

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
実施効果に関する追跡調査報告書
(平成 30 年度調査分)

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

令和 2 年 1 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	3
	(2) 自立した消費者としての意識	3
	(3) 自由記述	3
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	6
	(3) 授業科目	7
2-2	消費生活に関する知識（消費生活クイズ）	8
	(1) 設問ごとの正答率	8
	(2) 全体の傾向	20
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）	23
	(1) 項目ごとの傾向	23
	(2) 全体の傾向	35
2-4	調査結果の考察	38
	(1) 知識に関する調査結果の考察	38
	(2) 意識に関する調査結果の考察	38
	(3) 有識者ヒアリング	39

参 考 資 料

1.	アンケート集計表	1
2.	アンケート調査票（授業前調査）	8
3.	アンケート調査票（授業後調査）	10
4.	消費生活クイズ回答	12

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、令和4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る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年度から令和2年度までの3年間で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」を令和2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、平成29年度に「社会への扉」を活用した授業の実施後、一定期間を経過している徳島県内の生徒に対して行った追跡調査（以下「一年後の追跡調査」という。）として、生徒の消費生活に関する知識の定着度、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・立案にいかす目的で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

一年後の追跡調査の概要は、図表1のとおりである。

調査対象者	平成29年度に「社会への扉」を活用した授業を受けた徳島県内の高等学校等の生徒6,168名（平成30年9月1日時点で高等学校等に在学していた生徒）
アンケート調査の実施時期	平成30年9月～平成31年3月（※1） ※1 学校の事情により、これによらない場合がある。 各学校に対しては、平成30年11月中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	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（※2） ※2 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。 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。
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）	5,982票（97.0%）
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。

図表1 一年後の追跡調査の概要

第1章 アンケート調査について

1－3 調査項目

一年後の追跡調査では、平成29年度に「社会への扉」を活用した授業実施後に行った調査と同様、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11項目、自由記述1項目である。

なお、対象の生徒が在学する全ての高等学校等において同一の調査票を使用した（授業前及び授業後アンケート調査票については、参考資料P. 8～11に掲載。一年後の追跡調査は授業後アンケート調査票をマークシート形式に変換した調査票を使用した。）。

（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、追跡調査のみ）

（3）自由記述

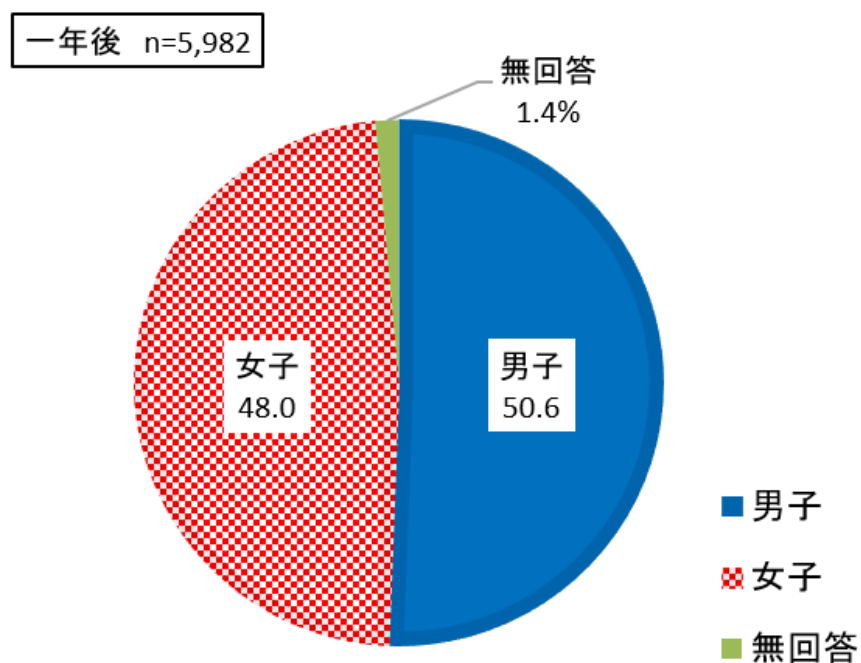
「社会への扉」の中で学んだ内容について、日々の生活で役立ったこと、今後の生活で身に付けたいと思うこと

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。
- ・ 「2－2 消費生活に関する知識（消費生活クイズ）」、「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）」では、平成29年度「社会への扉」を活用した授業実施前後の結果と比較している。
- ・ 一年後の追跡調査の結果を「一年後」、平成29年度の授業前調査の結果を「授業前」、平成29年度の授業後調査の結果を「授業後」と表示している。

2-1 回答者の概要

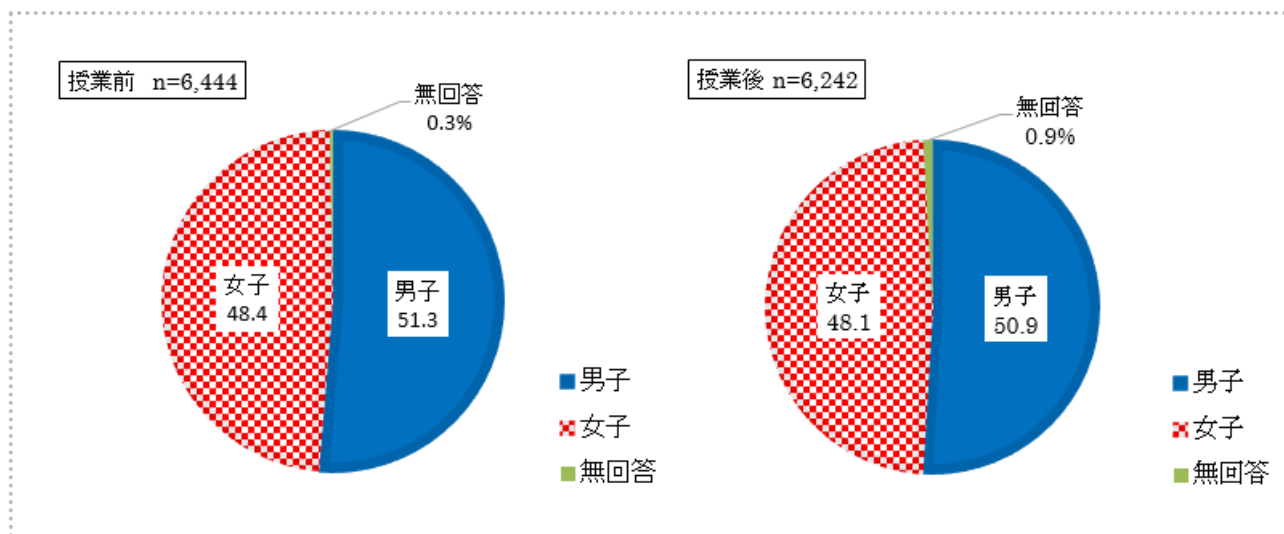
(1) 性別



図表 2-1 回答者の性別

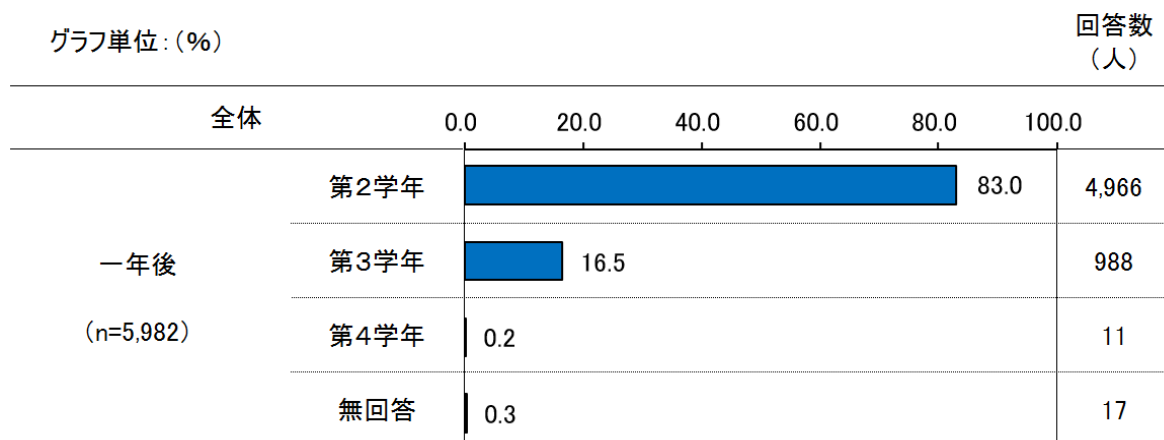
回答者の性別は、男子が 50.6%、女子が 48.0%、無回答が 1.4%である（図表 2-1）。

参考：平成 29 年度 事前・事後アンケート調査結果



第2章 アンケート調査の結果

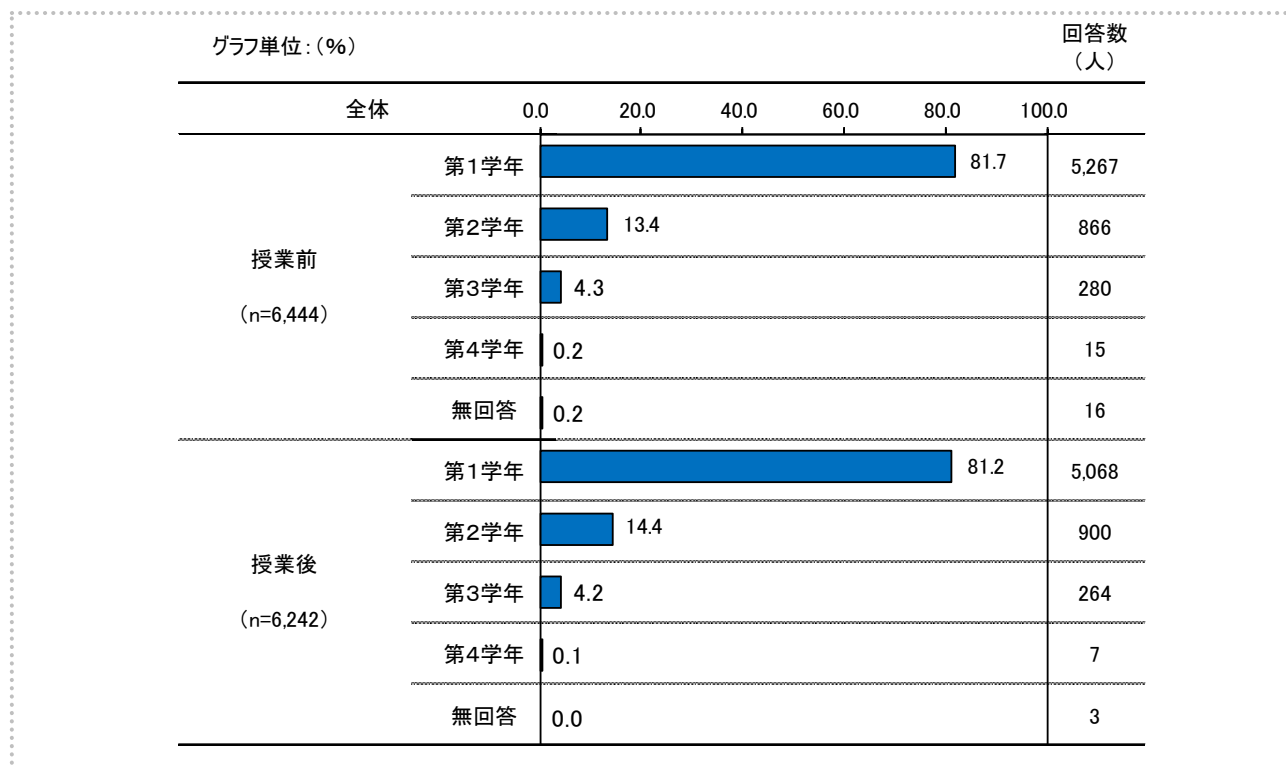
(2) 学年



図表 2-2 回答者の学年

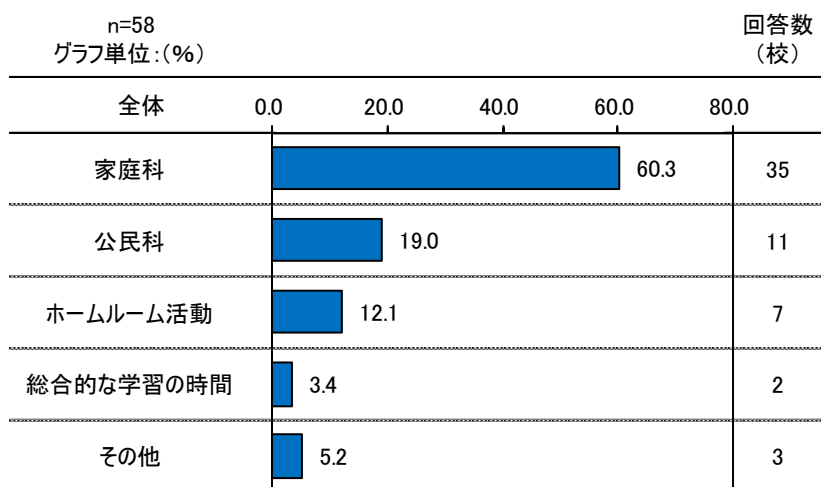
回答者の学年は、「第2学年」が83.0%、次いで「第3学年」16.5%、「第4学年」0.2%、また、無回答が0.3%含まれる（図表 2-2）。

参考：平成29年度 事前・事後アンケート調査結果



第2章 アンケート調査の結果

(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 2-3 授業科目

平成 29 年度において「社会への扉」を活用した授業は、「家庭科」が 60.3%、「公民科」が 19.0%、「ホームルーム活動」が 12.1%、「総合的な学習の時間」が 3.4%、その他の科目が 5.2%であった（図表 2-3）。

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一年後の追跡調査、平成29年度授業前調査及び平成29年度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？

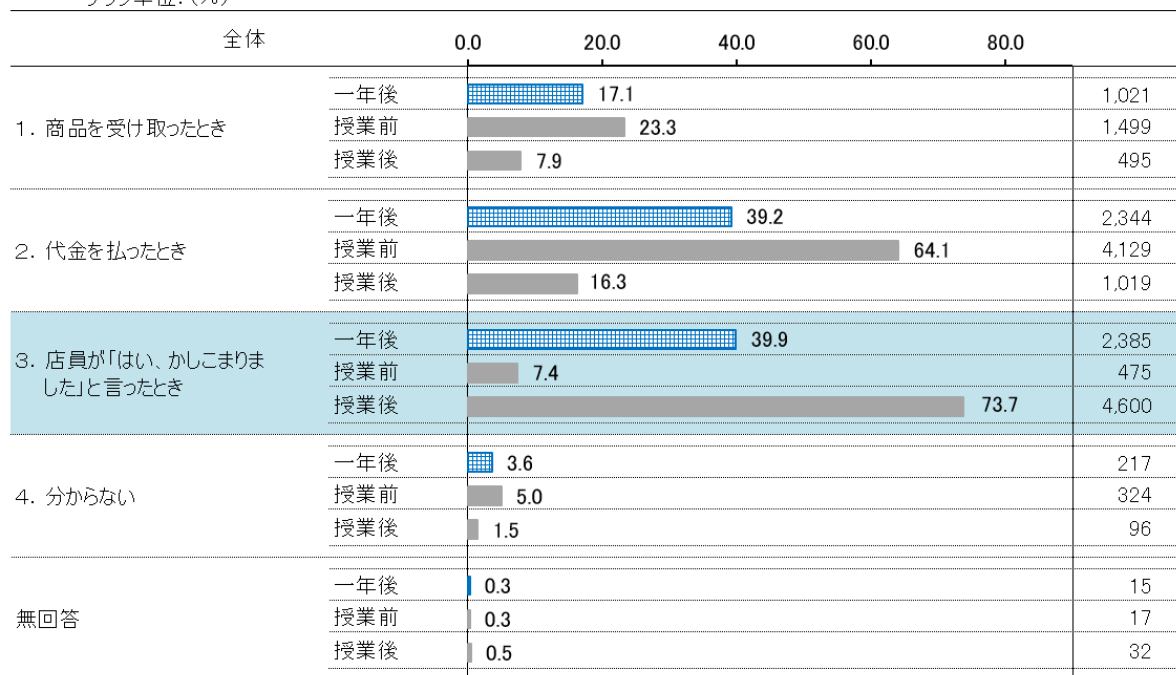
一年後(n=5,982)

授業前(n=6,444)

授業後(n=6,242)

グラフ単位: (%)

回答数
(人)



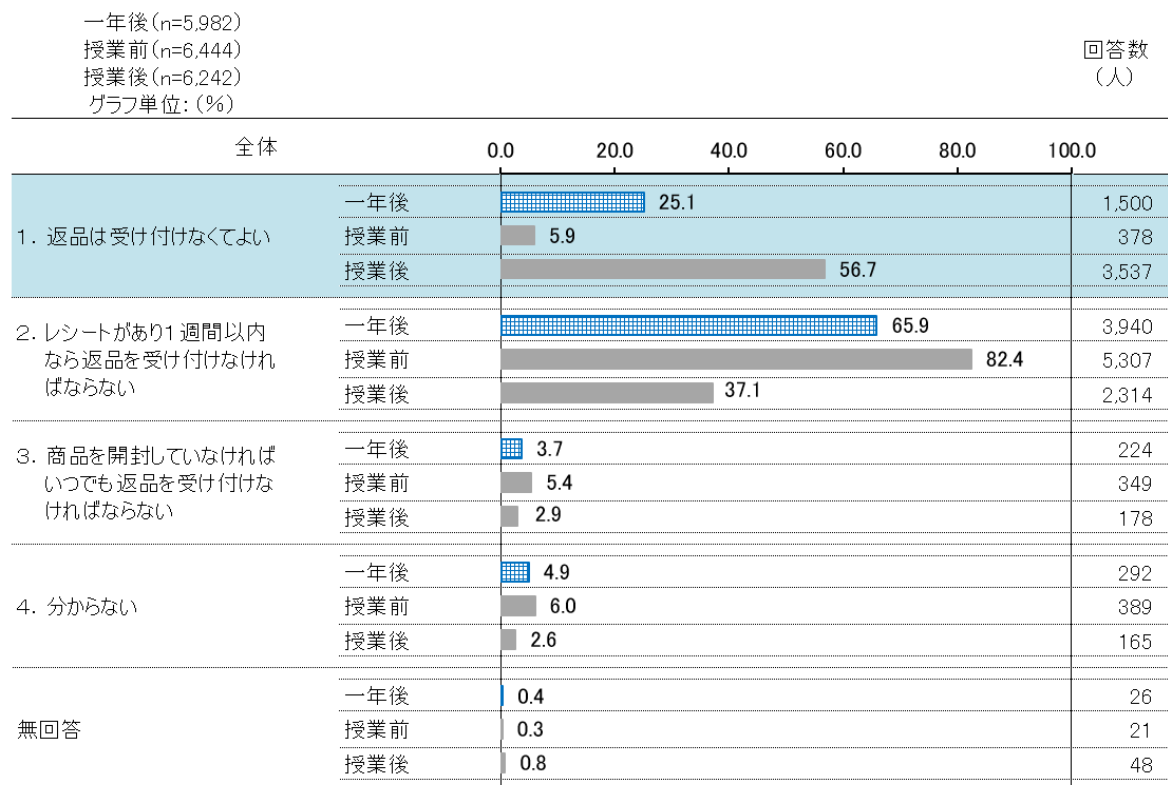
図表 2-4 契約の成立時期

契約の成立時期を尋ねたところ、一年後の追跡調査における正答率は39.9%であり、授業前(7.4%)と比べて32.5ポイントの増、授業後(73.7%)と比べて33.8ポイントの減となった。

一年後の追跡調査の結果に着目すると、正答の選択肢が最も多く選ばれているが、誤答である「代金を払ったとき」(39.2%)も同程度に選ばれている。(図表 2-4)。

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 2-5 契約の取消し

契約の取消しの知識を尋ねたところ、一年後の追跡調査における正答率は 25.1%であり、授業前 (5.9%) と比べて 19.2 ポイントの増、授業後 (56.7%) と比べて 31.6 ポイントの減となった。

一年後の追跡調査の結果に着目すると、誤答である「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」(65.9%) が最も多く選ばれている (図表 2-5)。

第2章 アンケート調査の結果

Q 3. 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？

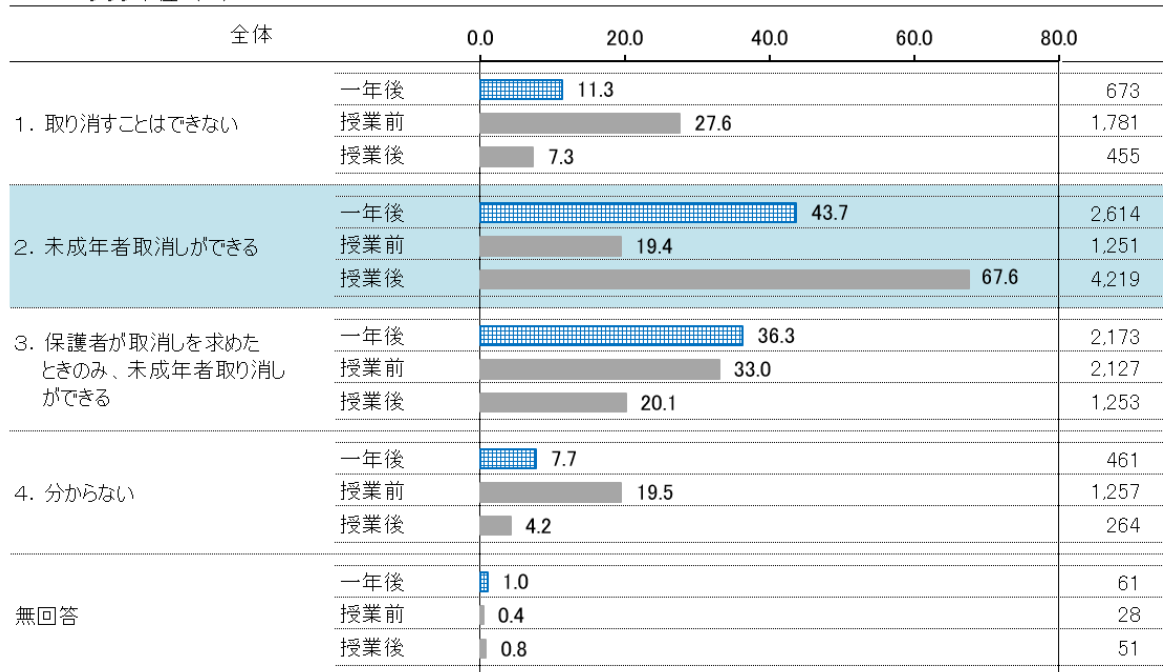
一年後 (n=5,982)

授業前 (n=6,444)

授業後 (n=6,242)

グラフ単位: (%)

回答数
(人)



図表 2-6 未成年者取消し

未成年者取消しの知識を尋ねたところ、一年後の追跡調査における正答率は 43.7%であり、授業前（19.4%）と比べて 24.3 ポイントの増、授業後（67.6%）と比べて 23.9 ポイントの減となった。

一年後の追跡調査の結果に着目すると、正答の選択肢が最も多く選ばれているが、誤答である「保護者が取消しを求めたときのみ、未成年者取消しができる」（36.3%）も比較的多く選ばれている（図表 2-6）。

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？

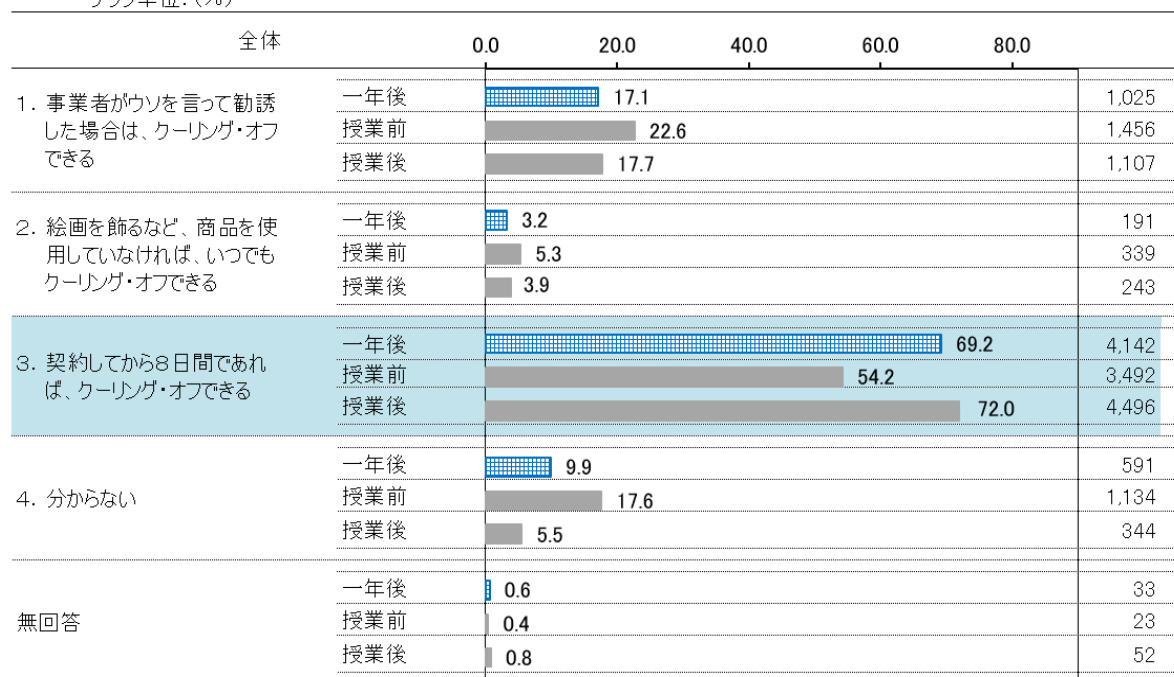
一年後(n=5,982)

授業前(n=6,444)

授業後(n=6,242)

グラフ単位: (%)

回答数
(人)

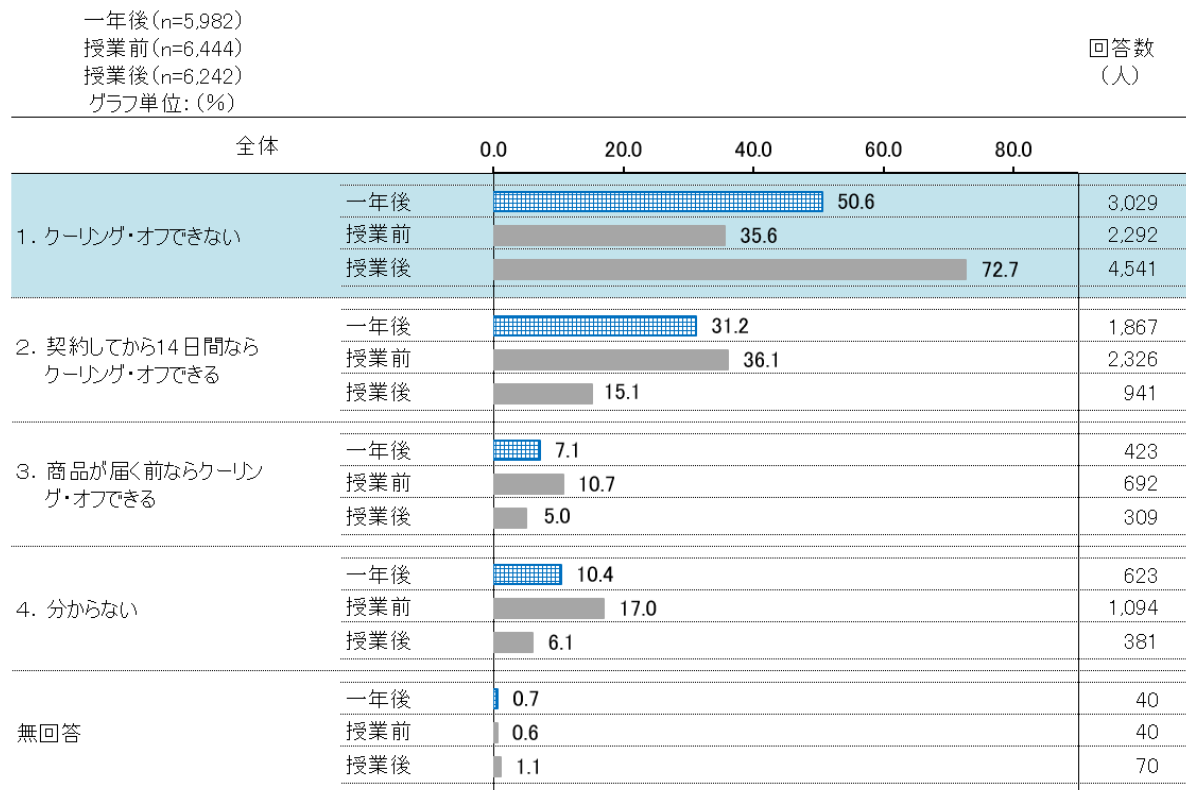


図表 2-7 クーリング・オフ

クーリング・オフの知識を尋ねたところ、一年後の追跡調査における正答率は69.2%であり、授業前（54.2%）と比べて15ポイントの増、授業後（72.0%）と比べて2.8ポイントの減となった（図表 2-7）。

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？



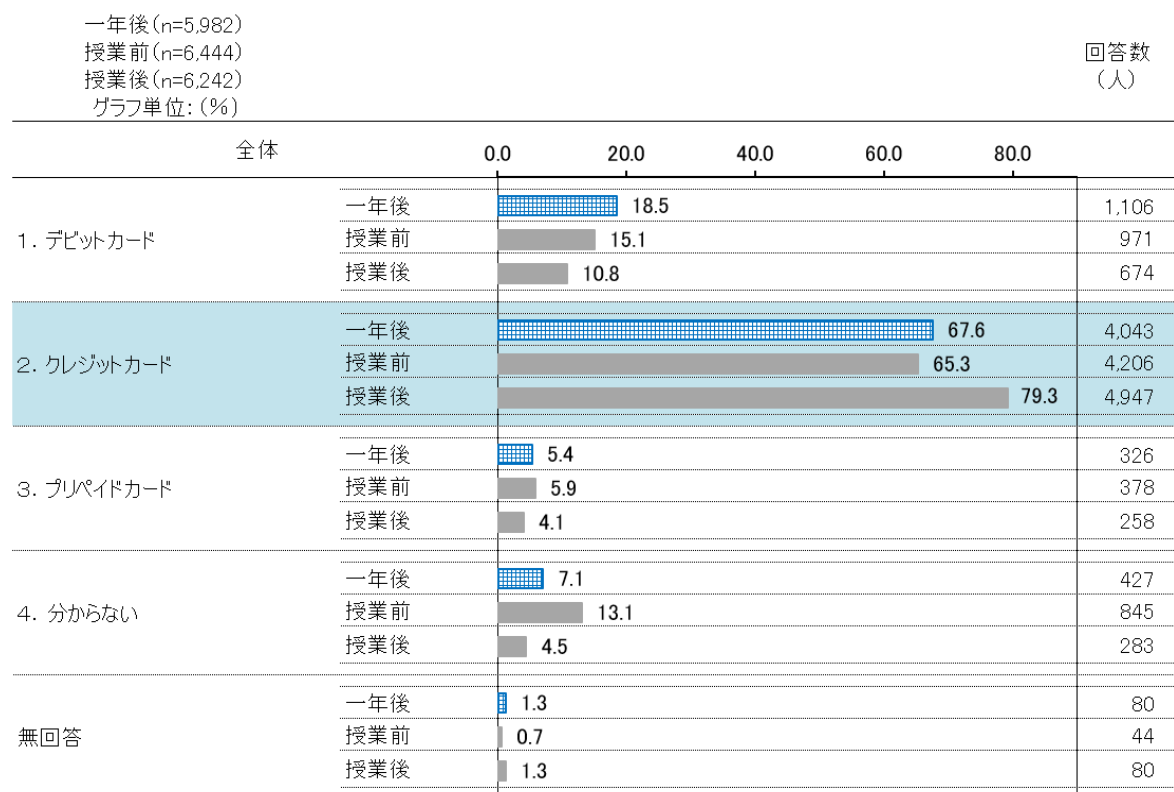
図表 2-8 通信販売におけるクーリング・オフ

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、一年後の追跡調査における正答率は 50.6%であり、授業前（35.6%）と比べて 15 ポイントの増、授業後（72.7%）と比べて 22.1 ポイントの減となった。

一年後の追跡調査の結果に着目すると、正答の選択肢が最も多く選ばれているが、誤答である「契約してから 14 日間ならクーリング・オフできる」（31.2%）も比較的多く選ばれている（図表 2-8）。

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 2-9 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、一年後の追跡調査における正答率は 67.6%であり、授業前 (65.3%) と比べて 2.3 ポイントの増、授業後 (79.3%) と比べて 11.7 ポイントの減となった。(図表 2-9)。

第2章 アンケート調査の結果

Q 7. 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？

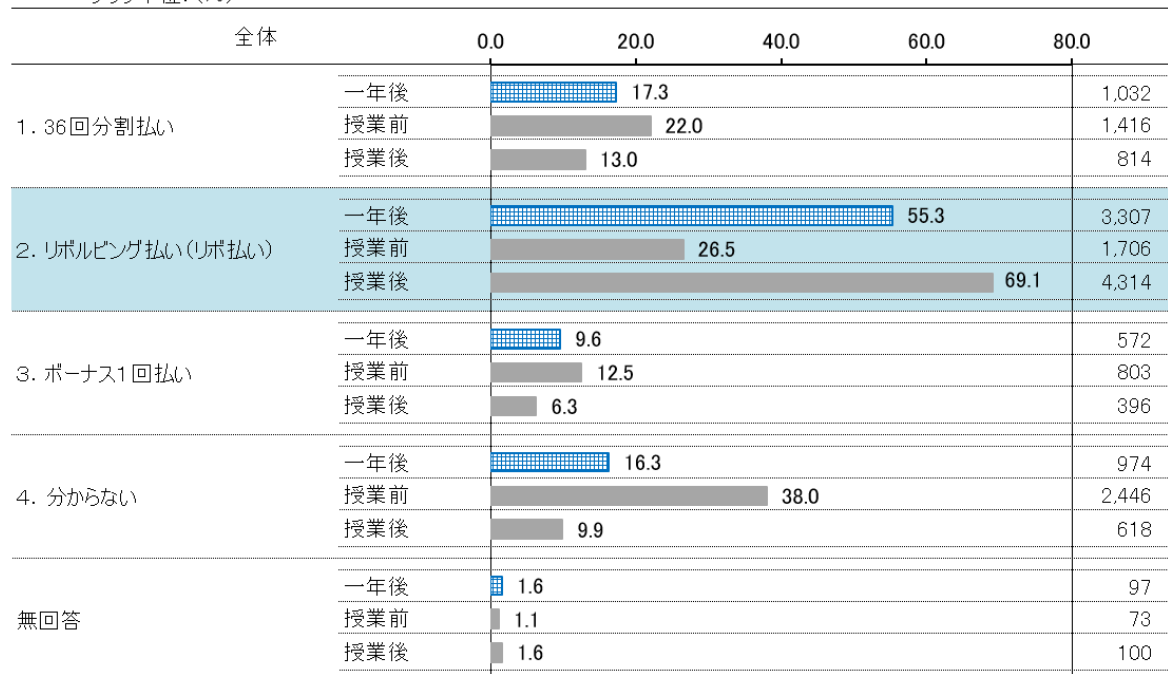
一年後(n=5,982)

授業前(n=6,444)

授業後(n=6,242)

グラフ単位: (%)

回答数
(人)



図表 2-10 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、一年後の追跡調査における正答率は **55.3%** であり、授業前 (**26.5%**) と比べて **28.8** ポイントの増、授業後 (**69.1%**) と比べて **13.8** ポイントの減となった (図表 2-10)。

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？

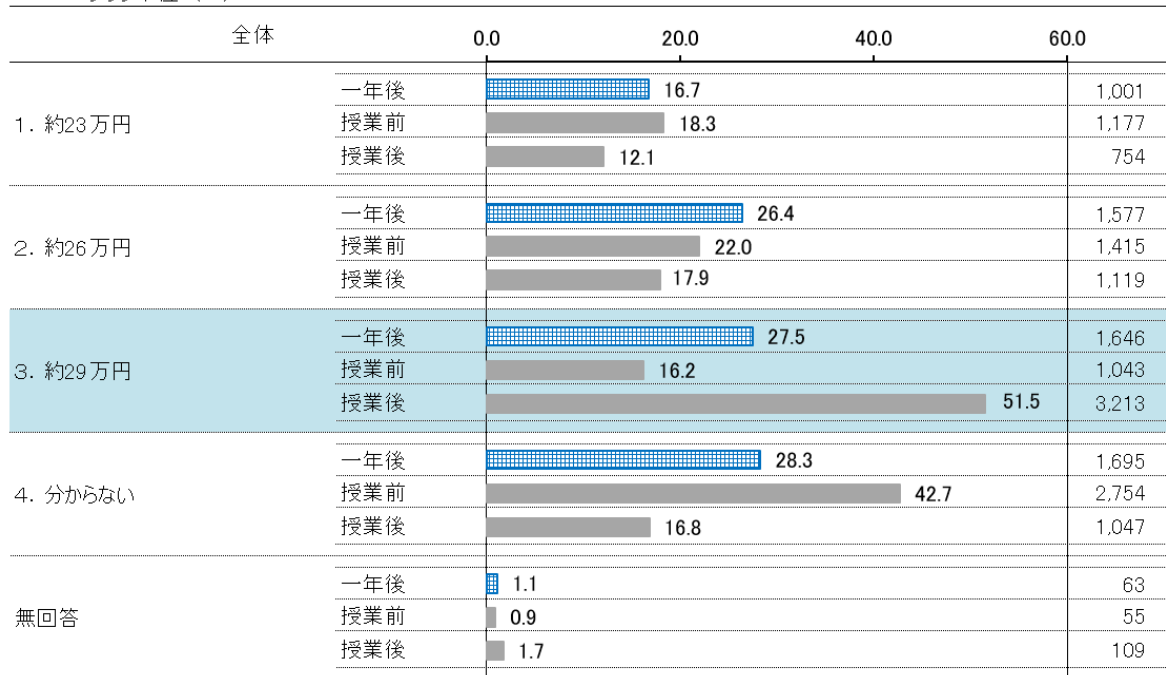
一年後 (n=5,982)

授業前 (n=6,444)

授業後 (n=6,242)

グラフ単位: (%)

回答数
(人)



図表 2-11 借入返済額

借入返済額について尋ねたところ、一年後の追跡調査における正答率は 27.5%であり、授業前 (16.2%) と比べて 11.3 ポイントの増、授業後 (51.5%) と比べて 24 ポイントの減となった。

一年後の追跡調査の結果に着目すると、「分からない」が最も多く選ばれており、誤答である「約 26 万円」(26.4%) も同程度に選ばれている (図表 2-11)。

第2章 アンケート調査の結果

Q 9. 「必ずもうかる投資」ってあるの？

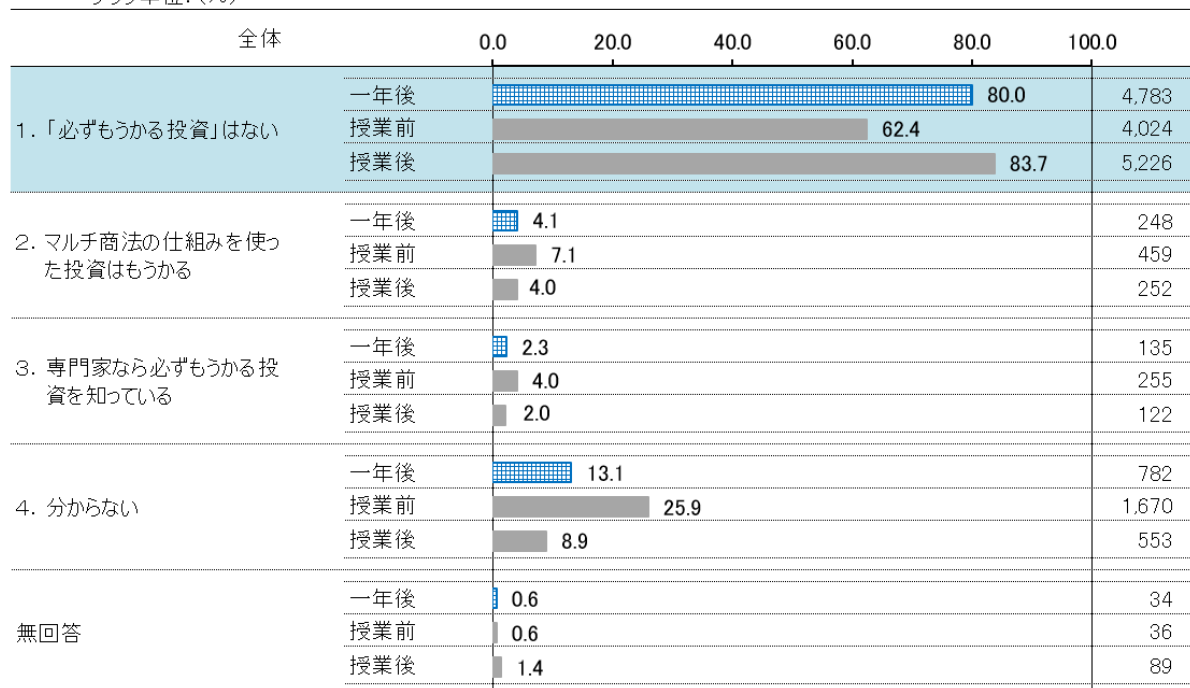
一年後 (n=5,982)

授業前 (n=6,444)

授業後 (n=6,242)

グラフ単位: (%)

回答数
(人)



図表 2-12 投資の知識

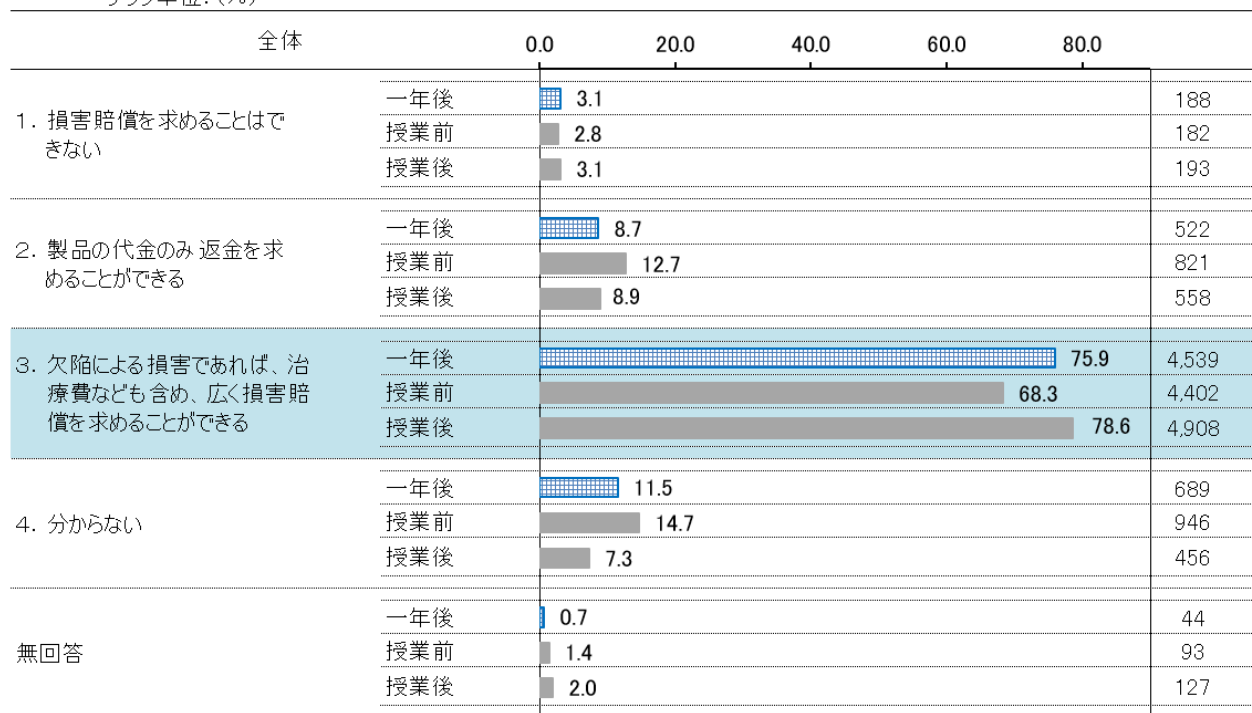
投資の知識を尋ねたところ、一年後の追跡調査における正答率は80.0%であり、授業前(62.4%)と比べて17.6ポイントの増、授業後(83.7%)と比べて3.7ポイントの減となった(図表 2-12)。

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？

一年後 (n=5,982)
 授業前 (n=6,444)
 授業後 (n=6,242)
 グラフ単位: (%)

回答数
 (人)



図表 2-13 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、一年後の追跡調査における正答率は **75.9%** であり、授業前 (68.3%) と比べて **7.6 ポイント** の増、授業後 (78.6%) と比べて **2.7 ポイント** の減となった (図表 2-13)。

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？

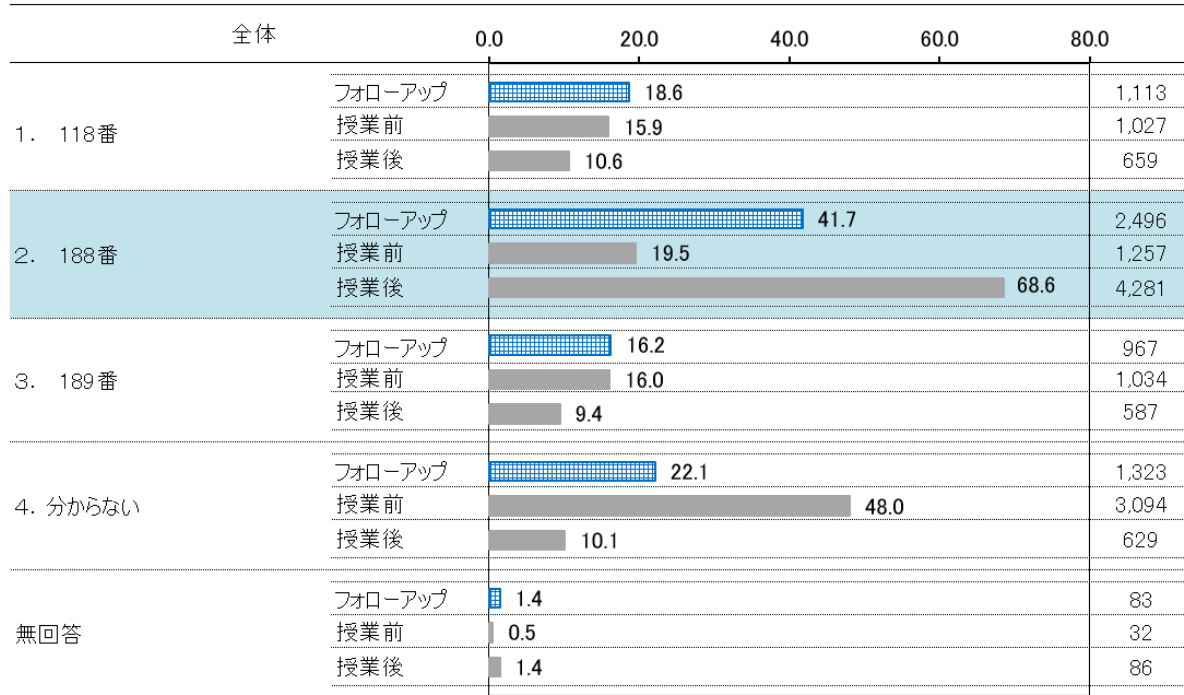
フォローアップ (n=5,982)

授業前 (n=6,444)

授業後 (n=6,242)

グラフ単位: (%)

回答数
(人)



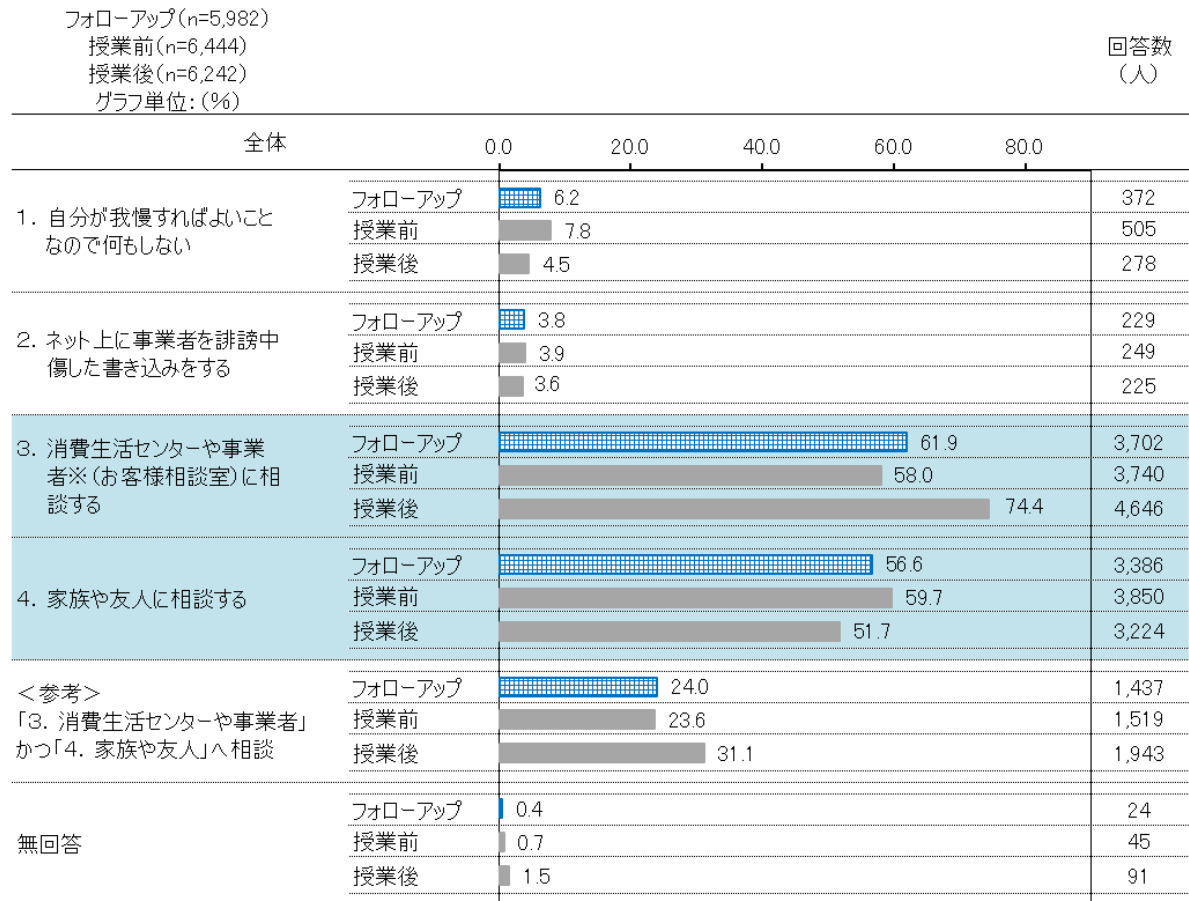
図表 2-14 消費者ホットライン 188

消費者ホットライン 188 の認知を尋ねたところ、一年後の追跡調査における正答率は 41.7% であり、授業前 (19.5%) と比べて 22.2 ポイントの増、授業後 (68.6%) と比べて 26.9 ポイントの減となった。

一年後の追跡調査の結果に着目すると、正答の選択肢が最も多く選ばれているが、「分からない」(22.1%) も比較的多く選ばれている (図表 2-14)。

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 2-15 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、一年後の追跡調査において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」かつ「家族や友人に相談する」を選択した割合は24.0%であり、授業前(23.6%)と比べて0.4%ポイントの増、授業後(31.1%)と比べて7.1ポイントの減となった。

なお、「消費生活センターや事業者※(お客様相談室)に相談する」を選択した割合は61.9%であり、授業前(58.0%)と比べて3.9ポイントの増、授業後(74.4%)と比べて、12.5ポイントの減となった。また、「家族や友人に相談する」を選択した割合は56.6%であり、授業前(59.7%)と比べて3.1ポイントの減、授業後(51.7%)と比べて4.9ポイントの増となった(図表 2-15)。

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 2-16**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%であったのに対し、一年後の追跡調査の平均は53.7%であった。

無回答者を除く正答数の分布は、**図表 2-17**のとおりである。一年後の追跡調査において正答率の分布は7問以上～8問未満が16.1%で最も多く、次いで6問以上～7問未満が14.8%であった。全問正答者は0.8%であった。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問未満が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問未満が14.1%であった。全問正答者は9.0%であった。

	n	最小値	最大値	平均値	中央値	標準偏差
一年後	5,531	0.0	100.0	53.7	54.2	20.9
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

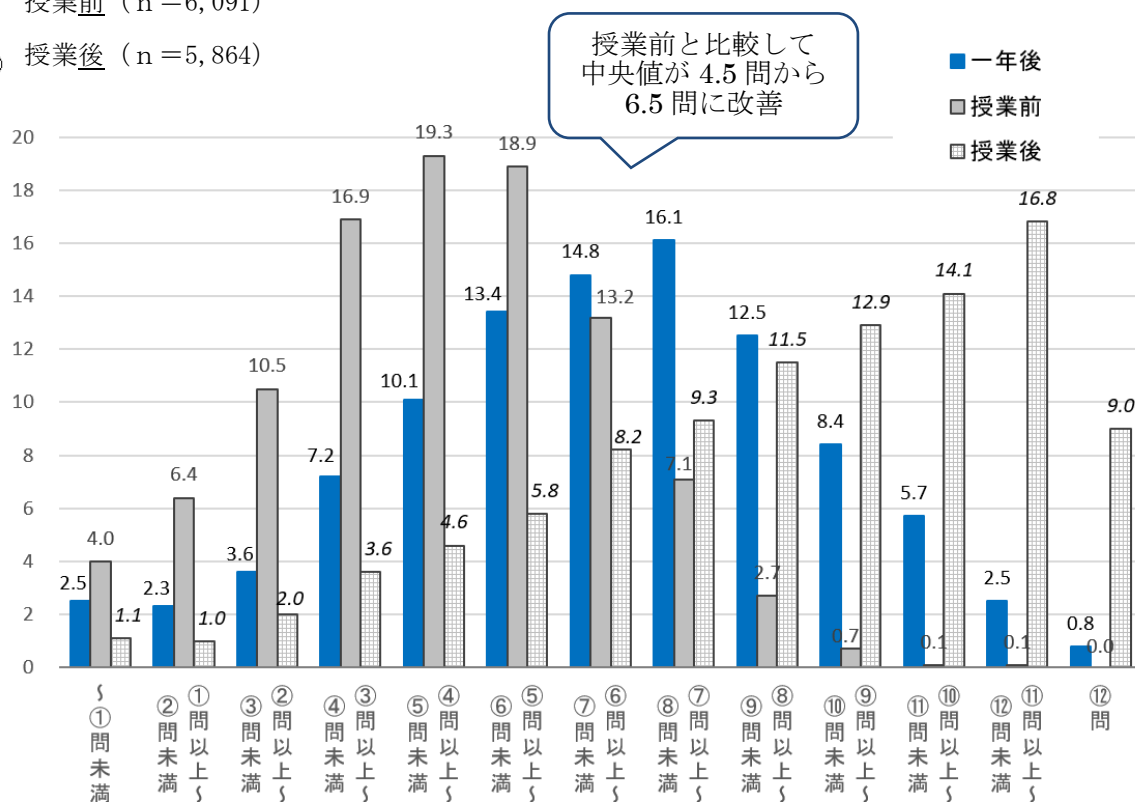
図表 2-16 12問に占める正答率（%）の記述統計

第2章 アンケート調査の結果

一年後 (n=5,531)

授業前 (n=6,091)

(%) 授業後 (n=5,864)



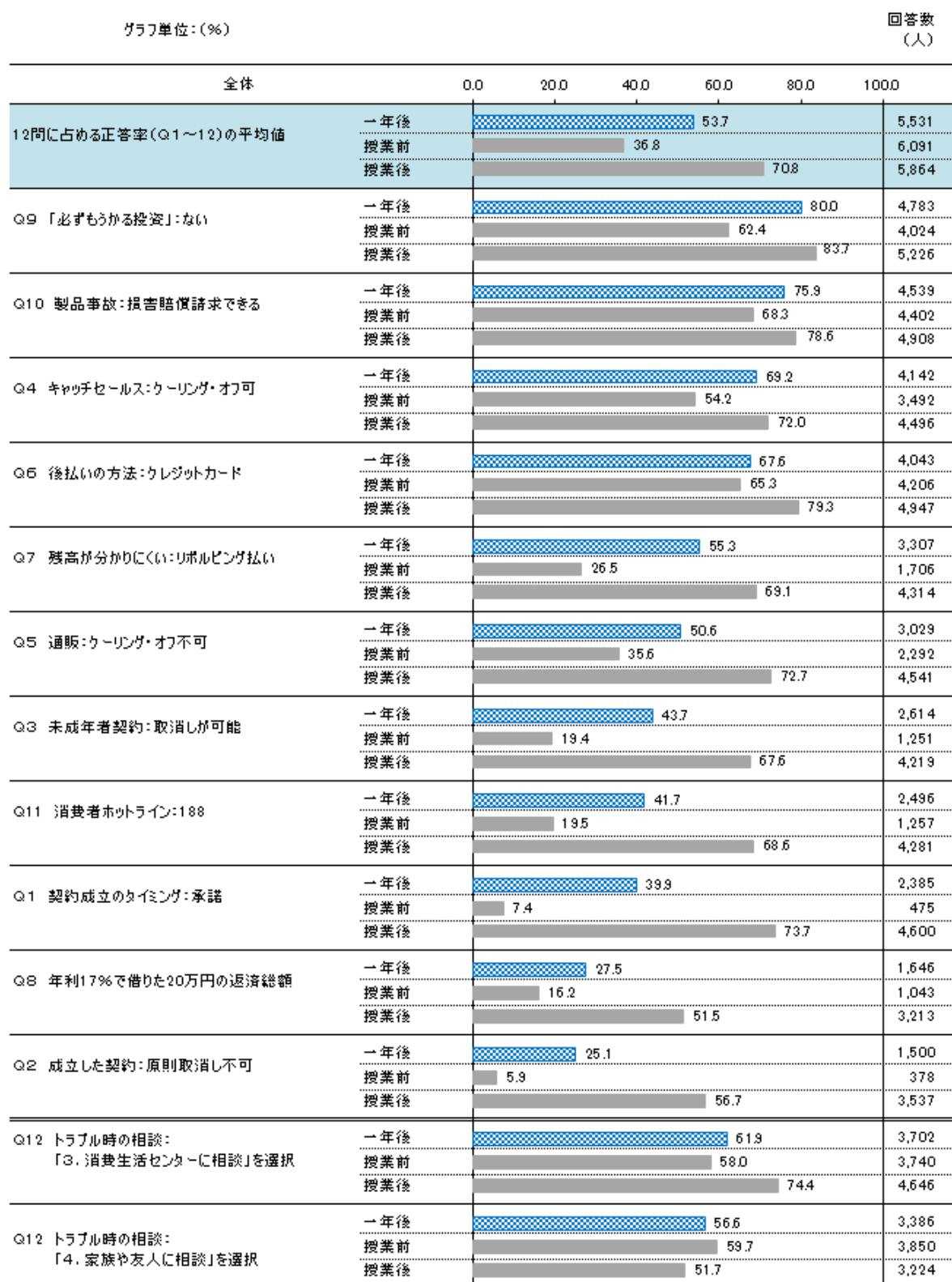
※ Q12において「3. 消費生活センターや事業者※（お客様相談室）に相談する」又は「4. 家族や友人に相談する」のどちらか一方のみを回答した場合の正答数を「0.5問」としているため、正答数に端数が生じている。

図表2-17 正答数の分布

設問ごとの正答率は、図表 2-18 のとおりである。

特にQ1、Q2、Q5 など、契約の成立や取消しについての正答率は、授業前と比べて一年後の追跡調査では上昇しているものの、Q4の「クーリング・オフ」の正答率と比べると依然として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引き続き学ぶ必要がある。

第2章 アンケート調査の結果



図表 2-18 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）

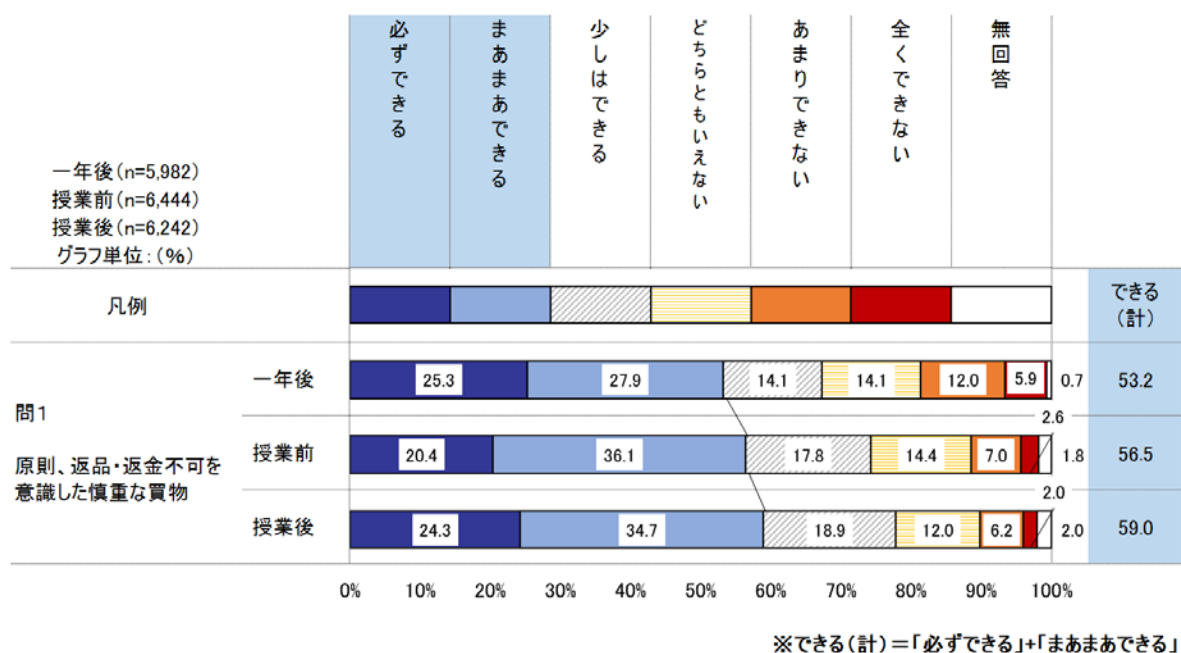
（1）項目ごとの傾向

日々の消費生活に対する意識を尋ねた一年後の追跡調査、平成29年度授業前調査及び平成29年度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。



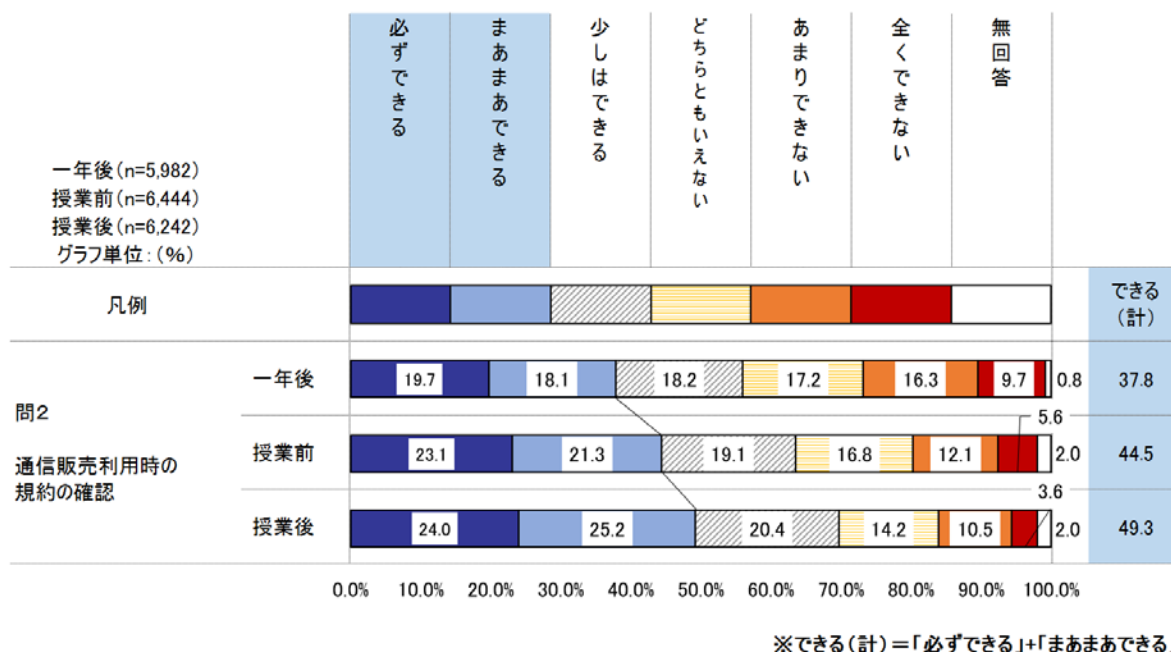
図表 2-19 原則、返品・返金不可を意識した慎重な買物

「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、一年後の追跡調査における「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は 53.2%であり、授業前（56.5%）と比べて 3.3 ポイント減、授業後（59.0%）と比べて 5.8 ポイントの減となった。

ただし、「必ずできる」の割合は 25.3%であり、授業前（20.4%）、授業後（24.3%）と比べて増加している。（図表 2-19）。

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。

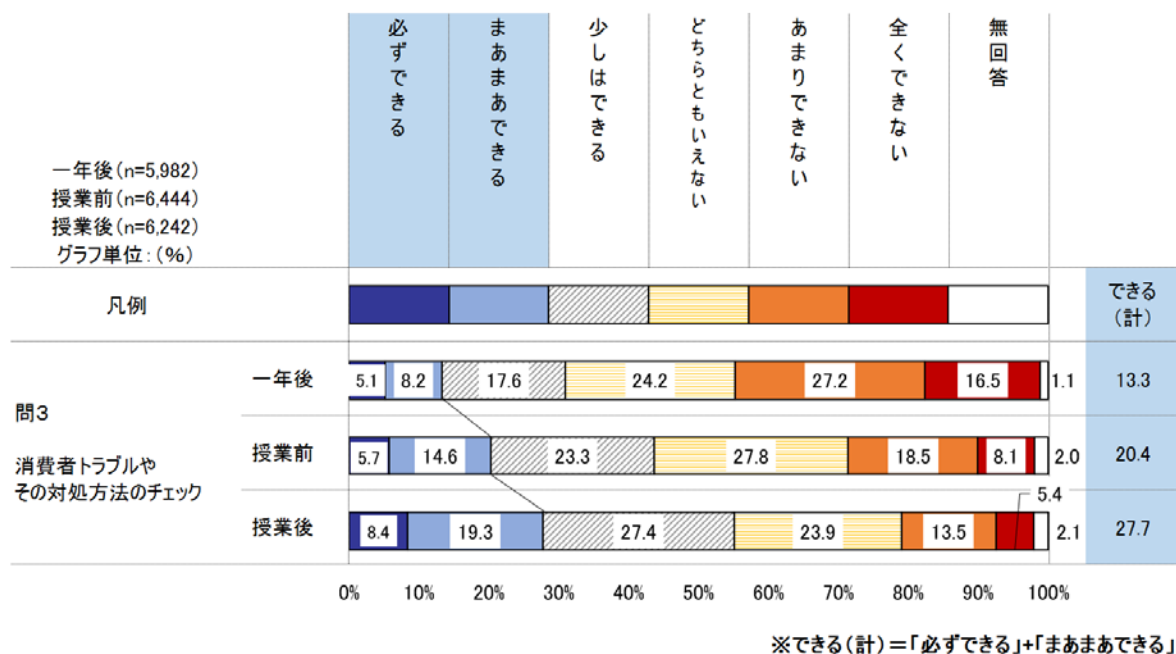


図表 2-20 通信販売利用時の規約の確認

「通信販売利用時の規約の確認」について尋ねたところ、一年後の追跡調査における「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は37.8%であり、授業前（44.5%）と比べて6.7ポイント減、授業後（49.3%）と比べて11.5ポイントの減となった（図表 2-20）。

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。

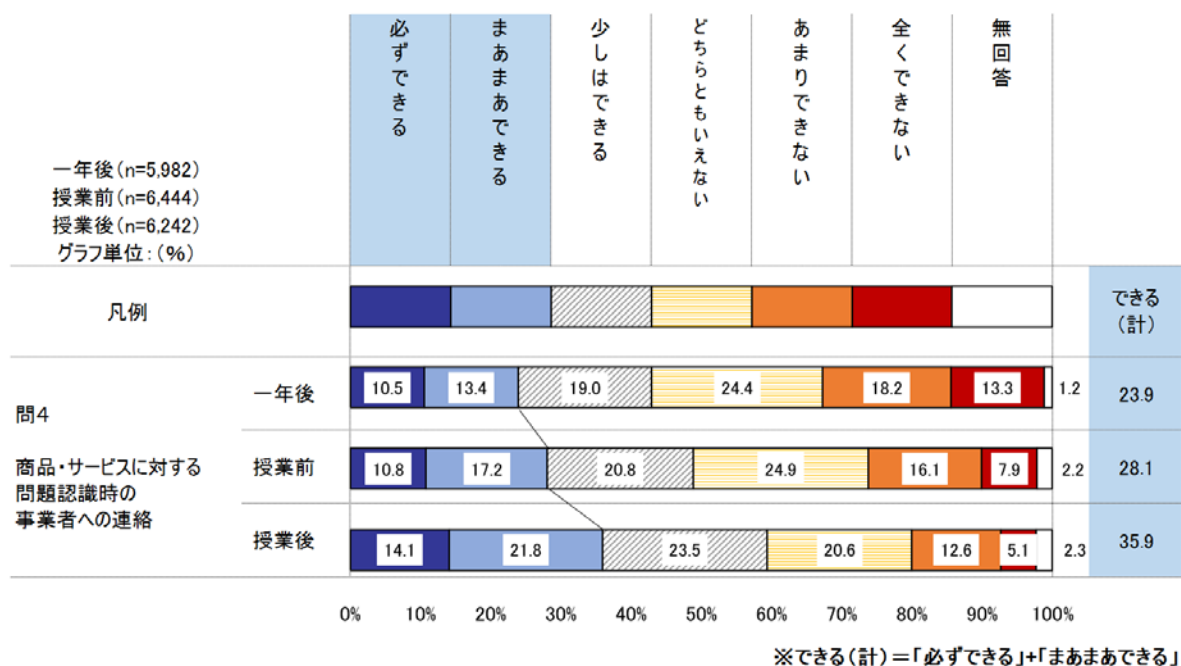


図表 2-21 消費者トラブルやその対処方法のチェック

「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、一年後の追跡調査における「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は 13.3%であり、授業前（20.4%）と比べて 7.1 ポイント減、授業後（27.7%）と比べて 14.4 ポイントの減となった（図表 2-21）。

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。

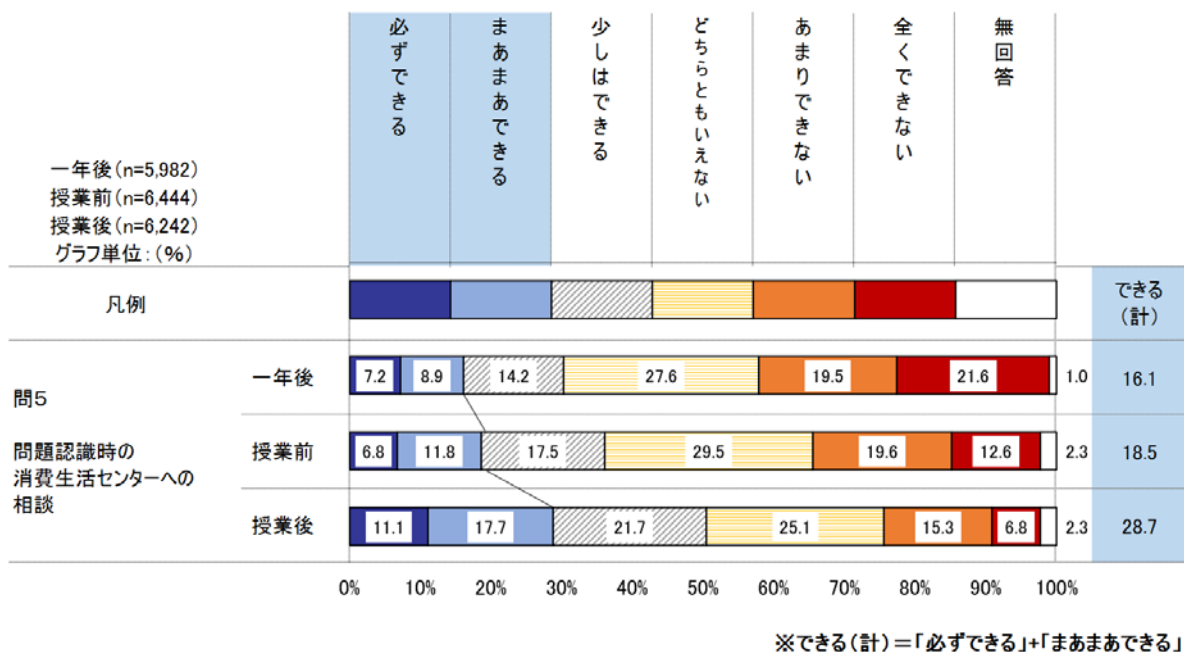


図表 2-22 商品・サービスに対する問題認識時の事業者への連絡

「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、一年後の追跡調査における「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は23.9%であり授業前（28.1%）と比べて4.2ポイントの減、授業後（35.9%）と比べて12.0ポイント減となった（図表 2-22）。

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。



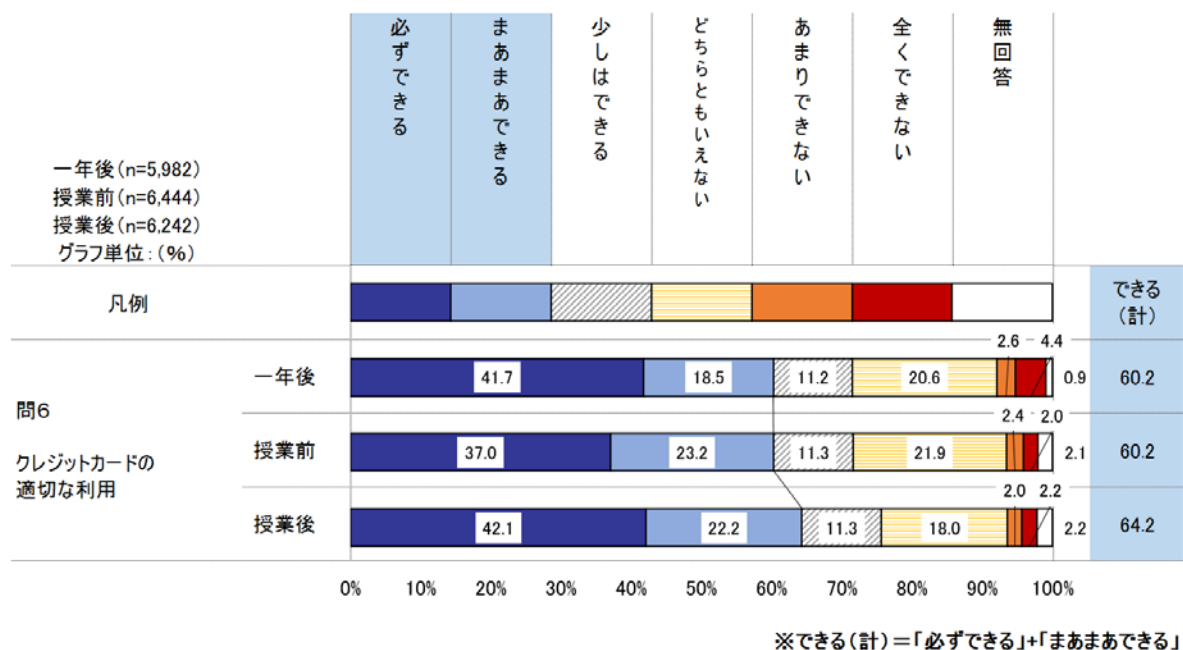
図表 2-23 問題認識時の消費生活センターへの相談

「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、一年後の追跡調査における「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は16.1%であり、授業前（18.5%）と比べて2.4ポイント減、授業後（28.7%）と比べて12.6ポイントの減となった。

ただし、「必ずできる」の割合は7.2%であり、授業前（6.8%）と比べて0.4ポイントの増となっている（図表 2-23）。

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。



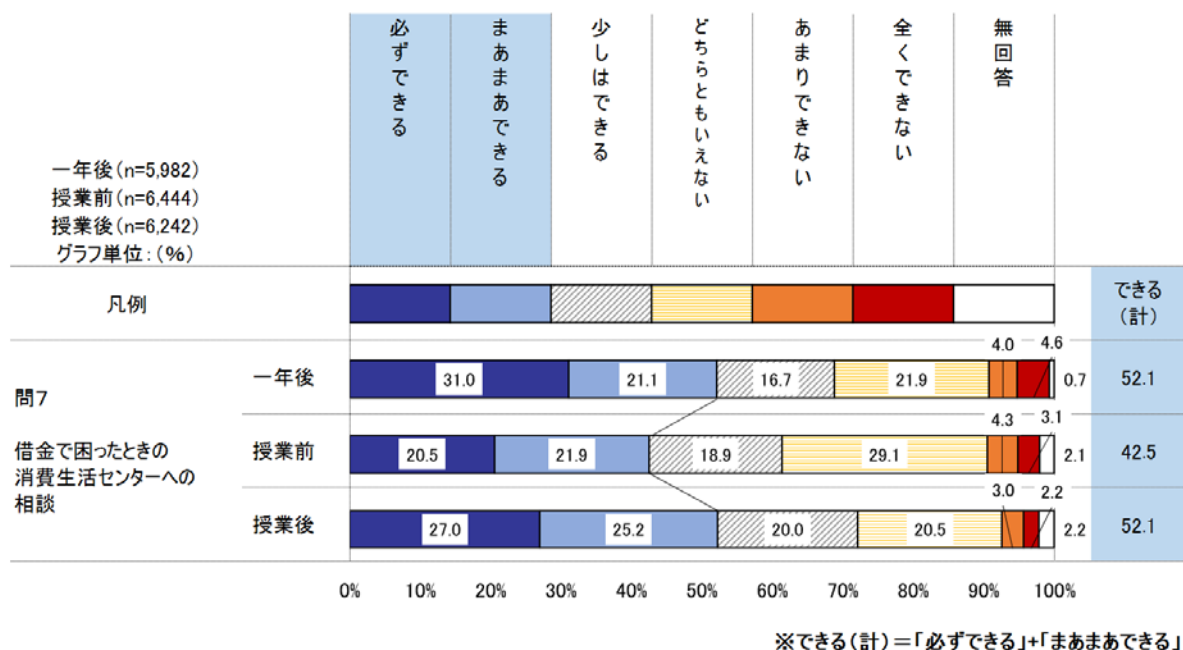
図表 2-24 クレジットカードの適切な利用

「クレジットカードの適切な利用」について尋ねたところ、一年後の追跡調査における「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は60.2%であり、授業前（60.2%）と変わらず、授業後（64.2%）と比べて4.0ポイントの減となった。

ただし、「必ずできる」の割合は41.7%であり、授業前（37.0%）と比べて4.7ポイントの増となっている（図表 2-24）。

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。



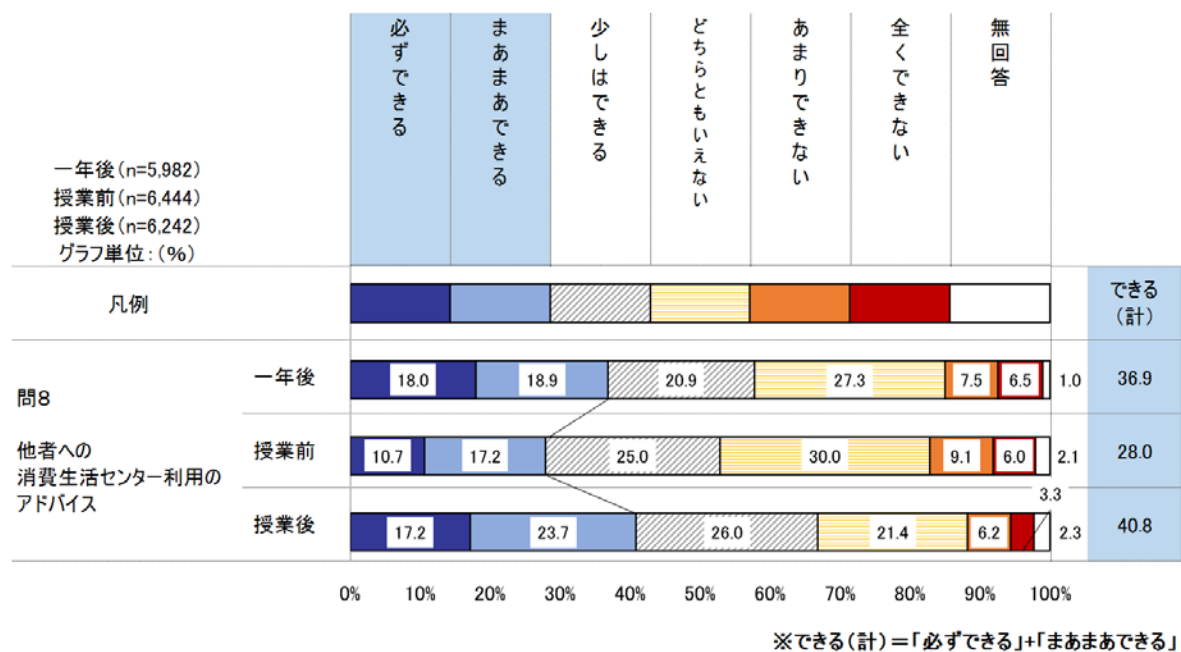
図表 2-25 借金で困ったときの消費生活センターへの相談

「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、一年後の追跡調査における「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は52.1%であり、授業前(42.5%)と比べて9.6ポイントの増、授業後(52.1%)とは変わらない結果となった。

ただし、「必ずできる」の割合は31.0%であり、授業前(20.5%)、授業後(27.0%)と比べて増加している(図表 2-25)。

第2章 アンケート調査の結果

問8. 消費者被害にあつ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。



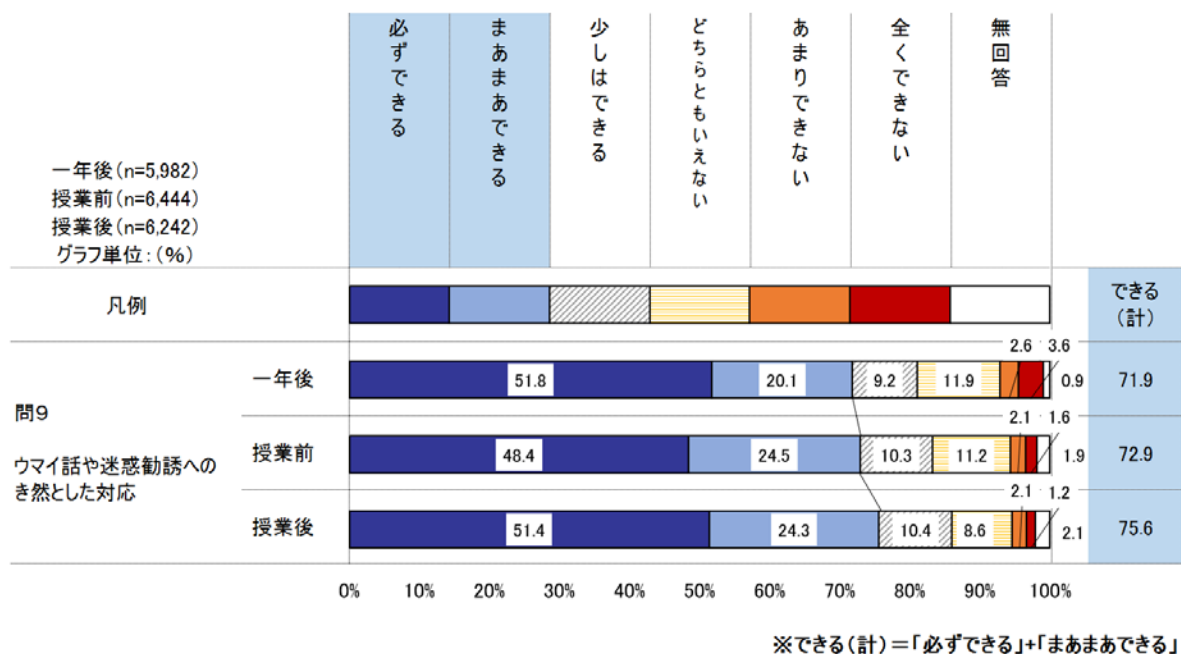
図表 2-26 他者への消費生活センター利用のアドバイス

「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、一年後の追跡調査における「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は36.9%であり、授業前(28.0%)と比べて8.9ポイントの増、授業後(40.8%)と比べて3.9ポイントの減となった。

ただし、「必ずできる」の割合は18.0%であり、授業前(10.7%)と比べて7.3ポイントの増となっている(図表 2-26)。

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。



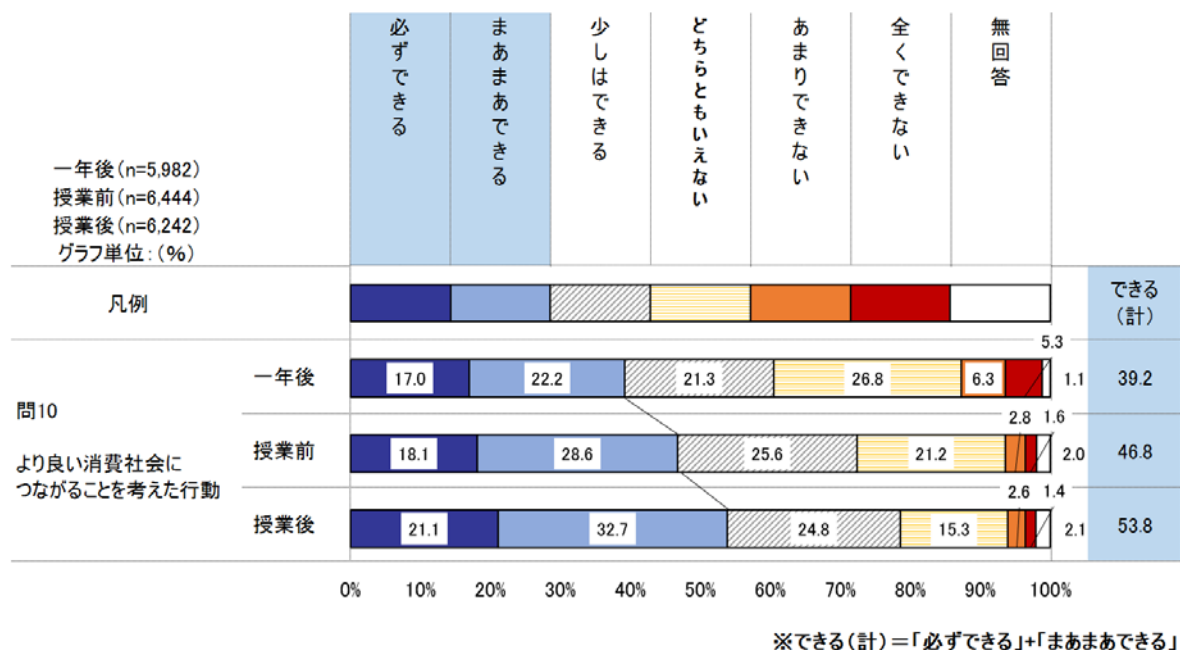
図表 2-27 ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応

「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、一年後の追跡調査における「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は71.9%であり、授業前（72.9%）と比べて1.0ポイントの減、授業後（75.6%）と比べて3.7ポイントの減となった。

ただし、「必ずできる」の割合は51.8%であり、授業前（48.4%）、授業後（51.4%）と比べて増加している（図表 2-27）。

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。



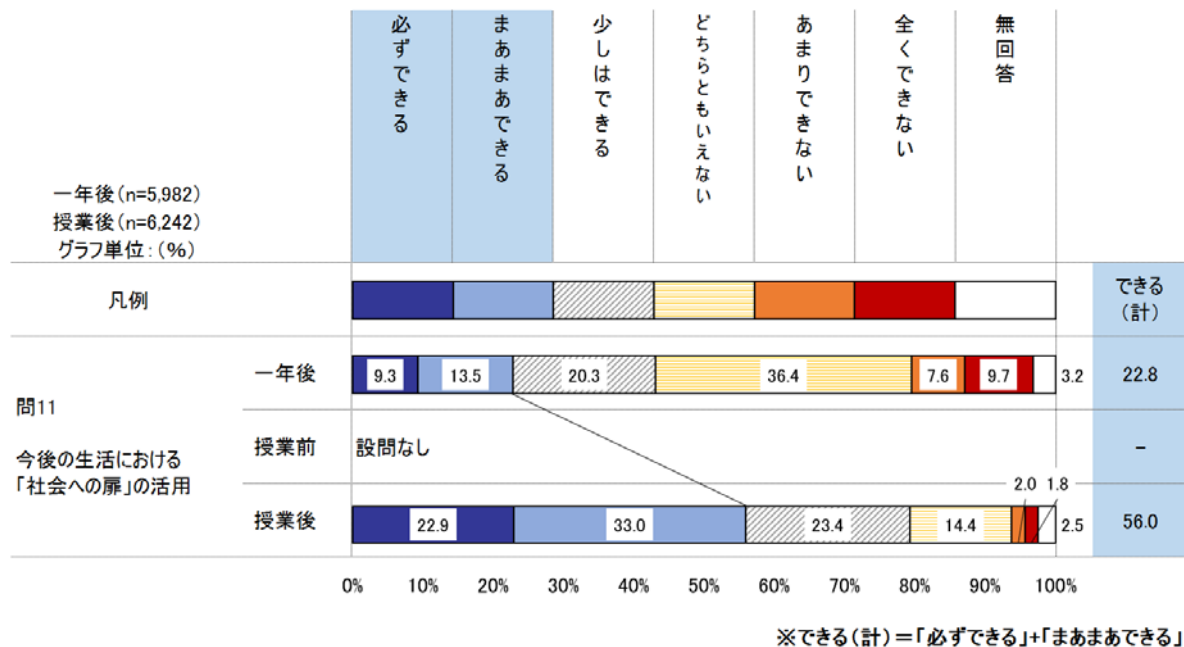
図表 2-28 より良い消費社会につながることを考えた行動

「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、一年後の追跡調査における「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は 39.2%であり、授業前 (46.8%) と比べて 7.6 ポイントの減、授業後 (53.8%) と比べて 14.6 ポイントの減となった (図表 2-28)。

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。

(授業前アンケートは設問なし)



図表 2-29 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、一年後の追跡調査における「必ずできる」と「まあまあできる」の合計は 22.8%であり、授業後 (56.0%) と比べて 33.2 ポイントの減となった。(図表 2-29)。

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)

一年後の追跡調査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みられた。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

- ・クレジットカードやプリペイドカードの違いについて知ることができたので、将来、自分がカードを持つことにしたとき、どのようなことに注意をすればよいのかなどを考えることができた。
- ・ネットショッピングで買物するときに、利用規約を必ず確認するようにした。商品は、返品できないのを前提に考えて、買物を慎重によく考えてしようと思っている。
- ・店で商品を買うときは原則、返品・返金できないことを知ったのでそのことを意識して買うようにしています。
- ・クーリング・オフの仕組みや消費者被害に遭わないためには、どのような対処をとればいいのかということを知り、自分が被害に遭わないように、気を付けるように心掛けるようになった。
- ・返品は店の厚意でできるということを初めて知ったので、慎重に考えて買うようにしたい。

2) 消費生活センターについて

- ・SNSが流行している現在で、様々な問題があるので気を付けようと思った。また、何かトラブルを起こしてしまったら消費者センターの188にかけて相談しようと思った。
- ・自分がもし、消費者トラブルに関わったら、一人で抱え込まず、消費生活センターなどに相談していきたいと思う。

3) 「社会への扉」について

- ・「社会への扉」で学んだ内容は、自分の身近にあることが多かったので、日々の生活で活用したいな、と思っています。特に、クーリング・オフ制度やクレジットカードの使用方法などは、これから必ず必要となる知識だと思うので、これからも「社会への扉」で学んだことを忘れずにいたいと思います。
- ・色々なイラストがあって分かりやすかった。「188」を覚えて困ったときは思い出したいと思った。

第2章 アンケート調査の結果

(2) 全体の傾向

問1から問10までの10項目に占める「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 2-30** 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%であったのに対し、一年後の追跡調査の平均は 40.8%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 2-31** のとおりである。一年後の追跡調査において項目数の分布は0項目が 14.9%で最も多く、次いで5項目が 12.1%であった。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。

	n	最小値	最大値	平均値	中央値	標準偏差
一年後	5,784	0.0	100.0	40.8	40.0	29.5
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 2-30 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

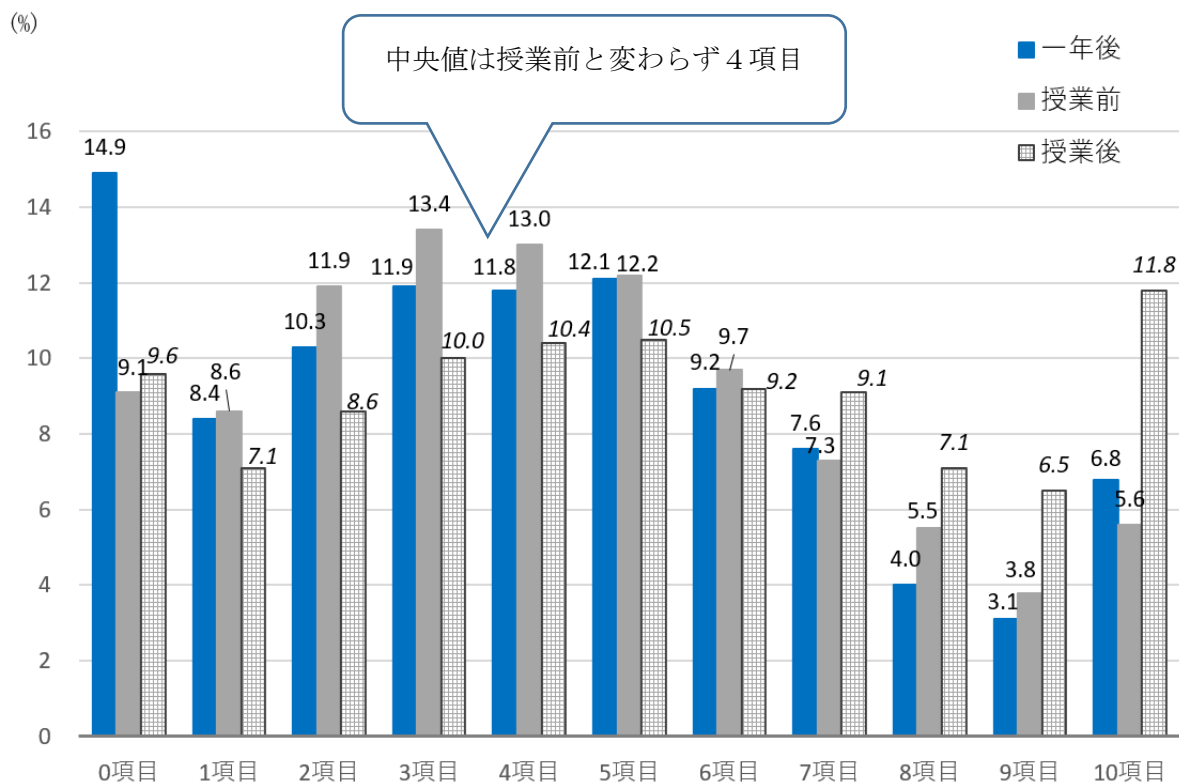
※問1から問10までの10項目中「必ずできる」又は「まあまあできる」と回答した項目数の割合を、無回答者を除いて算出。

第2章 アンケート調査の結果

一年後（n＝5,784）

授業前（n＝6,188）

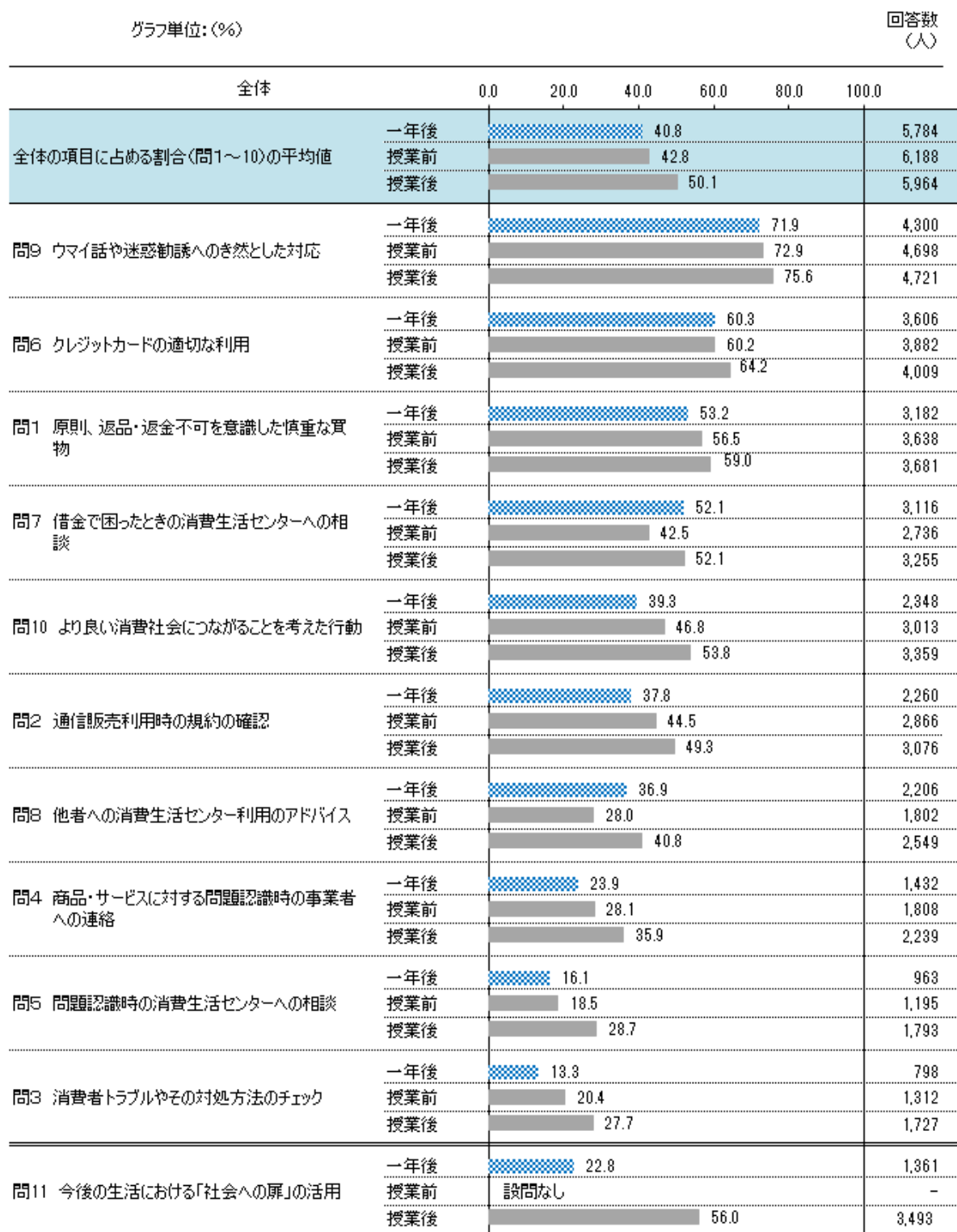
授業後（n＝5,964）



図表 2-31 「必ずできる」又は「まあまあできる」と答えた項目数の分布

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 2-32 のとおりである。最も高いのは、授業前、授業後共に「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物（問1）」であった。また、「必ずできる」と「まあまあできる」の合計について、一年後の追跡調査では、授業後と比べると、変化がなかった問7を除き、いずれの項目も減少している。また、授業前と比べると、3項目の増加がみられるが、7項目の減少があり、継続して消費者教育を行うことで、自立した消費者としての意識を高めることが必要である。

第2章 アンケート調査の結果



図表 2-32 項目ごとの「必ずできる」と「まあまあできる」の合計割合

2-4 調査結果の考察

消費生活に対する知識及び意識を尋ねた一年後の追跡調査の結果と、平成29年度授業前調査及び平成29年度授業後調査の結果の比較について有識者へヒアリングを行い、下記の点について考察を行った。

(1) 知識に関する調査結果の考察

① 一年後の追跡調査から考えられる授業の効果について

追跡調査における各問の正答率は、授業後調査の正答率と比較すると減少しているものの、授業前調査の正答率と比較するとほぼ全ての問で正答率は上回る傾向にあった。このことから、「社会への扉」を活用した授業で学んだ消費生活に対する知識の一定の定着は認められた。

② 一年後の追跡調査から考えられる高校生の消費生活と授業の効果の関係について

Q1「契約の成立時期」及びQ2「契約の取消し」の間では、一年後の追跡調査において、授業後調査の正答率から30ポイント以上減少していた。

要因としては、一方的な解約（返品）は法律上原則不可となっているものの、実際の店舗等では、事業者側のサービスにより解約（返品）に応じてくれる場合があるため、授業で学んだ知識よりも実生活での経験が印象に残ってしまうことが考えられる。

Q6「クレジットカード」のように、実生活ではなじみの少ないと考えられる分野については、一年後の追跡調査においても、比較的高い正答率を維持していた。

(2) 意識に関する調査結果の考察

授業後調査では授業前調査と比べて全体的に「必ずできる」又は「まあまあできる」と答えた割合が増加したものの、一年後の追跡調査では全般的に減少し、「どちらともいえない」の回答が増加している。授業前、授業後、一年後の各調査時点における、各設問に対する生徒の回答傾向（「必ずできる」及び「まあまあできる」と答えた割合の高い設問順）に大きな変化はみられなかった。

このことから、短期間で実施した授業のみでは消費生活に対する意識を変えることは難しかったと考えられる。

第2章 アンケート調査の結果

(3) 有識者ヒアリング

徳島県でアンケート調査に協力いただいた教員関係者・有識者に、調査結果についてヒアリングを行ったところ、以下のような指摘があった。

① 知識の定着とフォローの必要性について

生徒が一年後に授業の内容を忘れてしまうのは、自然なことである。むしろ問1のように、事前の回答率7.4%から39.9%まで上がっているものもあり、一ケタまで落ちていたら悩みどころではあるものの、定着しているといえるのではないか。ただ、授業時間が限られる中、この消費者教育分野の知識をいかに維持・向上していくか、アプローチの方法を考えなければいけないと思う。

具体的な方法として、3年生の卒業前にフォローアップを行う、一年に一回リーフレットで振り返りをするなど情報を入れるだけでも効果があるだろう。また、保護者への啓発も必要であるので、PTA向けに配れるリーフレットもあればよいし、学校での教育を家庭でも理解を得て行う必要があるだろう。講演会などでリーフレットを配布するだけではやはり効果は薄いので、配布する際に一言添えるなど、学校の誰かが話をして普及する場を設けるのが効率的であると思われる。

② 生徒の生活習慣との関連・影響について

高校生の買物といえば、コンビニやネットショッピング程度。実体験に基づいて「レシートがあれば返品できる、むしろレシート出して返品してくれないなんて悪徳業者じゃないか」という意識はあるのだろう。

具体的にどのように普及をすれば生徒に響くかについて、学校現場から「授業で様々な契約があることを取り上げるために最新の事例がほしい」という声があるので、ウェブサイトなどで事例を発信していくことも考えるべきだろう。

③ 実体験の影響について

実体験のないところは知識として覚えるが、実体験が伴うと経験や習慣に影響されることはあると思う。消費生活センターについては、多重債務のトラブルと絡めて意識付けができていないのではないか。また、通信販売については、大手のサイトで買物をすればトラブルに遭わないだろうと考えているかもしれない。

ある授業では、携帯電話の契約書のコピーを授業に使用し、大切なことが小さな字で書いてあることなどについて一緒に確認をするなどしていた。やはり、実際の生活とリンクしないところ

第2章 アンケート調査の結果

は意識が低くなるため、授業の工夫が必要だろう。

教員も一消費者である。ホームルーム活動等で教員の体験を生徒に話してもらったりすると効果的かもしれない。簡単な処方箋はないが、教員研修等を通じて消費生活の問題や消費者教育の指導について伝えていくのも良いのではないか。

④ 意識を変えることの課題について

やはり意識を変えるのは容易ではないと思う。問3「消費者トラブルやその対処方法のチェック」の結果が特に下がっているのは、日々の生活でトラブルに遭わないのも要因としてあるだろう。また、問5「問題認識時の消費生活センターへの相談」の授業前の結果については、中学校の時に家庭科の授業で学んだ内容を覚えている生徒もいたことも要因としてあるのではないか。消費生活センターに相談することは生徒にとってハードルが高いと考えれば、教える際に、実際に自分のスマートフォンで消費生活センターを検索させるなどの工夫をする必要もあるだろう。

⑤ 調査について

学校によって授業時間数や授業の実施方法は大きく異なる上、地域により生徒の生活状況も様々であることが考えられる。このため、どのような授業や教材が生徒の知識定着につながるのか、授業時間数の影響はみられるのか、生徒の実体験（買物で利用する場所、通販やCtoC取引の利用状況、アルバイトの有無など）によって知識の定着が異なるのかなど、更に分析できると全国展開の効果的な実施につなげられるのではないか。

大学生を対象とした調査では、契約の知識よりも金銭などの生活資源の管理を実践しているかどうか、消費者被害経験との関連が大きいという結果がみられている。知識と意識だけではなく、高校生の状況や受けた授業内容について幅広く把握することで、18歳成人に対応した消費者教育の在り方を総合的に検討するエビデンスを得ることができるだろう。

参 考 資 料

1. アンケート集計表	1
2. アンケート調査票（授業前調査）	8
3. アンケート調査票（授業後調査）	10
4. 消費生活クイズ回答	12

1. アンケート集計表

図表2-1

	n	%
男子	3,027	50.6
女子	2,869	48.0
無回答	86	1.4
合計	5,982	100.0

図表2-2

学年	n	%
第2学年	4,966	83.0
第3学年	988	16.5
第4学年	11	0.2
無回答	17	0.3
合計	5,982	100.0

図表2-3

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	100.0

図表2-4

契約の成立時期	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 商品を受け取ったとき	1,021	17.1	1,499	23.3	495	7.9
2. 代金を払ったとき	2,344	39.2	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	2,385	39.9	475	7.4	4,600	73.7
4. 分からない	217	3.6	324	5.0	96	1.5
無回答	15	0.3	17	0.3	32	0.5
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-5

契約の取消し	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 返品は受け付けなくてよい	1,500	25.1	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	3,940	65.9	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	224	3.7	349	5.4	178	2.9
4. 分からない	292	4.9	389	6.0	165	2.6
無回答	26	0.4	21	0.3	48	0.8
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-6

未成年者取消し	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 取り消すことはできない	673	11.3	1,781	27.6	455	7.3
2. 未成年者取消しができる	2,614	43.7	1,251	19.4	4,219	67.6
3. 保護者が取消しを求めたときのみ、未成年者取り消しができる	2,173	36.3	2,127	33.0	1,253	20.1
4. 分からない	461	7.7	1,257	19.5	264	4.2
無回答	61	1.0	28	0.4	51	0.8
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-7

クーリング・オフ	一年後		授業前		授業後	
	n	%	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	1,025	17.1	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	191	3.2	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	4,142	69.2	3,492	54.2	4,496	72.0
4. 分からない	591	9.9	1,134	17.6	344	5.5
無回答	33	0.6	23	0.4	52	0.8
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-8

通信販売におけるクーリング・オフ	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. クーリング・オフできない	3,029	50.6	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	1,867	31.2	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	423	7.1	692	10.7	309	5.0
4. 分からない	623	10.4	1,094	17.0	381	6.1
無回答	40	0.7	40	0.6	70	1.1
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-9

クレジットカード	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. デビットカード	1,106	18.5	971	15.1	674	10.8
2. クレジットカード	4,043	67.6	4,206	65.3	4,947	79.3
3. プリペイドカード	326	5.4	378	5.9	258	4.1
4. 分からない	427	7.1	845	13.1	283	4.5
無回答	80	1.3	44	0.7	80	1.3
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-10

リボルビング払い	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 36回分割払い	1,032	17.3	1,416	22.0	814	13.0
2. リボルビング払い(リボ払い)	3,307	55.3	1,706	26.5	4,314	69.1
3. ボーナス1回払い	572	9.6	803	12.5	396	6.3
4. 分からない	974	16.3	2,446	38.0	618	9.9
無回答	97	1.6	73	1.1	100	1.6
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-11

借入返済額	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 約23万円	1,001	16.7	1,177	18.3	754	12.1
2. 約26万円	1,577	26.4	1,415	22.0	1,119	17.9
3. 約29万円	1,646	27.5	1,043	16.2	3,213	51.5
4. 分からない	1,695	28.3	2,754	42.7	1,047	16.8
無回答	63	1.1	55	0.9	109	1.7
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-12

投資の知識	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 「必ずもうかる投資」はない	4,783	80.0	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	248	4.1	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	135	2.3	255	4.0	122	2.0
4. 分からない	782	13.1	1,670	25.9	553	8.9
無回答	34	0.6	36	0.6	89	1.4
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-13

製品による事故	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 損害賠償を求めることはできない	188	3.1	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	522	8.7	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	4,539	75.9	4,402	68.3	4,908	78.6
4. 分からない	689	11.5	946	14.7	456	7.3
無回答	44	0.7	93	1.4	127	2.0
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-14

消費者ホットライン188	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 118番	1,113	18.6	1,027	15.9	659	10.6
2. 188番	2,496	41.7	1,257	19.5	4,281	68.6
3. 189番	967	16.2	1,034	16.0	587	9.4
4. 分からない	1,323	22.1	3,094	48.0	629	10.1
無回答	83	1.4	32	0.5	86	1.4
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-15

消費者トラブルへの対応	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 自分が我慢すればよいことなので何もしない	372	6.2	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	229	3.8	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	3,702	61.9	3,740	58.0	4,646	74.4
4. 家族や友人に相談する	3,386	56.6	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	1,437	24.0	1,519	23.6	1,943	31.1
無回答	24	0.4	45	0.7	91	1.5
合計	5,982		6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-16 12問に占める正答率(%)の記述統計

	一年後(n=5,531)		授業前(n=6,091)		授業後(n=5,864)	
	正答数	%	正答数	%	正答数	%
最小値	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
最大値	12.0	100.0	11.0	91.7	12.0	100.0
平均値	6.4	53.7	4.4	36.8	8.5	70.8
中央値	6.5	54.2	4.5	37.5	9.0	75.0
標準偏差	2.5	20.9	1.9	15.9	2.8	23.4

図表2-17 正答率の分布

	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
～1問未満	141	2.5	245	4.0	63	1.1
1問以上～2問未満	126	2.3	392	6.4	60	1.0
2問以上～3問未満	197	3.6	637	10.5	120	2.0
3問以上～4問未満	396	7.2	1,032	16.9	211	3.6
4問以上～5問未満	556	10.1	1,175	19.3	270	4.6
5問以上～6問未満	741	13.4	1,151	18.9	341	5.8
6問以上～7問未満	821	14.8	804	13.2	482	8.2
7問以上～8問未満	892	16.1	434	7.1	548	9.3
8問以上～9問未満	694	12.5	167	2.7	673	11.5
9問以上～10問未満	466	8.4	43	0.7	757	12.9
10問以上～11問未満	317	5.7	7	0.1	825	14.1
11問以上～12問未満	141	2.5	4	0.1	986	16.8
12問	43	0.8	0	0.0	528	9.0
合計	5,531	100.0	6,091	100.0	5,864	100

図表2-18 設問毎の正答率

	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
12問に占める正答率(Q1～12)の平均値	5,531	53.7	6,091	36.8	5,864	70.8
Q9 投資の知識	4,783	80.0	4,024	62.4	5,226	83.7
Q10 製品による事故	4,539	75.9	4,402	68.3	4,908	78.6
Q4 クーリング・オフ	4,142	69.2	3,492	54.2	4,496	72.0
Q6 クレジットカード	4,043	67.6	4,206	65.3	4,947	79.3
Q7 リボ払い	3,307	55.3	1,706	26.5	4,314	69.1
Q5 通信販売におけるクーリング・オフ	3,029	50.6	2,292	35.6	4,541	72.7
Q3 未成年者取消	2,614	43.7	1,251	19.4	4,219	67.6
Q11 消費者ホットライン188	2,496	41.7	1,257	19.5	4,281	68.6
Q1 契約の成立時期	2,385	39.9	475	7.4	4,600	73.7
Q8 借入返済額	1,646	27.5	1,043	16.2	3,213	51.5
Q2 契約の取消し	1,500	25.1	378	5.9	3,537	56.7
Q12 消費者トラブルへの対応:消費生活センターに相談	3,702	61.9	3,740	58.0	4,646	74.4
Q12 消費者トラブルへの対応:家族や友人に相談	3,386	56.6	3,850	59.7	3,224	51.7

図表2-19

原則、返品・返金不可を意識した慎重な買物	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 全くしない/全くできない	354	5.9	166	2.6	123	2.0
2. あまりしない/あまりできない	717	12.0	453	7.0	388	6.2
3. どちらともいえない	846	14.1	927	14.4	746	12.0
4. 少しはする/少しはできる	843	14.1	1,144	17.8	1,182	18.9
5. まあまあする/まあまあできる	1,666	27.9	2,325	36.1	2,164	34.7
6. 必ずする/必ずできる	1,516	25.3	1,313	20.4	1,517	24.3
無回答	40	0.7	116	1.8	122	2.0
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-20

通信販売利用時の規約の確認	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 全くしない/全くできない	581	9.7	360	5.6	226	3.6
2. あまりしない/あまりできない	978	16.3	781	12.1	653	10.5
3. どちらともいえない	1,028	17.2	1,082	16.8	886	14.2
4. 少しはする/少しはできる	1,089	18.2	1,229	19.1	1,275	20.4
5. まあまあする/まあまあできる	1,084	18.1	1,375	21.3	1,576	25.2
6. 必ずする/必ずできる	1,176	19.7	1,491	23.1	1,500	24.0
無回答	46	0.8	126	2.0	126	2.0
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-21

消費者トラブルやその対処方法のチェック	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 全くしない/全くできない	990	16.5	519	8.1	339	5.4
2. あまりしない/あまりできない	1,625	27.2	1,191	18.5	845	13.5
3. どちらともいえない	1,449	24.2	1,789	27.8	1,489	23.9
4. 少しはする/少しはできる	1,055	17.6	1,502	23.3	1,710	27.4
5. まあまあする/まあまあできる	490	8.2	942	14.6	1,202	19.3
6. 必ずする/必ずできる	308	5.1	370	5.7	525	8.4
無回答	65	1.1	131	2.0	132	2.1
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-22

商品・サービスに対する問題認識時の 事業者への連絡	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 全くしない/全くできない	797	13.3	512	7.9	318	5.1
2. あまりしない/あまりできない	1,088	18.2	1,039	16.1	787	12.6
3. どちらともいえない	1,458	24.4	1,604	24.9	1,287	20.6
4. 少しはする/少しはできる	1,135	19.0	1,338	20.8	1,469	23.5
5. まあまあする/まあまあできる	802	13.4	1,111	17.2	1,359	21.8
6. 必ずする/必ずできる	630	10.5	697	10.8	880	14.1
無回答	72	1.2	143	2.2	142	2.3
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-23

問題認識時の消費生活センターへの相談	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 全くしない/全くできない	1,295	21.6	811	12.6	427	6.8
2. あまりしない/あまりできない	1,165	19.5	1,265	19.6	957	15.3
3. どちらともいえない	1,649	27.6	1,903	29.5	1,567	25.1
4. 少しはする/少しはできる	850	14.2	1,125	17.5	1,357	21.7
5. まあまあする/まあまあできる	530	8.9	760	11.8	1,102	17.7
6. 必ずする/必ずできる	433	7.2	435	6.8	691	11.1
無回答	60	1.0	145	2.3	141	2.3
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-24

クレジットカードの適切な利用	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 全くしない/全くできない	266	4.4	130	2.0	137	2.2
2. あまりしない/あまりできない	154	2.6	154	2.4	125	2.0
3. どちらともいえない	1,230	20.6	1,414	21.9	1,125	18.0
4. 少しはする/少しはできる	670	11.2	728	11.3	707	11.3
5. まあまあする/まあまあできる	1,109	18.5	1,496	23.2	1,383	22.2
6. 必ずする/必ずできる	2,497	41.7	2,386	37.0	2,626	42.1
無回答	56	0.9	136	2.1	139	2.2
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-25

借金で困ったときの消費生活センターへの相談	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 全くしない/全くできない	274	4.6	202	3.1	135	2.2
2. あまりしない/あまりできない	239	4.0	279	4.3	189	3.0
3. どちらともいえない	1,312	21.9	1,873	29.1	1,278	20.5
4. 少しはする/少しはできる	999	16.7	1,220	18.9	1,247	20.0
5. まあまあする/まあまあできる	1,263	21.1	1,412	21.9	1,570	25.2
6. 必ずする/必ずできる	1,853	31.0	1,324	20.5	1,685	27.0
無回答	42	0.7	134	2.1	138	2.2
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-26

他者への消費生活センター利用のアドバイス	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 全くしない/全くできない	389	6.5	386	6.0	204	3.3
2. あまりしない/あまりできない	446	7.5	584	9.1	388	6.2
3. どちらともいえない	1,631	27.3	1,930	30.0	1,336	21.4
4. 少しはする/少しはできる	1,250	20.9	1,608	25.0	1,622	26.0
5. まあまあする/まあまあできる	1,130	18.9	1,111	17.2	1,477	23.7
6. 必ずする/必ずできる	1,076	18.0	691	10.7	1,072	17.2
無回答	60	1.0	134	2.1	143	2.3
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-27

ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 全くしない/全くできない	218	3.6	105	1.6	77	1.2
2. あまりしない/あまりできない	153	2.6	138	2.1	131	2.1
3. どちらともいえない	709	11.9	719	11.2	535	8.6
4. 少しはする/少しはできる	549	9.2	661	10.3	650	10.4
5. まあまあする/まあまあできる	1,203	20.1	1,579	24.5	1,514	24.3
6. 必ずする/必ずできる	3,097	51.8	3,119	48.4	3,207	51.4
無回答	53	0.9	123	1.9	128	2.1
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-28

より良い消費社会につながることを考えた行動	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
1. 全くしない/全くできない	316	5.3	106	1.6	87	1.4
2. あまりしない/あまりできない	376	6.3	180	2.8	165	2.6
3. どちらともいえない	1,604	26.8	1,364	21.2	954	15.3
4. 少しはする/少しはできる	1,274	21.3	1,651	25.6	1,545	24.8
5. まあまあする/まあまあできる	1,330	22.2	1,844	28.6	2,044	32.7
6. 必ずする/必ずできる	1,018	17.0	1,169	18.1	1,315	21.1
無回答	64	1.1	130	2.0	132	2.1
合計	5,982	100.0	6,444	100.0	6,242	100.0

図表2-29

今後の生活における「社会への扉」の活用	一年後		授業後	
	n	%	n	%
1. 全くしない/全くできない	578	9.7	115	1.8
2. あまりしない/あまりできない	457	7.6	125	2.0
3. どちらともいえない	2,180	36.4	897	14.4
4. 少しはする/少しはできる	1,212	20.3	1,458	23.4
5. まあまあする/まあまあできる	807	13.5	2,062	33.0
6. 必ずする/必ずできる	554	9.3	1,431	22.9
無回答	194	3.2	154	2.5
合計	5,982	100.0	6,242	100.0

図表2-30 問1～10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

	一年後(n=5,784)		授業前(n=6,188)		授業後(n=5,964)	
	項目	%	項目	%	項目	%
最小値	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
最大値	10.0	100.0	10.0	100.0	10.0	100.0
平均値	4.1	40.8	4.3	42.8	5.0	50.1
中央値	4.0	40.0	4.0	40.0	5.0	50.0
標準偏差	2.9	29.5	2.8	27.9	3.1	31.5

図表2-31 「必ずできる」又は「まあまあできる」と答えた項目の分布

	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
0問	860	14.9	565	9.1	570	9.6
1問	483	8.4	530	8.6	426	7.1
2問	597	10.3	736	11.9	515	8.6
3問	690	11.9	827	13.4	597	10.0
4問	682	11.8	807	13.0	622	10.4
5問	701	12.1	752	12.2	626	10.5
6問	533	9.2	598	9.7	548	9.2
7問	438	7.6	454	7.3	545	9.1
8問	229	4.0	338	5.5	425	7.1
9問	179	3.1	236	3.8	388	6.5
10問	392	6.8	345	5.6	702	11.8
合計	5,784	100.0	6,188	100.0	5,964	100

図表2-32 問ごとの「必ずできる」と「まあまあできる」の合計割合

	一年後		授業前		授業後	
	n	%	n	%	n	%
全体の項目に占める割合(問1～10)の平均値	5,784	40.8	6,188	42.8	5,964	50.1
問9ウマイ話や迷惑勧誘へのき然とした対応	4,300	71.9	4,698	72.9	4,721	75.6
問6クレジットカードの適切な利用	3,606	60.3	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	3,182	53.2	3,638	56.5	3,681	59.0
問7借金で困ったときの消費生活センターへの相談	3,116	52.1	2,736	42.5	3,255	52.1
問10より良い消費社会につながることを考えた行動	2,348	39.3	3,013	46.8	3,359	53.8
問2通信販売利用時の規約の確認	2,260	37.8	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	2,206	36.9	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	1,432	23.9	1,808	28.1	2,239	35.9
問11今後の生活における「社会への扉」の活用	1,361	22.8	-	-	3,493	56.0
問5問題認識時の消費生活センターへの相談	963	16.1	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	798	13.3	1,312	20.4	1,727	27.7

2. アンケート調査票（授業前調査）

学 校 名	学 年	クラス	出席番号	性 別	氏 名
高等学校				男・女	

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？

- | | |
|---------------------------|-------------|
| 1. 商品を受け取ったとき | 2. 代金を払ったとき |
| 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？

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| 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。 | 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。 |
| 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？

- | | |
|-------------------------|-----------------------------|
| 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 | 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 | 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 | 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？

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 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. 損害賠償を求めることはできない。 | 2. 製品の代金のみ返金を求めることができる。 |
| 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 | 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。 |
| 3. 消費生活センターや事業者※（お客様相談室）に相談する。 | 4. 家族や友人に相談する。 |

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。

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 1 1 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。

後

消費生活クイズ《事後》

Q1 店で買い物をするとき、契約が成立するのはいつ？

- 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？

- 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？

- 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？

- 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？

- Q6 買い物をした後目に代金を支払うことになるのはどれ？

- 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？

- 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？

- Q9 「必ずもうかる投資」ってあるの？

- 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？

- 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？

- 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。

- 10

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。

4. 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 |
| 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？

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|
| 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。 | 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。 | |
| 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？

- | | |
|-------------------------|-----------------------------|
| 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 | 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 | 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 | 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？

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 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. 損害賠償を求めることはできない。 | 2. 製品の代金のみ返金を求めることができる。 |
| 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 | 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。 |
| ③ 消費生活センターや事業者※(お客様相談室)に相談する。 | ④ 家族や友人に相談する。 |