

若年消費者教育の本校における取組

愛知県立愛知商業高等学校 牧 英津子

1. 年間を通じての取組

7月 9日(金) ワックスがけ(45分6限授業)

1限 3-1「総合実践」 社会科室にて 3限 3-6「総合実践」 社会科室にて

<内容>

ビデオ視聴「あなろぐママのインターネット奮戦記 ～マルチメディアと消費者トラブル～」(20分)

・電子商取引のトラブル事例、注意点について

プリント 「電子商取引のしくみやトラブル事例」

アンケート「オンラインショッピングやネットオークションなどの電子商取引における意識調査」

・次回の外部講師派遣の際の質問事項 (本校担当者作成)

<対象生徒>

3年生国際ビジネス科 科目「総合実践」選択者 1組(30人) 6組(31人)

3年生国際ビジネス科の科目「総合実践」選択者は個人輸入を主に学んでいることから、オンライン取引における消費者教育を行うものとする。

7月14日(水) 保護者会(40分4限授業)

3・4限 3-1、3-6 生物室にて

<内容>

外部講師による講話

「オンラインショップやネットオークションなど電子商取引に関する消費者教育」(60分)

・電子商取引のしくみやトラブル事例、注意点など

アンケート「講話をきいて参考になったこと」

<対象生徒>

3年生国際ビジネス科 1組(38人) 6組(39人)

2月10日(木)

5・6限 3年学年集会 武道場にて

<内容>

劇団による寸劇と弁護士による解説

若年向け悪質商法被害未然防止出前講座より(高校向け)(約90分)

一部 「送り付け商法の寸劇・解説(「契約とは?」も含む)」

二部 「架空請求・出会い系サイト被害の寸劇・解説」

アンケート「出前講座について」 (県民生活課作成)

<対象生徒>

3年生全員(275人)

<配付物>

1. 消費生活情報誌「気づけばあなたもターゲット ～身近に迫る悪質商法～」 1部
2. パンフレット「若者向け悪質商法被害未然防止出前講座テキスト」 1部
3. クリアファイル 1部

2. 上記以外の本校での取組

4月14日(水) 体育館にて

1限 生徒指導課主催 防犯教室

<内容>

ビデオ 「ココロノスキマ」

・携帯電話トラブル、インターネットトラブル(個人情報の流出、不当請求)等

生徒指導担当教員による講話

<対象生徒>

全校生徒(約830人)

3. 商業科における消費者教育の取組の経過

(1) はじめに

新年度に、愛知県西部地域における高校として消費者教育の指定校の任を受け、若年消費者教育を学校の教育活動の中に取り入れていくこととなった。

実施内容については特に指定されたものではなく、どこまでのことを期待されているのかがあいまいであったが、できる範囲のことで構わないとのお話であった。商業高校の商業科に割り当てられたものと理解し、商業高校の学びを活かした形で授業に組み入れていくことはできないかと考え計画した。

私自身、科目「総合実践」を担当することとなり、授業のなかで個人輸入の体験学習を行うことになっている。それはインターネットを利用して海外から商品を輸入するというものだが、オンライン取引との関わりも深いことから、その授業のなかに消費者教育を組み入れていくことはできないかと考えた。しかし、本来の授業の進度に影響のない範囲で行うことを考えなくてはならず、比較的影響の少ないと思われる1学期の期末考査後の時間を割り当てることにした。

商業という教科は、当然のことながら、販売する者の立場で簿記会計や情報処理、経済関係や商品・流通に関することを学ばせる。よって、消費者保護の立場で学ぶ機会というのは、実のところほとんどない。しかしながら、商取引における倫理観の育成と絡め、個人輸入など消費者として関わることも少なからずあることから、そうした面における消費者教育を計画した。

(2) 教科のなかでの取組 [7月以降実施]

ア. “電子商取引における消費者トラブル”をテーマとして

1学期の終わりに、3年生国際ビジネス科で「総合実践」を選択している生徒を対象に、授業のなかで、ネットショッピングやネットオークションに代表される“電子商取引における消費者トラブル”について行った。

授業展開としてはビデオ視聴が主であるものの、テキスト代わりにするプリントを作成し、パワーポイントを使って説明を加えた。ビデオは県民生活課よりお借りしたものであるが、題材豊富なビデオ教材一覧から内容に応じたものを選んだ。テキスト代わりにするプリントを作成したのは、消費者教育を授業として行うため、考査の出題内容に含めていくような形で継続的に使用したいと考えたからである。

安心して利用するための整備

- オンライン・トラスト・マーク
- プライバシー・マーク
- ジャドママーク(JADMA)

信用できる業者の選択を!

(1) 電子商取引法(民法)

- 消費者にとっての2つのメリット
- 1 消費者の操作ミスの救済
販売事業者は、「確認措置」を講じること

申込内容などを確認する画面を業者が作っていないければ、操作ミスをした消費者が悪いとはいえない

(1) 電子商取引法(民法)

- 消費者にとっての2つのメリット
- 2 契約成立時期は、販売事業者が送った「契約承諾通知」が、申し込みをした消費者に届いた時点

民事ルールのため、トラブルとなった場合は、自ら事業者へ契約解除を申し出る必要がある

↑ パワーポイントの一部

<注意> ビデオを借りる際は、前もって予約をしておく必要がある。借りるビデオについては、受け取りと返却を使用者が行うのだが、遠方の場合は送料使用者負担で送ってもらわなければならないため費用負担が生じる。なかには最寄りの県民生活プラザには置いてないものもあり、遠くの県民生活プラザにしかない場合もあるため、注意が必要である。

イ. ネットトラブルに関する生徒の認知度の把握

↓ アンケート抜粋

アンケートを行い、ネットトラブルに関する生徒の認知度を知ること、1週間後に予定していた外部講師による講座“ネットトラブルに関する消費者教育”を行う際の参考にしたいと考えた。

アンケート結果からわかる特徴は、次の10点であった。

【5】電子取引について、	(3)
(1) 電子取引と聞いて思いつく形態は何ですか。(複数回答可) ..	
① オンラインショッピング ② ネットオークション、	
③ 銀行間の電子資金移動 ④ 電子データ交換、	
⑤ その他 ..	
* この次の質問からは「電子取引=ネットショッピング、ネットオークション」として回答してください。 ..	
(2) 電子取引をやったことがある、またはやってみたいと思ったことは、	(1)
ありますか ..	
① やったことがある ② やったことはないがやってみたい、	(2)
③ やりたくない ..	(3)
(3) 電子取引の消費者側のメリットは何ですか ..	(4)
① 低価格で商品の購入ができる ② 便利(時間的、空間的に) ..	(5)
③ その他 ..	(6)
(4) 電子取引のリスク及び心配な点は何か ..	
① 個人情報の漏えい ② クレジット番号の盗用による漏えい ..	

<アンケート結果より>

- ① “消費者トラブル”については「聞いたことがある」程度が多数であり、そのうち“不当請求”についての認知度は予想していたより高い。
- ② “若者がトラブルに遭いやすい”という認識は高いが、相談先として「県民生活課などの公的機関」を知っている者は少ない。
- ③ 消費者保護の法律や制度については「聞いたことがない」が多数を占めた。クーリングオフの認知度は高いが、どんなケースでどのような方法で行うことができるかを、ほとんどの者が知らない。
- ④ “クレジットカードでの多重債務や自己破産”についての認知度は低い。
- ⑤ “オンラインショッピングやネットオークション”を「やったことがある」または「やってみたい」という者が80%にもものぼる一方で、18%の者は「やりたくない」と回答した。
- ⑥ “オンライン取引のメリット”は、「時間的・空間的に便利」が大多数で、“リスク”については、「個人情報の漏えい」と「売上の信用性」が90%を占めた。
- ⑦ “契約の成立時期”は、20%の者しか正しく理解しておらず、“クーリングオフが適用できない”ことも90%の者が「知らない」と回答した。
- ⑧ “ジャドママーク”や“エスクローサービス”については、ほぼ全員が「知らない」と回答した。

これらの結果を、外部講師の方にあらかじめお伝えすることで、より効果的な講座になればと考えた。ただ、全体としての生徒の意識や関心は低く、冷房のない真夏の暑い部屋で2時間の講義を集中して聞ける者は少なかった。

また、今回、私自身初めてのこともあり、アンケート内容がやや広範なものになってしまったため、アンケート結果の集計を一人で行うのはかなり大変な作業であった。もう少し簡潔な形で必要な事柄に絞って生徒の意識調査ができればよいと感じた。

ウ. 外部講師による消費者教育

私が、テキスト代わりに用いたプリントの内容のほとんどは、インターネットからの情報であるが、外部講師の講話の内容とほぼ一致していたため、大きな隔たりがなく安心した反面、生徒にとっては事前指導と同じような内容に感じられた新鮮味が欠けたのではと心配した。しかし、講師の方自身がネットショッピングやネットオークションの経験豊かな方で、御自身の経験からくるアドバイスには説得力があり、外部の専門家に話していただくことの印象深さを感じた。

なお、2学期の中間考査で、3年国際ビジネス科「総合実践」選択者に対し、オンライン取引に関する注意事項やメリット・リスク、トラブル事例などに関することを出題した。テストの出来は、生徒の考査への取組に比例している様子でそれぞれであった。問題作成においては、出題の仕方に大変苦勞した。

<外部講師による講話の様子>

ネットショッピングに対するアドバイス →



← ネットオークション
に対するアドバイス

エ. 時間と場所の確保の難しさ

実施にあたり苦勞したのは、授業時間を確保することであった。外部講師による講話を行うような場合は、当然のことながら多くの生徒に聞かせたいと思うのだが、この消費者教育が年度当初に入ってきた関係で、年間行事予定の中には組み込まれていないため、時間や場所を確保するにあたり、関係するいくつかの授業をどうするかという点で無理が生じたことである。

なんとか3年生国際ビジネス科の2クラスの生徒全員を対象に行うことができたが、いろいろなところでご迷惑をおかけすることになった。この点についていえば、2月の学年集会のなかで3年生全員を対象に、劇団を招いて消費者教育を行わせていただいた時も、武道場などの施設を使用させていただく関係から、体育の授業や部活動で武道場を使用することができなくなり、ご迷惑をおかけした。よって、学校行事のような形で行うことが妥当な場合、指定校の願いは、少なくとも実施年度の1年前には済ませておく必要があることを書かせていただく。

(3) 学年集会のなかでの取組 [2月実施]

2月には、消費者教育を3年生全員対象に行わせていただいた。卒業を控えた3年生に対し、社会に出るにあたって消費者トラブルに巻き込まれる可能性も高くなると思われることから、学年末考査を終えた後の時間をいただき、学年集会のなかで全員を対象にビデオ視聴中心に行えたらと考えたからである。

当初1限目のHRを利用して行うつもりであったが、県民生活課の啓発活動の一環で「若者向け悪質商法被害未然防止出前講座の案内」をいただき、寸劇を利用した珍しい形式での消費者教育があることを知り、生徒にとってより印象深いものになるのではないかと考え、申し込みをさせていただいた。

<注意> 申し込みにあたり注意をしなければならないのは、9月後半から3月中旬までが開催期間であるが、申込締切は9月中旬までである。開催決定通知が届くのは調整後になるので、その結果、開催できないというケースもありうる。学校としては、校内の会議で開催の了承が得られてから申し込みをするため、了承を得られたにもかかわらず、開催できない場合もでてくる。

また、講座は基本的に午後1時30分～3時までの90分で、なおかつ劇団の準備や片付けの関係で、会場を午前中から午後4時30分頃まで確保しなければならない、これが、時間と場所の確保の面で苦勞をする点である。1・2年生が体育で武道場などの施設を使用したり、午後部活動を行う関係で、多方面にご迷惑をおかけすることになる。

さらに、この講座にかかる費用が多額（50万円程と伺っている）であり、学校が負担しなくてはならないことを考えると、難しい面が多いと思われる。（今回は、指定校ということもあり、本校の費用負担は生じなかった。）

ア. 寸劇による消費者教育

学年末考査後の授業時間帯の午後ということもあり、生徒の欠席が目立った。しかし、参加した生徒については、劇団の方の演技に引き込まれるように静かに劇を鑑賞し、弁護士の方の説明をきちんと聞くことができ、集中した態度が印象的であった。参加生徒には、たいへん勉強になったと思っている。

このような印象深い形で50万円程の多額のお金を使って行うのであれば、全校生徒対象にするなど、大きな規模で行うのがよいと思うが、はじめに書かせていただいたように、学校行事として年間行事に組み入れることができないため、学年集会のなかで調整して行うことが最低限できることであった。終えてみて感じることは、小規模でしか行えないのであれば、50万円というお金をもっと違う形で有効利用できないかという点である。より広範な形でなんらかの消費者教育を行う機会を設けたほうがよいのかもしれないと感じた。



(4) 学校行事としての取組

本校に限らず、どの高校でも年間行事のなかで「防犯教室」なるものが開かれているものと思う。本校では毎年度当初、生徒指導課主催で全校生徒対象に50分の時間で行っている。

その内容は、携帯電話などからの個人情報流出による被害やトラブル防止で、“不当請求”もその中に含まれている。それもあり、7月の授業で行った生徒のアンケート結果では、“不当請求”に関する認知度が高かったのだと思われる。しかしながら、個人情報の安易な流出についてはとどまることを知らないかのように表面に出てくる。生徒は、ブログやプロフといったものを通じて安易に個人情報を書き込んでいる。日頃の呼びかけにも関わらず、である。生徒には、教室や講座で学んだことをその時は認識をしても、時間が経つと認識が薄れてしまうのだろうか。

(5) おわりに

今回、消費者教育の実践において気づいたことは、商業科目を教えるにあたり消費者保護の立場にたつ機会はあまりないということである。例えば、マーケティングや販売促進に関して言えば、路上で消費者からアンケートをとり、それを商品開発に活かすような取組もされている。消費者の意見を聞くためにアンケートを取ることは商業にとって一つの手段なのだが、一方、消費者保護の立場で見ると、アンケートはキャッチセールスに該当し、やらないほうがよいという話にもなるのだろう。携帯電話による不当請求にしても、実際に無料のサイトが存在するなか、誤認させられるようなケースもあるが、ネット上の通信の自由を制限することはできず、事業者側への働きかけには限界があり、消費者教育に重点を置くことになるのだろう。

そんななか、今回の機会を通じて、私自身ネットオークションやネットショッピングにおけるメリットやリスクを勉強することができた。これからさらにネットを利用したサービスが発展してくるものと思われるので、商業という立場で、消費者の抱えるリスクを考えることができたのは有意義であった。さらに、そうしたネット取引においても、少しずつ安心安全な環境が整備されつつあることも分かった。例えば、協会による信認である。審査を通過した業者に対して“ジャドママーク”などの信認マークを販売業者に与えることで、消費者は安心感を持ってネット上で取引を行うことができる。また、注文の際には確認画面を設けることを業者に義務付けたり、通信販売にもクーリングオフを適用できるようにしたりと、少しずつではあるが環境整備が進んでいる様子がかがえた。

悪質商法から自身を守るために一番大切な認識は「契約」であり、興味本位で安易な契約に注意を促すことと、悪質商法に対する警戒、また巻き込まれた場合に「一人で悩まず、すぐに相談」できるネットワークづくりである。高校生にとってそれらを知ることは大切である。

<別紙参考資料>

1. パワーポイント資料 : 消費者教育 テーマ「電子商取引」
2. テキスト代わりのプリント : 電子商取引とは
3. アンケート : 消費者教育アンケート
4. アンケート結果 : 1学期消費者教育 事前アンケート集計結果