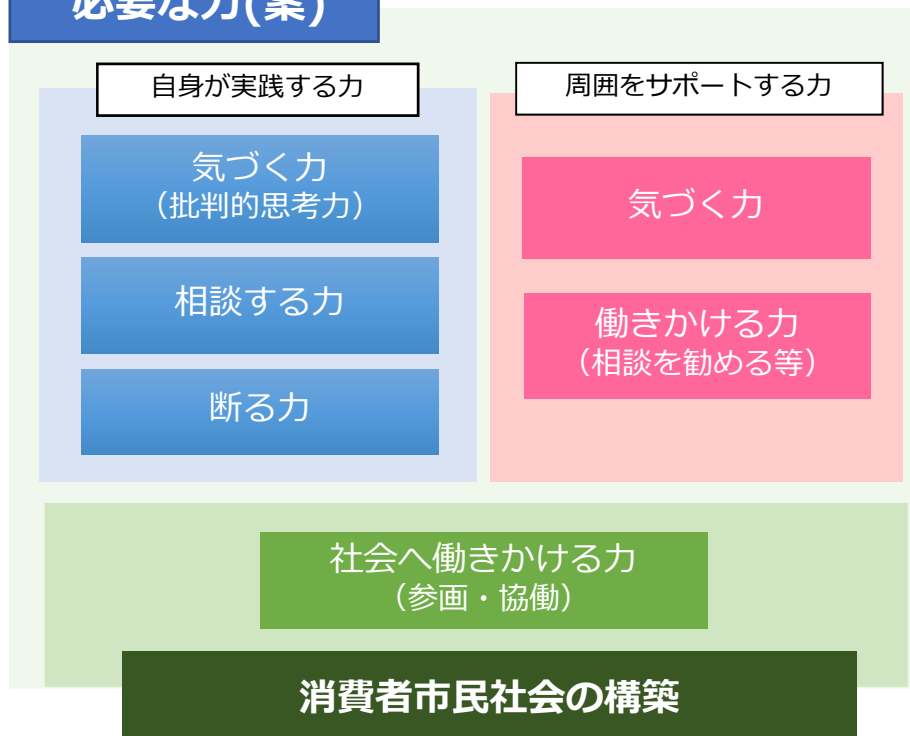


「消費者力」育成・強化ワーキングチームについて

「消費者力」の育成・強化

- 「旧統一教会」問題関係省庁連絡会議や「靈感商法等の悪質商法への対策検討会」において消費者被害の未然防止のための消費者教育の取組強化が指摘されたこと等を踏まえ、幅広い世代を対象に、気づく(批判的思考)・断る・相談する・働きかける等被害防止に必要な実践的な消費者力を育成・強化し、消費者市民社会の構築を図ることを目的とする新たな教材を開発。
- 消費者教育推進会議の下に「消費者力」育成・強化ワーキングチーム(WT)を設置し、文部科学省を始めとする関係省庁と連携して検討。

必要な力(案)



- 消費者教育の推進に関する法律(平成24年法律第61号)(抄)
(基本理念)
第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行わなければならない。

「消費者力」育成・強化ワーキングチーム(令和4年12月16日)資料

WTスケジュール

- 令和4年12月16日 第1回WT
- 令和5年2月9日 第2回WT(夏までに2回程度開催)
- 令和5年7月頃 とりまとめ
※消費者教育推進会議に報告
- WTで検討した教材のコンセプト等に基づき、委託事業にて教材を開発(令和5年度中完成予定)

WT委員

- 東 珠実 梶山女学園大学現代マネジメント学部教授
- 柿野 成美 公益財団法人消費者教育支援センター理事・
首席主任研究員
- 中村 新造 弁護士

【オブザーバー】

- 文部科学省 総合教育政策局 男女共同参画共生社会学習・安全課
- 法務省 大臣官房司法法制部 司法法制課
- 金融庁 総合政策局 総合政策課

○はワーキングチーム座長
(五十音順、敬称略)

「消費者力」育成・強化のための教材 構成イメージ

- 悪質商法等による消費者被害を未然防止するため、幅広い世代において、気づく(批判的思考)・断る・相談する・働きかける等被害防止に必要な実践的な消費者力を育成・強化し、消費者市民社会の構築を図ることを目的とする。
- 各世代の消費者それぞれに訴求するトピックを用意。シミュレーション等自分事化できる実践的かつ効果的な教材を開発する。
- 原則的な内容と更新が必要な内容、それぞれ作成する。行動経済学や心理学も活用。

総論

Web読本 (+ 動画)

■ 悪質商法の具体的被害事例

■ 自身が実践する力

【気づく力】

- ・勧誘に共通する「違和感」
- ・「誰しもぜい弱」の認識(内的要因)
- ・SNSのリスクの認識

【断る力】

- ・勧誘を最初からきっぱり断る必要性、断り方の具体例

【相談する力】

- ・すぐに結論を出さず相談する必要性、相談先情報
- ・被害回復のイメージ

■ 周囲をサポートする力

- ・周囲の異変への気付き、働きかけ、相談につなぐ必要性

■ 消費者市民社会

- ・社会への働きかけの必要性、重要性
- ・働きかけ方の具体例

各論

■ 自身が実践する力

【気づく力】

- ・悪質商法の手口
- ・SNS、ネット広告の知識
- ・利用される心理法則の知識
- ・マインドコントロールの知識
- ・自分の心理傾向の把握
- ・不安・悩みの自覚

【断る力】

- ・断る場面のシミュレーション(各世代毎、心理法則の利用下等)

【相談する力】

- ・相談電話のシミュレーション
- ・相談先情報
- ・信頼できる人への頼り方
- ・クーリング・オフ、返品請求等の被害回復の方法・実践

■ 周囲をサポートする力

- ・気付きのポイント、声かけのやり方
- ・相談先・専門家情報
- ・マインドコントロールへの対応の留意点

● 動画

- ・各世代の消費者に訴求する動画(15~30秒。各世代5本程度)
- ・被害事例(再現VTR、インタビュー) + 解決策・解説動画(20~30分。各世代1本程度)
- ・必要な知識の解説動画

● 体験型教材

- ・トラブル場面で断るシミュレーション(勧誘時の心理的な状況・対策を考えるロールプレイング、VR等)
- ・授業・講座用ロールプレイセット(役割・シチュエーション設定等)

● 冊子

- ・テキスト教材(授業・講座用)
- ・授業・講座講師用解説書

■ 消費者市民社会

- ・被害回復行動(再掲)
- ・社会への働きかけ(発信・共有等)の具体的な取組事例の紹介

「消費者力」育成・強化のための教材イメージ

	若年層（中高生）	若年層（大学生）	社会人（保護者／一般）	高齢者（見守り）
トラブル事例	<ul style="list-style-type: none"> ・靈感商法(進学) ・ネットトラブル(課金) 	<ul style="list-style-type: none"> ・靈感商法(偽装サークル) ・儲け話(マルチ・情報商材) ・デート商法 ・美容医療 	<ul style="list-style-type: none"> ・靈感商法(占いサイト) ・儲け話(副業) ・美容医療 ・定期購入 	<ul style="list-style-type: none"> ・靈感商法(開運、寄付) ・訪問販売・電話販売 ・儲け話(副業) ・SF商法
特徴	<ul style="list-style-type: none"> ・不安・悩み(進学) ・SNSからのトラブル ・保護者の相談が多い ・マインドコントロール 	<ul style="list-style-type: none"> ・不安・悩み(就職・恋愛) ・SNSからのトラブル ・身近な人・知人からの勧誘 ・被害回避の知識不足(契約、借金、相談先等) ・マインドコントロール 	<ul style="list-style-type: none"> ・不安・悩み(お金、育児、介護) ・SNSからのトラブル ・身近な人・知人からの勧誘 ・マインドコントロール 	<ul style="list-style-type: none"> ・不安・悩み(お金、健康、孤独) ・被害に気付きにくい ・本人以外からの相談が多い ・平均既支払金額が高い(65歳未満の約3倍) ・マインドコントロール
教材に必要な要素・観点	自身が実践する力	<p>【気づく力(批判的思考力)】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・違和感（特別扱い、相談をさせない、借入金で支払い、無料、等）、日頃から警戒感、誰でもぜい弱という意識 ・自分の心理的傾向を把握、ぜい弱性を認識（勧誘者受容、権威性・希少性の被影響等/儲かる・格安・無料に弱い） ・不安・悩みの自覚（コンプレックス、進学、就職、健康等） ・知識（悪質商法の手口、詐欺師のタイプ、実例、デジタル広告、マインドコントロール、契約・クーリングオフや相談先等） ・知識を活かす力（クーリングオフ、返品・交換請求等の実践等） <p>【断る力】【相談する力】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・断り方（「お断りします」「興味がありません」） ・トラブル・マインドコントロールの入口で断ることができる ・疑似体験（シミュレーション、ゲーミフィケーション、ロールプレイング等） 		
	周囲をサポートする力	<p>【気づく力】【働きかける力(相談を勧める等)】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・知識（被害者の異変、声かけの仕方(信頼関係の下コミュニケーションをとる等)、相談先) ・日頃からの関係構築 		
	消費者市民社会の構築	<p>【社会へ働きかける力(参画・協同)】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・被害回復の実践、発信・共有 		
手法	<ul style="list-style-type: none"> ・自学向け（スマホ対応） ・担い手向け（授業・講座。解説書・ワークシート等） ・各世代の消費者に訴求するもの(関心に沿ったトピック、15～30秒程度等) ・体験型（シミュレーション、ゲーミフィケーション、ロールプレイング、VR等の活用） 			

・総論と具体的なコツ
 ・行動経済学・心理学の活用
 ・家庭内教育

靈感商法等の悪質商法への対策検討会報告書 (令和4年10月17日) (抜粋)

Ⅲ 提言

5. 周知啓発・消費者教育に関する事項

消費者被害の未然防止及び解決の促進を図るためには、被害情報を迅速に公表すること、さらに消費生活センターの存在の周知を強化することが重要である。

したがって、個別の注意喚起を行うとともに、幅広い世代への消費者教育を推進すべきである。また、国民生活センターが消費生活相談の情報を消費者向けの注意喚起だけでなく、事業者に対する再発防止等の取組を働きかける方向で活用するための制度的な担保を検討すべきである。

また、特定の集団が靈感商法を引き起こしているときに、その実名を具体的に出して説明しなければ、消費者被害の防止に役立たないとの指摘があった。この点に関し、高校生も含めて消費者教育の中でしっかりと伝え、消費者被害をどう避けるか、どう救済されるのか、どこに相談できるのかということを教えることが重要である。

4 今後の取組

(3) 消費生活相談等の強化

(略)また、SNSなどを活用し、消費生活センター等の存在を周知するとともに、必要な注意喚起等を行うとともに、「消費者力」を高めることや、個別のトラブルの手口や対処法に関する教材を充実し、出前講座において普及啓発を図るなど幅広い世代に対する被害の未然防止のための消費者教育の充実・強化に取り組む。(略)

(6) こども・若者の救済

エ 教育の充実

教育の役割も重要である。学校現場における教育はもとより、これとの連携の下に行われる法務省の人権擁護機関による「人権教室」、出前講座等の消費者教育は、こども・若者が視野を広げ、多角的なものの考え方を身につける上で、極めて重要である。こうした取組は、結果として、潜在的な悩みを抱えるこども・若者自身が自己の悩みに気づき、相談へと向かうきっかけともなることが期待される。

講座等の実施に当たっては、オンラインによる講座等、デジタル技術の活用も積極的に行う。