

持続可能な社会の構築を目指した消費者教育の教材開発の試み

— 小学校教員養成課程の大学生対象の調査を踏まえて —

星 野 洋 美

Practical Research on the Development of Teaching Materials
Aimed at Building a Sustainable Society in Consumer Education
-A Survey of University Students in an Elementary School Teacher Course-

Hiromi HOSHINO

2019年11月8日受理

抄 録

2022年からの成年年齢の引き下げの施行により、これまで未成年者として保護されてきた18-19歳の若者に成年者としての自覚や責任ある態度が求められる中、持続可能な社会を担う消費者市民の育成を目指した消費者教育が重要視されている。消費者庁・金融庁・法務省・文部科学省は連携して「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」(2018)を打ち出し、消費者庁は若年者教材「社会への扉」(2017)を作成し、消費者教育を推進している。これらの主な対象は高校生であるが、将来的な効果を考えると小中学生を対象に積極的に消費者教育を行う必要がある。また、SNS等のトラブルの18歳未満の被害者数が年々最多を更新し低年齢化している現状から、小学生からの消費者教育は喫緊の課題と言える。そこで本研究では、小学校家庭科における消費者教育のテキスト教材を開発し、教職課程の大学生を対象に実践的調査を行い、その汎用性等を明らかにした。

キーワード：消費者教育、持続可能な社会の構築、成年年齢引下げ、消費者市民、小学校家庭科

1. はじめに

グローバル化や情報化が進む反面、地球規模での課題が深刻化し、地域社会でも生活課題が多様化・複雑化していることから、持続可能な社会の構築に向けた取り組みが行われている昨今、21世紀を担う若者への期待は大きい。折しも、成年年齢の引き下げが2022年から施行されることとなり、これまでは未成年者として保護されてきた18-19歳の若者が、社会づくりの一端を担う成年者となることが現実となった。18歳以前から成年者としての自覚や責任ある行動等の学習が必要とされる現在、持続可能な未来のための生活行動力の育成に直接関わる消費者教育が注目されてきている。

契約当時 18-22 歳の年度別消費生活相談件数（政府広報 2019、独立行政法人国民生活センター 2018）によると、2013 年度から 2017 年度までの相談件数は、どの年度においても 18-19 歳に比べて 20-22 歳の方がはるかに多くなっている。2017 年度を例に挙げると、18-19 歳が 3,855 件で、20-22 歳は 7,236 件となっており、約 1.8 倍となっていることから、未成年者取消権による保護が無くなる直後から被害に遭う確率が一段と高くなるのがわかる。

18-19 歳というのは現行の民法では未成年者である。日本の民法では、20 歳未満の人を未成年者としている（民法 4 条）。そして、未成年者が契約という法律行為を行う際には、親権をもつ者や未成年後見人等の法定代理人の同意を得る必要があるとされており、同意を得ないでおこなった契約については取り消すことができる。（民法 5 条）つまり、相対的に見て未熟である（一般常識に疎く、生活経験が少なく、十分な判断能力を備えていない等）と思われる未成年者は、法律行為の 1 つである契約等によってもたらされる不利益から保護される対象ということである。消費者被害が 20 歳から急激に増加することを示した上述のデータからも、この未成年者取消権等々が、18-19 歳の未成年者を消費者トラブルなどの不利益から守っていることがわかる。

しかし、2019 年 3 月 13 日に、民法の成年年齢を 20 歳から 18 歳に引下げる民法改正法案が閣議決定され、国会に提出され、成年年齢引下げが 2022 年から施行されることになり、18-19 歳の若年者は保護の対象から外されることが必至となった。この成年年齢引下げに伴い、若年者の消費者被害が危惧される。

こうした状況の中、消費者庁・金融庁・法務省・文部科学省の 4 省庁は、連携して「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」を打ち出し、成年年齢引下げを見据え、「若年者の消費被害の防止・救済のため、また、自主的かつ合理的に社会の一員として行動する自立した消費者の育成のための効果的な消費者教育の方策として、実践的な消費者教育の実施を推進する」ことを提示した。（4 省庁関係局長連絡会議 2018）

その中に、「教員による消費者教育の指導向上のための教職課程、免許状更新講習及び教員研修に関する取組」の記載がある。本論文では、「1. 教職課程における消費者教育の内容の充実」における「公民科・家庭科において、消費者教育に関する内容についての実践的な能力を生徒に対して指導する力が身につけられるよう、大学に対して促す」という文言に着目した。実践的な能力を生徒に対して指導する力を付けるためには、まず、消費者問題又は消費生活に関する事項について知る必要がある。また、大学に対して促すとあるが、既に小中高校の教員養成課程にあるいくつかの科目で学ぶことになっている。複数教科を教えなければならない小学校の教職課程の家庭科に関する科目では、消費生活と環境を学習することは必須になっているはずである。

「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」については、高校生が主対象になっているのであるが、2022 年になった時に成年となるのは現在の中学校 3 年生と高校 1～3 年生であることから、中学生にも消費者教育を推進する必要

があり、消費者教育の効果を想定すると小学校から進めていくべきであると考え。

そこで、本研究者は、大学の教職課程における消費者教育の内容の充実を目標に、家庭科の「消費生活・環境」に関して身につけるべき内容を精選・整理し、授業を行い、その効果と課題について明らかにしたいと考えた。

2. 調査の概要

(1) 調査の方法

- 1) 調査時期：2018年12月～2019年1月
- 2) 調査対象者：静岡県内の大学における2018年度の教職課程における小学校家庭科の指導に関する講義の受講者（大学の1～2年生）131名
- 3) 調査方法：質問紙による集合調査（「消費生活・環境」で学習すべき事項等）
- 4) 回収率：100%
- 5) 分析方法：回答の記述内容を読み取り、データベースを作成し、エクセル統計又は計量テキスト分析、KJ法による分析等を行った。

(2) 調査の内容

テキスト内容（表1）を、授業において、前半で解説を行い、後半に受講者（調査対象者）個々で学習する時間を設ける。その前後に、対象者自身の考えで、消費者教育に関する内容についての実践的な能力をつけるため、児童に学習させたい内容についての質問調査を行う。その後、集計し、結果について分析を行う。

表1 テキストの内容（項目のみ記載）

<p>1. なぜ、消費生活・環境について学ぶのか</p> <p>(1) 児童・生徒の消費生活の実態 (2) 最近の消費者問題の動向</p> <p>(3) 持続可能な未来のために求められる消費行動</p> <p>2. 小学校で取り上げるべき具体的な内容</p> <p>(1) 物や金銭の大切さに気づき計画的な使い方を考えるために必要な知識</p> <p>①収入と支出 ②契約 ③物やサービスの販売方法と購入方法の種類</p> <p>④消費者問題とその対策</p> <p>(2) 物の選び方・買い方・使い方を考えるために必要な知識</p> <p>①買い物の手順 ②表示・マークから得られる情報</p> <p>③人や地球に優しい選び方・買い方</p> <p>（グリーンコンシューマー、フェアトレード、食品ロス、地産地消、エシカル消費など）</p> <p>3. 授業・教材の具体的事例</p> <p>(1) お金の計画的な使い方、物やサービスの選び方を考える教材</p> <p>「くふうしようかしこい生活」</p> <p>(2) 消費行動と環境問題との関わりを考える教材</p> <p>「人や環境に優しい買い物の仕方を考えよう」</p>
--

3. 結果及び考察

テキスト教材を使った授業の事前調査と事後調査の集計結果については、「消費生活と環境」で学習すべき事項(図1)にまとめた。分析からわかったことに及び考察については以下の(1)~(6)に記していく。

(1) 「消費生活・環境」で学習すべき事項について

1) インターネット、SNS に関する学習

どの世代においてもインターネットでのトラブルに遭遇する可能性があるが、特に子どもの場合は、手軽でいつも持ち歩けるスマートフォンやゲーム機等で様々なサイトにアクセスする頻度が多いことから、大人以上にインターネット利用率が高くなる傾向があることを語ったところ、世代の近い大学生はよく分かっていた。しかしながら、小学生はスマートフォンを持つことは禁じられていることや、持っても様々なサイトにアクセスすることができないように親が制限をかけていることから、そういうことは頻繁に使うようになる中学生になってから学習すれば良いことであると考えている大学生が半数おり、さらにインターネットについてはプログラミングに関する学習が導入されるからそこで学ぶのではないかといった意見も見られた。

そこで、授業において、警察庁のデータ情報を提示し、SNS をきっかけに被害に遭った18歳未満の子供は統計を取り始めた2008年以降の最多を更新し、被害内容が淫行や買春、わいせつな画像の「自画撮り」が大半を占め、ツイッターに絡むトラブルも多いことや、被害者が年々低年齢化していることを説明した。

その結果、現状認識が出来たことにより、事後の調査においてSNS についての学習を早期(小学校段階)に行うべきと考えた対象者が多くなったと思われる。

2) 新しい消費者問題の内容と被害者や加害者にならないための防止策に関する学習

授業の際に聞いてみると、これまで中学校や高校で学習してきた悪質な商法については知っていて、比較的新しい振り込め詐欺や架空請求などの特殊詐欺については主なターゲットは高齢者という思い込みがあることがわかった。そこで、新手の悪質商法や特殊詐欺について紹介(表2)し、年々インターネット絡みのトラブルが多いことにも触れた。また、インターネット関連のトラブル被害者は、操作等ハード面での情報リテラシーが十分とは言えない中高年層や、情報モラル等ソフト面での情報リテラシーに問題のある若年層に多いことに言及した。

その結果、振り込め詐欺・架空請求・悪質な商法が増加したと思われる。さらに「新しい手口の内容と対策」「犯罪の加害者にならないように」といった記述も登場することになったと考えることができる。

3) 持続可能な未来のために求められる消費行動についての学習

持続可能な未来のために求められる消費行動ということで、まず授業において、持続可能な開発目標(SDGs: Sustainable Development Goals)にある達成すべき17の分野別目標に、貧困・エネルギー・気候変動・平和などとともに、持続可能な消費

に向けた取組が盛り込まれており、既に世界規模での取り組みが始められていることや、国内では消費者市民社会の形成を目的とした消費者教育が推進されていることについて説明をした。さらに、これらを踏まえて、SDGsを考慮し、消費行動が経済、社会、そして環境に影響を与えることを自覚して、意識的に行動することのできる「消費者市民」の育成の必要性、消費者市民の行動の具体例ということで、エシカル消費をテーマに、グリーンコンシューマー、フェアトレード（開発途上国からの原料や製品を適正な価格で継続的に購入することで、立場の弱い生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易の仕組み）、食品ロスとフードバンク事業、地産地消や応援消費についても言及した。

その結果、グリーンコンシューマー、フェアトレード、食品ロスや地産地消や応援消費についての記述が登場し、さらにエシカルファッションを意識したファストファッションの増加が見られた。

4) 表示・マークについての学習

事前の調査で最も多かったのが表示・マークであり、事後も上位となっている。

教材テキストに示されているのは、生活に必要な表5の表示（食品の賞味期限・消費期限やアレルギーについての表示、衣類についての品質表示等）や表6のマーク（環境関連のものや規格に合格したものなど）である。

ここ数年の間に変化したものが多くあることから、テキスト教材には載せていない表示やマークを取り上げ、補足資料を用いて説明を行った。例として、新JIS規格の取り扱い表示（ISO規格の表示+干し方に関するシンプルな表示）、電子商取引を行う事業者の信用性の根拠となりえる規格合格マーク（オンラインマーク、インターネット接続サービス安全・安心マーク、プライバシーマークなど）、機能性食品の表示などがある。

さらに、説明だけではなく、エシカル消費に関わる表示やマークをテーマに、フェアトレード（表6参照）の他に、WFP（世界食糧計画）による学校給食プログラムに協賛している企業の赤いコップマークをはじめ、様々な表示やマークがあることを、自主的に発見してもらうことも授業において試みた。

実物を見ながら説明を聞いたことと、自らエシカル消費に関わる表示やマークを見つけたという活動を行ったこともあり、学習すべき事項と捉えた人数が、事後では事前の1.5倍の増加となった。

5) お金の管理や使い方についての学習

意外とのびが少なかったのは、お金の管理や買い物の仕方といった基本的な内容であった。月単位のお小遣いを1ヶ月間で上手に使うことができるかどうかについて考えたらどうかという授業者の投げかけに対して、お小遣いの使い方や管理の仕方は家庭教育の問題であるという考えや、そもそも昔のように月単位のお小遣いという習慣が無い小学生が多いのではないかという意見があった。高校生までお小遣いについて

の管理が無いまま社会人となって自活することになった場合、自分の収入に見合う金銭管理が上手く出来るのか心配である。

ものの購入の仕方について改めて学習した際に、自分はこのような手順を踏んで買い物をしていなかったことに気付かされたという感想が出ており、この内容（表3）に則って買い物をすることで、実は様々なトラブルや買いすぎを回避できることに気付くことができた対象者が約半数いた反面、小学生がわかるように当たり前のことを丁寧に書いていると思う程度で、ものの購入の仕方について敢えて学習する必要性を感じない対象者も約半数いた。

しかしながら、カードについての知識は、事前も事後も多かった。事前については、実生活の中で頻繁に使うようになってきたことから必要性を感じていたということであるが、事後については、お金の管理や買い物の仕方の学習の中に支払いの方法について記されていることや、グローバル化・情報化の進展と東京オリンピックを視野におきつつ消費税率の引き上げを機にキャッシュレス化を政府が進めている状況について新聞等を利用して説明したことで、より増加したと思われる。

6) 契約と契約に関する法的知識についての学習

成年年齢引下げが2022年から施行されることになり、18 - 19歳の若年者は民法による保護の対象から外されることが必至となった今、契約をめぐる法的知識についての学習は必要である。また、高校生世代を中心に消費者教育を進めるという方策が検討されているが、2022年に成年となる現在の高校生には早急に行うべきであり、現在（2019年時点）中学校3年生の生徒が2022年に18歳になることを考えると、全員が高校に進学するとは限らないのであるから、義務教育最後の中学校3年の間に学習すべきである。つまり、今後については、義務教育期間である小中学校の間に、契約とは何か、契約をめぐるトラブル、未成年者保護などの契約に関する法の適用などについて学んでおく必要があるということである。

しかしながら、大学生からは、契約や法による未成年者保護等についての記述はなかった。グローバル化・情報化の進展と、東京オリンピックを視野にキャッシュレス社会が現実となってきた現在、小学生のうちから、契約に関する基本的な知識を得ることや、様々なトラブルを回避する術を学ぶことは必要であると思われる。

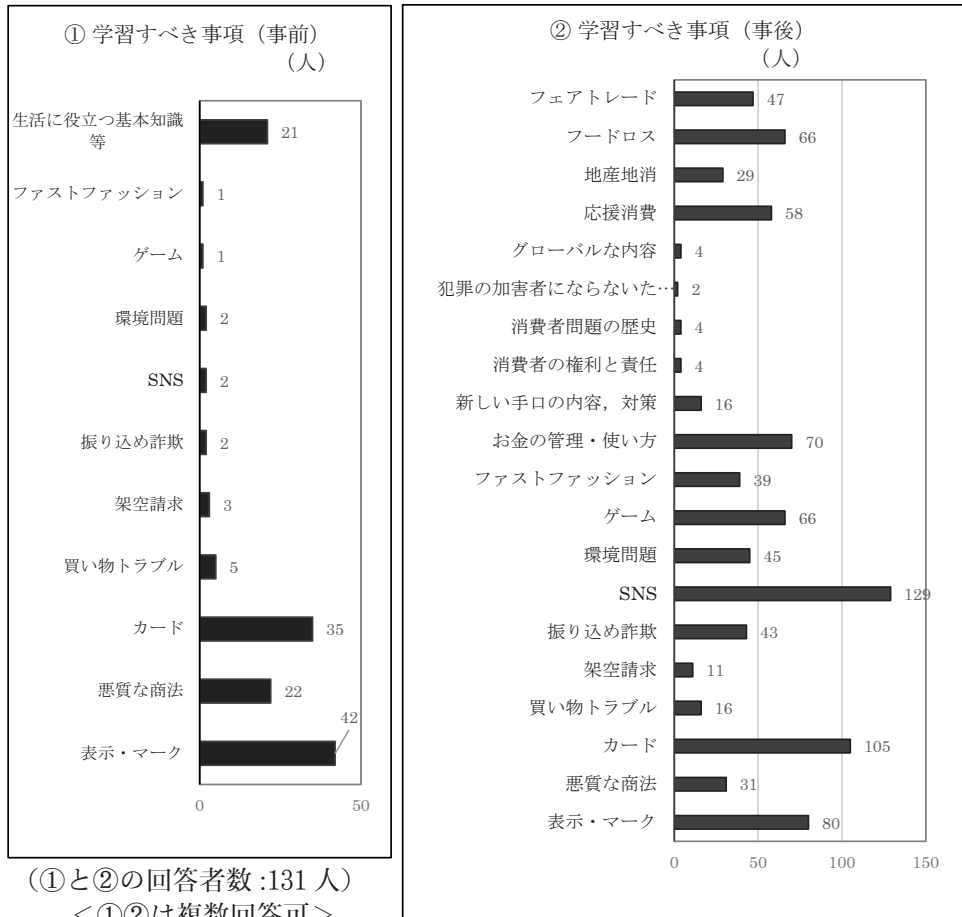



図1 「消費生活と環境」で学習すべき事項(事前調査①と事後調査②の結果)

表2 最近の消費者トラブルの例

	トラブル名	内 容
インターネット	インターネットでの通信販売	通販サイトで商品を購入し代金を銀行振込で支払ったが商品が届かない、メールで問い合わせしても返信がない。
	架空請求 不当請求	利用した覚えのない「コンテンツ利用料」や「サイト利用料」、「アダルトサイト利用料」等の請求メール、さらに『有料動画の料金が未納、本日付で連絡しないと法的措置をとる』という文面の請求メールが届く。
	誘い出し なりすまし	SNS やネットで知り合った人による性犯罪被害など。警察庁によると、平成27年のコミュニティサイトに起因する児童被害は約1700人

健康	「お試し」のつもりが定期購入？	健康食品等について、お試しということで通常価格より安い価格で購入したところ、定期購入の契約をしたことになっており、高額請求された。
	健康食品の送り付け商法	頼んでもないのに送ってきて、事業者から「申し込んだのだから払え」と高圧的に言われ（暴言等）、押し切られて承諾してしまうケース等。
勧誘	劇場型勧誘	複数の業者が役回りを分担し、パンフレットを送り付けたり、電話で勧誘したりして、消費者があたかも得をするように信じ込ませて実体不明の金融商品等を買わせる手口。高齢者を中心に深刻な被害がある。
	光回線サービス等	『契約の更新時期が来ている、更新するには転用ナンバーが必要』などと転用以外に更新できないような説明での勧誘、代理店の会社名をはっきりと名乗らず大手電話会社が電話しているかのような勧誘があった。

表3 買い物の手順

買い物の手順について 

①買い物の目的を明らかにする
 例えば、「鉛筆が小さくなり使いにくくなったから鉛筆を買うため」「カレーをつくるからその材料を買うため」「髪の毛が伸びたから床屋で散髪してもらうため」等、物やサービスを購入する理由を明確にする。

②計画をたてる
 1) ○物やサービスの具体的な形や様子、△予算、□時期、◇場所等を定める：鉛筆を例にすると、○はBの黒、△は1本80円として消費税込みで5本だから400円以内、□は今すぐ、◇はABC文房具店、ということになる。
 2) 買う物やサービスについての情報を得る：○について、インターネットで調べたり、家族や友達に相談する等、情報を基に決める。△□◇も同様で、相談するなど情報を得て決めることが大切である。

③きちんと選ぶ
 目的や好み、予算、品質（汚れ、破損、性能）、表示およびマーク（食品の期限、何が入っているか、何で出来ているか、アレルギーに関する記載があるか、安全か、環境に優しいかなど）をよく見て確かめる。

④代金を払い、物を受け取る（契約成立）
 購入者は、「○○を受け取る権利」と、「○○の代金を支払う義務」が生じる。
 店は、「○○の代金を受け取る権利」と、「○○を提供する義務」が生じる。
 代金の支払い方は現金払いが基本であるが、支払いの方法は多様で、児童でも電子マネーやプリペイドカード、ポイントカード等を利用しての支払いが可能である。（表4参照）

⑤使う
 買い物についての振り返り（計画、目的や好み、品質等について）を行い、物使いの仕方（用途に合った使い方、長持ちする使い方や手入れの仕方）を確認して、使用する。
 振り返りの段階でサイズや品質に不備があれば、レシートと品物（未使用）を店に持って行って交換する必要がある場合もある。

表4 現在使われている購入・支払い方法












	現金（即時払い）	プリペイドカード（前払い）	クレジットカード（後払い）
使い方	小銭やお札で直接的に支払いをする。	事前にカードを購入。利用し支払った分だけ残額が減る。	カードを提示しサイン等する。利用代金は後日に預金口座から引き落とされる。
長所	<ul style="list-style-type: none"> ・利用できる店が多い。 ・購入者も店も手数料が生じない。 ・所持金内の買い物ができ、使いすぎない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金携帯のリスクが低い。 ・使いすぎない。 ・誰でも持てる。 ・ギフトとして贈れる。 ・少しサービスが付く。 	<ul style="list-style-type: none"> ・現金携帯のリスクが低い。 ・持金を超える決済が可能。 ・支払い時間が早い。 ・海外でも利用可能。 ・保険、ポイント等サービス付。
短所	<ul style="list-style-type: none"> ・支払いに時間がかかる ・多額の現金を携帯する場合のみ、リスクがある。 ・所持金以上は払うことができない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・使える所が限定される。 ・紛失した際に戻ってこない可能性が大きい。 ・残額が表示されない場合、後いくら使えるのか分からず不安である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・管理しないと使い過ぎてしまう。 ・高額商品を購入しがち。 ・利用できる店に限られる。 ・スキミング等のリスクがある。 ・カード作成に審査が必要

	デビットカード（即時払）	電子マネー（前・後払い）	振り込み、コンビニ決済（前・後払い）
使い方	買い物などの際にカードを提示し暗証番号を入力することで、利用代金が口座から即時に引き落とされる。	金銭的価値を持つ電子データ。買い者、バスや電車に乗る際、カード等の提示で決済ができる。プリペイド型かポストペイ型。	振込用紙で金融機関かATMで払う。購入先から送られた払い込み番号によりコンビニエンスストアのレジに行き、支払いをする。
長所	<ul style="list-style-type: none"> ・借金のリスクが少ない。 ・審査がない。 ・キャッシュカードの付帯機能が付いている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・借金のリスクが少ない ・支払いが圧倒的に早い ・近年急速に普及した、簡単に利用できる決済手段である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・近くの金融機関、ATM、あるいはコンビニエンスストアで支払いができて楽である。
短所	<ul style="list-style-type: none"> ・預金額を超える支払いはできない。 ・使える店に限られる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・チャージした金額を超える支払いはできない。 ・使える店に限られる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・期限がある。 ・払い込み番号や振込用紙の紛失をした場合、手続きが困難。
<p>※新しい支払方法：インターネットバンキング（インターネットを介した銀行振込）や、電子収納サービス（インターネットバンキング、モバイルバンキング、ATMによる支払）、ネット通販専用のギフト券など</p>			

表5 表示の例

	表示と意味
食品	賞味期限：この年月日まで、品質が変わらず美味しく食べることが出来る期限 消費期限：この年月日まで、安全に食べることが出来る期限 アレルギー表示：特定の食品アレルギーの健康危害防止の為 その他、栄養成分表、原材料、保存方法、製造者など
衣料	品質表示：サイズ、組成表示（繊維とその割合）、洗濯表示などの取り扱い表示（手入れの仕方）、原産国、製造者に関する情報など。

表6 覚えておきたいマーク

	色々なマークの種類					
環境 関係	エコマーク 環境保全認定  ※認定品	材料識別マーク（リサイクルマーク） ペットボトル プラスチック 紙 スチール アルミ      ※お菓子の袋や飲み物のペットボトルや缶等の容器包装物				
	規格 に 合格	JAS マーク (日本農林規格)  ※ヨーグルトや飲み物等の食品	トクホマーク (特定保健用食品) 	JIS マーク (日本工業規格) 	SG マーク (製品安全) 	国際フェアトレード 認証ラベル 

(2) 調査分析のまとめ

A) 事前よりも事後に記述項目が増えていることについては、テキスト教材を用いた学習（全体講義と個々の課題学習）の効果があったことを示している。

B) 全ての回答を分析したところ、対象者である小学校教員志望の大学生の約5割は「小学生が学習すべき事項」についてのみ考えて回答をしていることがわかった。本調査は、小学生が学習すべき事項を踏まえ、小学校教員になる大学生が学んでおくべき学習事項を主とする調査であることから、不本意な結果となった箇所が幾つか見られたことは認めざるをえない。

小学生に教授する側の立場で必要な学習事項は、小学生が学習すべき事項以上の内容でなければならない。例えば、契約について教える立場の教員は、契約とは何かを説明できるために、契約に権利と義務が生じることや法的な保護や違反行為について知っていなければならないのである。しかし、そこまで深く広く学ぶ必要性があると捉えていない対象者が予想以上にいたと思われる。

このような課題が明らかになったことにより、テキスト教材を活用して、小学生に学ばせたい内容について考えるだけでなく、学ばせたい内容をきちんと教授するため

に自分が何を学んでおくべきかを考えさせることも、授業において取り入れることにより、より充実した消費者教育の実践となり得ることがわかった。

今回は、教材の開発と汎用性に着目した報告となっているが、今後は活用方法など教授法に重点をおいた調査研究を行っていく所存である。

4. まとめ

(1) 持続可能な社会の構築の観点から

消費者の責任に、環境への配慮や、社会的弱者への配慮がある。中学校において、じっくりと学ぶ内容ではあるが、児童期からグローバルな視点や社会的価値観を育てておくことで、中学校の家庭科への関心度や重要度を高めることになり、主体的に消費行動に関わることのできる消費者市民の育成につながると思われる。

また、循環型社会形成推進基本法において、持続可能な社会をめざした消費行動として環境の3Rが提唱されてから17年が経過したが、未だに使い捨て文化は消えず、分別の手間を惜しむ行為が多くみられ、十分定着したとはいいがたい。児童期から、環境配慮に向けた責任ある行動につながる価値観や、SDGsにも示された社会的弱者への配慮といった行動につながる価値観を身につける必要がある。そのためにも、将来小学校教員となる大学生には、小学生に学ばせたい内容について考えるだけでなく、学ばせたい内容をきちんと教授するために自分が何を学んでおくべきかを考えさせることも、授業において取り入れていく必要があると思われる。

(2) 成人年齢引き下げの観点から

対象者である大学生は18歳又は19歳であり、彼らは進学により生活環境が大きく変わった時期を過ごしている。中には、親元を離れてはじめての一人暮らしをしている大学生がいる。これまでは家庭で庇護されている立場であったのであるが、社会と直接関わる立場となった今、人間関係づくりに苦慮してはいないか、契約をめぐるトラブルや悪質な商法に巻き込まれていないかと、心配になる親も多いと思われる。家を借りる、家具をそろえるというところまでは、親が面倒を見ることは可能であるが、その後の生活で必要になる、インターネットの契約、ギフト券やカードを使ってのネットショッピング、旅行、自転車や自動車の購入、保険への加入等々の様々な契約については自分で行わなくてはならない。未成年者である時期は契約に関しては法的に守られてきたのであるが、成年者となったらそうはいかなくなる。今後、彼らは、消費者トラブルの被害が20歳から急激に増加することを実感することになるとと思われる。成年年齢引下げが2022年から施行された時点から、18歳から消費者トラブルに巻き込まれる確率が増すことは容易に想像がつくことから、若年成年者となる若者の受難を察知することのできる大学生が自ら学び、率先して消費者教育を推進して欲しいと願っている。

引用・参考文献

- (1) 内野紀子他「小学校 私たちの家庭科 5・6」開隆堂 pp.54-55 2015年
- (2) 星野洋美「第10章 消費生活と環境に関する教材を考える」大竹美登利・鈴木真由子・綿引伴子編著『小学校家庭科教育法』建帛社 pp.117-130 2018年
- (3) 静岡県消費者教育ポータルサイト「なるほど！ 消費者教育」2014年
- (4) 若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」2018年7月12日
- (5) 消費者庁「平成30年度版度版消費者白書」2018年
- (6) 消費者庁「社会への扉」2017年
- (7) 消費者庁「消費者行動・意識と消費者問題の現状」『平成26年版消費者白書』2014年
- (8) 消費者庁「消費者市民社会」『平成25年版消費者白書』2013年
- (9) 政府広報オンライン「20歳の皆さん、ご用心！ 大人になると増える、こんな消費者トラブル」『暮らしに役立つ情報』2019年3月25日(2019年10月1日)
- (10) 独立行政法人国民生活センター「全国消費生活情報ネットワークシステム PIO-NET (Practical Living Information Online Network System)」(2018年11月30日迄のPIO-NET登録分) 2019年
- (11) 独立行政法人国民生活センター「子供の消費者トラブル」2017年7月28日
- (12) 独立行政法人国民生活センター「消費者トラブルメール箱 2016年度のまとめ」2017年
- (13) 日本経済新聞 web版「18歳未満の子供のSNS被害に関するまとめ 平成30年4月26日発表」2018年4月26日
- (14) 日本弁護士連合会「Q&A 消費者教育推進法と消費者市民社会」4-5頁 2015年
- (15) 農林水産省「子どもの食育 注目しよう食べ物のこと 消費期限と賞味期限」2006年
- (16) 星野洋美「第7章 消費生活・環境の学習」三沢徳枝/勝田映子編著『初等家庭教育』ミネルヴァ書房 pp.117-131 2019年