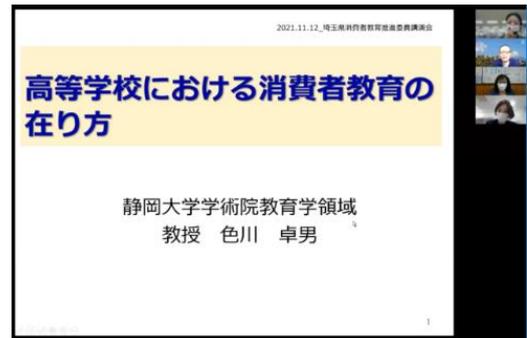


(1) オンライン講演会の記録

高等学校における消費者教育の在り方
静岡大学学術院教育学領域
教授 色川 卓男



I 「成年年齢引き下げ」と消費者教育

令和4年4月から、高校では、18歳が成人として扱われるので、未成年の契約取消ができなくなるのが1番大きな課題となっている。国としては、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、成年年齢引下げに伴う消費者教育全力キャンペーンを実施し、消費者教育の充実を図るよう推進している。

実際に、私の授業を受講している大学生に対して、「今まで消費者教育を受講したか？」と質問をすると78%が「受講経験あり」と回答し、年々増加傾向にある。学習した内容としては、主に「情報リテラシー」、「クーリング・オフ」、「持続可能な社会」等が相対的に多かった一方、「家計管理・資産形成」や「消費者行政」についての受講経験が少なかった。消費者庁（徳島）の調査によると、契約知識の定着率が相対的に低いという結果もあり、成年年齢引下げの課題は、これまでの消費者教育の普及・定着問題ともいえるのである。そこでは改めてどのような体制整備が必要なのか、また何をどのように教えるべきかが重要となる。

II 消費者教育の推進体制と学校との連携について

消費者教育推進法(2012)により、消費者行政が、消費者の自立を支援するために、学校の消費者教育への関わりを強めるようになってきた。消費者行政は、消費者教育の担い手育成及び支援、消費者教育のコーディネーターの活用により消費者教育の充実を目指した。

消費者教育推進会議は「学校における消費者教育の充実に向けて」(2016)を示しており、ここでは時間数の確保、教員の指導力向上、最新の消費者問題を知るための外部人材の活用の提案をしているが、このような課題は、古くは国民生活審議会答申(1966)等で以前から指摘されており、現在まで解決に至らなかったことを示している。現在の地方消費者行政部局による学校への関わり方としては、主に出前講座数の増加、教材作成等が挙げられる。私の研究室で行った政令市への調査によると、出前講座、教材を連携して作成、教員研修、コーディネーターの活用は、徐々に高まってきている。中核市だが、市内全ての中学校を対象にして出前講座を実施している事例もある。また、出前講座で効果があった事例としては、生徒に消費生活センターへ実際に電話をさせるロールプレイングがある。このロールプレイングでは、実際に相談するとどういったやりとりになるのかを生徒たちはイメージできるというメリットがある。また、教員との教材作成もある。しかし、教材の評価は、その多くが利用率の集計にとどまっており、それを利用した効果についてはほとんど検証されていない。

そもそも地方消費者行政部局が学校での消費者教育の推進に向けて先生方に関わる場合に基本的に考えておくべきことは、あくまで学校では先生方が主役であるということである。出前講座等も一定の意義があるが、消費者教育全体の授業時間からすれば、ごく一部に過ぎない。その他多くの時間は先生方が担っている。その意味で地方消費者行政部局に求められているものは、先生方の疑問等を解決するレファレンス機能であり、「教材を探している時や調べたいことがある時はお気軽に職員までお尋ねください」と言える体制作りが重要となる。

Ⅲ 何を教えるか

自立した消費者とは、被害に遭わない消費者、合理的意思決定ができる消費者、社会の一員として、よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に参画する消費者である。これに基づいて、消費者庁が「消費者教育の体系イメージマップ」を作成している。このような目標を参考に授業を組み立てると良い。その際には、教科連携をすると幅広く教えることができる。

もう少し具体的に、現在社会の状況・仕組みを考慮すると、消費者に具体的に求められている能力が以下のとおり3つある。

(1) 自ら動いて消費者問題を解決する能力

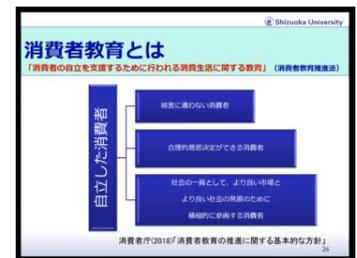
消費者契約法等は民事ルールなので、消費生活センターなどに相談する等自ら行動する能力が求められている。

(2) お金を管理し、資産を形成する能力

ライフステージを設計する際に、家計を管理する能力や適切な金融商品を選択できる能力等が必要になる。

(3) 持続可能な社会を実現するために、積極的に参画する能力

持続可能な社会を実現するために自分がどのように社会に関わるか。



これらの3つの能力を身に付けるために、消費者教育が必要になる。

中央教育審議会答申(H28)を踏まえ、関連する各教科等(家庭科、技術・家庭科、社会科、公民科等)において、引き続き消費者教育に関する内容を規定するとともに、現行の規定に加え、内容を更に充実している。

小学校の学習指導要領における消費者教育に関しては、以下の内容が充実箇所となっている。

家庭科

- ・ 買い物の仕組み、売買契約の基礎
- ・ 物や金銭の使い方と買い物について、消費者の役割が分かること

社会科

- ・ 販売の仕事が消費者の多様な願いを踏まえ売り上げを高めるよう、工夫して行われていること

中学校の学習指導要領における消費者教育に関しては、以下の内容が充実箇所となっている。

家庭科

- ・ 購入方法や支払い方法の特徴、計画的な金銭管理の必要性、クレジットなどの三者間契約
- ・ 売買契約の仕組み、消費者被害の背景とその対応
- ・ 自立した消費者として責任ある消費行動を考え、工夫すること

社会科

- ・ 市場の働きと経済に関連して、希少性に注目すること
- ・ 個人や企業の経済活動における役割と責任
- ・ 消費者の保護と、それらの意義を理解すること

高等学校の学習指導要領における消費者教育に関しては、以下の内容が充実箇所となっている。

家庭科（家庭基礎）

- ・消費行動における意思決定や契約の重要性、消費者保護の仕組みについて理解すること
- ・自立した消費者として、生活情報を活用し、適切な意思決定に基づいて行動することや責任ある消費について消費について考察し、工夫すること

家庭科（家庭総合）

- ・キャッシュレス社会が家計に与える利便性と問題点
- ・契約の重要性や消費者保護の仕組みについて理解を深めること
- ・自立した消費者として、生活情報を活用し、適切な意思決定に基づいて行動できるよう考察し、責任ある消費について工夫すること

公民科（公共）

- ・多様な契約及び消費者の権利と責任、私法に関する基本的な考え方

このように、今回の改訂から小中高と系統的に消費者教育を教えるようになっている。

具体的には、それぞれどのように教えるべきかが問われるが、ここでは例として以下の4つをあげる。

(1) 契約の何を教えるか

例えば「契約はいつ成立するのか？」は一見簡単そうであるが、間違える生徒も多い。間違ってしまう理由の一つとして、契約をプロセスとして理解していないためではないかと考えられる。契約は、当事者同士の意思表示、一方による「申込み」の意思と、他方による「承諾」の意思が合致することによって成立する。その後、消費者側は代金を支払い、店側は適切な商品を渡すことで契約が「終了」する。このように契約にはプロセスがあり、その出発点が契約の「成立」なのである。店側に落ち度がない場合には、消費者が一方向的に契約を解除できないが、特に消費者側がトラブルに遭いそうな特定の商法については、クーリング・オフが制度化されている。

また通信販売において「契約をやめる」については、「クーリング・オフができない」と教えるのではなく、「制度は無いが、返品特約の規定があるため、ルール（利用規約）を注文前に必ず確認する」と教えることが重要である。

トラブル対応の考え方としては、「特定商取引法」が使えなかったら、「消費者契約法」、「民法」とプロセスを踏んでいくため、法律の名称よりも法律同士の関係を理解させる必要がある。

(2) 消費者問題の何を教えるか

消費者問題を教える場合に、消費者問題の事例と歴史を取り上げた上で、消費者の権利と繋げたらどうか。現代の消費社会は、大量生産したものを大量消費することで、大量の消費者問題が引き起こされている社会である。生徒に具体的なイメージを持たせるために、年間5～6兆円と推計される消費者被害・トラブル額を示すのも考えられる。

そして現代の消費者問題は、1960年代から出てきた商品の品質問題、販売方法や契約・解約問題、資産形成問題、環境・IT問題と幅広い問題が出てきている。そのため、指導する際は、具体的な問題事例（例：森永ヒ素ミルク事件、ニセ牛缶事件、豊田商事等）を取り上げながら、このような消費者問題の社会問題化から「消費者の権利」の確立に繋がることを抑える必要がある。

(3) 消費者保護の仕組みの何を教えるか

消費者問題は、市場における事業者と消費者の情報力、交渉力等における格差に由来するので、その是正することが必要である。そのため消費者行政の目的は、消費者と事業者との間の実質的な平等を実現することである。その実質的平等をもたらす手段として、事業者の活動を規制する規制行政、消費者を支援する支援行政がある。これを消費者側から整理すると、「社会が消費者を守る」、「自分で守る」とまとめられる。「社会が消費者を守る」機関としては、消費生活センター、消費者庁、適格消費者団体等がある。

(4) 資産運用の何を教えるか

資産運用については、まずは普段の家計をコントロールできる能力の育成を出発点にして、金融リテラシー（金融や経済に関する知識や判断力のこと）の重要な一つとして教えると良い。ここでいう「金融リテラシー」とは、いわゆるお金儲けを教えることではなく、お金儲けがいかに大変なのかが理解できる内容になっていることが必要である。それが現実だからだ。そして教えるべき重要なキーワードとしては、以下の6点が挙げられる。

- | | | |
|---------|------------|--------|
| ・ 収支の管理 | ・ リスクとリターン | ・ 長期投資 |
| ・ 金利 | ・ 各金融商品の特徴 | ・ 分散投資 |

そして「どのような金融商品を選ぶか」は、私たちの社会参画の一つとなるという事も教える。例えば、ESG投資は、従来の財務情報だけでなく、環境（Environment）・社会（Social）・ガバナンス（Governance）の要素も考慮した投資であり、SDGsと合わせて注目されている。

IV 終わりにあたって

- ・ 成年年齢の引下げという契機は、消費者教育の在り方を振り返る機会となる。
- ・ 消費生活センターは、学校を支援するのも仕事になっているので、上手に連携する。
- ・ 契約について教える際は、プロセスを踏まえた工夫が必要である。
- ・ 消費者問題は事例を取り上げながら、消費者の権利が確立していくプロセスで理解させる。
- ・ 消費者保護制度については、消費者と事業者との格差を理解させた上で、諸機関の機能を理解させる。
- ・ 資産運用については、金融リテラシーの一つとして教える。
- ・ 制度や法も、常に暫定的であるため、私たちの意思で変えることができるという社会参画の側面についても理解をさせておくことも重要である。

【有益な副教材等のリスト】

- ・ 「くらしの豆知識」最新年版 国民生活センター
- ・ 大阪府「消費者教育のための消費者法ガイド」
<https://www.pref.osaka.lg.jp/attach/395/00315288/gaido.pdf>
- ・ 岡山県「知っておきたい契約・取引の知識」
<https://www.pref.okayama.jp/uploaded/attachment/162081.pdf>
- ・ 金融経済教育推進会議「金融リテラシー啓発用共通教材『コアコンテンツ』」
https://www.shiruporuto.jp/public/document/container/daigaku_core/

