

徳島県内の高等学校等における
生徒の消費者トラブルの実態と
消費者教育の実施効果に関する調査報告書

令和5年3月（令和5年12月最終改訂）

消 費 者 庁

目次

第1章 アンケート調査について	
1-1 はじめに	1
1-2 調査概要	2
(1) 生徒アンケート	2
(2) 教員アンケート	3
1-3 調査項目	4
(1) 生徒アンケート	4
(2) 教員アンケート	5
1-4 調査結果の見方	6
第2章 アンケート調査の結果	
2-1 回答者の概要	7
(1) 性別	7
(2) 学年	7
(3) 住まいの状況	8
2-2 生徒のデジタル取引の実態	9
2-3 日頃の消費生活の状況	12
2-4 生徒の消費者トラブルの実態	17
(1) 「特に重大な消費者トラブル」の経験者数	17
(2) デジタル取引と消費者トラブルの関係	18
(3) キャッシュレス決済と消費者トラブルの関係	19
2-5 消費生活に関する基本的な知識の習得と消費者トラブルの関係	21
2-5-1 消費生活についてのクイズ	21
(1) 各設問の正答率	21
(2) 消費生活クイズの全体の傾向	27
2-5-2 消費者トラブルの経験がある生徒の特徴	29
(1) 消費生活に関する基本的な知識の習得と消費者トラブルの関係	29
(2) 消費者教育による意識変化と消費者トラブルの関係	33
2-5-3 デジタル取引の実態から見る消費生活に関する知識の習得度	36
(1) デジタル取引の利用頻度が高い生徒の特徴	36
(2) 日常生活でのデジタル取引の利用による知識の習得度	38
2-6 消費者教育の実施方法と消費者トラブルの関係	43
(1) 教員アンケートの結果（抜粋）	43
(2) 教員アンケートとの結果から考えられる効果的な授業形式	46
(3) デジタル取引を想定した授業の効果	50
第3章 有識者からの意見	
3 有識者からの意見	52
参 考 資 料	
1. アンケート集計表	1
2. 生徒アンケート調査票	11
3. 消費生活についてのクイズ回答	16
4. 教員アンケート調査票	18

1-1 はじめに

令和4年4月1日に成年年齢が20歳から18歳に引き下げられ、未成年者取消権の行使については18歳未満までとなり、高校生であっても18歳になれば自らの責任で契約を結ぶことができるようになった。さらに社会のデジタル化が進展し、デジタル取引に関わる消費者相談が増加傾向にある。こうしたなか、若年者の消費生活や消費者被害の実態を把握した上で、消費者教育を効果的に推進していくことが課題となっている。

消費者庁新未来創造戦略本部では、消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業を実施したことによる消費生活に関する知識の定着度、意識の変化を把握することを目的として、平成29年度から令和元年度の3年間にわたり、徳島県内で当該授業を受講した生徒全員を対象とする大規模な調査を実施した。その結果、当該調査では、継続的な消費者教育の実施や、授業や教材の一層の工夫の重要性が明らかになった¹。

そこで、成年年齢引下げを控えた令和4年2月～3月に、成年年齢引下げやデジタル化の進展に対応した消費者教育の手法等について検討することを目的に、徳島県内の全ての高等学校、中等教育学校及び高等専門学校（以下「高等学校等」という。）で「社会への扉」を活用した消費者教育の授業²を受講した生徒及び消費者教育の授業を担当した教員を対象とする調査を実施した。

本報告書は、今後の若年者の消費者教育の推進に資することを目的として、高校生のデジタル取引やキャッシュレス決済の利用の現状、社会のデジタル化に関連した消費者被害の実態、消費者教育の実践状況を比較分析し、結果を取りまとめたものである。

¹ 消費者庁「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報告書（平成29年度～令和元年度総括）」（https://www.caa.go.jp/future/project/project_003/assets/future_caa_cms201_201218_02.pdf）

² 各高等学校等には、消費者教育の授業において、消費者庁が平成29年3月に作成した消費者教育冊子教材「社会への扉」を活用いただくよう依頼した。「社会への扉」は主に高校生を対象としており、成年年齢の引下げの動きも踏まえ、成人として消費生活を送る上で、最低限必要な知識を習得し、消費者トラブルに遭ったときには適切な行動に結びつ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作成されたものである。

1-2 調査概要

(1) 生徒アンケート

表 1-1 生徒アンケート調査の概要

調査対象者	令和3年度に消費者教育の授業を受講した徳島県内の高等学校、中等教育学校及び高等専門学校の生徒 5,456 人
調査の実施時期	令和4年2月～3月
各学校に対する配布	<p>各学校に対して、消費者庁より徳島県を通して下記を送付。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・アンケートに係る依頼文 ・配布、回収方法に係る説明文（※1） ・事前連絡票（調査票・ウェブのどちらで回答が可能か照会） <p>調査票</p> <p>生徒の人数分の調査票と、返信用封筒を学校へ送付。</p> <p>ウェブ調査</p> <p>回答用 URL、二次元コード、学校別ログイン ID とパスワードを掲載した案内を学校へメールにて送付。</p> <p>※1 アンケート調査は、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。</p>
生徒に対する配布・回収について	<p>集合法</p> <p>調査票</p> <p>生徒に調査票を配布し、その場で記入を求め、記入後にその場で回収。</p> <p>ウェブ調査</p> <p>生徒に回答用 URL、二次元コード、ログイン ID とパスワードを提示し、その場で入力画面にて回答。</p>
回収数（率）	<p>4,670 票（85.6%）（※2）</p> <p>内訳は調査票 2,404 票、ウェブ調査 2,266 票であった。</p> <p>※2 授業を受講した生徒は 5,456 人であったが、学校の事情等により回収数は上記 4,670 票となった。</p>
有効回答数（率）	4,627 票（99.1%）
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

第1章 アンケート調査について

	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。
--	---

(2) 教員アンケート

表 1-2 教員アンケート調査の概要

調査対象者	令和3年度に徳島県内の高等学校、中等教育学校及び高等専門学校で消費者教育の授業（「社会への扉」の利用等）を主に担当した教員44人
調査の実施時期	令和4年2月～3月
教員に対する配布・回収について	調査票 生徒アンケートを調査票で回答の学校は、教員アンケート調査票を同梱して送付。 生徒アンケートをウェブ調査で回答の学校は、教員アンケート調査票をメールにて送付。 回収は、生徒アンケートに同梱して返送、メール、FAXのいずれかの方法で実施した。
回収数（率）	38票（86.4%）（※3） ※3 調査対象者は徳島県内の高等学校等で主に授業を担当した44人を対象としており、38人（37校）から回答を得た。
有効回答数（率）	38票（100.0%）

1-3 調査項目

(1) 生徒アンケート

生徒の日頃の消費生活の状況、デジタル取引の実態、消費生活に関する知識、生徒の属性を尋ねた。日頃の消費生活の状況は6項目、デジタル取引の実態は4項目、知識を尋ねる消費生活についてのクイズは、「分からない」も含めた4択で10問である。生徒の属性として、学校名、学年、性別等を尋ねた。

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及び回答用 URL を使用した。アンケートの調査票は、生徒・教員いずれも参考資料P. 11～21に掲載している。

①日頃の消費生活の状況

- 問1 半耐久財購入時の検討
- 問2 消費者トラブルの経験
- 問3 自由に使えるお金（おこづかい）
- 問4 1か月で自由に使える金額
- 問9 身の回りの整理整頓の状況
- 問10 消費生活の授業を通じて意識するようになったこと

②デジタル取引の実態

- 問5 デジタル取引の利用頻度
- 問6 キャッシュレス決済の利用頻度
- 問7 キャッシュレス決済のリスク管理
- 問8 買物をする際の情報の確認や収集

③消費生活についてのクイズ

- 問11 契約の成立時期
- 問12 ネットショッピング（通販）の契約成立時期
- 問13 契約の取消し
- 問14 未成年者契約の取消し
- 問15 クーリング・オフ
- 問16 ネットショッピング（通販）におけるクーリング・オフ
- 問17 クレジットカード
- 問18 借入返済額
- 問19 投資の知識
- 問20 消費者ホットライン 188

第1章 アンケート調査について

④属性（学校名、学年、性別等）

問 21～26

（2）教員アンケート

調査項目は、令和3年度に実施した消費者教育の方法や授業形式等について4項目、消費者教育全般に関する意見・要望について7項目、教員の属性が2項目、自由記述が1項目である。

①令和3年度に実施した消費者教育の授業について

- 問1 消費者教育教材「社会への扉」の活用
- ・教材の活用項目
 - ・教材の活用方法
- 問2 授業実施時の他教科の教員との調整・相談
- 問3 「社会への扉」の活用を除く消費者教育の方法
- 問4 消費者教育の授業全体で実施した授業形式

②消費者教育全般に関する意見・要望

- 問5 授業で教えるににくいと感じる内容
- 問6 授業で生徒に身に付けさせたい内容
- 問7 授業で活用しやすい教材
- 問8 授業充実に向けて必要な事項
- 問9 授業充実に向けて行政等の支援を希望する事項
- 問10 消費者教育の研修に参加しやすくなる条件
- 問11 消費者教育の内容や指導方法で新たに学びたい内容

③属性

- 問12 教員経験年数
- 問13 保有する教員免許状の教科

④自由記述

- 問14 学校での消費者教育についての意見

1-4 調査結果の見方

- ・ n は単純集計の場合は有効回答者数を、クロス集計の場合は有効回答者数からさらに無回答者数を除いた回答者数を表している。このため、クロス集計結果は単純集計結果とは必ずしも数値が一致しない場合がある。
- ・ 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。
- ・ 平均値の差の検定では IBM SPSS Statistics26 における平均の比較の機能を用い、有意水準を 0.05 未満とした。

2-1 回答者の概要

生徒アンケートの回答者の性別、学年、住まいの状況の内訳は、以下のとおりである。

(1) 性別

回答者の性別は、男子は46.1%、女子は48.8%、「その他・回答せず」は3.7%、無回答は1.4%である（図2-1）。

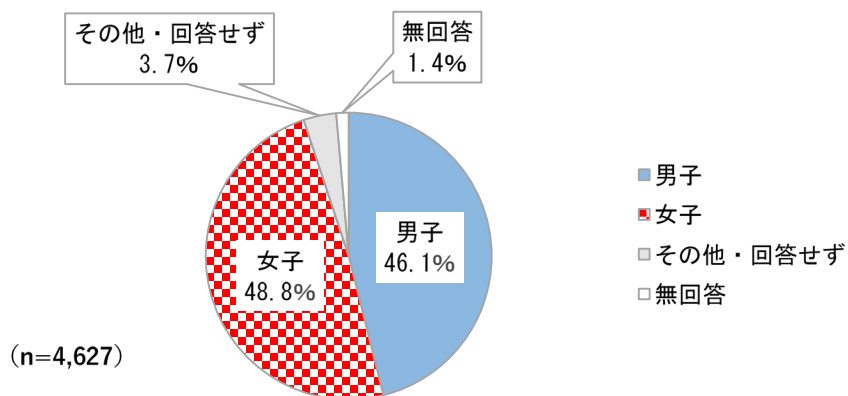


図2-1 回答者の性別

(2) 学年

回答者の学年は、「第1学年」が最も多く、4,627人中3,508人（75.8%）となっている（図2-2）。

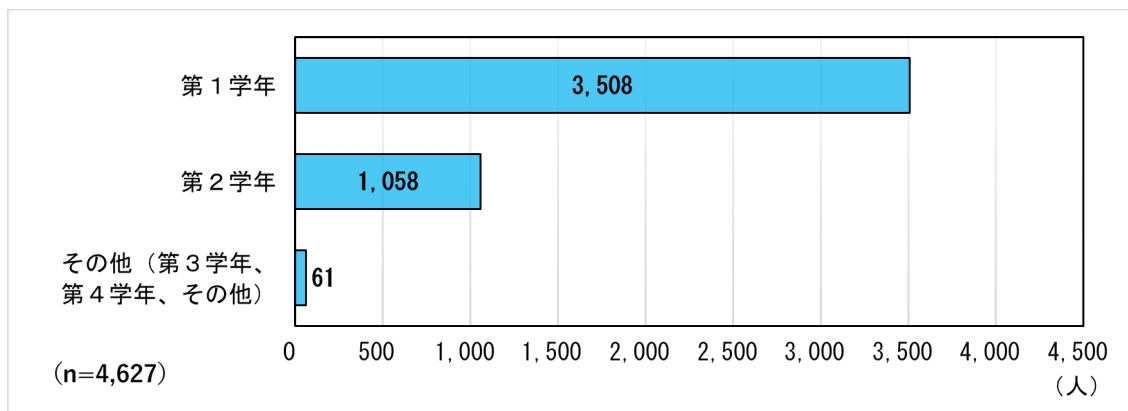


図2-2 回答者の学年

(3) 住まいの状況

回答者の住まいの状況は、「自宅」から通学している生徒が最も多かったが（93.0%）、5.3%の生徒は親元から離れて暮らしている（「寮」、「親戚の家」、「一人暮らし」、「その他」の回答の合計）と回答した（図2-3）。

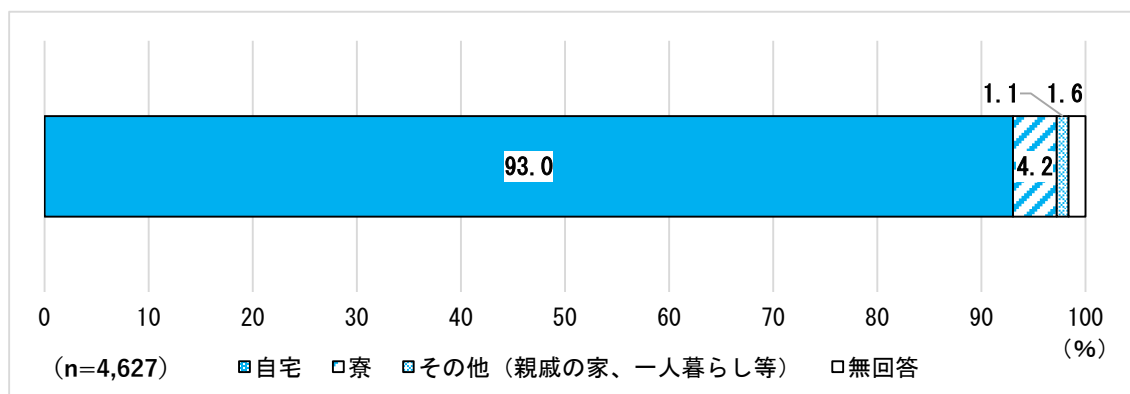


図 2-3 住まいの状況

2-2 生徒のデジタル取引の実態

生徒アンケートの項目のうち、デジタル取引の利用状況について尋ねた問5、6、7、8の回答結果は次のとおりであった。

問5. あなたは、自分で手続をして以下の買物をするのがどのくらいありますか。

「デジタル取引の利用頻度」について尋ねたところ、利用するという回答（「全くない」と「無回答」を除いた回答）の割合は、「ネット通販で買う」は57.4%、「ゲーム、アプリ、スタンプなど有料でダウンロードする」は54.4%、「フリマアプリで買う」は25.9%であった。

また、そのうち特に利用頻度が高い「1週間に2回以上」と「1週間に1回くらい」の回答を合わせた割合は、「ネット通販で買う」は4.8%、「ゲーム、アプリ、スタンプなど有料でダウンロードする」は3.8%、「フリマアプリで買う」は2.7%であった（図2-4）。

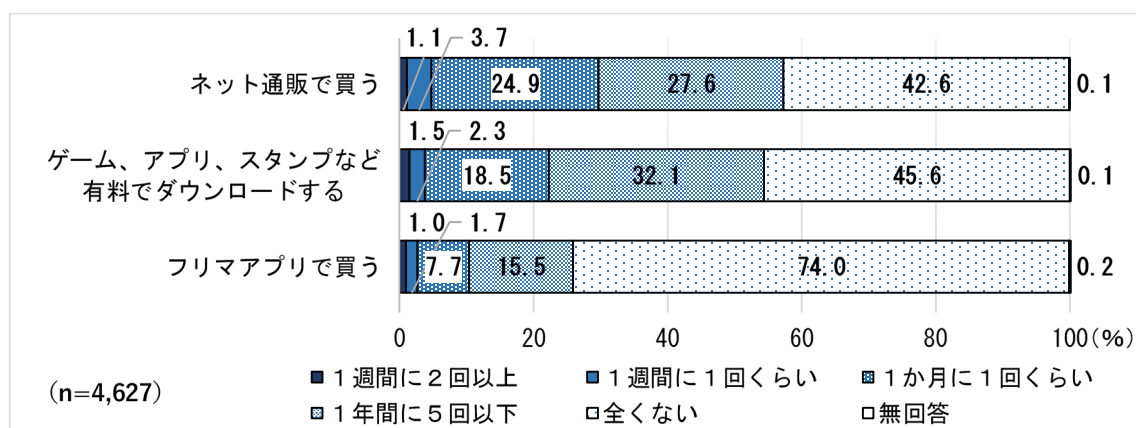


図2-4 デジタル取引の利用頻度

問6. あなたは以下の支払方法をどのくらいの頻度で使っていますか。

「キャッシュレス決済の利用頻度」について尋ねたところ、利用するという回答（「全くない」と「無回答」を除いた回答）の割合は、「使い切り型のプリペイドカード」は63.7%、「スマホを使った二次元コード決済」は35.8%、「チャージ型の電子マネー」は17.3%、「デビットカード」は6.0%であった。

また、そのうち特に利用頻度が高い「1週間に2回以上」と「1週間に1回くらい」の回答を合わせた割合は、「スマホを使った二次元コード決済」は17.4%、「チャージ型の電子マネー」は6.0%、「使い切り型のプリペイドカード」は4.3%、「デビットカード」は2.0%であった（図2-5）。

第2章 アンケート調査の結果

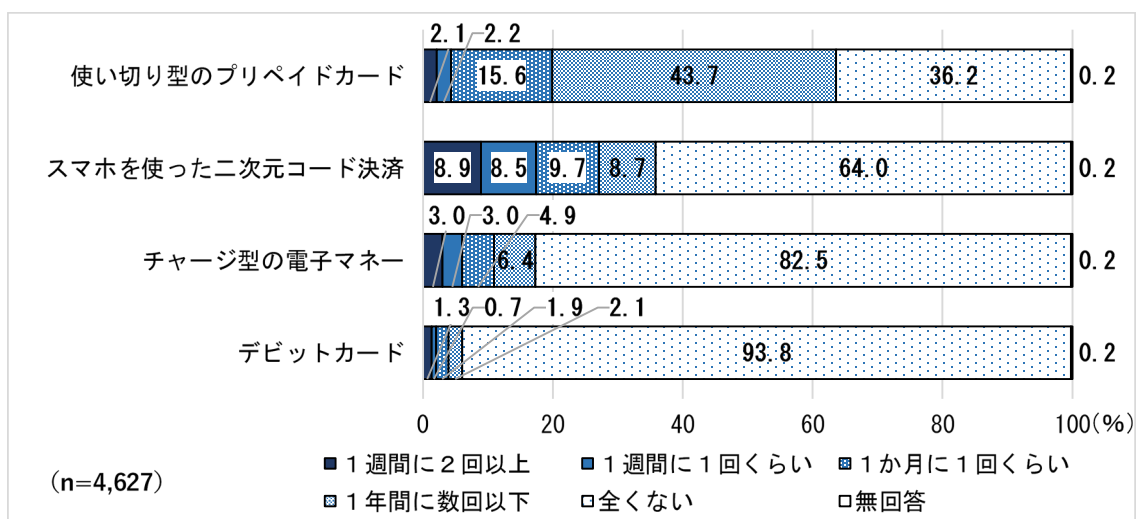


図 2-5 キャッシュレス決済の利用頻度

問7. キャッシュレス決済の利用に関する以下の内容にあなたはどの程度当てはまりますか（問6でいずれか1つでも利用すると回答した生徒のみ回答）。

「キャッシュレス決済のリスク管理」について尋ねたところ、「当てはまる」と「やや当てはまる」の回答を合わせた割合は、「利用するたびに残額を確認している」は59.2%、「不正利用されないよう注意している」は53.8%と半数以上であったが、「被害に遭った時の対処方法が分かる」は31.8%に留まった。

また、「キャッシュレス決済でつい使い過ぎになる」は13.8%が「当てはまる」または「やや当てはまる」と回答した（図 2-6）。

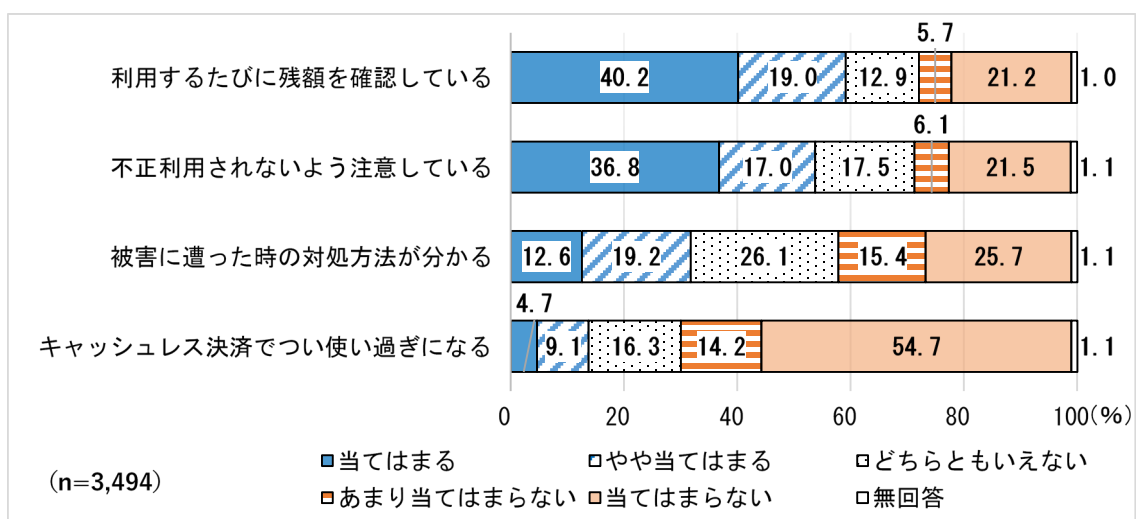


図 2-6 キャッシュレス決済のリスク管理

問8. 普段、以下をどの程度していますか。

「買物をする際の情報の確認や収集」について尋ねたところ、「いつもする」と「よくする」の回答を合わせた割合は、「広告や口コミをすぐに信じず、批判的な意見も確認する」は64.3%、「買った製品を使い始める前に、取扱説明書を確認する」は47.1%、「ネットで買物するときは、返品条件を確認する」は30.9%、「アプリなど新たに登録するときは規約に目を通す」は27.8%、「近頃問題になっている詐欺被害や消費者トラブルの情報を手に入れる」は17.2%であった（図2-7）。

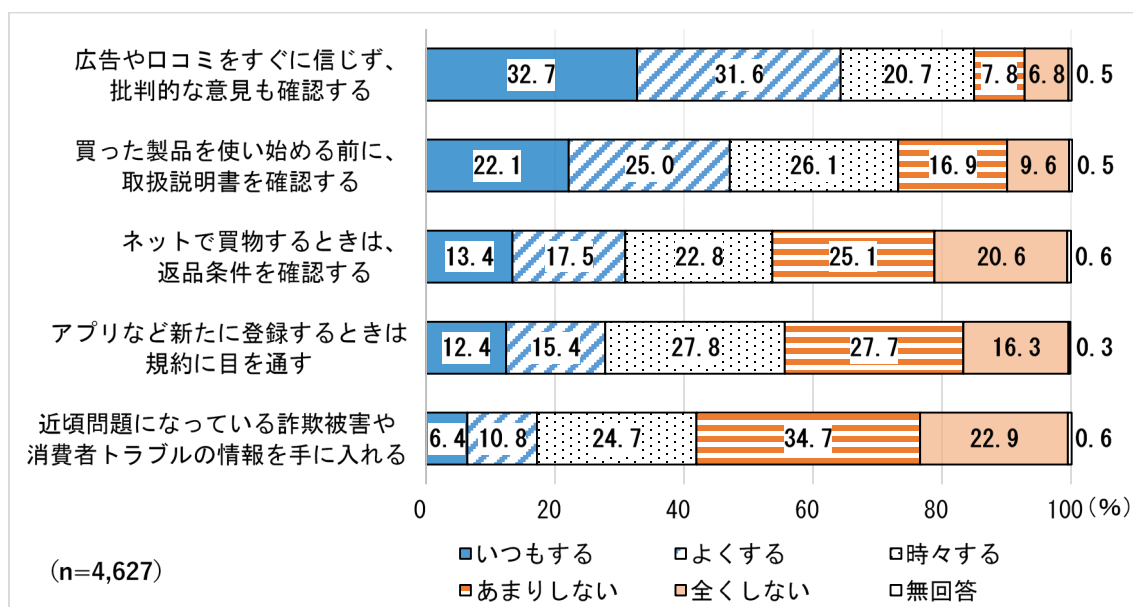


図2-7 買物をする際の情報の確認や収集

2-3 日頃の消費生活の状況

生徒アンケートの項目のうち、日頃の消費生活の状況について尋ねた問1、2、3、4、9、10の回答結果は次のとおりであった。

問1. あなたは1～5年程度は使うもの（カバンや日用雑貨など）を選ぶとき、以下のことをどれくらいしますか。

「半耐久財購入時にどのようなことを検討するか」について尋ねたところ、「いつもする」と「だいたいする」の回答を合わせた割合は、「予算に合っているか検討する」は82.4%、「どの程度、実際に使うか考える」は77.7%、「長く使えるかどうかを考える」は75.8%、「安全に使えるかどうか考える」は72.2%、「同じような商品を比べる」は69.4%、「欲しくてもすぐには買わずに様子を見る」は65.3%、「どこに置くか考える」は58.8%、「他のもので代用できないか考える」は46.7%、「商品表示やマークを確認する」は24.6%であった（図2-8）。

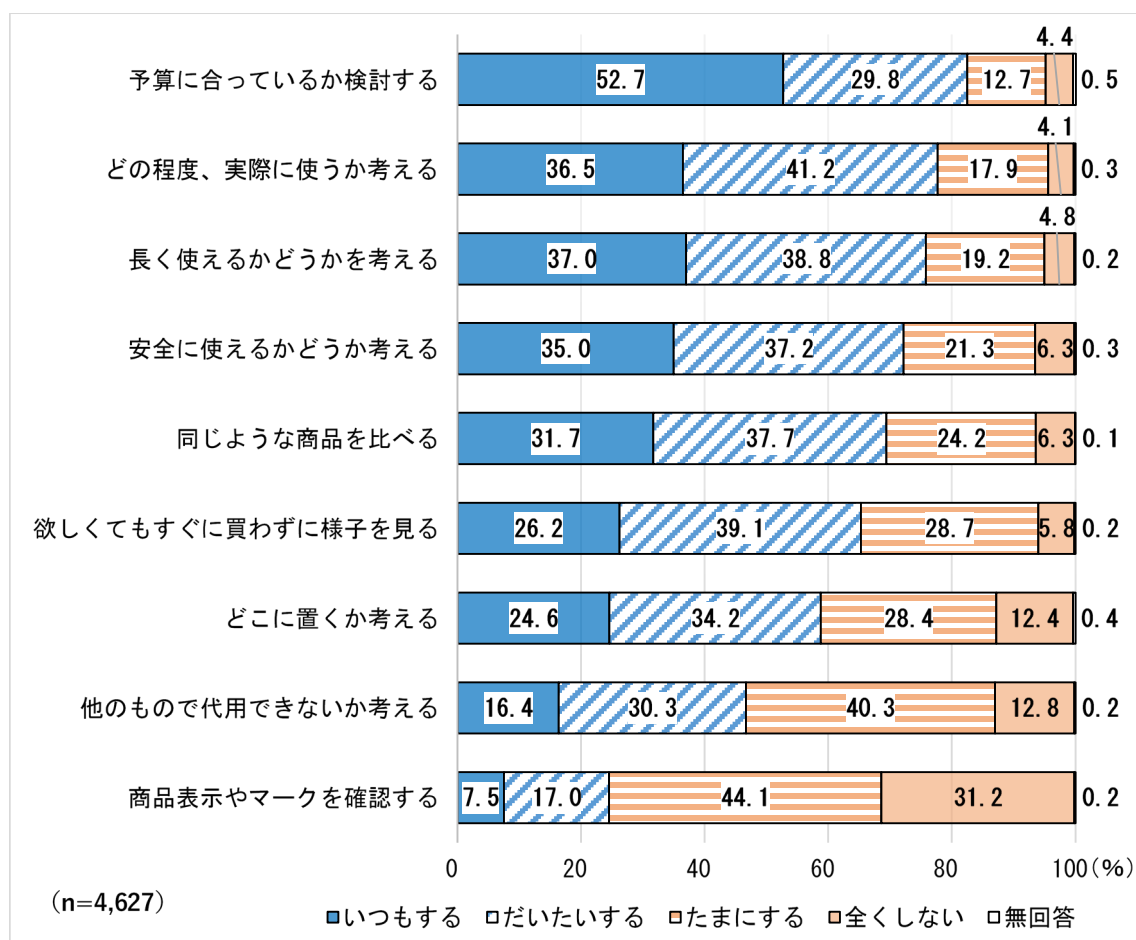


図2-8 半耐久財購入時の検討

第2章 アンケート調査の結果

問2. あなたは、自分で注文した商品で以下のようなトラブルの経験がどの程度ありますか。

「消費者トラブルの経験としてあてはまるもの」について尋ねたところ、経験があるという回答（「1度だけあった」、「2・3度あった」、「何度もあった」の回答の合計）の割合は、「商品の機能・品質が思っていたよりもかなり悪かった」は57.3%、「開封したばかりの商品が壊れていた」は38.2%、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」は5.9%、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」は3.2%であった（図2-9）。

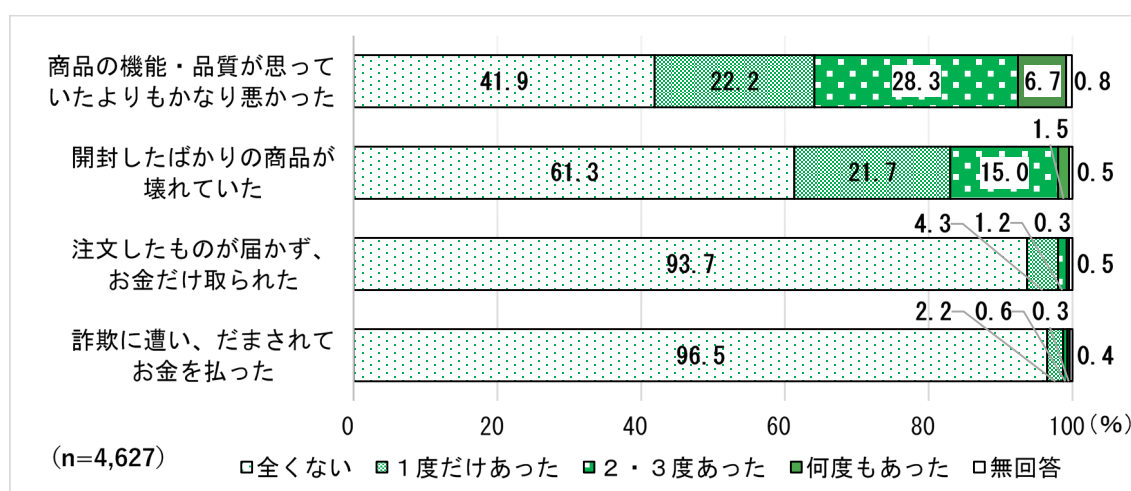


図2-9 消費者トラブルの経験

問3. あなたには、自由に使えるお金（おこづかい）がありますか（複数回答可）。

「自由に使えるお金（おこづかい）」の種類について尋ねたところ、「お年玉などで親戚からもらったお金を使う」（58.9%）、「保護者から決まった額をもらって使う」（56.1%）、「お金が必要になったときに、その都度保護者からもらって使う」（45.1%）といった、保護者または親戚からもらうという回答が多く、「アルバイトで得た収入を使う」は9.2%であった（図2-10）。

第2章 アンケート調査の結果

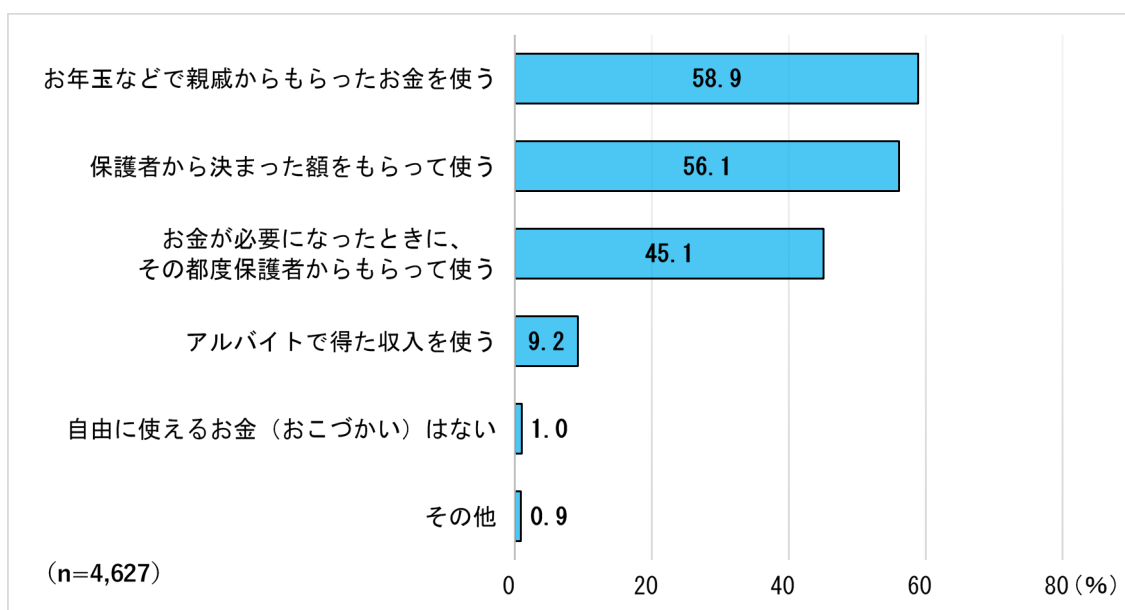


図 2-10 自由に使えるお金（おこづかい）

問 4. あなたがこの1か月で自由に使える金額は、およそどのくらいですか。

「1か月で自由に使える金額」について尋ねたところ、「4～6千円」（26.8%）がボリュームゾーンとなっている（図 2-11）。

また、15.0%は「分からない」（＝1か月で自由に使える金額を把握できていない）と回答した。

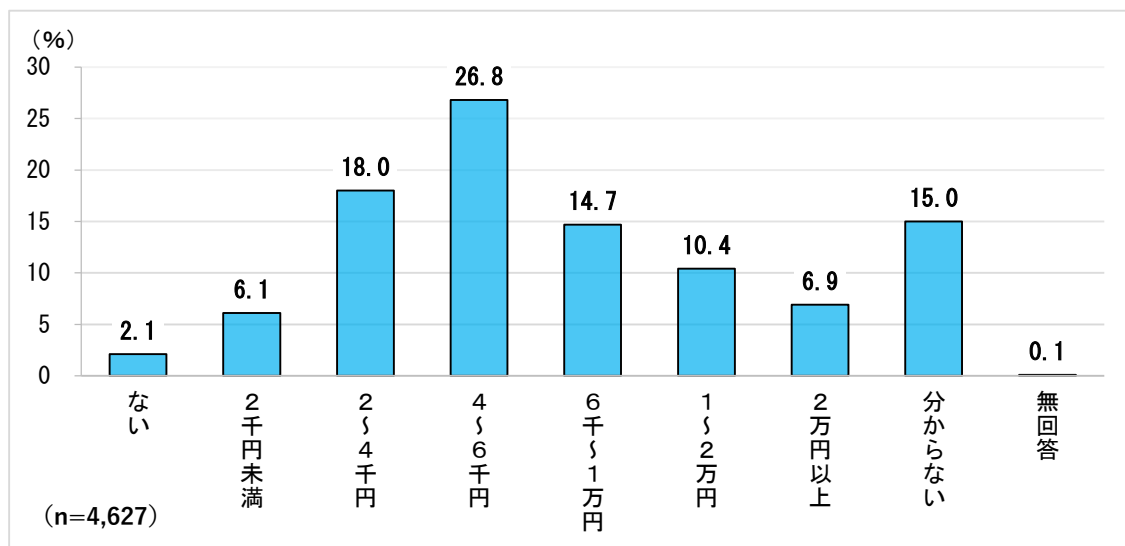


図 2-11 1か月で自由に使える金額

問9. あなたは、以下のことにどの程度当てはまりますか。

「身の回りの整理整頓の状況」について尋ねたところ、「当てはまる」と「やや当てはまる」の回答を合わせた割合は、「物を床の上に直接置いてしまう」は55.3%、「使わないのに捨てられないものがたくさんある」は54.2%、「探し物やなくし物が多い」は53.7%、「たくさんの物を持っている」は53.4%と、いずれも半数以上となり、「置き場所が決まっていないものが多い」についても46.1%であった（図2-12）。

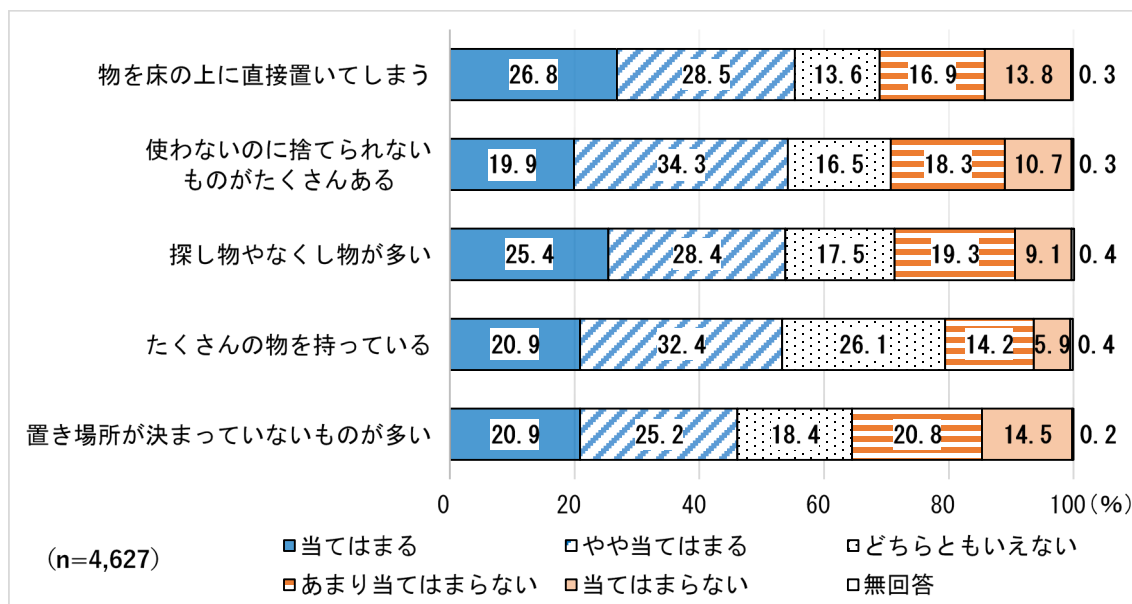


図2-12 身の回りの整理整頓の状況

問10. あなたは、消費生活の授業を通じて、以下のことを意識するようになりましたか。

「消費生活の授業を通じて意識するようになったこと」について尋ねたところ、「当てはまる」と「やや当てはまる」の回答を合わせた割合は、「悪質商法を警戒する」は77.4%、「買物や契約前によく考える」は74.2%、「生活に役立つ知識を増やす」は73.9%、「自分の考えをはっきりさせる」は73.2%、「様々な意見から新しい考え方を学ぶ」は69.0%であった(図2-13)。

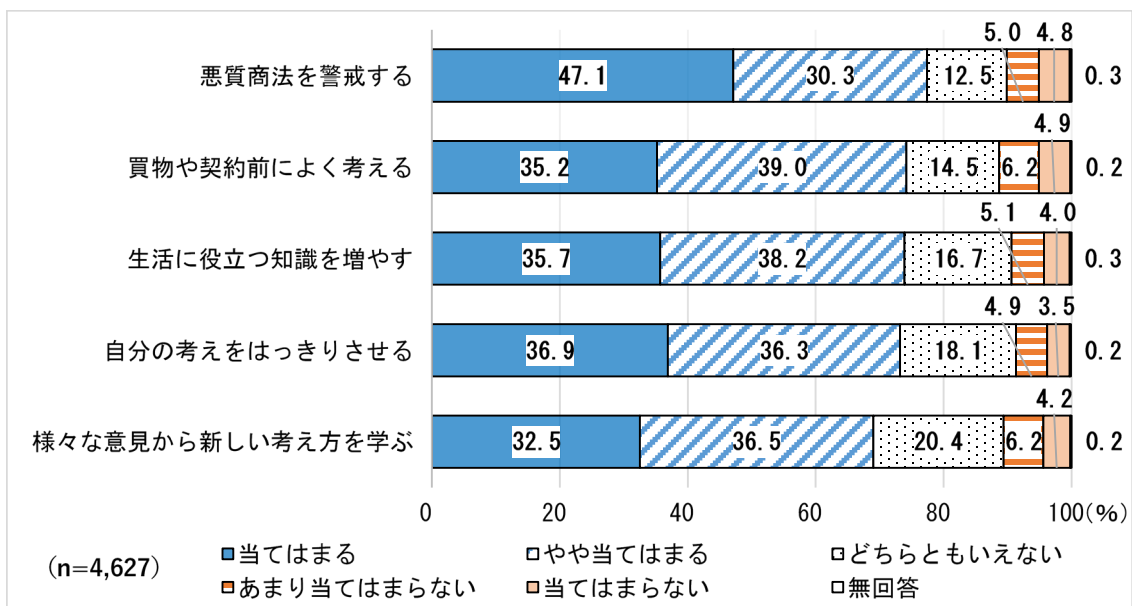


図2-13 消費生活の授業を通じて意識するようになったこと

2-4 生徒の消費者トラブルの実態

(1) 「特に重大な消費者トラブル」の経験者数

本調査における徳島県内の高等学校等の生徒の消費者トラブルの現状については、2-3の生徒アンケート問2の集計結果において、4項目の消費者トラブルごとに経験者の割合を示したところであるが（13ページ参照）、4項目のうち「注文したものが届かず、お金だけ取られた」と「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」の2種類のトラブル（以下「特に重大な消費者トラブル」という。）について、回答者数の内訳を実数で示したのが表2-1、2-2である。

「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験がある生徒（「1度だけあった」、「2・3度あった」、「何度もあった」と回答した生徒の合計）は、全体に占める割合で言うと5.9%であるが、実数では271人に上り、そのうち70人が「2・3度あった」または「何度もあった」と回答、つまり複数回経験していた。被害金額は不明だが、40人クラスで換算すると、1クラスに2人程度、経験者がいるということになる。

また、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒は、全体に占める割合で言うと3.2%であるが、実数では146人に上り、そのうち44人が複数回経験していた。手口や被害金額は不明だが、1クラスに1人程度、経験者がいるということになる。

表2-1 「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験がある生徒数及び割合

注文したものが届かず、 お金だけ取られた	n	%
全くない	4,335	93.7
1度だけあった	201	4.3
2・3度あった	55	1.2
何度もあった	15	0.3
無回答	21	0.5
合計	4,627	100.0

表2-2 「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒数及び割合

詐欺に遭い、だまされて お金を払った	n	%
全くない	4,463	96.5
1度だけあった	102	2.2
2・3度あった	30	0.6
何度もあった	14	0.3
無回答	18	0.4
合計	4,627	100.0

(2) デジタル取引と消費者トラブルの関係

生徒が消費者被害に遭う要因として、デジタル取引の利用と関係があるかどうかを調べるため、問2「消費者トラブルの経験」のうち「特に重大な消費者トラブル」の2項目と、問5「デジタル取引の利用頻度」でクロス集計を行い、デジタル取引の種類と利用頻度別に、トラブルの経験がある生徒（「1度だけあった」、「2・3度あった」、「何度もあった」と回答した生徒の合計）の割合を示したのが図2-14、2-15である。

集計の結果、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」と「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」のどちらのトラブルでも、また、いずれの取引方法においても、利用頻度が高いほどトラブルの経験がある生徒の割合が多かった。

「ゲーム、アプリ、スタンプなど有料でダウンロードする」の利用頻度が「全くない」生徒のうち、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験がある生徒の割合は4.4%であった。前述のとおりトラブル経験者の割合は利用頻度が高いほど多くなり、利用頻度が「1週間に1回以上」の生徒では12.4%と、「全くない」生徒に比べ8.0ポイント高かった。

「ネット通販で買う」、「フリマアプリで買う」も、同様に、利用頻度が高い生徒ほど「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験者の割合が明らかに多い。特に、「フリマアプリで買う」については、利用頻度が「1週間に1回以上」である生徒は全体の3%にも満たないものの、そのうち「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験者の割合は22.8%に上った。

「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒の割合についても、デジタル取引の種類と利用頻度別に集計した結果、前述のとおり、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」の場合と同様、利用頻度が高いほど経験者の割合が多かった。

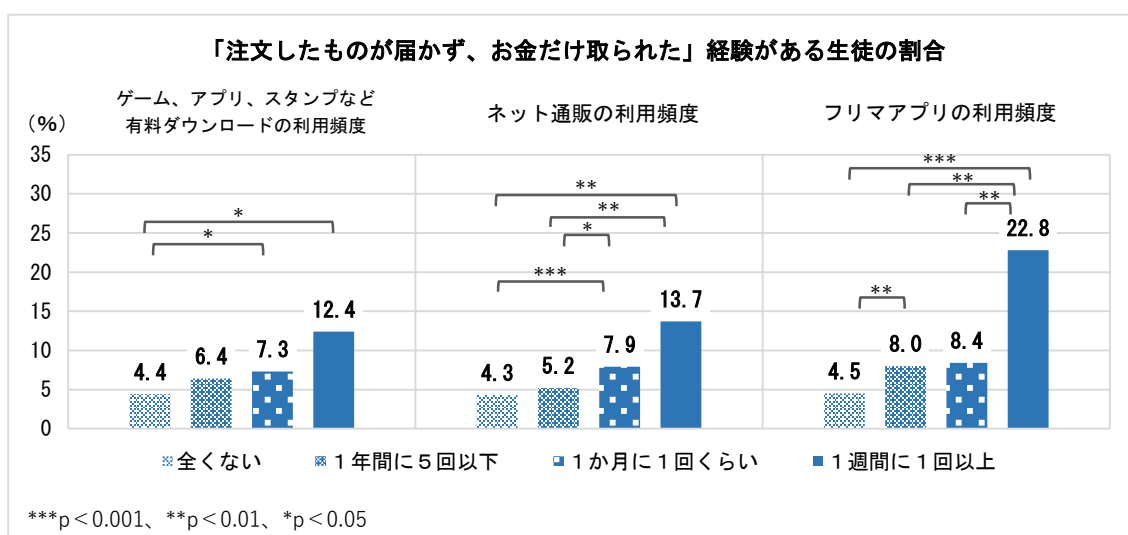


図2-14 デジタル取引の方法及び利用頻度別にみた
「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験がある生徒の割合

第2章 アンケート調査の結果

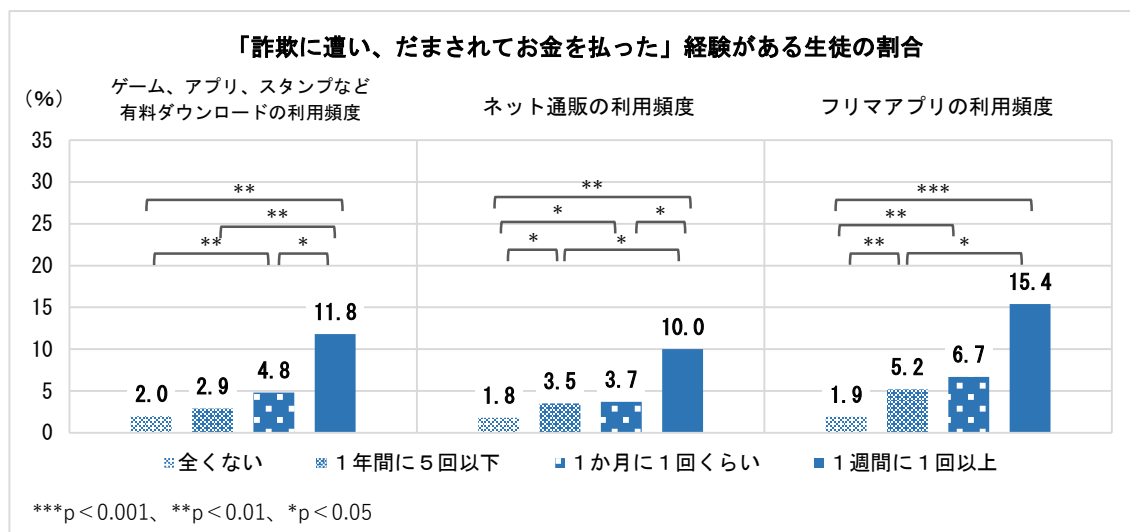


図 2-15 デジタル取引の方法及び利用頻度別にみた
「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒の割合

(3) キャッシュレス決済と消費者トラブルの関係

(2)での問2と問5の分析と同様に、問2「消費者トラブルの経験」のうち「特に重大な消費者トラブル」の2項目と、問6「キャッシュレス決済の利用頻度」でクロス集計を行い、キャッシュレス決済の種類と利用頻度別に、トラブルの経験がある生徒（「1度だけあった」、「2・3度あった」、「何度もあった」と回答した生徒の合計）の割合を示したのが図2-16、2-17である。

集計の結果、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」と「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」のどちらのトラブルでも、また、いずれの決済方法においても、利用頻度が最も高い「1週間に1回以上」の生徒にトラブル経験者割合が最も多かった。

「デビットカード」の利用頻度が「全くない」生徒のうち、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験がある生徒の割合は5.3%であった。「デビットカード」は利用頻度が高いほどトラブル経験者の割合が多くなり、利用頻度が「1週間に1回以上」の生徒は22.5%と、「全くない」生徒に比べ17.2ポイント高かった。

また、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒の割合についても、「デビットカード」では「注文したものが届かず、お金だけ取られた」の場合と同様、取引の利用頻度が高いほどトラブル経験者の割合が多くなり、利用頻度が「全くない」生徒のうち、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験者の割合は2.6%、利用頻度が「1週間に1回以上」の生徒では18.9%と、「全くない」生徒に比べ16.3ポイント高かった。

「使い切り型のプリペイドカード」、「スマホを使った二次元コード決済」、「チャージ型の電子マネー」については、利用頻度が「全くない」、「1年間に数回以下」、「1か月に1回くらい」の生徒では利用頻度とトラブル経験者の割合に必ずしも相関はみられなかったもの

第2章 アンケート調査の結果

の、前述のとおり、いずれも利用頻度が「1週間に1回以上」の生徒に「特に重大な消費者トラブル」の経験者の割合が明らかに多かった。

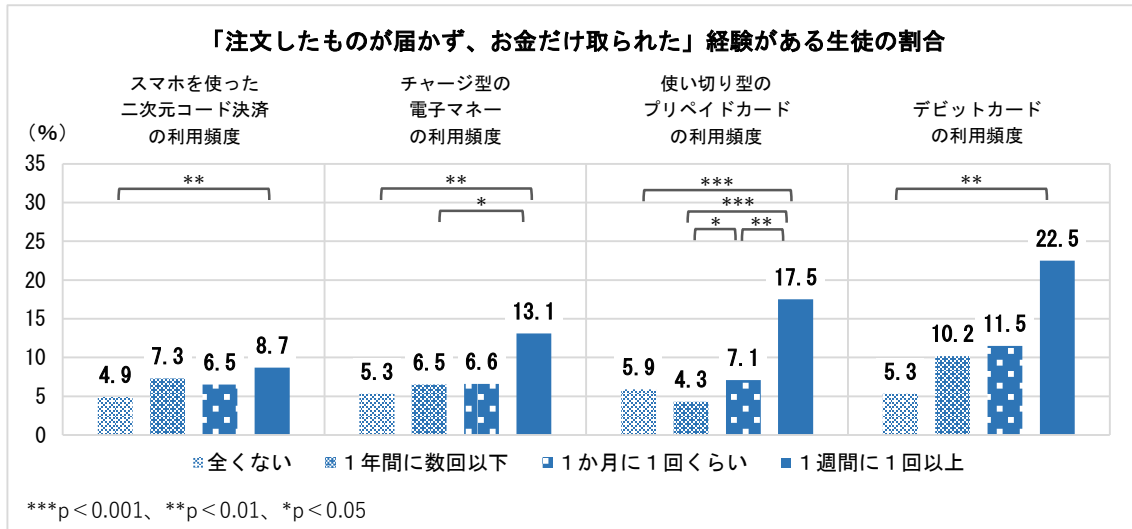


図 2-16 キャッシュレス決済の方法及び利用頻度別にみた
「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験がある生徒の割合

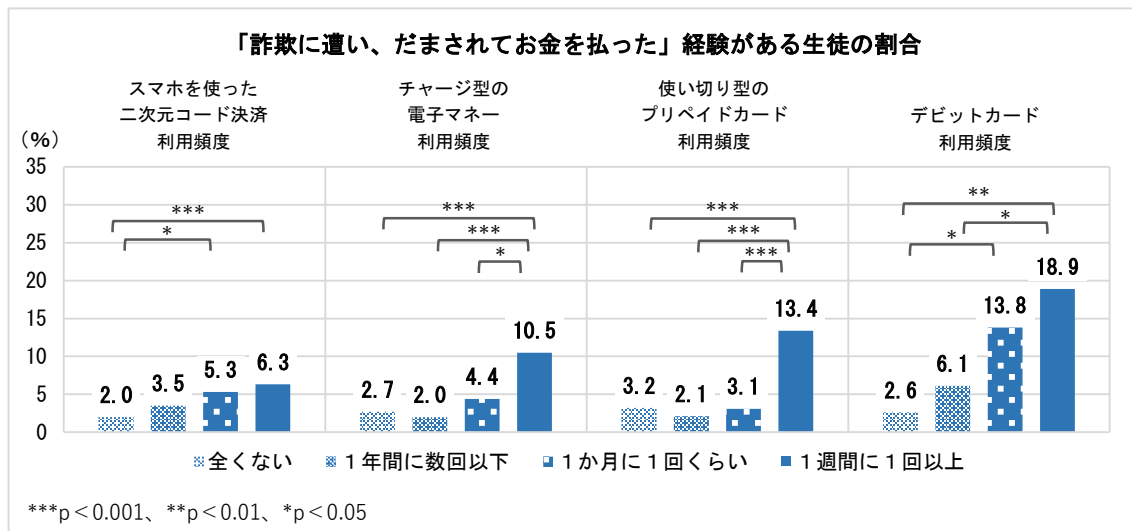


図 2-17 キャッシュレス決済の方法及び利用頻度別にみた
「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒の割合

2-5 消費生活に関する基本的な知識の習得と消費者ト ラブルの関係

2-5-1 消費生活についてのクイズ

(1) 各設問の正答率

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10のクイズを中心に、消費生活に関する知識を尋ねる10問のクイズ（以下「クイズ」という。）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。

第2章 アンケート調査の結果

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。

問 11. 店で買物をするとき、契約が成立するのはいつの時点だと思いますか。

契約の成立時期を尋ねたところ、正答である「店員が『はい、かしこまりました』と言ったとき」の回答の割合は71.7%であった（図 2-18）。

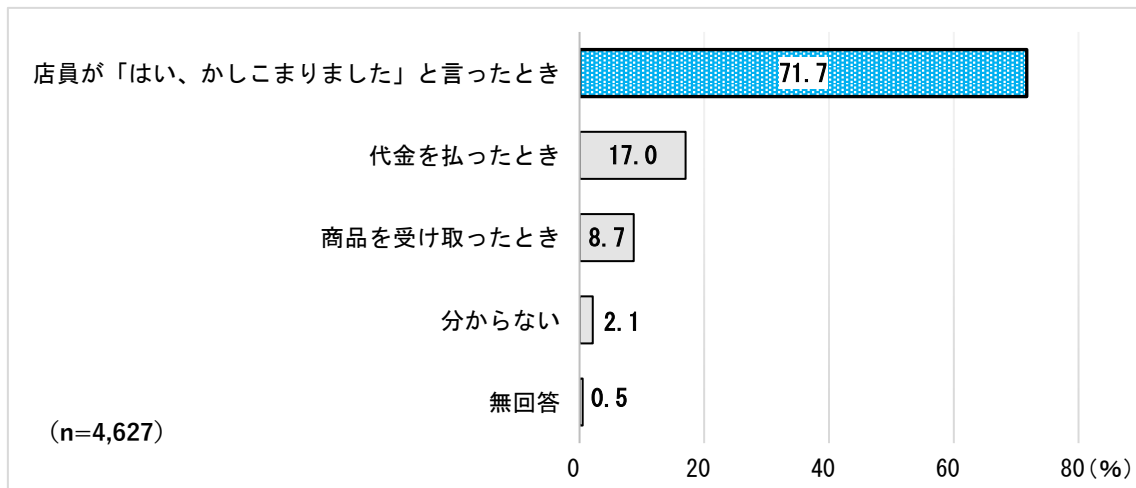


図 2-18 契約の成立時期

問 12. ネットショッピング（通販）で契約が成立するのはいつの時点だと思いますか。

ネットショッピング（通販）の契約成立時期を尋ねたところ、正答である「注文を受付した承諾メールが、事業者から消費者に届いたとき」の回答の割合は24.0%であり、誤答である『購入する』『注文確定』ボタンを押したとき（62.2%）が最も多く選ばれていた（図 2-19）。

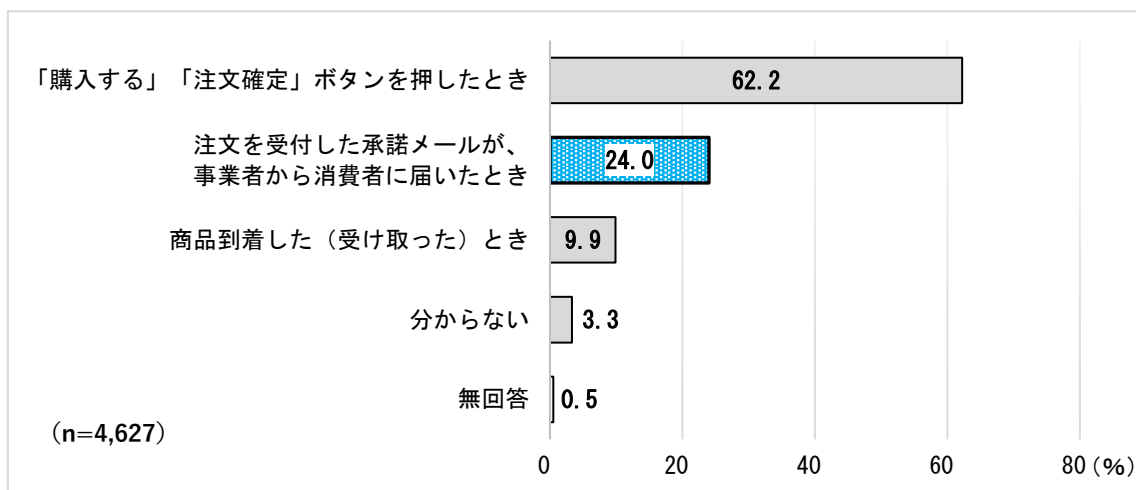


図 2-19 ネットショッピング（通販）の契約成立時期

第2章 アンケート調査の結果

問 13. 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どれだと思いますか。

契約の取消しの知識を尋ねたところ、正答である「返品は受け付けなくてよい」の回答の割合は 46.0%となり、正答が最も多い回答ではあったものの、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」も 43.9%と、ほぼ同数近く選ばれていた（図 2-20）。

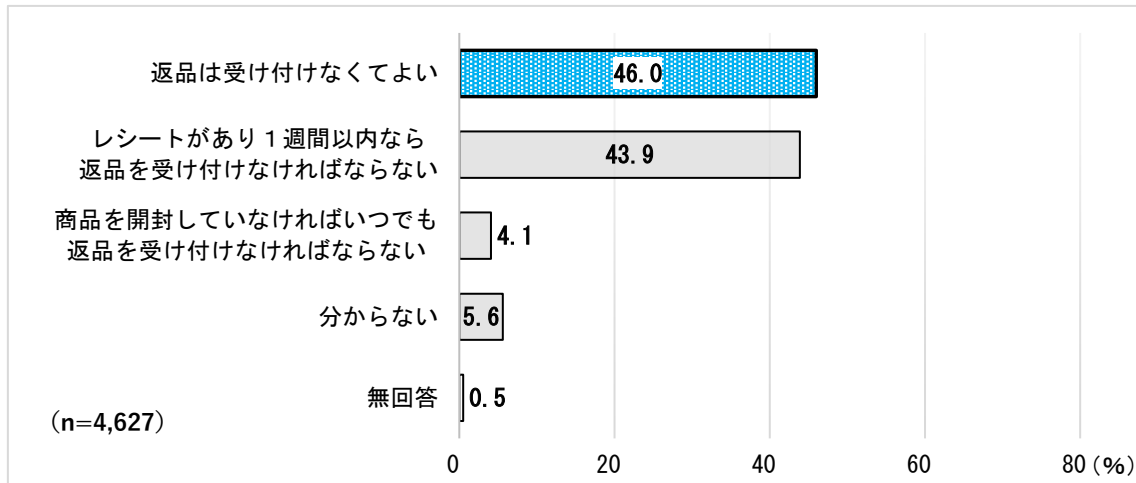


図 2-20 契約の取消し

問 14. 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と思いますか。

未成年者契約の取消しの知識を尋ねたところ、正答である「未成年者取消しができる」の回答の割合は 67.1%と最も高かった（図 2-21）。

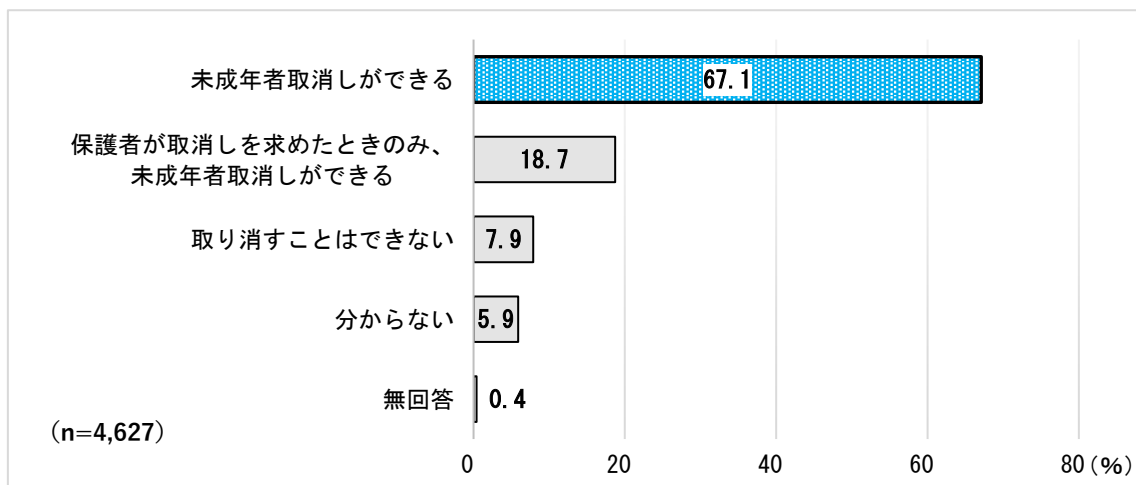


図 2-21 未成年者契約の取消し

第2章 アンケート調査の結果

問 15. 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と思いますか。

クーリング・オフの知識を尋ねたところ、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」の回答の割合は66.7%と最も高かった（図 2-22）。

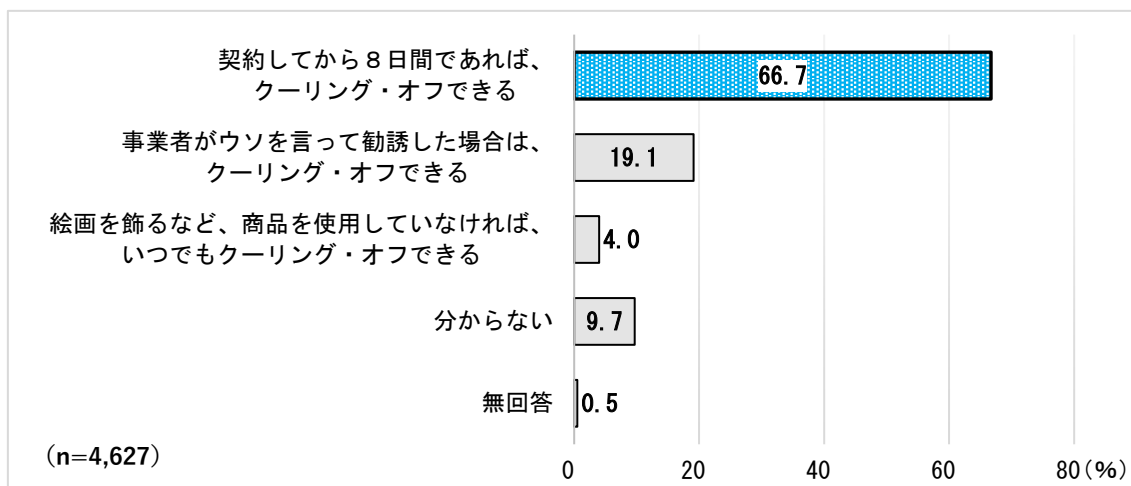


図 2-22 クーリング・オフ

問 16. ネットショップでTシャツを買ったけれど似合わなかったので返品したい。この場合、クーリング・オフできると思いますか。

ネットショッピング（通販）におけるクーリング・オフの知識を尋ねたところ、正答である「クーリング・オフできない」の回答の割合は64.3%と最も高かった（図 2-23）。

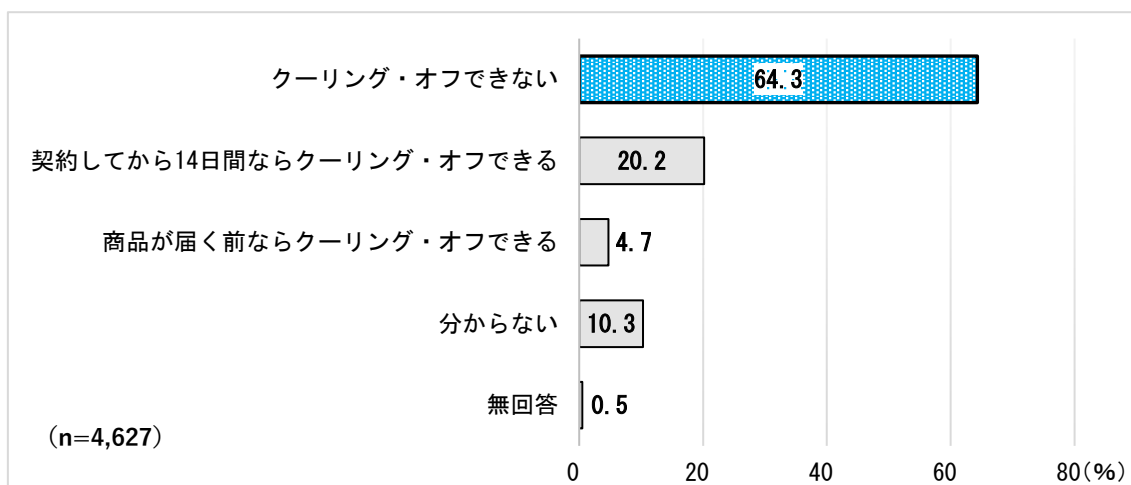


図 2-23 ネットショッピング（通販）におけるクーリング・オフ

第2章 アンケート調査の結果

問 17. 買物をした後日に代金を支払うことになるのは以下のうちどれだと思いますか。

クレジットカードの知識を尋ねたところ、正答である「クレジットカード」の回答の割合は68.0%と最も高かった（図 2-24）。

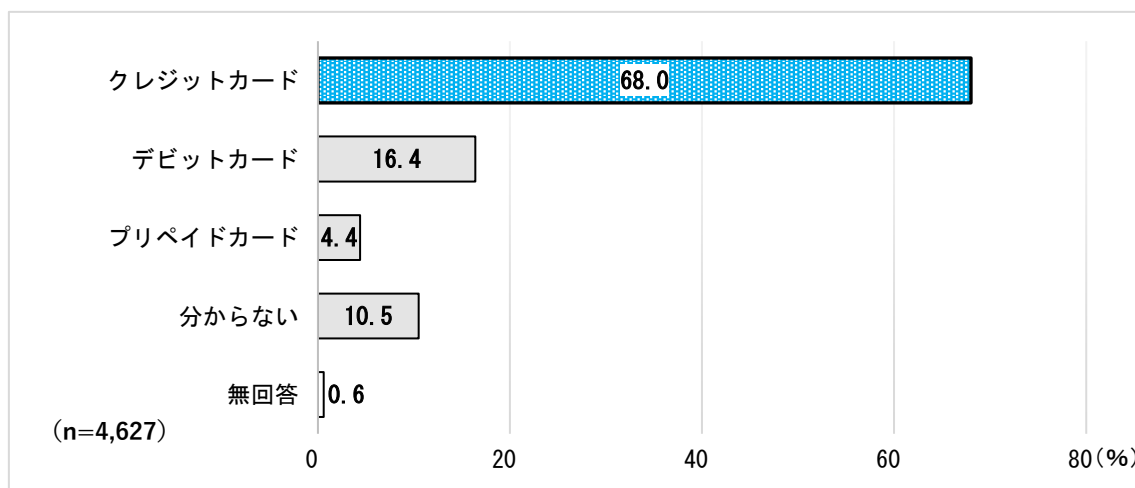


図 2-24 クレジットカード

問 18. ローンの利用等について、正しい説明は以下のうちどれだと思いますか。

借入返済額の知識を尋ねたところ、正答である「金利5%で10万円借りの場合、返済期間が長いと返済総額は増える」の回答の割合は54.7%と最も高かったが、30.1%の生徒は「分からない」と回答した（図 2-25）。

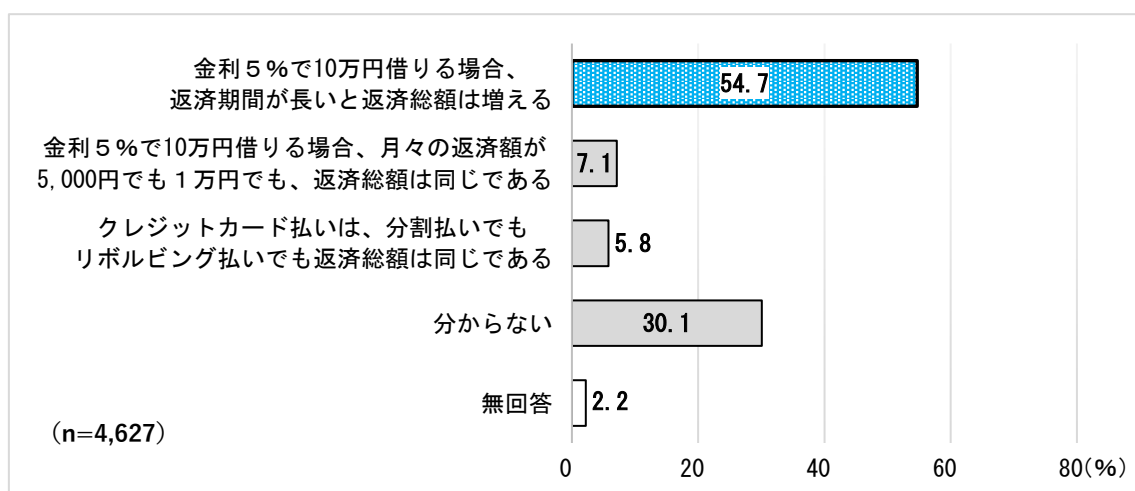


図 2-25 借入返済額

第2章 アンケート調査の結果

問 19. 「必ずもうかる投資」についてどのように思いますか。

投資の知識を尋ねたところ、正答である『必ずもうかる投資』はない』の回答の割合は76.1%と最も高かった（図 2-26）。

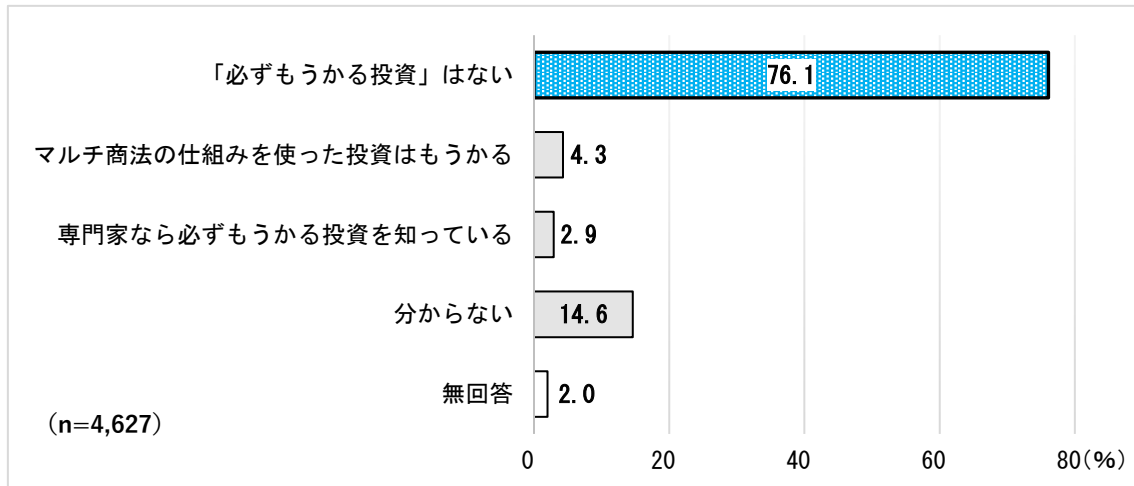


図 2-26 投資の知識

問 20. 消費生活について相談したいときにかける電話番号は以下のうちどれだと思いますか。

消費者ホットライン 188 の認知を尋ねたところ、正答である「188 番」の回答の割合は69.6%と最も高かった（図 2-27）。

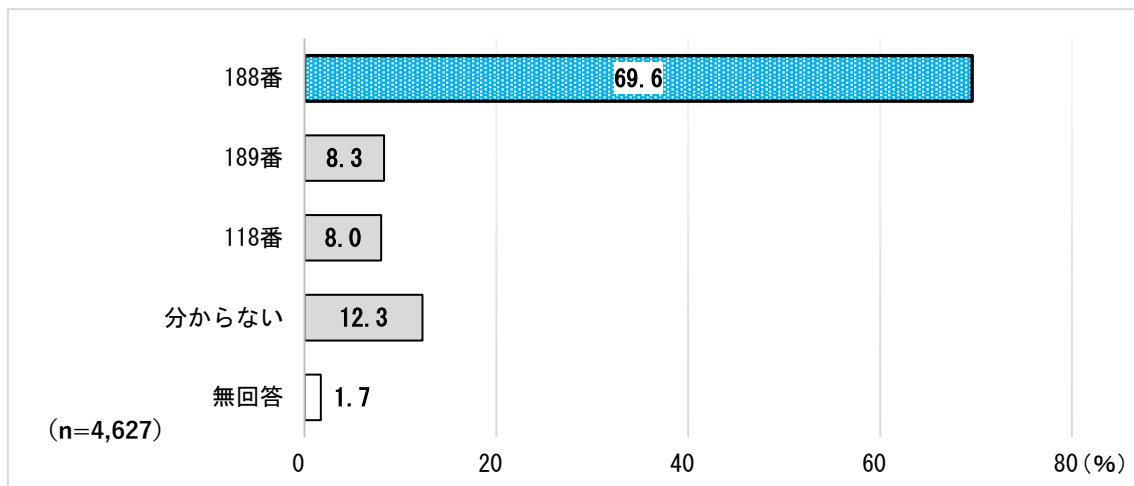


図 2-27 消費者ホットライン 188

(2) 消費生活クイズの全体の傾向

無回答者を除く全体の10問に占める正答率(全10問中の正答数の割合をいう、以下同じ。)を算出した結果は、表2-3のとおりである。正答率の平均は60.8%であった。

表2-3 10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
4,627	0.0	100.0	60.8	60.0	24.8

無回答者を除く正答数の分布は、図2-28のとおりである。正答率の分布は8問以上～9問未満が16.4%と最も多く、次いで7問以上～8問未満が16.0%であった。全問正答者は4.3%であった。

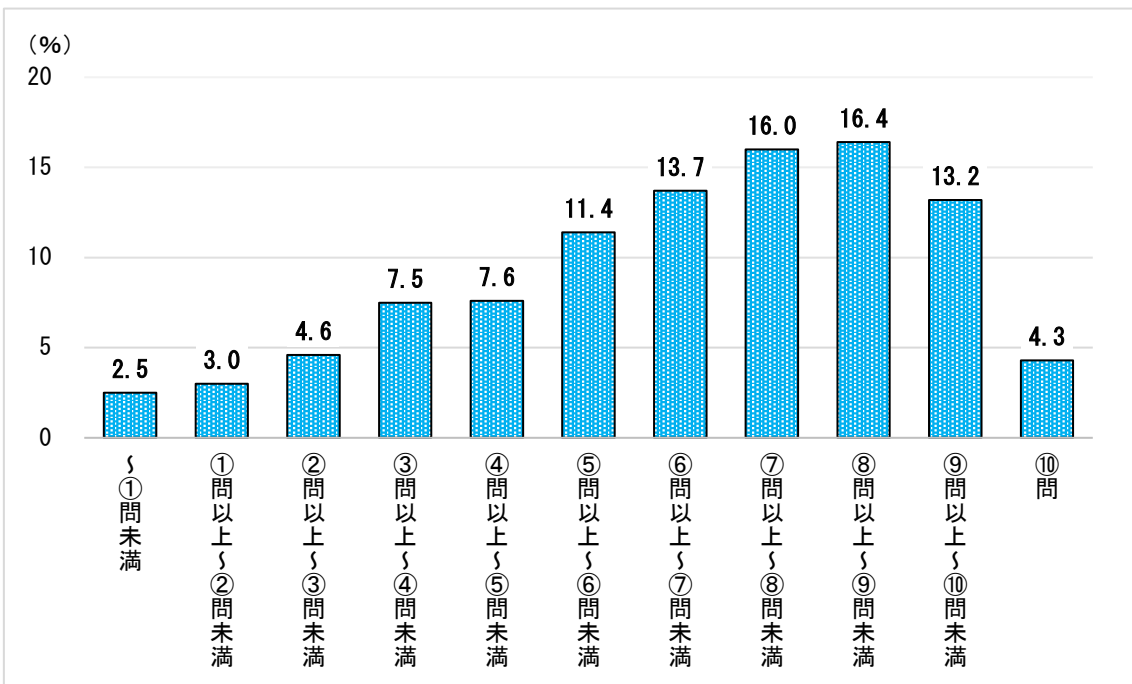


図2-28 正答数の分布

第2章 アンケート調査の結果

各設問の正答率は、**図 2-29** のとおりである。

これを見ると、問12「ネットショッピング（通販）の契約成立時期」の正答率は、24.0%と最も低くなっている。これは、問12以外のクイズは「社会への扉」に掲載されているクイズから出題しているのに対し、問12のみ「社会への扉」には掲載されていないクイズであったことが要因として考えられる。

次いで、問13「契約の取消し」も46.0%と正答率が半分以下であった。まずは「成立した契約は原則、解約ができない」ことを理解してもらうことが重要であり、その上で、事業者が消費者に対してサービスとして一定条件下の解除を認めている場合があるに過ぎないことを引き続き啓発していく必要がある。

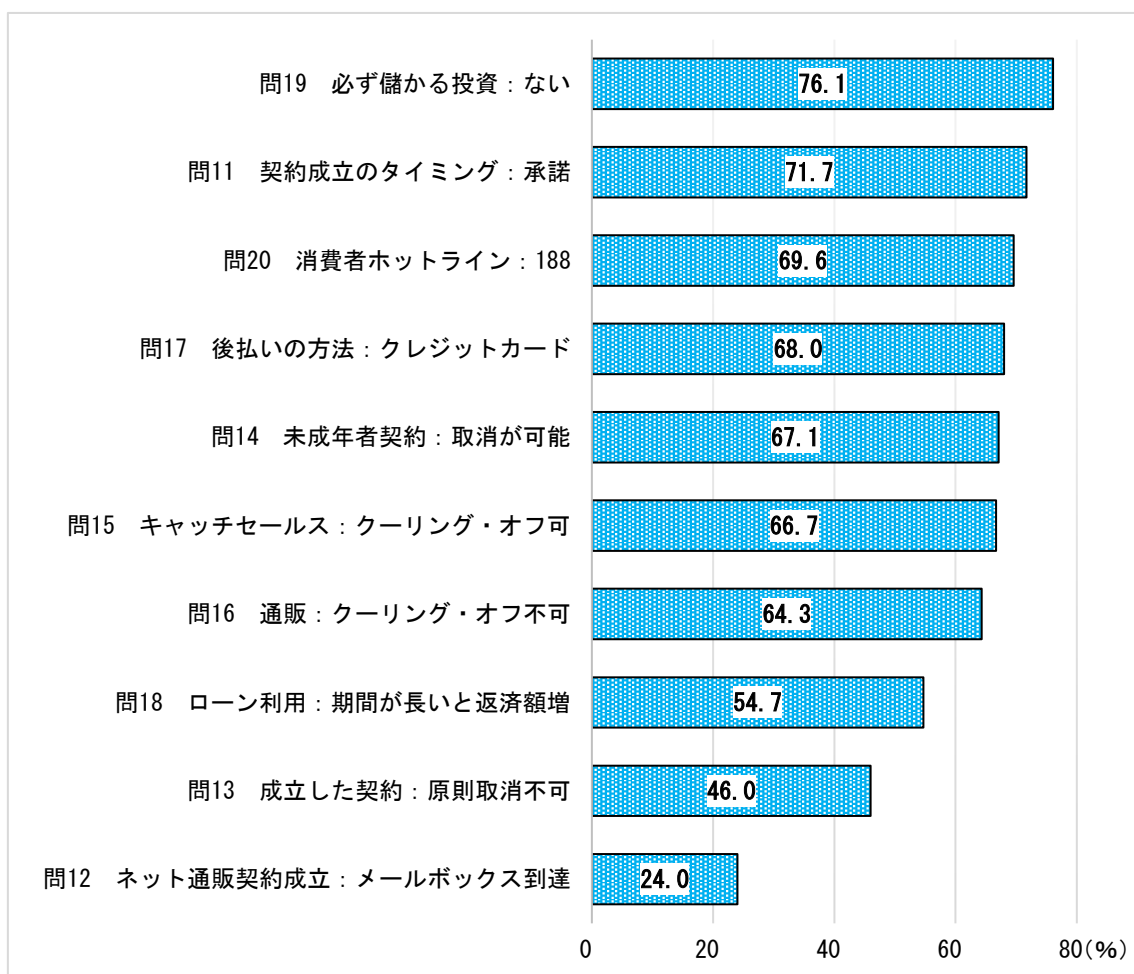


図 2-29 各設問の正答率

2-5-2 消費者トラブルの経験がある生徒の特徴

(1) 消費生活に関する基礎的な知識の習得と消費者トラブルの関係

生徒が消費者被害に遭う要因を調べるため、まず、消費者被害と「消費生活における正しい知識の習得」との関係に着目し、生徒アンケート問2「消費者トラブルの経験」の4項目のうち「特に重大な消費者トラブル」の2項目について、問2の回答を「全くない」、「1度だけあった」、「複数回あった」の3つに分け、問11から問20のクイズ（10点満点）の得点の平均点をトラブルの経験回数別に集計した結果が図2-30である。

集計の結果、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験が「全くない」生徒の平均点は6.2点、「1度だけあった」生徒は5.3点、「複数回あった」生徒は4.6点であった。

また、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験が「全くない」生徒の平均点は6.1点、「1度だけあった」生徒は5.0点、「複数回あった」生徒は3.7点であった。

どちらもトラブルに遭った経験が多い生徒ほどクイズの平均点が低い傾向があり、トラブル経験が「複数回あった」生徒は「全くない」生徒に比べ、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」では1.5点、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」では2.4点、平均点が低かった。

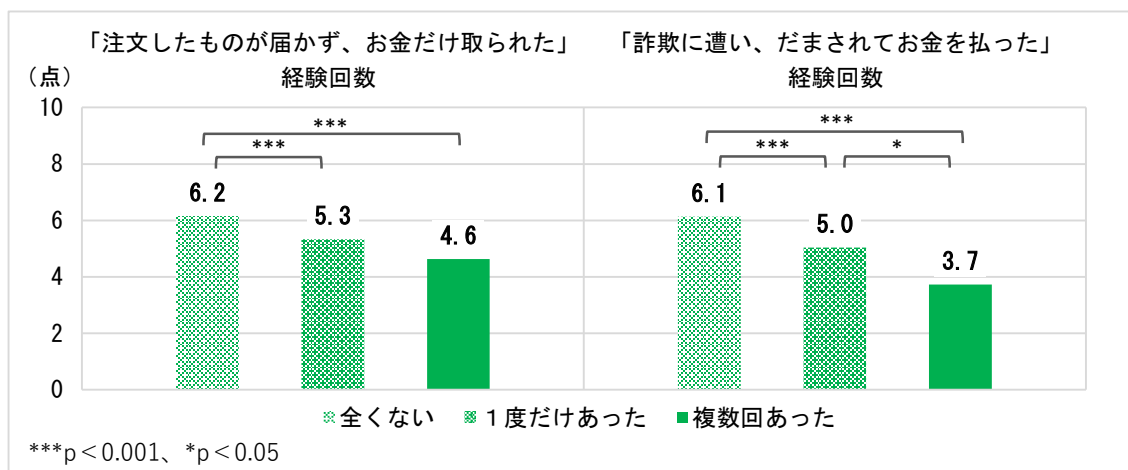


図2-30 「特に重大な消費者トラブル」の経験回数別にみたクイズの平均点

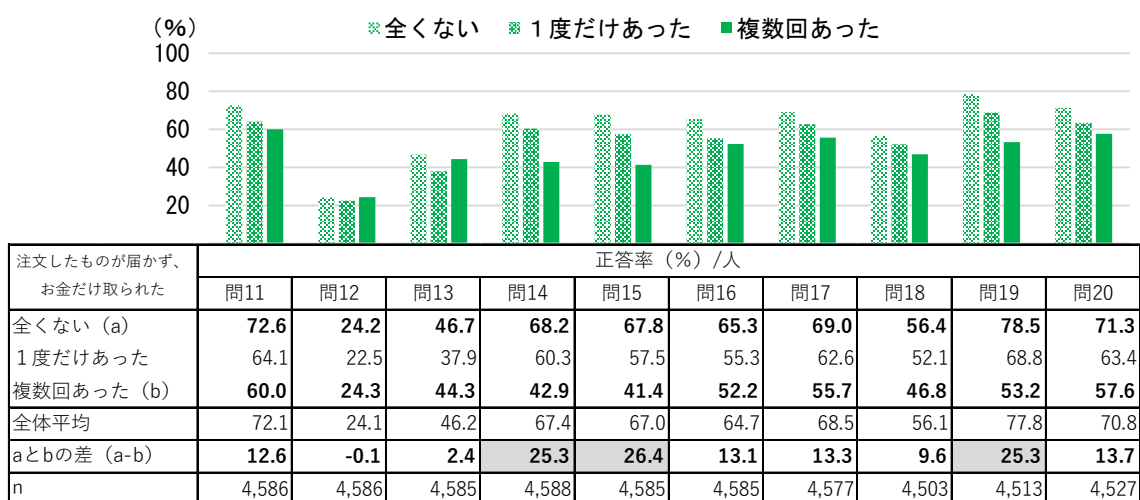
第2章 アンケート調査の結果

さらに、「特に重大な消費者トラブル」の2項目について、問2の回答を「全くない」、「1度だけあった」、「複数回あった」の3つに分け、クイズの各設問の正答率をトラブルの経験回数別に集計した結果が図表2-1、2-2である。

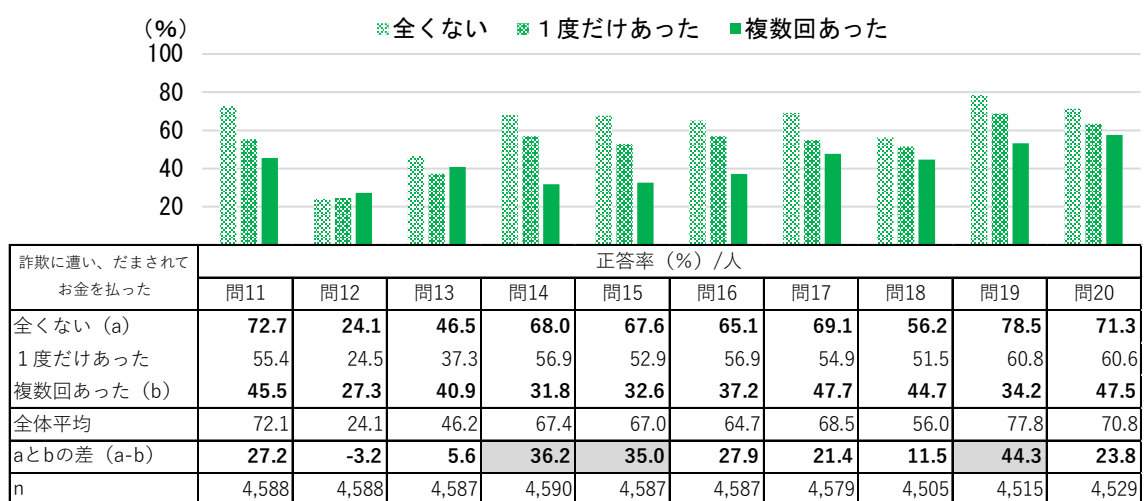
集計の結果、各設問の正答率についても、問12と問13を除いて「特に重大な消費者トラブル」に遭った経験が多い生徒ほど正答率が明らかに低かった。

特に、問14「未成年者契約の取消し」、問15「クーリング・オフ」、問19「投資の知識」において、「特に重大な消費者トラブル」の経験が「全くない」生徒と「複数回あった」生徒との正答率の差が大きかった。

図表2-1 「注文したものが届かず、お金だけ取られた」
経験回数別にみたクイズの各設問の正答率



図表2-2 「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」
経験回数別にみたクイズの各設問の正答率



第2章 アンケート調査の結果

ここで、図表 2-1、2-2 から問 14、問 15、問 19 の正答率のみ抜粋したのがそれぞれ図 2-31、2-32、2-33 である。

問 14「未成年者契約の取消し」では、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験が「複数回あった」生徒は「全くない」生徒に比べ 25.3 ポイント、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験が「複数回あった」生徒は「全くない」生徒に比べ 36.2 ポイント、正答率が低かった。

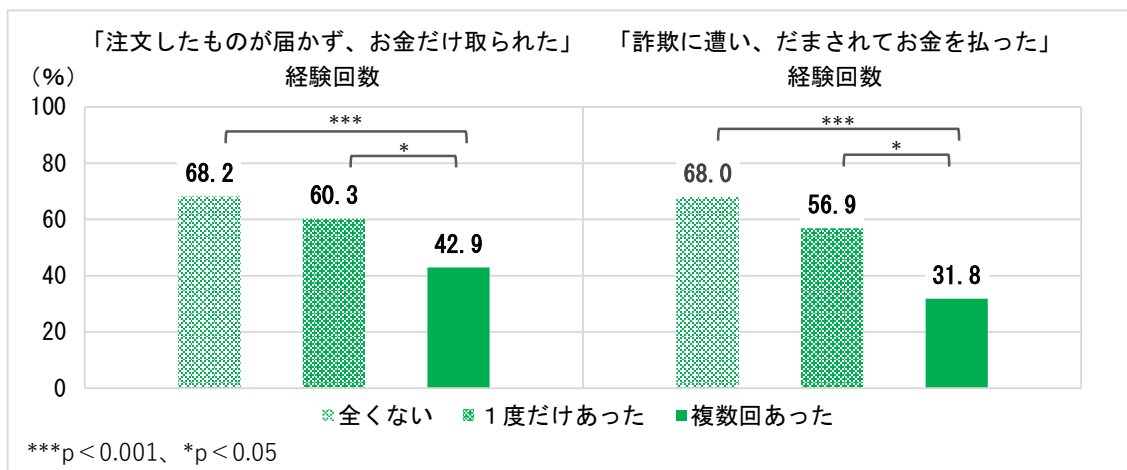


図 2-31 「特に重大な消費者トラブル」の経験回数別にみた問 14 の正答率

問 15「クーリング・オフ」では、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験が「複数回あった」生徒は「全くない」生徒に比べ 26.4 ポイント、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験が「複数回あった」生徒は「全くない」生徒に比べ 35.0 ポイント、正答率が低かった。

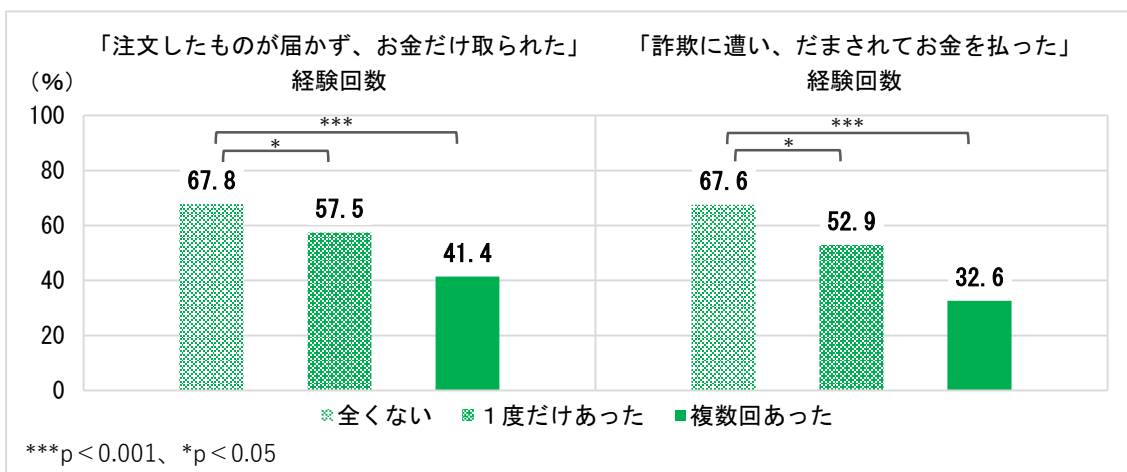


図 2-32 「特に重大な消費者トラブル」の経験回数別にみた問 15 の正答率

第2章 アンケート調査の結果

問19「投資の知識」では、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験が「複数回あった」生徒は「全くない」生徒に比べ25.3ポイント、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験が「複数回あった」生徒は「全くない」生徒に比べ44.3ポイント、正答率が低かった。

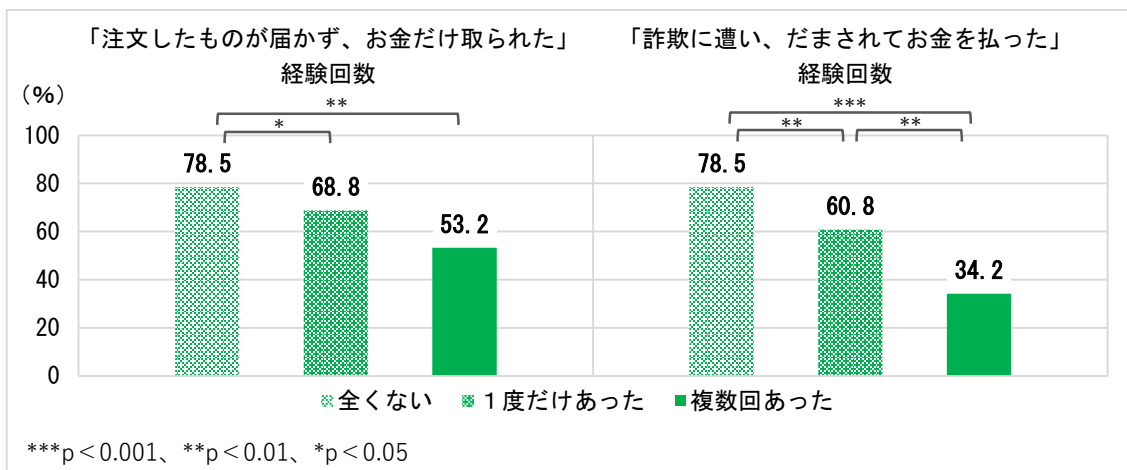


図 2-33 「特に重大な消費者トラブル」の経験回数別にみた問19の正答率

また、問19については、正答以外の選択肢を選んだ生徒の割合も示すと図2-34のとおりである。これを見ると、「特に重大な消費者トラブル」のどちらも、トラブルの経験が多い生徒ほど正答率が低いだけでなく、「マルチ商法の仕組みを使った投資はもうかる」や「専門家なら必ずもうかる投資を知っている」を選択する生徒の割合が多かったことが分かる。

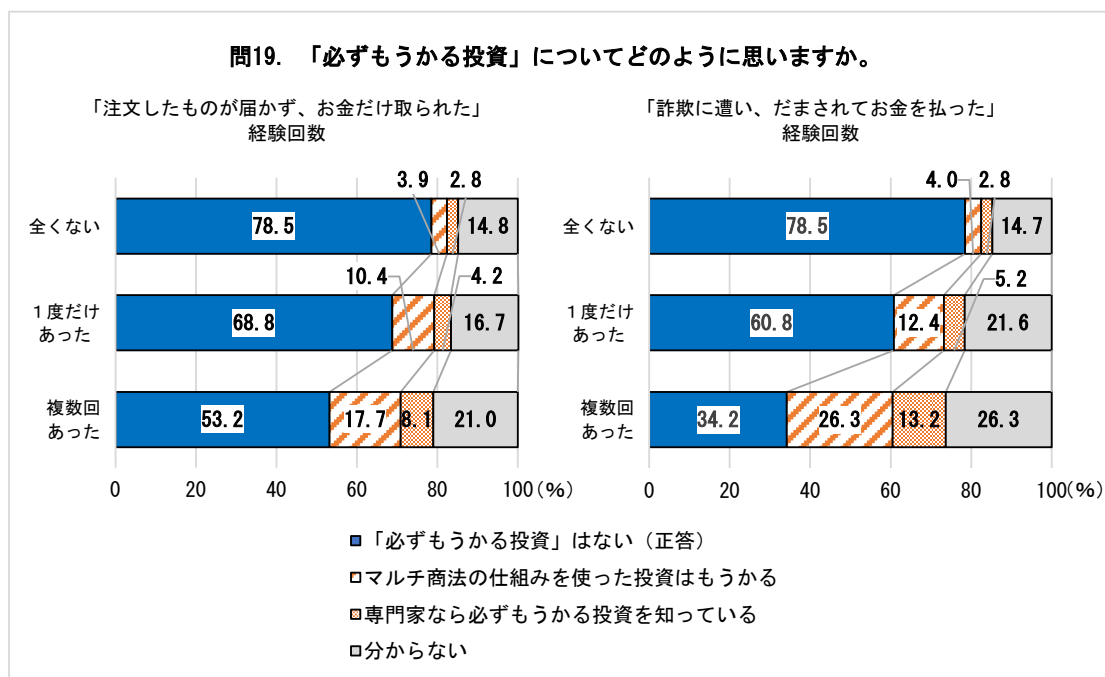


図 2-34 「特に重大な消費者トラブル」の経験回数別にみた問19の回答者の割合

第2章 アンケート調査の結果

問2ではこれまでの消費者被害の経験について期間を限定せずに尋ねたため、今回の集計結果には消費者教育の授業を受ける前に被害に遭った生徒も含まれ得ることに留意が必要ではあるものの、以上のことから、「特に重大な消費者被害」の経験が多い生徒ほどクイズの平均点が低い傾向があること、中でも、契約の取消しや投資について間違った知識を持っている生徒の割合が多いことが分かった。

特に、投資は、後述する教員アンケートの結果において、問11「消費者教育の内容や指導方法として新たに学びたい内容」として「資産形成・金融資産の運用」が「デジタル取引でのトラブル事例」に次いで教員の関心が高いテーマであったが、この集計結果により、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」や「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒は、「マルチ商法の仕組みを使った投資はもうかる」や「専門家なら必ずもうかる投資を知っている」といった間違った知識を持っている生徒の割合が多いことが分かった。

(2) 消費者教育による意識変化と消費者トラブルの関係

消費者被害と「消費者教育の授業後の生徒の意識の変化」の関係を調べるため、生徒アンケート問2「消費者トラブルの経験」の項目のうち、「特に重大な消費者トラブル」の2項目と、生徒アンケート問10「消費生活の授業を通じて意識するようになったこと」の5項目のうち、「買物や契約前によく考える」と「悪質商法を警戒する」についてクロス集計を行い、トラブルに遭った経験を「全くない」、「1度だけあった」、「複数回あった」の3つに分けて授業後の意識変化の割合を集計したのが図2-35、2-36である。

集計の結果、消費者教育の授業後に意識するようになったこととして、「買物や契約前によく考える」が「当てはまる」と回答した生徒と「やや当てはまる」と回答した生徒を合わせた割合は、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験が「全くない」生徒では75.3%、「1度だけあった」生徒では63.2%、「複数回あった」生徒では48.5%であった。

また、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験が「全くない」生徒では75.2%、「1度だけあった」生徒では52.0%、「複数回あった」生徒では33.3%であった。

第2章 アンケート調査の結果

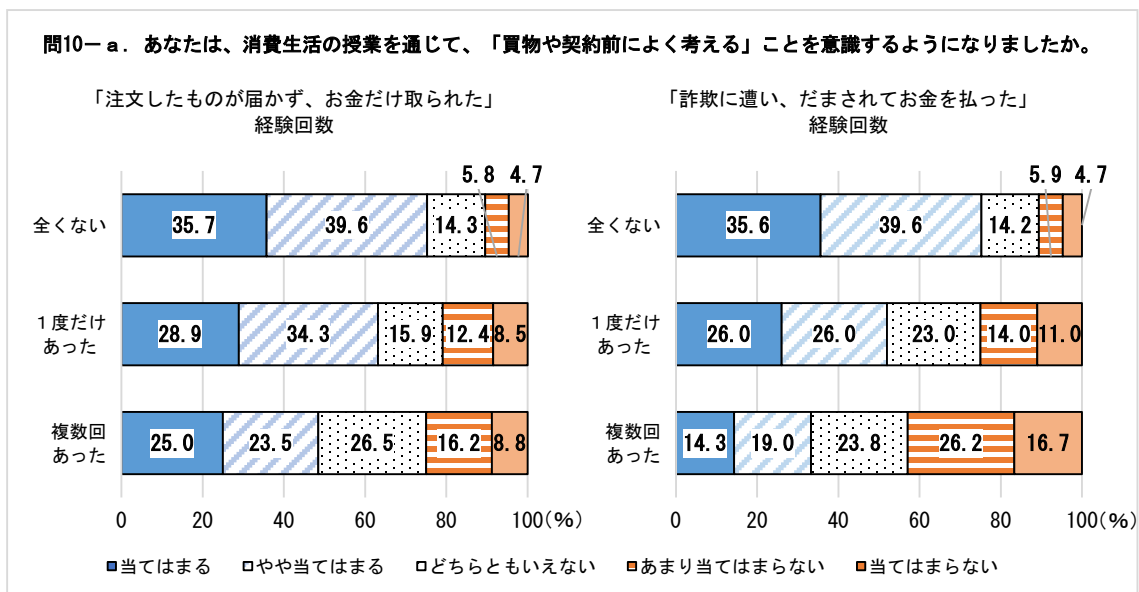


図 2-35 「特に重大な消費者トラブル」の経験回数別にみた授業後の「買物や契約前によく考える」に対する意識の変化

「悪質商法を警戒する」が「当てはまる」と回答した生徒と「やや当てはまる」と回答した生徒を合わせた割合は、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験が「全くない」生徒では78.6%、「1度だけあった」生徒では67.2%、「複数回あった」生徒では54.4%であった。

また、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験が「全くない」生徒では78.5%、「1度だけあった」生徒では57.0%、「複数回あった」生徒では40.0%であった。

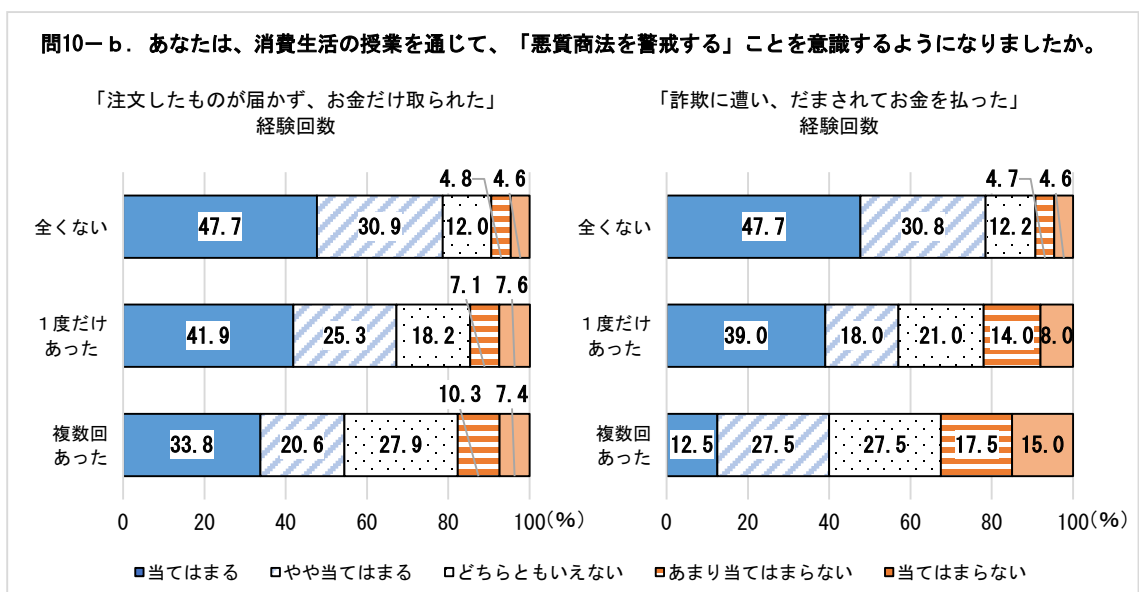


図 2-36 「特に重大な消費者トラブル」の経験回数別にみた授業後の「悪質商法を警戒する」に対する意識の変化

第2章 アンケート調査の結果

また、図は掲載していないが、問 10-c 「生活に役立つ知識を増やす」、問 10-d 「様々な意見から新しい考え方を学ぶ」、問 10-e 「自分の考えをはっきりさせる」でも同様に、「特に重大な消費者トラブル」に遭った経験が多い生徒ほど、「当てはまる」と「やや当てはまる」の回答を合わせた割合が少なかった。

なお、問 2 では経験したことがある消費者トラブルについて期間を限定せずに尋ねたため、今回の集計結果には消費者教育の授業を受講する前にトラブルに遭った生徒も含まれることに留意が必要である。

2-5-3 デジタル取引の実態から見る消費生活に関する知識の習得度

(1) デジタル取引の利用頻度が高い生徒の特徴

2-4で「デジタル取引の利用頻度が高い生徒ほど、『特に重大な消費者トラブル』の経験者が多かった」という結果がみられたことから、デジタル取引の利用頻度が高い生徒にはどのような特徴があるのかを調べた。

まず、「消費生活における知識の習得」と「デジタル取引の利用頻度」に関連があるかどうかを調べるため、生徒アンケート問5「デジタル取引の利用頻度」の利用頻度を「全くない」、「1年間に5回以下」、「1か月に1回くらい」、「1週間に1回以上」の4つに分け、問11から問20のクイズ（10点満点）の得点の平均点を集計した結果が図2-37である。

集計の結果、いずれの取引方法においても、利用頻度が高い生徒ほどクイズの平均点が低かった。利用頻度が「1週間に1回以上」の生徒は「全くない」の生徒に比べ、「ゲーム、アプリ、スタンプなど有料ダウンロードする」では1.2点、「ネット通販で買う」では1.1点、「フリマアプリで買う」では1.2点、平均点が低かった。

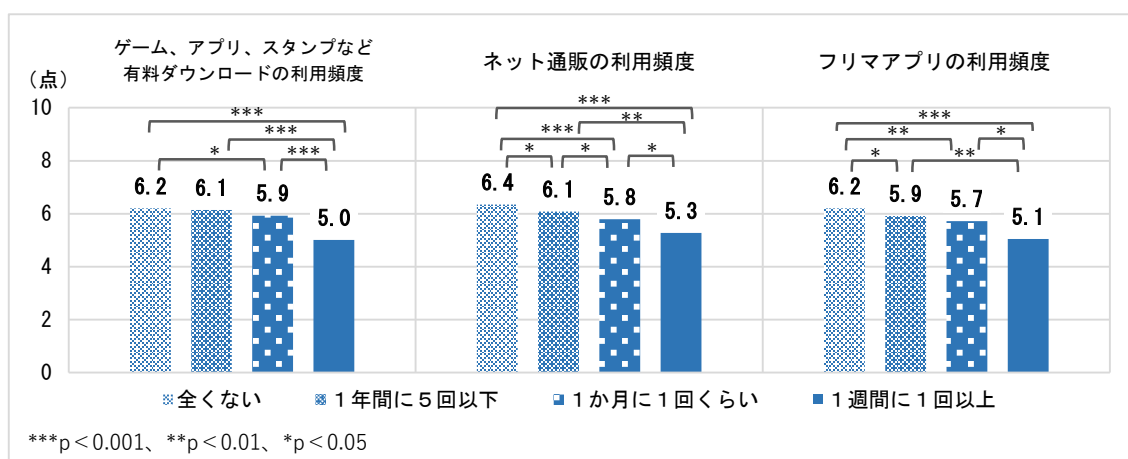


図 2-37 デジタル取引の種類と利用頻度別にみたクイズの平均点

続いて、「キャッシュレス決済の利用頻度」についても「消費生活における知識の習得」と関連があるかどうかを調べるため、生徒アンケート問6「キャッシュレス決済の利用頻度」の利用頻度を「全くない」、「1年間に数回以下」、「1か月に1回くらい」、「1週間に1回以上」の4つに分け、デジタル取引の種類と利用頻度別に問11から問20のクイズ（10点満点）の得点の平均点を集計した結果が図2-38である。

集計の結果、いずれの決済方法においても利用頻度が「1週間に1回以上」の生徒が最もクイズの平均点が低かった。

「チャージ型の電子マネー」、「使い切り型のプリペイドカード」では、利用頻度が「1週間に1回以上」の生徒は「1年間に数回以下」の生徒に比べ、「チャージ型の電子マネー」

第2章 アンケート調査の結果

では0.9点、「使い切り型のプリペイドカード」では1.3点、平均点が低かった。

「スマホを使った二次元コード決済」、「デビットカード」では、利用頻度が「1週間に1回以上」の生徒は「全くない」の生徒に比べ、「スマホを使った二次元コード決済」では0.5点、「デビットカード」では1.0点、平均点が低かった。

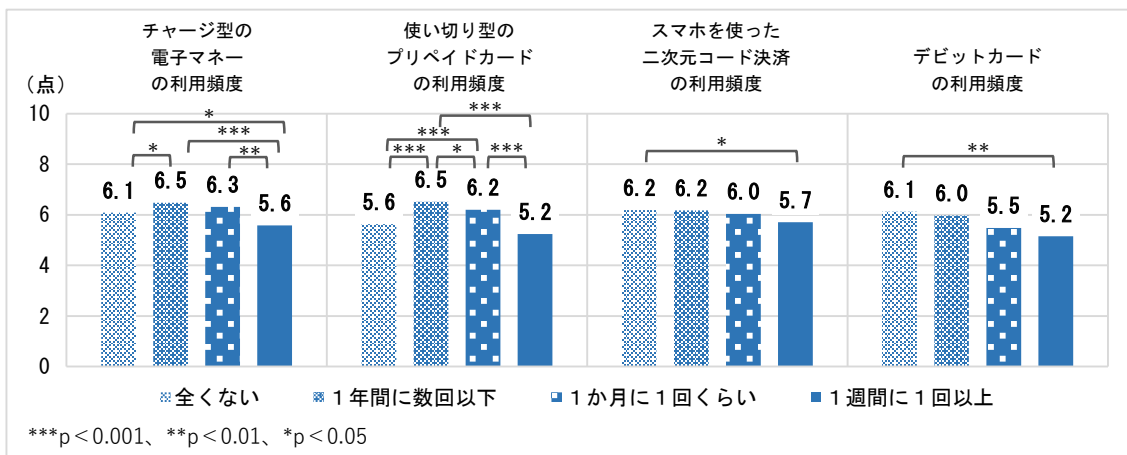


図 2-38 キャッシュレス決済の種類と利用頻度別にみたクイズの平均点

次に、クイズの中でもデジタル取引に関わる知識を問う問 12「ネットショッピング（通販）の契約成立時期」に注目し、問 5「デジタル取引の利用頻度」の利用頻度を「全くない」、「1年間に5回以下」、「1か月に1回くらい」、「1週間に1回以上」の4つに分け、デジタル取引の種類と利用頻度別に問 12の正答率を集計した結果が図 2-39である。

集計の結果、取引方法によって正答率に大きな差はみられなかった。また、「フリマアプリで買う」において、利用頻度が「1年間に5回以下」と「1週間に1回くらい」と回答した生徒とでは正答率の差が7.5ポイントとやや差がみられたものの、利用頻度と正答率に相関はみられなかった。ただし、これらは統計的に有意な差ではなかった。

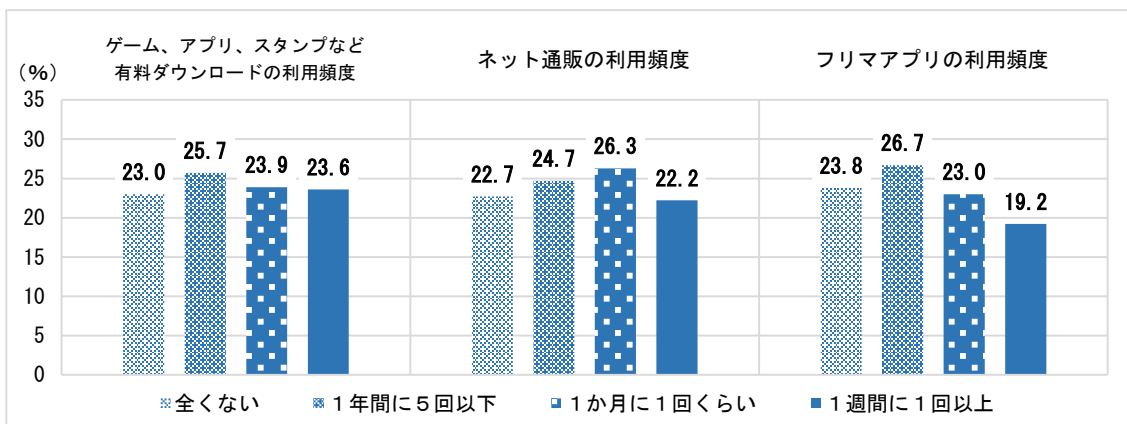


図 2-39 デジタル取引の種類と利用頻度別にみた問 12 の正答率

第2章 アンケート調査の結果

問12は「社会への扉」には掲載されていないクイズであり、したがって、授業の効果が反映されにくく、正答率が普段の生活の中で身に付けた知識に影響されやすい設問であるという推測もできるが、前述のとおり、普段の生活の中でデジタル取引の利用頻度が高い生徒であっても、利用頻度が低い、あるいは全くない生徒とも、ネットショッピング（通販）の契約成立時期を問うクイズの正答率はほぼ同程度であった。

以上の問5とクイズの平均点、問5と問12のクロス集計の結果から、普段の生活の中でデジタル取引の利用頻度が高いからと言って、デジタル取引や消費生活についての正しい知識が身に付いているとは限らないことが示唆される。

（2）日常生活でのデジタル取引の利用による知識の習得度

次に、デジタル取引に関わる「行動」に注目し、「デジタル取引の利用頻度」と「デジタル取引においてリスク管理のための行動が取れているかどうか」に関連があるかどうかを調べるため、問5「デジタル取引の利用頻度」の利用頻度を「全くない」、「1年間に5回以下」、「1か月に1回くらい」、「1週間に1回以上」の4つに分け、問5「デジタル取引の利用頻度」と生徒アンケート問8「買物をする際の情報の確認や収集」の項目のうち、次の組合せでクロス集計を行った結果が図2-40、2-41である。

（A）問5-a（ゲーム、アプリ、スタンプなど有料でダウンロードする）×問8-a（アプリなど新たに登録するときは規約に目を通す）

（B）問5-b（ネット通販で買う）×問8-b（ネットで買物するときは、返品条件を確認する）

集計の結果、（A）の「アプリなど新たに登録するときは規約に目を通す」を「いつもする」と回答した生徒と「よくする」と回答した生徒を合わせた割合は、「ゲーム、アプリ、スタンプなど有料でダウンロードする」頻度が「全くない」では32.3%、「1年間に5回以下」では24.2%、「1か月に1回くらい」では22.7%、「1週間に1回以上」では31.6%であった。

また、（B）の「ネットで買物するときは、返品条件を確認する」を「いつもする」と回答した生徒と「よくする」と回答した生徒を合わせた割合は、「ネット通販で買う」頻度が「全くない」では30.6%、「1年間に5回以下」では31.1%、「1か月に1回くらい」では31.0%、「1週間に1回以上」では35.6%であった。

第2章 アンケート調査の結果

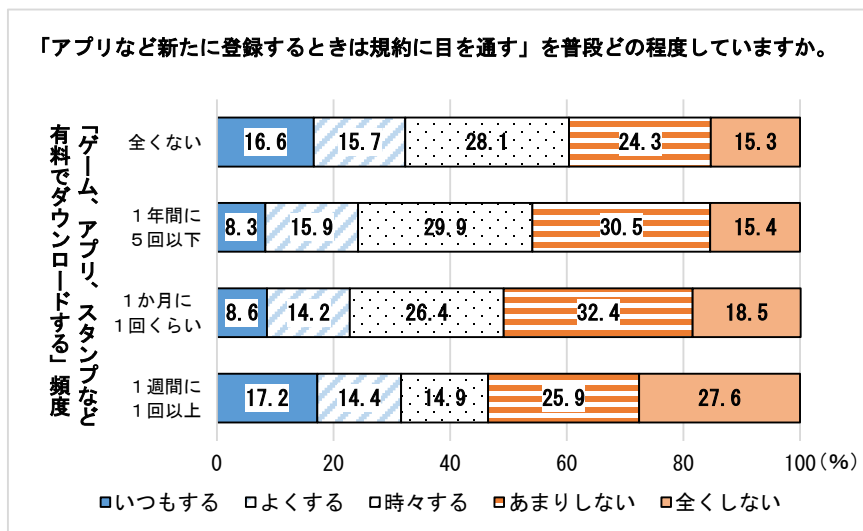


図 2-40 「ゲーム、アプリ、スタンプなど有料でダウンロードする」頻度別にみた「アプリなど新たに登録するときは規約に目を通す」行動頻度（A）

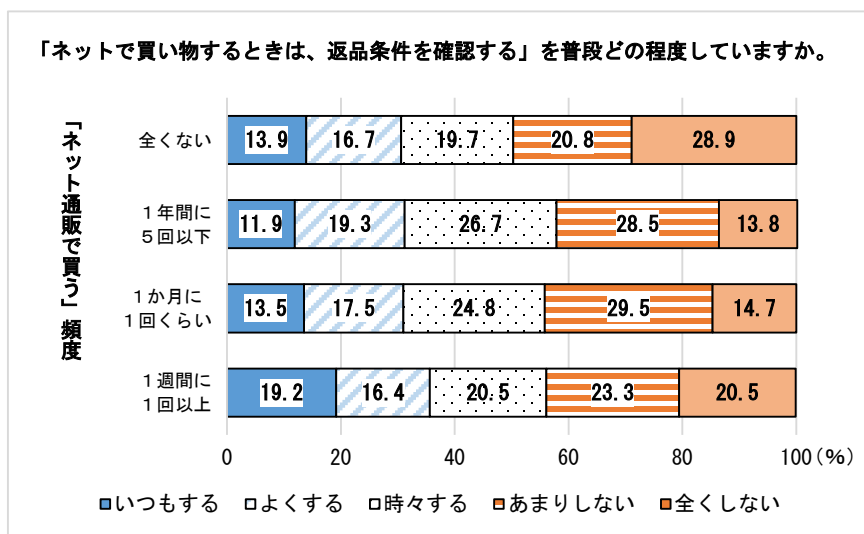


図 2-41 「ネット通販で買う」頻度別にみた「ネットで買い物するときは、返品条件を確認する」行動頻度（B）

(A) で「1年間に5回以下」と「1週間に1回以上」と回答した生徒とでは9.6%とやや差がみられたものの、「規約に目を通す」や「返品条件を確認する」という行動においては、「デジタル取引の利用頻度」によって行動頻度に大きな差はみられなかった。

ここでもう一度「デジタル取引の利用頻度」とクイズの正答率に着目し、問5「デジタル取引の利用頻度」と、クイズの中でもデジタル取引に関わる設問である問16「ネットショッピング（通販）におけるクーリング・オフ」の正答率について、次の組合せでクロス集計

第2章 アンケート調査の結果

を行った結果が図 2-42 である。

○問 5-b (ネット通販で買う) × 問 16 「ネットショッピング (通販) におけるクーリング・オフ」の正答率

○問 5-c (フリマアプリで買う) × 問 16 「ネットショッピング (通販) におけるクーリング・オフ」の正答率

集計の結果、問 16 の正答率は、「ネット通販で買う」頻度が「全くない」と回答した生徒では 67.7%、「1 年間に 5 回以下」では 63.8%、「1 か月に 1 回くらい」では 62.2%、「1 週間に 1 回以上」では 55.7%であった。

また、「フリマアプリで買う」頻度が「全くない」と回答した生徒では 65.9%、「1 年間に 5 回以下」では 60.0%、「1 か月に 1 回くらい」では 62.6%、「1 週間に 1 回以上」では 62.4%であった。

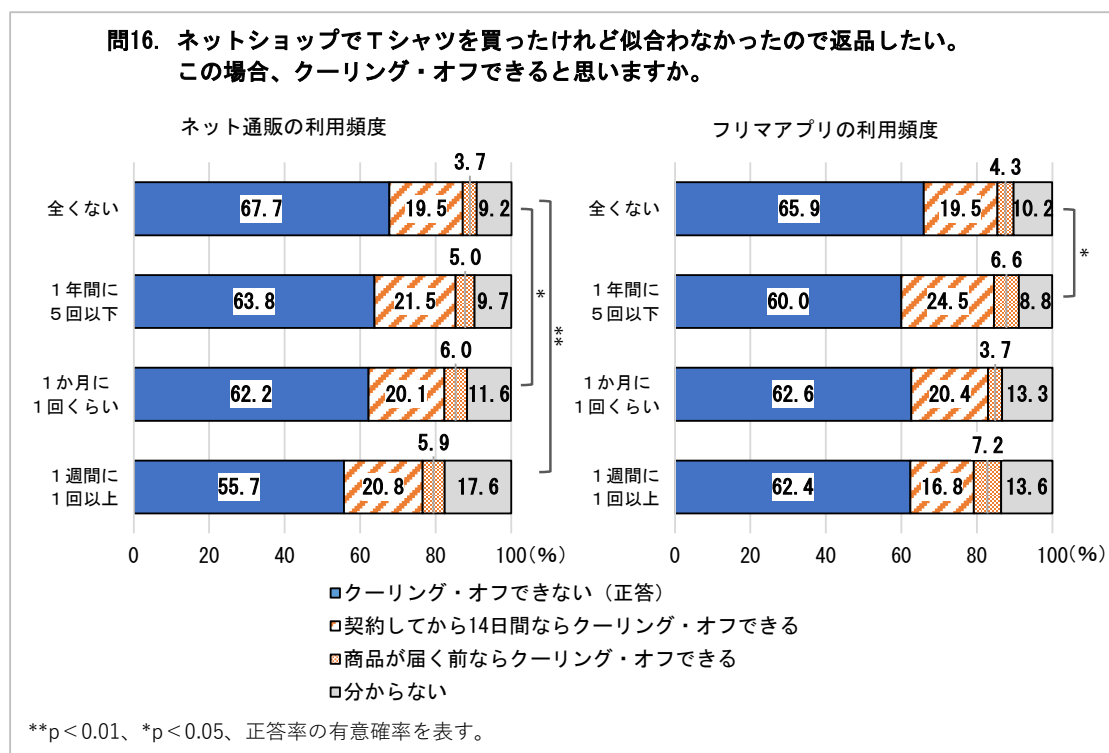


図 2-42 「ネット通販で買う」(左)と「フリマアプリで買う」(右)の利用頻度別にみた問 16 の回答者の割合

「ネット通販で買う」頻度が「全くない」と「1 週間に 1 回以上」と回答した生徒とでは、正答率の差が 12.0%とやや差がみられたものの、「ネットショッピング (通販) においてクーリング・オフが可能か否か」という知識においては、正答率も、ほかの「契約してから 14 日間ならクーリング・オフできる」や「商品が届く前ならクーリング・オフできる」の選択肢を選んだ生徒の割合も、「ネット通販で買う」や「フリマアプリで買う」の利用頻度によってそれほど大きな差はみられなかった。

第2章 アンケート調査の結果

したがって、普段の生活の中でデジタル取引を多く経験しているからといって、リスク管理のための正しい知識が身に付いているとは限らないと考えられる。

続いて、「デジタル取引において普段取っている行動」と「クーリング・オフの知識が身についたかどうか」の関係を分析するため、問8「買物をする際の情報の確認や収集」、問13「契約の解約」、問16「ネットショッピング（通販）におけるクーリング・オフ」の項目のうち、次の組合せでクロス集計を行った結果が図2-43、2-44である。

(A) 問8-b（ネットで買物するときは、返品条件を確認する）×問13（契約の解約）

(B) 問8-b（ネットで買物するときは、返品条件を確認する）×問16（ネットショッピング（通販）におけるクーリング・オフ）

集計の結果、問13の正答率は、「ネットで買物するときは、返品条件を確認する」を「全くしない」と回答した生徒では42.1%、「あまりしない」では49.7%、「時々する」では47.8%、「よくする」では43.4%、「いつもする」では47.2%であった。

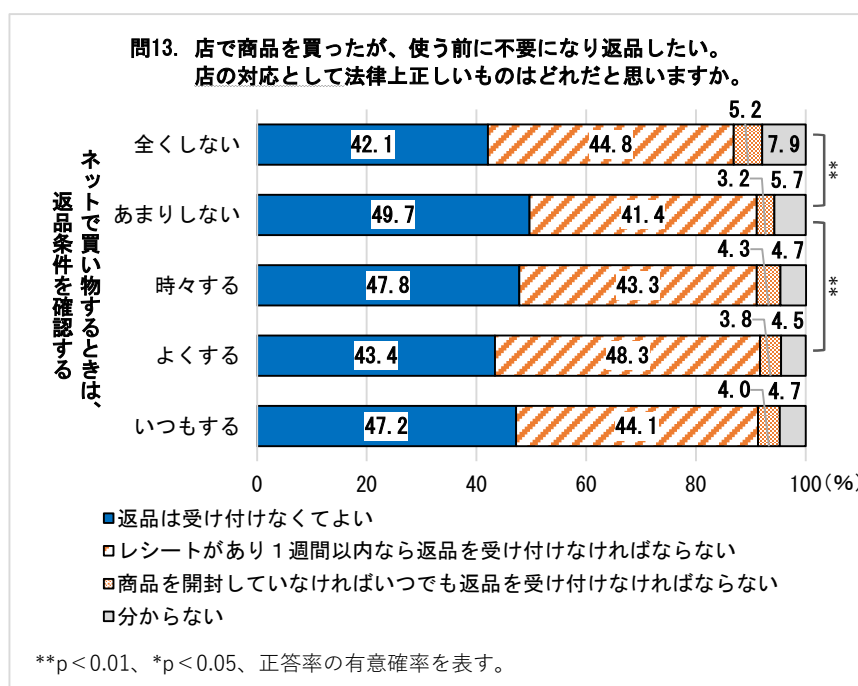


図2-43 「ネットで買物するときは、返品条件を確認する」
行動の頻度別にみた問13の回答者の割合（A）

また、問16の正答率は、「ネットで買物するときは、返品条件を確認する」を「全くしない」と回答した生徒では59.1%、「あまりしない」では67.2%、「時々する」では65.7%、「よくする」では64.1%、「いつもする」では67.5%であった。

第2章 アンケート調査の結果

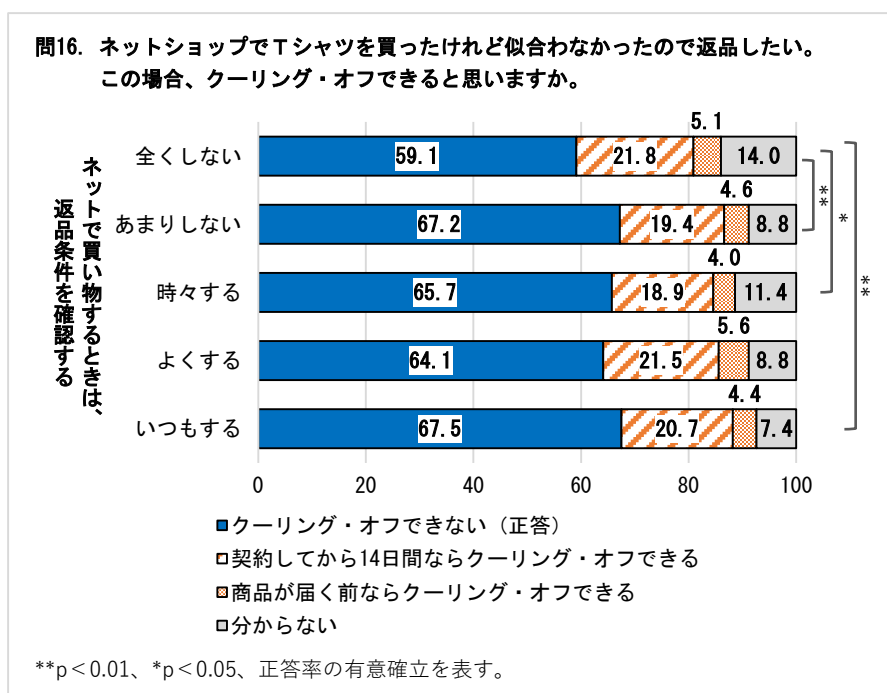


図 2-44 「ネットで買物するときは、返品条件を確認する」
行動の頻度別にみた問 16 の回答者の割合 (B)

「店頭での買物において契約の解約は可能か否か」(問 13)、「ネットショッピング(通販)においてクーリング・オフが可能か否か」(問 16)という知識については、「普段の生活の中で返品条件を目にしているかどうか」によって、正答率も、ほかの選択肢を選んだ回答者の割合も、「ネット通販で買う」や「フリマアプリで買う」の利用頻度によってはそれほど大きな差はみられなかった。

「クーリング・オフ制度」は、訪問販売等の特定の取引の場合にのみ適用され、通常の店頭での取引や通販は適用の対象外となっている。しかし、実際は、レシートが残っていれば返品に応じる事業者や、商品到着後も一定期間内であれば返品可能としている事業者も珍しくない。したがって、普段の生活の中で返品に応じてもらった経験や、目にしたことのある返品条件が問 13 や問 16 の回答に影響を及ぼす可能性が考えられた。

しかし、デジタル取引の利用頻度や、「返品条件を確認する」行動頻度と、クーリング・オフに関するクイズとのクロス集計の結果、普段の生活でのデジタル取引の利用頻度や「返品条件を目にしているかどうか」によって、消費者教育の授業後の問 13 や問 16 の正答率に大きな差はみられなかった。また、「契約してから 14 日間ならクーリング・オフできる」や「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」といった、普段の生活の中での買物の経験が影響を与えそうな回答の割合も大きな差はみられなかった。

2-6 消費者教育の実施方法と消費者トラブルの関係

(1) 教員アンケートの結果（抜粋）

令和3年度に徳島県内の高等学校等で消費者教育の授業（「社会への扉」の利用等）を主に担当した教員を対象に、調査票にて教員アンケートを実施した。44人に配布し、38人（37校）から回答を得た。（1）では結果の一部を抜粋して掲載する。全ての回答結果については、参考資料P. 8～10に掲載している。

教員アンケート問3「『社会への扉』の活用を除く消費者教育の方法」（複数選択可）について尋ねたところ、「外部講師による出前講座³の実施」の学校が最も多く26人、次いで「授業を実施」が19人、「啓発資料を配布（省庁のチラシ等）」が10人と回答が多かった（図2-45）。

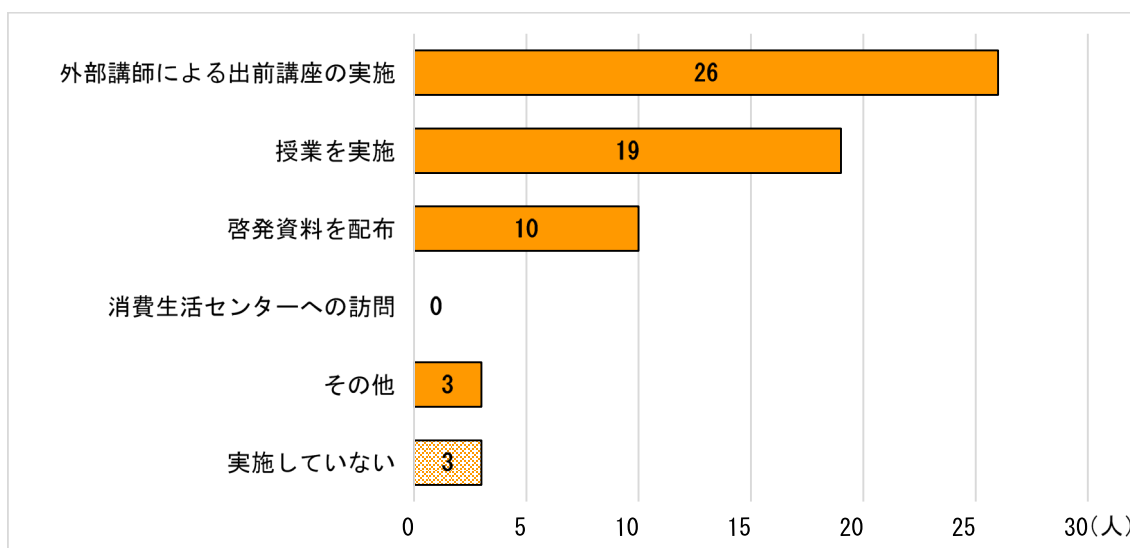


図2-45 「社会への扉」の活用を除く消費者教育の方法

³ 消費者問題に係る専門的な知識・経験を有する消費生活センターの消費生活相談員や事業者・事業者団体等が行う講座を想定した選択肢である。「消費者教育の推進に関する基本的な方針（平成25年6月28日閣議決定（平成30年3月20日変更）」では、消費生活相談員や事業者・事業者団体等による出前講座の充実が期待されている。

第2章 アンケート調査の結果

教員アンケート問4「消費者教育の授業全体で実施した授業形式」について尋ねたところ、「視聴覚教材を観る」を実施した学校が最も多く『何度かした』及び『1度だけした』と回答した教員が29人、次いで同様に「パソコンやタブレットの活用」が25人、「ペアやグループでの討議」が15人と回答が多かった（図2-46）。

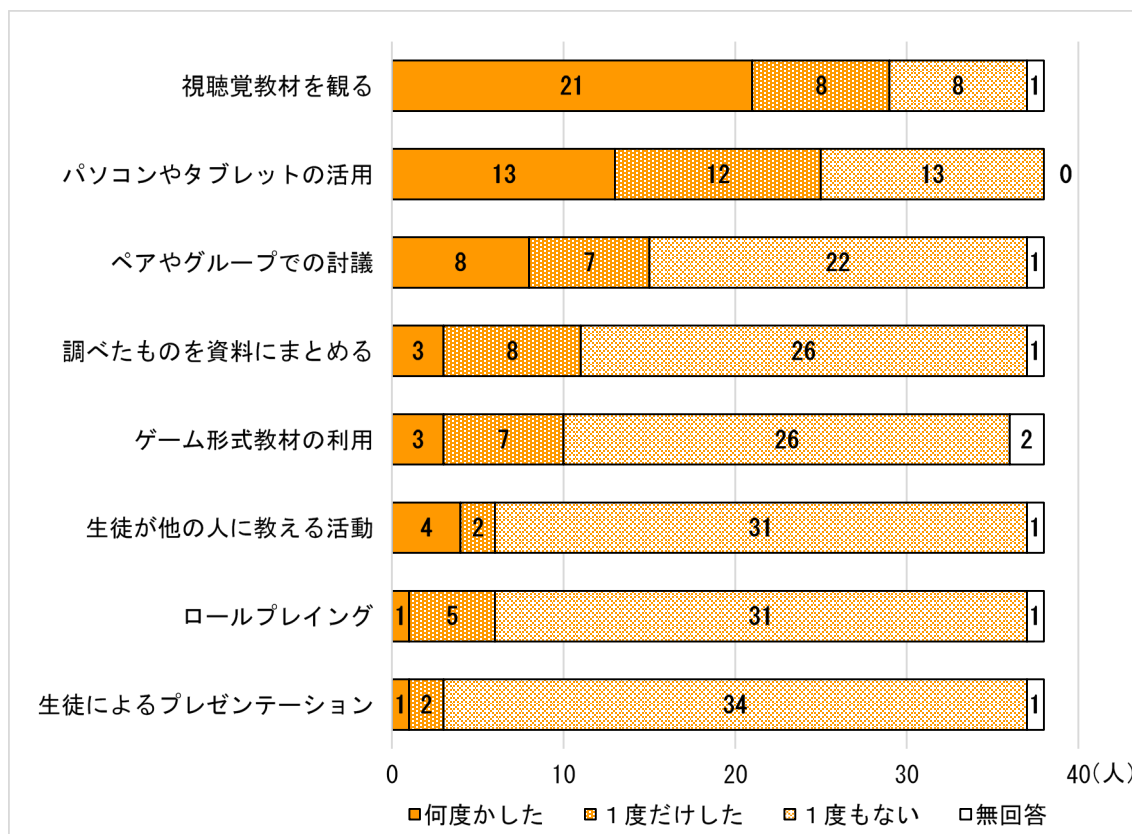


図2-46 消費者教育の授業全体で実施した授業形式

問9「授業充実に向けて行政等の支援を希望する事項」（3つまで選択可）について尋ねたところ、「外部講師を簡単に派遣してもらえる」が最も多く20人、次いで「授業ですぐに使える消費者トラブルの事例の情報」が18人、「図書や教材購入の費用補助」が15人と回答が多かった（図2-47）。

第2章 アンケート調査の結果

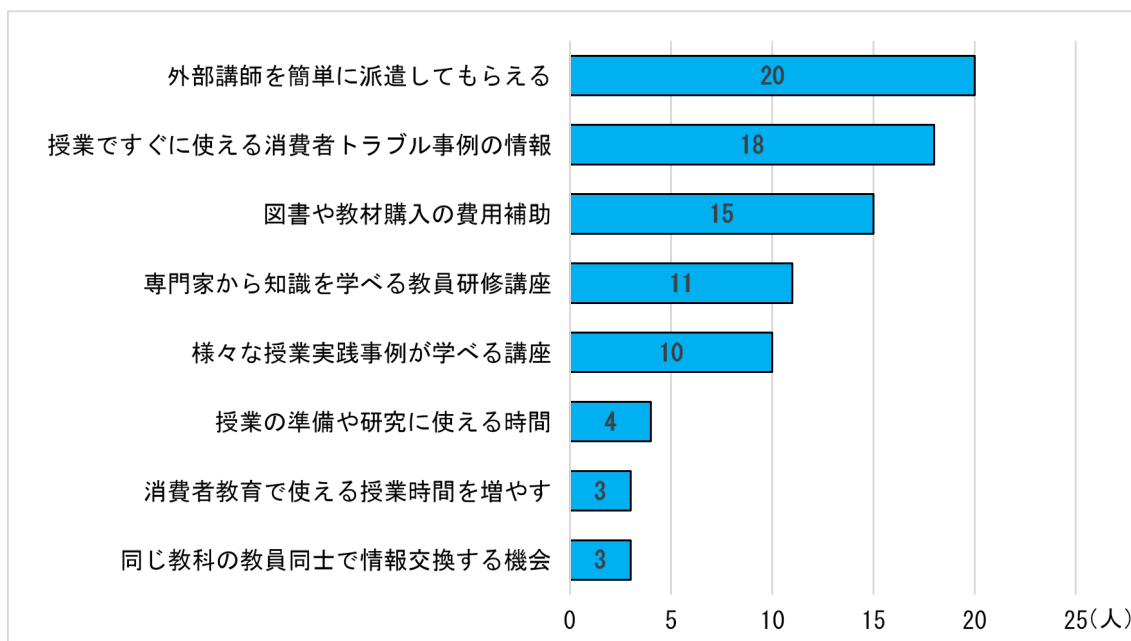


図 2-47 授業充実に向けて行政等の支援を希望する事項

問 11「消費者教育の内容や指導方法で新たに学びたい内容」（複数選択可）について尋ねたところ、「デジタル取引でのトラブル事例」が最も多く 22 人、次いで「資産形成、金融資産の運用」が 18 人、「タブレットの効果的な使い方」が 15 人で回答が多かった（図 2-48）。

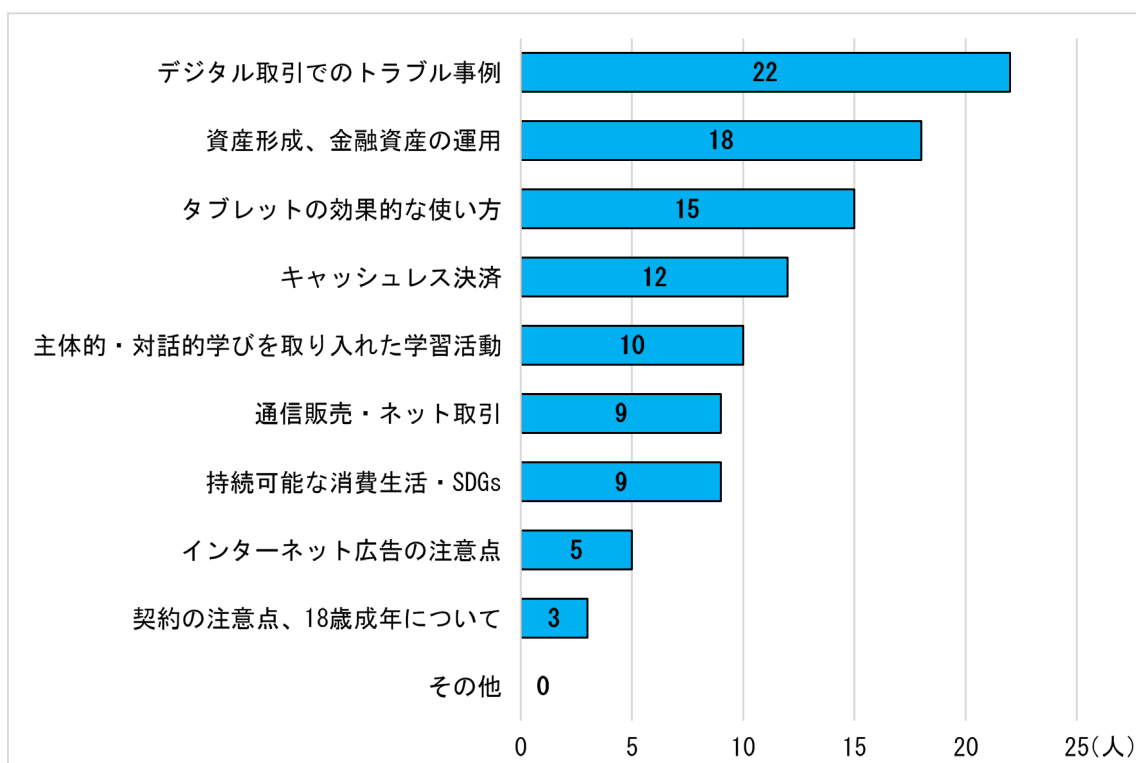


図 2-48 消費者教育の内容や指導方法で新たに学びたい内容

第2章 アンケート調査の結果

教育現場の関心が高い分野に着目してみると、問 11「消費者教育の内容や指導方法で新たに学びたい内容」の回答結果では、教員が学びたいこととして「**デジタル取引でのトラブル事例**」という回答が最も多く、デジタル取引の普及に対する教育現場での関心の高さがうかがえた。

続いて、2番目に回答が多かった「**資産形成、金融資産の運用**」については、令和4年度から実施されている高等学校学習指導要領の家庭科において、金融に関する内容の充実が図られたことが教員の関心が高い要因としてまず考えられる。なお、「特に重大な消費者トラブル」に遭いやすい生徒は特に投資について誤った知識を持っている傾向があることは、2-5-2(1)で述べたとおりである(32ページ参照)。

また問 14 自由記述「学校での消費者教育についての意見」では、「成年年齢引下げのため生徒も知識をつける必要があり興味を持ち授業に臨んでいる」や「生徒の興味関心は高かった」という意見もみられた。

次に、授業の方法に着目してみると、問 4「消費者教育の授業全体で実施した授業形式」の回答結果では、「パソコン・タブレットの活用」はすでに 25 人が実施していたが、問 11「消費者教育の内容や指導方法で新たに学びたい内容」でも「タブレットの効果的な使い方」を 15 人が選択している。問 14 自由記述においても「『社会への扉』をデジタル教材化してほしい」、「GIGA スクール構想に対応した消費者教育の支援をお願いしたい」という回答があり、デジタル教材に対する要望や関心の高さがうかがえた。

一方で、自由記述では「消費生活の分野自体は大切であると考えてはいるものの、充てられる時間は限られるので、限られた時間の中で効果的な指導をするのが難しい」といった、「時間不足」という趣旨の回答が最も多かった。

(2) 教員アンケートとの結果から考えられる効果的な授業形式

消費者教育の実施方法と消費者被害との関連を調べるため、生徒アンケートと教員アンケートの回答をマッチングさせたデータを分析した。分析に用いた回答数は教員アンケートの回答を得た 36 校の生徒 4,176 人である⁴。マッチング結果のうち、特に効果的と思われる結果については、下記のとおりである。

教員アンケート問 3 は、**図 2-45** のとおり「『社会への扉』の活用を除く消費者教育の方法」の実施の有無を尋ねた問である。その結果、最も多く実施されていたのが、消費者問題に係る専門的な知識・経験を有する消費生活相談員等が講師を務める「外部講師による出前講座の実施」であり、36 校中 26 校が該当した(43ページ参照)。

「外部講師による出前講座」の実施有無と、生徒アンケート問 2「消費者トラブルの経験」のうち「特に重大な消費者トラブル」の 2 項目とでクロス集計を行い、トラブルの経験があ

⁴ 教員アンケートは 38 人(37 校)から回答を得ているが、そのうち生徒アンケートの回答が回収できなかった学校があるため、分析の対象は 36 校の生徒 4,176 人である。

第2章 アンケート調査の結果

る生徒（「1度だけあった」、「2・3度あった」、「何度もあった」と回答した生徒の合計）の割合を示したのが図2-49である。

集計の結果、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験がある生徒の割合は、実施しなかった場合は7.2%、実施した場合は5.5%であった。また、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒の割合は、実施しなかった場合は4.4%。実施した場合は2.8%であった。

どちらのトラブルも、「外部講師による出前講座」を実施した生徒の方が経験者の割合が少なかった。ただし、「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験においては、統計的に有意な差ではなかった。

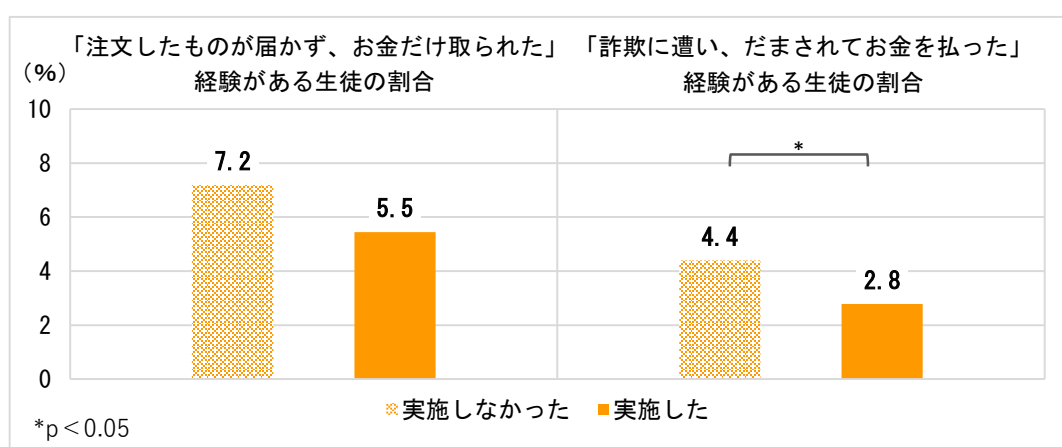


図2-49 「外部講師による出前講座の実施」の有無による「特に重大な消費者トラブル」に遭った経験がある生徒の割合

第2章 アンケート調査の結果

続いて、教員アンケート問3の「外部講師による出前講座」の実施有無により、生徒アンケート問11から問20のクイズ（10点満点）の得点の平均点を集計した結果が図2-50である。

実施しなかった場合は6.0点、実施した場合は6.2点であり、「外部講師による出前講座」を実施した生徒の方が、わずかではあるが平均点が高かった。ただし、統計的に有意な差ではなかった。

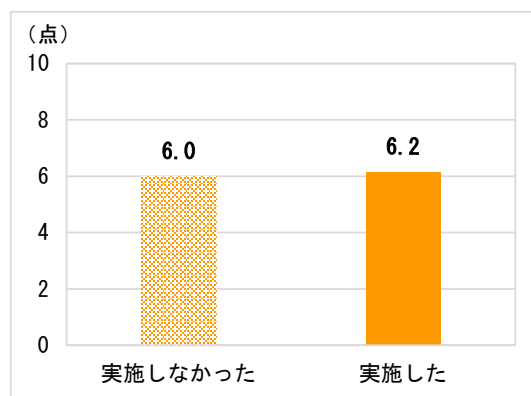


図2-50 「外部講師による出前講座の実施」の有無によるクイズの平均点

教員アンケート問4は、図2-46のとおり「消費者教育の授業形式」についてそれぞれの授業形式をどのくらい実施したかを尋ねた問である（44ページ参照）。

それぞれの授業形式の実施回数によって、「特に重大な消費者トラブル」の経験がある生徒の割合と、生徒アンケート問11から問20のクイズ（10点満点）の得点の平均点を比較した。その結果、「ゲーム形式教材の利用」を実施していた生徒に図2-51、2-52の結果がみられた。

「ゲーム形式教材の利用」を実施した生徒のうち「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験がある生徒の割合は、「1度もない」場合は5.9%、「1度だけした」場合は5.3%、「何度かした」場合は4.5%であった。また、「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒の割合は、「1度もない」場合は3.1%、「1度だけした」場合は3.0%、「何度かした」場合は2.3%であった。

どちらのトラブルも、「ゲーム形式教材の利用」の実施回数が多い学校の生徒ほど「特に重大な消費者トラブル」の経験者の割合が少なかった。ただし、どちらも統計的には有意な差ではなかった。

第2章 アンケート調査の結果

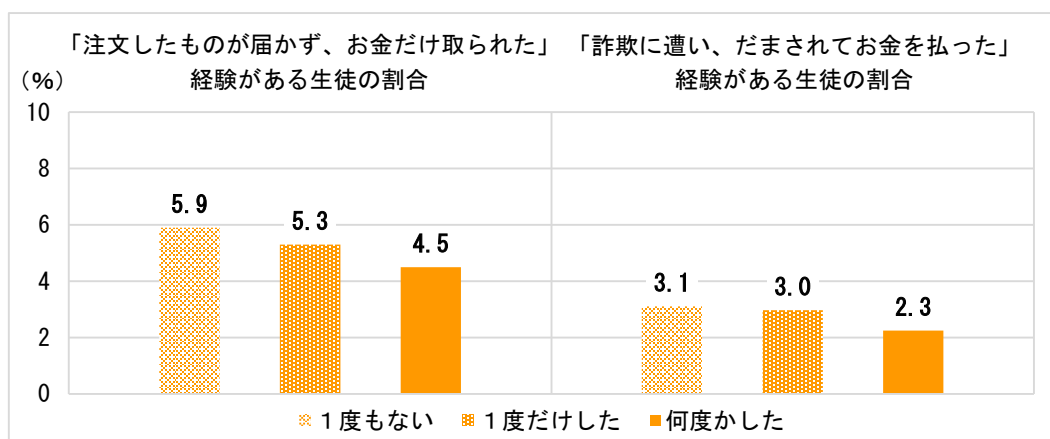


図 2-51 「ゲーム形式教材の利用」の実施回数別にみた
「特に重大な消費者トラブル」に遭った経験がある生徒の割合

「ゲーム形式教材の利用」が「1度もない」場合の生徒のクイズの平均点は6.0点、「1度だけある」場合は6.1点、「何度かした」場合は7.0点であり、「1度もない」場合と「何度かした」場合では1.0点の差があった。

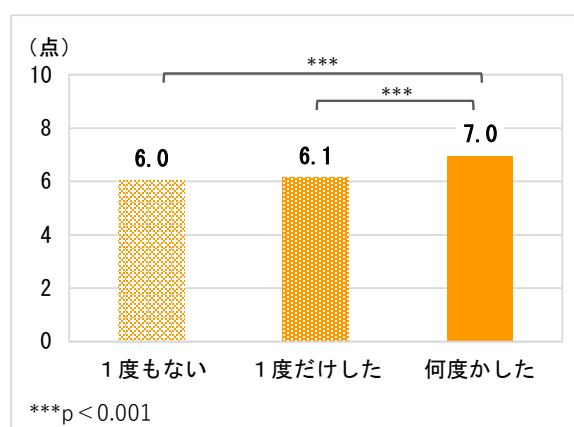


図 2-52 「ゲーム形式教材の利用」の
実施回数別にみたクイズの平均点

「ゲーム形式教材の利用」を「何度かした」教員に教育内容の詳細をヒアリングしたところ、「生活設計シミュレーション教材を使った授業を展開してグループで考えさせることで、生徒は人生でどんなイベントがあるか気づき、収入支出の計算を考えていた」という回答が得られた。また、「ゲーム形式教材を使った活動と合わせて、外部講師による講義や教師の体験談を交えた具体的な説明も授業の中で行った」との回答も得られた。

更なる検証が求められるが、「外部講師による出前講座の実施」や「ゲーム形式教材の利用」といった授業の工夫は、生徒が「特に重大な消費者トラブル」に遭うのを防いだり、生

第2章 アンケート調査の結果

徒の知識の定着に効果を及ぼしたりする可能性も示唆されていると考えられる。

(3) デジタル取引を想定した授業の効果

前述のとおり、消費生活についてのクイズ 10 問のうち、問 12「ネットショッピング（通販）の契約成立時期」だけは「社会への扉」に掲載されていないクイズであった。デジタル取引の普及に対応できる知識が身につけているかを調べるため、問 11「契約の成立時期」をネットショッピングの場合に置き換えた問題であったが、問 12 の正答率は 24.0%と、問 11 の正答率の 71.7%を大きく下回る結果になった（22 ページ参照）。

ここで、問 11 と問 12 のそれぞれの設問で正解した生徒と不正解であった生徒とで、もう一方の設問の正答率に差があるかを調べるため、クロス集計を行った結果が図 2-53 である。

問 11「契約の成立時期」の正答率は、問 12 が不正解であった生徒では 71.2%、問 12 が正解であった生徒では 74.8%であり、正答率の差は 3.6 ポイントであった。

また、問 12「ネットショッピング（通販）の契約成立時期」の正答率は、問 11 が不正解であった生徒では 21.7%、問 12 が正解であった生徒では 25.0%であり、正答率の差は 3.3 ポイントであった。

どちらの設問も、正解の生徒の方がもう一方の設問の正答率もやや高くはあるものの、大きな差はみられず、したがって、問 11 と問 12 の正答率に関連はみられなかった。

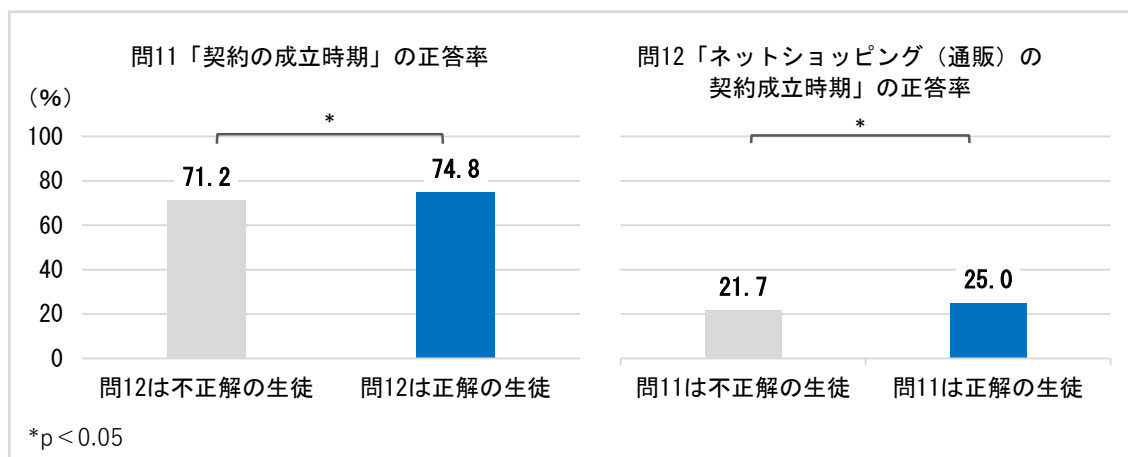


図 2-53 問 12 が正解/不正解の生徒の問 11 における正答率（左）と問 11 が正解/不正解の生徒の問 12 における正答率（右）

第2章 アンケート調査の結果

ここで、デジタル取引に関する効果的な授業の一例として、教材「デジタル社会の消費生活」⁵を活用した授業を実施した学校の事例を紹介する。「デジタル社会の消費生活」は、デジタル社会においても安全・安心に消費生活を送るために必要な知識を習得する環境を整備することを目的として消費者庁が開発した教材である。徳島県内のモデル校（A校とする）では、生徒アンケート回答前の消費者教育の授業で当教材を活用した授業を実施した。

A校の生徒と、徳島県内の高等学校等の生徒全体の問12の正答率の比較を示したのが図2-54である。徳島県全体の正答率が24.0%であったのに対して、A校の正答率は55.5%と、徳島県全体に比べ31.5ポイント高かった。

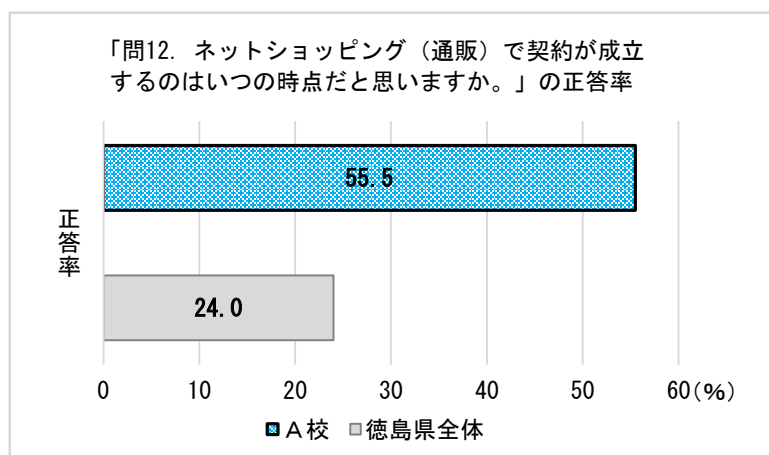


図2-54 A校と徳島県全体の生徒の問12のクイズ正答率の比較

⁵ デジタル社会における典型的な消費者被害に対応する方法を含め、幅広く消費者被害を防止することができるように、消費者教育の現場でも活用可能な啓発用デジタル教材。
(https://www.caa.go.jp/policies/future/project/project_003/demonstration/materials/)

3 有識者からの意見

デジタル化に対応した消費者教育に求められるもの

鳴門教育大学大学院学校教育研究科教授
消費者庁新未来創造戦略本部客員主任研究官
坂本有芳

デジタル化の進展により消費者のぜい弱性が増すことは、かねてより指摘されてきた(OECD, 2019)。消費者庁では2020年7月に「消費者のデジタル化への対応に関する検討会 報告書」を取りまとめ、デジタル社会特有のぜい弱性に全ての消費者が向き合う必要性を報告した。デジタル時代における消費者のぜい弱性として、主に1)デジタル技術の適切でない利用による不適切な広告表示や心理的誘発などを受ける機会の増加、2)消費者側のデジタルリテラシーの不足、3)不適切な情報に接する機会の増加、匿名取引の増加、フィルターバブルなどデジタル社会の特有性の影響を示している。

2020年より急拡大した新型コロナウイルス感染症は、わが国で足踏みしていたデジタル化の流れを一気に加速させた。折しも2022年4月より成年年齢の引下げも施行され、成年直後の若者は極めてぜい弱な立場に置かれている。若者の消費生活がどのような影響を受けているのかを客観的に把握した上で、必要な対応を行ってゆくことが求められよう。

消費者庁では2017年度から2020年度までの3か年にわたり、徳島県の高等学校・特別支援学校(高等部)を対象に、消費者庁作成教材「社会への扉」を活用した授業の実施効果に関する調査を行ってきた。大規模なサンプルを用いて消費者教育の効果を定量的・継続的に測定したことにより、高校生を対象とした今後の消費者教育に対する論点や課題が整理されたといえる。課題として残されたもののうち、今回の調査では以下の2点への対応を図っている。

- 生徒が興味を持ちやすい授業の進め方、有効な副教材や教材の使い方などに関する情報を収集し、知識や意識の向上に有効な方法を分析する。
- 消費生活に関する基礎的な知識のみならず、消費生活の様々な側面を定量的にとらえて検討する。

調査の企画、設計、結果の集計に携わった立場から、改めて本調査で明らかになった点を総括するとともに、分析結果より浮かび上がった今後の課題について以下に考察を加えたい⁶。

⁶ ここでの考察は消費者庁の公式見解ではなく、筆者の私見に基づくものである。

第3章 有識者からの意見

1. デジタル消費の危うさ

まず特筆すべきは、デジタル取引を通じて、多くの生徒がお金をだまし取られるなどの消費者トラブルを経験していることである。もちろん、経験していない生徒が大多数なのであるが、トラブルに遭遇する割合が20分の1前後に達するというのは、かなり大きな割合である。例えば、近年の道路交通事故の発生件数（届出のあったもの）は人口あたり0.24%⁷に過ぎず、建物火災に至っては0.03%⁸に過ぎない。今回の調査で示された消費者トラブルの多さは、まさに桁違いである。

今回の調査では、対象者の大多数が高校1年生であることから、これほど多くの生徒が被害に遭っていることは想定外であった。また、調査の分量を抑える必要もあったことから、トラブルの詳細について尋ねる質問項目は設けられていない。消費者トラブルの実態を把握することは、有効な対策を検討する上で最も重要な点である。以下について回答が得られるような調査にすることが望ましい。

- 「注文したものが届かず、お金だけ取られた」生徒が頼んだ品物やその金額
- 「詐欺にあい、だまされたお金を払った」場合の手口や被害金額
- トラブルに遭った後、誰かに相談したのか、泣き寝入りしているのかどうか

インターネット通販やSNSを通じた取引で、消費者が多くの被害に遭っていることは、消費生活相談の内容や件数からも示されており（消費者庁2022）、デジタル化により消費者のぜい弱性が増していることは疑う余地がない。被害の状況を定量的に把握し、少しでも被害を減らせるような教育を実施することは喫緊の課題である。

2. 消費生活の基本を学ぶ必要性

本報告書における2変量の関連を分析した結果をみる限りでは、消費者トラブルを経験した生徒は、総じて消費生活に関する知識が不足していたり、主体的・対話的な学習活動を経験していなかったりする傾向が明らかになった。飽くまでも1時点における2変量間の関連のみの結果ではあるものの、消費生活に関する知識の定着を図ることや、主体的・対話的な学習活動の重要性が示されたのは、納得できる結果といえよう。

留意したい点として、金銭管理を尋ねた設問では、「お金が必要になったときに、その都度保護者からもらって使う」の該当者が45.1%と少なくなかったことが挙げられる。また物の管理を尋ねた設問では、『当てはまる』または『やや当てはまる』

⁷ 道路交通事故の発生件数は「令和4年交通安全白書」（内閣府）、総人口は「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」（総務省）による。

⁸ 火災の発生件数は「令和3年度版消防白書」（総務省消防庁）による。総人口は同上。

第3章 有識者からの意見

と回答した生徒の割合が「使わないのに捨てられないものがたくさんある」では54.2%、「探し物やなくし物が多い」は53.7%、「たくさんの物を持っている」は53.4%と、いずれも半数以上が該当していた。自由に使うことができる金銭を計画的に管理したり、必要な物を厳選し管理して使ったりといった、消費生活の基本ができていない生徒が多い様子が見えてくる。

トラブルに遭わなくとも、刹那的に欲しいものを手に入れながら有効に使うことができなければ、金銭を失っているのと大差ない。デジタル化により巧みな心理的誘発を受ける機会が増しているため、自身が手にしている金銭や物の管理ができていなければ、簡単に不要なものを購入させられてしまう。消費生活の基本となる金銭や物の管理の力を、改めて身につけるような教育を考えてゆくことも必要なのではないだろうか。

3. デジタル化に対応した教育の検証

消費者庁新未来創造戦略本部では「消費者保護のための啓発用デジタル教材開発に向けた有識者会議」を組織し、2020年11月から2022年3月にかけて主に高校生を対象とした消費者保護のための啓発用デジタル教材を開発した。開発した教材の普及を全国的に図ってゆくと同時に、先行して徳島県内での活用を進めている段階である。

今後、開発したデジタル教材を用いたかどうか、用いたとすれば教材のどの部分かといった情報を調査するとともに、授業を受けた後の生徒の状況に対する調査結果を接続することで、教材の効果を検証してゆくことが望まれる。消費者トラブルの発生確率も、万が一のレベルにまで下げることが目指したい。

消費生活は変化が速く、学習指導要領に則って18歳成年に対応した消費者教育が行われる体制がようやく整ったところで、デジタル化といった新たな課題に対応した教育を行うことが急務となっている。エビデンスに基づいた効果の高い対策を講じられるよう、定量化の妥当性や信頼性をより高めてゆきながら、調査や実践を行うことが必要である。

(参考文献)

OECD (2019) “Challenges to Consumer Policy in the Digital Age”, Background Report
G20 International Conference on Consumer Policy.

消費者庁 (2020) 「消費者のデジタル化への対応に関する検討会 報告書」

消費者庁 (2022) 「令和4年度版 消費者白書」

参 考 资 料

参考資料

1. アンケート集計表

図 2-1 回答者の性別

性別	n	%
男子	2,134	46.1
女子	2,256	48.8
その他・回答せず	172	3.7
無回答	65	1.4
合計	4,627	100.0

図 2-2 回答者の学年

学年	n	%
第 1 学年	3,508	75.8
第 2 学年	1,058	22.9
第 3 学年	19	0.4
第 4 学年	34	0.7
その他	8	0.2
合計	4,627	100.0

図 2-3 住まいの状況

住まいの状況	n	%
自宅	4,305	93.0
寮	195	4.2
親戚の家	22	0.5
アパート等で一人暮らし	10	0.2
その他	20	0.4
無回答	75	1.6
合計	4,627	100.0

図 2-4 デジタル取引の利用頻度

	ネット通販で買う		ゲーム、アプリ、スタンプなど有料でダウンロードする		フリマアプリで買う	
	n	%	n	%	n	%
1週間に2回以上	53	1.1	69	1.5	45	1.0
1週間に1回くらい	169	3.7	106	2.3	80	1.7
1か月に1回くらい	1,154	24.9	857	18.5	357	7.7
1年間に5回以下	1,278	27.6	1,484	32.1	715	15.5
全くない	1,970	42.6	2,108	45.6	3,423	74.0
無回答	3	0.1	3	0.1	7	0.2
合計	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0

図 2-5 キャッシュレス決済の利用頻度

	使い切り型のプリペイドカード		スマホを使った二次元コード決済		チャージ型の電子マネー		デビットカード	
	n	%	n	%	n	%	n	%
1週間に2回以上	97	2.1	412	8.9	138	3.0	59	1.3
1週間に1回くらい	104	2.2	391	8.5	140	3.0	34	0.7
1か月に1回くらい	722	15.6	450	9.7	229	4.9	87	1.9
1年間に数回以下	2,024	43.7	402	8.7	295	6.4	99	2.1
全くない	1,673	36.2	2,961	64.0	3,817	82.5	4,338	93.8
無回答	7	0.2	11	0.2	8	0.2	10	0.2
合計	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0

図 2-6 キャッシュレス決済のリスク管理

	利用するたびに残額を確認している		不正利用されないよう注意している		被害に遭った時の対処方法が分かる		キャッシュレス決済でつい使い過ぎになる	
	n	%	n	%	n	%	n	%
当てはまる	1,403	40.2	1,287	36.8	439	12.6	165	4.7
やや当てはまる	664	19.0	594	17.0	671	19.2	318	9.1
どちらともいえない	452	12.9	611	17.5	912	26.1	568	16.3
あまり当てはまらない	198	5.7	212	6.1	537	15.4	496	14.2
当てはまらない	742	21.2	751	21.5	898	25.7	1,910	54.7
無回答	35	1.0	39	1.1	37	1.1	37	1.1
合計	3,494	100.0	3,494	100.0	3,494	100.0	3,494	100.0

図 2-7 買物をする際の情報の確認や収集

	広告や口コミをすぐに信じず、批判的な意見も確認する		買った製品を使い始める前に、取扱説明書を確認する		ネットで買物するときは、返品条件を確認する		アプリなど新たに登録するときは規約に目を通す		近頃問題になっている詐欺被害や消費者トラブルの情報を手に入れる	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
いつもする	1,513	32.7	1,021	22.1	620	13.4	575	12.4	297	6.4
よくする	1,462	31.6	1,157	25.0	810	17.5	712	15.4	498	10.8
時々する	956	20.7	1,206	26.1	1,056	22.8	1,285	27.8	1,141	24.7
あまりしない	360	7.8	780	16.9	1,160	25.1	1,283	27.7	1,604	34.7
全くしない	315	6.8	442	9.6	955	20.6	756	16.3	1,060	22.9
無回答	21	0.5	21	0.5	26	0.6	16	0.3	27	0.6
合計	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0

図 2-8 半耐久財購入時の検討

	予算に合っているか検討する		どの程度、実際に使うか考える		長く使えるかどうかを考える		安全に使えるかどうか考える		同じような商品を比べる		欲しくてもすぐに買わずに様子を見る		どこに置か考える		他のもので代用できないか考える		商品表示やマークを確認する	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
いつもする	2,437	52.7	1,690	36.5	1,712	37.0	1,620	35.0	1,467	31.7	1,214	26.2	1,137	24.6	759	16.4	349	7.5
だいたいする	1,377	29.8	1,907	41.2	1,793	38.8	1,720	37.2	1,744	37.7	1,807	39.1	1,584	34.2	1,401	30.3	788	17.0
たまにする	586	12.7	828	17.9	890	19.2	984	21.3	1,120	24.2	1,328	28.7	1,316	28.4	1,866	40.3	2,039	44.1
全くしない	204	4.4	190	4.1	221	4.8	291	6.3	290	6.3	269	5.8	572	12.4	591	12.8	1,442	31.2
無回答	23	0.5	12	0.3	11	0.2	12	0.3	6	0.1	9	0.2	18	0.4	10	0.2	9	0.2
合計	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0

参考資料

図 2-9 消費者トラブルの経験

	商品の機能・品質が 思っていたよりも かなり悪かった		開封したばかりの 商品が壊れていた		注文したものが 届かず、お金だけ 取られた		詐欺に遭い、 だまされて お金を払った	
	n	%	n	%	n	%	n	%
全くない	1,939	41.9	2,838	61.3	4,335	93.7	4,463	96.5
1度だけあった	1,029	22.2	1,004	21.7	201	4.3	102	2.2
2・3度あった	1,311	28.3	695	15.0	55	1.2	30	0.6
何度もあった	311	6.7	68	1.5	15	0.3	14	0.3
無回答	37	0.8	22	0.5	21	0.5	18	0.4
合計	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0

図 2-10 自由に使えるお金（おこづかい）（複数選択可）

自由に使えるお金（おこづかい）	n	%
お年玉などで親戚からもらったお金を使う	2,725	58.9
保護者から決まった額をもらって使う	2,594	56.1
お金が必要になったときに、 その都度保護者からもらって使う	2,086	45.1
アルバイトで得た収入を使う	427	9.2
自由に使えるお金（おこづかい）はない	48	1.0
その他	40	0.9

図 2-11 1か月で自由に使える金額

1か月で自由に使える金額	n	%
ない	96	2.1
2千円未満	281	6.1
2～4千円	831	18.0
4～6千円	1,242	26.8
6千～1万円	681	14.7
1～2万円	482	10.4
2万円以上	318	6.9
分からない	692	15.0
無回答	4	0.1
合計	4,627	100.0

図 2-12 身の回りの整理整頓の状況

	物を床の上に 直接置いてしまう		使わないのに 捨てられないものが たくさんある		探し物や なくし物が多い		たくさん物を 持っている		置き場所が決まって いないものが多い	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
当てはまる	1,242	26.8	922	19.9	1,174	25.4	969	20.9	967	20.9
やや当てはまる	1,319	28.5	1,585	34.3	1,312	28.4	1,500	32.4	1,165	25.2
どちらともいえない	630	13.6	764	16.5	809	17.5	1,207	26.1	853	18.4
あまり当てはまらない	782	16.9	848	18.3	894	19.3	657	14.2	962	20.8
当てはまらない	638	13.8	496	10.7	421	9.1	274	5.9	669	14.5
無回答	16	0.3	12	0.3	17	0.4	20	0.4	11	0.2
合計	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0

図 2-13 消費生活の授業を通じて意識するようになったこと

	悪質商法を警戒する		買物や契約前に よく考える		生活に役立つ 知識を増やす		自分の考えを はっきりさせる		様々な意見から 新しい考え方を学ぶ	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
当てはまる	2,180	47.1	1,628	35.2	1,654	35.7	1,708	36.9	1,502	32.5
やや当てはまる	1,402	30.3	1,803	39.0	1,766	38.2	1,679	36.3	1,689	36.5
どちらともいえない	579	12.5	672	14.5	774	16.7	837	18.1	945	20.4
あまり当てはまらない	232	5.0	288	6.2	235	5.1	228	4.9	286	6.2
当てはまらない	221	4.8	227	4.9	183	4.0	164	3.5	194	4.2
無回答	13	0.3	9	0.2	15	0.3	11	0.2	11	0.2
合計	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0	4,627	100.0

図 2-14 デジタル取引の方法及び利用頻度別にみた「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験がある生徒の割合

利用頻度	注文したものが届かず、お金だけ取られた									
	ゲーム、アプリ、スタンプなど 有料でダウンロードする				ネット通販で買う			フリマアプリで買う		
	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)		被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くない	93	4.4	2,100	84	4.3	1,959	155	4.5	3,409	7.4
1年間に5回以下	95	6.4	1,481	66	5.2	1,274	57	8.0	711	15.3
1か月に1回くらい	62	7.3	852	91	7.9	1,151	30	8.4	356	7.7
1週間に1回以上	21	12.4	170	30	13.7	219	28	22.8	123	26.6
合計/平均	271	5.9	4,603	271	5.9	4,603	270	5.9	4,599	10.0

参考資料

図 2-15 デジタル取引の方法及び利用頻度別にみた「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒の割合

利用頻度	詐欺に遭い、だまされてお金を払った								
	ゲーム、アプリ、スタンプなど 有料でダウンロードする			ネット通販で買う			フリマアプリで買う		
	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)
	n	%	n	n	%	n	n	%	n
全くない	42	2.0	2,102	36	1.8	1,960	65	1.9	3,410
1年間に5回以下	43	2.9	1,482	44	3.5	1,275	37	5.2	713
1か月に1回くらい	41	4.8	853	43	3.7	1,152	24	6.7	356
1週間に1回以上	20	11.8	169	22	10.0	219	19	15.4	123
合計/平均	146	3.2	4,606	145	3.1	4,606	145	3.2	4,602

図 2-16 キャッシュレス決済の方法及び利用頻度別にみた「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験がある生徒の割合

利用頻度	注文したものが届かず、お金だけ取られた											
	チャージ型の電子マネー			使い切り型のプリペイドカード			スマホを使った二次元コード決済			デビットカード		
	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)
	n	%	n	n	%	n	n	%	n	n	%	n
全くない	200	5.3	3,801	98	5.9	1,663	144	4.9	2,953	231	5.3	4,322
1年間に数回以下	19	6.5	294	86	4.3	2,017	29	7.3	398	10	10.2	98
1か月に1回くらい	15	6.6	228	51	7.1	719	29	6.5	449	10	11.5	87
1週間に1回以上	36	13.1	275	35	17.5	200	69	8.7	795	20	22.5	89
合計/平均	270	5.9	4,598	270	5.9	4,599	271	5.9	4,595	271	5.9	4,596

図 2-17 キャッシュレス決済の方法及び利用頻度別にみた「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒の割合

利用頻度	詐欺に遭い、だまされてお金を払った											
	チャージ型の電子マネー			使い切り型のプリペイドカード			スマホを使った二次元コード決済			デビットカード		
	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)
	n	%	n	n	%	n	n	%	n	n	%	n
全くない	101	2.7	3,803	54	3.2	1,665	58	2.0	2,955	111	2.6	4,324
1年間に数回以下	6	2.0	294	43	2.1	2,018	14	3.5	397	6	6.1	98
1か月に1回くらい	10	4.4	228	22	3.1	718	24	5.3	449	12	13.8	87
1週間に1回以上	29	10.5	276	27	13.4	201	50	6.3	797	17	18.9	90
合計/平均	146	3.2	4,601	146	3.2	4,602	146	3.2	4,598	146	3.2	4,599

図 2-18 契約の成立時期

問11 店で買物をするとき、契約が成立するのはいつの時点だと思いますか。	n	%
店員が「はい、かしこまりました」と言ったとき	3,318	71.7
代金を払ったとき	787	17.0
商品を受け取ったとき	404	8.7
分からない	97	2.1
無回答	21	0.5
合計	4,627	100.0

図 2-19 ネットショッピング（通販）の契約成立時期

問12 ネットショッピング（通販）で契約が成立するのはいつの時点だと思いますか。	n	%
「購入する」「注文確定」ボタンを押したとき	2,880	62.2
注文を受付した承諾メールが、事業者から消費者に届いたとき	1,111	24.0
商品到着した（受け取った）とき	460	9.9
分からない	155	3.3
無回答	21	0.5
合計	4,627	100.0

図 2-20 契約の取消し

問13 店で商品を買ったが、使用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どれだと思いますか。	n	%
返品は受け付けなくてよい	2,129	46.0
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	2,030	43.9
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	188	4.1
分からない	258	5.6
無回答	22	0.5
合計	4,627	100.0

図 2-21 未成年者契約の取消し

問14 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と思いますか。	n	%
未成年者取消しができる	3,107	67.1
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	865	18.7
取り消すことはできない	364	7.9
分からない	272	5.9
無回答	19	0.4
合計	4,627	100.0

参考資料

図 2-22 クーリング・オフ

問15 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と思いますか。	n	%
契約してから8日間であれば、クーリング・オフできる	3,084	66.7
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	883	19.1
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	187	4.0
分からない	451	9.7
無回答	22	0.5
合計	4,627	100.0

図 2-24 クレジットカード

問17 買物をした後日に代金を支払うことになるのは以下のうちどれだと思いますか。	n	%
クレジットカード	3,148	68.0
デビットカード	761	16.4
プリペイドカード	202	4.4
分からない	486	10.5
無回答	30	0.6
合計	4,627	100.0

図 2-26 投資の知識

問19 「必ずもうかる投資」についてどのように思いますか。	n	%
「必ずもうかる投資」はない	3,523	76.1
マルチ商法の仕組みを使った投資はもうかる	201	4.3
専門家なら必ずもうかる投資を知っている	132	2.9
分からない	677	14.6
無回答	94	2.0
合計	4,627	100.0

図 2-28 正答数の分布

正答数の分布	n	%
～①問未満	114	2.5
①問以上～②問未満	137	3.0
②問以上～③問未満	213	4.6
③問以上～④問未満	345	7.5
④問以上～⑤問未満	353	7.6
⑤問以上～⑥問未満	527	11.4
⑥問以上～⑦問未満	632	13.7
⑦問以上～⑧問未満	739	16.0
⑧問以上～⑨問未満	760	16.4
⑨問以上～⑩問未満	610	13.2
⑩問	197	4.3
合計	4,627	100.0

図 2-30 「特に重大な消費者トラブル」の経験回数別にみたクイズの平均点

被害経験数	注文したものが届かず、お金だけ取られた		詐欺に遭い、だまされてお金を払った	
	n	クイズ平均点	n	クイズ平均点
全くない	4,335	6.2	4,463	6.1
1度だけあった	201	5.3	102	5.0
複数回あった	70	4.6	44	3.7
合計/平均	4,606	6.1	4,609	6.1

図 2-23 ネットショッピング（通販）におけるクーリング・オフ

問16 ネットショップでTシャツを買ったけれど似合わなかったので返品したい。この場合、クーリング・オフできると思いますか。	n	%
クーリング・オフできない	2,977	64.3
契約してから14日間ならクーリング・オフできる	935	20.2
商品が届く前ならクーリング・オフできる	217	4.7
分からない	476	10.3
無回答	22	0.5
合計	4,627	100.0

図 2-25 借入返済額

問18 ローンの利用等について、正しい説明は以下のうちどれだと思いますか。	n	%
金利5%で10万円借りる場合、返済期間が長いと返済総額は増える	2,532	54.7
金利5%で10万円借りる場合、月々の返済額が5,000円でも1万円でも、返済総額は同じである	329	7.1
クレジットカード払いは、分割払いでもリボルビング払いでも返済総額は同じである	268	5.8
分からない	1,394	30.1
無回答	104	2.2
合計	4,627	100.0

図 2-27 消費者ホットライン 188

問20 消費生活について相談したいときにかける電話番号は以下のうちどれだと思いますか。	n	%
188番	3,221	69.6
189番	384	8.3
118番	371	8.0
分からない	571	12.3
無回答	80	1.7
合計	4,627	100.0

図 2-29 各設問の正答率

各設問の正答率	n	%
問19 必ず儲かる投資：ない	3,523	76.1
問11 契約成立のタイミング：承諾	3,318	71.7
問20 消費者ホットライン：188	3,221	69.6
問17 後払いの方法：クレジットカード	3,148	68.0
問14 未成年者契約：取消が可能	3,107	67.1
問15 キャッチセールス：クーリング・オフ可	3,084	66.7
問16 通販：クーリング・オフ不可	2,977	64.3
問18 ローン利用：期間が長いと返済額増	2,532	54.7
問13 成立した契約：原則取消不可	2,129	46.0
問12 ネット通販契約成立：メールボックス到達	1,111	24.0

参考資料

図表 2-1 「注文したものが届かず、お金だけ取られた」経験回数別にみたクイズの各設問の正答率

注文したものが届かず、 お金だけ取られた	問11		問12		問13		問14		問15		問16		問17		問18		問19		問20	
	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率
全くない	4,318	72.6	4,316	24.2	4,317	46.7	4,319	68.2	4,315	67.8	4,317	65.3	4,309	69.0	4,247	56.4	4,259	78.5	4,267	71.3
1度だけあった	198	64.1	200	22.5	198	37.9	199	60.3	200	57.5	199	55.3	198	62.6	194	52.1	192	68.8	194	63.4
複数回あった	70	60.0	70	24.3	70	44.3	70	42.9	70	41.4	69	52.2	70	55.7	62	46.8	62	53.2	66	57.6
合計/平均	4,586	72.1	4,586	24.1	4,585	46.2	4,588	67.4	4,585	67.0	4,585	64.7	4,577	68.5	4,503	56.1	4,513	77.8	4,527	70.8

図表 2-2 「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験回数別にみたクイズの各設問の正答率

詐欺に遭い、だまされて お金を払った	問11		問12		問13		問14		問15		問16		問17		問18		問19		問20	
	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率	n	正答率
全くない	4,443	72.7	4,442	24.1	4,441	46.5	4,444	68.0	4,442	67.6	4,442	65.1	4,433	69.1	4,370	56.2	4,380	78.5	4,390	71.3
1度だけあった	101	55.4	102	24.5	102	37.3	102	56.9	102	52.9	102	56.9	102	54.9	97	51.5	97	60.8	99	60.6
複数回あった	44	45.5	44	27.3	44	40.9	44	31.8	43	32.6	43	37.2	44	47.7	38	44.7	38	34.2	40	47.5
合計/平均	4,588	72.1	4,588	24.1	4,587	46.2	4,590	67.4	4,587	67.0	4,587	64.7	4,579	68.5	4,505	56.0	4,515	77.8	4,529	70.8

図 2-34 「特に重大な消費者トラブル」の経験回数別にみた問 19 の回答者の割合

注文したものが届かず、 お金だけ取られた	問19の回答者の割合									
	「必ずもうかる投資」 はない (正答)		マルチ商法の 仕組みを使った 投資はもうかる		専門家なら必ず もうかる投資を 知っている		分からない		合計	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くない	3,345	78.5	167	3.9	118	2.8	629	14.8	4,259	100.0
1度だけあった	132	68.8	20	10.4	8	4.2	32	16.7	192	100.0
複数回あった	33	53.2	11	17.7	5	8.1	13	21.0	62	100.0
合計/平均	3,510	77.8	198	4.4	131	2.9	674	14.9	4,513	100.0

詐欺に遭い、 だまされて お金を払った	問19の回答者の割合									
	「必ずもうかる投資」 はない (正答)		マルチ商法の 仕組みを使った 投資はもうかる		専門家なら必ず もうかる投資を 知っている		分からない		合計	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くない	3,439	78.5	177	4.0	121	2.8	643	14.7	4,380	100.0
1度だけあった	59	60.8	12	12.4	5	5.2	21	21.6	97	100.0
複数回あった	13	34.2	10	26.3	5	13.2	10	26.3	38	100.0
合計/平均	3,511	77.8	199	4.4	131	2.9	674	14.9	4,515	100.0

図 2-35 「特に重大な消費者トラブル」の経験回数別にみた授業後の「買物や契約前によく考える」に対する意識の変化

注文したものが届かず、 お金だけ取られた	買物や契約前によく考える											
	当てはまる		やや当てはまる		どちらとも いえない		あまり 当てはまらない		当てはまらない		合計	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くない	1,544	35.7	1,713	39.6	618	14.3	251	5.8	202	4.7	4,328	100.0
1度だけあった	58	28.9	69	34.3	32	15.9	25	12.4	17	8.5	201	100.0
複数回あった	17	25.0	16	23.5	18	26.5	11	16.2	6	8.8	68	100.0
合計/平均	1,619	35.2	1,798	39.1	668	14.5	287	6.2	225	4.9	4,597	100.0

詐欺に遭い、 だまされて お金を払った	買物や契約前によく考える											
	当てはまる		やや当てはまる		どちらとも いえない		あまり 当てはまらない		当てはまらない		合計	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くない	1,587	35.6	1,765	39.6	635	14.2	263	5.9	208	4.7	4,458	100.0
1度だけあった	26	26.0	26	26.0	23	23.0	14	14.0	11	11.0	100	100.0
複数回あった	6	14.3	8	19.0	10	23.8	11	26.2	7	16.7	42	100.0
合計/平均	1,619	35.2	1,799	39.1	668	14.5	288	6.3	226	4.9	4,600	100.0

図 2-36 「特に重大な消費者トラブル」の経験回数別にみた授業後の「悪質商法を警戒する」に対する意識の変化

注文したものが届かず、 お金だけ取られた	悪質商法を警戒する											
	当てはまる		やや当てはまる		どちらとも いえない		あまり 当てはまらない		当てはまらない		合計	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くない	2,064	47.7	1,335	30.9	519	12.0	209	4.8	200	4.6	4,327	100.0
1度だけあった	83	41.9	50	25.3	36	18.2	14	7.1	15	7.6	198	100.0
複数回あった	23	33.8	14	20.6	19	27.9	7	10.3	5	7.4	68	100.0
合計/平均	2,170	47.2	1,399	30.5	574	12.5	230	5.0	220	4.8	4,593	100.0

参考資料

詐欺に遭い、 だまされて お金を払った	悪質商法を警戒する										合計	
	当てはまる		やや当てはまる		どちらとも いえない		あまり 当てはまらない		当てはまらない			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くない	2,125	47.7	1,371	30.8	542	12.2	211	4.7	207	4.6	4,456	100.0
1度だけあった	39	39.0	18	18.0	21	21.0	14	14.0	8	8.0	100	100.0
複数回あった	5	12.5	11	27.5	11	27.5	7	17.5	6	15.0	40	100.0
合計/平均	2,169	47.2	1,400	30.5	574	12.5	232	5.0	221	4.8	4,596	100.0

図 2-37 デジタル取引の種類と利用頻度別にみたクイズの平均点

利用頻度	ゲーム、アプリ、 スタンプなど有料で ダウンロードする		ネット通販で買う		フリマアプリで買う	
	n	クイズ 平均点	n	クイズ 平均点	n	クイズ 平均点
全くない	2,108	6.2	1,970	6.4	3,423	6.2
1年間に5回以下	1,484	6.1	1,278	6.1	715	5.9
1か月に1回くらい	857	5.9	1,154	5.8	357	5.7
1週間に1回以上	175	5.0	222	5.3	125	5.1
合計/平均	4,624	6.1	4,624	6.1	4,620	6.1

図 2-38 キャッシュレス決済の種類と利用頻度別にみたクイズの平均点

利用頻度	チャージ型の 電子マネー		使い切り型の プリペイドカード		スマホを使った 二次元コード決済		デビットカード	
	n	クイズ 平均点	n	クイズ 平均点	n	クイズ 平均点	n	クイズ 平均点
全くない	3,817	6.1	1,673	5.6	2,961	6.2	4,338	6.1
1年間に数回以下	295	6.5	2,024	6.5	402	6.2	99	6.0
1か月に1回くらい	229	6.3	722	6.2	450	6.0	87	5.5
1週間に1回以上	278	5.6	201	5.2	803	5.7	93	5.2
合計/平均	4,619	6.1	4,620	6.1	4,616	6.1	4,617	6.1

図 2-39 デジタル取引の種類と利用頻度別にみた問 12 の正答率

利用頻度	ゲーム、アプリ、 スタンプなど有料で ダウンロードする		ネット通販で買う		フリマアプリで買う	
	n	問12の 正答率	n	問12の 正答率	n	問12の 正答率
全くない	2,096	23.0	1,964	22.7	3,408	23.8
1年間に5回以下	1,478	25.7	1,271	24.7	715	26.7
1か月に1回くらい	856	23.9	1,148	26.3	352	23.0
1週間に1回以上	174	23.6	221	22.2	125	19.2
合計/平均	4,604	24.1	4,604	24.1	4,600	24.1

図 2-40 「ゲーム、アプリ、スタンプなど有料でダウンロードする」頻度別にみた「アプリなど新たに登録するときは規約に目を通す」行動頻度

ゲーム、アプリ、 スタンプなど有料で ダウンロードする	規約に目を通す										合計	
	いつもする		よくする		時々する		あまりしない		全くしない			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くない	349	16.6	331	15.7	591	28.1	510	24.3	322	15.3	2,103	100.0
1年間に5回以下	123	8.3	235	15.9	442	29.9	451	30.5	228	15.4	1,479	100.0
1か月に1回くらい	73	8.6	121	14.2	225	26.4	276	32.4	158	18.5	853	100.0
1週間に1回以上	30	17.2	25	14.4	26	14.9	45	25.9	48	27.6	174	100.0
合計/平均	575	12.5	712	15.4	1,284	27.9	1,282	27.8	756	16.4	4,609	100.0

図 2-41 「ネット通販で買う」頻度別にみた「ネットで買物するときは、返品条件を確認する」行動頻度

ネット通販で買う	返品条件を確認する										合計	
	いつもする		よくする		時々する		あまりしない		全くしない			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くない	272	13.9	326	16.7	386	19.7	407	20.8	566	28.9	1,957	100.0
1年間に5回以下	151	11.9	245	19.3	339	26.7	362	28.5	175	13.8	1,272	100.0
1か月に1回くらい	155	13.5	202	17.5	286	24.8	339	29.5	169	14.7	1,151	100.0
1週間に1回以上	42	19.2	36	16.4	45	20.5	51	23.3	45	20.5	219	100.0
合計/平均	620	13.5	809	17.6	1,056	23.0	1,159	25.2	955	20.8	4,599	100.0

参考資料

図 2-42 「ネット通販で買う」と「フリマアプリで買う」の利用頻度別にみた問 16 の回答者の割合

ネット通販で買う	問16の回答者の割合									
	クーリング・オフ できない (正答)		契約してから 14日間なら クーリング・オフ できる		商品が届く前なら クーリング・オフ できる		分からない		合計	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くない	1,328	67.7	383	19.5	72	3.7	180	9.2	1,963	100.0
1年間に5回以下	812	63.8	273	21.5	63	5.0	124	9.7	1,272	100.0
1か月に1回くらい	714	62.2	231	20.1	69	6.0	133	11.6	1,147	100.0
1週間に1回以上	123	55.7	46	20.8	13	5.9	39	17.6	221	100.0
合計/平均	2,977	64.7	933	20.3	217	4.7	476	10.3	4,603	100.0

フリマアプリで買う	問16の回答者の割合									
	クーリング・オフ できない (正答)		契約してから 14日間なら クーリング・オフ できる		商品が届く前なら クーリング・オフ できる		分からない		合計	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くない	2,246	65.9	665	19.5	148	4.3	349	10.2	3,408	100.0
1年間に5回以下	428	60.0	175	24.5	47	6.6	63	8.8	713	100.0
1か月に1回くらい	221	62.6	72	20.4	13	3.7	47	13.3	353	100.0
1週間に1回以上	78	62.4	21	16.8	9	7.2	17	13.6	125	100.0
合計/平均	2,973	64.6	933	20.3	217	4.7	476	10.4	4,599	100.0

図 2-43 「ネットで買物するときは、返品条件を確認する」行動の頻度別にみた問 13 の回答者の割合

ネットで買物する ときは、返品条件を 確認する	問13の回答者の割合									
	返品は受け付け なくてよい (正答)		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		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		分からない		合計	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くしない	399	42.1	424	44.8	49	5.2	75	7.9	947	100.0
あまりしない	574	49.7	478	41.4	37	3.2	66	5.7	1,155	100.0
時々する	503	47.8	455	43.3	45	4.3	49	4.7	1,052	100.0
よくする	351	43.4	390	48.3	31	3.8	36	4.5	808	100.0
いつもする	292	47.2	273	44.1	25	4.0	29	4.7	619	100.0
合計/平均	2,119	46.3	2,020	44.1	187	4.1	255	5.6	4,581	100.0

図 2-44 「ネットで買物するときは、返品条件を確認する」行動の頻度別にみた問 16 の回答者の割合

ネットで買物する ときは、返品条件を 確認する	問16の回答者の割合									
	クーリング・オフ できない (正答)		契約してから 14日間なら クーリング・オフ できる		商品が届く前なら クーリング・オフ できる		分からない		合計	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
全くしない	561	59.1	207	21.8	48	5.1	133	14.0	949	100.0
あまりしない	775	67.2	224	19.4	53	4.6	101	8.8	1,153	100.0
時々する	691	65.7	199	18.9	42	4.0	120	11.4	1,052	100.0
よくする	518	64.1	174	21.5	45	5.6	71	8.8	808	100.0
いつもする	418	67.5	128	20.7	27	4.4	46	7.4	619	100.0
合計/平均	2,963	64.7	932	20.3	215	4.7	471	10.3	4,581	100.0

図 2-45~2-48 P 8 以降の<教員アンケート>欄に記載

図 2-49 「外部講師による出前講座の実施」の有無による「特に重大な消費者トラブル」に遭った経験がある生徒の割合

外部講師による 出前講座の実施	注文したものが届かず、お金だけ取られた					詐欺に遭い、だまされてお金を払った				
	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)		n	被害経験者		有効回答者 (無回答を除く)		n
	n	%	n	%		n	%			
実施しなかった	72	7.2	1,002		44	4.4	1,003			
実施した	167	5.5	3,062		85	2.8	3,063			
合計/平均	239	5.9	4,064		129	3.2	4,066			

参考資料

図 2-50 「外部講師による出前講座の実施」の有無によるクイズの平均点

外部講師による 出前講座の実施	n	クイズ 平均点
実施しなかった	1,006	6.0
実施した	3,077	6.2
合計/平均	4,083	6.1

図 2-51 「ゲーム形式教材の利用」の実施回数別にみた「特に重大な消費者トラブル」に遭った経験がある生徒の割合

ゲーム形式教材 の利用	注文したものが届かず、お金だけ取られた		詐欺に遭い、だまされてお金を払った		有効回答者 (無回答を除く) n	
	被害経験者		被害経験者			
	n	%	n	%		
1度もない	137	5.9	2,315	72	3.1	2,315
1度だけした	48	5.3	908	27	3.0	910
何度かした	24	4.5	533	12	2.3	533
合計/平均	209	5.6	3,756	111	3.0	3,758

図 2-52 「ゲーム形式教材の利用」の実施回数別にみたクイズの平均点

ゲーム形式教材 の利用	n	クイズ 平均点
1度もない	2,325	6.0
1度だけした	914	6.1
何度かした	536	7.0
合計/平均	3,775	6.2

図 2-53 問 12 が正解/不正解の生徒の問 11 における正答率（左）と問 11 が正解/不正解の生徒の問 12 における正答率（右）

	n	問11の 正答率		n	問12の 正答率
問12は不正解の生徒	3,492	71.2	問11は不正解の生徒	1,286	21.7
問12は正解の生徒	1,109	74.8	問11は正解の生徒	3,315	25.0
合計/平均	4,601	72.0	合計/平均	4,601	24.1

<教員アンケート>

問 1 消費者教育教材「社会への扉」の活用（複数選択可）

（教材の活用項目）

消費者教育教材「社会への扉」の活用 （教材の活用項目）	n	%
消費者が主役の社会へ（クイズ）	35	92.1
契約について理解しよう！	31	81.6
消費生活センターについて知ろう！	26	68.4
お金について理解しよう！	24	63.2
あなたの行動が社会を変える！	24	63.2
暮らしの安全について理解しよう！	22	57.9
いずれも使っていない	0	0.0

（教材の活用方法）

消費者教育教材「社会への扉」の活用 （教材の活用方法）	n	%
教材だけを活用	14	36.8
授業の展開部分で活用	13	34.2
授業のまとめ部分で活用	10	26.3
授業の導入部分で活用	7	18.4
その他	3	7.9

問 2 授業実施時の他教科の教員との調整・相談

授業実施時の他教科の教員との調整・相談	n	%
した	16	42.1
しなかった	11	28.9
不要だった	11	28.9
合計	38	100.0

問 3 「社会への扉」の活用を除く消費者教育の方法（複数選択可）【図 2-45】

「社会への扉」の活用を除く消費者教育の方法	n	%
外部講師による出前講座の実施	26	68.4
授業を実施	19	50.0
啓発資料を配布	10	26.3
消費生活センターへの訪問	0	0.0
その他	3	7.9
実施していない	3	7.9

参 考 資 料

問 4 消費者教育の授業全体で実施した授業形式【図 2-46】

実施回数	視聴覚教材を観る		パソコンやタブレットの活用		ペアやグループでの討議		調べたものを資料にまとめる		ゲーム形式教材の利用		生徒が他の人に教える活動		ロールプレイング		生徒によるプレゼンテーション	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
何度かした	21	55.3	13	34.2	8	21.1	3	7.9	3	7.9	4	10.5	1	2.6	1	2.6
1度だけした	8	21.1	12	31.6	7	18.4	8	21.1	7	18.4	2	5.3	5	13.2	2	5.3
1度もない	8	21.1	13	34.2	22	57.9	26	68.4	26	68.4	31	81.6	31	81.6	34	89.5
無回答	1	2.6	0	0.0	1	2.6	1	2.6	2	5.3	1	2.6	1	2.6	1	2.6
合計	38	100.0	38	100.0	38	100.0	38	100.0	38	100.0	38	100.0	38	100.0	38	100.0

問 5 授業で教えるにくいと感じる内容（複数選択可）

授業で教えるにくいと感じる内容	n	%
消費者問題の歴史	13	34.2
ローンやクレジットに関する知識	13	34.2
家計管理の仕方	13	34.2
ライフステージに応じた経済計画	11	29.0
消費者市民社会	10	26.3
消費者の権利と責任	9	23.7
製品のマークや表示	6	15.8
環境負荷の少ない生活・持続可能な消費・エシカル消費	4	10.5
商品の比較と選択	3	7.9
安全な製品の利用、製品事故	3	7.9
様々な支払方法	2	5.3
契約とは何か、クーリング・オフ制度	2	5.3
様々な販売方法・ネット通販	1	2.6
様々な悪質商法	1	2.6
トラブル対応、消費生活相談の利用	1	2.6
その他	4	10.5

問 6 授業で生徒に身に付けさせたい内容（特に重要なものを3つまで選択可）

授業で生徒に身に付けさせたい内容	n	%
困ったときは、誰かに相談する	28	73.7
消費に関する正しい知識を身につける	20	52.6
買い物や契約前によく考える	19	50.0
契約に対する責任感を持つ	15	39.5
消費者トラブルを警戒する	14	36.8
自分で考え意思決定する	10	26.3
生活に役立つ知識を増やす	4	10.5
様々な意見から新しい考え方を学ぶ	2	5.3
その他	0	0.0

問 7 授業で活用しやすい教材（複数選択可）

授業で活用しやすい教材	n	%
説明用パワーポイントスライド	24	63.2
クイズ	24	63.2
ワークシート	21	55.3
説明用の動画	17	44.7
シミュレーションアプリ	13	34.2
資料集	12	31.6
カードゲームやすごろく	10	26.3
参考にできるURLの一覧	10	26.3
指導案、授業プランの例	7	18.4
その他	0	0.0

参考資料

問8 授業充実に向けて必要な事項

必要性	授業ですぐに使える 消費者トラブル 事例の情報		授業の準備や研究に 使える時間		外部講師を簡単に 派遣してもらえる		同じ教科の教員同士 で情報交換する機会		消費者教育で使える 授業時間を増やす		様々な授業実践 事例が学べる講座		専門家から知識を 学べる教員研修講座		図書や教材購入の 費用補助	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
必要	23	60.5	15	39.5	11	28.9	9	23.7	6	15.8	6	15.8	5	13.2	8	21.1
やや必要	13	34.2	15	39.5	13	34.2	14	36.8	17	44.7	15	39.5	13	34.2	10	26.3
どちらともいえない	2	5.3	7	18.4	10	26.3	11	28.9	12	31.6	14	36.8	15	39.5	12	31.6
あまり必要でない	0	0.0	0	0.0	4	10.5	3	7.9	2	5.3	3	7.9	4	10.5	5	13.2
必要でない	0	0.0	1	2.6	0	0.0	1	2.6	1	2.6	0	0.0	1	2.6	3	7.9
合計	38.0	100.0	38.0	100.0	38.0	100.0	38.0	100.0	38.0	100.0	38.0	100.0	38.0	100.0	38.0	100.0

問9 授業充実に向けて行政等の支援を希望する事項（3つまで選択可）【図2-47】

授業充実に向けて行政等の支援を希望する事項	n	%
外部講師を簡単に派遣してもらえる	20	52.6
授業ですぐに使える消費者トラブル事例の情報	18	47.4
図書や教材購入の費用補助	15	39.5
専門家から知識を学べる教員研修講座	11	28.9
様々な授業実践事例が学べる講座	10	26.3
授業の準備や研究に使える時間	4	10.5
消費者教育で使える授業時間を増やす	3	7.9
同じ教科の教員同士で情報交換する機会	3	7.9

問10 消費者教育の研修に参加しやすくなる条件（複数選択可）

消費者教育の研修に参加しやすくなる条件	n	%
オンライン研修やeラーニング研修がある	24	63.2
勤務時間内に研修に参加できる	18	47.4
研修メニューが豊富である	13	34.2
旅費や講習費用が補助される	8	21.1
その他	1	2.6

問11 消費者教育の内容や指導方法で新たに学びたい内容（複数選択可）【図2-48】

消費者教育の内容や指導方法で新たに学びたい内容	n	%
デジタル取引でのトラブル事例	22	57.9
資産形成、金融資産の運用	18	47.4
タブレットの効果的な使い方	15	39.5
キャッシュレス決済	12	31.6
主体的・対話的学びを取り入れた学習活動	10	26.3
通信販売・ネット取引	9	23.7
持続可能な消費生活・SDGs	9	23.7
インターネット広告の注意点	5	13.2
契約の注意点、18歳成年について	3	7.9
その他	0	0.0

問12 教員経験年数

教員経験年数	n	%
3年未満	3	7.9
3年～5年	1	2.6
5年～10年	3	7.9
10年～15年	2	5.3
15年～20年	5	13.2
20年～25年	7	18.4
25年～30年	7	18.4
30年以上	10	26.3
合計	38	100.0

問13 保有する教員免許状の教科（複数選択可）

保有する教員免許状の教科	n	%
家庭	26	68.4
社会	7	18.4
地理歴史	3	7.9
公民	2	5.3
情報	5	13.2
その他	4	10.5

2. 生徒アンケート調査票

あなたの消費生活の状況をお尋ねします

問1 あなたは1～5年程度は使うもの（カバンや日用雑貨など）を選ぶとき、以下のことをどれくらいしますか。

a)～i) それぞれについて、当てはまる番号1つに○を付けてください。

	全くしない	たまにする	だいたいする	いつもする
a) 同じような商品を比べる	1	2	3	4
b) どの程度、実際に使うか考える	1	2	3	4
c) 予算に合っているか検討する	1	2	3	4
d) 商品表示やマークを確認する	1	2	3	4
e) 長く使えるかどうかを考える	1	2	3	4
f) 安全に使えるかどうか考える	1	2	3	4
g) どこに置くか考える	1	2	3	4
h) 欲しくてもすぐには買わずに様子を見る	1	2	3	4
i) 他のもので代用できないか考える	1	2	3	4

問2 あなたは、自分で注文した商品で以下のようなトラブルの経験がどの程度ありますか。

それぞれについて、当てはまる番号1つに○を付けてください。

	全くない	1度だけあった	2、3度あった	何度もあった
a) 開封したばかりの商品が壊れていた	1	2	3	4
b) 商品の機能・品質が思っていたよりもかなり悪かった	1	2	3	4
c) 注文したものが届かず、お金だけ取られた	1	2	3	4
d) 詐欺に遭い、だまされてお金を払った	1	2	3	4

問3 あなたには、自由に使えるお金（おこづかい）がありますか。

当てはまる全ての番号に○を付けてください。

- | | |
|--|---|
| 1. 保護者から決まった額をもらって使う
2. お金が必要になったときに、その都度保護者からもらって使う
3. お年玉などで親戚からもらったお金を使う
4. アルバイトで得た収入を使う
5. 自由に使えるお金（おこづかい）はない
6. その他（具体的に： |) |
|--|---|

参考資料

問4 あなたがこの1か月で自由に使える金額は、およそどのくらいですか。

当てはまる番号1つに○を付けてください。

1. ない	2. 2千円未満	3. 2～4千円	4. 4～6千円
5. 6千～1万円	6. 1～2万円	7. 2万円以上	8. 分からない

問5 あなたは、自分で手続きをして以下の買物をするのがどのくらいありますか。

それぞれについて、当てはまる番号1つに○を付けてください。

	全くない	年に5回以下	月に1回くらい	週1回くらい	週2回以上
a) ゲーム、アプリ、スタンプなど有料でダウンロードする (音楽、映画、電子書籍なども含む)	1	2	3	4	5
b) ネット通販で買う (楽天、amazon、その他色々なお店の通販サイト)	1	2	3	4	5
c) フリマアプリで買う (メルカリ、ラクマ、ヤフーオークションなど個人の出品)	1	2	3	4	5

問6 あなたは以下の支払方法をどれくらいの頻度で使っていますか。

それぞれについて、当てはまる番号1つに○を付けてください。

	使っていない	週2回以上	週1回くらい	月に1回くらい	年に数回以下
a) チャージ型の電子マネー (WAON、nanaco、など)	1	2	3	4	5
b) 使い切り型のプリペイドカード (図書カード、QUOカード、amazonギフト券など)	1	2	3	4	5
c) スマホを使った二次元コード決済 (PayPay、d払い、LINEPay、楽天Payなど)	1	2	3	4	5
d) デビットカード (銀行口座からすぐに引き落とされるカード)	1	2	3	4	5

※全て「使っていない」を選択した方は問8へ

問7 キャッシュレス決済の利用に関する以下の内容にあなたはどの程度当てはまりますか。

それぞれについて、当てはまる番号1つに○を付けてください。

	当てはまらない	あまり当てはまらない	どちらともいえない	やや当てはまる	当てはまる
a) 利用するたびに残額を確認している	1	2	3	4	5
b) 不正利用されないよう注意している	1	2	3	4	5
c) 被害に遭った時の対処方法が分かる	1	2	3	4	5
d) キャッシュレス決済でつい使い過ぎになる	1	2	3	4	5

参考資料

問8 普段、以下をどの程度していますか。

それぞれについて、当てはまる番号1つに○を付けてください。

	全くしない	あまりしない	時々する	よくする	いつもする
a) アプリなど新たに登録するときは規約に目を通す	1	2	3	4	5
b) ネットで買物するときは、返品条件を確認する	1	2	3	4	5
c) 買った製品を使い始める前に、取扱説明書を確認する	1	2	3	4	5
d) 近頃問題になっている詐欺被害や消費者トラブルの情報を手に入れる	1	2	3	4	5
e) 広告や口コミをすぐに信じず、批判的な意見も確認する	1	2	3	4	5

問9 あなたは、以下のことにどの程度当てはまりますか。

それぞれについて、当てはまる番号1つに○を付けてください。

	当てはまらない	あまり当てはまらない	どちらともいえない	やや当てはまる	当てはまる
a) 使わないのに捨てられないものがたくさんある	1	2	3	4	5
b) たくさん物を持っている	1	2	3	4	5
c) 探し物やなくし物が多い	1	2	3	4	5
d) 物を床の上に直接置いてしまう	1	2	3	4	5
e) 置き場所が決まっていないものが多い	1	2	3	4	5

消費生活の授業についてお伺いします

問10 あなたは、消費生活の授業を通じて、以下のことを意識するようになりましたか。

それぞれについて、当てはまる番号1つに○を付けてください。

	当てはまらない	あまり当てはまらない	どちらともいえない	やや当てはまる	当てはまる
a) 買物や契約前によく考える	1	2	3	4	5
b) 悪質商法を警戒する	1	2	3	4	5
c) 生活に役立つ知識を増やす	1	2	3	4	5
d) 様々な意見から新しい考え方を学ぶ	1	2	3	4	5
e) 自分の考えをはっきりさせる	1	2	3	4	5

消費生活についてのクイズ

消費生活に関する次の質問について、正しいと思う番号を1つずつ選んでください。(○は1つ)

問11 店で買物をするとき、契約が成立するのはいつの時点だと思いますか。

- | | |
|---------------------------|-------------|
| 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 |

問12 ネットショッピング(通販)で契約が成立するのはいつの時点だと思いますか。

- | |
|---------------------------------|
| 1. 「購入する」「注文確定」ボタンを押したとき |
| 2. 注文を受付した承諾メールが、事業者から消費者に届いたとき |
| 3. 商品到着した(受け取った)とき |
| 4. 分からない |

問13 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どれだと思いますか。

- | |
|-------------------------------------|
| 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 |

問14 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と思いますか。

- | |
|---------------------------------|
| 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 |

問15 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と思いますか。

- | |
|--|
| 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 |

問16 ネットショップでTシャツを買ったけれど似合わなかったので返品したい。この場合、クーリング・オフできると思いますか。

- | |
|-----------------------------|
| 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 |

問17 買物をした後日に代金を支払うことになるのは以下のうちどれだと思いますか。

- | | | | |
|------------|-------------|-------------|----------|
| 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 |
|------------|-------------|-------------|----------|

参考資料

問18 ローンの利用等について、正しい説明は以下のうちどれだと思いますか。

1. 金利5%で10万円借りる場合、月々の返済額が 5,000 円でも1万円でも、返済総額は同じである。
2. 金利5%で10万円借りる場合、返済期間が長いと返済総額は増える。
3. クレジットカード払いは、分割払いでもリボルビング払いでも返済総額は同じである。
4. 分からない

問19 「必ずもうかる投資」についてどのように思いますか。

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

問20 消費生活について相談したいときにかける電話番号は以下のうちどれだと思いますか。

1. 118 番
2. 188 番
3. 189 番
4. 分からない

御自身についておうかがいします

問21 あなたの性別は。当てはまるもの1つに○を付けてください。

1. 男性
2. 女性
3. その他・回答せず

問22 あなたの高校は。学校名を記載してください。

学校

問23 課程について当てはまるもの1つに○を付けてください。

1. 全日制
2. 定時制

問24 あなたの学年は。当てはまるもの1つに○を付けてください。

1. 第一学年
2. 第二学年
3. 第三学年
4. 第四学年
5. その他

問25 あなたのクラスは。クラス番号等を記載してください。

問26 あなたは現在、どこから高校に通っていますか。当てはまるもの1つに○を付けてください。

1. 自宅
2. 寮
3. アパート等で一人暮らし
4. 親戚の家
5. その他

アンケートは以上です。御協力ありがとうございました。

3. 消費生活についてのクイズ回答

問11 店で買物をするとき、契約が成立するのはいつの時点だと思いますか。

- | | |
|--------------------------|-------------|
| 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 |

問12 ネットショッピング(通販)で契約が成立するのはいつの時点だと思いますか。

- | |
|--------------------------------|
| 1. 「購入する」「注文確定」ボタンを押したとき |
| ② 注文を受付した承諾メールが、事業者から消費者に届いたとき |
| 3. 商品到着した(受け取った)とき |
| 4. 分からない |

問13 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どれだと思いますか。

- | |
|-------------------------------------|
| 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 |

問14 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と思いますか。

- | |
|---------------------------------|
| 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 |

問15 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と思いますか。

- | |
|--|
| 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 |

問16 ネットショップでTシャツを買ったけれど似合わなかったので返品したい。この場合、クーリング・オフできると思いますか。

- | |
|-----------------------------|
| 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 |

問17 買物をした後日に代金を支払うことになるのは以下のうちどれだと思いますか。

- | | | | |
|------------|------------|-------------|----------|
| 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 |
|------------|------------|-------------|----------|

参 考 資 料

問18 ローンの利用等について、正しい説明は以下のうちどれだと思いますか。

1. 金利5%で10万円借りる場合、月々の返済額が 5,000 円でも1万円でも、返済総額は同じである。
2. 金利5%で10万円借りる場合、返済期間が長いと返済総額は増える。
3. クレジットカード払いは、分割払いでもリボルビング払いでも返済総額は同じである。
4. 分からない

問19 「必ずもうかる投資」についてどのように思いますか。

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

問20 消費生活について相談したいときにかける電話番号は以下のうちどれだと思いますか。

1. 118 番
2. 188 番
3. 189 番
4. 分からない

4. 教員アンケート調査票

消費者教育教材「社会への扉」の活用についてお聞きします

授業での教材の活用状況について、お答えください。

①「社会への扉」のどの項目を使いましたか。当てはまるもの全てお選びください。(○はいくつでも)

- | | |
|---------------------|---------------------|
| 1. 消費者が主役の社会へ(クイズ) | 5. 消費生活センターについて知ろう! |
| 2. 契約について理解しよう! | 6. あなたの行動が社会を変える! |
| 3. お金について理解しよう! | 7. いずれも使っていない |
| 4. 暮らしの安全について理解しよう! | |

②活用方法について当てはまるもの全てお選びください。(○はいくつでも)

- | | |
|-------------------|-----------------|
| 1. 教材だけを活用して授業を実施 | 4. 授業のまとめの部分で活用 |
| 2. 授業の導入部分で活用 | 5. その他(具体的に:) |
| 3. 授業の展開部分で活用 | |

消費者教育全般についてお聞きします

問2 消費者教育の授業を実施するにあたり、他教科の教員と授業の実施時期や授業内容を調整・相談するなどしましたか。(○は1つ)

- | | | |
|-------|----------|----------------------|
| 1. した | 2. しなかった | 3. 不要だった(単独の教科だけで実施) |
|-------|----------|----------------------|

問3 「社会への扉」の活用以外に消費者教育を実施しましたか。当てはまるものを全てお選びください。
(○はいくつでも)

- | | |
|----------------------|------------------------------|
| 1. 授業を実施 | 4. 消費生活センターへの訪問 |
| 2. 外部講師による出前講座等の実施 | 5. その他(具体的に:) |
| 3. 啓発資料等を配布(省庁のチラシ等) | 6. 実施していない(「社会への扉」を活用した授業のみ) |

参考資料

問4 消費者教育の授業全体を通して、以下の形式の授業をどのくらい実施しましたか。(それぞれ1つに○)

	一度もない	1度だけした	何度かした
a) 視聴覚教材を観る(写真を用いたスライド、動画、ビデオなど)	1	2	3
b) 調べたものを資料にまとめる	1	2	3
c) ペアやグループでの討議	1	2	3
d) ゲーム形式教材の利用	1	2	3
e) パソコンやタブレットの活用	1	2	3
f) ロールプレイング	1	2	3
g) 生徒が他の人に教える活動	1	2	3
h) 生徒によるプレゼンテーション	1	2	3

問5 消費者教育の授業で扱う内容のうち、教えるのが難しく感じる内容はどれですか。当てはまるものを全てお選びください。(○はいくつでも)

1. 商品の比較と選択	9. 安全な製品の利用、製品事故
2. 様々な販売方法・ネット通販	10. 製品のマークや表示
3. 様々な支払方法	11. 環境負荷の少ない生活・持続可能な消費・エシカル消費
4. 様々な悪質商法	12. 消費者市民社会
5. 契約とは何か、クーリングオフ制度など	13. ローンやクレジットに関する知識
6. トラブル対応、消費生活相談の利用	14. 家計管理の仕方
7. 消費者問題の歴史	15. ライフステージに応じた経済計画
8. 消費者の権利と責任	16. その他(具体的に:)

問6 消費生活の授業を通じて、生徒に身に付けさせる内容として、特に重要と考えるのはどれですか。以下から3つまでお選びください。

1. 買物や契約前によく考える	5. 消費者トラブルを警戒する
2. 契約に対する責任感を持つ	6. 困ったときは、誰かに相談する
3. 消費に関する正しい知識を身に着ける	7. 様々な意見から新しい考え方を学ぶ
4. 生活に役立つ知識を増やす	8. 自分で考え意思決定する
	9. その他(具体的に:)

参考資料

問7 以下の形式の教材の中で、授業に活用しやすいものはどれですか。(○はいくつでも)

1. ワークシート(Word形式など加工できるもの)	6. クイズ
2. 資料集(印刷して配布できるもの)	7. カードゲームやすごろく
3. 説明用パワーポイントスライド	8. 指導案、授業プランの例
4. 説明用の動画	9. 参考にできるURLの一覧
5. シミュレーションアプリ(通販の体験など)	10. その他(具体的に:)

問8 消費生活の授業の充実に向けて、あなたが授業をするに当たり、以下はどの程度必要と思われますか。(それぞれ1つに○)

	必要	やや必要	どちらとも いえない	あまり 必要で ない	必要で ない
a) 授業ですぐに使える消費者トラブル事例の情報	1	2	3	4	5
b) 様々な授業実践事例が学べる講座	1	2	3	4	5
c) 専門家から知識を学べる教員研修講座	1	2	3	4	5
d) 外部講師を簡単に派遣してもらえる	1	2	3	4	5
e) 図書や教材購入の費用補助	1	2	3	4	5
f) 消費者教育で使える授業時間を増やす	1	2	3	4	5
g) 授業の準備や研究に使える時間	1	2	3	4	5
h) 同じ教科の教員同士で情報交換する機会	1	2	3	4	5

問9 問8のa～hのうち、行政等の支援を希望するものがあれば3つまでご記入ください。(番号を記入)

--	--	--

問10 消費者教育に関する研修により参加しやすくなる条件は何ですか。(○はいくつでも)

1. オンライン研修やeラーニング研修がある	4. 研修メニューが豊富である
2. 勤務時間内に研修に参加できる	5. その他(具体的に:)
3. 旅費や講習費用が補助される	

問11 消費者教育の内容や指導方法について新たに学びたいと思う内容は、以下にありますか。(○はいくつでも)

1. キャッシュレス決済	6. デジタル取引でのトラブル事例
2. 通信販売・ネット取引(C to C など)	7. 持続可能な消費生活・SDGs
3. 契約の注意点、18歳成年について	8. タブレットの効果的な使い方
4. インターネット広告の注意点	9. 主体的・対話的学びを取り入れた学習活動
5. 資産形成、金融資産の運用	10. その他(具体的に:)

あなた御自身についてお聞きします。2022年2月1日時点でお答えください。

問12 教員経験(教諭及び講師経験の合計)は何年になりますか(○は1つ)。

- | | | | |
|-------------|----------------|----------------|----------------|
| 1. 3年未満 | 3. 5年以上～10年未満 | 5. 15年以上～20年未満 | 7. 25年以上～30年未満 |
| 2. 3年以上5年未満 | 4. 10年以上～15年未満 | 6. 20年以上～25年未満 | 8. 30年以上 |

問13 保有している教員免許状の教科を、全てお選びください(○はいくつでも)。

- | | |
|---------|----------------|
| 1. 家庭 | 4. 公民 |
| 2. 社会 | 5. 情報 |
| 3. 地理歴史 | 6. その他(具体的に:) |

問14 学校での消費者教育について御意見がありましたら自由に記入してください。

◎ これで質問は終わりです。御協力いただきましてありがとうございました。 ◎