

高等学校公民科における消費者教育の実践

—成年年齢引き下げの議論を背景に、契約について考える—

愛知県立知立高等学校 教諭 田中 見佳

I. はじめに

2015年6月、選挙権年齢を引き下げる公職選挙法案が成立し、選挙権年齢が18歳に引き下げられた。高校3年生の中には有権者となる生徒もいる。そのため、高等学校において主権者教育を実施することが緊要な課題となった。これと同様の状況が、消費者教育においてもいえる。それは、政府が、今国会（2018年1月22日開会の通常国会）において、成年年齢を現行の20歳から18歳に引き下げる民法改正案を国会に提出し、成年年齢が引き下げられる可能性があるためである⁽¹⁾。成年年齢が引き下げられた場合、18歳、19歳の者が親等の法定代理人の同意なく契約を結べるようになる。また、現在、民法の規定により未成年者が親権者の同意なく結んだ契約は、未成年者取消権により取消すことが可能であるが⁽²⁾、それが不可能となる。成年年齢が18歳に引き下げられることにより、消費者被害が若年層に拡大することが懸念される。

消費者教育の目的は、2012年8月に制定された「消費者教育の推進に関する法律（以下、消費者教育推進法）」第三条に、「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よう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」と規定されている。より具体的に消費者教育の目的とは何かを考える際、2011年度設置の消費者教育推進委員会（文部科学省内に設置）により示された消費者教育の目的が、それを端的に表している。それは、「消費者の権利を実現し、消費生活の安定と向上を図るため、消費に関する基礎的・基本的な知識および技能を習得し、これらを活用して消費者被害等の危機を自ら回避する能力、将来を見通して生活設計を行う能力、および、課題を解決する実践的な問題解決能力をはぐくむ（下線は、筆者が加筆）」と明示している⁽³⁾。

2016年6月には、「消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下、基本方針とする。）」が閣議決定された。基本方針では、教育活動の全体を通じて、幼児、児童及び生徒の発達の段階に応じた消費者教育を推進するために、学習指導要領の趣旨に基づく各教科における充実した消費者教育の推進、消費生活や消費者教育について専門的知識を有する外部人材（弁護士、司法書士、行政書士等）の活用や消費生活センターなどの関係機関との連携推進が盛り込まれた。

また、消費者教育は、生涯学習の側面も有する。それは、人の消費活動は生涯続くため、幼児期から高齢期まで段階に応じた消費者教育が求められるためである。そのことは、消費者教育推進法第三条第三項で規定されている。2013年1月、消費者庁は、「消費者教育の体系イメージマップ（以下、イメージマップ）⁽⁴⁾」を公表した。イメージマップでは、4つの重点領域⁽⁵⁾が示されている。その中で、成年年齢引き下げと関連する高校生期における消費者教育の内容として、「トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう」、「適切な意思決定に基づいて行動しよう」、「契約とそのルールを活用について理解しよう」等の項目がある。また、イメージマップの欄外には、「イメージマップが示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません（下線は、筆者が加筆）」との記載がある。しかし、高等学校学習指導要領解説公民編では、「現代社会」の「消費者に関する問題」（内容の取扱い）について、契約の法的意義や効力、取消し等を理解させる必要性があることや、「情報の非対称性⁽⁶⁾」の観点から、消費者基本法や消費者契約法などを踏まえ、消費者の権利の尊重と消費者の自立支援の観点から指導する旨が記されており⁽⁷⁾、両者の教育内容は

重なっている。

以上のことを踏まえて、本研究の目的は、消費者教育の目的を達成すべく、高等学校公民科における消費者教育の実践の可能性を追究することである。

本研究の方法は、第2学年(普通科・文系の3クラス、116名)の生徒を対象に、全10時間の授業実践を行い、その検証をする。成年年齢引き下げの議論を背景に契約の法的意義や効力、消費者契約法・特定商取引等の消費者法を理解させ、それらをもとに、将来、想定される消費者問題について課題解決学習を実施する。その際、消費生活や消費者教育について専門的知識を有する弁護士と共同で授業開発を行い、指導の充実を図る。

II. 高等学校における消費者教育の必要性

1. 消費者被害の実態

消費社会において、「情報の非対称性」が存在しているため、消費者は年齢に関わらず常に消費者問題に巻き込まれる危険性に曝されている。

国民生活センターが毎年発行している『消費生活年報2017』によると、2016年度の20歳未満の相談件数は、20,423件であり、20歳代の相談件数は77,559件である⁽⁸⁾。20歳未満と20歳代で比較すると、20歳代は相談件数が急増する。さらに細かく見ると、高校生と大学生等の相談件数を比較すると、2016年度の高校生の相談件数は、6,003件であった。それに対して、大学生等の相談件数は、16,914件と約11,000件増加する⁽⁹⁾。それは、成人になると法定代理人の同意を得ずに契約を結ぶことができたり、就職や進学を機に一人暮らしを始め、周囲に相談できる人がいない等の要因で消費者被害に巻き込まれる危険性が高まると考えられるためである。

2. 成年年齢の引き下げの議論

(1) 法制審議会「民法の成年年齢の引き下げについての最終報告書(以下、最終報告書)」

2009年10月、法制審議会は、民法の成年年齢を18歳に引き下げるのが適当であるとする最終報告書を採択した。最終報告書の中で、民法の成年年齢や契約年齢を引き下げる意義・これらの年齢を引き下げた場合の問題点及び解決策を示している。

報告書では、「成年年齢を20歳から18歳に引き下げることは、将来の国づくりの中心となるべき若年者に対する期待を示すものであり、18歳・19歳の者を「大人」として扱い、早期に社会・経済における様々な責任を伴った体験をさせることにより、「大人」としての自覚を高める意義がある」と述べられている。契約年齢の引下げについては、「18歳に達した者が就労して得た金銭については、親権者の管理下に置くよりも、自らの判断で費消することができるようにしてもよいと思われる」との考えが示されている。一方、成年年齢を引き下げた場合の問題点として、18歳・19歳の者の消費者被害が拡大する危険性があることを挙げている。その解決策として、消費者保護施策の充実と消費者関係教育の充実を挙げている。

最終報告書に対して、日本弁護士会は、2016年2月に民法の成年年齢を20歳から18歳に引き下げることについては、判断能力が十分ではない等の理由で慎重であるべきとの意思を表明した⁽¹⁰⁾。

(2) 内閣府「民法の成年年齢に関する世論調査」(2015年実施)

前回の調査結果(2010年)と比較し、引き下げ議論の認知度は、「議論を聞いたことがある」という割合が78%と大きな変化はない。しかし、引き下げの議論に対する関心度は、前回調査よりも5%低下し、関心があると回答した割合は、70%である。年齢別で見た場合、18~19歳の関心度は48%と低い。成年年齢引き下げにより様々な影響を受けると考えられる年齢で関心度が低いことは、消費者被害を他人事と考え、18歳・19歳の者が消費者被害に巻き込まれる恐れがある。契約年齢の引き下げについては、前回調査と大きな変化はなく、80%が引下げることに対して反対している⁽¹¹⁾。しかし、18歳~29歳では、引下げることに対して反対する割合が、70%と全体と比べ10%少ない。

また、「どのような条件整備がされたとしても契約年齢を引き下げることには反対」という考えが45%であるが、その一方で40%が18歳になる前に、契約の意味や契約に伴う責任など法的なものの考え方を身に付けるための教育をより充実して行うことの必要性を感じている。

(3)消費者教育の現状と課題

2018年1月、消費者委員会「成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ」報告書(以下、消費者委員会報告書)では、「高等学校では、公民科において、消費者に関する問題を指導するほか、家庭科において、消費生活の現状と課題、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題や消費者の自立と支援などを指導することとしている」と、平成21年の学習指導要領改訂においてもその内容の充実が図られていることに触れている。だが、①実際に消費者教育に割かれている授業時数が少ない②学校教育での学習がどの程度効果があったか明確ではない③消費者被害防止に係る学習に関しては、悪質商法や消費者保護に係る制度など消費生活の分野は変化が早く、教育を担当する学校教員にとっても指導への負担が大きい④適切な教材に関する情報提供が十分ではないと消費者教育の課題を挙げている。

また、「平成28年度消費者教育に関する取り組み状況調査」報告書⁽¹²⁾では、消費者教育推進の課題として、①他の優先課題があり(消費者教育に)取り組めない②どのような取り組みをすればよいかわからない③指導者や講師となる人材が少ないと回答している教育委員会(都道府県及び市町村)が目立つ。

これらの報告書から、学校現場における消費者教育の必要性を感じてはいるものの、その障壁となる課題が存在していることが窺える。だが、消費者教育の課題を解決すべく、近年、消費者教育に関連するサイトや教材が増加しており、また、消費者教育に関する講座等が全国各地で開催されている。これらのものは、指導者が抱える消費者教育の課題を解決する一助となる。昨年度、開催された講座等には以下のようなものがある⁽¹³⁾。

(1)平成29年度 教員を対象にした消費者教育講座 in 徳島県(独立行政法人国民生活センター主催、7月26日開催)

弁護士による民法の成年年齢が引き下げられた場合の課題や契約の基礎知識に関する講義、消費者庁作成教材「社会への扉」の内容解説が担当者からあった。それに続き、「社会への扉」を活用した指導案の作成を行うワークショップが開催された。

(2)平成29年度 教員を対象にした消費者教育講座(独立行政法人国民生活センター主催、8月22日～23日開催)

初日は、椋山女学園大学教授、東珠美氏より消費者市民社会構築に向けた消費者教育の考え方・進め方に関する講義と国民生活センター消費生活相談員、小山麻子氏より、インターネット・スマホをめぐる子供たちのトラブルについての講義があった。続いて、埼玉県美里町立中学校教諭から技術・家庭科家庭分野におけるクリティカルシンキングを育む学習指導法、栃木県立高等学校教諭から公民科における消費者市民教育についての実践報告があった。二日目は、消費者市民社会を目指す消費者教育の指導案を作成するワークショップが開催された。

(3)平成29年度 消費者教育フェスタ in 柏(文部科学省主催、11月2日開催)

午前の部は、柏市内の小学校・中学校・高等学校(各一校)において、「総合的な学習の時間」・社会科・家庭科・情報科等、消費者教育に関する公開授業が開催された。午後の部は、横浜国立大学名誉教授、西村隆男氏による「買い物で世の中を変えてみよう！」と題する基調講演や公開授業を担当した教諭がパネリストとなり、「身近なところから始めよう！～あなたの一言から始まる！消費者教育～」と題したパネルディスカッションが開催された。

(4)平成29年度 消費者教育推進フォーラム(愛知県県民生活課主催、11月24日開催)

愛知県内の各学校の教諭から、高等学校公民科・家庭科・商業科、中学校社会科・家庭科、計6つの消費者教育に関する実践報告が行われた。それに続き、椋山女学園大学教授、東珠美氏より「学校に求められる消費者教育のあり方と効果的実践方法について」と題する講演

が行われた。

専門的な立場からの消費者教育に関連する講義、異校種の実践報告、公開授業、指導案を作成するワークショップといずれも消費者教育を実践する上で参考となる点が多数あった。

Ⅲ. 本研究の位置づけ

消費者教育の中心となる家庭科と公民科の学習指導要領解説を比較すると、家庭科(家庭基礎)では、科目を構成する三つの大項目の一つに、「生活の自立及び消費と環境」の項目がある。その大項目では、消費社会・消費者問題・消費者の権利や責任等幅広く、具体的に授業で扱う。公民科(現代社会)も家庭科と同様に、三つの大項目から科目の内容が構成されている。しかし、「消費に関する問題」は、大項目の中に含まれ、家庭科のように大項目の一つにはなっていない。そのため、消費者教育の実践研究は、家庭科が中心となっており、公民科における先行研究は少ない。

そのような状況の中で、成年年齢の引き下げを背景に契約を中心に消費者教育の実践可能性を追究する本研究が参考とした先行研究が二つある。一つ目は、山本・田村(2010)⁽¹⁴⁾による、中学校における実践研究である。この研究は、身近な教材と多様な指導法を用いることにより、学習に対する興味を高め、それが消費者の自立についての学習内容の理解度を高めたことと、法に対する意識を高めるには契約についての学習が有効であることを明らかにした。二つ目は、文部科学省から2012年度「消費者教育推進のための調査研究事業」の委託を受けて行われた札幌光星高等学校の実践研究である⁽¹⁵⁾。この実践研究では、法教育や金融経済教育の実践を通して育成された生徒が自ら考え、自ら学ぶ姿勢を基礎に、消費者教育が実践された。契約解消事例について生徒がグループ討議に取り組むことにより、習得した知識の理解を深化させた。

これらの先行研究から、「消費者に関する問題」の講義だけでは消費者教育の目的は達成されず、習得した知識・理解を深化させるためには、何らかの学習活動が必要であるといえる。その場合、どのような悪質商法があり、どのように対処すればよいか学ぶことは、消費者被害を未然に防止することに役立つ。しかし、消費者委員会報告書で指摘されているように、悪質商法や消費者保護に関わる制度など消費生活の分野は変化が早いため、悪質商法の対処法を学ぶことが中心となる実践では、消費者教育の目的を十分に達成したとはいえない。

そこで、筆者は、悪質商法の対処法に重点を置いた授業ではなく、消費者被害の原因となる契約について学ぶ授業が必要ではないかと考えた。

Ⅳ. 授業実践

筆者は、第2学年・普通科文系の「現代社会」を担当している(3単位)。本稿では、2017年度の実践を報告する。

1. 本校生徒の状況

授業を立案する前段階として、以下の二点について生徒にアンケートを実施した⁽¹⁶⁾。

一点目は、生徒がどのように契約を認識しているかを把握するため、契約と約束の違いを記述させた。生徒が記述したその内容を見ると、契約は約束とは異なり①法的な拘束力がある②契約書等の書類や印鑑が必要である③法律による関係④守る義務がある⑤破った場合、罰金等の罰則があるとの記述がみられた。大多数の生徒は、契約は法的拘束力があるという認識を持っていたが、その一方で契約が成立するためにはどのような要件が必要であるか、契約が成立した場合どのような権利・義務関係が発生するのかまでは、具体的に知っている生徒は極少数であった。

二点目は、本校生徒の消費者被害の実態を把握するため、代表的な消費者被害を列挙し、その中から選択する形で、質問(複数回答可)を行った。アンケート結果から、消費者被害に遭ったことがない生徒が大多数であった。だが、少数ではあるが、「消費者被害に遭ったことがある」と回答した生徒も存在した。消費者被害に遭ったことのある商品やサービスは、

男子ではアダルト情報サイト(6名)やオンラインゲーム(4名)、女子では化粧品(3名)やオンラインゲーム(3名)、健康食品(3名)、男女ともにインターネット通販(各3名)であった。また、同時にどのような商品やサービスの購入に興味があるかについても質問(複数回答可)した。その結果、男女ともにインターネット通販と回答した生徒が半数を超えた。女子では、化粧品やエステ等、美容関係に興味があることが伺えた。このことから、インターネット通販に関連したトラブルに生徒が巻き込まれる危険性があることが予測できる。

以上のことを踏まえ、契約に関する知識・理解を深める指導で終止するのではなく、知識・理解を深化させるための何らかの指導上の工夫が必要であると考えられる。

2. 本授業実践の目的

対象生徒の実態を踏まえて、本授業実践の目的を次のように設定した。①契約について理解し、知識を習得する。②習得した知識を活用し、課題解決学習を通じて、思考力・判断力・表現力等を高め、課題解決能力を育成する。

本授業実践の目的を達成するために、次の点に留意して授業計画を作成した。契約が単なる約束とは異なり、「法的拘束力がある約束」であることを理解させる。次に契約は、双方の合意により成立し、それにより権利義務関係が発生するため、基本的には、一方的な契約破棄は認められないことを認識させる。しかし、契約が無効な場合や契約は有効であるが、取消しや中途解約できる場合がある。また、クーリング・オフができる場合もある。なぜ、このようなことが可能であったり、クーリング・オフ制度が作られたのかを考えさせることにより、「情報の非対称性」に代表されるように、消費社会が進展した現代では、企業に対して消費者の方が弱い立場にあり、消費者被害に遭う危険性が高いことに気付かせる。それと併せて、消費者契約法・特定商取引法等の消費者法の条文の内容を理解させる。このようにして習得した知識を、単に知識として留めておくだけでは、その深化は図れず、定着もしない。そこで、習得した知識を基に課題解決学習を行うことにより活用させ、思考力・判断力・表現力等を高めることを目指した。

消費者被害は、多種多様であり、次々と新しいタイプの被害が登場する。そのため、消費者被害の対処法を学ぶことに主眼を置いた実践は、真に課題解決能力を向上させるための実践とは言えない。本授業実践におけるグループワークは、若者世代が実際に巻き込まれる危険性が高い様々な消費者被害を扱うが、巻き込まれた場合、どのように解決すれば良いかを考えさせるものではない。様々な消費者被害について、契約が成立しているか否か、その上で、どのような権利・義務関係が発生するかを生徒が考えることに重きを置いた。

3. 使用する教材

(1)教科書「現代社会」(東京書籍)・補助教材「最新図説現社」(浜島書店)

(2)筆者と弁護士による共作のグループワークの問題(10題)⁽¹⁷⁾

契約について学んだ知識・理解を深化させるために課題解決学習を行った。その中で行われたグループワークでは、消費者被害は、多種多様であるためクラスで一つの問題について各グループで考えるのではなく、グループ毎で取り組む問題を変えた。問題の作成は、筆者と弁護士が共同で行った。

(3)消費生活情報「あいち暮らしっく」No. 127(愛知県県民生活部県民生活課, 2017年12月発行)

年間6回、県民生活課が発行しているパンフレットで、ホームページ上からダウンロードすることも可能である。そのうちの1回が、若者に多い消費者被害の紹介やクーリング・オフ等について掲載される「若者向け特集号」となる。No. 127は、「若者向け特集号」であり、1・2ページは、契約についてのページである。契約に関するクイズやイラストが効果的に用いられており、契約について分かりやすく説明されている。そのため、授業計画を立てる際に参考となった。

(4)消費者庁作成教材「社会への扉」(消費者庁, 2017年3月発行)

この教材が作成された目的は、民法改正による成年年齢の引下げの議論を背景に、高等学

校段階までに基本的な契約に伴う責任を理解するとともに、身近な契約を通じて、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できる能力を育むことである⁽¹⁸⁾。

「社会への扉」は、契約の締結、それに伴う権利義務関係の発生、未成年者取消権、クーリング・オフ、クレジットカードの仕組みや支払い方法、消費生活センターの紹介がイラストを用いて分かりやすく説明されている。また、この教材の解説書は、各ページの詳細な解説だけではなく、活用の仕方、用語解説、活用実践事例、ワークシート事例も掲載されており充実した内容となっている。

本授業実践では、契約のページが充実していることから、今までの学習内容を振り返るために第10時限で「社会への扉」を使用した。また、授業では、詳細に扱うことができなかったクレジットカードについて、この教材を使い、説明した。クレジットカードの仕組みについて復習するだけではなく、掲載されている問題を使い、リボ払いの計算を生徒にさせると計算に苦戦していたが、リボ払いにはどのようなリスクが発生するのか気付くことができた生徒もいた。

4. 消費者教育の授業計画と構成⁽¹⁹⁾

筆者は、全10時間の授業を計画・実践した。知識を習得し、習得した知識を活用し、授業のまとめを行うという流れである。

第1時限・第2時限では、「消費に関する問題」について、消費者主権・消費者問題の歴史・「消費者の四つの権利」・消費者法・消費者行政等、教科書を中心に基礎的・基本的な内容を理解させる。第3時限では、1時間かけて契約に関する基礎的・基本的内容を理解させる。第4時限から第8時限にかけて、グループワークを中心とした課題解決学習を行う。第4時限では、生徒に対して事前に行ったアンケート結果や『消費生活年報2017』に掲載されている消費者問題に関するデータを使いながら、現代の消費者問題の実態や特徴を理解させ、第5時限から行うグループワークの概要について説明する。第5時限・第6時限は、グループ毎に指導者(筆者)から与えられた消費者被害に関する問題に取り組ませる。1グループ4人(1クラス9グループ、ないし10グループ)のグループを作り、各グループに異なる消費者被害に関する問題を与える⁽²⁰⁾。与えられた問題をクイズ形式で他のグループに提示するため、問題のストーリーと正解・不正解の選択肢をグループで話し合い作成させる。問題のストーリーと二つの選択肢をA3の用紙数枚に書かせる。第7時限・第8時限では、グループによる発表をさせる。1グループの発表時間は3分とし、発表の流れは、以下の通りである。

- ①グループで作成した用紙を使いながら、問題のストーリーを提示する。
- ②問題の解答となる正解・不正解の選択肢を提示する。
- ③必要に応じて、指導者(筆者)が問題のストーリーの補足説明を行い、どちらの選択肢を選んだか、発表を聞いている生徒に挙手をさせる。
- ④弁護士(第8時限に発表したグループについては筆者)が問題の正解を発表し、解説及び講評を行う。

第9時限・第10時限は、今までの授業のまとめの時間として位置づける。第9時限では、民法の成年年齢を引き下げる議論の背景には何があるのか、引き下げられた場合どのような影響や課題が発生するのかを新聞記事⁽²¹⁾や補助教材を使い、多面的・多角的に考察させる。特に今までの学習内容を踏まえ、契約年齢が引き下げられた場合の影響や課題を考えさせることを本時の中心に据える。第10時限では、消費者庁作成教材「社会への扉」を使用し、契約を中心に前時までに学んだ内容を振り返らせる。最後に授業のアンケートと感想を記入させる。

《表 1 消費者教育の授業計画と構成》

第 1 時限 (知識習得)

学習内容	指導上の留意点
1. 消費者主権 2. 情報の非対称性 3. 依存効果・デモンストレーション効果 4. 消費者問題の歴史 5. 「消費者の四つの権利」	1. 「消費者主権とは何か」を理解させる。 2. 市場において売り手である企業と買い手である消費者の間で、財やサービス、価格等について情報の量・質の格差(情報の非対称性)や交渉力の格差が存在し、消費者が企業に対して不利な立場に置かれていることを理解させる。 3. 消費行動における依存効果やデモンストレーション効果をテレビCMを例に取り上げ、身近な具体例から考えさせる。 4. 高度経済成長期に発生した消費者問題や 1980 年代以降発生した薬害・BSE問題・集団食中毒事件等を取り上げ、消費者問題について理解させる。 5. ケネディ米大統領の四つの権利、C I (国際消費者機構) の八つの権利について理解させるとともに、なぜ、そのような権利が提唱されたのか、その背景について考えさせる。

第 2 時限 (知識習得)

学習内容	指導上の留意点
1. 消費者法 2. 消費者行政	1. 消費者に関係する法律の内容を理解させる。消費者保護基本法・消費者基本法、製造物責任法(P L法)、訪問販売法・特定商取引法、消費者契約法等について取り上げる。 2. 消費者庁、国民生活センター、消費生活センターの役割を理解させるとともに、それらが設置された背景について考えさせる。

第 3 時限 (習得した知識を活用する課題探究学習)

学習内容	指導上の留意点
1. 契約 2. 未成年者取消権 3. クーリング・オフ制度	1. 民法をもとに、契約の法的意義や権利義務関係について理解させる。 2. 民法に規定されている未成年者取消権について理解させるとともに、なぜ、そのような規定があるのかについて考えさせる。 3. クーリング・オフ制度について理解させる。その際、どのような場合がクーリング・オフの対象となるのか、具体例を交えて説明する。また、クーリング・オフ制度がなぜ、作られたのかについて考えさせる。

第 4 時限 (習得した知識を活用する課題探究学習)

学習内容	指導上の留意点
1. 現代の消費者問題 2. グループワークの説明	1. 現代の消費者問題として、例えばマルチ商法、訪問販売、デート商法、キャッチセールス、架空請求、資格商法、近年トラブルが増加しているサービス(エステ、インターネット通販等)を取り上げ、その実態について理解させる。その際、国民生活センター発行『消費生活年報 2017』に掲載されているデータから、消費者問題の実態や傾向を把握させる。 2. 1グループ 4～5人で、与えられた消費者問題について、ど

	のように問題のストーリーとその答えとなる正解・不正解の選択肢を作成するかを説明する。その際、指導者が作成した用紙を生徒に示しながら作成方法を説明する。
--	---

第5時限・第6時限(習得した知識を活用する課題探究学習)

学習内容	指導上の留意点
グループによる発表準備	<ol style="list-style-type: none"> 自分たちのグループに与えられた問題の正解・不正解の選択肢をグループで話し合い、作成させる。 →解答の選択肢は、例えば契約が①有効②無効と示すだけでなく、「こういう理由で有効」、「～を根拠として無効」など理由を付けて提示できるようにさせる。 問題のストーリーを作成させる。 1グループ3分の発表とし、発表はK P法(紙芝居プレゼンテーション法)を用いて行わせる。そのため、A3用紙に問題のストーリーと解答となる二つの選択肢を書かせる。

第7時限・第8時限(習得した知識を活用する課題探究学習)

学習内容	指導上の留意点
発表、弁護士による解説(第8時限は、指導者が解説及び講評)	<ol style="list-style-type: none"> 各グループに発表(問題と解答の選択肢の提示)させる。その際、問題のストーリーに合わせたタイミングで作成した用紙を黒板に貼るようにさせる。 必要に応じて、問題のストーリーや選択肢の補足説明を行い、発表を聞いている生徒に対してクイズの答えを考えさせる。 クイズの正解と解説を弁護士が行う際、必要なことをメモを取るよう指示する。 時間内に発表できなかったグループは、次回発表することを予告する。

第9時限(まとめ)

学習内容	指導上の留意点
民法の成年年齢引き下げ	<ol style="list-style-type: none"> 民法の成年年齢引き下げについて新聞記事や補助教材を使い、その内容や引き下げられた場合、どのような影響や課題が発生するかを考えさせる。 成年年齢の引き下げに伴い、契約年齢が引き下げられた場合、契約において従来と比較し、どのような変化や課題があるかについて考えさせる。

第10時限(まとめ)

学習内容	指導上の留意点
消費者庁作成教材「社会への扉」	<ol style="list-style-type: none"> 「社会への扉」を使用し、本単元で学んだ内容を復習させる。その際、契約を中心に振り返らせるとともに、授業で十分扱えなかったクレジットカードや消費生活センターについても説明する。 事後アンケートと本単元を学んだ感想を書かせる。

5. 指導上の工夫

(1) 次期学習指導要領を意識した授業構成

2022（平成 34）年度から年次進行で、現行の学習指導要領から新たな学習指導要領（以下、次期学習指導要領）へ移行する⁽²²⁾。次期学習指導要領は、中央教育審議会答申「幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領等の改善及び必要な方策等について（以下、答申）」に基づき作成されている。答申で、次期学習指導要領の方向性が示され、その中で育成を目指す三点の資質・能力が示された。それは、①「何を理解しているか、何ができるか（生きて働く「知識・技能」の習得）」②「理解していること・できることをどう使うか（未知の状況にも対応できる「思考力・判断力・表現力等」の育成）」③「どのように社会・世界と関わり、よりよい人生を送るか（学びを人生や社会に生かそうとする「学びに向かう力・人間性等」の涵養）」である。つまり、授業を中心に学校の教育活動全体を通じて「知識・技能を習得」させ、それを活用するための「思考力・判断力等の育成」がより一層、指導者に求められる。これらの能力を育成するためには、「主体的・対話的で深い学び（アクティブ・ラーニング）」の視点からの授業改善が不可欠である。この背景には、高等学校を中心に行われている知識伝達が中心である講義型の授業や暗記・再生の授業への批判がある。少子高齢化・情報化・グローバル化等、変化が激しいこれからの社会を生き抜いていくために必要な資質・能力を育成するために指導の質的改善が、教育の現場である学校に求められている。

また、次期学習指導要領では、新しい時代に必要となる資質・能力を踏まえた教科・科目が新設される。その一つとして、公民科に「公共」が新設される。「公共」における消費者教育は、必要な知識・技能を習得させ、思考力・判断力・表現力等を育成することにより課題解決能力を生徒が身に付けることが求められている。これは、次期学習指導要領に関する議論が進められる中で、2016 年 4 月に消費者推進会議が発表した「学校における消費者教育の充実にむけて」において述べられた消費者教育の定義（消費者教育は、消費生活に関する知識を一方向的に与えるだけでなく、その知識を日常生活の中で適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を目指して行われるもの）が背景にあると考えられる。

以上のことを踏まえて、本実践では、知識・技能を習得し、その活用を図る学習の流れを意識した授業構成にした。

(2) 民法の成年年齢引き下げ議論を背景に、契約を中心とした消費者教育の実践

現在、高等学校卒業後、大学・短期大学へ 54.8%の者が進学し、専門学校には、16.2%の者が進学している。つまり、高校卒業後、70%の者が学生という状況である⁽²³⁾。

18 歳・19 歳で契約した場合、未成年取消権により契約の取消しが可能である。しかし、20 歳になると、親等の法定代理人の同意なく契約を結べる。一端、締結した契約は、未成年取消権の対象外となり、容易に取消すことはできない。そのため、消費者被害に巻き込まれる危険性も一気に高まる。消費者問題が発生する原因の一つに契約がある。高校生の段階で、契約について基礎的・基本的な知識を身に付けることは、将来、消費者問題に巻き込まれる危険性を回避することにも繋がる。民法の成年年齢が引き下げに関する議論が進行している中で⁽²⁴⁾、契約年齢が引き下げられた場合、高校 3 年生で成人となる者も出現する。そのため、今後、高等学校における消費者教育は、喫緊の課題である。

(3) 弁護士と共同開発による授業実践

本実践では、中京法律事務所（名古屋市中区）の弁護士である黒柳良子氏と今泉麻衣子氏と授業を共同開発した⁽²⁵⁾。第 3 時限の契約について扱った授業で、弁護士に講義を依頼することはしなかった。それは、筆者が従来型の講義中心の授業をさらに助長することに繋がると考えたためである。第 7 時限の課題学習の場面で弁護士が授業を依頼するとともに、グループワークで使用する問題作成を共同で行った。筆者が問題の原案を作成し、問題を通じて

高校生でも契約についての理解が深められることを目指し、弁護士と問題の検討を重ねた。また、第4時限から第6時限と第8時限の指導ため、問題の解説作成を弁護士に依頼した。

(4) K P 法（紙芝居プレゼンテーション法）による発表

グループワークにおいて、問題を作成・発表するための手法としてK P 法を用いた。K P 法とは、個人・グループのプレゼンテーションのツールである。発表の際、ポイントとなることを用紙に手書きし、発表のタイミングに合わせてそれを黒板等に磁石で貼っていく。用紙1枚に書く文字数は、15～20字程度、一行10文字以内、最大3行を基本とし、色を使った文字やイラストを入れて作成する。K P 法はプレゼンテーションのツールとしてだけではなく、グループ内で思考を整理したり、合意形成するためのツールとしても適している。また、用紙一枚の文字数が制約されているため、必然的に発表内容のポイントの絞り込みができる。

本実践ではK P 法をアレンジして用いた。問題文のポイントを言葉で抜き出して用紙に書かせるのではなく、問題文を基に人物や具体的な場面設定をさせ、ストーリーを作成させた。それを基に、絵が中心となる紙芝居を作成させた。次にストーリーの最後に提示する正解・不正解の選択肢は、K P 法の原則に従い、文字で用紙に書かせた。その際、一つの選択肢につき、用紙を2枚作成させた。一枚目は、「契約は有効で、取消しができない」等、結論を提示する用紙、二枚目は、その理由や効果を提示する用紙である。

6. 考察

(1) 問題の正答率

発表の際、発表を聞いている生徒は、問題提示の最後に出される二つの選択肢のどちらが正解か選び、それを用紙に記録させた。すべての発表終了後に用紙を回収し、各問題の正答率を算出した。

その結果は、右に示す《表2》の通りである。

《表2》各問題の正答率⁽²⁶⁾

問題	正答率	問題	正答率
1	60%	6	77%
2	91%	7	100%
3	74%	8	55%
4	95%	9	95%
5	96%	10	100%

正答率が低い問題は問題8、問題1、問題3、問題6の順であった。正答率が低かった要因として、問題8は、チケットに記載されている内容をどのように解釈すればよいか判断に迷ったこと、問題1は、未成年者が年齢確認画面で、20歳以上の欄にチェックを入れた行為をどのように捉えるか、問題3は、クレジットカードの支払いの継続性をどのように捉えるか、問題6は、一端成立した契約でも返金をすれば契約を一方的に解消できるのではないかと判断したことが考えられる。一方、授業で学んだ消費者被害や消費者契約法・特定商取引法の条文の内容を基に考えれば正解を導き出しやすい問題は、正答率が高かった。つまり、単純な事例であれば消費者法の条文を根拠に契約が成立しているか否か、契約は成立しているが取消しや中途解約、クーリング・オフが可能か否かの判断は、比較的容易にできる。しかし、正答率が低かった問題のように、実生活において起こり得るような判断に迷う要素が入っている場合、授業で習得した知識を基に考えることを苦手とする生徒が多い。

(2) グループワークとK P 法の有効性

グループワークでは、各グループがそれぞれ異なる問題に取り組んだ。まずは、個々で、その問題の正解を考えさせた。それを基に、正解とする選択肢をグループ内で議論して作ら

せた後、不正解の選択肢を作成させた。グループワークにおける一番のポイントは、個々の考えを基にメンバーで議論して一つの正解を導き出す過程にある。指導者が各グループを回り、生徒の議論の様子を見て、ヒントを与えたり、完成した選択肢に対して疑問を投げかけることを繰り返した。生徒間、生徒と指導者間の対話を通じて習得した知識・理解を深化させることができた。

発表で使用する用紙を作成する場面においては、問題のストーリーが8枚前後、選択肢の用紙が4枚(一つの選択肢につき2枚)と枚数の制約がある。その中で、どの場面を用紙に描くか、選択肢では、どの言葉を書き出すのかについての話し合いが不可欠となる。話し合いを通じて、与えられた問題や自分たちの議論を基に作成した選択肢に対する理解が深まる。また、用紙を作成する際、発表を聞く者(問題は全く知らされていない)に分かりやすく伝えるためには、どのようにしたらよいか(どの場面を選び、どのような絵を描くのか、何を口頭で伝え、どの言葉を文字で示すのか)も考えなければならない。そのことが、思考力の深化や表現力の向上へと繋がった。各グループが作成し、発表で使用した用紙は、弁護士が問題解説を行う場面でも活用でき、生徒の理解を助けるツールとなった。

V. おわりに

(1) 成果

本研究では、消費者教育の目的を達成すべく、高等学校公民科における消費者教育の実践可能性を追究した。事後アンケートの結果から、契約について「理解することができた・ほぼ理解することができた」との回答が、多数(95%)を占めた。

授業実践を通じて、知識の習得、それを基にした課題解決学習、外部講師(本授業実践では弁護士)との共同による授業開発による消費者教育の実践が、「消費者に関する問題」について、生徒が学ぶ上でより深い知識・理解を促し、課題解決能力の育成に繋がることが明らかとなった⁽²⁷⁾。また、授業実践は、「消費者に関する問題」を取り扱う中学校社会科・家庭科、高等学校家庭科にも応用できる汎用性を示すことができたのではないかと考えている。

(2) 課題

本研究の課題解決学習の場面において、今回は、グループで取り組む問題を筆者が、生徒に与えた。しかし、本来であれば、知識習得の場面や日常生活の経験の中から、生徒自ら問いを設定し、それについて探究し、問いに対する結論を導き出すことが理想である。探究の出発点となる問いを生徒自ら立てることができるようになるためには、どのような指導方法が有効であるか追究することは、今後の課題としたい。

【註】

- (1) 政府は、民法を含め消費者契約法など25の関連法の改正を目指している。
- (2) 民法第五条一項、二項。
- (3) 消費者教育推進委員会は、消費者の教育を三点挙げている。本文に掲載したもの以外は、「自己の利益だけを求めるのではなく、他者や社会とのかかわりにおいて意思決定し、よりよい社会を形成する主体として、経済活動に関して倫理観をもって責任ある行動をとれるようにする」、「消費を、持続可能な社会を実現するための重要な要素として認識し、持続可能な社会をめざしてライフスタイルを工夫し、主体的に行動できるようにする」の二点である。
- (4) イメージマップは、どのような時期に、どのような消費者教育の内容を身に付けていくことが必要であるかを結び付けて示した表である。
- (5) イメージマップで示されている4つの重点領域とは、①消費者市民社会の構築②商品等の安全③生活の管理と契約④情報とメディアである。

- (6) 企業と消費者間における、財やサービスに関する情報の質や量、さらには交渉力の差が存在している。そのため、消費者は企業に対し弱い立場にあり、消費者問題に巻き込まれる危険性が常に存在している。
- (7) 「政治・経済」でも、「現代社会」と同様に、「消費者に関する問題」（内容の取扱い）がある。「高等学校学習指導要領解説公民編」（文部科学省, 2010）, p. 50 参照。
- (8) 『消費生活年報 2017』（独立行政法人国民生活センター, 2017）, p. 7 参照。
- (9) 『平成 29 年版消費者白書』（消費者庁, 2017）, p. 30 参照。
- (10) 日本弁護士会「民法の成年年齢の引き下げに関する意見書」（2016 年 2 月 18 日）、参照。
- (11) 契約年齢引き下げの反対理由として、経済的に親に依存している、自分がしたことについて自分で責任をとることができない、高校生が親などの同意なく高額な商品を購入することができることになると不安という理由をあげる割合が高い。
- (12) 文部科学省生涯学習政策局が平成 28 年度に都道府県及び市町村の教育委員会や各大学・短期大学・高等専門学校に対してアンケートを実施し、消費者教育に関する実施状況を把握し、その結果をまとめた。この報告書からも、消費者教育の現状と課題を把握することができる。
- (13) 筆者が参加した講座等を挙げた。
- (14) 山本友和・田村徳至「中学校社会科における消費者教育の単元開発に関する実証的研究－「自立した消費者」を育成するための「契約」についての授業を中心に－」（上越教育大学『教育実践研究』, 2010, pp. 1-10）
- (15) 「法教育実践の成果を生かした消費者教育の推進」（『中等教育資料 平成 25 年 10 月号』, 2013, pp. 26-31）
- (16) 授業実践は、第 2 学年（普通科・文系の 3 クラス、116 名）の生徒を対象にしたが、アンケートは第 2 学年（普通科）理系 1 クラス（42 名）に対しても実施した。つまり、本校の第 2 学年普通科の全生徒（158 名）を対象にアンケートを実施した。
- (17) <付録 1>として本文の最後に掲載する。
- (18) 平成 29 年度教員を対象にした消費者教育講座 in 徳島県において、消費者庁 消費者教育・地方協力課, 坪田郁子氏による「社会への扉」の内容解説の講義レジュメより引用。また、本年度、消費者庁は、徳島県内全ての高校等（主に高校 1 年生）に「社会への扉」を配布し、各学校・各教員が生徒の実態に応じて、授業でどのように活用するのかを検討し、この教材を活用した授業実践を行うこと依頼している。
- (19) 《表 1》参照。
- (20) 授業で使用した問題を文末に<付録 1>として掲載した。
- (21) 朝日新聞 2017 年 8 月 28 日（朝刊・社説）, 朝日新聞 2017 年 12 月 24 日（朝刊）, 読売新聞 2017 年 12 月 28 日（朝刊）, 朝日新聞 2018 年 1 月 20 日（朝刊）。
- (22) 2018 年 2 月に文部科学省により告示された。
- (23) 文部科学省「平成 29 年度学校基本調査」参照。なお、本文に掲載した数字は、現役のみである。
- (24) 2022 年 4 月から、18 歳を成人とする民法改正案が 2018 年 3 月 14 日に閣議決定された。
- (25) 愛知県県民生活部県民生活課消費教育・啓発グループ担当者が、筆者と弁護士を繋ぐコーディネーターとしての役割を果たした。そのため、消費者教育の課題として指摘されているような外部講師を活用した授業における指導者（筆者）の負担感は、なかった。
- (26) クラス間で生徒の人数が異なるため、2 クラスは、9 グループ、残り 1 クラスは 10 グループである。そのため、問題 10 は、1 クラスのみの実施となった。
- (27) 生徒が書いた授業の感想を文末に<付録 2>として掲載した。

<参考文献>

- 文部科学省『高等学校学習指導要領解説公民編』,教育出版,2010
大杉昭栄『平成28年版中央教育審議会答申 全文と読み解き解説』,明治図書,2017
消費者庁『平成29年版消費者白書』,勝美印刷株式会社,2017
独立行政法人国民生活センター編集・発行,『消費生活年報2017』,2017
独立行政法人国民生活センター編集・発行,『2018年版くらしの豆知識』,2017
消費者庁『ハンドブック消費者 2014』,全国官報販売協働組合,2014
西村隆男『日本の消費者教育 その生成と発展』,有斐閣,2005
岩本諭・谷村賢治『消費者市民教育の構築と消費者教育』,晃洋書房,2013
日本消費者教育学会『消費者教育Q&A-消費者市民へのガイドンスー』,中部日本教育文化会,2016
神山久美他『新しい消費者教育 これからの消費生活を考える』,慶応義塾大学出版会,2016
及川昭伍・森島昭夫監修,国民生活センター監修『消費社会の暮らしとルール 変貌する社会と消費者』,中央法規出版,2000
正田彬『消費者の権利 新版』,岩波新書,2010
杉浦市郎『新・消費者法これだけは 第2版』,法律文化社,2015
坂東俊矢・細川幸一『18歳から考える消費者と法 第2版』,法律文化社,2016
辺見紀男他『民法成年年齢引下げが与える重大な影響』,清文社,2017
川嶋直・皆川雅樹『アクティブラーニングに導くK P法実践』,みくに出版,2016
日本社会科教育学会『新版社会科教育事典』,ぎょうせい,2012

<付録1>

各グループに与えた問題とその解説。(ここに掲載されている二つの選択肢は、弁護士が作成した。)

【問題1】

A(12歳・小学生)は、スマホの小学生向けオンラインゲームに熱中していた。アイテムを買うとゲームが優位に進められるため、年齢確認画面では20歳以上の欄にチェックを入れ、その他に確認事項がなかったことを良いことに、親に内緒でアイテムを次々と購入していった。数ヵ月後、高額なスマホの利用請求(15万円)がAの親にきた。それに驚いたAの親は、Aにその理由を尋ねると、Aはオンラインゲームでアイテムを購入したことを正直に話した。Aの親は、その料金を支払わないといけないのか、困っている。

- ① 年齢確認画面の20歳以上の欄にチェックを入れた以上、契約を取り消すことはできず、Aの親はその料金を支払わなければならない【誤】
- ② 未成年者の契約であるから、Aの親は、契約を取り消し、その料金の支払いを免れることができる【正】

(解説)

親権者の同意のない未成年者Aの法律行為は取り消すことができる(民法5条2項)。

もっとも、未成年者が成人であると信じさせるために「詐術」(＝他人を欺くに足る行為)を用いたときは、契約を取り消すことができないが(民法21条)、本件は、小学生が年齢確認の20歳以上の欄にチェックを入れただけで、生年月日や干支等の年齢確認を経ることなく購入が可能であったこと、小学生向けのオンラインゲームであり小学生が取引を行うことが十分に予測できたことを踏まえると、「他人を欺くに足る行為」があったとはいえない。

※本ケースとは異なり、Aの親が処分を許した財産(例えばお小遣い)によってアイテムを購入していた場合には、契約を取り消すことはできない(民法5条3項)。

【問題2】

A(20歳・学生)は、インターネット通販で健康飲料の広告を見つけた。その広告によると、「1ヵ月で3kg痩せる、通常では1箱4,000円だが初回のみ半額」という宣伝に惹かれ、今年の正月にもらったお年玉から2000

円を支払ってその健康飲料を購入した。

数日後、Aの元に商品が届き、その健康飲料を毎日飲んでしたが、しばらくすると、もう一箱、その健康飲料が宅急便でAの自宅に届き、通常の代金 4000 円を請求された。Aは驚いて業者に電話したところ、その商品が定期購入になっていたことと2回目からの値段が初回の倍の値段であることから、2箱目以降も代金を支払って欲しいと言われた。Aはこの2箱目以降の代金を支払わなければならないのか。

- ① 定期購入だからこそ、1箱目を半額で購入することができたのだから、2箱目以降も代金を支払わなければならない【誤】
- ② 1箱目を購入する時点で、定期購入であることは知らされていなかったのだから、2箱目以降を購入するという契約は成立しておらず、2箱目以降の代金は支払わなくてよい【正】

(解説)

定期購入とは、ある商品を、一定の間隔で続けて買うことを指す。一定数の商品をまとめて注文することにより、1個ずつ買うよりも割引を受けられる場合がよく見られる。

定期購入契約が成立するには、売主と買主がお互いに定期購入であることに合意していなければならない。したがって、インターネット広告や契約画面で、2箱目以降を購入しなければならないことが掲載されていなかった本件においては、買主Aが定期購入であることに合意したとはいえ、定期購入契約は成立しない。

なお、最近のインターネット広告には、定期購入であることが掲載されていても、極端に小さい字になっていたり、スクロールしないと見えないようになっている場合があるので、「初回半額」などと言った商品を購入する際には注意が必要。

【問題3】

A(20歳・学生・女性)は、今まで一度も異性と付き合ったことがなかった。ある日、SNSで知り合い親しくなった男性に「会いたい」と言われ、会うことにした。会ってしばらく他愛のない話をしていると、Bと話をしていると話が合い、楽しいと感じるようになった。1時間程経過し、BがAに対して「自分のことをもっと知って欲しい。働いているところを見て欲しい。」と言って、事務所のような所へ連れていった。Bは、自分はY社という宝石会社で宝石のデザインの仕事をしており、自分がデザインしたというダイヤのネックレスを持ってきてAの首にかけ、「とてもよく似合っている。君に持っていて欲しい」「これをつけて結婚しよう」などと言ってネックレスを買うようにすすめてきた。Aは、Bがあまりに熱心に勧誘するので、その気になり、100万円のネックレスをクレジットの60回払いで購入した。Bは、「これからも会って欲しい。」と言っていたが、ネックレスを購入してから8日が過ぎると、LINEをブロックするようになり、ついにはBともY社とも全く連絡がとれなくなってしまった。Aは、クレジットの代金を支払わなければならないか。

- ① Bの調子の良い言葉に乗せられとはいえ、ネックレスを購入したのは事実であるし、クレジット会社は関係ないので、代金を支払わなければならない【誤】
- ② Aの恋愛感情を利用した悪質な勧誘によりネックレスを購入させられたのであるから、売買契約を取り消すことができるし、クレジットの支払いも拒否することができる【正】

(解説)

恋愛感情を利用し、言葉巧みに高価商品売りつける商法を「デート商法」といい、それ自体、公序良俗(=法律行為が社会の一般的秩序または社会の一般的道徳観念に適合していなければならないこと)に違反するものとして、契約が無効とされる場合がある(民法90条)。

また、訪問販売により契約を締結させられた場合、契約書等の書面を受領してから8日が経過するまでは、クーリング・オフ解除が可能(特定商取引法9条)。本件のように事務所に呼び出された場合であっても、売買の勧誘であることを秘匿して呼び出した場合は「アポイントメント・セールス」にあたり、「訪問販売」に含まれることになる。また、本件では、契約からは8日が経過してしまっているが、契約書等を受領していないので、クーリング・オフ解除が可能。

2か月以上の後払いをする分割払いのクレジット契約については、もとの売買契約に生じた無効や取消し等の事由を、クレジット会社にも主張することができる(割賦販売法35条の3の19)。したがって、クレジット会社から支払請求を受けてもAはそれを拒否することができる。

※本ケースとは異なり、翌一括払い(マンスリークリア)のクレジットの場合には、割賦販売法の適用がな

い。しかし、クレジット会社との交渉によっては、支払いを待ってもらえる場合があるので、同じような被害に遭った場合には、支払いをする前に誰かに相談して欲しい。

【問題4】

A (22歳・学生) は、スマホで、アダルト情報サイトを毎日、閲覧していた。あるとき、画面に誘導されるまま、クリックしていくと後日そのサイトの運営会社Bからサイト利用料として高額な請求(80万円)がきた。Aは、アルバイトをしているが、請求された金額を払えるほど、お金を持っていなかった。

- ① そのサイトにアクセスしてしまった時点で、AとBとの間には、サイトの利用契約が成立し、サイト利用料が発生するので、Aはサイト利用料を支払わなければならない【誤】
- ② サイト利用料が発生することを知らずにクリックしたのであるから、サイトの利用契約は成立せず、Aはサイト利用料を支払わなくてよい【正】

(解説)

この種の事例は「ワンクリック詐欺」と呼ばれ、架空請求目的であることが明らか。「サイト利用料が発生します」等の表示がある場合でも、表示がわかりにくい場合や、サイトの内容に比べて料金が高額に過ぎる場合には、契約の効力を否定できる。焦って料金を振り込んだり、電話をかけて個人情報を探らしたりしないことが大切。

【問題5】

A (20歳・社会人) は、友人B (20歳・学生) と、ランチに出かけた。ランチを終え、買い物に向かう途中で、Cに「今、無料のエステ体験をしているから試してみませんか」と声をかけられた。二人は、特に急いでいなかったため、エステを受けることにした。Cに誘導され店に入り、無料エステを体験した。エステが終わるとCが、「当店のエステは、世界で3台しかない最新の機械を使用したものとなっています。日本でこの機械をご利用になれるのは当店だけです」「確実に効果が得られます」などと言ってエステのコースを勧めてきた。二人は断り切れず、30万円の全身エステ10回コースの契約書にサインをした。

しかし、後日、別のエステ店を訪れた二人は、Cの店と同じエステ機械が置いてあるのを発見し、しかもそれが最新ではなくて旧式であることを聞かされ、代金を返金して欲しいと思っている。

- ① 無料体験を申し込んだ以上、勧誘されるのはわかっていたはずだから、契約を取り消すことはできず、代金を支払わなければならない【誤】
- ② 「最新の機械」「日本で使えるのは当店だけ」と事実と反する勧誘によって契約したのであるから、二人は、契約を取り消し、代金の支払いを拒むことができる【正】

(解説)

商品やサービスの内容など、重要な事項について事実と異なることを告げて契約を締結させた場合には、その契約は取り消すことができる(消費者契約法4条1項1号)。

また、契約期間が1か月を超え、かつ、契約金額が5万円を超えるエステ契約の場合には、特定商取引法の「特定継続的役務提供契約」に該当するため、契約書面を受け取った日から8日以内であればクーリング・オフが可能(特定商取引法41条、48条)。

さらに、クーリング・オフ期間を経過していた場合でも、中途解約をすることが可能(特定商取引法49条)。

【問題6】

A (22歳・学生) は、友人と卒業旅行で海外に行く計画を立てた。しかし、旅行代金が不足していたため、スマホのフリマアプリを使い、社会人の彼氏からもらった高級ブランドバッグを売ることにした。これを見たB (37歳・会社員) は、とても気に入り、何十年かぶりで開かれるクラス会に出席するため、このバッグを購入したいと思った。Bは、落札し、Aにバッグの代金(12万円)を振り込んだ。しかし、Aは、やはりこのバッグを手放したくないと思い、Bにバックを送らず、振り込まれた代金を返金しようと考えた。

- ① 落札者に代金の振込先を教えている以上、契約はすでに成立しているといえ、AはBにバッグを送らなければならない【正】

- ② 商品を送って初めて契約が成立するため、Aは代金を返金すれば、バッグを送らなくてよい【誤】

(解説)

売買契約は、「売ります」という申し込みの意思表示と、「買います」という承諾の意思表示が合致した時点で成立する。インターネットオークションの場合、遅くとも落札後に振込先や商品送付先についてのやりとりをした時点では、上記意思表示の合致があったというのが一般的（ただし、オークションサイトによっては、落札者に購入義務があるとされていたり、逆に、落札後も一定期間内の出品キャンセルが認められている場合があり、一概には言い切れない）。

もっとも、契約成立後であっても、当事者の合意によって契約を解除することは可能。本件でも、Bの同意が得られれば、Aは商品を送らずに振り込まれた代金を返金すればよいことになる。

【問題7】

A（24歳・会社員）は、一人暮らしをしていた。Aは、ボーナスで、ずっと欲しかったパソコンを購入した。休日、Aがアパートで過ごしていると、訪問を知らせるチャイムが鳴った。するとインターネット回線を接続する業者Bであった。Aは、インターネット回線の契約をしたいとは思っていたが、スマホも持っているため特に契約を急いでおらず、いくつかの業者の契約内容（価格・契約期間等）を比較したうえで契約しようと考えていた。

Bの勧誘がしつこく、Aは「もう帰ってくれないですか」といってもBはなかなか帰ろうとしなかった。そのためAは、Bとインターネット回線の接続契約をしてしまった。他の業者よりも利用料金が高く、Aは解約したいと思ったが、解約するにも高額な解約料がかかり、どうしたらよいか困っている。

- ① 自分の意思で自宅に招き入れた以上、勧誘されることはわかっていたはずだから、Aは契約を取り消すことができず、代金を支払わなければならない【誤】
- ② 長時間にわたる居座りや強引な勧誘がなければ契約を締結することはなかったのであるから、契約を取り消し、代金の返還を求めることができる【正】

(解説)

帰ってくれと言う消費者の意思に反して、自宅から退去せずに、消費者を困惑させ、契約を締結させた場合には、その契約を取り消すことができる（消費者契約法4条3項2号）。

また、本件は特定商取引法の「訪問販売」にあたるので、契約書面を受け取ってから8日以内であれば、クーリング・オフが可能（特定商取引法9条1項）。

【問題8】

A（31歳・会社員）は、スキルアップのため、仕事が終わった後、週2回、英会話教室Bに通うことにした。Aは、会社のすぐ近くのBを訪れ、レッスンの内容や料金について説明を聞いたうえで、利用期限を6か月とする50万円のレッスンのチケットを購入した。

Aは、最初の1か月程度は会社帰りに、Bに通ったが、次第に仕事が忙しくなったのと、レッスンが思ったほどおもしろくなかったため、英会話教室を辞めたいと考えるようになった。そこでAは、残りのレッスンのチケットの払い戻しをBに申し出た。しかし、チケットの裏をよく見ると、「理由のいかんを問わず、チケットの払い戻しには応じません」と書いてあり、Bはこれを理由にAの申し出を一切取り合ってくれない。

- ① レッスンに通えなくなったのはAの事情によるし、払い戻しができないと書いてある以上、チケットの払い戻しを受けることはできない【誤】
- ② 英会話のような長期にわたる継続的なサービスについては、しばらく続けてみないと内容を判断できないから、途中で契約を解約することができ、チケットの払い戻しを受けることができる【正】

(解説)

契約期間が2か月を超え、かつ、契約金額が5万円を超える語学教室の場合には、特定商取引法の「特定継続的役務提供契約」に該当するため、契約を中途解約することが可能（特定商取引法49条）。

また、本件では、チケットに「払い戻しには応じません」とあり、中途解約を制限する特約が付されている

ようにも見えるが、このように、中途解約について消費者にとって一方的に不利な特約は、特定商取引法で無効とされており（同法 49 条 7 項）、Aはこの特約に関わらず、契約を中途解約することができる。

なお、中途解約の場合、事業者から一定の損害賠償請求を受ける場合があり、一度も教室に通わないまま解約するような場合でも事実上全額返金されるとは限らない。

【問題 9】

A（30 歳・会社員・既婚者）は、友人 B（30 歳・会社員）の勧めで、ある化粧品を紹介された。Aは、少し高額だとは思ったが、Bがその化粧品の良さを強力にアピールしてきたことと、Bが中学校の時から親友であったため、Bから化粧品を一式購入した。Aは、その化粧品を使ってみると以前よりも肌の調子が良くなって満足していた。とある日、BがAに対して、「知り合いを勧誘して、この化粧品を売る会員になれば、売上げにより必ず高配当がもらえる。勧誘して会員を増やせば増やすほど儲かる」と言われた。Aは、Bの言葉を信用して、配偶者に内緒で住宅購入のために貯金していたお金を使い、130 万円分の化粧品を購入した。しかし、購入から 1 週間後、大量の化粧品が届き、このことを配偶者に知られてしまったため、返品してその代金を返して欲しいと思っている。

- ① 化粧品を受け取った以上、契約を白紙に戻すことはできず、代金を返してもらうことはできない【誤】
- ② 実際にはBの言うように会員を増やすことはできず、必ず儲かるわけではないから、契約を白紙に戻し、代金を返してもらうことができる【正】

（解説）

本件は、特定商取引法の「連鎖販売（マルチ商法）」にあたるので、契約書面を受け取ってから 20 日以内は、クーリング・オフが可能（特定商取引法 40 条 1 項）。これにより、Aは契約を白紙に戻し商品を返品して代金を返金してもらうことができる。また、クーリング・オフ期間（20 日間）が経過した後でも、中途解約や返品ができる場合がある（同法 40 条の 2）。

マルチ商法は、新たな会員を募集するために、多量の商品購入が必要になったり、執拗な勧誘がされがちであること、勧誘が会員の知人・友人を対象として拡大され周囲の人間関係を破壊していくおそれもあることなど、多くの問題があるため、特定商取引法によって規制されている。

【問題 10】

A（38 歳・女性）は、4 歳と 6 歳の子どもがいる。Aは、一番上の子どもの出産を機に会社を辞めた。二人とも保育園に通い出し、時間にゆとりができたため、家計の足しにしようとAは、在宅のままでできる仕事を探し始めた。インターネットで仕事を探していると、「自宅で月 8 万稼げる、簡単なパソコンの仕事」というB社の広告を目にして、応募しようと電話した。すると、「検定に合格すれば仕事を紹介する。教材で勉強すれば誰でも合格する。内職すれば、毎月の教材代くらいは余裕で稼げる」といわれ、Aは、40 万円の教材を購入し、12 回の分割払いでクレジット契約を締結した。

勉強したが、難しく検定に合格できず教材代だけが毎月引き落とされている状況が、半年続いた。そのため、AはB社に教材のクレジット契約を解除したいと連絡した。しかし、B社と電話がつながらず困り果てていた。

- ① 内職を紹介してもらうという約束と、教材の売買契約とは別ものだから、教材の売買契約を取り消すことはできず、クレジット代金を支払わなければならない【誤】
- ② 確実に検定に合格し、収入が得られると信じたからこそ教材を購入したのだから、契約を解除し、クレジットの支払いも拒むことができる【正】

（解説）

本ケースのように、内職の募集を装い、商品の購入等をさせる商法のことを「内職商法」という。

まず、事業者が事業のために商品を購入する場合には、消費者取引ではないため、消費者契約法や特定商取引法の適用はないが（消費者契約法 2 条 3 項、特定商取引法 26 条 1 項 1 号）、本ケースのように、事業未経験者が開業の準備段階でした取引にすぎない場合には、これらの法が適用される可能性が高い。

本ケースは、検定に合格すれば仕事を紹介し、収入を得られる旨を告げて教材を購入させ、40 万円を支払わせているため、特定商取引法の「業務提供誘引販売取引」に該当し、契約書面を受け取った日から 20 日以内で

あればクーリング・オフが可能（特定商取引法 58 条）。

また、検定の合格が困難で、将来得られる収入が不確定であるにも関わらず、「教材で勉強すれば誰でも合格する」「毎月の教材代くらいは余裕で稼げる」等と述べて、確実に教材代に相当する収入が得られるかのような断定的な判断を告げているため、「断定的判断の提供」を理由とする契約の取消しが可能（消費者契約法 4 条 1 項 2 号）。

さらに、2 か月以上の後払いをする分割払いのクレジット契約については、もとの売買契約に生じた取消し等の事由を、クレジット会社にも主張することができる（割賦販売法 35 条の 3 の 19）。したがって、クレジット会社から支払請求を受けても A はそれを拒否することができる。

<生徒が作成した二つの選択肢の例>

【問題 1】

- ・契約を取消せない
→A が自ら年齢確認画面で 20 歳以上の欄にチェックを入れた以上、A の親は支払わなくてはならない。
- ・契約を取消せる→未成年取消権の対象となり支払わなくてもよい。

【問題 2】

- ・2 箱目以降の代金は支払わなくてよい
→1 箱目を購入する時点で定期購入であることを知らされていなかったため、契約は成立していない。
- ・2 箱目以降も支払わなければならない→定期購入だからこそ、1 箱目を半額で購入できたから。

【問題 3】

- ・A の恋愛感情を利用した悪質な勧誘であるため、契約を取消せる→クレジットの支払いを拒否できる。
- ・A は自らの意思によりネックレスを購入したため契約を取消せない
→クレジット会社は、関係ないので代金を支払わなければならない。

【問題 4】

- ・サイトにアクセスした時点で契約成立→A は、サイトの利用料を支払わなければならない。
- ・A はサイト利用料が発生することを画面に誘導されるままにクリックしたため、契約不成立
→A は、高額な請求が来ても応じる必要はない。

【問題 5】

- ・C の事実と反する勧誘により契約したため、契約を取消せる→二人は、支払った代金を返金してもらえ。
- ・二人は無料体験を申し込んだ以上、勧誘されるのは分かっていたため、契約を取消せない
→二人は支払った代金を返金してもらえない。
※問題文の最後が、「代金を返金して欲しいと思っている」とあるため、代金を支払うか否かではなく、支払った代金が返金されるか否かで、選択肢の後半を構成。

【問題 6】

- ・A が B にバッグを送って初めて、契約が成立→A は B に代金を返金すれば、バッグを送らなくてよい。
- ・B に代金の振込先を教えている以上、契約は成立→A は B にバッグを送らなければならない。

【問題 7】

- ・A は契約を取消し、代金の返還を求めることができる→B の勧誘方法に問題があったため。
- ・A は契約を取消すことができず代金を支払わなければならない
→勧誘されることが分かっている、B の話を聞いたため。

【問題 8】

- ・中途解約ができ、チケットの払い戻しができる

→英会話のような継続的なサービスは、しばらく続けなければ効果に分からないため。

- ・中途解約ができず、チケットの払い戻しはできない

→Aの個人的な事情（仕事が忙しい・レッスンは面白くない）によりレッスンに通わなくなり、チケットに払い戻しに応じないと書いてあるため。

【問題 9】

- ・Aは、契約を解除できる→クーリング・オフが適用され、Aは代金を返してもらえる。
- ・Aは契約を解除できない
→商品を受取った以上クーリング・オフは適用されず、代金を返してもらうことはできない。

【問題 10】

- ・契約を解除できる→AはBに不確実なことを断定的に言われたため、クレジットの支払いを拒否できる。
- ・契約を解除できない
→内職を紹介してもらえる約束と教材購入は別のものであるため、クレジット代金を支払わなければならない。

<付録 2> ※生徒が書いた感想をそのまま掲載した。

今回の契約についての授業では、契約の法律や制度についてノートにまとめるだけではなく、グループでの話し合いや、実際に弁護士の先生による解説があったことで、より理解を深めることができました。一度、学んだことを活かして、クイズ形式の問題を解くというのは、楽しく学べて記憶に残りました。ノートに書き写していただくだけでは忘れてしまうことも覚えられました。

そして、契約について学んだことで、政治についての興味も少しずつ湧いてきたので、もっと政治にも関心を持っていこうと思いました。(男子)

私は、弁護士の方に来ていただいた時の授業がとても印象的で、記憶に残っています。紙芝居を作って、班で問題を解決し、弁護士の方に説明していただけてすごく分かりやすかったし、普段、本当に仕事をされている方のお話を聞けるのは貴重な体験でした。また、弁護士の方が、「どんなことでも、守れるかもしれないから一度、相談してみるといい」とおっしゃっていたので、自分も困ったことがあったら相談しようと思いました。

特定商取引法ということばが何度か出てきて、これは私たちを守ってくれる大切な法律なんだと思いました。私たちは、まだまだ知識が足りないのので、このように守ってくれる人たちや法律があるのは、すごく心強いと思いました。「契約」は、思っていたよりも簡単に結ばれてしまうことが分かったので気を付けなければならないと思いました。(女子)

この授業を受けている時、私は、ちょうど自分のスマホのメールでワンクリック詐欺に遭いそうになっていました。メールを押したら、「入会完了、24時間以内に20万円の支払いをお願いします」と画面に表示され、最初は本当に焦りました。しかし、授業で似たようなことをやったなと思い、契約についての部分のノートを見返し、請求を無視したら、メールも請求書も一切、来なくなりました。自分は被害に遭わないと思っていたので、本当に怖かったですが、この時期に、この授業を受けられてよかったと思っています。(女子)

よくテレビとかでも悪徳商法の特集を見たりするけど、高齢者だけでなく、若者にも多いことに驚きました。今の自分からすると、「そんな見え見えの嘘に普通、騙されるか」なんて思いますが、実際にはそれだけ多くの被害が出ているとなると少し恐ろしかったです。

今回の授業では、本当に多くのケースを知ることができ、また、消費生活センター等の相談サービスがあるということを知ることができたのも良かったです。授業で学んだことを活かして、騙されず、正しかどうか見極められる大人になりたいです。(男子)

消費者トラブルがたくさんあることを改めて知って、今どきは、フリマアプリとかSNSとかの取り引きで、自分が売る側になることもあるから、どちら側であっても、もっと責任を持った行動をしなければならないと

思いました。企業側と消費者との間で、しっかり情報交換ができていないことがあった場合、クーリング・オフや中途解約は、とても助かるなど思った。

弁護士の先生と紙芝居する授業は、いろんなケースがあって、少しでも間違った選択をしてしまえば、とても大きいリスクを負うことになることが分かって、本当に気を付けたいと思った。(女子)

今回の授業では、弁護士の先生が来て、一緒に正解を考える授業が一番良かった。この先、弁護士と関わる事もなかなかないと思うので、良い機会だった。

契約の内容は、難しかった。特にどこから契約になり、どのようにして契約を解消できるのかなどの基準があやふやで、人によっては口約束のつもりで契約となってしまうので、その辺りはこれから大人になるにつれて契約することが今よりも増えるから、約束と契約を見極めたい。(男子)

私もだんだん大人に近づいているので、授業の中で、こういう様々な知識をしっかり身に付けていかないといけないと改めて思いました。自分も一人の人間だから、いつ、どの立場で、どういう状況になるか分かりません。大人になったら契約のこと、消費者トラブルのこと、いろんなことに責任を持たないといけないので、「授業だから」とかではなく、これから社会に出ていく中で、きちんと覚えておかないといけないと思います。「知っている」・「知らない」、「分かる」・「分からない」で人生が変わることもあり得ると思うので、学んだことは自分や他の人のために活かしたいなと思いました。(女子)



解説をする黒柳弁護士



解説をする今泉弁護士



発表の様子



生徒が作成した用紙

※写真は、いずれも本人の了承を得たうえで掲載。