考えよう *小学校 中学校（小学校の復習）	5
4. 多様な支払い方法	6
(1) キャッシュレス化の進行 *小学校 中学校	
(2) 支払い方法の種類と特徴 *小学校 中学校	
(3) プリペイド型電子マネー *小学校 中学校	
(4) クレジットカードと信用 *中学校	
(5) クレジットカードの仕組み（三者間契約） *中学校	
(6) クレジットカードの支払い方法 *中学校	
(7) クレジットカードの利用について *中学校	
(8) 計画的な金銭管理 *小学校 中学校	
5. 契約に関するロールプレイング	12
シナリオ 1 本屋で買い物（二者間契約） *小学校 中学校（小学校の復習）	
シナリオ 2 ネットショッピングでスニーカーを買う（三者間契約） *中学校	
6. 消費者被害の背景と対応	16
(1) 消費者と事業者の格差（消費者被害の背景） *中学校	
(2) 契約をやめられるとき *中学校	
(3) 国や地方自治体の消費者行政機関 *小学校 中学校	
7. 消費者の権利と責任（役割）	20
(1) 消費者の 8 つの権利と 5 つの責任 *小学校 中学校	
(2) 消費者の行動が社会を変える *小学校 中学校	
8. 消費者教育の教材研究のために *小学校 中学校	25
9. 授業展開例	26
(1) 小学校 買物の仕組み（売買契約） *小学校 中学校（小学校の復習）	
(2) 中学校 金銭の管理と購入 *中学校	
10. 活動等の紹介	30
(1) 山梨県県民生活センター	
(2) 甲府市消費生活センター	
(3) 山梨県金融広報委員会	
(4) 特定非営利活動法人やまなし消費者支援ネット	

はじめに

本冊子は、「平成 30 年度『連携・協働による消費者教育推進事業』における消費者教育推進のための実証的共同研究」として、文部科学省生涯学習政策局に採択された事業名「若年者を対象とした消費者教育教材及び授業モデルの地域連携による開発～成年年齢引き下げを踏まえて～」による成果物です。

小学校「家庭」、中学校「技術・家庭（家庭分野）」の平成 29 年告示の学習指導要領「C 消費生活・環境」について、特に、成年年齢引き下げを見据えた新設内容に関する指導者向け（小学校・中学校等教師、消費生活センター出前講師など）の消費者教育教材となります。

事業推進担当者を神山久美（山梨大学）として、山梨県内の消費者教育に関わる以下の構成員が連携・協働して事業を実施しました。

氏名	所属・役職等
神山 久美	山梨大学大学院総合研究部教育学域 准教授
櫻井 順矢	山梨県教育庁義務教育課教育指導担当 指導主事
砂田 英司	山梨県県民生活部消費生活安全課 課長
川口 祐子	山梨県県民生活センター相談・啓発スタッフ 主幹 (山梨県消費者教育コーディネーター)
向山 秀樹	甲府市市民部市民協働室 室長
相川 都代美	甲府市消費生活センター 消費生活相談員
大森 忠明	山梨県金融広報委員会 事務局長
花輪 仁士	特定非営利活動法人やまなし消費者支援ネット 理事長
池田 理恵子	山梨大学教育学部附属小学校 家庭科担当教諭
山本 裕子	山梨大学教育学部附属中学校 技術・家庭(家庭分野)担当教諭

また、山梨県総合教育センター指導主事の榛原砂穂理先生には、家庭科教育の内容に関してご助言をいただきまして、誠に感謝しております。

この教材は、各項目について、児童・生徒向けの問いやイラストを示しながら、指導者の授業での説明のポイント及び参考資料などを掲載しています。消費者教育に携わる多くの方々にご利用いただき、地域における消費者教育の推進に少しでも役立つことができれば幸いです。

2019 年 2 月
事業推進担当者 神山久美

本冊子は、山梨県内の小学校・中学校に 2019 年 2 月に配布しました。

以下の web サイトから、本文 PDF、ワークシート、ロールプレイングのシナリオ、イラストなどがダウンロードできます。

山梨県公式ホームページ→「暮らし・防災」タブ→「消費生活」→「消費者教育」→「『学校向け教材』をご利用ください」

<http://www.pref.yamanashi.jp/kenminskt-c/gakkoukyouzai.html>

※教材のダウンロードに関するお問い合わせ先：山梨県県民生活センター

住所：〒400-0035 甲府市飯田 1 - 1 - 20 JA 会館 5 階 TEL：055 (223) 1571

1 平成29年告示 学習指導要領 C 内容「消費生活・環境」について

本冊子内容に関して、学習指導要領解説のポイントを記述し、本冊子の参照ページを示したものです。

(1) 小学校学習指導要領(平成29年告示) 家庭

C 消費生活・環境

次の(1)及び(2)の項目について、課題をもって、**持続可能な社会の構築**に向けて身近な消費生活と環境を考え、工夫する活動を通して、次の事項を身に付けることができるよう指導する。

- (1) 物や金銭の使い方と買物
 - ア 次のような知識及び技能を身に付けること。
 - (ア) **買物の仕組みや消費者の役割**が分かり、**物や金銭の大切さ**と計画的な使い方について理解すること。
 - (イ) 身近な物の選び方、買い方を理解し、購入するために必要な情報の収集・整理が適切にできること。
 - イ** 購入に必要な情報を活用し、身近な物の選び方、買い方を考え、工夫すること。
- (2) 環境に配慮した生活
 - ア 自分の生活と身近な環境との関わりや環境に配慮した物の使い方などについて理解すること。
 - イ 環境に配慮した生活について物の使い方などを考え、工夫すること。

指導事項のアは、消費生活・環境に配慮した生活に関する「知識及び技能」について示し、指導事項のイは、「思考力、判断力、表現力等」について示したものであり、アで身に付けた「知識及び技能」を日常生活で活用し、持続可能な社会の構築の視点から物の選び方、買い方を考え、工夫することができるようにします。指導に当たっては、身近な物を実際に購入する場面を想定し、日常生活で実践できるように配慮します。(12-13 頁参照)

消費生活・環境に関する内容においては、「持続可能な社会の構築」の視点から物事を捉えさせて、自立した消費者を育成していくことが大切です。

本冊子掲載の消費者教育推進法による消費者市民社会の定義や、エシカル消費などの内容が参考になります。(20-24 頁参照)

新設内容です。

「買物の仕組み」では、主に現金による店頭での買い物を扱い、日常行っている買い物が売買契約であることを理解できるようにします。**売買契約の基礎**としては、消費者の申し出と売る人の承諾によって売買契約が成立すること、買う人はお金を払い、売る人は商品を渡す義務があること、買った人の一方的な理由で商品を返却できないことなどを扱います。(4-5 頁参照)

「消費者の役割」では、消費者であることの自覚をもたせ、買う前に本当に必要かどうかをよく考えることや、買った後に十分に活用して最後まで使い切ることを理解できるようにすること、自分や家族の消費生活が環境などに与える影響についても考えることなど、適切な消費行動をとる必要があることに気付かせるようにします。(20-24 頁参照)

買い物で困ったことが起きた場合には、保護者と共に消費生活センターなどの相談機関を利用することにも触れます。(16-19 頁参照)

中学校の「売買契約の仕組み」、「消費者の基本的な権利と責任」、「消費者被害の背景とその対応」の基礎となる学習になります。

家庭で扱う金銭(家庭の収入)は、家族が働くことによって得られた限りあるものであり、有効に使うことの重要性を理解できるようにします。プリペイドカードなどは、金銭同様に大切に扱う必要があることを理解できるようにします。(6-7 頁参照)

<注>

※赤枠内が学習指導要領の本文です。本冊子内容に関するところの学習指導要領解説のポイントと、参照頁を示しています。

※児童によって家庭生活の状況が異なることから、各家庭や児童のプライバシーを尊重し十分配慮しながら取り扱うようにします。

(2) 中学校学習指導要領(平成29年告示) 技術・家庭(家庭分野)

C 消費生活・環境

次の(1)から(3)までの項目について、課題をもって、**持続可能な社会の構築**に向けて考え、工夫する活動を通して、次の事項を身に付けることができるよう指導する。

(1) 金銭の管理と購入

- ア 次のような知識及び技能を身に付けること。
- (ア) **購入方法や支払い方法の特徴**が分かり、計画的な金銭管理の必要性について理解すること。
- (イ) **売買契約の仕組み、消費者被害の背景とその対応**について理解し、物資・サービスの選択に必要な情報の収集・整理が適切にできること。
 - イ 物資・サービスの選択に必要な情報を活用して購入について考え、工夫すること。

(2) 消費者の権利と責任

- ア 消費者の基本的な権利と責任、自分や家族の消費生活が環境や社会に及ぼす影響について理解すること。
- イ 身近な消費生活について、自立した消費者としての責任ある消費行動を考え、工夫すること。

(3) 消費生活・環境についての課題と実践

- ア 自分や家族の消費生活の中から問題を見いだして課題を設定し、その解決に向けて環境に配慮した消費生活を考え、計画を立てて実践できること。

持続可能な社会の構築に向けて、消費者教育推進法の定義に基づく消費者市民社会の担い手として、自覚をもって環境に配慮したライフスタイルの確立の基礎を培うことを意図しています。

本冊子掲載の消費者教育推進法による消費者市民社会の定義や、エシカル消費などの内容が参考になります。(20-24 頁参照)

キャッシュレス化の進行に伴い、「金銭の管理」に関する内容が新設となります。金銭の管理と購入について、課題をもって、計画的な金銭管理の必要性について理解し、購入方法や支払い方法の特徴、売買契約の仕組み、消費者被害の背景とその対応及び物資・サービスの選択に関する基礎的・基本的な知識及び技能を身に付け、物資・サービスの選択に必要な情報を活用して購入について工夫できるようにします。(6-19 頁参照)

購入方法の特徴については、インターネットを介した無店舗販売を取り上げ、利点と問題点について理解できるようにします。(13-15 頁参照)

支払い方法の特徴については、支払い時期(前払い、即時払い、後払い)の違いによる特徴が分かるようにするとともに、**クレジットカードによる三者間契約**(新設内容)を取り上げ、二者間契約と比較しながら利点と問題点について理解できるようにします。(6-11 頁参照)

売買契約について、未成年、成年の法律上の責任の違いにも触れます。売買契約については、両者が対等な立場で契約に臨むことが公正な取引の前提であり、消費者の意思が尊重されなければならないことに触れます。また、消費者にとって熟慮する時間が短かったり、必要な情報が与えられなかったりする場合に、消費者被害に結び付きやすいことに気付かせるようにします。(16-19 頁参照)

消費者被害の背景については、消費者被害が消費者と事業者(生産者、販売者等)の間にある情報量などの格差によって発生することを理解できるようにします。(16 頁参照)

消費者被害への対応については、消費者と事業者が対等な立場で結んだ公正な売買契約であるかどうかを判断する必要性について理解できるようにします。また、誤った使い方などによる被害を防ぐためには、消費者が説明書や表示、契約内容を確認することが重要であることに気付かせるようにします。(16-19 頁参照)

さらに、消費者支援の具体例として、地域の消費生活センターなどの各種相談機関やクーリング・オフ制度を取り上げ、消費者を支援する仕組みがあるのは、消費生活に係わる被害を未然に防いだり、問題が発生した場合に適切に対応して被害を拡大させないようにしたりするためであることを理解できるようにします。その際、通信販売にはクーリング・オフ制度が適用されないことにも触れるようにします。(13-19 頁参照)

被害にあった場合の対応については、保護者など身近な大人に相談する必要があることに気付かせるようにし、地域の相談機関の連絡先や場所などの具体的な情報についても触れるようにします。(19、30-33 頁参照)

<注>

※赤枠内が学習指導要領の本文です。本冊子内容に関するところの学習指導要領解説のポイントと、参照頁を示しています。

※生徒によって家庭生活の状況が異なることから、各家庭や生徒のプライバシーに十分配慮しながら取り扱うようにします。

2

売買契約の基礎

1 わたしたちは消費者

<消費者の行動の例>



店で野菜を買う



外食をする



バスや電車に乗る



自動販売機で飲み物を買う



クリーニングに洋服を出す



インターネットで買い物をする

消費者とは、お金を払って商品やサービスを買って生活をしている人のことです。子どもから大人まで私たちはみんなが消費者であり、消費者として社会に参加しています。

2 契約とは

買い物などの消費者の行動は、実は、契約をしていることになります。契約とは、**法律上の約束**のことです。私たち消費者は、毎日の生活の中でさまざまな契約をしています。

Q <契約クイズ> 契約だと思うものに○をつけましょう。



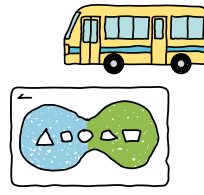
①パン屋でパンを買う。



②電話でピザを注文する。



③レンタルショップでCDを借りる。



④電子マネー(ICカード)でバスや電車に乗る。



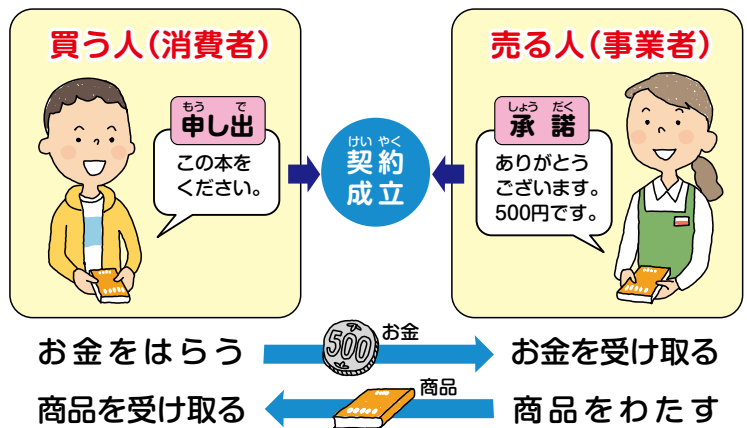
⑤放課後、友達と遊ぶ約束をする。

※説明のポイント:①～④は契約、⑤は単なる約束(法的な拘束力がない)

3 契約の成立

契約は、買う人(消費者)の申し出と売る人(事業者)の承諾という、お互いの合意で成立します。両者が合意すれば、口頭(口約束)で契約は成立します(つまり、言葉の約束だけで契約は成立)。契約が成立すると、法的な義務(消費者は「代金を払う義務」、事業者は「商品を渡す義務」と権利(消費者は「商品を受け取る権利」、事業者は「代金を受け取る権利」)が発生します。

商品を受け取った後は、法律上の責任が伴うため、消費者の一方的な都合で、商品を返却する(契約を取り消す)ことは原則的にできません(クーリング・オフ制度などの例外については、16-19頁参照)。契約はよく考えて行いましょう。



参考資料 契約書について

契約は口頭で成立しますが、口頭の契約では、勘違いや忘れることも起こります。重要な契約では、合意した契約内容を確認し、また証拠として残しておくために、契約書を取り交わすのが普通です(例えば、携帯・スマホの契約、レンタルショップやクレジットカードの会員規約、アパートなどの賃貸契約など)。

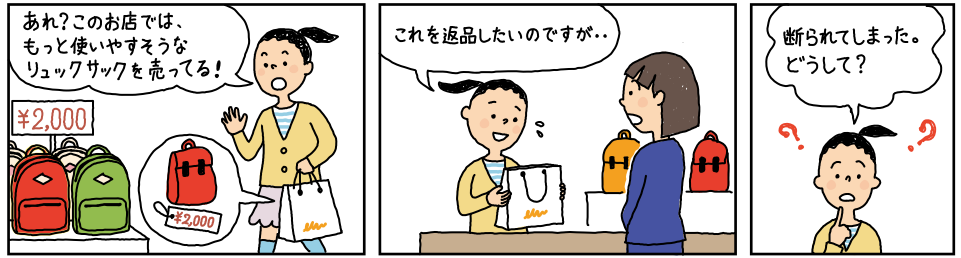
成年になると、契約は一人で行えるようになります(未成年者は親などの法定代理人の同意が必要)。契約成立後のトラブルを防ぐために、事業者と契約書を取り交わすときには、消費者は契約書の内容をよく読んで理解してから、押印・サインをする必要があります。

3

契約について考えよう (小学生向けワークシート)

※3コマ漫画が入っているワークシートはダウンロードできます(1頁参照)。

リュックサックを買った後に、他の店で、もっと使いやすいようなものと同じ価格で売っているのを見つけました。そこで、返品して買い直そうと思いました。



問 1 お店に、返品を断られた理由を考えよう。
(解答例: 契約が成立しているのに、消費者の一方的な都合で返品する(契約をやめる)ことはできない。)

問 2 買い物での失敗例を思い出してみよう。

- 買ったものでお金が足りなくなった。
- 買った後、同じようなものを持っていることに気が付いた。
- 通信販売で洋服を買ったら、サイズが合わなかった

※なぜ買い物で失敗をしたのか、理由を考えてみよう。

(解答例: 自分のサイズを確認せずに、洋服を買ったから失敗した。)

問 3 買い物をするとき、消費者として気をつけることを挙げてみよう。

- 本当に必要? (同じようなものを持っていないか?)
- 商品の質は?
- 商品の安全性は?
- 持っているお金で買うことができる価格?
- 商品に見合った価格?
- お店は信用できる?(インターネットの店は特に注意が必要)
- 環境に配慮した商品?
- 通信販売の場合、「返品可能」な店か確認した?(※通信販売の「返品特約」については15頁参照)

※キャッチコピーにつられて、すぐには買わないようにしましょう。



問 4 物や金銭を計画的に使うにはどうすればよいか考えてみよう。
(解答例: 不要なものを買わない。使える物を捨てない。物やお金を大切に使う。)

買い物をすることは契約をすることです。契約成立後、一方の都合だけで勝手にやめることは原則としてできません(デパートなどでは返品に応じてくれることもあります、それはサービスとして行っているものです)。

買った物が不良品であったなどの場合には、返品や交換などについて店と相談することになりますが、この店で購入したという証拠となるレシート(領収書)が必要となります。レシートはすぐ捨てないようにしましょう。

安いからといって衝動買いせず、よく考えてから買しましょう。少し高額の商品を購入する場合には、機能や品質、価格、安全性などの違いについての情報を集めて比較する、保護者とよく相談して決めるなどが必要です。買い物袋を持参したり、不要な包装を断ったりするなど、環境に配慮する行動を日常生活で実践していくことも、消費者の役割として大切です。

参考資料 平成29年告示の学習指導要領における「C 消費生活・環境」の指導について

今回の学習指導要領改訂では、家庭科に関する小・中・高等学校の内容の系統性が明確化されました。「C 消費生活・環境」では、特に、成年年齢引き下げを見据えた内容が新設となります。小学校では、主に現金での店頭での買い物(二者間契約)を扱い、これは中学校の「売買契約の仕組み」、「消費者の基本的な権利と責任」、「消費者被害の背景やその対応」の基礎となります。中学校では、「金銭の管理」に関する内容が新設となり、クレジットカードによる三者間契約を扱います。キャッシュレス化の進行に伴い、中学生の消費生活でも家族が使用するクレジットカードによる支払いが身近なものになっています。金銭の流れを把握し、多様な支払い方法に応じた計画的な金銭の管理が必要であることを理解できるようにします。高等学校では、「生涯の生活設計」を科目の導入として扱い、AからC内容と関連付けて、生活課題に対応した意思決定の重要性の理解や生活設計の工夫ができることを目指します。

下表は、小学校、中学校における「C 消費生活・環境」の内容の系統性となります。 ※赤は新設内容

	小学校	中学校
金銭の管理	(1)物や金銭の使い方と買物 ア(ア)物や金銭の大切さ、計画的な使い方	(1)金銭の管理と購入 ア(ア)計画的な金銭管理 ・キャッシュレス社会における見えない支出・生活に必要な物資 ・サービス・収支バランスを図るための優先順位を考慮した調整
物資・サービスの選択と購入	(1)物や金銭の使い方と買物 ア(イ)身近な物の選び方、買い方	(1)金銭の管理と購入 ア(ア)購入方法や支払い方法の特徴 ・インターネットを介した通信販売等の無店舗販売 ・クレジットカードの三者間契約
	ア(イ)購入に必要な情報の収集・整理	(1)金銭の管理と購入 ア(イ)物資・サービスの選択に必要な情報の収集・整理
売買契約と消費者被害	(1)物や金銭の使い方と買物 ア(ア)買物の仕組み・売買契約の基礎 ・買い物で困ったことが起きた場合には、大人に相談すること ・保護者と共に相談機関を利用すること	(1)金銭の管理と購入 ア(イ)売買契約の仕組み・契約が成立するための要件 ア(イ)消費者被害 ・消費者被害の背景と傾向・消費者被害の回避と対応
	(1)物や金銭の使い方と買物 ア(ア)消費者の役割 ・本当に必要かどうか検討すること・十分活用して最後まで使い切ること・消費生活が環境などに与える影響について考えること	(2)消費者の権利と責任 ア消費者の基本的な権利と責任
環境に配慮したライフスタイル	(2)環境に配慮した生活 ア身近な環境との関わり、物の使い方	(2)消費者の権利と責任 ア消費生活が環境や社会に及ぼす影響

4 多様な支払い方法

1 キャッシュレス化の進行

キャッシュレス化の進行に伴って、多様化した購入方法や支払い方法の特徴を児童・生徒に理解させることが必要になっています。小学生でも電子マネーを使用して電車やバスに乗り（交通系プリペイド型電子マネー）、同じカードを使ってコンビニなどで買い物をしています（注1参照）。ゲーム課金や音楽の購入などができるプリペイドカード（サーバー型プリペイドカード）は、子どもがコンビニなどで簡単に購入できます（購入したカードの裏面に記載された番号を入力すれば、ゲーム内アイテムなどが購入できる仕組みです）。

成年になって、クレジットカードやスマートフォンアプリなどを利用して支払いをすれば、現金が手元になくとも生活ができます。政府は今後、現金払いを減らし、キャッシュレス決済比率を高めようとしています（注2参照）。

中学校では、「金銭の管理」が学習指導要領の新設内容となり、クレジットカードによる三者間契約を取り上げることになりました。2022年4月から成年年齢が18歳に引き下げられ、18歳になると親権者の同意なしでクレジットカードを申し込むことができるようになります。中学生の日常



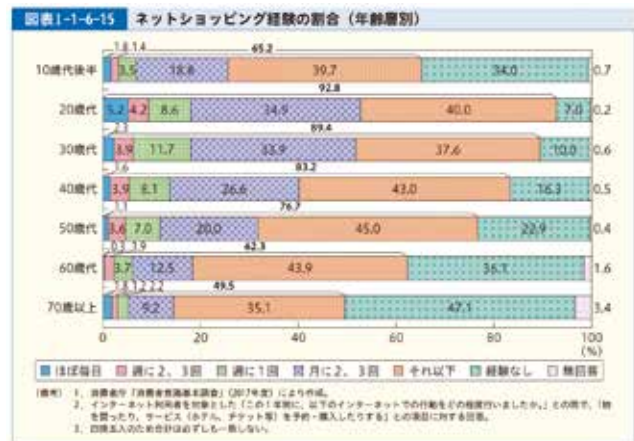
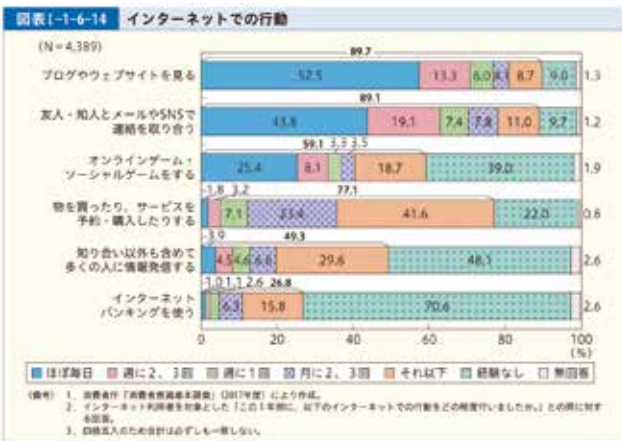
生活でも、家族と一緒にネット通販等でクレジットカード払いをすることがあり、多様な支払い方法に応じた計画的な金銭の管理を学ぶ必要があります。

キャッシュレス社会では、現金を使う時と比べて、お金を払っているという感覚が弱くなります。カード利用は、多くの利便性がある一方で、現金と異なり見えないお金であること、商品の購入時期とお金の支払い時期がずれることなど、金銭管理も難しくなります。収入と支出を把握し、見えないお金を計画的に使っていく力を、小・中学生から養うことが必要になります。

<注1>金融広報中央委員会「子どものくらしとお金に関する調査（第3回）2015年度」では、小学校高学年で、図書カードが77.2%、電子マネー（イカなど）は27.2%、音楽・ゲーム・本などを買うことができるカード（iTunesカードなど）は33.5%が使ったことがあるという結果でした。
 <注2>（経済産業省商務・サービスグループ消費・流通政策課「キャッシュレス・ビジョン」（平成30年4月）
<http://www.meti.go.jp/press/2018/04/20180411001/20180411001-2.pdf>

参考資料 インターネットによる購買行動

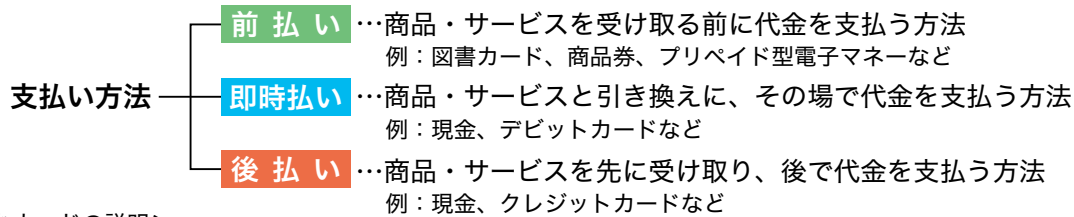
「消費者意識基本調査」（2017年度）によると、ネットショッピング（物を買ったり、サービスを予約・購入したりする）を1年間にしたことのある人は、77.1%となっています。現在の成年である「20歳代」から急激に経験の割合が上がり、若い層がネットショッピング経験の割合が高く、行っている頻度も多くなっています。



出典：消費者庁「平成30年版 消費者白書」p.78-79

2 支払い方法の種類と特徴

代金の支払い方法には、支払い時期によって、前払い、即時払い、後払いと3つの方法があります。



<主なカードの説明>

	プリペイド型電子マネー	デビットカード	クレジットカード
支払い方法	前払い	即時払い	後払い
使用方法と特徴	カードにチャージ（入金）して、支払いに利用できる。カードを使う度に残額が減る。繰り返しチャージできる。 <ul style="list-style-type: none"> ・チャージしてある金額残高の範囲内で使える。 ・残額がいくらあるかわかりにくいので、使いすぎることがある。 ・使える店が限定される。 ・無記名式のもの、紛失しても補償されない。 ・提供元のサービス停止の場合に、払い戻し期間内に手続きをしないと払い戻しができなくなる。 	カードを使用すると、即時に代金が本人の銀行口座から引き落とされる。銀行などの金融機関のキャッシュカードの多くはデビットカードとして、預金の残額内で使用できる。最近ではデビットカード専用カードも出されている。 <ul style="list-style-type: none"> ・預金残高がなければ使用できない。 ・使える店（加盟店）が限定される。 ・口座の名義人だけが利用できる。 	クレジット会社が代金を立て替え、消費者は後払いをする。 <ul style="list-style-type: none"> ・自分の支払い能力を超えた価格のものを購入してしまう場合がある。 ・使いすぎないように、計画的に使う必要がある。 ・カードの支払い限度額の範囲内で使用できる。 ・カード名義人だけが使用できる。 ・未成年や支払い能力のない人は、自分のクレジットカードを作ることができない。

3 プリペイド型電子マネー

小学校学習指導要領解説では、「プリペイドカードなどは、金銭と同じ価値があるため、金銭同様に大切に扱う必要があることを理解できるようにする」とあります。

プリペイド型電子マネーは、金銭的価値をカードなどに、データとして記録するものです。カードに繰り返しチャージ（入金）でき、支払い時には機械にかざすなどして、何度でも利用できます。クレジットカードと連携していて自動入金されるオートチャージ機能（残高が一定額以下になったときにクレジットカードから自動入金される）が付いているものもあります。

電車やバス、コンビニ、自動販売機、ショッピングセンターなど使用機会が増加しており、児童・生徒の生活に、使った金額を実感しにくい見えないお金である電子マネーが広がっています。

問 1 プリペイドカードにはどのようなものがありますか？ 何の支払いに利用しますか？

（ 解答例：図書カード・本屋での本の購入
スイカ(Suica)、パスモ(PASMO) (交通系プリペイド式電子マネー)・電車やバスの運賃、コンビニなどでの商品の購入
※その他に、nanaco、WAON(流通系プリペイド式電子マネー)などもあります。 ）

問 2 プリペイド型電子マネーについて、長所と短所を書いてみましょう。

長 所	短 所
解答例 <ul style="list-style-type: none"> ・現金を持たなくてよい。 ・支払いが簡単である。 ・おつりのやり取りが不要。 ・チャージした金額内で使うことができる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・カード残高がいくらあるかわかりにくい。 ・使える店に限られる。 ・紛失した場合、チャージしたお金が戻ってこない。 ・使いすぎることがある。



参考資料 プリカ詐欺

最近、悪質商法の決済に、プリペイドカード(サーバー型プリペイドカード)が利用される消費者被害例が発生しています。電話やメールなどでプリペイドカードの番号を伝えることや、指示された番号にチャージすることは、しないようにしましょう。

参考：独立行政法人国民生活センターwebサイト「プリカ詐欺に注意」

http://www.kokusen.go.jp/soudan_now/data/preca-sagi.html

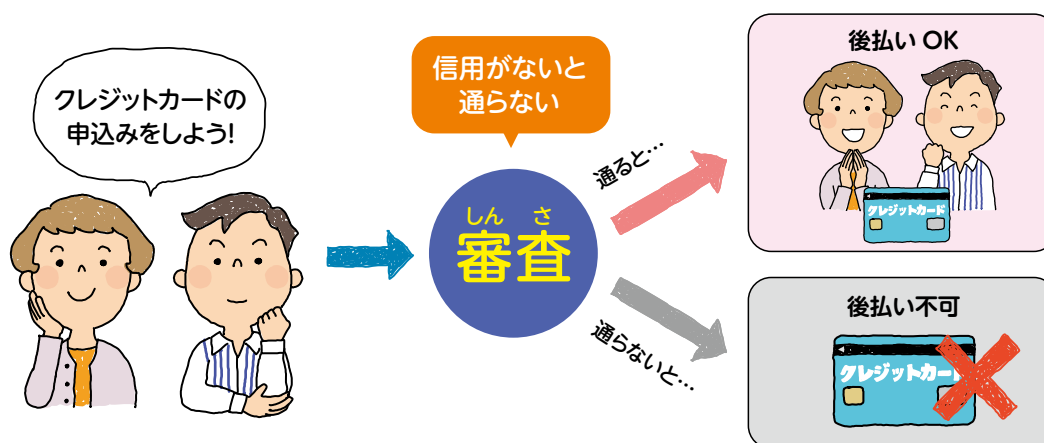
4 クレジットカードと信用

問 1 クレジットカードは、なぜ後払いができるのでしょうか？

- ①クレジットカードの中に、お金を貯めてあるから。
- ②店では、クレジットカードを持っている人の支払いを待ってくれるから。
- ③クレジットカード会社が、購入代金を立て替えてくれるから。

<答>③

クレジット（credit）というのは信用という意味です。クレジットカードを利用するためには、クレジットカード会社の審査（信用調査）を事前に受ける必要があります。審査とは、その人の信用をカード会社が判断することで、審査が通るとカード会社の会員になることができ、クレジットカードの利用（後払い）ができるようになります。



クレジットカードの利用は、「借金」です。カード会社の立場から考えると、その人にお金を貸して、後払いで本当に約束通りに「借金」を支払ってくれる人か前もって判断する必要があります。クレジットカード会社ごとに審査の基準は異なりますが、クレジットカード申込書に記載する事項（収入状態など）やクレジットの利用状況なども参考にされます。審査の基準に満たない人は、そのクレジット会社の会員になることができません。中学生は未成年で民法により法律行為を行うことに制限があるため、自分のカードを持つことはできません。

クレジットカード会社は、消費者が必ず返済をするという信用をもとに、代金を立て替えます。さらに、消費者が、ATM（現金自動預け払い機）でキャッシング（お金を借りること）をできるようにしています。

クレジットカードの不払いの履歴は、個人の信用信息として残ります。個人の信用信息の評価が下がると、新たなクレジットカードが作れない、家を買う時に住宅ローンが組めないといったことが起こります。個人の信用を前提に成り立つ後払いの仕組みなので、カードの利用は計画的に行い、自分の信用を落とすことがないようにしなければなりません。

参考資料 個人情報情報機関について

クレジット会社では、個人情報情報機関から提供される信用信息を利用して審査を行います。信用信息とは、その人の個人情報（名前・住所など）やクレジットカードなどの信用取引に関する契約内容や返済・支払い状況、利用残高などの情報であり、個人情報情報機関に登録されています。日本の個人情報情報機関は、クレジット会社、銀行、消費者金融の3業態別があり、3機関間で情報の交流が行われています。

例えば、クレジットカードの支払いを3ヶ月以上滞納すると、未払い情報が個人情報情報機関に登録されて、カードが使えなくなります。また、残金を一括で支払わなければならないとなり、遅延損害金も発生します（遅延損害金は、通常の利率より高く、返済日を過ぎると発生します）。延滞などの事故情報は一定期間登録されます。奨学金の返済の滞納の場合も同様に登録されてしまうため、現在、社会問題となっています。

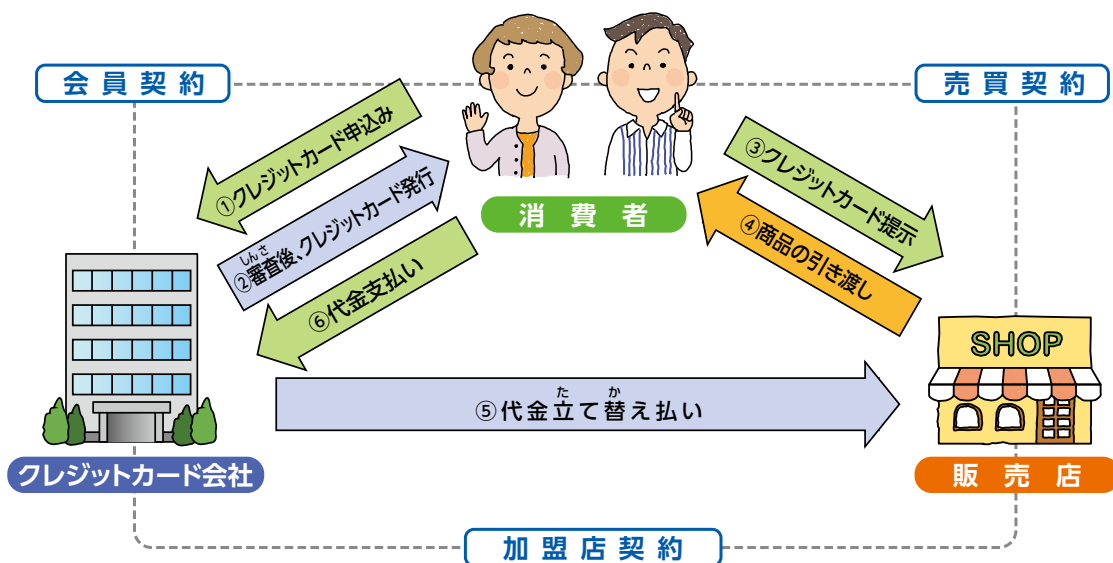
事故情報が登録されていると、クレジットカード会社の審査が厳しくなり、新たにカードを作ることや住宅ローンを組むことなどが難しくなります。各カード会社は審査基準を公表していませんが、クレジットカードを利用する際は、返済が遅れることのないよう、計画的に使わなければなりません。

5 クレジットカードの仕組み（三者間契約）

家族と一緒に家族のカードを利用して、インターネットで買い物をする小・中学生が増えています。

クレジットカードでの支払いは、消費者、販売店（加盟店）、クレジットカード会社による三者間契約となります。消費者から見ると、契約を2つの相手と結ぶこととなります。1つは販売店との売買契約であり、もう1つはクレジットカード会社と結ぶ会員契約です。クレジットカード会社と販売店は、加盟店契約を結んでいます。消費者は、カード会社の加盟店で、カードを使用することができます。

このような契約の仕組みであるため、消費者がこれらの契約に関して相談したいことが起こった場合に、相談内容によって相手が変わります。購入した商品に関する相談は、売買契約を結んでいる販売店となります。代金の支払いに関する相談は、会員契約を結んでいるクレジット会社となります。



消費者がクレジットカード会社に、①クレジットカードの申し込みをすると、②個人の信用情報が審査され、審査に通った人にはクレジットカードが発行されます。

消費者は、販売店（クレジットカード会社の加盟店）で③クレジットカードを提示して買い物をし、支払い方法を決めて（一括払い、分割払い、リボルビング払いから選択）、暗証番号を入力（あるいは伝票にサイン）して、レシート（伝票の控え）をもらいます。販売店から④商品が引き渡されます。

消費者からは見えませんが、クレジットカード会社が販売店に、⑤代金を立て替え払いします。

その後、消費者はクレジットカード会社から送付される利用明細書（請求書）に従って、⑥代金を支払う（預金口座から引き落とされる）こととなります。

クレジットカード会社は、販売店に、⑤代金の立て替え払いをしています。そのため、クレジットカードを使った商品の購入は、消費者がクレジットカード会社に借金をしていることとなります。

クレジットカードの利用は借金！

※クレジットカードのしくみ(三者間契約)を、①から⑥の番号順に説明できるパワーポイント教材がダウンロードできます(1頁参照)。

参考資料 クレジットカードに関するデータ

一般社団法人日本クレジット協会 (<https://www.j-credit.or.jp/>) では、毎年、「クレジットに関する消費者向け実態調査」を実施し、消費者のクレジット利用等の実態やクレジット利用におけるトラブルに関するデータを公表しています。2017年3月末のデータによると、クレジットカード発行枚数は、2億7,201万枚(前年比2.3%の増加)で、成人1人当たり2.6枚保有していることとなります。またこの協会では、学校におけるクレジット教育の支援をしており、学校等への教材提供(webサイトからダウンロード可)をしています。

6 クレジットカードの支払い方法

支払い方法	一括払い	分割払い	リボルビング払い
特徴	1回払い、ボーナス1回払いなど。	買い物ごとに支払い回数を決めて、毎月支払う。	毎月、一定額を支払う。
手数料	かからない。	購入金額と支払い回数に応じて、手数料が決まる。	借り入れ残高に応じて、手数料がかかる。

参考資料 リボルビング払い(リボ払い)

リボルビング払いは、毎月、一定額(あるいは一定率)を支払う方法です。利用限度額の範囲であればカードを追加利用しても、毎月の返済額は変わりません(例えば一定額を1万円と決めておくと、何度カードを利用しても毎月の支払額は1万円となります)。たくさんの買い物をして毎月支払額が変わらないので、カード利用を安易に繰り返し、借入額が増えていきます。借入残高が増えると手数料が高くなり、返済期間が長くなります。近年では多くのカード会社が、消費者をリボルビング払いに誘導するための広告を出しています。リボルビング払いでは、手数料収入を高く得られるからです。

リボルビング払いでは、自分の残高がいくら残っているのか、いつ支払いが終わるのか、わかりにくくなります。気が付くと返済しきれない額の借金をしていたというケースがよくあります。多重債務(下記参照)の主な原因は、欧米ではリボルビング払いといわれています。

7 クレジットカードの利用について

クレジットカードを利用するときには、伝票(レシートなど)の金額や支払い方法を確認して、サイン(あるいは暗証番号の入力)をすること、カード会社から送付される利用明細書(請求書)と伝票を照合し、請求金額が間違っていないか確認すること、金融機関の口座残高を確認することが重要です。カードの利用は計画的に、上手に利用しましょう。

問 1 クレジットカードのメリットを挙げてみよう。

- 解答例
- ・現金を持ち歩かなくても買い物ができる(安全)。
 - ・現在、お金がなくても代金後払いで買い物ができる。
 - ・支払い方法が選択できて(一括払い、分割払い、リボルビング払い)、高額商品の購入が可能となる。
 - ・ポイントがたまる。

問 2 クレジットカードのデメリットを挙げてみよう。

- 解答例
- ・使った金額の合計を把握しにくい。
 - ・後払いのため、必要のないものまで衝動買いしてしまうことがある。
 - ・自分の支払い能力以上の金額の商品を購入してしまうこともある。

問 3 クレジットカードの使い方の注意点を挙げてみよう。

- 解答例
- ・カードを利用したときは、利用控えの金額を確認する。
 - ・預金口座の残高を把握し、確実に返済できる範囲内で利用する。
 - ・返済計画を考えながら使用する。
 - ・キャッシング(現金を借りる)はなるべくしない。
 - ・紛失・盗難の場合は、クレジットカード会社と警察の両方に連絡をする。
 - ・カードは貸さない・借りない(カードは本人のみが利用できる)

参考資料 多重債務

クレジットカードは便利ですが、安易に使すぎると、高額返済に苦しむこととなります。自分の収入では返済できなくなり、その返済のために別の業者から新たな借金を繰り返すと、借金が雪だるま式に増えて多重債務に陥ります。返済が困難になった場合や悪質商法に伴う借金などに巻き込まれた場合には、消費生活センターなどの公的機関に相談しましょう。

多重債務が深刻な社会問題となり、これを解決するために2010年に改正貸金業法が施行され、貸金業者の上限金利の引き下げ(15~20%に制限)及び総量規制(借入総額が年収の3分の1を超える場合は、新規の貸し付けができない)が導入されました。

参考資料 金利について

金利は、元金に対する利息(利子)のことで、一般には実質年利(%)で表示します。利息は、クレジットカードの分割払いやリボルビング払い、消費者金融会社から借入れをした場合に、利用者が支払うものです。出資法の上限金利は、借入額が10万円未満は20%、10万円以上100万円未満は18%、100万円以上は15%に制限されており、超過する金利は違法で無効となります。

参考資料

インターネットショッピングでのクレジットカード利用の注意点

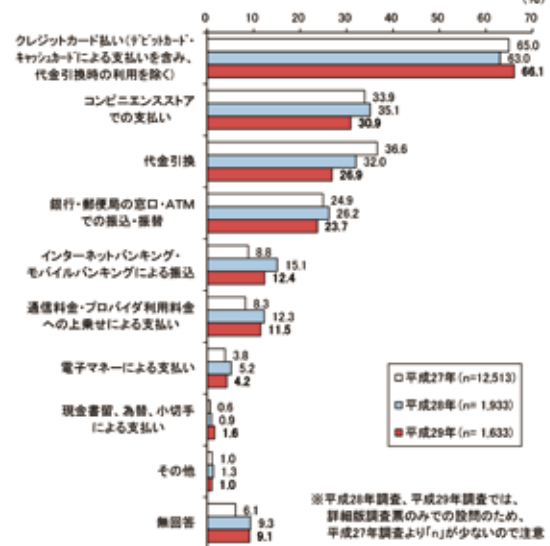
インターネットショッピングのクレジットカード決済が増えています(グラフ参照)。

対面販売の場合は、クレジットカードの提示とサインまたは暗証番号の入力(最近ではセキュリティ強化のため、サインではなく4桁の暗証番号の入力が多い)をします。インターネットショッピングの場合は、カード番号や有効期限などのクレジットカードの情報を入力することになります。

ネットショップでカード情報を入力するときは、セキュリティ対策(SSLなどの送信情報を暗号化する技術)が導入されているか確認します。さらに、本人認証サービスの3Dセキュア(パスワードを入力する)やセキュリティコード(カードの署名欄に記載されている番号)の追加認証があることが望まれます。

カード情報を入力するので、インターネットショッピングでは、信頼のあるネットショップを選ばなければなりません。もちろん、他人にカードを貸したり、カード番号等を伝えてはいけません。

図表 11-1 インターネットで購入・取引する場合の決済方法の推移



出典:「平成29年版通信利用動向調査(世帯編)」(総務省)p.62

8 計画的な金銭管理

お金は消費生活をする際の支払い手段として欠かすことができません。消費生活のために使うお金は、多くの場合、家族が働いて得た収入であり、収入と支出のバランスがとれるように計画的にお金を使う必要があります。

計画的な金銭管理について、小学校・中学校を通して学び、高等学校ではさらにリスク管理を加えて家計管理の基本を理解し、生涯を見通した生活設計について考えていきます。

収支のバランスを図るためには、生活に必要な物資・サービスについて金銭の流れを把握し、多様な支払い方法に応じた計画的な金銭管理が必要なことを理解させます。特に、キャッシュレス社会に対応した指導が必要になります。インターネットショッピングでは、クリックするだけで欲しいものを簡単に購入することができますが、カード決済は後払いのため、支払い能力を超えた買い物をしがちになります。

金融広報中央委員会が2015年度に実施した「子どものくらしとお金に関する調査」(注1参照)は、子どものお金にまつわる日常生活(おこづかい、インターネット・電子マネーの利用等)やお金に関する意識・行動などを小・中・高校生に調査したものです。この調査結果では、おこづかいは、小学生高学年では73.2%がもらっていましたが、もらっている子どものうち、定期的ではなく「ときどき」もらう子どもは38.3%いました。中学生では「定期的にもらっている」が58.2%、「必要の都度もらっている」が25.0%、「もらっていない」が16.6%でした。

定期的に一定額のおこづかいをもらい、その中でやりくりをする、お金が足りなかったら我慢するという体験を日常生活の中で繰り返していくことが、子どもにとって重要となります。失敗や試行錯誤を何度も繰り返し、時間をかけて適切な金銭感覚を身につけていくこととなりますが、その体験が乏しい子どもが多くなっています。家庭科では、お金や資源には限りがあり、必要なもの(ニーズ Needs)と欲しいもの(ウォンツ Wants)の区別をつけ、優先順位を考慮して調整していくという基本を教えますが、これはとても重要となります。

お金に関する教育は、家庭教育、学校教育、地域教育などと連携しながら行う必要があります。キャッシュレス社会の進行を見据えて、見えないお金に関しても自分の支払い能力を考えながら計画的に使う力を、児童・生徒に養っていききたいものです。

<注1>金融広報中央委員会「子どものくらしとお金に関する調査(第3回)2015年度」
https://www.shiruporuto.jp/public/data/survey/kodomo_chosa/2015/

5

契約に関するロールプレイング

シナリオ1は、現金による本屋での買い物(二者間契約)です。契約の基礎を扱っており、小学校で利用できます。シナリオ2は、ネット通販でのクレジットカード決済(三者間契約)を扱っており、中学校で利用できます。これらのシナリオやワークシートは、webサイト(1頁参照)からダウンロードして授業で活用できます。

シナリオ1 本屋で買い物



ナレーター Aさんは、本屋に行きました。

Aさん いろいろな本があるなあ。
たぶん、これがBさんの持っている本だ。魔法使いが出てきて面白いと言っていたなあ。
中を見てみると……、確かにこの本だ。面白そうだな。

場面①	店員	いらっしゃいませ。
場面②	Aさん	この本を下さい。
	店員	ありがとうございます。500円です。
場面③	Aさん	はい、どうぞ。
	店員	500円いただきます。
場面④	店員	ありがとうございました。

ワークシートの設問

問1 契約が成立したのは、①から④のどの場面ですか。

<答>② (※②では、Aさんの申し出と店の人の承諾が合意して、契約が成立しています)

問2 Aさんは本を買った帰り道に、Bさんに会いました。するとBさんから「私の持っている魔法使いが出てくる本を貸してあげるよ。」と言われました。あなたがAさんだったらどうしますか？

- ア 本を本屋に返品して、Bさんから本を借りる。
- イ Bさんに、本を買ったことを伝える。
- ウ わからない。

<答>イ

なぜそう考えたか理由を書きましょう。

解答例 イ：契約が成立しているので返品はできない。

問 3

Aさんは家に帰って本を読み始めると、ページがぬけていることに気が付きました。あなたがAさんだったらどう思いますか？

- ア 本屋に行って、本の交換ができると思う。
- イ 買った本のページが抜けていても交換はできないと思う。
- ウ わからない。

<答>ア

なぜそのように思ったか理由を書きましょう。

解答例 ア：買った本に不具合があったので、交換してもらえと思ったから。

説明のポイント

契約が成立すると、一方の都合で契約を取り消す（商品を返品する）ことはできませんが、買った商品が壊れていた（問3の場合は落丁）などのときは、店に伝えて交換や返品などの相談ができます。

レシート（領収書）は、この店で商品を購入したことの証明になります。買った本とレシートを持って、お店の人に相談しましょう。大人と一緒にだと安心です。何かあったときのため、また自分が使った金額を把握するために、レシートはすぐに捨てないで取っておきましょう。

※出版社に連絡をして、本の交換の相談をすることもできます。

シナリオ2 ネットショッピング（スニーカーを買う）

ナレーター

Aさんは、スニーカーを購入しようと、インターネットの店を見えています。

Aさん

たくさんのネットショップがあって、いろんなスニーカーが売ってるなあ。あ！これ、すごくいい。このブランドは好きだし、私のサイズもある。こっこの店は通常の20%引きで3,200円。こっちは50%引きの2,000円だ！これにしよう！



ナレーター

Aさんはお母さんに相談します。

Aさん

前から買いたいと言っていたスニーカー、これにしたいのだけど…。

母

ネットで買うの？ お店で選んで、はいてみて決めたほうがいいんじゃない？

Aさん

でもこれがいいなあ。いつもこのサイズでぴったりだし。

母

このネットショップは安全なの？
通信販売は、クーリング・オフができないのよ。

Aさん

わかってるよ。
授業で、キャッチセールスなどでのクーリング・オフ制度を習ったから。

母

ネットショップの利用規約は、ちゃんと読んで確かめたの？
通信販売は、自分でよく確認して選ばないといけないのよ。

ナレーター

利用規約というのは、契約内容の説明書のことです。
Aさんは、両方のネットショップの利用規約をクリックして開いてみました。

Aさん

利用規約、細かい字がたくさんかいてあるなあ。
販売者、価格…。送料は両方とも 800 円、送料がかかるんだ。お届けは 10 日以内。
あれ、安い店のほうは返品不可だ。

母

ちゃんと確かめてる？ どれどれ…。安いほうは返品不可だけど、
3,200 円のスニーカーのほうは、ちゃんと返品特約が付いているわよ。

Aさん

返品特約って？

母

返品特約が付いている商品は、返品ができるのよ。
通信販売は実際に商品を見て確認できないから、返品・交換ができる店を選んだほう
がいいわね。
この店は、ジャドママークを表示しているから安全ね。

Aさん

ジャドママークって何？

母

日本通信販売協会会員と書いてあるでしょ。通販会社を選ぶときのめやすになるマークよ。
2,000 円の店は安いけれど、返品不可でジャドママークもないし、安全なショップかわから
ないわね。

Aさん

じゃあ、3,200 円の店で買うことにするよ。

ナレーター

Aさんは、ネットショップの申込みフォームに入力をしています。

Aさん

色やサイズを間違えないように入力と…。
支払いは、銀行振込、代金引換、クレジットカードがあって、
銀行振込と代金引換は手数料が有料、クレジットカード一括払いは無料と書いてあるよ。

母

じゃあ、お母さんのカードで支払うね。
このネットショップは、セキュリティ対策があって安全ね。
名前や住所などの個人情報が暗号化して送られるのよ。

ナレーター

お母さんは、画面でカードの番号と有効期限などを入力しました。
しかし、Aさんには見せてくれません。

母

カードを使うのは本人だけで、家族にも貸してはいけないのよ。
カードの支払い方法は、一括払いを選択と…。

Aさん

支払い方法って？

母

カードの支払い方法で、一括払い、分割払い、リボルビング払いから選択するのよ。
一括払いは手数料がかからないから、なるべく一括払いで支払ったほうがいいのよ。

母

さあ、最後の確認画面がとても重要よ。もう一度、注文内容、支払い方法などを確認しなさい。

Aさん

大丈夫。間違っていないよ。

母

では、決定ボタンをクリック、これで申込み完了ね。
業者から承諾のメールが届いたら、契約成立になるのよ。

ナレーター

Aさんは通信販売がクーリング・オフできないことを知りませんでした。
後で調べてみると、通信販売は、消費者がサイトを確認し考えてから契約を結ぶことができ
るため、クーリング・オフ制度がないことがわかりました。

ワークシートの設問

問 1 クーリング・オフは、訪問販売や（**キャッチセールス**）などの特定の取引のときに、（**8**）日以内に書面で通知すれば契約を（**解除（やめることの）**）できる制度である。
通信販売は、（クーリング・オフができる **クーリング・オフができない**）

問 2 インターネットの通信販売を利用するときの注意点を書いてみよう。※解答は説明のポイントを含みませ

注文するとき	（ 販売条件（返品・交換条件、支払い方法、引き渡し方法など）を確認する。 入力するときの注文内容（サイズや色、届け先など）に間違いがないか確認する。 広告や注文の控えをとっておく。 ）
商品を受け取るとき	（ 商品が届いたらすぐに中身を確認し（注文通りか、壊れていないかなど）、 数の不足や壊れている商品などがあれば、すぐに通販会社に連絡をする。 ）

問 3 スニーカーを店で購入する場合と、ネットショップで購入する場合について、長所・短所を考えてみよう。

		長所	短所
スニーカーの購入	店（個人商店、専門店、デパート、スーパーマーケットなど）	・スニーカーの試し履きができる（商品を直接手にとって確認できる）。 ・お店の人に、商品について話を聞くことや、質問することができる。	・店に行く時間や交通費などがかかる。
	ネットショップ	・お店に行かずに（時間や場所を選ばずに）買い物ができる。 ・多くの店の商品から選択することができる。 ・購入者の意見（レビュー）を参考にできる場合がある。 ・価格が安いことが多い（店舗費用や人件費が低額に抑えられるため）。	・試着、使い勝手など、商品を直接確認することができない。 ・商品代金以外の送料などがかかる。 ・返品条件などが店によって異なる（開封すると返品不可の店もある）。 ・信頼できる店かわかりにくい（前払いしたが商品が届かない、偽物だったなどのトラブルがある）。

※ネット通販の利用について、輸送時に環境に負荷がかかる、地域の店の商品が売れなくなる（地域の店がなくなる）など、教師が持続可能な社会の構築等の視点から、生徒に考えさせていくこともできます。

参考資料 インターネット通信販売について

(1) 通信販売にはクーリング・オフ制度はありません

インターネットショッピングは、雑誌・カタログ通販、TV通販と同じ特定商取引法の通信販売にあたります。通信販売では、クーリング・オフ制度はありません。クーリング・オフ制度は、不意打ちで勧誘され冷静な判断ができないような販売方法から、消費者を守るために設けられている制度です。通信販売は、消費者が画面を見て検討が可能であり不意打ち的に商品を購入させられる状態はないことから、クーリング・オフ制度はありません。

(2) インターネットでの広告表示について

特定商取引法では、通信販売の事業者について、広告に表示する事項を定めています。

①価格、②支払い方法と時期、③商品引き渡し時期、④返品可／不可・条件・送料負担など、⑤事業者の名称・住所・連絡先など
広告に返品特約が記載されていない場合には、商品到着後8日以内であれば送料自己負担で返品ができます。しかし、返品不可という特約がある場合は特約が優先され、返品はできません。

(3) 契約の成立について

申込みの際は、確認の画面が設定されていて、数量や申込みの訂正ができるようになっています。電子消費者契約法では、契約の成立時期は、業者から「承諾」のメールがサーバーに届いた時とされています。

(4) SSLサービス(Secure Sockets Layer)

クレジットカードなどの個人情報を暗号化して安全にやりとりできる仕組みです。ネット上で個人情報を入力する際に、SSLサービスを利用しているか確認します。URLがhttpsから始まり、錠前のアイコンが表示されます。

(5) JADMA(ジャドマ)マーク、オンラインマーク制度

※公益社団法人日本通信販売協会のwebサイトに詳細が掲載されています。

- ・JADMA(ジャドマ)マーク:公益社団法人日本通信販売協会の正会員であることを示すマーク
- ・オンラインマーク制度:インターネットを利用した消費者向けの電子商取引において、適切な取引を行う事業者を認定し、オンラインマークを付与する制度

※特定商取引法では、通信販売の誇大広告を禁止しています。しかし、違反するキャッチコピーなど、ネットショップでは誇大広告が多く見られます。店・商品を選ぶときに、十分に注意しましょう。

中学校では、売買契約の仕組みと関連させて、消費者被害が発生する背景及び被害を回避する方法や適切な対応の仕方について理解できるようにします。

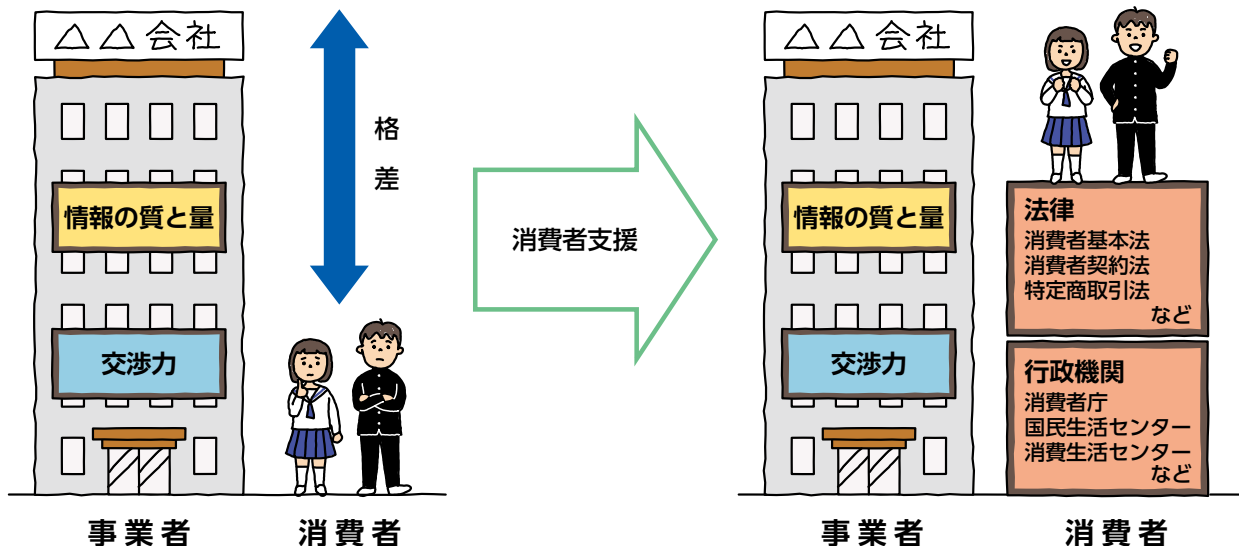
1 消費者と事業者の格差（消費者被害の背景）

売買契約について、消費者と事業者（生産者、販売者等）の両者が対等な立場で契約に臨むことが公正な取引の前提となります。しかし実際には、消費者と事業者の間には、情報量などの大きな格差が存在しています。

消費者政策の基本理念を定めた「消費者基本法」第1条には、「この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もって国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。」とあります。つまり、国の消費者政策は消費者と事業者の格差を前提として行われており、格差が存在しているために、消費者の権利の尊重や自立の支援が必要であると定めているのです。

消費者被害は、消費者と事業者の力の格差によって発生します。消費者は事業者と比べて、知識や情報量が少なく、契約を結ぶときや消費者トラブルになったときの交渉力も弱い立場となります。そのため、消費者を支援するためのさまざまな法律や制度などが作られ、消費生活センターなどの行政機関が設置されています。

消費者被害の背景



消費者を支援する法律には、消費者基本法、消費者契約法、消費者安全法、製造物責任法（PL法）、特定商取引法（クーリング・オフ制度）などがあり、また制度として、消費者団体訴訟制度（36頁参照）などがあります。

行政機関としては、消費者庁、独立行政法人国民生活センター、消費生活センター（山梨県県民生活センター、市町村の消費生活センター）があります。このような消費者を支援する仕組みがあるのは、消費生活に係わる被害を未然に防ぎ、問題が発生した場合に適切に対応して被害を拡大させないようにするためです。

2 契約をやめられるとき

契約が成立すると、それを守るのが民法の原則です。しかし、クーリング・オフ制度（特定商取引法）や消費者契約法、未成年者契約などで、契約をやめることができます。

1 クーリング・オフ制度（特定商取引法）

クーリング・オフ制度は、特定商取引法によって定められています。消費者が契約書の受け取り後、消費者が契約について頭を冷やして（cooling off）考え直す時間を置き、一定期間内であれば消費者から一方的に無条件で契約を解除できる制度です。

クーリング・オフは、すべての契約に適用するのではなく、次の表にある特定の取引が対象となります。訪問販売や電話勧誘など、消費者の不意をつくような勧誘を受けて、十分な情報や冷静に考える余裕もないまま契約をしてしまった場合や、連鎖販売取引（いわゆるマルチ商法）、語学教室、エステティック・サロンなどの特定継続的役務提供に適用されます。

クーリング・オフできる取引とその期間

取引形態	期間
訪問販売（キャッチセールス、アポイントメントセールスなども含む）	8日間
電話勧誘販売	
特定継続的役務提供（エステ、語学教室、学習塾、家庭教師、パソコン教室、美容医療など）	
訪問購入（貴金属などを事業者が買い取る取引）	20日間
連鎖販売取引（いわゆるマルチ商法）	
業務提供誘引販売取引（内職商法、モニター商法など）	

<クーリング・オフできない場合の例>

- ・店舗販売（自分から店に行って商品を購入した場合）
- ・通信販売（広告を見て自分から電話やインターネットなどで申込み購入した場合）

<クーリング・オフの方法>

契約書を受け取った日を含めて8日間（マルチ商法などの場合は20日間）以内に、はがき等の書面で行います。

- ①はがきに、契約年月日、商品名、契約先名、通知年月日、通知者名等を記載
- ②はがきを出す前に、両面をコピー
- ③郵便局の窓口へ行き、特定記録郵便または簡易書留で送付（送付記録を残すため）
- ④はがきのコピーと特定記録郵便または簡易書留の受領証を保管（5年間）

*クレジット契約をしている場合は、販売会社の他にクレジット会社にも通知する。

※山梨県民生活センター web サイト「学校向け教材」には、「消費者市民社会をつくる～中学校・高等学校における消費者教育のために～」があり、42・43 頁にクーリング・オフのはがきの書き方に関する教材があります。

2 消費者契約法

消費者契約法では、消費者と事業者の間に、情報量や交渉力などの格差があることを考慮して、事業者の不適切な勧誘行為で結んだ契約を解除することができる制度があります。消費者と事業者の間のすべての契約に適用されます。

<消費者契約法により契約の取り消しができる場合>

- ・不実告知 契約の重要事項について事実と異なることを告げた場合
- ・断定的判断 「確実に儲かりますよ」など将来が不確かであるにもかかわらず断定的な判断を提供した場合
- ・不利益事実の不告知 契約内容の不利益事実をわざと隠して説明しなかった場合
- ・不退去 自宅などに事業者が居座り「帰ってほしい」と言っても退去せず、困って契約した場合
- ・監禁 営業所などで消費者が「帰りたい」と言っても帰らせてくれず、困って契約した場合

<例>いつでも好きな時間にレッスンの受講ができると説明されて、英会話スクールの契約をしたのに、実際に受講できるレッスンには限りがあり予約することもできない。勧誘時の説明と違うのでやめたい!

3 未成年者契約の取消し

未成年者は成年者と比べて取引の知識や社会経験が不足し、判断力も未熟です。そのため未成年者が結んだ契約について、民法で、未成年者が法定代理人の同意を得ないでした法律行為は、取り消すことができると定められています。法定代理人とは、未成年者に対して親権を有する者（親など）のことです。2022年4月から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられ、以下のように変わります。

<以下の要件がすべてあてはまれば、未成年者が結んだ契約を取り消すことができます>

※2022年4月から

- ・契約時の年齢が18歳未満
- ・法定代理人の同意がないこと

<未成年者契約の取り消しをすることができない場合>※2022年4月から

- ・未成年者が、「親の同意を得ている」「18歳以上である」などと偽った場合
※業者に「18歳以上」とうそを書くようにとそそのかされて契約をした場合は、取り消すことができます。
- ・小遣いの範囲内で行った契約
- ・営業している未成年者が、その営業に関して行った契約
- ・成人してから契約を追認した場合

<指導のポイント>

未成年者が、親などから自由に使える小遣いとして与えられた範囲内で行う契約（日常の買い物など）は（注1）、親などの同意を得ることなく未成年者単独で契約することができ、取り消すことはできません。

小学生・中学生には、日常の買い物が法律上の責任が伴う契約であるという基本を理解させます。そして、もし、お小遣いの範囲を超えるような高額な契約（例えばスマホなどの契約）をするときには、保護者の同意が必要となることを伝えます。

中学校では、未成年・成年の法律上の責任の違いについて触れることになっています。悪質商法の被害者の低年齢化やインターネットの普及、キャッシュレス化の進行により、中学生も被害者になることが増えています。契約が成立すると守るのが原則ですが、知識や社会経験が不足している未成年者を保護するために、未成年者契約は取り消しができる（ただし、小遣いの範囲内の契約は取り消しできない）ことを伝えます。成年になると単独で法律行為が可能となり、契約をすると法律上の責任を負うこととなります。

成年になっても、悪質商法の被害にあうことがあります。その場合は、クーリング・オフ制度（特定商取引法）や消費者契約法などの消費者を守る法律があります。クーリング・オフ期間が過ぎている場合でも救済される可能性があるため、消費者被害にあったら、県民生活センターや市町村の消費生活センターに、なるべく早く相談することが大切です。

<注1>小遣いの範囲内の契約かどうかは、未成年者の年齢や収入の有無などによって、ケースごとに判断されています。

3 国や地方自治体の消費者行政機関

小学校では、「消費者の役割」のところでは、買い物で困ったことが起きた場合には、家族や先生などの大人に相談することや、保護者と共に消費生活センターなどの相談機関を利用することに触れるようになっています。中学校では、「消費者被害とその対応」について、国民生活センターが公表しているデータなどを活用したり、消費生活センターなどの各種相談機関と連携する、相談員から消費者被害について話を聞いたりする活動例が、新学習指導要領解説に掲載されています。

消費者の不注意や誤った使い方をしたための商品事故も起こっています。消費者が説明書や表示、契約内容を確認することが重要となります。

最新の消費生活情報を授業に導入すると児童・生徒の興味を惹きます。消費者庁、独立行政法人国民生活センター、地域の消費生活センターなどのwebサイトから得られる情報を、授業に活用しましょう。

① 消費者庁

消費者庁は、2009年に内閣府の外局として設置され、消費者行政の司令塔としての役割を担っています。

消費者庁 web サイトのトップページには、「勧誘・契約トラブル」、「インターネット消費者トラブル」などの項目があり、多くの情報を得ることができます。また、「子どもの事故・危険」の項目は、A 内容「家族・家庭生活」と関連を図った授業づくりに役立ちます。

「テーマ別メニュー」などのタブから、消費者教育に関する情報を探することができます。

年次刊行物である『消費者白書』には、消費者政策や消費者問題、消費者の意識・行動などの最新動向がまとめられており、ダウンロードして閲覧できます。

② 独立行政法人国民生活センター

消費者庁が所管する独立行政法人として国民生活センターがあり、全国の消費生活センター等と連携し、消費者行政の中核的な実施機関としての役割を担っています。全国の消費生活センターに寄せられた相談内容や危害情報を蓄積・分析し、わかりやすく情報提供をしています。

「相談事例・判例」では「身近な消費者トラブル Q&A」があり、多くの事例がわかりやすく解説されています。例えば、「インターネットショッピング」では、「うそと思われる商品広告をネットで見つけた」(2018年7月27日)、「食品」では、「スーパーで買った弁当にアレルギー表示がなかった」(2018年8月29日)、「金融・クレジット・電子マネー・その他取引」では、「クレジットカードを利用したら、知らぬ間にリボ払いになっていた」(2017年12月1日)などがあります。

全国の消費生活センターから寄せられた消費生活相談情報などのデータは、年次刊行物の「消費生活年報」にまとめられ、web サイトからダウンロードして閲覧できます。

③ 山梨県県民生活センター

山梨県公式ホームページの「暮らし・防災」のタブから、「消費生活」を開くと「消費者教育」の項目があります。県民生活センターによる過去の出前講座の内容や学習指導案があり、小学生向け教材「はじめての消費者教育～小学校における指導のために～」、中学生・高校生向け教材「消費者市民社会をつくる～中学校・高等学校における消費者教育のために～」などが掲載されています。

山梨県では、2014年に「やまなし消費者教育推進計画」を策定し、さらに2016年にはこの計画を包含した「山梨県消費者基本計画」を策定しました。この基本計画においては、4つの基本方針の1つに「消費者教育の推進」を掲げ、学校や地域などの場の特性に応じて体系的に消費者教育を推進することとしています。



④ 甲府市消費生活センター

甲府市消費生活センターの web サイトでは、消費生活に関する情報が見やすくまとめられています。

「若者向け情報」(赤枠①)を開くと、若者に多い相談事例が掲載されています。「インターネット通信販売で注文したブランド靴が偽物だった」という事例は、中学生の相談事例の内容と、それに対する相談員からのアドバイスが掲載されており、授業に役立ちます。

「どんな問題でお困りですか?」(赤枠②)のところは、相談内容が項目別に見られるよう整理されています。



1 消費者の8つの権利と5つの責任

消費者団体の国際的組織である国際消費者機構（CI：Consumers International）は、消費者の8つの権利と5つの責任を1982年に提唱しました。

消費者の8つの権利

- ・安全である権利
- ・知らされる権利
- ・選択する権利
- ・意見が反映される権利
- ・消費者教育を受ける権利
- ・補償を受ける権利
- ・生活の基本的ニーズが満たされる権利
- ・健康な環境の中で働き生活する権利

消費者の5つの責任

- ・批判的意識を持つ責任
- ・主張し行動する責任
- ・社会的弱者に配慮する責任
- ・環境に配慮する責任
- ・連帯する責任

我が国の消費者政策の基本理念を定めた「消費者基本法」では、消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援が明記されています（16頁参照）。消費者の権利が守られるとともに、消費者は社会に果たすべき責任（役割）があります。私たちの消費行動が、現在、起こっている地球上のさまざまな問題につながることを自覚しなければなりません。

平成29年告示の学習指導要領の「消費生活・環境」に関する内容では、持続可能な社会の構築の視点から児童・生徒に物事を捉えさせて、自立した消費者を育成することを重視しています。この背景には、2012年に制定された消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）があります。消費者教育推進法では、消費者教育の理念として、消費者市民社会の形成を位置付けています。

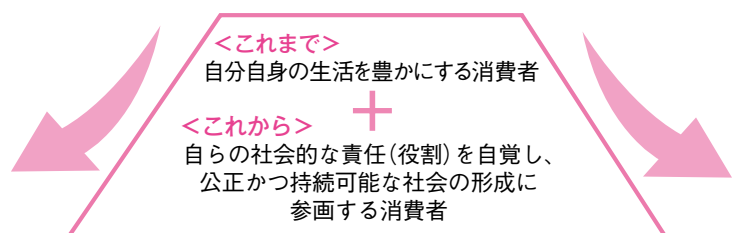
～消費者市民社会の定義（消費者教育推進法第2条第2項）～

消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

消費者の社会的責任（役割）や消費者教育の在り方を考える際の共通概念が、消費者市民社会となります。この消費者教育推進法の定義に基づく消費者市民社会の担い手を意図して、小学校では、「消費者の役割」が新設となりました。中学校では、「消費者の権利と責任」の内容は、以前から重要な内容として扱われています（小学校では「消費者の役割」、中学校では「消費者の責任」という用語が使用されています）。

消費者教育推進法で、消費者市民社会という概念が明示されたことにより、消費者教育の視野が広がったといえます。これまでの消費者教育は、どちらかといえば、個々の消費者の自立支援のために行われてきました。消費者個人が消費者被害に遭わず、適切な情報を基に自分にとって合理的な選択を実践し、安全・安心で豊かな生活を送ることができることを基本にしてきたといえます。消費者教育推進法では、消費者教育の定義を「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育」という消費者基本法の理念に則ったものに加えて、「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む」としました（第2条第1項）。つまり、消費者個々の自立に加えて、消費者市民社会の形成への参画という、消費者が社会の一員として行動することも消費者の自立の要素であるということが示されました。消費者教育の指導のポイントも、自分自身の生活を豊かにする消費者という概念に加えて、自らの社会的な責任（役割）を自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に参画する消費者へと、消費者教育の視野が広がったといえます。

<消費者教育の視野の広がり>

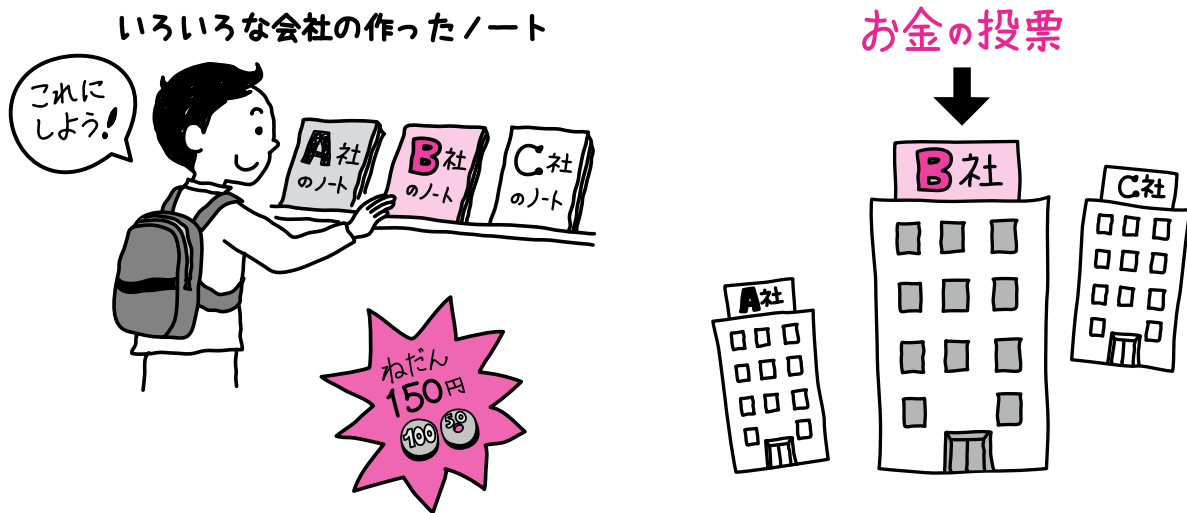


2 消費者の行動が社会を変える

① 買い物は金銭の投票 (買い物の社会的な意味)

私たち消費者は、毎日、お金を出しているいろいろな商品 (物資やサービス) を買っています。店に行くときたくさんの商品が売られています。児童・生徒は、商品をどのような基準で選んでいるのでしょうか。消費者には「選ぶ権利」があり、物資やサービスを自由に選択できる機会が保障されています。

消費者がお金を出して商品を買うことは、選挙の投票行為と同じで、その商品の生産や販売に関わる事業者に一票を入れる (その事業者を応援する) ことになります。



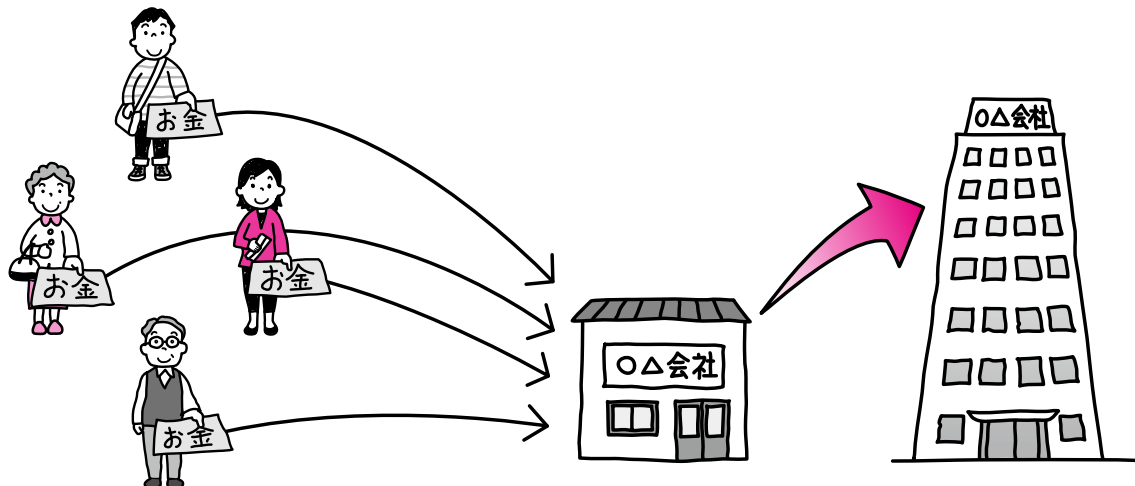
いろいろな商品の中から選んで買うと、それを生産・販売する会社にお金が入ることになります。

※私たちの買い物は、「お金の投票」です。

消費者が、社会にとってよりよい商品を選択・購入すると、それを提供している事業者にお金が入ります。消費者が買わないという選択をすれば、その商品は市場から消えます。つまり私たちの毎日の買い物は、お金の投票という社会的な意味があるのです。

GDP (国内総生産) の約6割を個人消費が占めており、消費者がどんな商品を選択・購入するかは、社会に大きな影響を与えます。消費者の行動が社会を変えるのです。「買い物は金銭の投票」という意識を持ち、公正で持続可能な社会の形成のために望ましい消費行動をしていくことが、私たち消費者の責任 (役割) です。

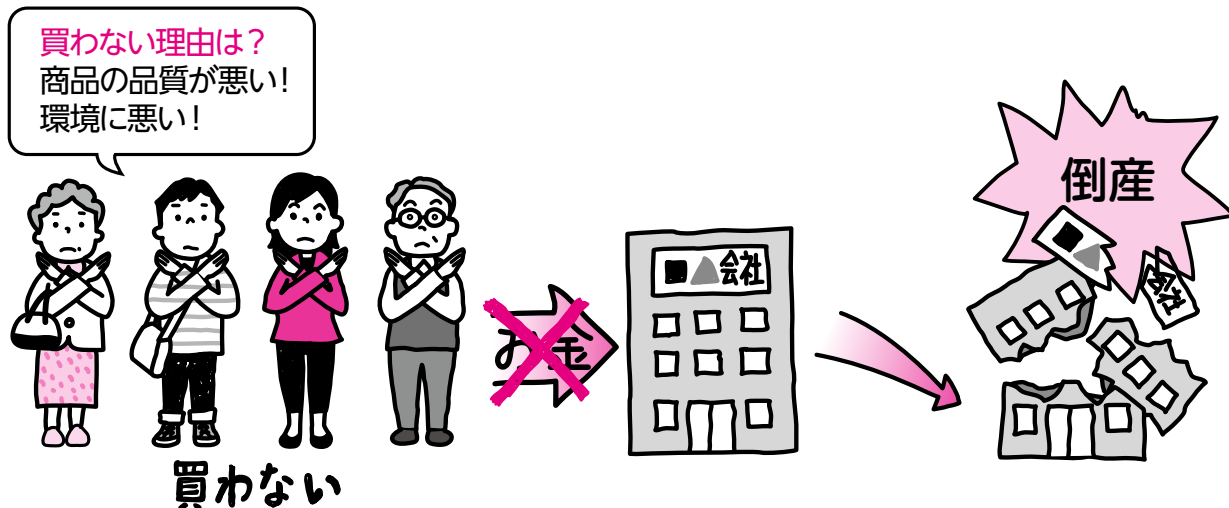
<多くの消費者が買う商品を生産・販売する会社は、存続・発展します>



多くの消費者が買う

たくさんのお金が集まった会社は大きくなります

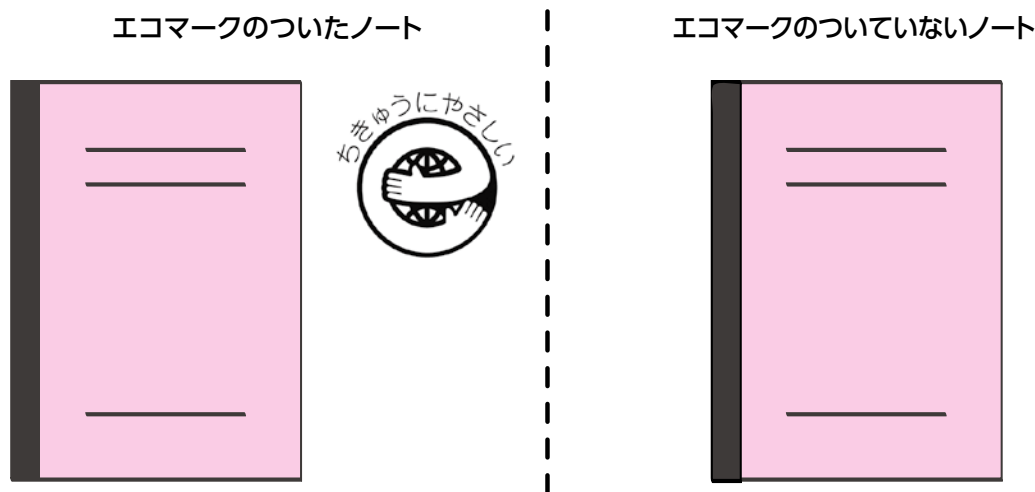
<消費者が買わないという選択をすれば、会社はもうからず、倒産してしまいます>



私たち消費者は、「買わない」という選択をすることもできます。特に海外では、児童労働が発覚したり環境破壊を起こしたりした企業の商品を、消費者が「買わない」（選択しない）と行動を起こすことも多く（不買運動）、大企業が改善に向けた取り組みをした例があります。

児童・生徒に、一人一人の消費行動が社会に影響を与えていることを自覚させていきます。消費者教育の目標は、公正で持続可能な社会の実現に寄与する消費者市民の育成です。消費者の選択、購入、消費、廃棄、再生などに関わる自律的な判断が、公正で持続可能な社会の実現に向けて大きな役割を果たします。児童・生徒は、自分にとって得か損か、安いか安くないかの視点で商品を選択しがちですが、私たち消費者がどのような消費行動をしていったらよいか、さまざまな視点から考えさせる機会をつくるのが大切です。

事例 <あなたはどちらを選びますか?>



参考資料

エコマーク認定商品（環境への負荷が少ないと認められたものに付けられています）

※ノートの場合

- ・古紙パルプを70%以上使用
- ・中紙（なかがみ）は白色度70%以下
- ・パルプの漂白工程において、塩素ガス不使用

出典：財団法人日本環境協会エコマーク事務局

<http://www.ecomark.jp/>

<考えてみましょう>



多くの消費者が価格の安さばかり気にしてノートを選ぶと、どうなるかな？

販売店では

値段の安いノートから売れていく。
エコマークのついたノートがあっても、客は着目してくれない。



エコマークのついたノートを仕入れない。



製造業者では

エコマークのついたノートをつくらなくなる。
※業者は、売れない（利益の出ない）商品をつくらない。

環境は
どうなる？



「どんなものを買いたいかな」と児童・生徒に質問すると、多くの児童・生徒は価格の安いものを買いたいと答えます。しかし、これから私たち消費者は、自分自身のことだけではなく、現在及び将来の社会のことまで考えながら、商品を選択し、環境等に配慮した消費行動をしていかなければなりません。環境に関する学習をした児童・生徒は、環境に配慮した商品選択や消費行動の必要性を理解して日常生活において実践し、持続可能な社会を構築する一員となっていきます。

地球温暖化問題に象徴される地球環境の悪化をくいとめるためには、大量生産・大量消費・大量廃棄型の社会を変えていかなければなりません。また、さまざまな取引が国境を越えて行われていますが、先進国事業者の安値競争の背景には、開発途上国の立場の弱い生産者から不当に安い価格で買いたたいて原材料を仕入れるような取引や劣悪な労働条件による健康被害や児童労働などが行われていることがあります。公正な取引によって市場に提供される商品を増やしていかなければなりません。公正で持続可能な社会の構築が必要です。

参考資料 エシカル消費(倫理的消費)

私たちは毎日、多くの商品を手にしてはいますが、その商品がどこで、誰によって、どんな環境の下で作られているか、その商品の背景のことを考えることはとても少ないのではないのでしょうか。近年、エシカル消費に関心を持つ人が少しずつ増えてきました。エシカル(ethical)とは倫理的という意味です。エシカル消費は、人や社会、環境に配慮した消費行動のことをいいます。

エシカル消費の配慮の対象とその具体例

人	障害者支援につながる商品
社会	フェアトレード商品 寄付付きの商品
環境	エコ商品 リサイクル製品 資源保護等に関する認証がある商品
地域	地産地消 被災地製品
動物福祉 エシカルファッション	

出典：「倫理的消費」調査研究会取りまとめ(平成29年)

消費者庁は、エシカル消費が、より良い社会の形成や日本経済の高品質化を促すということから、「倫理的消費(エシカル消費)普及・啓発活動」を行っており、「エシカル・ラボ」や各地域の取組事例をwebサイトで紹介しています。

消費者には社会的な責任(役割)があります。消費者の買い物は投票行為と同じで、消費者の行動は社会を変えることとなります。毎日の買い物のときに、エシカル消費を意識し実践していくことが、消費者市民社会の形成につながります。

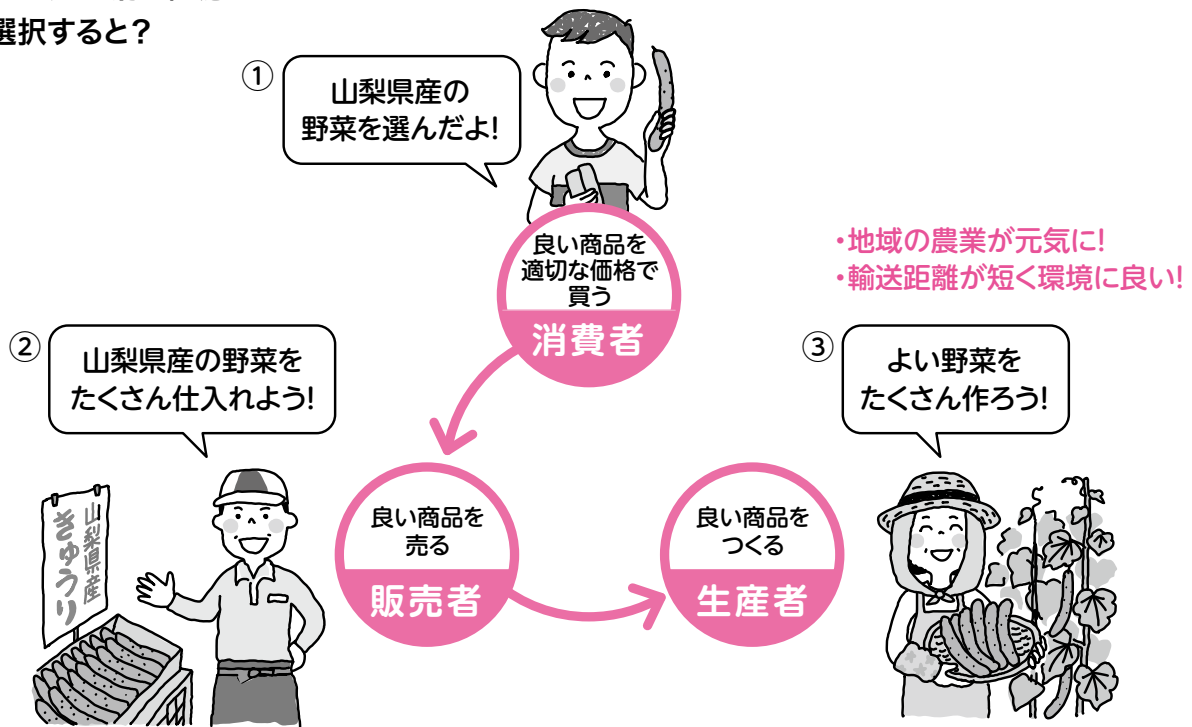
家庭科は、消費者市民社会の形成に参画する消費者の育成を担う、とても重要な教科の1つといえます。

次は、地産地消を例にして、消費者の行動によって社会が変わっていくことを示した図です。

①消費者が、地産地消を考えて地元の農作物を選んで購入すると、②販売者は地元の農作物の取り扱いを増やすようになり、③地元の生産者が品質のよい農作物を多く生産するようになっていきます。地域の農業・産業が活発になり、輸送距離が短くなるため環境にもよい影響を与えます。

このように、良い商品を適切な価格で購入する消費者が増えていくと、良い商品を売る販売者が増え、よい商品をつくる生産者が増えていきます。つまり、消費者の選択が、よりよい商品を社会に流通させ、よりよい社会（消費者市民社会）をつくることにつながります（消費者教育推進法の消費者教育の定義である、「消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画する」ことにつながります。20 頁参照）。

消費者が地産地消に配慮して商品を選択すると？



参考資料 SDGs(エスディージーズ)

消費者教育推進法の消費者市民社会の定義にある「公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する」というのは、全世界で、重要な課題となっています。

SDGs (Sustainable Development Goals) は、2015年の国連総会で採択された持続可能な開発目標のことです。経済・社会・環境をめぐる広範囲な課題について、「誰一人取り残さない」を共通理念に、2030年までに国際社会が達成すべき17の共通目標が設定されています。

SDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」は、持続可能な消費と生産のパターンを確保することを目的としています。エシカル消費を実践していくことは、この目標12を達成していくことになり、さらに、他の目標(例えば目標1、10、13、14、15など)の達成にもつながります。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標

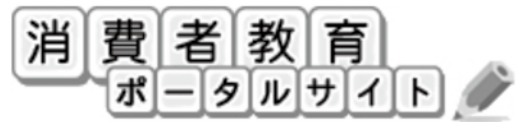


① 消費者教育ポータルサイト

日本で発行されている消費者教育の教材を検索できるサイトが、消費者庁にあります。冊子教材、映像教材、オンライン教材など、すぐにダウンロードして授業の参考にできる良質な教材が多く登録されています。

利用するには、消費者庁のトップページにある「消費者教育ポータルサイト」をクリックします。「ライフステージ」の「小学生期」・「中学生期」と、「消費者教育の重点領域」との組み合わせから、ふさわしい教材が検索できるようになっています。

消費生活に関する教育のヒントが満載!



② 知るぽると（金融広報中央委員会）

お金に関する資料・教材を探すときには、「知るぽると」のwebサイトを見て下さい。「教育関係の方へ」のタブを開くと、金融教育を理解するための基本情報、授業の進め方・実践事例、教材・指導書など、多くの教材がダウンロードできます。



③ 文部科学省 指導者用啓発資料

「いつでも どこでも だれでもできる! 消費者教育のヒント&事例集」(平成27年度)

http://www.mext.go.jp/a_menu/ikusei/syoushisha/detail/1368878.htm

小学校は買い物の仕組み（売買契約など）、中学校は金銭の管理と購入（三者間取引、ネット通販など）の授業の流れの例に、本冊子の参照頁などを示したものです。授業研究にご活用下さい。

1 小学校 買い物の仕組み（売買契約）

目標

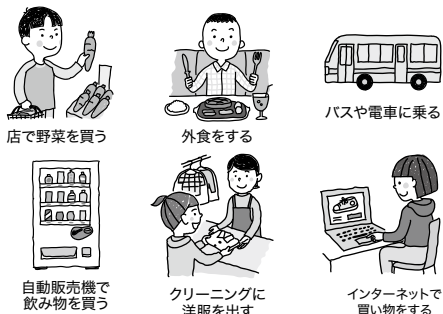
- 売買契約に関する基礎的な知識を身につける。
- 買い物の仕組みを理解し、身近な物の購入場面から、消費者としての自覚をもった消費行動を考える。

授業の流れ(主な学習活動)

1 わたしたちは消費者

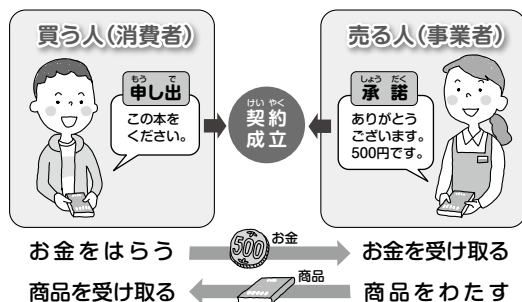
- 「消費者」という言葉を知る
- 消費者の行動にはどのようなものがあるか考える。
- 日常の行動例を通して、私たちは消費者であることを確認する。

<消費者の行動の例>



2 契約について

- 日常の買い物などの行動が、契約であることを理解する。
- 契約クイズを通して、契約と約束の違いを考える。
- 売買契約の基本を理解する。



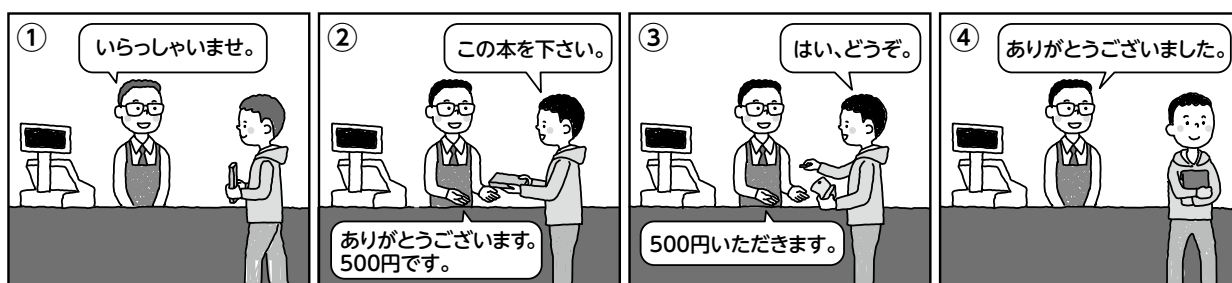
指導上の留意点(資料・参照頁など)

- 消費者とは、お金を払って商品やサービスを買って生活する人と説明し、消費者の行動例を示す。(4頁)
- 契約は法律上の約束であり、日常の買い物は、売買契約であることを説明する。
- 契約クイズ(4頁)
- 契約の成立の図(4頁)
- 契約とは、買う人(消費者)の申し出と売る人(事業者)の承諾によって売買契約が成立することを確認する。
- 買う人(消費者)はお金を払い、売る人(事業者)は商品を渡す義務があることを確認する。
- 現金に代わる支払い方法として、電子マネー(6-7頁)があり、金銭同様に大切に扱うことにも触れる。

授業の流れ(主な学習活動)

3 ロールプレイング

- グループで、ロールプレイング「本屋で買い物」を行う。
- ロールプレイングの本屋の①～④の場面で、契約の成立はどの時点かを考える。(問1)
- 本屋での契約成立後の返品について考える。(問2)
- 買った本のページが抜けていたらどうするか考える。(問3)



4 消費者としての契約について



- お店に返品を断られた理由を考える。
- 自分や家族が買い物で失敗した経験を思い出して、なぜ失敗をしたのか理由を考える。
- 買い物をするときに、消費者として気をつけることを、グループで話し合う。
- 物や金銭を計画的に使うにはどうすればよいか考える。

指導上の留意点(資料・参照頁など)

- ワークシート: 買い物の仕組み(売買契約)について考えよう。
- シナリオ1: 「本屋で買い物」をグループに渡す。(12頁)
※ロールプレイングは児童の実態に合わせてクラス全体で行ってもよい。
※4つの場面のパワーポイントがあり、活用できます。
- ワークシートの設問を通して、契約の基本を理解させる。(12-13頁)
- 商品に不都合があったときのために、契約の証拠となるレシートを必ず受け取ることを確認する。
- 買い物で困ったことが起きた場合には、周りの大人に相談するよう指導する。

- 契約について考えよう。(4-5頁)
- 商品を受け取った後は、消費者の一方的な都合で契約をやめることはできないことを確認する。
- 児童によって家庭生活の状況が異なることから、配慮して取り扱う。
- 本当に必要かどうか、環境などに与える影響など、持続可能な社会の構築の視点から考えさせる。
- 物や金銭の計画的な使い方について、日常の消費生活を振り返らせて、各自の課題に気づくようにする。

※パワーポイント教材(小学校)もあります。

※ワークシート、シナリオ、パワーポイントなどのダウンロードについては1頁参照

2 中学校 金銭の管理と購入

目標

- 購入方法や支払い方法の特徴を理解する。
- 三者間契約やインターネットを介した通信販売の利点と問題点を理解する。

授業の流れ(主な学習活動)

1 小学校の復習

- 現金による契約の学習内容を振り返る。

2 多様な購入方法

- 商品を購入するとき、どんな購入方法があるか発表する。
- 店舗販売と無店舗販売の特徴を考える。

3 多様な支払い方法

- キャッシュレスで買い物などをした経験を発表する。



- 支払い方法は、支払時期により3つの方法(前払い、即時払い、後払い)の違いを知り、それぞれの特徴を理解する。
- 多様な支払い方法に応じた計画的な金銭管理の必要性を理解する。

指導上の留意点(資料・参照頁など)

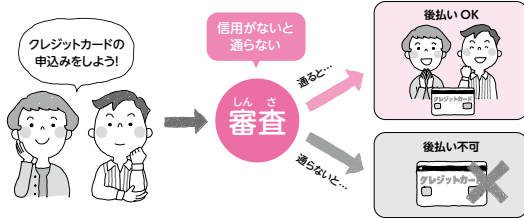
- 小学校の買い物の仕組み(売買契約の成立など)の学習内容を復習する。(4-5頁、26-27頁)
- インターネットを介した通信販売の利用が多くなっていることを取り上げる。(6頁)
- 生徒や教師自身の経験などから、店舗販売と無店舗販売の特徴を考えさせる。
- キャッシュレス化の進行(6-7頁)
- 電子マネーやクレジットカードなどのキャッシュレス決済が増加していることに気付かせる。
- 前払い、即時払い、後払い(7頁)
- 様々なカードの特徴を説明する。
- 多様な支払い方法があり、現金以外の見えない支出があることに気付かせ、計画的な金銭管理の必要性を理解させる。(6-7頁)

授業の流れ(主な学習活動)

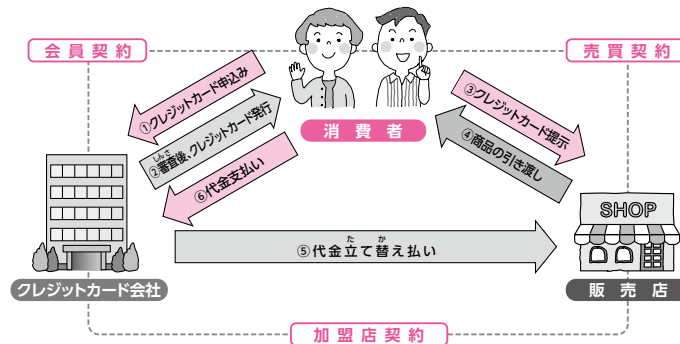
指導上の留意点(資料・参照頁など)

4 クレジットカードについて

- クレジットカードは、なぜ後払いができるのか理解する。



- クレジットカードによる三者間契約の仕組みを理解する。



- クレジットカード決済の長所と短所を考える。
- クレジットカードの使い方の注意点について、グループで話し合う。

- カード会社が購入代金を立て替える仕組みで、これは個人の信用を前提に成り立つ後払いであることを説明する。(8-9頁)
- クレジットカードは計画的に利用する必要があることを伝える。(10-11頁)

- 三者間契約の図
※番号順に示すパワーポイントも活用できます。

- 現金による即時払いとクレジットによる後払いを比較しながら、利点や問題点について考えさせる。

5 ロールプレイング

- グループで、ロールプレイング「ネットショッピング(スニーカーを買う)」を行う。
- インターネットを介した通信販売は、売買契約であること、クーリング・オフ制度は適用されないこと、クレジットカードによる支払いは三者間契約であることを理解する。
- スニーカーを店で購入する場合と、ネットショップで購入する場合の長所と短所を考える。
- ネット通販のトラブル事例を読み、考えたことを発表する。
- インターネットを介した通信販売を利用するときの注意点について、グループで話し合う。

- ワークシート:インターネットの通信販売について考えよう。
- シナリオ2:ネットショッピング(スニーカーを買う)を、グループに渡す。(13-15頁)
- シナリオの用語(クーリング・オフ制度、利用規約、返品特約、ジャドママーク、クレジットカードの支払い方法など)を確認する。
- 通信販売は、クーリング・オフ制度が適用されないことを確認する。
- ロールプレイングの内容や生徒の経験から考えさせる。
- 消費生活センターの相談事例(ワークシートに掲載)
- 消費者支援のための相談機関(消費生活センター)があることを知らせる。(18-19頁)
- ネットショップを選ぶときや注文するとき、商品を受け取るときなど、いろいろな場面での注意点を考えさせる。

※授業の流れに沿ったパワーポイント(中学校)を使用することもできます。
※ワークシート・シナリオ、パワーポイントなどのダウンロードについては1頁参照

① 山梨県県民生活センター

山梨県県民生活センターの「出前講座」


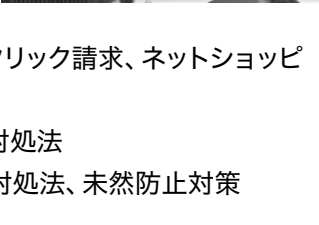
山梨県県民生活センターでは、身近な法律相談、消費生活相談窓口だけでなく、消費生活に関する知識の啓発、情報の収集・提供を行っています。さらに、相談窓口の充実・強化を図り、消費者教育、消費者被害防止等の普及啓発に取り組んでいます。

平成26年3月には「やまなし消費者教育推進計画 ～公正で持続可能な社会の実現に向けた消費者教育の推進～」、平成28年3月には「山梨県消費者基本計画」が策定され、当センターでは消費者教育の一環として、消費生活に関する様々な情報を提供し、消費生活におけるトラブルを未然に防止するため、「出前講座」を実施しています。

「出前講座」は、ライフステージや学校・地域など場の特性や、ニーズに合わせた内容とし、専門的な知識をもった消費生活相談員、相談・啓発スタッフが講師となり、わかりやすい構成としています。

講座対象と内容の一例は以下の通りです。

1 出前講座の実績

対 象	講 座 例
<p>学校関係向け</p> <p>大学、高校、中学校、小学校、特別支援学校の授業やオリエンテーション 就業支援センターの授業 職員研修会 保護者会、親子学習会 学童保育 など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●若者を狙う消費者トラブルの事例と対処法(アポイントメントセールス、マルチ商法、キャッチセールス、ネットショッピング、クレジットカード、契約、クーリング・オフなどについて) ●インターネットトラブルとネット使用のルールづくり(依存症、課金、個人情報の流出、架空請求、フィルタリング機能、親子で考えるルールなどについて) ●じょうずに使おうものやお金 ●エネルギーのむだ使いについて考えよう ●実践につなげる消費者教育 など 
<p>一般向け</p> <p>公民館・区民会館活動 市民講座、地域講座 高齢者学級 ことぶき勸学院 デイサービスセンター職員研修会 民生委員、ケアマネージャーの研修会 事業者団体の研修会 見守り研修会 など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●消費者を狙う悪質商法の手口と対処法(電話詐欺、点検商法、訪問購入、架空請求など) ●インターネットトラブル(架空請求、ワンクリック請求、ネットショッピングなど) ●障がいをもった方の消費者トラブルへの対処法 ●見守りの立場からの消費者トラブルへの対処法、未然防止対策 ●食品ロス ●景品表示、食品表示の知識と見方 ●家庭内の事故 ●消費者市民社会の一員として など 

2

小学校向け講座の紹介（パワーポイントの抜粋より）

①「小学生とネットトラブル」 対象学年：高学年

インターネットのトラブル

- ・ ネット依存症(いぞんしょう)
- ・ 個人情報の流出(りゅうしゅつ)
- ・ 書き込み、いじめ
- ・ マナー違反(いはん)
- ・ 高額な利用料金の請求(せいきゅう)
- ・ 架空請求(かくうせいきゅう)
- ・ アダルトサイトトラブル
- ・ SNSを利用した犯罪

などの危険性がある!

【ネットトラブルの危険】

家庭のルール 親と話してつくるルール

～ペアレンタルコントロール～

- ・ 使う目的をしっかりと確認
親から借りて使わせてもらっている
- ・ 親と一緒にサービスを確認
リスクを知る
- ・ 親と一緒に利用状況を確認
こまめに今のようすを知る

スマホ・
携帯だけ
でなく
ゲーム機
も!

【家庭でのルールづくりの推奨】

- ルール例**
- 利用する時間を決める。
 - 夜ねる時はリビングに置く。
 - 食事中は利用しない。
 - なくした場合は、保護者(ほごしゃ)にすぐに連絡する。
 - 個人情報は絶対に教えない・書き込まない。
 - 他人を傷つけることや迷惑(めいわく)なことを書かない。
 - サイトで知り合った人とは絶対に会わない。
 - 貸し借りをしない。
 - 使い方について定期的に保護者(ほごしゃ)と話し合いをする。
 - フィルタリングやセキュリティの設定(せってい)と更新(こうしん)をする。
 - 利用状況を確認(かくにん)したり見直したりする。

【家庭でのネット利用のルール例】

講座の中では、得られた情報が必ずしも正しいとは限らないこと、情報機器の使用内容や方法については保護者とともに考え、成長とともに自分で考えていくことができるようにすること、困ったことがあったら身近な人に相談するトラブル対応能力を身につけていくことに重点を置いています。

②「上手にお金とお金もの ～買い物名人をめざそう～」 対象学年：高学年

1. お金や物の使い方をふりかえてみよう

- ①「これほしいな」と思ったら、必要かどうか考えないで買ったことがある。(はい いいえ)
- ②同じような物があるのに、買ってしまったことがある。(はい いいえ)
- ③こわれたからと、すぐに新しい物を買ったことがある。(はい いいえ)
- ④まだ使えるのに、使わなくなってしまった物がある。(はい いいえ)
- ⑤ていねいに使わないで、もったいない使い方をしてしまった物がある。(はい いいえ)

【自分の生活の振り返り】

どれを選びますか？

○ノートを買います。どれを選びますか。理由も考えましょう。



- ①かわいいキャラクター ②エコマークがついている ③56ページで安い
①100円 ②120円 ③56ページで400円

【品物を選ぶときの基準】

アクティブ・ラーニング

「買い物名人3か条」を作ろう！

*今日の学習や家の人へのインタビューを元にして、買い物名人3か条を作りましょう。

考える視点 買い物に行く前
買い物をしている時(選ぶ時)
買ってお金を支払っている時
使うとき

【グループで意見交換】

商品を購入する際にどんなことに気をつける必要があるかを考えたり、買い物疑似体験をし、グループで考えを出し合ったりします。消費者としての行動を考え、お金や物を上手に使えるように担当の先生と打ち合わせを行い授業を構成していきます。

3

出前講座の申込み方法

ステップ1
仮予約

ステップ2
申請書提出

講座実施

ステップ3
報告書提出

講座は **無料**

電話で、日時、場所、講座内容の要望などをお伝えください。

山梨県民生活センター(月～金 8:30～17:15)

055-223-1571

「申請書」に必要事項を記入して、郵送してください。
正式な予約となります。

【申請書】

「山梨県ホームページ」>「暮らし・防災」>「消費生活」>
「消費者教育」>「消費者啓発のための出前講座」

出前講座修了後、【報告書】に記入し、郵送してください。

② 甲府市消費生活センター

はい! 甲府市消費生活センターです



どんなところ?

「市民のための消費生活相談を行う窓口」です。

専門の消費生活相談員が、商品やサービスの契約トラブルなど消費生活に関する相談を受け付け、問題解決のための情報の提供や助言を行います。また、自主交渉では、解決が困難な場合は、業者とのあっせん（話し合いによる調整）などを行います。

必要に応じて弁護士による法律相談も行います。

相談は無料で、秘密は守られます。電話でも来所でもOK!お気軽にご相談ください。



消費者庁イラスト集より



他には何してるの?

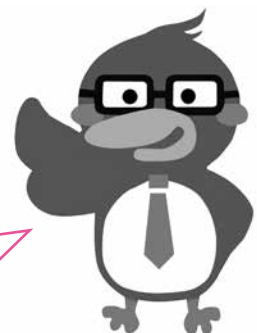
- 「消費者問題出前講座」 <楽しく学んですぐに役立つ>
高齢者学級・自治会・いきいきサロン・見守りの方々・学校・PTA等受講対象者に応じ、相談事例を題材に消費者トラブルの未然防止と被害救済について分かりやすくお話しします。(無料)
<講座内容例>
・めざそう!賢い消費者 ・インターネットでのトラブル ・消費者の権利と責任
・高齢者の消費者トラブル・気づいて、つないで、防ごう!消費者被害
- 「消費者フェスティバル」
毎年、甲府市内の小学校・中学校・一般から消費者川柳を募集し、優秀作品の発表及び入賞者の表彰式を開催しています。賢い消費者を目指してパネル展示やゲーム、クイズ等を行います。
- 「エフエム甲府」
毎月第3月曜日、相談員がラジオに生出演し、最新の消費者被害への注意喚起と情報の提供を行っています。
- 「広報こうふ」に隔月で「目指そう!賢い消費者!!〜ストップ!悪質商法〜」を連載しています。
- 甲府市消費者安全確保地域協議会による見守り活動を行っています。(詳細は後述)
- 消費生活情報サイトによる市民への情報提供・注意喚起を行っています。

市民の皆様が安全で安心して暮らせるように、甲府市消費生活センターに寄せられる消費生活や悪質商法に関する相談事例やアドバイスなどを、
「甲府市消費生活センター消費生活情報サイト」
に掲載しています。

甲府市消費生活センター

検索

QRコード



イメージキャラクター
「案内人 かわせみくん」

甲府市消費生活センター ☎ 055-237-5309

〒400-8585 甲府市丸の内一丁目18番1号 甲府市役所本庁舎4階

【相談時間】午前9時～午後4時(土・日・祝日・年末年始はお休みです)

*水曜日は午前9時～午後6時まで受け付けています。



地域の方々の見守りが、消費者被害を防ぎます

「地域で見守り」

高齢者等の消費者被害の未然防止や早期発見には、地域社会全体で見守り、支援することが求められています。

高齢者等と日常的に接している身近な方々が、高齢者等の変化に**気づき**、**声かけ**を行い、関係機関に**つなぐ**ことが重要です。

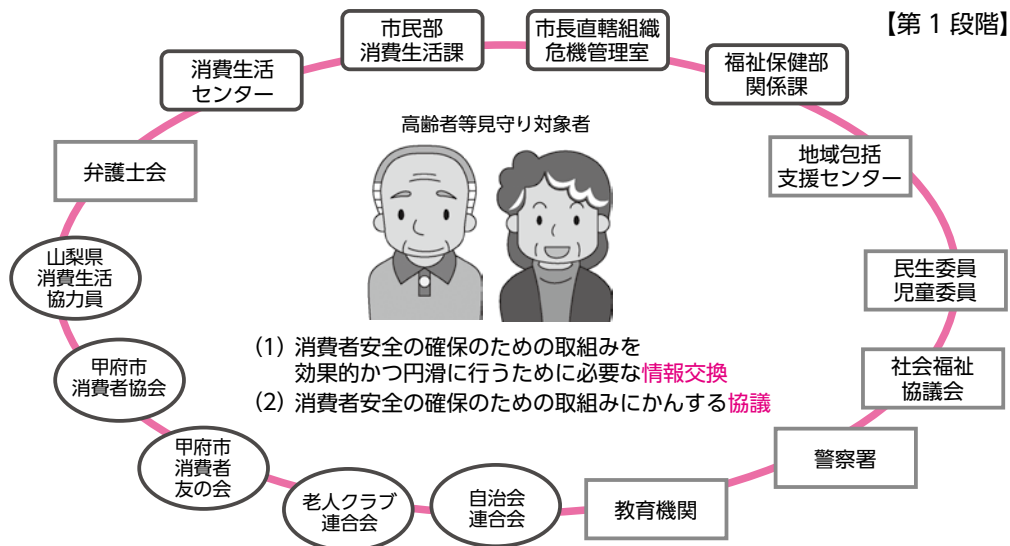
- ①気づき・・・「何か様子がいつもと違う」と変化に気づく
- ②声かけ・・・さりげなく事情を聞いてみる
- ③つなぐ・・・本人の意思を確認し、関係機関に情報提供する

【甲府市消費者安全確保地域協議会】

社会問題となっている電話詐欺や悪質商法等の消費者問題の現状を踏まえ、高齢者等の消費者被害に対する未然防止や救済のため、地域や関係機関等の見守りネットワークの構築を目的として、平成28年12月に設置されました。

協議会では、消費者の安全確保のための取組みに関する協議や、消費者被害の具体的な事例を共有し、防止するための連携等について検討を行っています。

甲府市消費者安全確保地域協議会における連携



● 見守りサポーター養成講座の開催

今後は、高齢者を見守る担い手を見つけ、育成していくことが重要となります。

消費者被害の見守りに特化した意識付けやスキルの向上を図るため、平成30年度より「見守りサポーター養成講座」を開催しており、第1回目は、高齢者を業務上見守る立場にある協議会構成団体に所属する担当者を対象に実施しました。

③ 山梨県金融広報委員会

☆山梨県金融広報委員会(知るぽると山梨)とは…

山梨県金融広報委員会は、「お金についての情報を、もっと暮らしに役立ててほしい。そのために必要な情報をわかりやすく届けたい。」そんな思いで活動している中立・公正な団体です。

山梨県教育委員会や金融団体などの支援を受けながら、山梨県、財務省関東財務局甲府財務事務所、日本銀行甲府支店(事務局)が協力し、金融経済に関する学習の支援や情報の提供を行い、金融リテラシーの向上を目指しています。

☆「金融リテラシー調査※」の結果から

金融広報中央委員会が2016年6月に公表した「金融リテラシー調査」の結果(正誤問題の正答率)をみると、

- ・「金融教育をうけていない」学生は各調査項目で低く、「金融教育を受けた」学生の正答率が高い。(図1)
- ・正誤問題の正答率が高い県は金融トラブル経験者の割合が相対的に低く、正答率の低い県は、金融トラブル経験者の割合が相対的に高い。(図2)

ということがうかがえます。

金融知識を身に付けることは、健全で豊かな生活を送るための基本であり、それは、金融トラブルを回避することにも繋がるほか、近年のインターネット等による急激な環境変化や成年年齢引き下げを考えると、これまでも増して早い段階からの金融教育の重要性が高まっています。

図1 金融教育を受けた学生の特徴

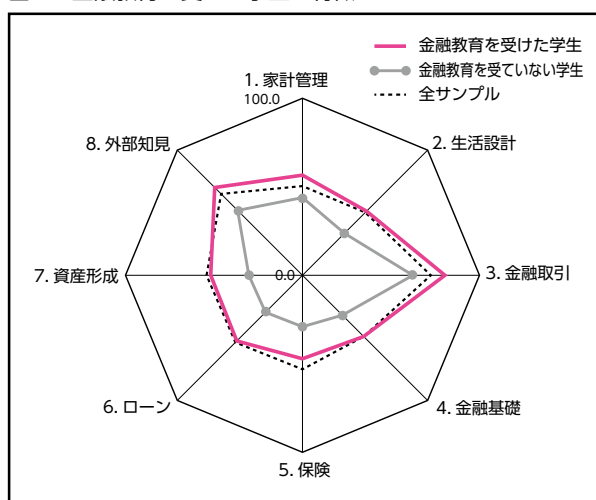
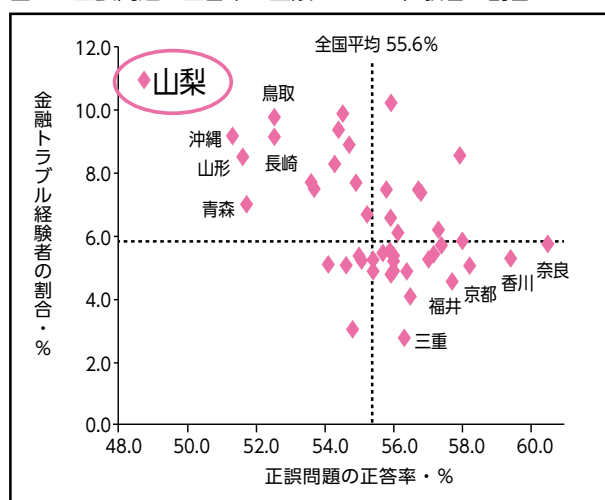


図2 正誤問題の正答率と金融トラブル経験者の割合



※金融広報中央委員会が、わが国における個人の金融リテラシー(お金の知識・判断力)の現状を把握するため、18歳~79歳の25,000人を対象に、インターネットによるアンケート調査を実施(2016年2月~3月)。詳細は、「知るぽると(金融広報中央委員会)」のホームページに掲載しています。

☆生活スキルとして最低限身に付けるべき「金融リテラシー・マップ」

小学生から高齢者まで9つの年齢層に分け、各層でどのようなリテラシーを身に付けるべきか、体系的かつ具体的に記述した一覧表です。小学生から高校生までの部分については、学習指導要領または同解説に示された教科等の内容が反映され、総合的な学習の時間および特別活動において実践されてきたものなど学習指導要領や同解説に記述がないものも含まれています。より効果的・効率的に金融教育を推進するため、金融教育を指導する立場にある方に是非ご利用いただきたい内容です。

詳細は、「知るぽると(金融広報中央委員会)」のホームページに掲載しています。

山梨県金融広報委員会の主な活動紹介

授業・研修会・地域の学習会等へ講師を派遣(無料)

学校の授業、教員研修会、保護者会、地域子どもクラブなどの各種学習会等に無料で講師を派遣します。講師は、金融広報活動の第一線指導者である山梨県金融広報アドバイザーのほか、内容に応じ、連携機関からも派遣します。講座等の主なテーマについては、「知るぽると山梨」ホームページを参考にしてください。



資料・教材等の提供

刊行物の無償提供（一部有料のものもあります）、DVD・ビデオの貸出をしています。詳しくは「知るぽると」ホームページをご覧ください。

【無償刊行物の一例】



おこづかい帳



小中学生向け

【金融教育教材の一例】

技術・家庭科(家庭分野)
生活に必要な金銭の流れを理解し、消費行動を見直そう
—「見えないお金」が見えてくる!—
金銭管理、契約、消費者被害やキャッシュレス化の進行に伴う多様な購入方法や支払い方法の仕組みなどを理解していただくことを目的に作成したワークシート形式の教材です。



中学生向け
(指導書もあります)

ホームページのご案内

金融教育について知りたい!そんな時は、まず覗いてみてください。
たくさんの情報をきめ細かく掲載し、聞きたかったこと、知らなかつたことを解説しています。



知るぽると

で検索 **金融広報中央委員会**
<https://www.shiruporuto.jp/>

一般、教育関係者別に知りたい情報が検索しやすくなっています。金融教育の進め方や教材、刊行物の請求方法、ビデオ・DVDの貸出情報、各種統計資料、子どもから大人まで楽しみながら学べるクイズなどの情報満載です。



知るぽると山梨

で検索 **山梨県金融広報委員会**

<http://www3.boj.or.jp/kofu/kinkoui/kinyamanashi.html>

山梨県金融広報委員会のイベント情報、各種講座や講師の紹介、講師の派遣方法、刊行物の配付などの情報を提供しています。

知るぽると 山梨
山梨県金融広報委員会

お気軽にお問い合わせ・ご相談ください!

〒400-0032 甲府市中央 1-11-31 (日本銀行甲府支店内)
TEL 055-227-2419 FAX 055-220-1073

④ 特定非営利活動法人(NPO 法人)やまなし消費者支援ネット

「やまなし消費者支援ネット」は、山梨県内で「適格消費者団体」を目指す消費者団体です。

消費者と事業者の間には、大きな力の格差があります。(16 頁参照) そのため、消費者を支援する制度があり、その1つが「消費者団体訴訟制度」です。「消費者団体訴訟制度」とは、内閣総理大臣が認定した消費者団体が、個人の消費者に代わり、事業者に対して訴訟等をおこなうことができる制度です。

参考資料 消費者団体訴訟制度

内閣総理大臣が認定した消費者団体が、消費者に代わって事業者に対して訴訟等を行うことができる制度をいいます。

民事訴訟の原則的な考え方では、被害者である消費者が、加害者である事業者を訴えることとなりますが、①消費者と事業者の間には情報の質・量・交渉力の格差があること、②訴訟には時間・費用・労力がかかり、少額被害の回復に見合わないこと、③個別のトラブルが回復されても、同種のトラブルがなくなるわけではないことなどから、内閣総理大臣が認定した消費者団体に特別な権限を付与したものです。

具体的には、事業者の不当な行為に対して、内閣総理大臣が認定した適格消費者団体が、不特定多数の消費者の利益を擁護するために、差止めを求めることができる制度(差止請求)と、不当な事業者に対して、適格消費者団体の中から内閣総理大臣が新たに認定した特定適格消費者団体が、消費者に代わって被害の集団的な回復を求めることができる制度(被害回復)があります。

出典:消費者庁「消費者団体訴訟制度とは」

TOP 設立趣旨 組織概要 活動内容 会員募集 被害情報提供のお願い 行政相談窓口

特定非営利活動法人

やまなし消費者支援ネット



みんなが安心して
暮らせる社会へ

やまなし消費者支援ネットのwebサイト

～やまなし消費者支援ネットの活動～

- 消費者被害の未然防止
- 消費者被害救済のための調査・研究
- 消費者講座・学習会、啓発事業
- 消費者政策に関する提言
- 事業者の不当行為の差止めや是正申し入れ

皆様からの情報提供が
消費者被害の防止に役立ちます。

やまなし消費者支援ネットでは、消費者の皆様から、消費者トラブルや被害情報を受け付け、被害予防に役立てています。当ネットでは、提供情報を検討委員会で調査検討し、事業者の不当な活動が判明した場合には、それを中止・是正するよう申し入れを行います。

小学校・中学校における消費者教育

～成年年齢引き下げを見据えた指導のために～

文部科学省生涯学習政策局「平成30年度 連携・協働による消費者教育推進事業」における消費者教育推進のための実証的共同研究事業推進担当者 山梨大学大学院総合研究部教育学域 神山久美
〒400-8510 山梨県甲府市武田4-4-37

発行 2019年2月

印刷 株式会社サンニチ印刷



