

消費者教育研究校報告書

愛知県立愛知商業高等学校 石川 真奈

1 はじめに

愛知県立愛知商業高等学校は、名古屋市東区に位置する全日制商業高校であり、大正8年（1919年）3月に創立され、2019年には創立100周年を迎えた。本校では現在、1年次は全生徒が商業科に所属して商業の基礎知識を身に付け、2年次以降は経理科、情報処理科、国際ビジネス科、事務科の4学科7クラスの学科に分かれ、学習する。各学科で、より高度で専門的なビジネスに関する知識・技術を学び、自ら考える姿勢を身に付け、社会の変化に柔軟に対応できる職業人を育成している。

今回、3年生の科目「総合実践」（情報処理科2クラス）及び科目「経済活動と法」（事務科1クラス）において、消費者教育に関する研究を行った。これらのクラスでの消費者教育を設定した背景として、成年年齢の引き下げがある。令和4年4月1日から民法改正により、成年年齢が18歳に引き下げられ、3年生は高校在学中に順次誕生日を迎えたものから、成人として扱われるようになった。

本校では、3年生の進路選択において、就職・進学 の比率がおよそ5:5になっている。卒業後すぐに会社員として働きだす生徒が多数おり、大学生・専門学生になる生徒も今まで以上に自己の責任でできることが大幅に増える。成人と社会人になるタイミングが重なったことで、生徒がこれまで以上に様々な消費者トラブルに巻き込まれる可能性が高まると考えられるため、3年生の授業において消費者教育を行うことにした。

2 題材

ケースメソッドを用いたアクティブ・ラーニング型授業の取組

～能動的実践力を養う消費者教育の実践～

3 ねらい

- (1) 自立した消費者としての自覚をもち、消費者として意思決定するための基礎的な知識を養う。
- (2) 消費者トラブルについて正しい知識を身に付け、トラブルに巻き込まれた際の対処方法を理解する。
- (3) ケースメソッドを用いることで、物事を複数の視点に立って考え、正確に状況を把握し、問題解決に至る方法を自ら導き出す力を身に付ける。

4 実践内容

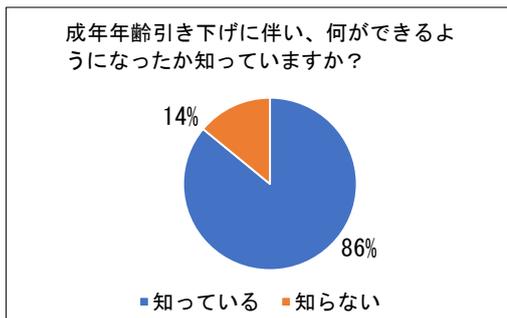
(1) 実態把握

本授業実践は、3年生情報処理科生徒77名及び3年生事務科生徒38名を対象にして行うことにした。愛知県県民生活課主催の第1回教員情報提供紙ワーキンググループ会議において、成人してすぐの18歳や19歳は、未成年時と比較して高額な金銭トラブルに巻き込まれることが多いというお話を伺った。そのため、3年生を対象とし

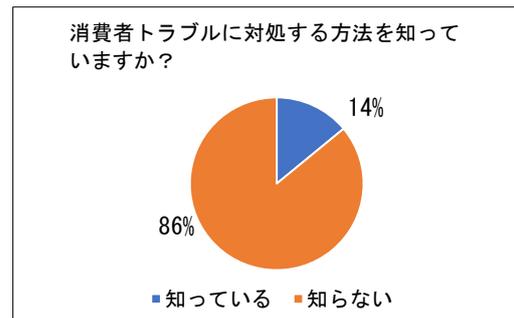
た消費者教育が急務であると感じ、上記の3クラスを授業の対象にすることにした。

授業実践を行う前にまずは、事前アンケートを実施し、生徒の消費者トラブルや契約に対する意識調査を行った。事前アンケートによると、成人年齢引き下げに伴い、具体的に何ができるようになったか知っていると答えた生徒は86%だった(図1)が、その反面、自分自身が消費者トラブルに巻き込まれたときの対処方法について知っていると答えた生徒は僅か14%に留まった。(図2)

こうした状況からも、生徒が消費者トラブルについて正しい知識や対処方法を身に付け、消費者問題を他人事ではなく自分自身にも起こりうる問題として捉えられる授業実践を目標とし、授業計画を立案することにした。



(図1)



(図2)

(2) 授業計画及び取組

本研究のねらいである「自立した消費者としての自覚をもつこと」「消費者トラブルへの正しい対処方法を身につけること」そして、上記(1)で見受けられたように「他人事ではなく、自分自身にも起こりうる問題として捉えること」という目標を達成するため、ケースメソッドを用いたアクティブ・ラーニング型授業を題材として、以下の授業計画を立案した。

時数	展開	指導内容の要約
1 時限	導入	事前アンケートの実施
2 時限	講師による派遣授業	外部講師による講義 「成年年齢引き下げに伴う消費者トラブルについて」
3 時限	調査・研究	ケースメソッドを用いた学習① ・アサインメント(学習課題)の内容確認 ・グループ編成 ・アサインメント(学習課題)に関する調査・研究
4 時限	グループワーク 発表	ケースメソッドを用いた学習② ・調査結果のグループ内での共有 ・調査結果の全体討議・発表
5 時限	まとめ	事後アンケートの実施及び感想

(3) 実践内容

ア 外部講師による授業の活用

愛知県県民生活課の県消費者教育コーディネーターの安藤美千代先生に講師を依頼し、契約の基礎や成年年齢の引き下げ、クレジットカードの利用について、若年者に多い消費者トラブルの実例及び対処方法について、消費者庁作成教材「社会への扉」を活用した講義（実践的授業）を行った。

実際に起こった事例をもとに三択クイズ形式で講義が進められ、生徒同士が積極的に相談しながら授業参加をし、理解をより一層深めることができた。契約を結んでしまったあとのクーリング・オフに関する知識や、クレジットカード作成後のリボ払い（リボ払い）に関する落とし穴、消費者トラブルにあっってしまった時の対処方法など、具体的な事例や方法が紹介され、生徒も興味深そうに講義に臨んでいた。また、消費生活センター（消費者ホットライン「188」）に相談する重要性が強調されており、実際にトラブルに遭遇したときに戸惑うことなく生徒が行動するための土壌が確立されたと感じた。



（実践的授業の様子）

以下は、生徒の感想（一部抜粋）である。

- ・ゲーチャョキパーの三択クイズで、私たちにも分かりやすく伝えてくださった。
- ・成人になったら何が変わるのかは知っていたけれど、まだ先のことだと思っていた。自分一人でできることが大幅に増えるので、トラブルに巻き込まれないように知識をつけることが大切だと思った。
- ・知っているつもりになっていることが多かった。トラブルにあわないことが大切だが、何かあったら消費生活センターに相談したい。
- ・クレジットカードは作りたいけれど、リボ払いなど便利だと思って知らずに契約してしまう可能性があり、怖くなった。今回の講義を聞いて、安易に契約を結ぶべきではない、と思った。
- ・何となく消費者トラブルにあうことは、恥ずかしいと思っていた。講義を通じて、万が一のときは恥ずかしがらずに「188」に電話して相談してみようと思った。

以上のことから、本研究のねらい(1)「自立した消費者としての自覚をもち、消費者として意思決定するための基礎的な知識を養う」及び(2)「消費者トラブルについて正しい知識を身につけ、トラブルに巻き込まれた際の対処方法を理解する」について、多くの生徒が基礎的な知識や、対応方法について理解することができたと考える。

イ 消費者トラブルに関するケースメソッド

(ア) ケース教材の作成

本研究では、ケースメソッドを用いたアクティブ・ラーニング型授業を実施した。ケースメソッドとは、事例を教材としてあらゆる事態に適した最善策を討議し、導き出す学習手法の一つである。自己研究とディスカッションによって構成されるため、生徒が能動的に学習に取り組むことができると考え、本研究に導入した。

本研究のために必要となる消費者トラブルをテーマにしたケース教材は自作した。具体的なケース教材の内容は、SNSを通じて知り合った友人から必ず儲かると副業を勧められ、誘われるままに借金をしてしまった大学生を主人公にし、クーリング・オフが可能か、契約の取り消しが可能か、アサインメント(学習課題)から推察できる情報を分析して、生徒が自ら答えをみつけるケース教材である。

また、分析するための基礎知識として、クーリング・オフができる取引形態と、できない取引形態、特定商取引法や消費者契約法による契約の取り消しができるケースについて、アサインメント(学習課題)内で必ず調べるような形で問いを設置した。ケース内の細かい描写や情報、結末については、消費生活情報あいち暮らしWEBの「消費者トラブル事例」や、政府広報オンラインの「成人になると増える消費者トラブル」、日本弁護士連合会の消費者問題対策委員会のサイトなどを参考に作成した。

情報処理科「総合実践」・事務科「経済活動と法」ケース教材

(ケース)

石田 友香(いしだともか)は、愛知県内の大学に通う3年生の女子学生である。

令和4年10月20日、友香は、Instagram上で近隣の大学に通う「Mari」を名乗るアカウントからフォローされた。MariのInstagramをチェックすると、二人は同じ年で、旅行や様々な共通の趣味があることが分かった。Instagramには頻りに旅行に行ったり、限定販売のグッズを購入したりしている様子があげられていた。同じ趣味の友人が少なかった友香は、Mariと何度かやり取りを重ね、親しい関係になった。友香はMariから、「今度はリアルで会って、話そうよ」と誘われ、了承した。

同年12月3日、友香はMariと名古屋市内のカフェで初めて会った。共通の趣味の話で盛り上がり、友香はとても楽しく充実した時間を過ごした。その際、Mariから「趣味に使うお金が足りなくて大変じゃない?」と相談。簡単に儲ける方法を知っているから、充実している「誰でも簡単に儲けるから大丈夫だよ」と誘われた。

MariのInstagramでの様子を思い出した友香は、具体的な話を聞いてみた。

その内容は、【無料アプリで広告を見ただけで報酬が頂ける】副業だという。「仕事スタートのための指示書が入ったUSBを買う必要があるけれど、それ以上に儲けるから」とMariは言い、お金がないのであれば、結婚式の費用などと偽って消費者金融から借りると手軽に始められると勧誘を受けた。また、友人などを紹介すれば、本日から両者に紹介料(キックバック)が払われるため、Mariを誘出して契約をしてほしいこと、たくさん紹介すればそれだけ儲かって、借金返済も簡単だと説明を受けた。

友香は、簡単に儲けられること、借金の返済が楽だということ、そして悪し付き合っているMariの言ったことだからと信頼して、消費者金融で30万円を借り、Mariに手渡した。その際、契約に關わる書面を受け取った。

同年12月28日、借入金入りのUSBが送られてきたが、そこに書いてある内容はビジネスには役に立たない内容だった。不安になった友香はMariに対して、契約の解約をしようと申し出た。しかし、返金できないと言われ、さらにMariはInstagramを退会し、行方をくらましてしまった。

(アサインメント) 以下の各問いについて、調べて自分の意見を書きなさい。

Q1. クーリング・オフについて、以下の項目に注目して調べてみよう。

○クーリング・オフできる取引形態

○クーリング・オフできない取引形態

Q2. 友香は今契約のクーリング・オフできるか、貴方の意見を、理由も合わせて書いてみよう。友香は契約をクーリング・オフすることが()

Q3. 特定商取引法による取り消しは、どんなときにできるか、調べてみよう。

Q4. 消費者契約法による取り消しでは、クーリング・オフ期間が過ぎても取り消しできることがある。どんなときにできるか、調べてみよう。

Q5. 友香は契約の取り消しをすることができるか、貴方の意見を、理由も合わせて書いてみよう。友香は、契約の取り消しをすることが()

Q6. 成年年齢引き下げに伴い、このような被害が若年層で急増している。私たちは、どんなことに気を付けて契約を結ぶ必要があるか、あなたの意見を書いてみよう。

(自作のケース教材)

ケース教材作成時の注意事項として、生徒がインターネット等を使用して調査及び研究を行う調べ学習の過程や、複数の視点に立って問題に対処できるようにするための多面的な情報を盛り込むことによって、問題解決のための分析力を高められるようにすることに留意した。

(イ) ケースメソッドを用いた学習①

ケース教材の配布と同時にアサインメント(学習課題)の内容の確認をし、生徒に何が主題であるかの意識付けを行った。また4時限目にグループ内での調査結果の共有が行われるため、3時限目の段階で、生徒を4～5人程度のグループに分けて実施した。

生徒にはアサインメント(学習課題)を配布して各自でよく読ませ、それぞれの問いについて調査・研究を行い、自らが選択した資料をもとに考えた結果をまとめさせた。調査・研究にあたって、本校では生徒に一人一台のタブレット端末が配備されているため、生徒は自分のタブレット端末を利用して、必要と思われる複数の資料を分析し、まとめている。

4時限目のグループ学習に向けて、一人ひとりの調査結果の密度がグループワークの質を高めることを意識させ、グループ内で意見を統一する必要はなく、各自が分析した結果を求めていることを周知することが重要である。

また、授業としてルーブリック評価を導入しているため、アサインメント(学習課題)への取組を評価することとし、「全ての問いに調査結果が示しているか」、「法令など明確な根拠を示しているか」、「図やイラストを示して分かりやすくまとめてあるか」など事前に生徒に評価基準を伝えることで、何が評価されるのかを理解した状態で、アサインメント(学習課題)に着手させた。



(調査・研究の様子)

その後、生徒のアサインメント(学習課題)を回収し、課題への取組内容に対して評価を行った。ある生徒は法令だけでなく、実際の事例とその結果についてまとめている。また別の生徒は、なぜ若年者の消費者トラブルが頻発するかに興味をもち、トラブルにあったときの心理的な圧迫に弱い点や、契約に関する知識や経験が乏しい点から悪質業者のねらい目になっているのではないかと研究結果をまとめている。

(ウ) ケースメソッドを用いた学習②

授業の始めに「自分は消費者トラブルにあたり、騙されたりする可能性があると思うか」と生徒全体に投げかけたところ、「可能性がある」に挙手した生徒がおよそ2割、「可能性はない」に挙手した生徒がおよそ8割であった。

上記(イ)で各自が調査・研究した内容について、グループ内での共有を行った。あくまで意見の共有であり、グループ内での意見統一を目的としていないことを明示し、生徒が自分の調査・研究の内容を論理的に相手に伝えることを重視して行った。また、グループ共有やその後行う全体討議で、積極的にリーダーを務めた生徒や挙手をして自己の意見を述べた生徒には、ルーブリック評価基準に則って加

点を加えた。

全体討議では、アサインメント(学習課題)に対して生徒それぞれに導き出した内容を挙手によって発表させ、教員がその内容を簡略化して黒板にまとめた。その際、黒板の前から動かずに意見を聞くのではなく、意見を述べる生徒の近くまで近寄って意見を聞くことで、教室全体の視点を発表者に向けてようにした。この行動は、生徒の授業への参加感を高めることにもつながるため有用であると考えます。



(グループ内共有の様子)

以下は、全体討議を終えた後の生徒の感想(一部抜粋)である。

- ・自分で調べてまとめたので、単純に講義を聞くよりも頭に残った。情報を自分で取得して調査することが、大切だと思った。
- ・アサインメント(学習課題)をよく読んで、調査したつもりだったのに、書いてある内容を読み飛ばしていたことが分かった。契約書も同じように読み飛ばしている可能性に気が付いた。
- ・クーリング・オフ制度や、契約の取り消しなど、今後万が一のときに必要になる知識を自分で詳しく調べることで、身についたと思う。
- ・「私は絶対に騙されない」と思っていたけれど、手口も巧妙で、実際に自分がその立場にならないと分からないことが多いと感じた。

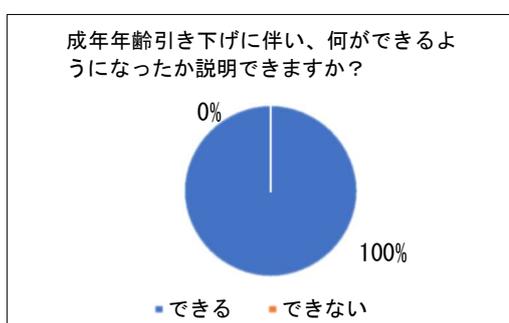
また、授業の始めに投げかけた「自分は消費者トラブルにあったり、騙されたりする可能性があると思うか」という発問を再度投げかけた。その結果、「可能性がある」に挙手した生徒がおよそ6割、「可能性はない」に挙手した生徒がおよそ4割と、結果が変動した。

この結果から、本研究のねらい(3)「ケースメソッドを用いることで、物事を複数の視点に立って考え、正確に状況を把握し、問題解決に至る方法を自ら導き出す力を身に付ける」及び、実態調査で浮かび上がってきた問題点である「消費者問題を他人事ではなく自分自身にも起こりうる問題として捉える」について、達成できたと考える。

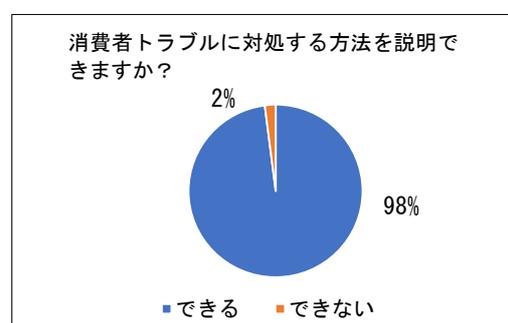
(4) 事後アンケート

以下は、事後アンケートの集計結果である。事前に実施したときのアンケート結果と比較して、「成年年齢の引き下げに伴い何ができるようになったか知っているか」の質問に、知っている 86%、知らない 14%だった生徒が、ほぼ同様の質問である「何ができるようになったか説明できるか」の質問に 100%の生徒が説明できる(図3)と回答している。

また、「消費者トラブルに対処する方法を知っているか」の質問に対して知っている 14%、知らない 86%だったが、「消費者トラブルに対処する方法を説明できるか」という質問に対して、98%の生徒ができる(図4)と回答している。できないと答えた2%の生徒については、「他者に詳しく説明する自信がまだない」が主因であり、生徒本人の理解はできている様子であった。



(図3)



(図4)

5 おわりに

消費者教育というテーマで、5時間にわたる授業実践をしてきた。本研究を通じて、生徒自身の消費生活への関心を高めることができ、各自が自立した消費者としての自覚をもって消費者問題に向き合う姿勢を育むことができたと考える。また、私自身も改めて消費者問題や消費者トラブルへの向き合い方、生徒への伝え方について考える貴重な機会となった。

本研究では3年生を対象に消費者教育を行ったが、18歳の誕生日を迎えるとともに成人になることを考えると、消費者教育は2年生までに終えておくことが望ましいのではないかと思う。

また、授業を通して感じたこととして、生徒にとって「成年」とは大きな節目ではあるが、実際に生徒自身が責任を負う局面にならなければ、それを自覚する機会がないまま、他人事となってしまう傾向がある。

しかし、現実には消費者問題は、我々のすぐ身近に潜む問題であり、知識不足によって大きな損害を被る可能性が高い。今後、ますます消費者教育の必要性は高まっていくだろう。継続的に、本校でも消費者教育を推進していく重要性を感じた。