

平成 29 年度徳島県における  
「社会への扉」を活用した授業の実施効果  
に関する調査報告書

徳島県内全ての高等学校等の生徒を対象としたアンケート調査から

平成 30 年 9 月  
消 費 者 庁

# 目 次

---

## 第1章 アンケート調査について

1-1	目的	1
1-2	調査の概要	2
1-3	調査項目	3
	(1) 消費生活に関する知識	4
	(2) 自立した消費者としての意識	4
	(3) 自由記述	4
1-4	調査結果の見方	4

## 第2章 アンケート調査の結果

2-1	回答者の概要	5
	(1) 性別	5
	(2) 学年	5
	(3) 授業科目	6
2-2	消費生活に関する知識（消費生活クイズ）	7
	(1) 設問ごとの正答率	7
	(2) 全体の傾向	19
2-3	自立した消費者としての意識（消費生活についてのアンケート）	21
	(1) 項目ごとの傾向	21
	(2) 全体の傾向	33

## 参 考 資 料

1.	アンケート集計表	1
2.	授業前後の変化に関する統計的検定結果	9
3.	アンケート調査票（授業前調査）	10
4.	アンケート調査票（授業後調査）	12
5.	消費生活クイズ回答	14

## 第1章 アンケート調査について

### 1-1 目的

我が国では、平成30年6月13日に民法が改正され、平成34年4月1日から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることとなった。これにより、現在20歳まで認められていた未成年者契約の取消しについても18歳未満までとなり、高校生であっても18歳から契約の責任を自ら負うこととなる。また、若年者は消費者被害に巻き込まれやすいことや、知らず知らずのうちに消費者被害に係る犯罪の加害者に加担することもあり得ることからも、若年者に対する消費者教育の一層の推進が喫緊の課題となっている。

このような状況を踏まえ、消費者庁では、平成29年3月に消費者教育の推進に関する法律の目的、基本理念を考慮し、主に高校生を対象とした消費者教育教材「社会への扉」を作成した。「社会への扉」は、近い将来、成人として消費生活を送る上で、最低限必要な「契約」、「お金」、「暮らしの安全」に関する知識を習得し、消費者トラブルに遭ったときは、消費生活センターに相談する等、適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を育むことを目的としている。

なお、消費者庁では、実践的な「若年者への消費者教育」の実施を推進するため、消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁の4省庁関係局長連絡会議を開催し、平成30年度から平成32年度までの3年間を集中強化期間とする「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」を策定し、「社会への扉」を平成32年度には全都道府県の全ての高等学校、特別支援学校、高等専門学校（以下「高等学校等」という。）で活用することを目指しているところである。

消費者庁 消費者行政新未来創造オフィスでは、若年者向け消費者教育の取組の一環として、徳島県、徳島県教育委員会を始めとした徳島県内の各高等学校等の協力の下、徳島県内全ての高等学校等に対し、「社会への扉」を活用した授業を実施していただいた。

本調査は、「社会への扉」を活用した授業の実施前後に徳島県内の生徒に対して行ったアンケートから、生徒の消費生活に関する知識や意識の変化を把握するとともに、調査を通じて得られた結果を若年者の消費者教育の一層の推進に向けた政策の企画・立案にいかすことを目的として実施したものである。

## 第1章 アンケート調査について

### 1-2 調査の概要

調査の概要は、図表1のとおりである。

図表1 調査の概要

調査対象者	徳島県内の全ての高等学校等56校の原則第1学年（※1）の生徒 6,858名（平成29年5月1日時点） ※1 学校の事情により、他の学年が対象となっていることがある。
アンケート調査の実施時期	平成29年9月～平成30年3月（※2） ※2 学校の事情により、これによらない場合がある。 <b>授業前調査</b> 各学校に対しては、平成29年9月中かつ「社会への扉」を活用した授業の前に実施するように依頼を行った。 <b>授業後調査</b> 各学校に対しては、「社会への扉」を活用した授業後2週間後を目途に実施するように依頼を行った。
各学校に対する配布・回収について	<b>授業前調査</b> 消費者庁から各学校に対して、下記をまとめて郵送した。 ・消費者庁、徳島県及び徳島県教育委員会発出のアンケート実施に係る依頼文 ・生徒数分と予備のアンケート調査票 ・配布、回収方法に係る説明文（※3） <b>授業後調査</b> 消費者庁から各学校に対して、下記をまとめて郵送した。 ・生徒数分と予備のアンケート調査票 ・配布、回収方法に係る説明文（※3） ※3 アンケート調査は、5～10分で回答が終わる内容であること、テストではないため成績には関係ないこと、回答は個人が特定される形で外部に見られることはないこと等を併せて説明。 <b>回収</b> 公立学校については、徳島県経由で回収を行い、それ以外の学校については、消費者庁が郵送で回収を行った。

## 第1章 アンケート調査について

生徒に対する配布・回収方法	集合法 (教室等で生徒に配布し、その場で記入を求め、記入後にその場で回収。ただし、通信制課程は、郵送法による。)
有効回答数(率)	授業前調査：6,444票(94.0%) 授業後調査：6,242票(91.0%)
備考	徳島県では、「社会への扉」を活用した授業について、各学校に対して「社会への扉」の活用箇所や活用時間、活用方法に係る具体的な指示はしておらず、各学校における生徒の状況等に応じて「社会への扉」の活用がなされている。

### 1-3 調査項目

授業前調査、授業後調査は、ともに消費生活に関する知識と、自立した消費者としての意識を尋ねた。消費生活に関する知識(消費生活クイズ)は、「分からない」も含めた4択で12問、自立した消費者としての意識(消費生活についてのアンケート)は、6択で授業前調査10項目、授業後調査11項目、自由記述各1項目である。

授業前調査、授業後調査の内容は、自由記述の項目以外、基本的に同一であり、授業後調査は自立した消費者としての意識に関する項目が1問多い。それぞれの設問、項目は以下のとおりである。

なお、全ての高等学校等において同一の調査票を使用した。(アンケート調査票原本については、参考資料P.10~13に掲載)

## 第1章 アンケート調査について

### (1) 消費生活に関する知識

- |             |                     |                 |
|-------------|---------------------|-----------------|
| Q1 契約の成立時期  | Q2 契約の取消し           | Q3 未成年者取消し      |
| Q4 クーリング・オフ | Q5 通信販売におけるクーリング・オフ | Q6 クレジットカード     |
| Q7 リボルビング払い | Q8 借入返済額            | Q9 投資の知識        |
| Q10 製品による事故 | Q11 消費者ホットライン 188   | Q12 消費者トラブルへの対応 |

### (2) 自立した消費者としての意識

- 問1 原則、返品・返金不可を意識した慎重な買い物
- 問2 通信販売利用時の規約の確認
- 問3 消費者トラブルやその対処方法のチェック
- 問4 商品・サービスに対する問題認識時の事業者への連絡
- 問5 問題認識時の消費生活センターへの相談
- 問6 クレジットカードの適切な利用
- 問7 借金で困ったときの消費生活センターへの相談
- 問8 他者への消費生活センター利用のアドバイス
- 問9 ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応
- 問10 より良い消費社会につながることを考えた行動
- 問11 今後の生活における「社会への扉」の活用（授業後調査のみ）

### (3) 自由記述

授業前調査：消費生活について知りたい内容

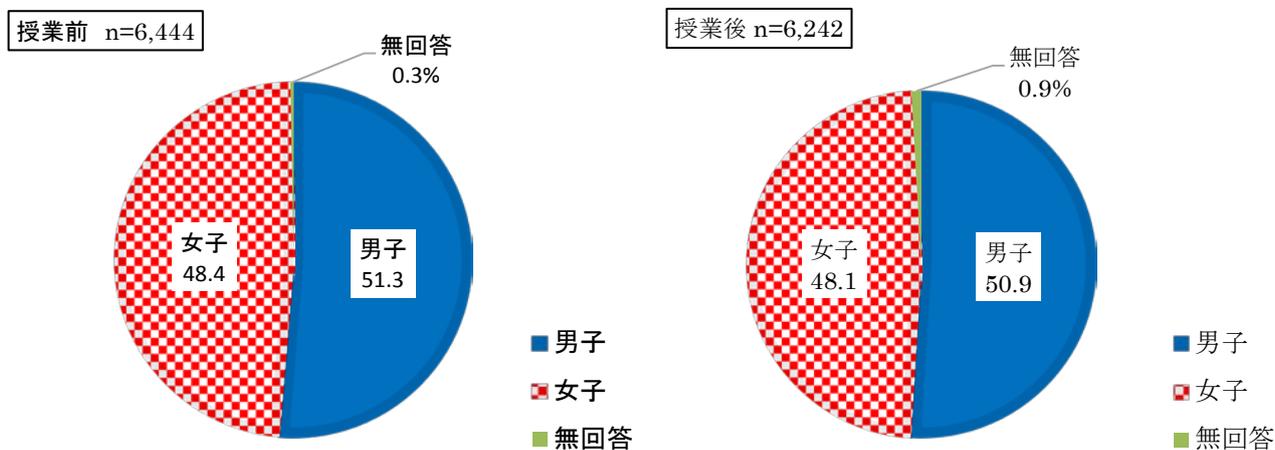
授業後調査：「社会への扉」を学んだ感想

## 1-4 調査結果の見方

- ・ n は回答者数を表している。
- ・ 集計結果は全て小数点以下第2位を四捨五入しており、小数第1位までを表示している。  
このため、合計数値は必ずしも 100%にならない場合がある。

## 2-1 回答者の概要

### (1) 性別

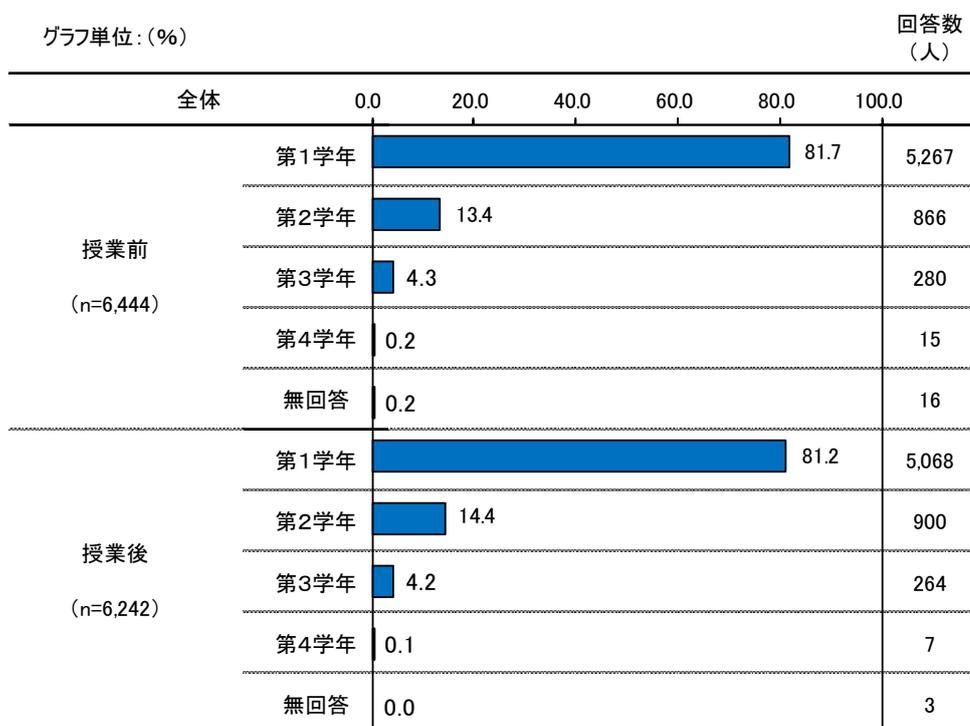


図表 2-1 回答者の性別

図表 2-2 回答者の性別

回答者の性別は、授業前は男子が 51.3%、女子が 48.4%、無回答が 0.3%である (図表 2-1)。授業後は男子が 50.9%、女子が 48.1%、無回答が 0.9%である (図表 2-2)。

### (2) 学年

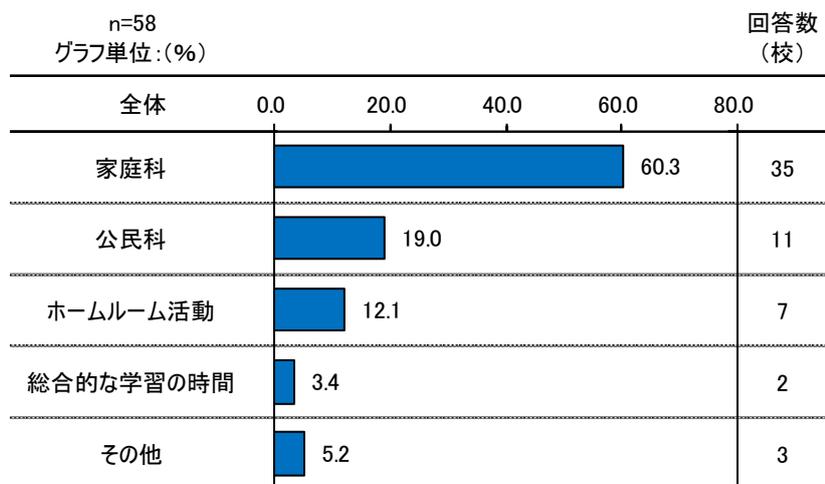


図表 2-3 回答者の学年

## 第2章 アンケート調査の結果

回答者の学年は、授業前は、「第1学年」が81.7%を占め、次いで「第2学年」(13.4%)、「第3学年」(4.3%)となっている。修業年限が4年の定時制高校の第4学年も0.2%含まれ、無回答が0.2%含まれる。授業後は、「第1学年」が81.2%を占め、次いで「第2学年」(14.4%)、「第3学年」(4.2%)、「第4学年」(0.1%)、また、無回答が0.1%含まれる(図表2-3)。

### (3) 授業科目



※ 学校によっては、複数科目で「社会への扉」を活用した授業を実施しているため、合計が56校とはならない。

図表 2-4 授業科目

「社会への扉」を活用した授業は、「家庭科」が60.3%を占め、次いで「公民科」(19.0%)、「ホームルーム活動」(12.1%)となっている(図表2-4)。

## 2-2 消費生活に関する知識（消費生活クイズ）

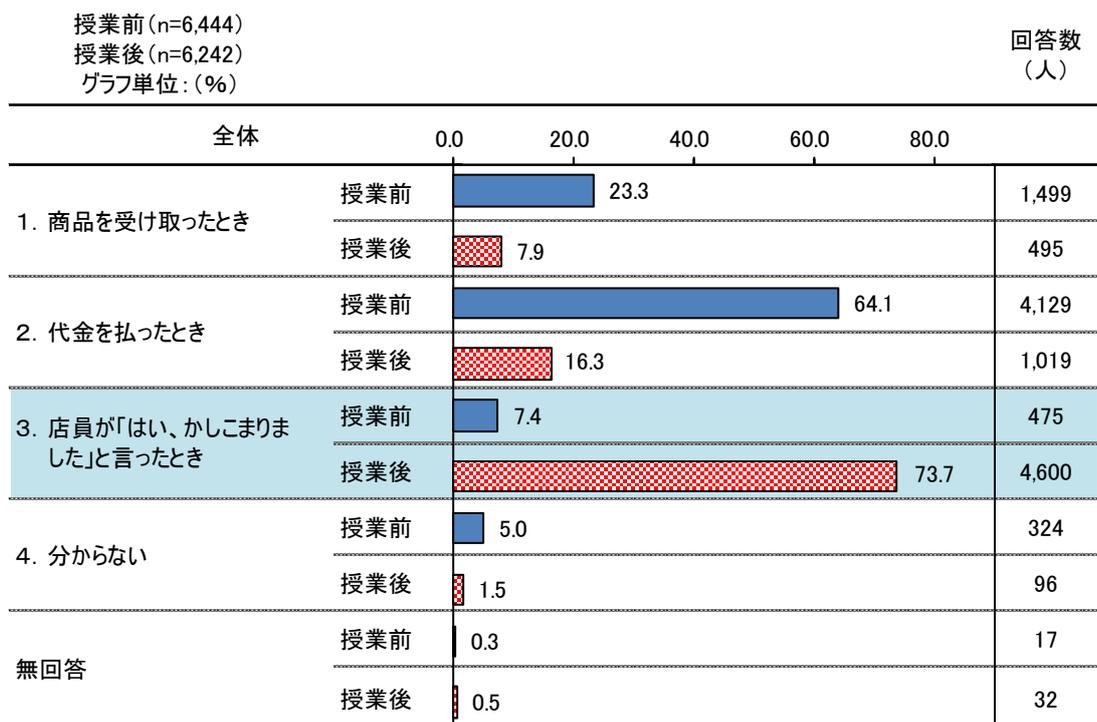
### （1）設問ごとの正答率

消費者庁作成高校生向け消費者教育教材「社会への扉」に掲載されている12のクイズの内容に基づき、消費生活に関する知識を尋ねた授業前調査、授業後調査の結果を示す。グラフで背景色を濃く示す選択肢が正答である。

### 消費生活クイズ

次の質問について、正しいと思う番号を1つずつ○で囲んでください。

Q1. 店で買い物をするとき、契約が成立するのはいつ？



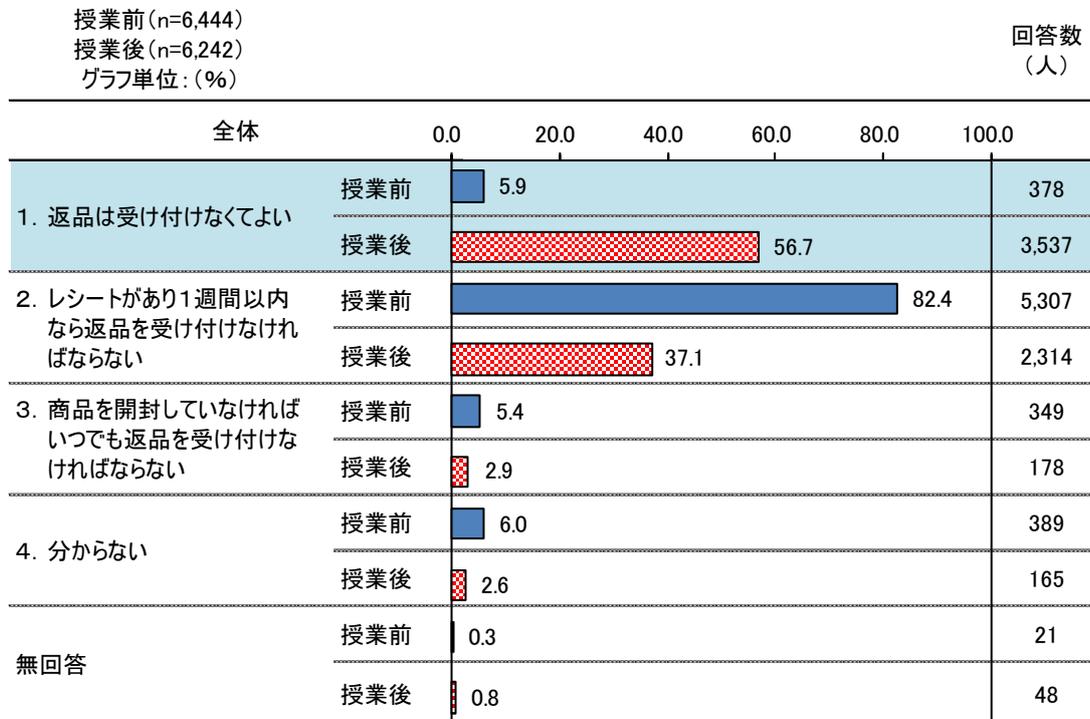
図表 2-5 契約の成立時期

契約の成立時期を尋ねたところ、授業前は、「代金を払ったとき」(64.1%)が最も多く6割以上を占め、次に「商品を受け取ったとき」(23.3%)と続いた。また、正答である「店員が「はい、かしこまりました」と言ったとき」は7.4%と1割を下回っていた。

しかし、授業後は、最も多かった回答が「店員が「はい、かしこまりました」と言ったとき」(73.7%)であり、正答率が7割以上に達した(図表 2-5)。

## 第2章 アンケート調査の結果

Q 2. 店で商品を買ったが、使う前に不要になり返品したい。店の対応として法律上正しいものは？



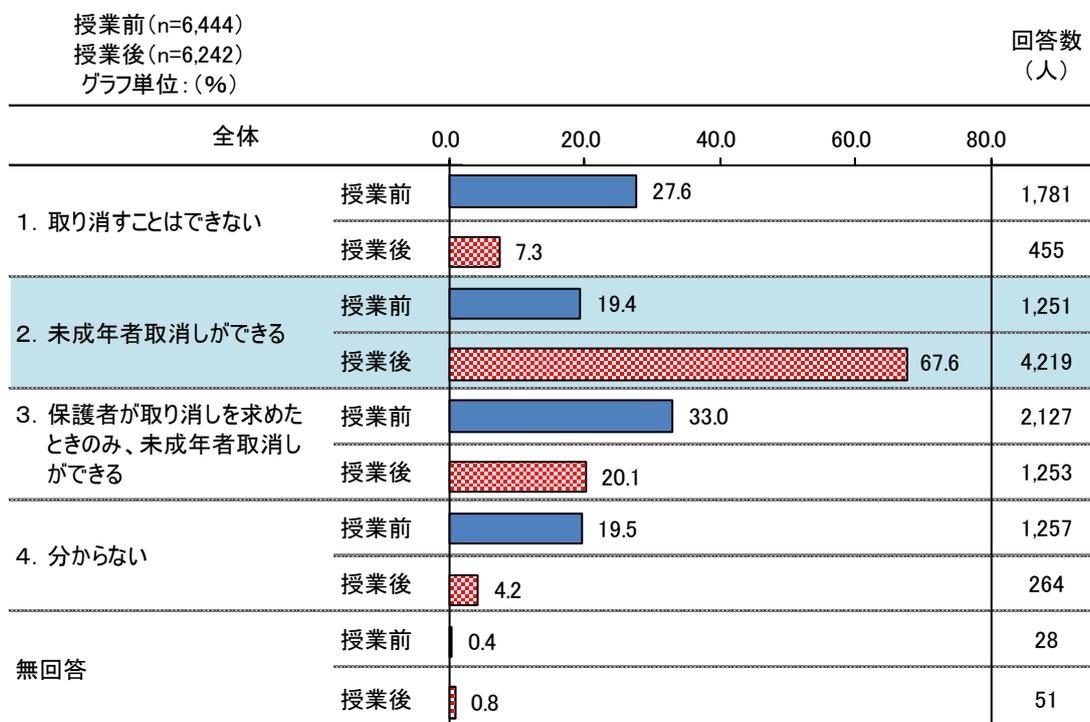
図表 2-6 契約の取消し

契約の取消しの知識を尋ねたところ、授業前は、「レシートがあり1週間以内なら返品を受け付けなければならない」が82.4%と最も多く8割以上を占め、次に「分からない」(6.0%)と続いた。また、正答である「返品は受け付けなくてよい」は5.9%と1割を下回っていた。

授業後は、依然として「レシートがあり1週間以内なら返品を受け付けなければならない」(37.1%)が4割近くを占めていたものの、最も多かった回答は「返品は受け付けなくてもよい」(56.7%)であり、正答率が5割以上に達した(図表 2-6)。

## 第2章 アンケート調査の結果

Q3. 17歳の高校生が、保護者に内緒で10万円の化粧品セットを契約した。この契約は取り消せる？



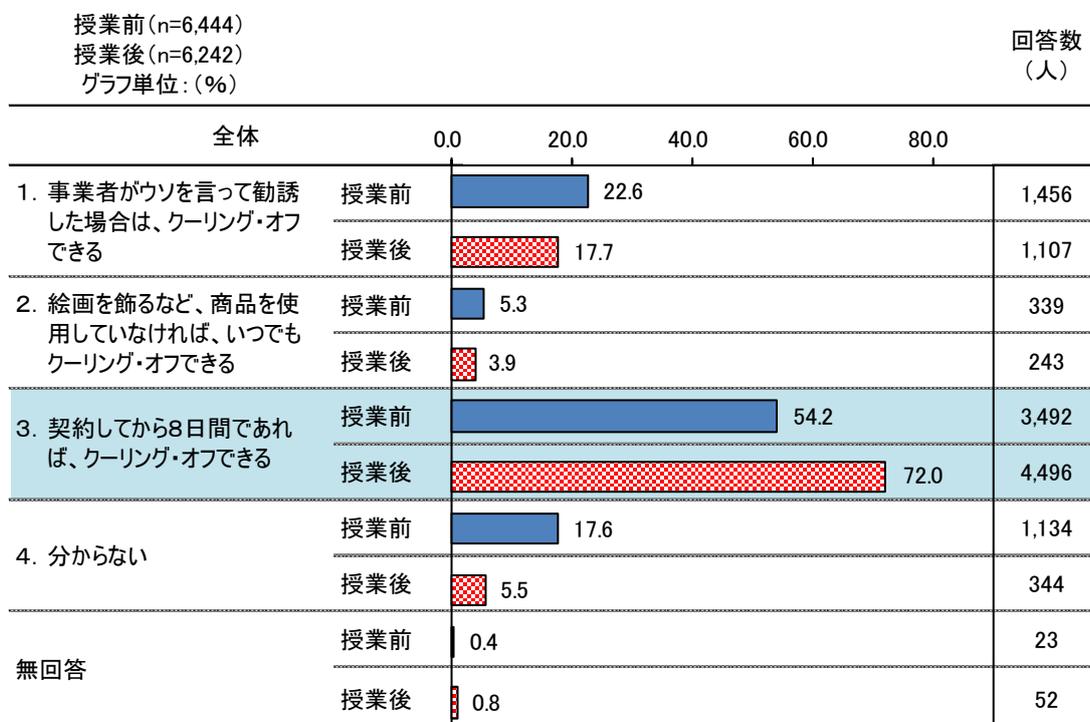
図表 2-7 未成年者取消し

未成年者取消しの知識を尋ねたところ、授業前は、「保護者が取り消しを求めたときのみ、未成年者取消しができる」(33.0%)が最も多く、次に「取り消すことはできない」(27.6%)と続いた。また、正答である「未成年者取消しができる」(19.4%)は2割を下回っていた。

しかし、授業後は、最も多かった回答が「未成年者取消しができる」(67.6%)であり、正答率が7割近くに達した(図表2-7)。

## 第2章 アンケート調査の結果

Q 4. 街で呼び止められ、展示会場に行ったら勧誘され、断れなくて10万円の絵画を契約してしまった。この契約をクーリング・オフすることはできる？



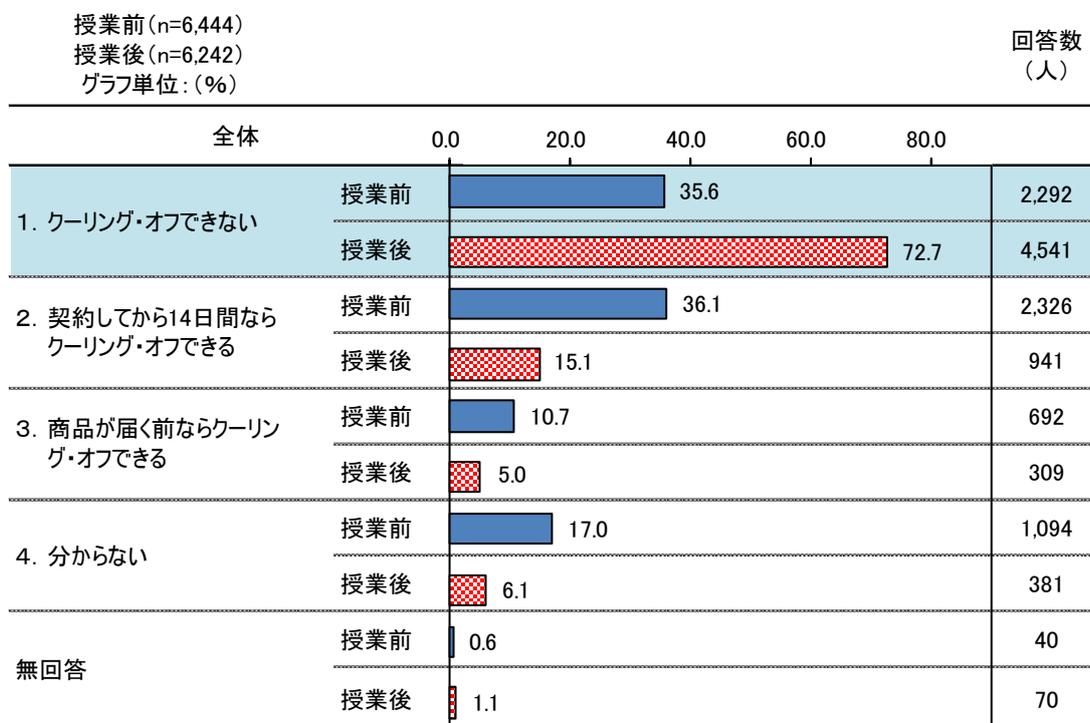
図表 2-8 クーリング・オフ

クーリング・オフの知識を尋ねたところ、授業前は、正答である「契約してから8日間であれば、クーリング・オフできる」(54.2%)が最も多く5割以上を占め、次に「事業者がウソを言って勧誘した場合は、クーリング・オフできる」(22.6%)と続いた。

また、授業後も「契約してから8日間であれば、クーリング・オフできる」(72.0%)が最も多く、授業前に比べて17.8ポイントの上昇が見られた(図表 2-8)。

## 第2章 アンケート調査の結果

### Q 5. ネットショップでTシャツを買ったけれど似合わない。クーリング・オフできる？



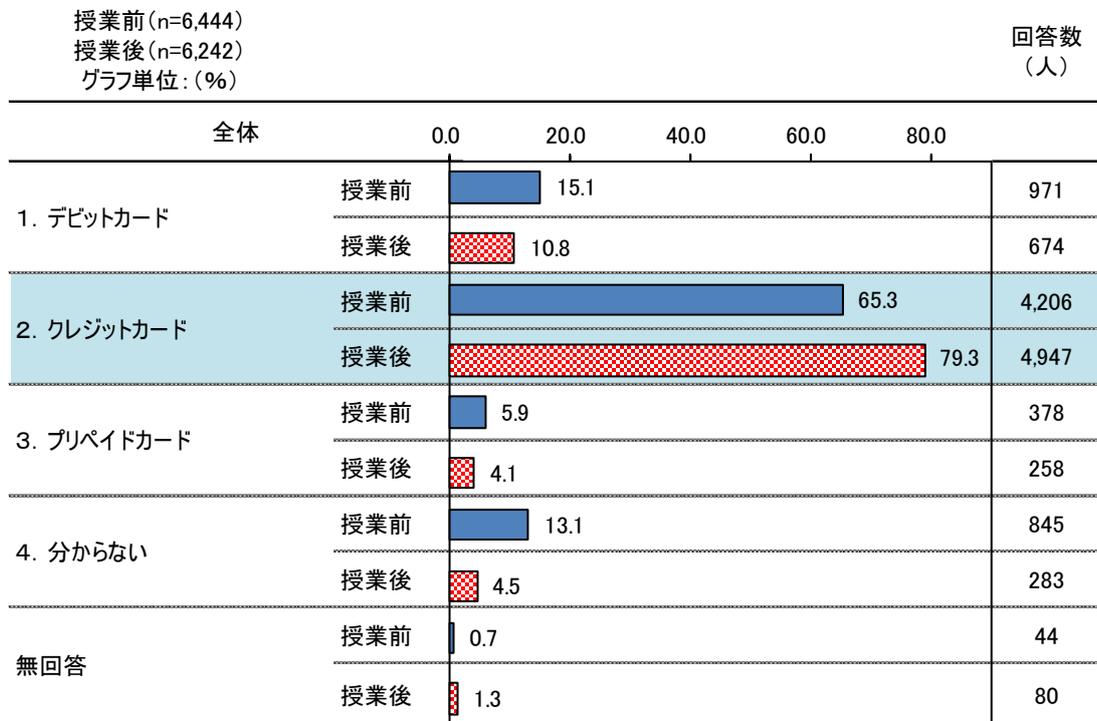
図表 2-9 通信販売におけるクーリング・オフ

通信販売におけるクーリング・オフについて尋ねたところ、授業前は、「契約してから 14 日間ならクーリング・オフできる」(36.1%) が最も多く、次に正答である「クーリング・オフできない」(35.6%) と続いた。

授業後は、最も多かった回答が「クーリング・オフできない」(72.7%) であり、正答率が 7 割以上に達した (図表 2-9)。

第2章 アンケート調査の結果

Q 6. 買い物をした後日に代金を支払うことになるのはどれ？



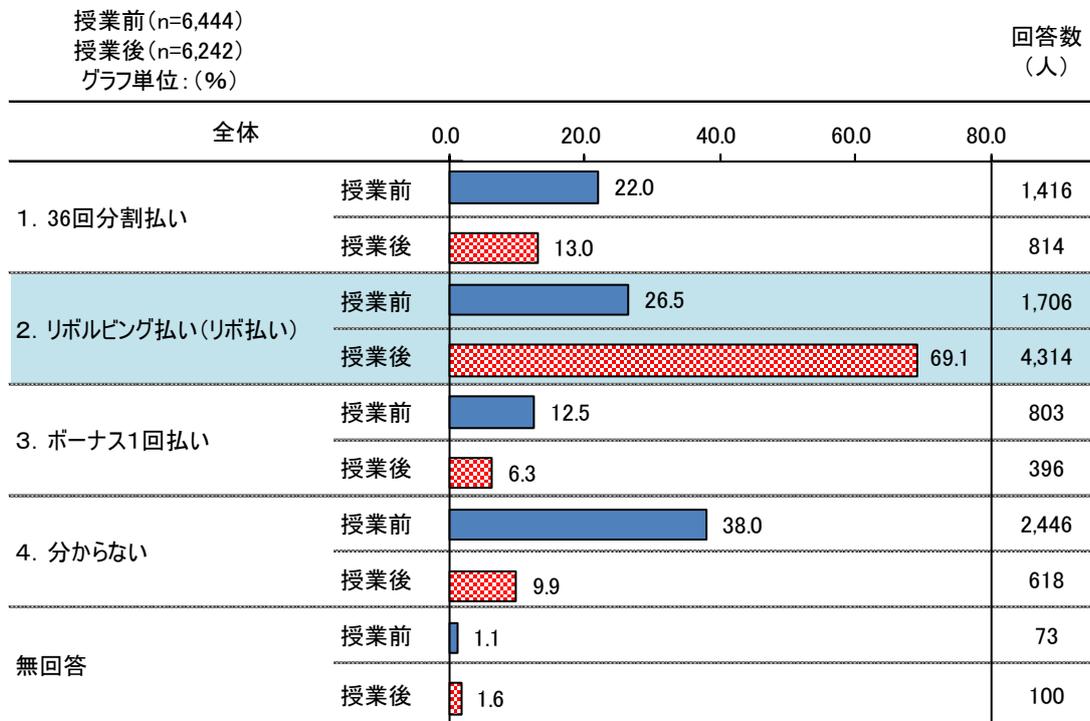
図表 2-10 クレジットカード

クレジットカードの知識を尋ねたところ、授業前は、正答である「クレジットカード」(65.3%)が最も多く6割以上を占め、次に「デビットカード」(15.1%)と続いた。

また、授業後も「クレジットカード」(79.3%)が最も多く、授業前と比べて14.0ポイントの上昇が見られた(図表 2-10)。

第2章 アンケート調査の結果

Q7. クレジットカードの支払方法で、1つ1つの商品の残高が分かりにくいのは？



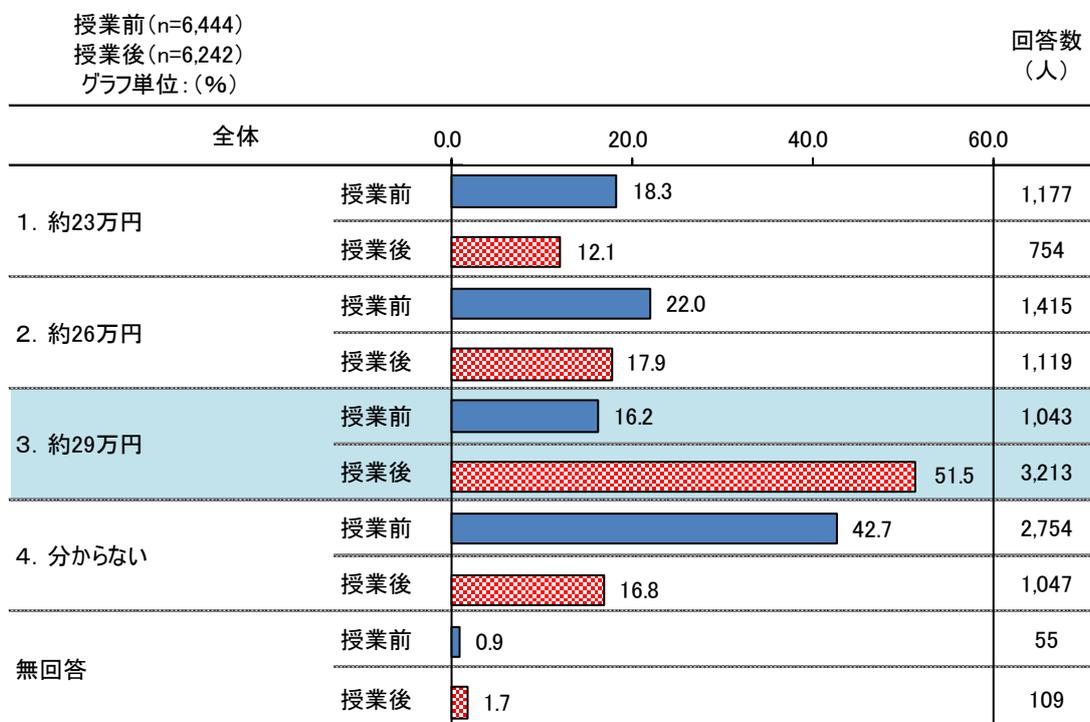
図表 2-11 リボルビング払い

リボルビング払いの知識を尋ねたところ、授業前は、「分からない」(38.0%)が最も多く、次に正答である「リボルビング払い(リボ払い)」(26.5%)と続いた。

授業後は、最も多い回答が「リボルビング払い(リボ払い)」(69.1%)であり、約7割の正答率であった(図表 2-11)。

## 第2章 アンケート調査の結果

Q 8. 自動車教習所へ通うため金融機関から 20 万円を年利(金利)17%で借りた。毎月 5,000 円ずつ返済した場合の返済総額は？



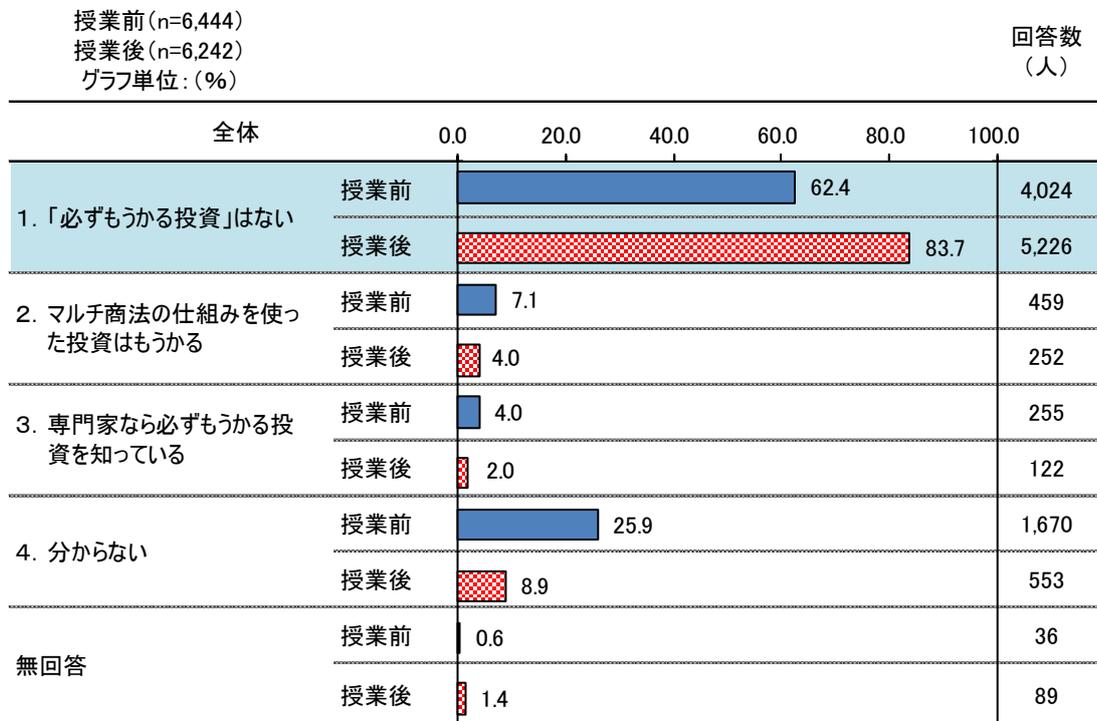
図表 2-12 借入返済額

借入返済額について尋ねたところ、授業前は、「分からない」(42.7%)が最も多く、次に「約26万円」(22.0%)と続いた。また、正答である「約29万円」(16.2%)は2割を下回っていた。

授業後は、「分からない」(16.8%)が依然として2割弱を占めていたものの、最も多かった回答が「約29万円」(51.5%)であり、正答率が5割以上に達した(図表 2-12)。

## 第2章 アンケート調査の結果

### Q9. 「必ずもうかる投資」ってあるの？



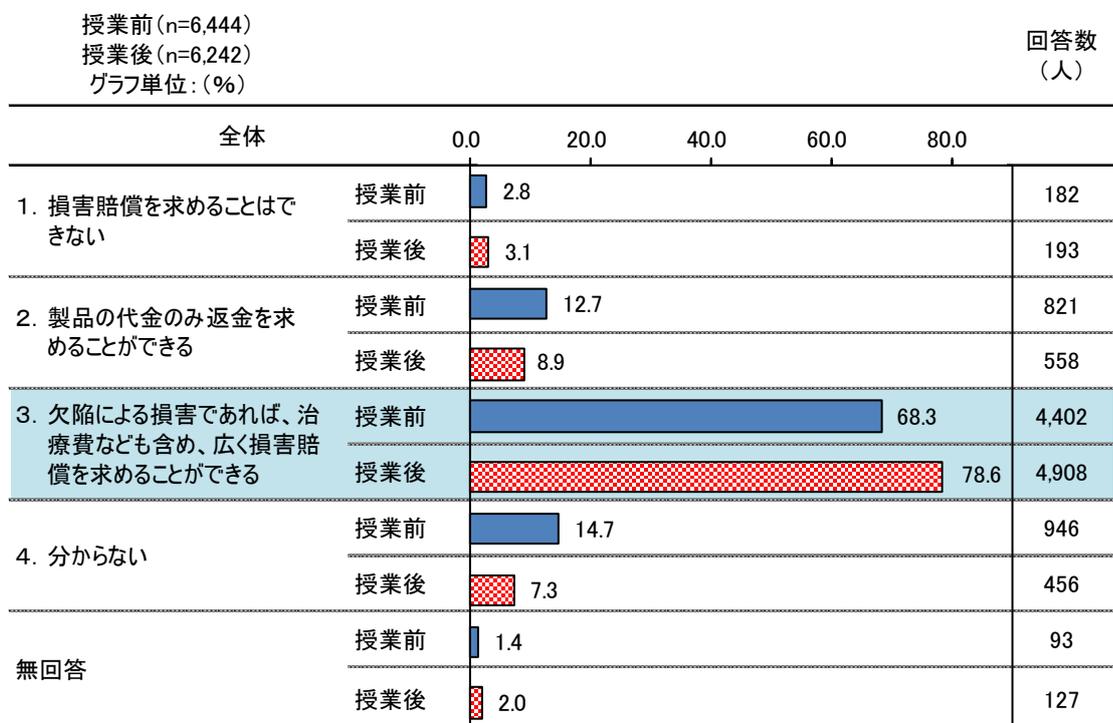
図表 2-13 投資の知識

投資の知識を尋ねたところ、授業前は、正答である「必ずもうかる投資」はない（62.4%）が最も多く6割以上を占めたが、「分からない」（25.9%）も3割弱見られた。

授業後も「必ずもうかる投資」はない（83.7%）が最も多く、全12問のうちで最も正答率が高かったが、「マルチ商法の仕組みを使った投資はもうかる」（4.0%）や「専門家なら必ずもうかる投資を知っている」（2.0%）も少数見られた（図表 2-13）。

## 第2章 アンケート調査の結果

### Q10. 製品による事故が発生したとき損害賠償を求めることができる？



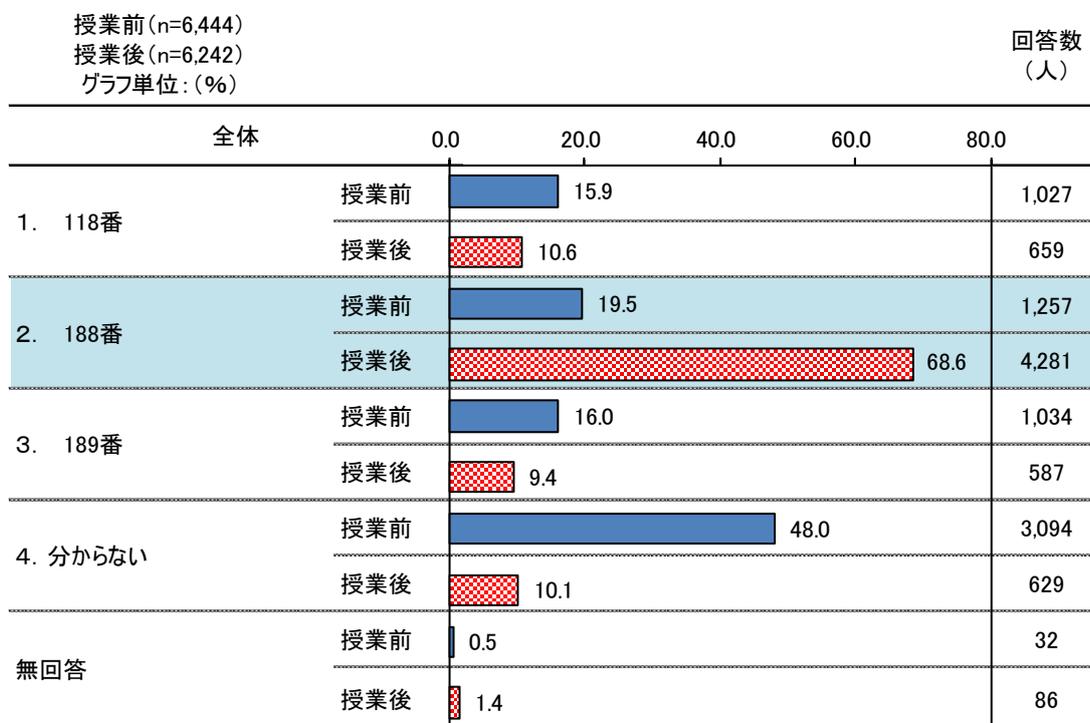
図表 2-14 製品による事故

製品による事故が発生したときに関する知識を尋ねたところ、授業前は、正答である「欠陥による損害であれば、治療費なども含め、広く損害賠償を求めることができる」(68.3%)が最も多く6割以上を占め、次に「分からない」(14.7%)と続いた。

授業後も、「欠陥による損害であれば、治療費なども含め、広く損害賠償を求めることができる」(78.6%)が最も多く、1割以上の正答率の上昇が見られた(図表 2-14)。

## 第2章 アンケート調査の結果

### Q11. 消費生活について相談したいときにかける電話番号は？



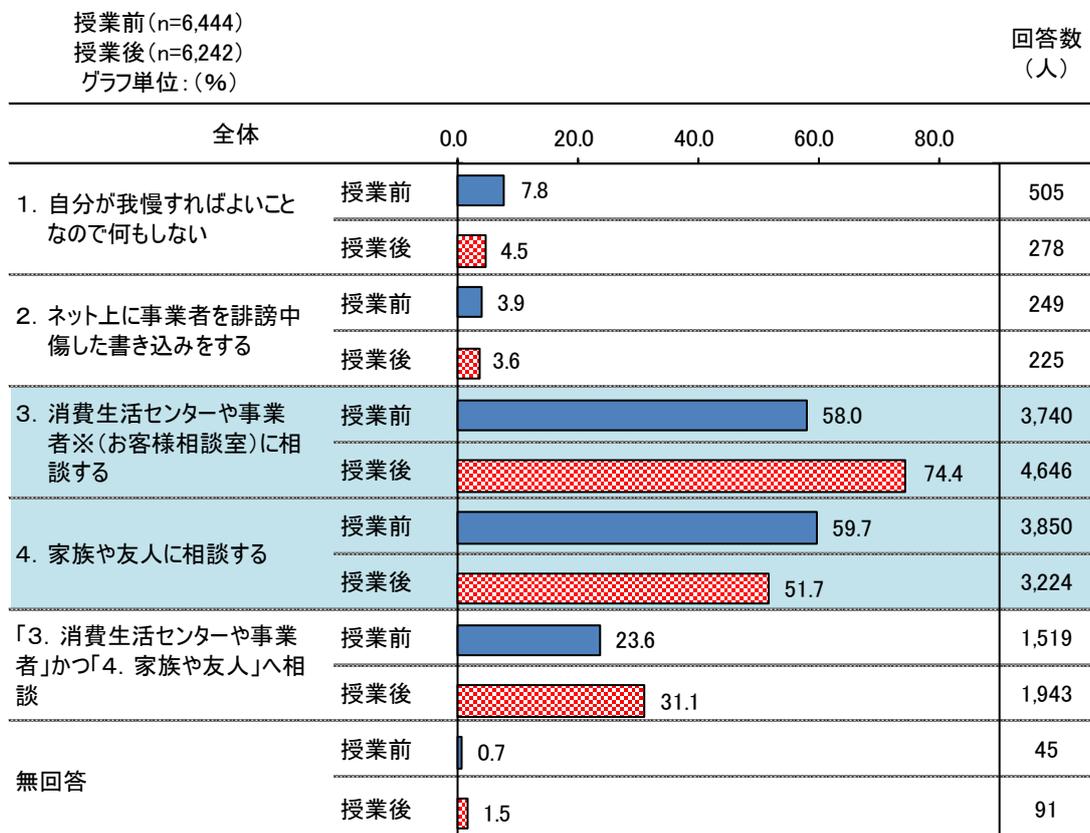
図表 2-15 消費者ホットライン 188

消費者ホットライン 188 の認知を尋ねたところ、授業前は、「分からない」(48.0%) が約半数を占め、次に正答である「188 番」(19.5%) と続いた。

授業後は、最も多かった回答が「188 番」(68.6%) であり、正答率が約 7 割に達したが、誤答(「118 番」(10.6%)、「189 番」(9.4%)、「分からない」(10.1%)) も約 3 割見られた(図表 2-15)。

## 第2章 アンケート調査の結果

Q12. 消費者トラブルにあったとき、あなたならどうする？あてはまるものすべてを○で  
 囲んでください。(複数回答)



図表 2-16 消費者トラブルへの対応

消費者トラブルへの対応について尋ねたところ、授業前は、望ましい対応である「消費生活センターや事業者※(お客様相談室)に相談する」(58.0%)、「家族や友人に相談する」(59.7%)が、それぞれ5割以上見られた。授業後においては、「家族や友人に相談する」(51.7%)がやや減少したが、その分「消費生活センターや事業者※(お客様相談室)に相談する」(74.4%)が16.4ポイント上昇し、「自分が我慢すればよいことなので何もしない」(4.5%)は少しの減少が見られた。

また、「消費生活センターや事業者※(お客様相談室)に相談する」かつ「家族や友人に相談する」の両方を選んだ割合は、授業前(23.6%)から比べると授業後(31.1%)は7.5ポイントの上昇が見られた(図表 2-16)。

## 第2章 アンケート調査の結果

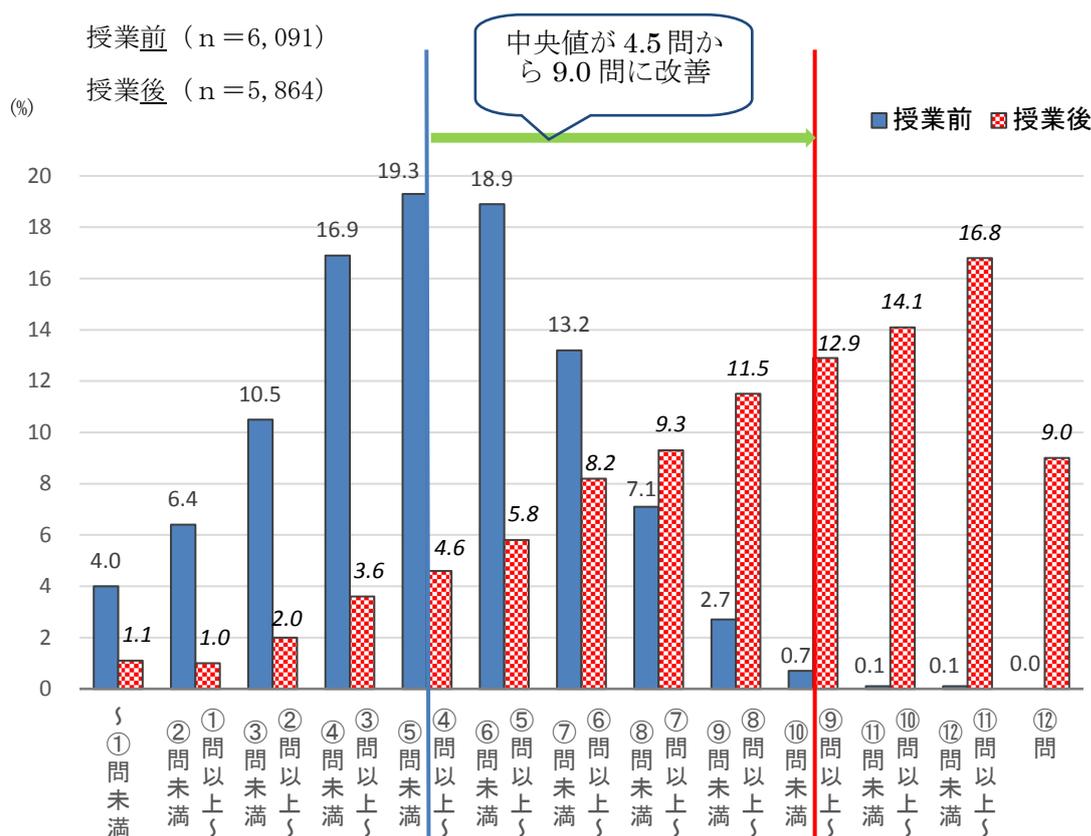
### (2) 全体の傾向

無回答者を除く全体の12問に占める正答率（全12問中の正答数の割合をいう。以下同じ。）を算出した結果は、**図表 2-17** のとおりである。授業前の平均は36.8%、授業後の平均は70.8%であった。

無回答者を除く正答数の分布は、**図表 2-18** のとおりである。授業前は4問以上～5問未満が19.3%で最も多く、次いで5問以上～6問未満と18.9%であった。全問正答者はいなかった。授業後は11問以上～12問未満が16.8%で最も多く、次いで10問以上～11問未満と14.1%であった。全問正答者は9.0%だった。

図表 2-17 12問に占める正答率 (%) の記述統計

	n	最小値	最大値	平均値	中央値	標準偏差
授業前	6,091	0.0	91.7	36.8	37.5	15.9
授業後	5,864	0.0	100.0	70.8	75.0	23.4



※ Q12において「3. 消費生活センターや事業者※（お客様相談室）に相談する」又は「4. 家族や友人に相談する」のどちらか一方のみを回答した場合の正答数を「0.5問」としているため、正答数に端数が生じている。

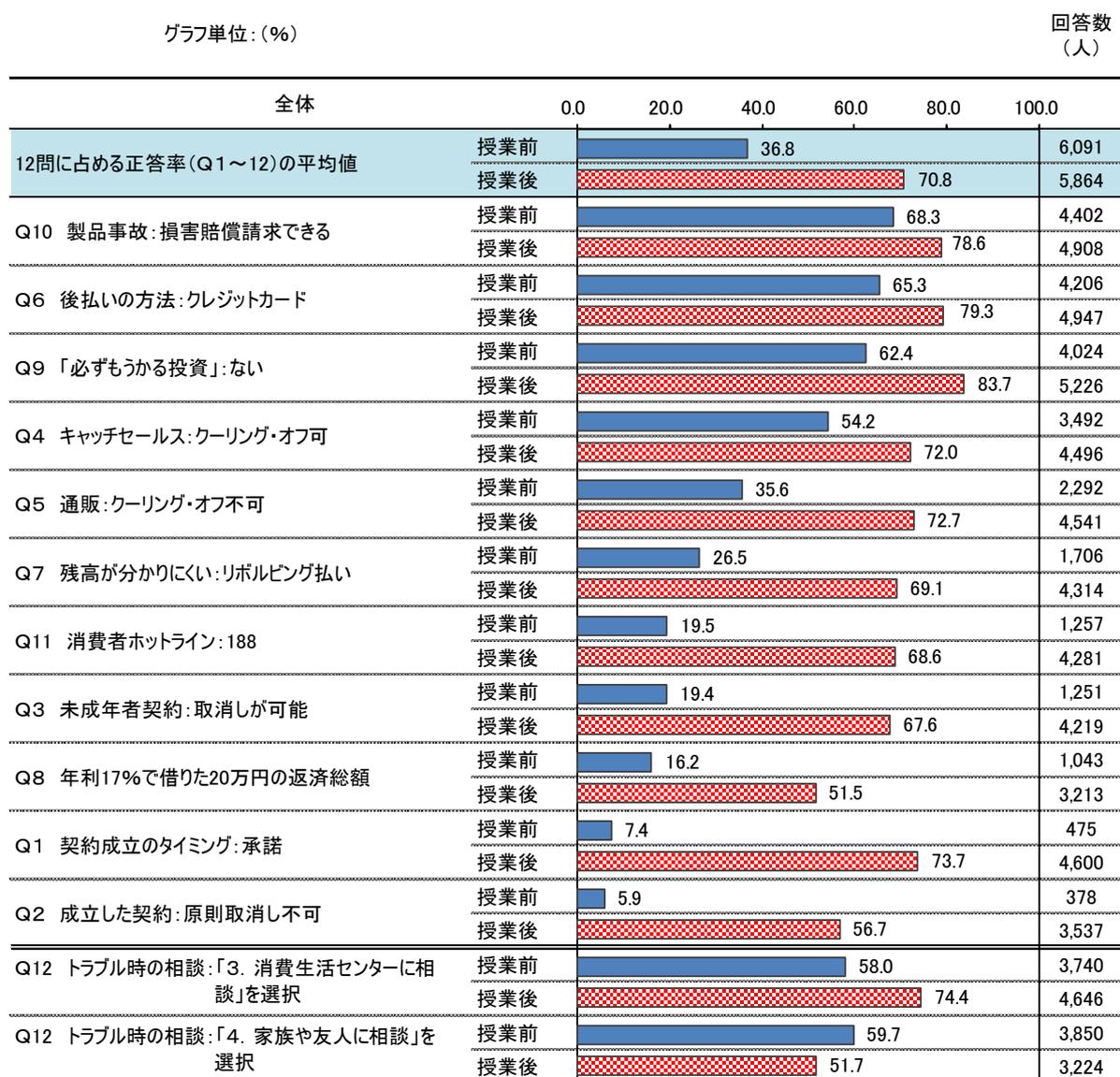
図表2-18 正答数の分布

## 第2章 アンケート調査の結果

設問ごとの正答率は、**図表 2-19** のとおりである。

授業前では、特にQ1、Q2、Q5など、契約の成立や取消しについての正しい知識を持たない生徒が多いことが分かる。Q4の「クーリング・オフ」の正答率は高かったのに対し、Q2の「契約の取消し」の正答率は低い。契約が成立しても、消費者の都合で取消しできると認識している生徒が多いといえる。「成立した契約は原則、取消しができない」ことをしっかりと伝えた上で、事業者が消費者に対してサービスとして一定条件下の取消しを認めている、消費者保護の特例としてクーリング・オフ制度があることを学ぶ必要があるといえる。

《総括表》



図表 2-19 設問ごとの正答率

## 2-3 自立した消費者としての意識（消費生活についてのアンケート）

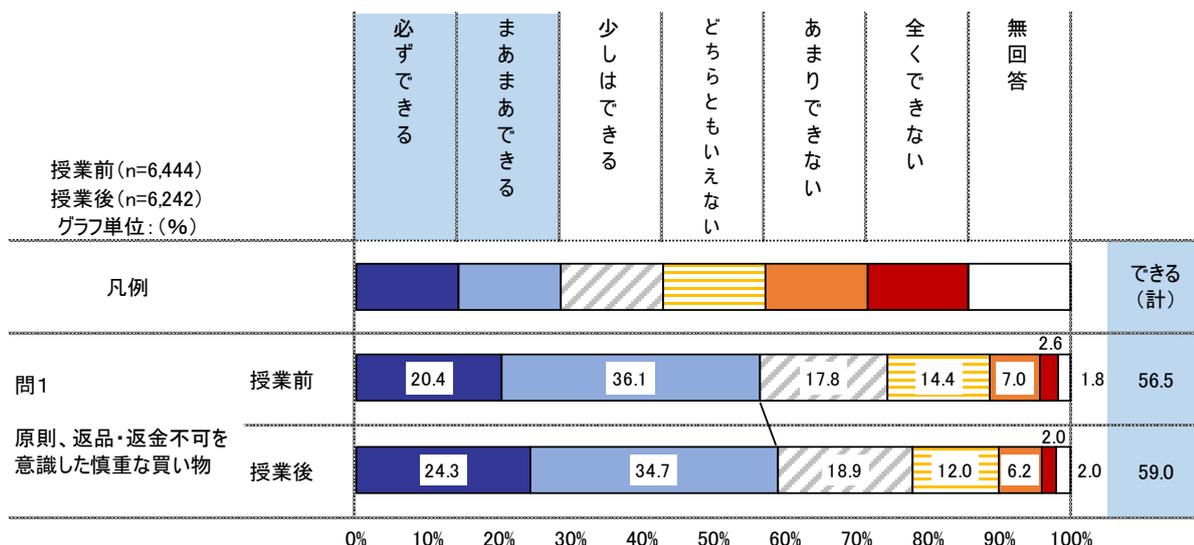
### （1）項目ごとの傾向

日々の消費生活に対する意識を尋ねた授業前調査、授業後調査の結果を示す。

### 消費生活についてのアンケート

あなたは今後の消費生活で、以下のことができそうですか。あてはまる番号を1つずつ○で囲んでください。

問1. 店で商品を購入するときは、原則は返品・返金ができないことを意識して慎重に買い物する。



※できる(計) = 「必ずできる」+「まあまあできる」

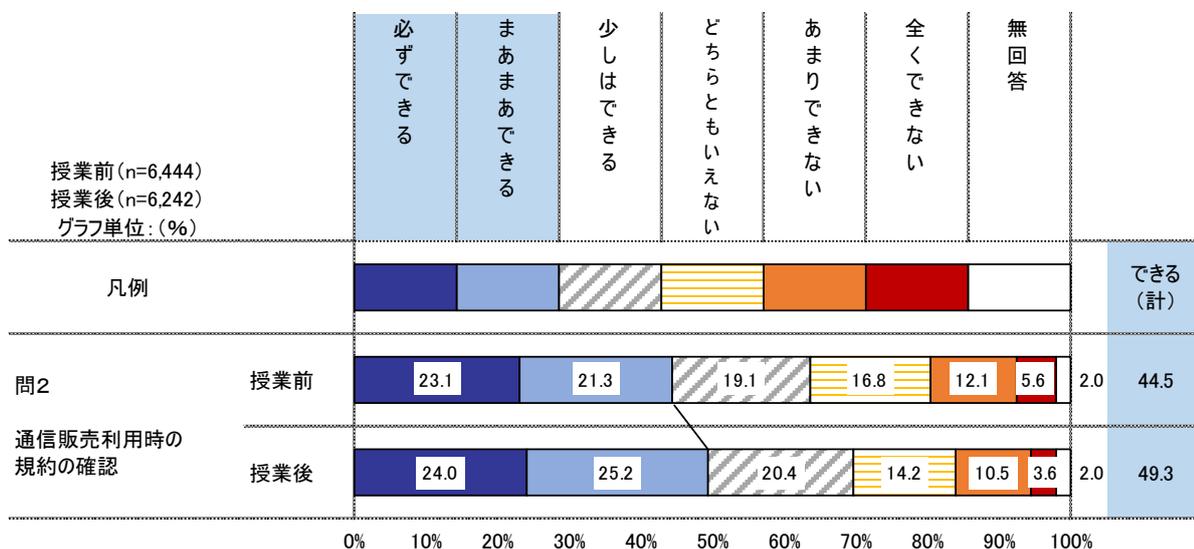
図表 2-20 原則、返品・返金不可を意識した慎重な買物

「原則、返品・返金不可を意識した慎重な買物」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前において6割弱を占めた。

「全くできない」と「あまりできない」の合計は、授業前は9.6%であり、授業後は8.2%と僅かに1.4ポイント減少した。一方、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前は56.5%であり、授業後は59.0%と僅かに2.5ポイント増加した（図表 2-20）。

## 第2章 アンケート調査の結果

問2. ネットショッピングで買い物をする際には、注文前に利用規約を必ず確認する。



※できる(計) = 「必ずできる」+「まあまあできる」

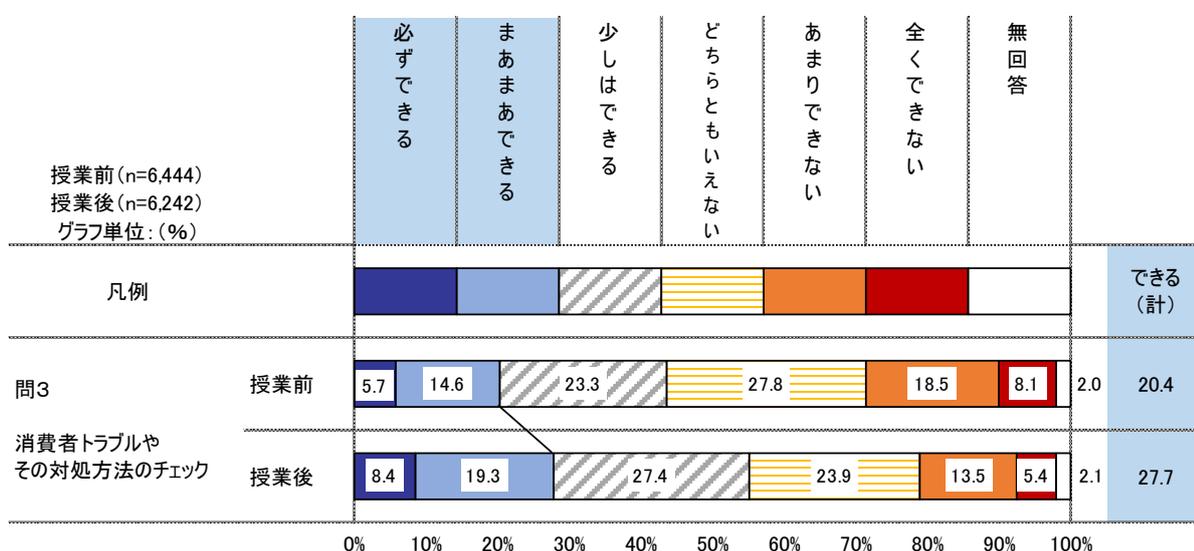
図表 2-21 通信販売利用時の規約の確認

「通信販売利用時の規約の確認」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前において4割強を占めた。

「全くできない」と「あまりできない」の合計は、授業前は17.7%であり、授業後は14.1%と僅かに3.6ポイント減少した。一方、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前は44.5%であり、授業後は49.3%と4.8ポイント増加した(図表2-21)。

## 第2章 アンケート調査の結果

問3. 近ごろ問題になっている販売方法や消費者トラブル、その対処方法を常にチェックする。



※できる(計) = 「必ずできる」+「まあまあできる」

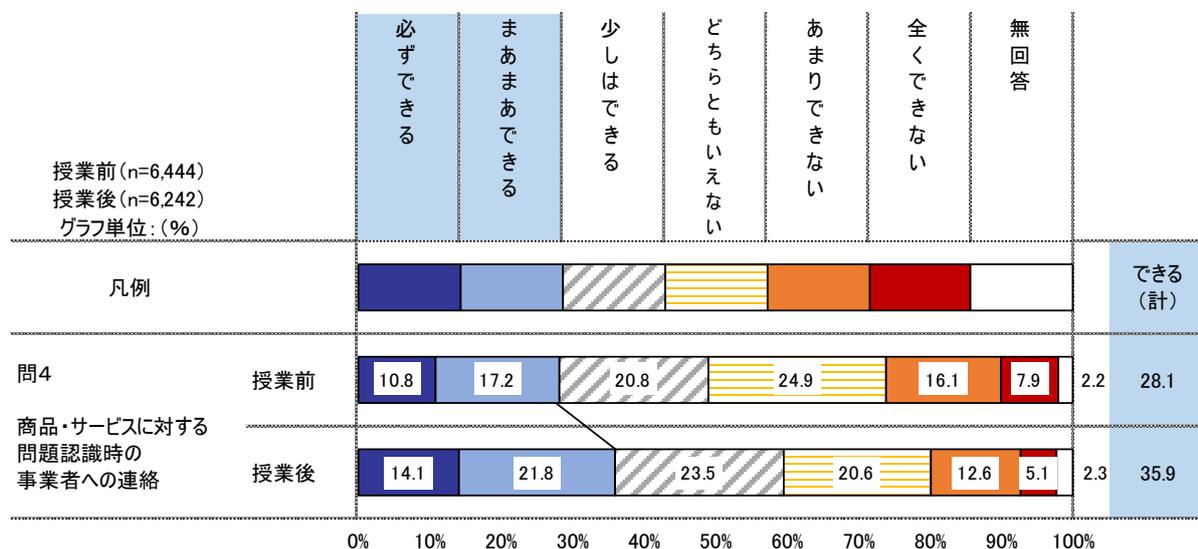
図表 2-22 消費者トラブルやその対処方法のチェック

「消費者トラブルやその対処方法のチェック」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前において約2割を占めた。

「全くできない」と「あまりできない」の合計は、授業前は26.5%であり、授業後は19.0%と7.5ポイント減少した。一方、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前は20.4%であり、授業後は27.7%と7.3ポイント増加した(図表2-22)。

## 第2章 アンケート調査の結果

### 問4. 商品やサービスに問題を感じたら、事業者（販売店やメーカー）に連絡する。



※できる(計) = 「必ずできる」+「まあまあできる」

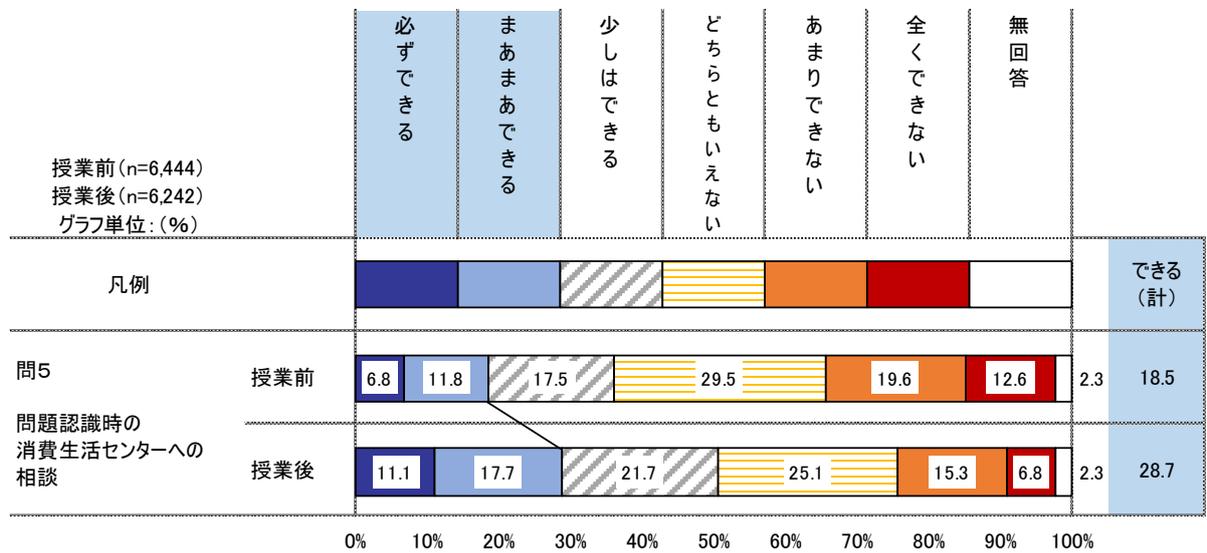
図表 2-23 商品・サービスに対する問題認識時の事業者への連絡

「商品・サービスに対する問題認識時の事業者への連絡」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前において3割弱を占めた。

「全くできない」と「あまりできない」の合計は、授業前は24.1%であり、授業後は17.7%と6.4ポイント減少した。一方、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前は28.1%であり、授業後は35.9%と7.8ポイント増加した(図表 2-23)。

第2章 アンケート調査の結果

問5. 商品やサービス、また事業者の対応に問題を感じたら、消費生活センターに相談する。



※できる(計) = 「必ずできる」+「まあまあできる」

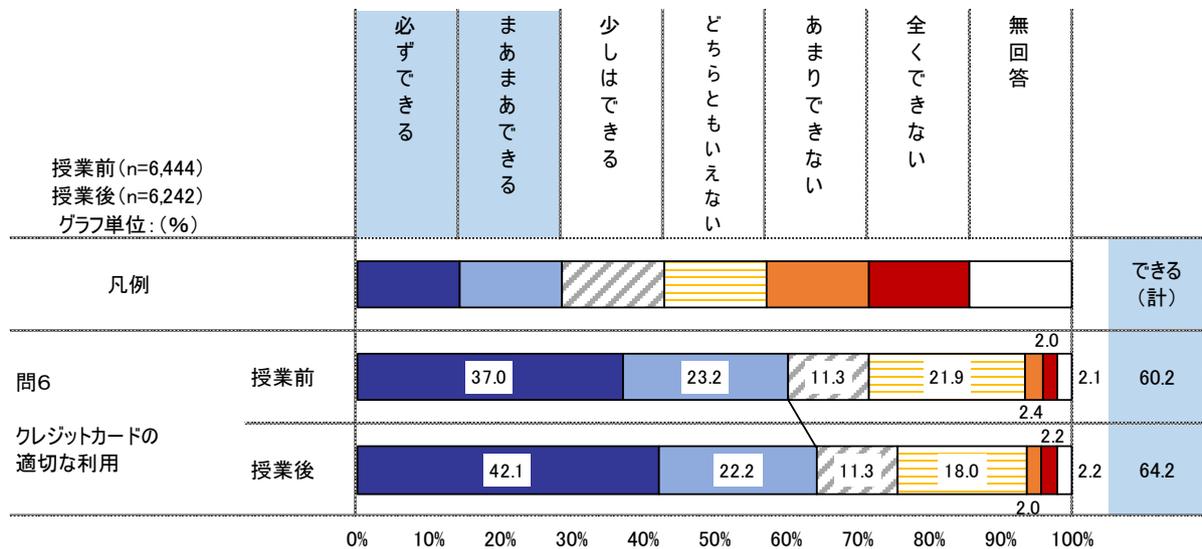
図表 2-24 問題認識時の消費生活センターへの相談

「問題認識時の消費生活センターへの相談」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前において2割弱を占めた。

「全くできない」と「あまりできない」の合計は、授業前は32.2%であり、授業後は22.2%と10.0ポイント減少した。一方、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前は18.5%であり、授業後は28.7%と10.2ポイント増加した(図表 2-24)。

第2章 アンケート調査の結果

問6. もしクレジットカードを持ったとしたら、期日までに必ず支払える場合にしか使わない。



※できる(計) = 「必ずできる」+「まあまあできる」

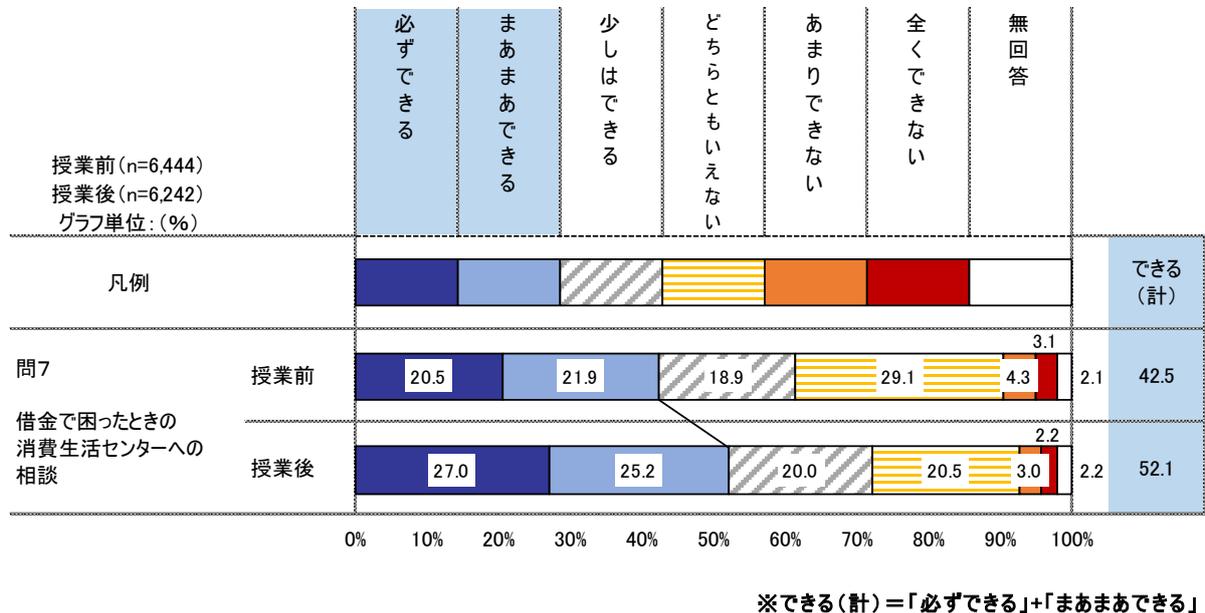
図表 2-25 クレジットカードの適切な利用

「クレジットカードの適切な利用」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前において約6割を占めた。

「全くできない」と「あまりできない」の合計は、授業前は4.4%であり、授業後は4.2%と僅かに0.2ポイント減少した。一方、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前は60.2%であり、授業後は64.2%と僅かに4.0ポイント増加した(図表2-25)。

第2章 アンケート調査の結果

問7. 借金が雪だるま式に増えるようなことがあれば、消費生活センターに相談する。



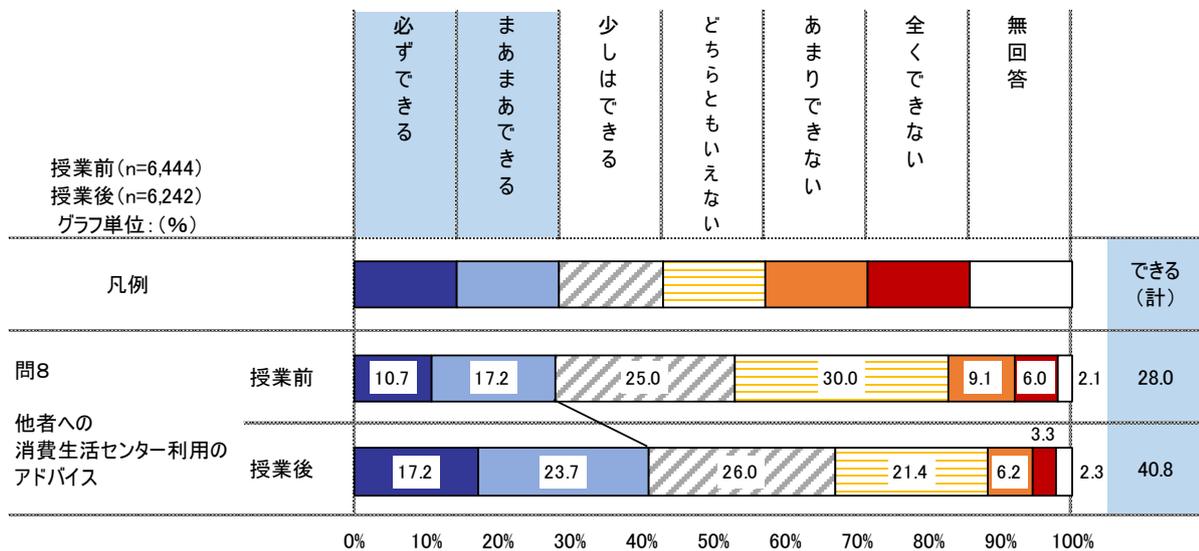
図表 2-26 借金で困ったときの消費生活センターへの相談

「借金で困ったときの消費生活センターへの相談」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前において4割強を占めた。

「全くできない」と「あまりできない」の合計は、授業前は7.5%であり、授業後は5.2%と僅かに2.3ポイント減少した。一方、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前は42.5%であり、授業後は52.1%と9.6ポイント増加した(図表2-26)。

第2章 アンケート調査の結果

問8. 消費者被害にあっていそうな人がいたら、消費生活センターに相談するようアドバイスする。



※できる(計) = 「必ずできる」+「まあまあできる」

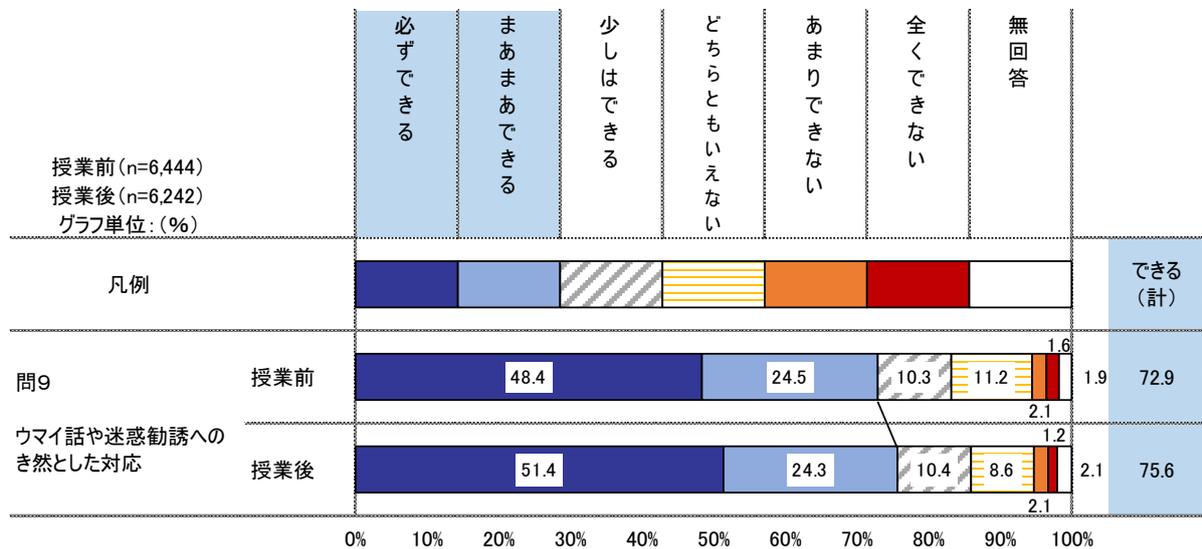
図表 2-27 他者への消費生活センター利用のアドバイス

「他者への消費生活センター利用のアドバイス」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前において3割弱を占めた。

「全くできない」と「あまりできない」の合計は、授業前は15.1%であり、授業後は9.5%と5.6ポイント減少した。一方、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前は28.0%であり、授業後は40.8%と、12.8%増加した(図表 2-27)。

第2章 アンケート調査の結果

問9. 「必ずもうかる」などのウマイ話や、迷惑に感じる勧誘をされたときは、きっぱりと断る。



※できる(計) = 「必ずできる」+「まあまあできる」

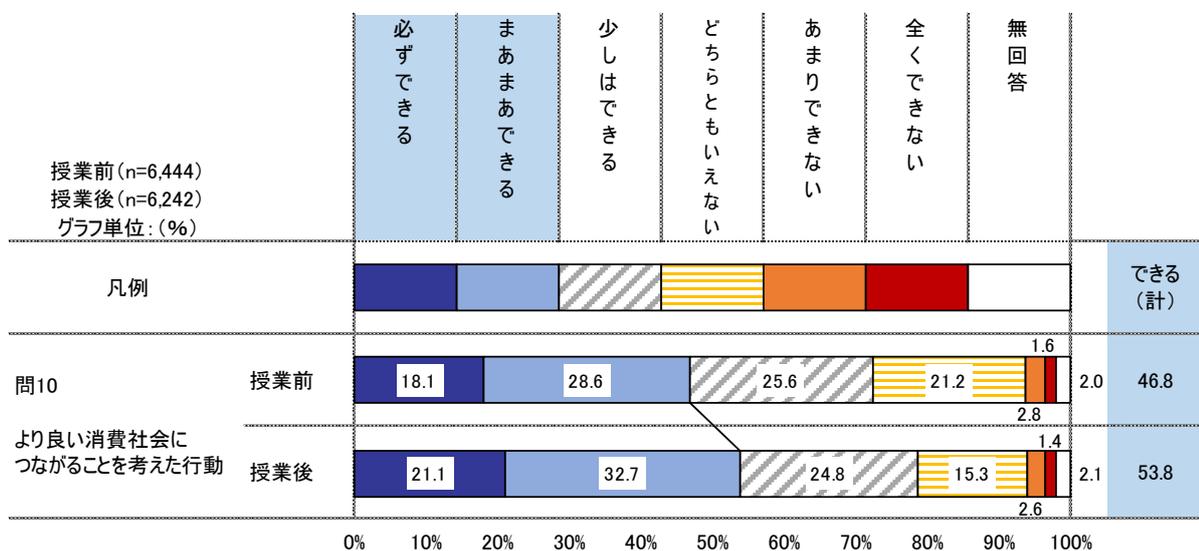
図表 2-28 ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応

「ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前において7割強を占めた。

「全くできない」と「あまりできない」の合計は、授業前は3.8%であり、授業後は3.3%と僅かに0.5ポイント減少した。一方、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前は72.9%であり、授業後は75.6%と僅かに2.7ポイント増加した(図表2-28)。

## 第2章 アンケート調査の結果

問 10. 自分も、安全・安心でより良い消費社会につながることを考えて行動する。



※できる(計) = 「必ずできる」+「まあまあできる」

図表 2-29 より良い消費社会につながることを考えた行動

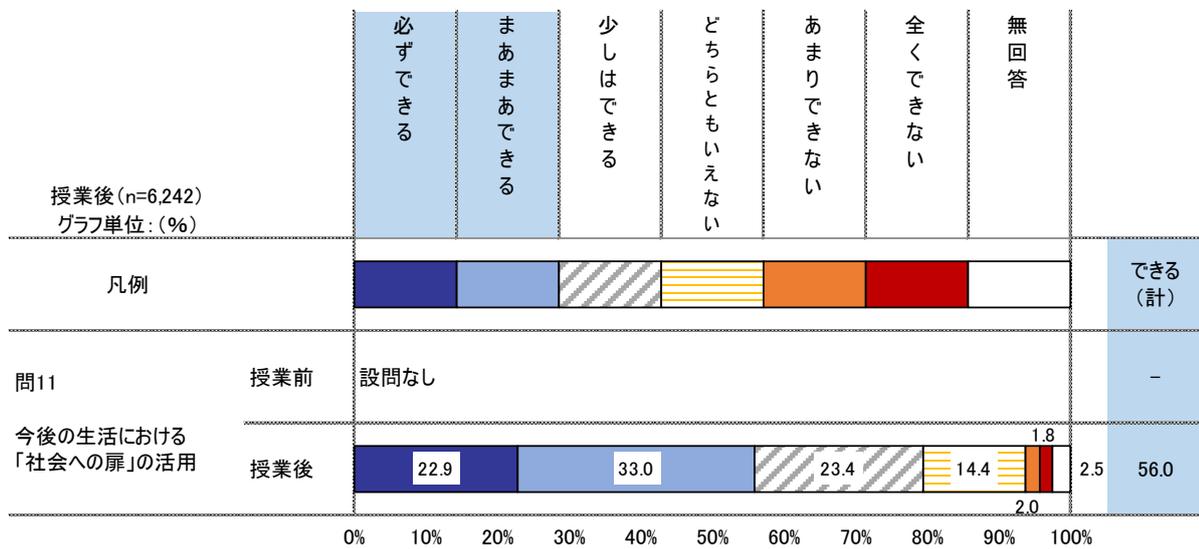
「より良い消費社会につながることを考えた行動」について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前において5割弱を占めた。

「全くできない」と「あまりできない」の合計は、授業前は4.4%であり、授業後は4.0%と僅かに0.4ポイント減少した。一方、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業前は46.8%であり、授業後は53.8%と7.0ポイント増加した(図表2-29)。

第2章 アンケート調査の結果

問 11. 「社会への扉」冊子で学んだことを、今後の生活の中で役立てる。

(授業後アンケートのみ)



※できる(計) = 「必ずできる」+「まあまあできる」

図表 2-30 今後の生活における「社会への扉」の活用

今後の生活における「社会への扉」で学んだ内容の活用について尋ねたところ、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は、授業後において6割弱を占めた。

「全くできない」と「あまりできない」の合計は3.8%であった(図表 2-30)。

## 第2章 アンケート調査の結果

問 12. 「社会への扉」を学んで分かりやすかった点や分かりにくかった点、もっと学びたい内容を含めて感想を書いてください。(自由記述・授業後アンケート)

授業後アンケートの自由記述について、様々な意見があったが、特に1) 契約、2) 消費生活センター、3) 「社会への扉」に対するコメントが多く見られた。生徒からの主な意見は、下記のとおりである。

### 1) 契約について

- ・クーリング・オフ制度をもっと学びたいです。これから大きな買い物をするときは慎重にします。
- ・クーリング・オフという言葉を初めて聞きました。将来のために覚えておきたいと思います。
- ・クーリング・オフできる買い物とできない買い物の違いが分からない。
- ・買い物をする時に返品、返金ができないことを考えて慎重に買い物をしていきたいと思います。
- ・店で買い物をするときは、原則返品、返金ができないことを意識します。ネットショッピングで買い物をするときは、必ず利用規約を確認します。
- ・クレジットカードとかクーリング・オフ制度とか自分には関係ないと思ってよく知らなかったもので、知れてよかったです。
- ・ほとんどのお店では、レシートがあれば返品できるけど、法律上では返品はできないと知って驚きました。

### 2) 消費生活センターについて

- ・最近、若者が巻き込まれるという話を聞くので、対策法を知れて良かったです。また、自分がそういう立場になったときは、188番に連絡しようと思います。
- ・消費者トラブルがあったときや、被害に遭ったりして困ったときは、消費者センターに相談しようと思いました。また、友人や家族がそのようなことで困っていたら、アドバイスしてあげられるようになりたいと思います。

### 3) 「社会への扉」について

- ・イラストや具体例がたくさんあって分かりやすかったです。
- ・クイズ形式になっているので、非常に興味を持って取り組むことが出来ました。
- ・将来困ったときに役に立つような事が詳しく書いてあったのでためになった。今後、学んだことをいかしたいと思います。

## 第2章 アンケート調査の結果

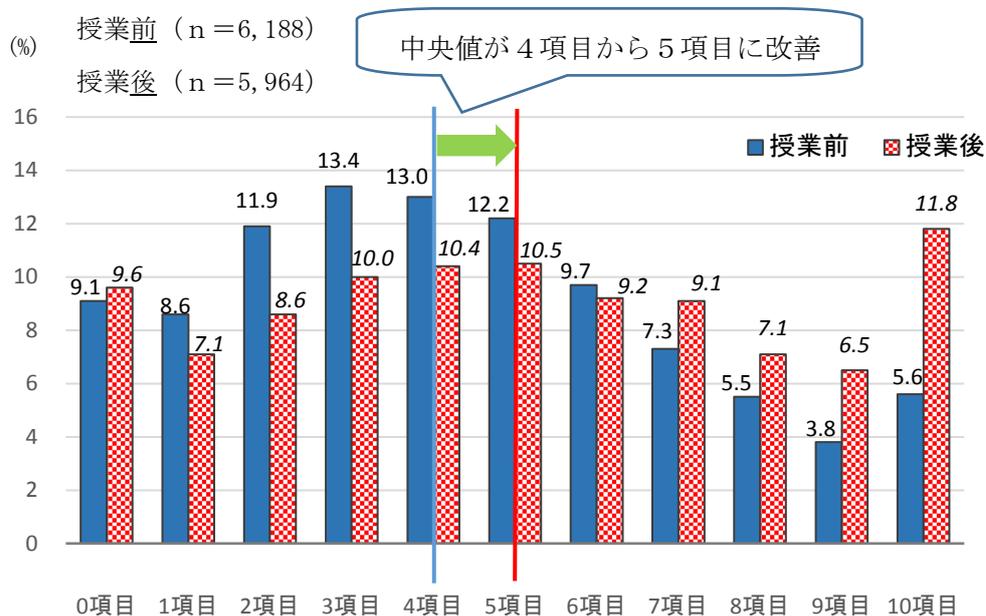
### (2) 全体の傾向

無回答者を除く全体の項目に占める「必ずできる」と「まあまあできる」の合計割合（全10項目中「必ずできる」又は「まあまあできる」と回答した項目数の割合をいう。以下同じ。）を算出した結果は、**図表 2-31** のとおりである。授業前の平均は42.8%、授業後の平均は50.1%であった。

問1から問10までにおいて、「必ずできる」又は「まあまあできる」と答えた項目の分布は、**図表 2-32** のとおりである。授業前は3項目が13.4%で最も多く、次いで4項目が13.0%であった。授業後は10項目が11.8%で最も多く、次いで5項目が10.5%であった。

**図表 2-31** 全体の項目に占める「必ずできる」と「まあまあできる」の合計割合 (%)  
の記述統計

	n	最小値	最大値	平均値	中央値	標準偏差
授業前	6,188	0.0	100.0	42.8	40.0	27.9
授業後	5,964	0.0	100.0	50.1	50.0	31.5



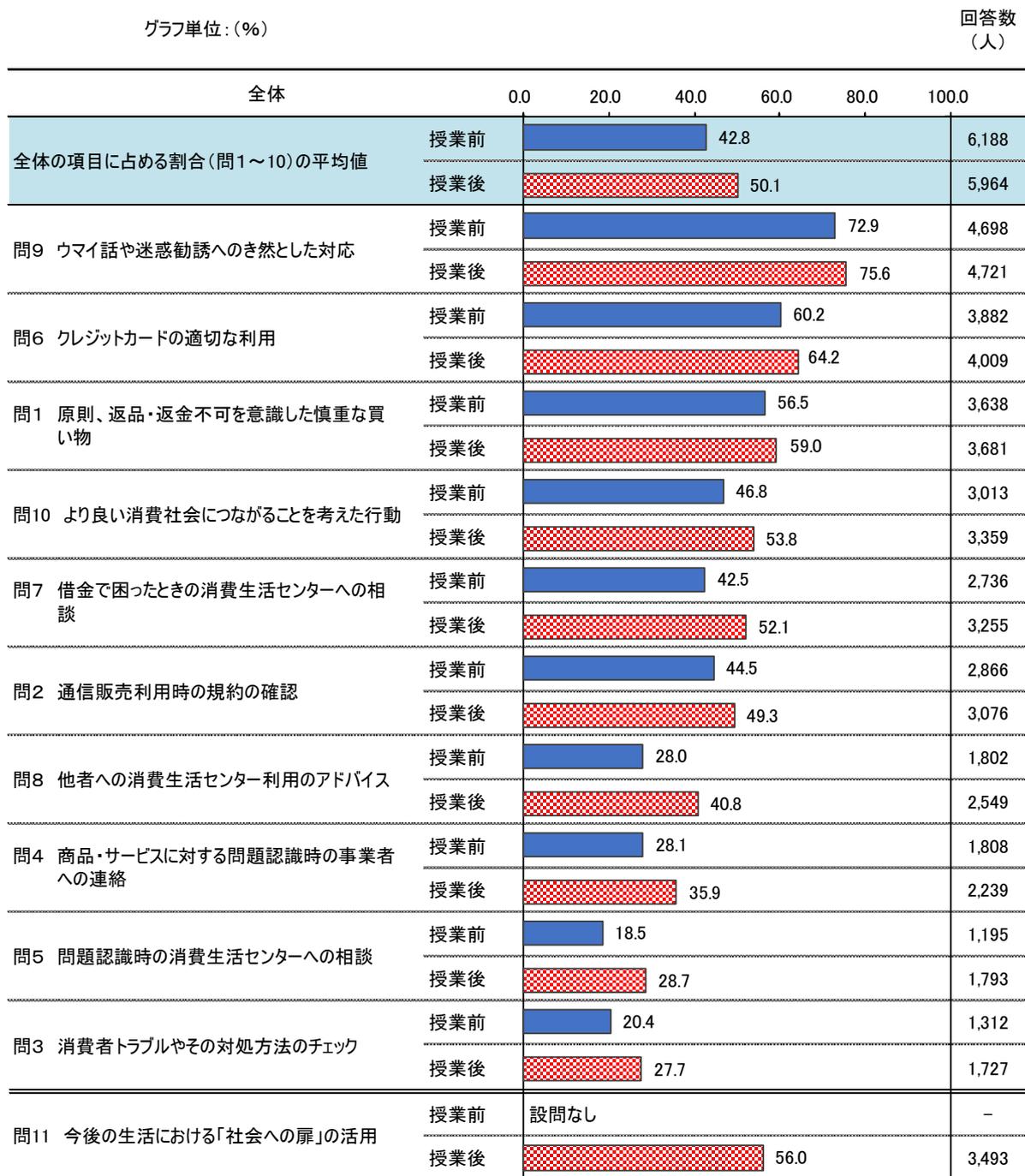
**図表 2-32** 「必ずできる」又は「まあまあできる」と答えた項目の分布

項目ごとの「必ずできる」と「まあまあできる」の合計割合を算出した結果は、**図表 2-33** のとおりである。最も高いのは、授業前、授業後とも「ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応（問9）」であり、次いで「クレジットカードの適切な利用（問6）」、「原則、返品・返金不可を意識した慎重な買い物（問1）」であった。また、「必ずできる」と「まあまあでき

## 第2章 アンケート調査の結果

る」の合計について授業前と授業後を比べると、いずれの項目でも授業後が増加しており、知識を身に付けることだけでなく、意識の変化も見られたといえる。

《総括表》



図表 2-33 項目ごとの「必ずできる」と「まあまあできる」の合計割合

# 参 考 资 料

参考資料

1. アンケート集計表

図表2-1

	n	%
男子	3,305	51.3
女子	3,118	48.4
無回答	21	0.3
合計	6,444	100

図表2-2

	n	%
男子	3,180	50.9
女子	3,003	48.1
無回答	59	0.9
合計	6,242	100

図表2-3

	学年	n	%
授業前	第1学年	5,267	81.7
	第2学年	866	13.4
	第3学年	280	4.3
	第4学年	15	0.2
	無回答	16	0.2
	合計	6,444	100
授業後	第1学年	5,068	81.2
	第2学年	900	14.4
	第3学年	264	4.2
	第4学年	7	0.1
	無回答	3	0.0
	合計	6,242	100

図表2-4

授業科目	n	%
家庭科	35	60.3
公民科	11	19.0
ホームルーム活動	7	12.1
総合的な学習の時間	2	3.4
その他	3	5.2
合計	58	100

図表2-5

契約の成立時期	授業前		授業後	
	n	%	n	%
1. 商品を受け取ったとき	1,499	23.3	495	7.9
2. 代金を払ったとき	4,129	64.1	1,019	16.3
3. 店員が「はい、かしこまりました」と言ったとき	475	7.4	4,600	73.7
4. 分からない	324	5.0	96	1.5
無回答	17	0.3	32	0.5
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-6

契約の取消し	授業前		授業後	
	n	%	n	%
1. 返品は受け付けなくてよい	378	5.9	3,537	56.7
2. レシートがあり1週間以内なら返品を受け付けなければならない	5,307	82.4	2,314	37.1
3. 商品を開封していなければいつでも返品を受け付けなければならない	349	5.4	178	2.9
4. 分からない	389	6.0	165	2.6
無回答	21	0.3	48	0.8
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

参考資料

図表2-7

未成年者取消し	授業前		授業後	
	n	%	n	%
1. 取り消すことはできない	1,781	27.6	455	7.3
2. 未成年者取消しができる	1,251	19.4	4,219	67.6
3. 保護者が取り消しを求めたときのみ、未成年者取消しができる	2,127	33.0	1,253	20.1
4. 分からない	1,257	19.5	264	4.2
無回答	28	0.4	51	0.8
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-8

クーリング・オフ	授業前		授業後	
	n	%	n	%
1. 事業者がウソを言って勧誘した場合は、クーリング・オフできる	1,456	22.6	1,107	17.7
2. 絵画を飾るなど、商品を使用していなければ、いつでもクーリング・オフできる	339	5.3	243	3.9
3. 契約してから8日間であれば、クーリング・オフできる	3,492	54.2	4,496	72.0
4. 分からない	1,134	17.6	344	5.5
無回答	23	0.4	52	0.8
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-9

通信販売におけるクーリング・オフ	授業前		授業後	
	n	%	n	%
1. クーリング・オフできない	2,292	35.6	4,541	72.7
2. 契約してから14日間ならクーリング・オフできる	2,326	36.1	941	15.1
3. 商品が届く前ならクーリング・オフできる	692	10.7	309	5.0
4. 分からない	1,094	17.0	381	6.1
無回答	40	0.6	70	1.1
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-10

クレジットカード	授業前		授業後	
	n	%	n	%
1. デビットカード	971	15.1	674	10.8
2. クレジットカード	4,206	65.3	4,947	79.3
3. プリペイドカード	378	5.9	258	4.1
4. 分からない	845	13.1	283	4.5
無回答	44	0.7	80	1.3
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-11

リボルビング払い	授業前		授業後	
	n	%	n	%
1. 36回分割払い	1,416	22.0	814	13.0
2. リボルビング払い(リボ払い)	1,706	26.5	4,314	69.1
3. ボーナス1回払い	803	12.5	396	6.3
4. 分からない	2,446	38.0	618	9.9
無回答	73	1.1	100	1.6
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

参考資料

図表2-12

借入返済額	授業前		授業後	
	n	%	n	%
1. 約23万円	1,177	18.3	754	12.1
2. 約26万円	1,415	22.0	1,119	17.9
3. 約29万円	1,043	16.2	3,213	51.5
4. 分からない	2,754	42.7	1,047	16.8
無回答	55	0.9	109	1.7
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-13

投資の知識	授業前		授業後	
	n	%	n	%
1. 「必ずもうかる投資」はない	4,024	62.4	5,226	83.7
2. マルチ商法の仕組みを使った投資はもうかる	459	7.1	252	4.0
3. 専門家なら必ずもうかる投資を知っている	255	4.0	122	2.0
4. 分からない	1,670	25.9	553	8.9
無回答	36	0.6	89	1.4
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-14

製品による事故	授業前		授業後	
	n	%	n	%
1. 損害賠償を求めることはできない	182	2.8	193	3.1
2. 製品の代金のみ返金を求めることができる	821	12.7	558	8.9
3. 欠陥による損害であれば、治療費なども含め、広く損害賠償を求めることができる	4,402	68.3	4,908	78.6
4. 分からない	946	14.7	456	7.3
無回答	93	1.4	127	2.0
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-15

消費者ホットライン188	授業前		授業後	
	n	%	n	%
1. 118番	1,027	15.9	659	10.6
2. 188番	1,257	19.5	4,281	68.6
3. 189番	1,034	16.0	587	9.4
4. 分からない	3,094	48.0	629	10.1
無回答	32	0.5	86	1.4
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-16

消費者トラブルへの対応	授業前		授業後	
	n	%	n	%
1. 自分が我慢すればよいことなので何もしない	505	7.8	278	4.5
2. ネット上に事業者を誹謗中傷した書き込みをする	249	3.9	225	3.6
3. 消費者生活センターや事業者※(お客様相談室)に相談する	3,740	58.0	4,646	74.4
4. 家族や友人に相談する	3,850	59.7	3,224	51.7
「3. 消費者生活センターや事業者」かつ「4. 家族や友人」へ相談	1,519	23.6	1,943	31.1
無回答	45	0.7	91	1.5
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

参考資料

図表2-17

	授業前 (n=6,091)		授業後 (n=5,864)	
	正答数	%	正答数	%
最小値	0.0	0.0	0.0	0.0
最大値	11.0	91.7	12.0	100.0
平均値	4.4	36.8	8.5	70.8
中央値	4.5	37.5	9.0	75.0
標準偏差	1.9	15.9	2.8	23.4

図表2-18

	授業前		授業後	
	n	%	n	%
～1問未満	245	4.0	63	1.1
1問以上～2問未満	392	6.4	60	1.0
2問以上～3問未満	637	10.5	120	2.0
3問以上～4問未満	1,032	16.9	211	3.6
4問以上～5問未満	1,175	19.3	270	4.6
5問以上～6問未満	1,151	18.9	341	5.8
6問以上～7問未満	804	13.2	482	8.2
7問以上～8問未満	434	7.1	548	9.3
8問以上～9問未満	167	2.7	673	11.5
9問以上～10問未満	43	0.7	757	12.9
10問以上～11問未満	7	0.1	825	14.1
11問以上～12問未満	4	0.1	986	16.8
12問	0	0.0	528	9.0
合計	6,091	100.0	5,864	100

図表2-19

	授業前		授業後	
	n	%	n	%
12問に占める正答率(Q1～12)の平均値	-	36.8	-	70.8
Q10 製品事故: 損害賠償請求できる	4,402	68.3	4,908	78.6
Q6 後払いの方法: クレジットカード	4,206	65.3	4,947	79.3
Q9 「必ず儲かる投資」: ない	4,024	62.4	5,226	83.7
Q4 キャッチセールス: クーリング・オフ可	3,492	54.2	4,496	72.0
Q5 通販: クーリング・オフ不可	2,292	35.6	4,541	72.7
Q7 残高が分かりにくい: リボルビング払い	1,706	26.5	4,314	69.1
Q11 消費者ホットライン: 188	1,257	19.5	4,281	68.6
Q3 未成年者契約: 取消しが可能	1,251	19.4	4,219	67.6
Q8 年利17%で借りた20万円の返済総額	1,043	16.2	3,213	51.5
Q1 契約成立のタイミング: 承諾	475	7.4	4,600	73.7
Q2 成立した契約: 原則取消し不可	378	5.9	3,537	56.7
Q12 トラブル時の相談: 消費生活センターに相談	3,740	58.0	4,646	74.4
Q12 トラブル時の相談: 家族や友人に相談	3,850	59.7	3,224	51.7

参考資料

図表2-20

原則返品・返金不可を意識した慎重な買い物	授業前		授業後	
	n	%	n	%
6. 必ずできる	1,313	20.4	1,517	24.3
5. まあまあできる	2,325	36.1	2,164	34.7
4. 少しはできる	1,144	17.8	1,182	18.9
3. どちらともいえない	927	14.4	746	12.0
2. あまりできない	453	7.0	388	6.2
1. 全くできない	166	2.6	123	2.0
無回答	116	1.8	122	2.0
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-21

通信販売利用時の規約の確認	授業前		授業後	
	n	%	n	%
6. 必ずできる	1,491	23.1	1,500	24.0
5. まあまあできる	1,375	21.3	1,576	25.2
4. 少しはできる	1,229	19.1	1,275	20.4
3. どちらともいえない	1,082	16.8	886	14.2
2. あまりできない	781	12.1	653	10.5
1. 全くできない	360	5.6	226	3.6
無回答	126	2.0	126	2.0
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-22

消費者トラブルやその対処方法のチェック	授業前		授業後	
	n	%	n	%
6. 必ずできる	370	5.7	525	8.4
5. まあまあできる	942	14.6	1,202	19.3
4. 少しはできる	1,502	23.3	1,710	27.4
3. どちらともいえない	1,789	27.8	1,489	23.9
2. あまりできない	1,191	18.5	845	13.5
1. 全くできない	519	8.1	339	5.4
無回答	131	2.0	132	2.1
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-23

商品・サービスに対する問題認識時の 事業者への連絡	授業前		授業後	
	n	%	n	%
6. 必ずできる	697	10.8	880	14.1
5. まあまあできる	1,111	17.2	1,359	21.8
4. 少しはできる	1,338	20.8	1,469	23.5
3. どちらともいえない	1,604	24.9	1,287	20.6
2. あまりできない	1,039	16.1	787	12.6
1. 全くできない	512	7.9	318	5.1
無回答	143	2.2	142	2.3
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

参考資料

図表2-24

問題認識時の消費生活センターへの相談	授業前		授業後	
	n	%	n	%
6. 必ずできる	435	6.8	691	11.1
5. まあまあできる	760	11.8	1,102	17.7
4. 少しはできる	1,125	17.5	1,357	21.7
3. どちらともいえない	1,903	29.5	1,567	25.1
2. あまりできない	1,265	19.6	957	15.3
1. 全くできない	811	12.6	427	6.8
無回答	145	2.3	141	2.3
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-25

クレジットカードの適切な利用	授業前		授業後	
	n	%	n	%
6. 必ずできる	2,386	37.0	2,626	42.1
5. まあまあできる	1,496	23.2	1,383	22.2
4. 少しはできる	728	11.3	707	11.3
3. どちらともいえない	1,414	21.9	1,125	18.0
2. あまりできない	154	2.4	125	2.0
1. 全くできない	130	2.0	137	2.2
無回答	136	2.1	139	2.2
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-26

借金で困ったときの消費生活センターへの相談	授業前		授業後	
	n	%	n	%
6. 必ずできる	1,324	20.5	1,685	27.0
5. まあまあできる	1,412	21.9	1,570	25.2
4. 少しはできる	1,220	18.9	1,247	20.0
3. どちらともいえない	1,873	29.1	1,278	20.5
2. あまりできない	279	4.3	189	3.0
1. 全くできない	202	3.1	135	2.2
無回答	134	2.1	138	2.2
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-27

他者への消費生活センター利用のアドバイス	授業前		授業後	
	n	%	n	%
6. 必ずできる	691	10.7	1,072	17.2
5. まあまあできる	1,111	17.2	1,477	23.7
4. 少しはできる	1,608	25.0	1,622	26.0
3. どちらともいえない	1,930	30.0	1,336	21.4
2. あまりできない	584	9.1	388	6.2
1. 全くできない	386	6.0	204	3.3
無回答	134	2.1	143	2.3
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

参考資料

図表2-28

ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応	授業前		授業後	
	n	%	n	%
6. 必ずできる	3,119	48.4	3,207	51.4
5. まあまあできる	1,579	24.5	1,514	24.3
4. 少しはできる	661	10.3	650	10.4
3. どちらともいえない	719	11.2	535	8.6
2. あまりできない	138	2.1	131	2.1
1. 全くできない	105	1.6	77	1.2
無回答	123	1.9	128	2.1
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-29

より良い消費社会につながることを考えた行動	授業前		授業後	
	n	%	n	%
6. 必ずできる	1,169	18.1	1,315	21.1
5. まあまあできる	1,844	28.6	2,044	32.7
4. 少しはできる	1,651	25.6	1,545	24.8
3. どちらともいえない	1,364	21.2	954	15.3
2. あまりできない	180	2.8	165	2.6
1. 全くできない	106	1.6	87	1.4
無回答	130	2.0	132	2.1
合計	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-30

今後の生活における「社会への扉」の活用	授業後	
	n	%
6. 必ずできる	1,431	22.9
5. まあまあできる	2,062	33.0
4. 少しはできる	1,458	23.4
3. どちらともいえない	897	14.4
2. あまりできない	125	2.0
1. 全くできない	115	1.8
無回答	154	2.5
合計	6,242	100.0

図表2-31

	授業前 (n=6,188)		授業後 (n=5,964)	
	項目	%	項目	%
最小値	0.0	0.0	0.0	0.0
最大値	10.0	100.0	10.0	100.0
平均値	4.3	42.8	5.0	50.1
中央値	4.0	40.0	5.0	50.0
標準偏差	2.8	27.9	3.1	31.5

参考資料

図表2-32

	授業前		授業後	
	n	%	n	%
0問	565	9.1	570	9.6
1問	530	8.6	426	7.1
2問	736	11.9	515	8.6
3問	827	13.4	597	10.0
4問	807	13.0	622	10.4
5問	752	12.2	626	10.5
6問	598	9.7	548	9.2
7問	454	7.3	545	9.1
8問	338	5.5	425	7.1
9問	236	3.8	388	6.5
10問	345	5.6	702	11.8
合計	6,188	100.0	5,964	100

図表2-33

	授業前		授業後	
	n	%	n	%
全体の項目に占める割合(問1~10)の平均値	-	42.8	-	50.1
問9ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応	4,698	72.9	4,721	75.6
問6クレジットカードの適切な利用	3,882	60.2	4,009	64.2
問1原則、返品・返金不可を意識した慎重な買物	3,638	56.5	3,681	59.0
問10より良い消費社会につながることを考えた行動	3,013	46.8	3,359	53.8
問7借金で困ったときの消費生活センターへの相談	2,736	42.5	3,255	52.1
問2通信販売利用時の規約の確認	2,866	44.5	3,076	49.3
問8他者への消費生活センター利用のアドバイス	1,802	28.0	2,549	40.8
問4商品・サービスに対する問題認識時の事業者への連絡	1,808	28.1	2,239	35.9
問5問題認識時の消費生活センターへの相談	1,195	18.5	1,793	28.7
問3消費者トラブルやその対処方法のチェック	1,312	20.4	1,727	27.7
問11今後の生活における「社会への扉」の活用	-	-	3,493	56.0

## 参考資料

### 2. 授業前後の変化に関する統計的検定結果

#### (1) 消費生活に関する知識

授業前後ともに全問回答のサンプル n=5,819	平均正答率		対応サンプルの差			t検定	
	授業前	授業後	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	t 値	有意確率
全体の正答率	.365	.700	.335	.247	.003	103.224	.000
Q1 契約成立のタイミング: 承諾	.070	.745	.675	.485	.006	106.055	.000
Q2 成立した契約: 原則取消不可	.057	.578	.521	.523	.007	76.001	.000
Q3 未成年者契約: 取消が可能	.195	.683	.487	.587	.008	63.381	.000
Q4 キャッチセールス: クーリングオフ可	.552	.722	.170	.596	.008	21.733	.000
Q5 通販: クーリングオフ不可	.359	.733	.374	.603	.008	47.354	.000
Q6 後払いの方法: クレジットカード	.652	.798	.146	.546	.007	20.372	.000
Q7 残高が分かりにくい: リボ引払い	.263	.691	.428	.601	.008	54.279	.000
Q8 年利17%で借りた20万円の返済総額	.164	.519	.354	.596	.008	45.391	.000
Q9 必ず儲かる投資: ない	.627	.838	.211	.522	.007	30.844	.000
Q10 製品事故: 損害賠償請求できる	.687	.786	.099	.505	.007	14.914	.000
Q11 消費者ホットライン: 188	.193	.696	.502	.581	.008	65.939	.000
Q12 トラブル時の相談: 家族&消費者センター	.524	.555	.050	.356	.005	10.692	.000

#### (2) 自立した消費者としての意識

授業前後ともに全問回答のサンプル n=5,345	平均正答率		対応サンプルの差			t検定	
	授業前	授業後	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	t 値	有意確率
全体の割合	.501	.431	.069	.306	.004	0.078	.000
問1 原則返品・返金不可を意識した慎重な買い物	.611	.582	.029	.567	.008	3.716	.000
問2 通信販売利用時の利用規約の確認	.509	.459	.049	.566	.008	6.382	.000
問3 消費者トラブルやその対処方法のチェック	.284	.210	.074	.525	.007	10.325	.000
問4 商品・サービスの問題認識時の事業者への連絡	.365	.286	.079	.566	.008	10.180	.000
問5 問題認識時の消費生活センターへの相談	.290	.189	.102	.522	.007	14.240	.000
問6 クレジットカードの適切な利用	.663	.625	.037	.546	.007	5.014	.000
問7 借金で困ったときの消費生活センターへの相談	.532	.437	.096	.576	.008	12.144	.000
問8 他者への消費生活センター利用のアドバイス	.420	.285	.134	.561	.008	17.497	.000
問9 ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応	.778	.754	.024	.491	.007	3.624	.000
問10 より良い消費社会につながることを考えた行動	.554	.484	.071	.573	.008	9.000	.000



## 消費生活についてのアンケート

あなたは今後の消費生活で、以下のことができそうですか。あてはまる番号を1つずつ○で囲んでください。

**問1 店で商品を購入するときは、原則は返品・返金ができないことを意識して慎重に買い物する。**

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

**問2 ネットショッピングで買い物をする際には、注文前に利用規約を必ず確認する。**

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

**問3 近ごろ問題になっている販売方法や消費者トラブル、その対処方法を常にチェックする。**

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

**問4 商品やサービスに問題を感じたら、事業者（販売店やメーカーなど）に連絡する。**

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

**問5 商品やサービス、また事業者の対応に問題を感じたら、消費生活センターに相談する。**

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

**問6 もしクレジットカードを持ったとしたら、期日までに必ず支払える場合にしか使わない。**

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

**問7 借金が雪だるま式に増えるようなことがあれば、消費生活センターに相談する。**

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

**問8 消費者被害にあっているような人がいたら、消費生活センターに相談するようアドバイスする。**

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

**問9 「必ずもうかる」などのウマイ話や、迷惑を感じる勧誘をされたときは、きっぱりと断る。**

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

**問10 自分も、安全・安心でより良い消費社会につながることを考えて行動する。**

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

**問11 消費生活について、知りたい内容があれば書いてください。**

ご協力ありがとうございました。



## 消費生活についてのアンケート《事後》

あなたは今後の消費生活で、以下のことができそうですか。あてはまる番号を1つずつ○で囲んでください。

問1 店で商品を購入するときは、原則は返品・返金ができないことを意識して慎重に買い物する。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問2 ネットショッピングで買い物をする際には、注文前に利用規約を必ず確認する。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問3 近ごろ問題になっている販売方法や消費者トラブル、その対処方法を常にチェックする。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問4 商品やサービスに問題を感じたら、事業者（販売店やメーカーなど）に連絡する。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問5 商品やサービス、また事業者の対応に問題を感じたら、消費生活センターに相談する。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問6 もしクレジットカードを持ったとしたら、期日までに必ず支払える場合にしか使わない。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問7 借金が雪だるま式に増えるようなことがあれば、消費生活センターに相談する。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問8 消費者被害にあっているような人がいたら、消費生活センターに相談するようアドバイスする。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問9 「必ずもうかる」などのウマイ話や、迷惑に感じる勧誘をされたときは、きっぱりと断る。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問10 自分も、安全・安心でより良い消費社会につながることを考えて行動する。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問11 「社会への扉」冊子で学んだことを、今後の生活の中で役立てる。

1. 全くできない 2. あまりできない 3. どちらともいえない 4. 少しはできる 5. まあまあできる 6. 必ずできる

問12 「社会への扉」を学んで分かりやすかった点や分かりにくかった点、もっと学びたい内容を含めて感想を書いてください。

ご協力ありがとうございました。

## 5. 消費生活クイズ回答

### 消費生活クイズ 回答

間違っていて覚えているところがないか、よく確認しておこう！

#### Q1 店で買い物をするとき、契約が成立するのはいつ？

- |  |             |
|--|-------------|
| 1. 商品を受け取ったとき  | 2. 代金を払ったとき |
| <input checked="" type="radio"/> 3. 店員が「はい、かしこまりました」と言ったとき | 4. 分からない    |

#### Q2 店で商品を買ったが、使う前に不要になり返品したい。店の対応として法律上正しいものは？

- |   |                                   |
|---|-----------------------------------|
| <input checked="" type="radio"/> 1. 返品は受け付けなくてよい。 | 2. レシートがあり1週間以内なら返品を受け付けなければならない。 |
| 3. 商品を開封していなければいつでも返品を受け付けなければならない。               | 4. 分からない                          |

#### Q3 17歳の高校生が、保護者に内緒で10万円の化粧品セットを契約した。この契約は取り消せる？

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| 1. 取り消すことはできない。                  | <input checked="" type="radio"/> 2. 未成年者取消しができる。 |
| 3. 保護者が取り消しを求めたときのみ、未成年者取消しができる。 | 4. 分からない   |

#### Q4 街で呼び止められ、展示会場に行ったら勧誘され、断れなくて10万円の絵画を契約してしまった。この契約をクーリング・オフすることはできる？

- |  |          |
|--|----------|
| 1. 事業者がウソを言って勧誘した場合は、クーリング・オフできる。                              |          |
| 2. 絵画を飾るなど、商品を使用していなければ、いつでもクーリング・オフできる。                       |          |
| <input checked="" type="radio"/> 3. 契約してから8日間であれば、クーリング・オフできる。 | 4. 分からない |

#### Q5 ネットショップでTシャツを買ったけれど似合わない。クーリング・オフできる？

- |   |                             |
|---|-----------------------------|
| <input checked="" type="radio"/> 1. クーリング・オフできない。 | 2. 契約してから14日間ならクーリング・オフできる。 |
| 3. 商品が届く前ならクーリング・オフできる。                           | 4. 分からない                    |

#### Q6 買い物をした後日に代金を支払うことになるのはどれ？

- |            |  |             |          |
|------------|--|-------------|----------|
| 1. デビットカード | <input checked="" type="radio"/> 2. クレジットカード | 3. プリペイドカード | 4. 分からない |
|------------|--|-------------|----------|

#### Q7 クレジットカードの支払方法で、1つ1つの商品の残高が分かりにくいのは？

- |            |  |             |          |
|------------|--|-------------|----------|
| 1. 36回分割払い | <input checked="" type="radio"/> 2. リボルビング払い(リボ払い) | 3. ボーナス1回払い | 4. 分からない |
|------------|--|-------------|----------|

#### Q8 自動車教習所へ通うため金融機関から20万円を年利(金利)17%で借りた。毎月5,000円ずつ返済した場合の返済総額は？

- |          |          |   |          |
|----------|----------|---|----------|
| 1. 約23万円 | 2. 約26万円 | <input checked="" type="radio"/> 3. 約29万円 | 4. 分からない |
|----------|----------|---|----------|

#### Q9 「必ずもうかる投資」ってあるの？

- |  |                          |
|--|--------------------------|
| <input checked="" type="radio"/> 1. 「必ずもうかる投資」はない。 | 2. マルチ商法の仕組みを使った投資はもうかる。 |
| 3. 専門家なら必ずもうかる投資を知っている。                            | 4. 分からない                 |

#### Q10 製品による事故が発生したとき損害賠償を求めることができる？

- |  |                         |
|--|-------------------------|
| 1. 損害賠償を求められない。  | 2. 製品の代金のみ返金を求めることができる。 |
| <input checked="" type="radio"/> 3. 欠陥による損害であれば、治療費なども含め、広く損害賠償を求めることができる。 | 4. 分からない                |

#### Q11 消費生活について相談したいときにかける電話番号は？

- |         |  |         |          |
|---------|--|---------|----------|
| 1. 118番 | <input checked="" type="radio"/> 2. 188番 | 3. 189番 | 4. 分からない |
|---------|--|---------|----------|

#### Q12 消費者トラブルにあったとき、あなたならどうする？あてはまるものすべてを○で囲んでください。

- |   |   |
|---|---|
| 1. 自分が我慢すればよいことなので何もしない。  | 2. ネット上に事業者を誹謗中傷した書き込みをする。                      |
| <input checked="" type="radio"/> 3. 消費生活センターや事業者※(お客様相談室)に相談する。 | <input checked="" type="radio"/> 4. 家族や友人に相談する。 |