

オンラインシンポジウム

若者に届け！未来を創る消費者教育
～成年年齢引下げ1年後のリアルを踏まえて～

報 告 書

日 時：2023年（令和5年）4月7日（金）午後6時～午後8時

場 所：Zoomウェビナーによる配信

主 催：日本弁護士連合会

共 催：東京弁護士会、第一東京弁護士会、第二東京弁護士会

後 援：文部科学省 消費者庁 日本消費者教育学会
公益財団法人消費者教育支援センター

※本報告書は、シンポジウムにおける報告者及び各パネリストの発言内容をまとめたものであり、当連合会の公式な見解ではありません。

進 行 次 第

1 開会挨拶／辻 泰弘（日本弁護士連合会副会長）

2 報 告

◆報告①：安井 大智氏（独立行政法人国民生活センター 相談情報部 相談第2課）
「成年年齢引下げ後の若年者の消費者トラブルの状況」

◆報告②：山地 あつ子氏（消費者庁 消費者教育推進課長）
「成年年齢引下げに関する若年者への消費者教育の取組について」

◆報告③：池垣 陽子氏（埼玉県立蓮田松韻高等学校教諭
／文部科学省消費者教育アドバイザー）
「学校現場における消費者教育の取組状況」

◆報告④：江花 史郎（日弁連消費者問題対策委員会委員）
「弁護士による消費者教育の取り組み」

3 パネルディスカッション「若者に向けた効果的な消費者教育」

[パネリスト]

上記①～④の報告者

現役高校生・大学生4名

[コーディネーター]

高橋 真一（同委員会委員）

4 閉会挨拶／大迫 恵美子（同委員会委員長）

◆はじめに◆

2022年4月1日、民法の成年年齢が20歳から18歳に引き下げられました。これによって、従来未成年者取消権を有していた18歳、19歳の若者が消費者トラブルに巻き込まれるケースが増えるのではないかと、強く懸念されてきました。そこで、成年年齢引下げの実施からちょうど一年が経過した現在の若者の消費者被害の実態及び若者の消費者被害に対応するための消費者教育の実施状況について確認をした上で、若者を対象とした消費者教育が、当事者である若者に届いているのかどうか、もし届いていないとすれば、それはどのような理由によるものなのかといった点を掘り下げて検討する場として、本シンポジウムを企画しました。

今回のシンポジウムでは、まず、国民生活センターが成年年齢引下げ後の若年者の消費者トラブルの状況について報告し、その後、消費者庁、学校現場、そして弁護士が、この間若年者に対してどのように消費者教育に取り組んできたかを報告しました。

その後、これらの報告を踏まえて、現役の高校生・大学生・大学院生を交えて、パネルディスカッションが行われました。パネルディスカッションでは、我々大人が考えて実施してきた消費者教育が、どの程度若者たちの心に響いているのか、あるいは響いていないのか、どのような消費者教育が若者の心に響きやすいのか等について、若者たちの生の声を聴くことができました。

本報告書では、報告者による報告の要旨と、パネルディスカッションでの発言を掲載します。若者にとって真に必要なとされる消費者教育の在り方を考える際の一つの参考になれば幸いです。

第1 開会挨拶（略）

第2

報告①：「成年年齢引下げ後の若年者の消費者トラブルの状況」

安井大智氏（独立行政法人国民生活センター 相談情報部 相談第2課）

消費生活センターで受け付けた情報は、PIONETというデータベースに登録されています。まず、その情報の分析を紹介します。資料は、令和4年11月30日公表「成年年齢引下げ後の18歳・19歳の消費者



トラブルの状況（2022年10月末時点）から抜粋したものです。

図1は「契約当事者が18歳・19歳の年度別相談件数」についてです。10月末時点での2022年度の件数は5,108件でした。2021年度同時期は4,849件であり、それと比べて急増はしていませんが、引き続き注視が必要と考えています。

表1は「契約当事者が18歳・19歳における商品・役務等別相談件数」についてです。資料でもお金儲け系と美容系に色分けしていますが、若い世代はお金儲け系と美容系に関心が高く、それに伴う相談が寄せられています。2022年度では「脱毛エステ」が1位で、「広告を見てお試しのつもりで店舗に行ったが、高額な契約をしてしまった」「契約を解約したいが電話が繋がらない」「契約したサロンが破産した」などの相談が寄せられています。4位の「他の内職・副業」では、主に転売ビジネスやアフィリエイト内職の相談、7位の「医療サービス」では、美容医療に関する相談が多く、その中でもクリニックで行われる脱毛の相談が目立ちます。8位の「他の健康食品」では、サプリについて、お試しのつもりで注文したところ定期購入だったという相談が多くなっています。10位の「脱毛剤」についても、8位の「他の健康食品」と同様に定期購入についての相談が寄せられています。最新の件数では順位の前後はありますが、「脱毛エステ」が引き続き1位となっています。

表2は「2022年度に件数の増加が見られた商品・役務等」についてです。こちらの資料もお金儲け系と美容系に色分けしており、上位10位の中でそれらが増加していることがわかります。最新のデータでも、お金儲け系と美容系が引き続き上位に出ています。

図2は「契約当事者が18歳・19歳における契約購入金額別割合」についてです。黄色の「契約購入金額が10万円以上50万円未満」が、2022年度には増えていることがわかります。平均金額も増加していますが、背景としては脱毛エステの件数の増加があり、脱毛エステは契約購入金額が数十万円にのぼることがあるためではないかと分析しています。

次に、相談事例の紹介をします。

事例1は脱毛エステについてで、無期限で全身脱毛が受けられると聞き契約をすることにしたところ、支払いが約40万になるということで、クレジットカードを作って分割払いにしたが、やはり不安なためクーリングオフしたいといったものです。

事例2はコンサートチケットについてで、コンサートチケットを入手しようとSNSで検索し低価格なチケットを見つけ、本人確認書類をお互い提示した上で電子マネーギフトカードを購入して番号を伝えたところ、相手と連絡が取れなくなってしまったといったものです。

事例3は内職・副業のトラブルについてで、インターネットで副業について検索し、上位に表示されたサイトに、無料で情報を提供すると記載してあったため登録したところ、電話でプランの説明があり代金の請求を受けて支払ったが、代金を請求されたことを不審に思い解約を申し入れると、解約料が発生すると言われたものです。

最後に、若者向けの注意喚起公表を紹介します。2022年4月の成年年齢引下げに関連して、若者に多い消費者トラブルについて、若者向け注意喚起シリーズとして、具体的なテーマごとに取り上げ、コンパクトにまとめた注意喚起を実施しています。これまでに13回実施し、直近では、脱毛エステや初めての一人暮らしに関する注意喚起を公表しています。

最初にお伝えしたとおり、成年年齢引下げ後の18歳、19歳の消費者トラブルについて、少なくとも件数は急増しているというものではありませんが、引き続き18歳、19歳の相談を注視していかなければならないと考えています。

報告②：「成年年齢引下げに関する若年者への消費者教育の取組について」

山地 あつ子氏（消費者庁 消費者教育推進課長）

2022年4月から成年年齢の引下げの改正民法が施行されましたが、若年者の消費者被害を防止するために、関係4省庁（消費者庁、法務省、文部科学省、金融庁）が連携して、様々なキャンペーン、プログラムを行ってきました。



消費者庁では、消費者問題の基礎的知識をクイズ形式で学べる教材「社会への扉」を活用し、実践的な消費者教育を特に18歳、19歳を迎える生徒を中心に行ってきた。2021年度には91%の高等学校等で実践的な消費者教育の授業が実施されました。

直近では、「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針」に基づいて取組を進めています。①「学校等における消費者教育の推進」に関して、高等学校での学習指導要領に基づく教育や大学・事業者における消費者教育の推進を行ってきました。②「若年者に対する広報・啓発」に関しては、消費生活相談の状況を踏まえた注意喚起、入学式・成人式を活用した情報発信、SNSを活用した情報発信を行ってきました。③「若年者を支える社会的な環境の整備」に関して、消費者ホットライン188の周知、若年者が相談しやすいようメールやSNSを使った相談体制の整備も行ってきました。具体的な取組として、「社会への扉」を活用した出前講座を、学校からの依頼を受けてリアルやオンラインで行い、

昨年度は約200件実施しました。さらに、最近では、悪質商法に関する具体的な勧誘手口と断り方を示した啓発チラシも作成し、活用してもらえるよう配布しています。アンケートやボランティア活動からカルトに誘い込む手口等があるので、おかしいと思ったらきっぱり断ることができるように具体的な対応の仕方を示した内容になっています。また、社会に出てからの消費者教育として、事業者の新人研修で使用できるプログラムを開発しており、今後事業者の従業員研修、特に新人研修において活用してもらうことを目指しています。

毎年5月を「消費者月間」として様々な啓発活動を行っており、昨年度はポスターの作成や、菊間弁護士を講師としたセミナー動画の配信を行いました。「親を情報源として頼る若者が多い」というデータもあるので、保護者にも最新の情報を得ていただき、しっかり若者をサポートしていただきたいと考えています。

また、Twitterアカウント「18歳から大人」やLINEアカウント「消費者庁 若者ナビ！」でのチャットボットなどSNSを活用した情報発信も行っています。

全国の消費生活センターにつながる「消費者ホットライン」の188（いやや）という番号の周知に向けた取組も行っています。実際に消費者被害に遭った際に188に相談してもらえるように、2022年度、188の認知度が低い静岡県と富山県で、地元出身の声優によるテレビCMやウェブCMでの広報を行いました。

また、「消費者教育ポータルサイト」をリニューアルして、各都道府県の弁護士会にも協力いただいて、講師派遣をしている団体に団体情報バンクに登録いただいたり、消費者教育に使用されている教材情報を掲載し、活用できるプラットフォームとして消費者教育の担い手を支援しています。

報告③：「学校現場における消費者教育の取組状況」

池垣陽子氏（埼玉県立蓮田松韻高等学校教諭／
文部科学省消費者教育アドバイザー）

学校現場における消費者教育の実施状況としては、学校指導要領に基づき、社会科では小学校3年生から、家庭科では小学校5年生から行われています。また、総合的な探究の時間や学年行事など、教科横断的にも扱われており、消費者教育に関わる制度はかなり整備されてきたと言えます。

高校における消費者教育では、公共2単位、家庭基礎2単位または家庭総合4



単位となっています。家庭科では、消費生活にかかる部分は高校2年生までに学びます。公共・家庭基礎ともに2単位70時間が標準ですが、1年間で幅広い内容を学ぶため、消費者教育に多くの時間をかけることができず、知識の詰め込み学習となってしまう傾向があります。

成年年齢引下げ後に消費者トラブルが急増したということは耳にしていますが、わざわざ学校に報告していないだけかもしれません。

「18歳成年=大人」とも言われますが、今までどおり高校生であることに変わりはなく、高校卒業後の学費も保護者が負担することが一般的であるため、進路指導や問題行動の対応も従来どおりで、保護者抜きで話を進めることはありません。18歳で成年になるという法律上の線引きと、実際の学校や社会の現実には矛盾があるため、生徒・保護者・教職員も実感を持っていないと感じます。

消費者教育とは、①「被害に遭わない消費者」というだけではなく、②「合理的意思決定ができる消費者」、③「社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成する（消費者市民社会の形成に参画する）」教育です。自立した消費者になるためには被害防止の啓発だけでは不十分で、②③をいかに充実させるかが重要です。

2022年度、本校では、18歳成年を意識した取組として、主権者教育講演会とワークショップを実施しました。「主権者教育」とは、狭い意味では投票行動を促す、有権者を育てることですが、広い意味では民主主義の担い手を育てることを言います。社会に対して責任を持ち、自立して行動する上で社会参画は欠かせないと考え、企画しました。当日は教員も教科の区別なく参加し、正解のない問いに多角的な視点で議論できたことは有益でした。

2022年度の消費生活に関する授業を紹介します。映像教材「18歳」を視聴し、大人になるために必要なことを考えてもらいました。これは、18歳の主人公が友人からモノなしマルチの勧誘を受け、投資を始めるというストーリーで、誰もが加害者にも被害者にもなる得ることをリアルに描いた短編映画です。多くの生徒が感心をもって視聴し、大人になるためには責任と覚悟が必要だと感じていました。そこで、成年になる前にどのような力を身につける必要があるかを問いかけ、学習意識を高めていきました。

不当表示広告調査にも取り組みました。これは、埼玉県が県内の大学、高校と連携し不当表示に対する監視の強化、学生・生徒への消費者教育を通して、被害の未然防止を図ることなどを目的としています。県職員の講義の後、各自のスマホを使って不当表示広告を調査しました。県職員の方から、「いろいろな人の話をよく聞く」「いろいろな考えを認め合う」「遠慮せず質問し考えを伝え合う」といった、学び合いのポイントを意識して調査に取り組むこと、報告をもとに県が行政指導を実施していること、実際に県内の被害が減少し高校生の力が社会を

動かしていることを話していただいたことで調査の目的が明確になり、生徒は大変意欲的に取り組んでいました。

消費者ホットライン（188）に相談する授業も行いました。トラブルに遭ったときに消費生活センターに相談することを知識として知っていても、高校生は電話をかけることが少なくハードルが高いです。授業では、トラブル事例について生徒がロールプレイをした後、188に電話する疑似体験をさせました。相談員が丁寧に受け答えをしてくれたのが印象深く、今後困ったことがあれば相談したいという感想が多く上がりました。

日本の若者の自己肯定感は諸外国に比べて低いという調査結果がありますが、これは子どもを子ども扱いし、大人がきちんと彼らの声に耳を傾け、同じ土俵で議論してこなかったからではないかと感じています。SDGsに強い関心を持ち、社会に役立つことをしたいという若者は多くいます。小・中学校で学んだ知識を生かし、学びを教室内で完結せず実際に社会と関わり、自身の行動で社会に影響を与える経験や、身近なことから社会を変える経験が高校生には必要です。消費者としての自分と社会との繋がりへの関心を高め、責任ある消費行動が取れる市民を目指す授業を継続して取り組んでいきたいです。

報告④：「弁護士による消費者教育の取り組み」

江花 史郎（日弁連消費者問題対策委員会委員）

弁護士による消費者教育の出前授業の取り組みについて報告します。

消費者教育ポータルサイトで「弁護士会」で検索をすると、弁護士による講師派遣の案内がヒットします。ここに掲載されていない弁護士会であっても、お住まいの地域の弁護士会の代表電話に問い合わせた上で、出前授業の依頼をしていたことが可能です。新潟県弁護士会では、弁護士による出前授業のメニュー表を作成しています。また、メニュー表と合わせて、2022年度は消費者教育のチラシを作成して、校長会などで配布をしました。

弁護士のみ視聴が可能な日弁連のeラーニングにおいて、「明日から生かせる消費者教育～成年年齢引下げを踏まえて～」がアップされており、その中の統計によると、消費者教育を受けた記憶がほとんど残っていないことが分かります。

次に、実際に実施している日常的な広告を使った授業を紹介します。身の回りの広告においても、「希少だと言われると焦る」「多くの人・権威ある人が使っていると安心する」という消費者の心理を意識したものが存在します。このような



手法をエスカレートさせたものが悪質商法の表示につながっているため、日常的な広告を授業の素材にすることで、受講者の記憶の定着につながることを狙いとしています。

また、消費者ホットライン188を知ってもらうために、授業中に、自分の携帯電話で188に電話をして、相談員に実際に相談に乗ってもらうという取組も行っています。

第3 パネルディスカッション「若者に向けた効果的な消費者教育」

◆パネリスト

安井 大智氏（独立行政法人国民生活センター 相談情報部 相談第2課）

山地 あつ子氏（消費者庁 消費者教育推進課 課長）

池垣 陽子氏（埼玉県立蓮田松韻高等学校教諭／文部科学省消費者教育アドバイザー）

江花 史郎（日弁連消費者問題対策委員会委員）

現役高校生・大学生・大学院生4名

◆コーディネーター

高橋 真一（同委員会委員）

4名の報告に引き続き、以下のとおりパネルディスカッションを行いました。

【パネルディスカッション】

（司会）では、ここからは、パネルディスカッションに移ります。進行は、日弁連消費者問題対策委員会委員の高橋真一弁護士です。高橋さん、お願いいたします。

（コーディネーター・高橋） 皆さんよろしくお願ひします。今ご紹介いただきました鳥取県弁護士会の弁護士の高橋と申します。今日は、コーディネーターということで若い方々から意見をいただきながら、進行していこうと思ひます。

基調報告をいただきました4名の方、安井さん、山地さん、池垣さん、江花さんには引き続き参加していただきます。パネルディスカッションから参加していただく方につきまして、簡単にお名前と所属をご紹介させていただきます。中央大学杉並高等学校3年生の内藤響さん、日本女子大学文学部3年生の中村碧依さん、東北大学大学院法学研究科1年生の森康喜さん、富山大学人間発達科学部4年生の伊東京香さんに参加していただきます。

それでは高校生、大学生、大学院生の4名の方に参加していただいて、基調報告いただいた方も含めてパネルディスカッションを進めていこうと思います。

私のほうから、今回のパネルディスカッションは何を狙いとするかについてですけれども、まずは、せつかく若い方に参加していただきましたので、若い方のリアルですね、我々の世代とは違う世代の方がどんなことを考えて、どんな行動を普段されているかということを実際に聞いていって、みんなで考えていきたいと思います。

これを踏まえまして、今回のタイトルにもありますけれども、若者に届く消費者教育をするためには、どんな効果的な消費者教育をしていくべきなのかということをして学生・生徒のみなさんから意見をいただきながら、我々全員で考えていければと思います。ですので、若者のリアルな声を聴き、これを踏まえてよりよい消費者教育とは何なのか、今後に生きる消費者教育というのは何なのかを考えていこうと思います。

それでは早速進行していこうと思いますけれども、先ほど江花弁護士から、消費者教育というものが、若者の印象に残っていないのではないかという問題認識もありました。この点について、リアルな声を聴いていこうと思いますので、これまで受けた消費者教育の印象や記憶について、内藤さんから教えてください。

(内藤) 自分の中で印象に残っているのは、中学校、高校での消費者教育なんですけれど、やっぱり自分の身の周りでも起きそうな事例に基づいて、こういうトラブルがあるんだという話を聞いたときは、自分にもこういう事例が起きるかもしれないというふうに思って、すごく印象に残りました。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。では次は中村さんのほうから、印象があるかないか含めてお願いします。

(中村) 私の受けた消費者教育は、高校生のときのものが一番最近のもので印象に残っているんですけれど、そのときはビデオを用いての授業でして、ちょっと映像が古かったので、多分資料としても古いものだったからというものもあると思うんですけれど、結構突飛な、あり得ない設定の内容だったなという記憶があります。

(コーディネーター・高橋) その突飛であり得ない設定ということで、具体的にこれを受け取ってどういう印象を持たれたか、効果的だったのか、よりよい改善点があったのか、中村さん、どうでしょうか。

(中村) 内容的には、私もちょっと曖昧なところがあるんですけれど、明らかに詐欺師みたいな風貌の人が出てきて騙そうとしてきたりなど、多分本来だったら、もっとナチュラルな一般人のような人が近づいてくるんじゃないかなと思うんですけれど、ドラマチックというんですかね、演出が派手だったなという

のもあって、私も私の周りの人たちも、自分の当時の立場から離れていたのもあって、そのときは成人年齢にすぐなるという自覚もなかったのも、もうちょっと時間が経ってから、もっと成人に近づいてから考えればいいかなという人が多かった記憶があります。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。それでは森さん、これまで受けた消費者教育の印象はいかがでしょう。

(森) これまでだと、正直に言うと高校までは、あまり記憶には残ってなくて、強いて言うなら、中学校ぐらいにクーリングオフはこういったものが該当するということを軽く言われたかなぐらいの記憶しかなくて、大学に入って司法書士会のインターンシップで、なかなか貴重な機会なんですけれども、相談者の方から相談内容を聞かせてもらうという経験があって、息子が借金をして、その保証人になったおじいちゃんとおばあちゃんがやってきたんですけれども、連帯保証人なので一緒に返さないといけないということで、かなり泣きそうな顔で相談に来られていたのは、強烈に印象に残っています。以上です。

(コーディネーター・高橋) では、伊東さん、お願いします。

(伊東) 私も高校までに受けた消費者教育は、正直あまり記憶になくて、大学に入ってから弁護士の方の講義を受けました。そこで、消費者トラブルやエシカル消費について、勉強したことが印象に残っています。以上です。

(コーディネーター・高橋) 今、伊東さんのお話しされたのは、日弁連の消費者問題対策委員会消費者教育ネットワーク部会、谷口弁護士の講義ということですね。

(伊東) そうです。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。では、先ほど少し出ましたけれども、山地さんのほうから、高校生向け、今のパネルディスカッションに参加されている方向けの「社会への扉」というものがあるので、この教材の狙いを言っていて、皆さんからも若者向けの教材について、印象を含めて聞いていこうと思います。山地さん、よろしいでしょうか。

(山地) ありがとうございます。非常に基礎的な事項について、クイズ形式でご紹介したものでして、例えば「Q1 店で買い物をするとき、契約が成立するのはいつ?」「①商品を受け取ったとき」か、「②代金を払ったとき」か、「③店員が、「はい、かしこまりました」と言ったとき」か。答えは、「はい、かしこまりました」と言ったときで、口頭で契約というのは成立するんだよというような、非常に基礎的なことを12問に絞ってクイズ形式で学んでいただくということで、特に高校1年生、2年生に向けて広くお配りしたものでございます。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。事前に目を通していただいている方が何人かおられるので、消費者庁の作られている「社会への扉」、こ

れは実際に学ぶ学生・生徒さんがどんなふうに受け取るのかということで、3名の方、内藤さん、中村さん、伊東さんの順番で聞こうと思います。内藤さん、この「社会への扉」、どういう印象を受けられましたでしょうか。

(内藤) 自分は、高校でこの「社会への扉」を読んだことはなくて、今回このパネルディスカッションで初めて見たんですけれど、消費者教育だとやっぱり言葉が堅いものが多かったり、あまり自分の頭に入ってこないものが多い中で、クイズ形式だったり、マンガだったり、分かりやすい形で伝えられるのを見ると、やっぱり普通の教科書を眺めるのに比べて、理解はしやすいのかなというふうに思いました。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。中村さん、いかがでしょうか。

(中村) やはり、クイズ形式というのがすごくいいなと思っていて、自分たちが元から持っていた考え方、認識と、正しい正解の答えの照らし合わせや、その差について、考えることができたので、よかったですと思います。

(コーディネーター・高橋) 伊東さん、いかがでしょうか。

(伊東) ただ、つらつらと文章が書いてあるよりも、クイズのほうが楽しく学べると思うので、いいと思いました。

(コーディネーター・高橋) では、これまで受けた消費者教育ですとか、消費者庁が作っている「社会への扉」、この「社会への扉」は、高校での浸透率がかなり高いということで、現場の先生方が使っているというところもあって、お聞きしました。これに関連して、池垣さんにお聞きしますけれども、今、池垣さんが現場として見られている高校生の現状ですとか、あとは逆に教える側の消費者教育について、進んでいるのかというのも踏まえて、今の現場の消費者教育、受け取る側の高校生、教える側の先生のリアルな状況について少し補足をお願いできたらと思います。いかがでしょうか。

(池垣) まず、高校生の現状としては、先ほど皆さんもおっしゃっていたように、成年となるのはまだ先だからという感じで、そのとき考えるからいいやというふうに、どうしても自分のこととして捉えるのが難しいです。それをリアルに感じさせるために、いろんな手法を使って授業をやるんですけれども、大事なことから教え込んでも、自分もそうですけれども、大体覚えていないんですね。

あとは、高校生にとって、スマホは本当に生活必需品で、1日何時間使っているんだというぐらい使っている生徒がほとんどです。他は、何か困ったことがあっても、大抵親がやってくれる。家庭で差があると思いますけれども、成年年齢の引下げにより18歳から自分で契約できる反面、未成年者取消権が使えなくなって困ってしまうというふうに言われても、ピンとこないし、実際に成年にな

っても、親がやってくれるからととらえている感じが多いなという気がします。

あとは、教える側のことを考えると、推進法ができて10年経過しましたけれども、制定前と比べると、消費者教育大事だよねと考え、工夫して授業に取り組んでいる教員はかなり増えたと感じます。一方、次々と法律が改正されたりして、複雑で自分自身がついていけないと苦手意識を持つ教員は多く、かなり幅広い内容を漏れなく伝えるために、コンパクトにまとめた映像教材とか、DVDを活用することが多いです。結構古い映像教材を見たというお話がありましたけれども、これも学校現場ではよくある感じがします。教員のほうも混乱しながら、試行錯誤しながら取り組んでいるというところですね。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。先ほど池垣さんからも出ました今の若者がどれだけ使っているんだというぐらい携帯電話を使っているというところ、私の実感としても、まずEメールを使うのはかなり上の世代。Facebookを使うのもかなり上の世代。私はLINEをよく使うのですが、LINEも若い人からすると、おじさん、おばさんと連絡を取るときにLINEをしなければいけないねというようなところが、私のリアルな感覚です。そもそも10代、20代の方がどこから情報を取っているのか。今日のパネルディスカッションは消費者被害のことですので、安井さんのほうから、被害に繋がりやすい広告等について指摘がありましたけれども、若い方がどこからどんな情報を取っているのかというところを若者のリアルということで聞いていこうと思います。先ほどとは逆に伊東さんから聞いていこうと思いますけれども、皆さんが普段、どこからどんなふうに情報を取っているのかというところを教えてください。

(伊東) 私の周りでは、InstagramやTwitterなどのSNSから情報を得ている人が多いと思います。SNSで友達と繋がるだけでなく、インフルエンサーをフォローして、その人の投稿を見たりしていると感じています。

(コーディネーター・高橋) 例えば商品について、伊東さんも含めて周りを見て、どんなふうに情報検索するのでしょうか。

(伊東) GoogleやYahooなどネットで検索したり、Twitterでワードを入れてみたりして調べています。

(コーディネーター・高橋) 口コミとかインフルエンサーをどういうふうに使っているか、もし商品を調べるときのインフルエンサーの使い方だとか、口コミの見方だとかを教えてください。

(伊東) インフルエンサーが購入品紹介とあって、買った服とかの詳細を載せていて、それを見て、買おうかなというのを決めたり、Googleの口コミを見たりしています。

(コーディネーター・高橋) それは結構信用に値するという感覚ですかね。

(伊東) それだけを信用するわけではないのですけれど、一つの材料として参考にすると思います。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。では、森さん、周りの友達、周囲の方を含めてどこからどんな情報を得ているか、教えていただけますか。

(森) 今、伊東さんが言ってくださった内容に似ていて、InstagramであったりだとかTwitter、特に僕の世代、20代前半だったり、10代後半はInstagramが一番多いのではないかなというのは、肌感覚でありますね。LINEがさっき使われないとおっしゃったのも、Instagramのダイレクトメッセージでやり取りをするほうが主になってきているのではないかなというのは、結構僕の周りを見ていると感じます。Instagramにも、先ほどお話があったエステであったり、脱毛サロンのような広告もかなりあるので、そういったところから情報を得て、その広告を押してウェブページに飛んで、商品を契約したりするという人は多いのではないかなと思います。僕のまた下のもっと若くなると、TikTokとかがどんどん増えていっているなという印象です。以上です。

(コーディネーター・高橋) 中村さん、お願いします。

(中村) 私も基本的には伊東さんと意見が一緒なんですけれど、SNS、特にInstagramとTwitterを用いて情報収集をしています。もちろん情報に確信がないことも多いので、ネットの口コミサイトだとか、それこそ大学の友人とか、これを使っているという話を聞いたりすることはよくあります。以上です。

(コーディネーター・高橋) 中村さんに追加でお聞きします。周りがこの情報を鵜呑みにしているとか、間違った使い方をしているといったことを、周りから感じたことはありますか。

(中村) そうですね。それこそインフルエンサーの方に影響を受けている人たちは、そのインフルエンサーの人たちを崇拜というか、それを正しいものだと認識している人も多分3割ぐらいいて、鵜呑みにしすぎなんじゃないかなという人がいるのも事実です。

(コーディネーター・高橋) 重複するところがあっても結構ですけど、内藤さん、いかがでしょうか。

(内藤) 自分も前の方々と同様に、Twitterだったり、InstagramといったSNSだったり、自分の身の周りだとTikTokとかを使っている人も多いなと思います。自分は、Twitterであったりとか、個人の発信などもよく見るんですけど、例えば報道関係の公式のアカウントが、自分たちの発信するニュースをツイートしているのを見たりだとか、割とそういつ

た公式関連の発信などを目にする機会が多いのかなというふうに思います。

(コーディネーター・高橋) では、被害にあわない消費者ですとか、合理的意思決定ができる消費者ということで、池垣さんのほうから、消費者の自立という話があったんですけれども、4名の学生、生徒の方に、被害にあわない消費者、合理的意思決定ができる消費者がそもそも皆さんの周りで育っているのかどうかという点と、もう一つは、皆さんも含めて若い人たちは被害にあった場合どういう対応をしているのか、というところのリアルな状況、被害にあうのかあわないのか、あった場合どうしているのかというところを少し皆さんの声を聞かせていただきたいと思います。では、森さんからよろしいでしょうか。

(森) もう一回言ってもらっていいですか。

(コーディネーター・高橋) 森さんも含めて、いろいろな授業受けられてきたと思うんですけれども、被害にあわないマインドができているのかどうかというところと、実際に、そうであっても、被害にあってしまった場合に、ご自身も含めて周りにはどんな行動を取るのかというところを教えてください。

(森) マインドについては、あまり消費者教育が印象に残っていない人のほうが多いんじゃないかなと思っていて、机の上で学ぶというか、こういった事例があって、ただ対策してくださいねと言われても、実際にその場面になったら必要性は感じるんだろうと思うんですけれども、やっぱりほとんどの人は被害にあわないことのほうが多いと思うので、マインドという点では、正直低いんじゃないかなというふうに思います。

(コーディネーター・高橋) 内藤さん、いかがでしょうか。

(内藤) 自分の学校では割とちゃんと消費者教育をしていると思うんですけれども、実際に自分の身の周りでそういった被害にあった人というのは、聞いたりしたことはなかったので、消費者関係の問題とは少し異なるかもしれないんですけれども、友人間のお金の貸し借りがすごいルーズな人が多かったり、借りたお金をずっと返さなかったり、そういうお金に対してルーズな面とかを見ると、消費者問題とかに関してしっかり考えるみたいなマインドは、あまりできていないのではないかなと思います。

(コーディネーター・高橋) では中村さん、お願いします。

(中村) 消費者教育をしっかり覚えている方が少ない印象を覚えていて、なので、マインド的には育っていないんじゃないかなと感じました。そこでも少し差が生まれていて、私も周りに少し聞いたりしたんですけれども、2割ぐらいの人たちは、自分でも危ないなと思っていて、自分から調べたりしているんですけれども、残りの8割の人に関しては、学校や、それこそTwitterとかでも美容とかクリニック系は騙されやすいという情報を得たりしているので、美容に関しては注意はしているんですけれども、そもそも自分が騙されると思っていない人が

多いのが現状です。

(コーディネーター・高橋) 中村さんからは、騙されないと思っている人が一番騙されるとよく言われるところとありましたが、そういうところも含めて、私には中村さんがきちんとした自立した消費者に見えるんです。それはどういうところで培ってきたか、どうやって育ってきたか、ご両親との関係も含めて振り返ってもらえますか。

(中村) 私はそもそも契約を結んだりするのが結構怖かったので、事前に自分で調べたりとか、個人的になんですけれど、自分が騙す側だったらどういうふうに動くかなというふうに想定をしたり、それこそ両親からそういう話を聞いたりしてきましたね。

(コーディネーター・高橋) 伊東さん、お願いします。

(伊東) 被害にあわないマインドが育っているかどうかは、私は育っていないと感じていて、友人から強く勧められると断れない人とか、自己肯定感が低い方は多いと感じていて、それだとコンプレックス商法とか、マルチ商法の被害にあう可能性が高くなってしまうのかなと思います。私もあまり強く勧められると断るのが苦手なタイプなので、そのように感じます。

また、被害にあってしまったときに、周りの大人に頼らずに自分一人で解決しようとする人が多い印象で、ネットで検索して、どうにか対応しようとしたりする人が多いのではないかと感じています。以上です。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。このリアルを踏まえた消費者教育、あるべき消費者教育の話に移る前に、今若い方から出てきた話で、どこから情報を取っているかという話でInstagramとか、あとTikTokというところもありましたので、国民生活センター安井さんのほうで、若者をターゲットにした広報について、何か今取り組まれていることがありましたらお願いします。

(安井) 国民生活センターでは、若者への啓発動画等を出しまして、TikTokでの動画広告を作成しておりました。趣旨としましては、当センターのホームページでよいコンテンツを作っても、若者の方にはあまり届かないのではないかとということで、こちらから若者が見るコンテンツのほうに出ていくという趣旨で、TikTokの動画広告を作ったというところであります。例えば、簡単に儲かると思ったのにとこのようなトラブルや定期購入のトラブルの注意喚起や、成年年齢引下げの周知等、気軽に見てもらえるように短めの15秒程度のショートムービーということで、若者に見てもらえるようにTikTokで広告の動画を配信したというところでございます。

(コーディネーター・高橋) 親世代の話が出てきたので、先ほどの基調報告もありましたけれど、山地さんのほうから、消費者庁の親世代に届けるといってこ

ろの問題意識を再度出していただけますでしょうか。

(山地) 消費者庁でやった調査の中で、特に若者の方が誰に相談するといったときに、親御さんに相談するという数値がかなり高いというデータがあって、皆さんどうかなというのも聞いてみたいところですけども、先ほど、池垣先生からも、何かあったら親が何とかしてくれるというお話もあり、一番身近にいる大人だからというところがきつとあるのかなと思うんですけども、やっぱり一番身近でサポートしていただける親御さんに、私たちとしても教育してほしい知識というのをお届けするという意味で、そういった動画を作ったところでございます。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。保護者にどう頼るかというのを聞きたいのですが、大体学生・生徒の皆さんが頷かれていたので、やはり保護者の方が頼りになるのかなというのは画面上、窺えましたので、次に、こういう若者のリアルを踏まえて、若者に届く消費者教育は何なのかというところを、後半部分お聞きしていこうと思います。

先ほどは、消費者教育は印象に残っていますかという質問から入ったので、4名の学生・生徒の方に、社会に出たときに役立つ教育を中学校、高校で受けたことがあるかどうか。受けたのであれば、どんな外部講師からどういう工夫によって、皆さんが印象的な授業、記憶に残る授業を受けたのかというところを聞いていこうと思います。これを消費者教育に応用させて、我々が消費者教育のあり方を考えられればなと思いますので、消費者教育に関わらず、皆さんがこれまで受けた印象的な授業、それがなぜ印象を受けたのかということをお聞きしていこうと思います。では、内藤さんからお願いします。

(内藤) 自分は、中学生のときに、LGBTQの方が実際に学校に来られて授業を行うという時間があったんですけど、LGBTQなどに関しては、中学校のときから教科書などで習ったりはしていたんですけど、実際にそういった人と会う機会が今までなくて、そういった人と出会う上で、教科書などの文面だけで見るものじゃなくて、実際にその人が経験した苦悩だったりを知ることによって、自分の周りにもいるかもしれないという話を現実味をもって捉えることができたので、やっぱり実際に被害にあわれた方とか、そういった方の話を見たり聞いたりすることが大切なことなのかなと感じます。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。では、中村さん、これまでの経験を踏まえて何か消費者教育に応用できないか、我々のほうで考えたいと思いますが、何かこれまで受けた印象的なものを教えていただけますでしょうか。

(中村) 私が印象に残っている教育は、交通安全教室のときに、実際にスタントマンの方をお招きして行われたものだったんですけど、もちろん横断歩道

は手を挙げなければいけないとか、自転車で曲がる時はちゃんと確認するべきだよというのが普通なんですけれど、そのときはスタントマンの方を呼んでいたのも、そのスタントマンが目の前で、横から来た車に物理的に跳ね飛ばされるという実演がすごく印象に残っていて、というのもやっぱり視覚的なインパクトもあり、これが自分だったらという想像がしやすかったのも、特に印象に残っているんじゃないかなというふうに思います。

(コーディネーター・高橋) では森さん、お願いします。

(森) 私も記憶に残った授業となると、内藤さんや中村さんがおっしゃったように、実務であったり、現場に触れる、そういった授業が多いなという印象です。特に、大学だったら実際に弁護士の方であったりだとか、あと犯罪被害者の方が大学に来られて、授業する機会というのもあったりして、そういった例えば犯罪被害者の方々の凄惨なエピソードであったりだとか、聞く側も感情移入するようなエピソードであったりとかを聞くと、心痛めたり、これは何とかしないといけないなという原動力等に変わってくるんじゃないのかなと思います。やっぱり消費者教育でもその原動力がないと、パンフレットをわざわざ開いて、じゃあ読もうかという気にはならないと思うので、教育の中にそういった動機づけというか、もっと実務や現場に触れる部分があればいいのではないかなというふうに思っています。以上です。

(コーディネーター・高橋) 伊東さん、お願いします。

(伊東) 私の印象に残っている講義は、裁判官の方や裁判所事務官の方が来て、裁判の仕組みについて、詳しく教えてもらった授業がすごく印象的に残っています。裁判については、社会科の授業で教師に教えてもらってはいたんですけど、その道のプロの方に詳しく教えていただいて、普段裁判所に行くことはないのも、今まで知らなかったことをたくさん知ることができて、それが印象に残っています。以上です。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。私は、鳥取県弁護士会で消費者教育について各高校で出前授業をしたりもするんですけど、そのときに、今4名の方が述べた現場のリアルというところで、学校の教師の方から我々弁護士に、せっかく外部講師で来るので、実際に弁護士が経験しているすごく大きな被害事例、リアルな被害事例を示して、とにかく生徒・学生を怖がらせてほしい、消費者被害というのは怖いものだということを徹底して伝え、いろいろな事例を挙げて生徒を震え上がらせてほしいというようなニーズが実際にあるんですね。こういうニーズと、先ほどの皆さんの自分事として捉えられるリアルというところをどう折り合っていくのか、私は怖がらせてほしいというニーズは、こちらとしてはこれをする意味はどれほどあるのかなという悩みもあります。先ほどから、学生・生徒の方から、リアルな話が出ました。消費者教育がどうあ

るべきか、怖がらせてほしいニーズをどう考えられているのかというところを江花弁護士、高校教師の池垣さんにもお聞きしたい。先ほどの若者の声も含めた現場のリアル、怖がらせてほしいニーズをどう考えるかの意見をいただけますでしょうか。

(江花) 学校の先生のニーズも分かるというか、ごもっともかなと思います。せっかく弁護士が来てくれるのであれば、弁護士だから知っていることを話してほしいというニーズはあると思いますし、その問いに答えられたら一番かなと思います。ただ、実際、うまく話さないと、生徒さんに自分事として感じてもらえるのかなという難しさはあるように思います。つまり、私が担当した事件で、こういうふうに騙されてしまったんだけど、こういうふうに解決したんだよという話をしたときに、自分も気を付けなきゃというふうに思ってもらえるか。いや、自分たちは騙されないよねというふうに、そっちの方向に行ってしまうんじゃないか。そこを相当うまく話すスキルが話し手のほうにないと、なかなか簡単じゃないかなと思いました。やっぱり自分事として考えてもらうというのが、とても大事な要素かなと思います。

(コーディネーター・高橋) 高校の先生から、絶対に震え上がらせてほしいというニーズがあって、そこをどう折り合いをつけていくか。学生・生徒に引かれてしまうというか、あり得ないよねというふうに白けられても困るところもあります。現場が外部講師に何を求めるのか、先ほどの生徒・学生が求めるリアルというところを踏まえて、池垣先生からもご意見いただけますでしょうか。

(池垣) 実際に学生を怖がらせてほしい、これは大変なんだということを感じさせたいという気持ちは、分からなくもないんですけども、本当にそれは若者のことを考えているのか、本当に伝わるのかということは、一歩下がって考える必要があります。

どうすれば実感を持てるのか。勉強しないと、気をつけないと、と感じさせられるか、常に教員は追求して授業を行っていますが、大変難しいことです。

あとは、最新の事例を用いて話をしても、自分は大丈夫と生徒は感じてしまうんですね。私が学生のとくもそうでした。なので、専門的にお仕事をされていて、実際に被害者の方から相談を受けて対処されている弁護士の方々だったり、相談員の方の話というのは、すごく身に迫るものがあるので、外部と連携をするだけでも大きい一歩だと思います。ですが、弁護士に来てもらって講演をお願いすれば、全部それで解決するかというと、1時間で話を聞いて、すべてが分かったとなったり、すぐに行動が変わることはまずありません。専門家の話を聞いて、どう生徒に迫っていくか。授業だったり、普段のホームルームだったりとか、学校生活でどう生かしていくかというのをもっと大人自身が考えていかなければ

ならないと感じます。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。では、また4名の方に、若者に届く消費者教育という面で、若者の視点から、自分たちの世代に伝えるため、分かってもらうため、こんな工夫があったらいいんじゃないとか、逆にこういうのはなかなか我々の世代や自分たちには響かないとか、注意点があったら教えてほしいですし、提案をしていただきたいと思います。では、森さん、内藤さん、中村さん、伊東さんの順番で皆さんのリアルの周囲の状況も踏まえて、我々にこのようなものはどうかというような提案でディスカッションできたらと思います。森さん、いかがでしょうか。

(森) そうですね。いろいろ考えてみたんですけど、思いついたのは大きく二つあって、一つは、先ほどから問題の部分でもあったと思うんですけど、個人的にも、実際に被害にあわれた方であったりとか、実際に対応されている、弁護士の方々ももちろんそうですし、法律相談であったり、消費生活センターの方々であったりとか、実務をされている方のお話を聞く機会であったり、一緒になってグループディスカッションをしてみたりとか、あとは、僕も司法書士会のインターンを経験したんですけども、そこでは相談する役と、被害にあわれた役を実際にやってみて、頭を動かして考えてみることで、いろんなことが分かります。それをやることで、自分が能動的、主体的に学習というか、参加型でやることによって身に付く情報量というのは変わってくるのではないかなというふうに思っています。なので、そういったグループディスカッションであったりとか、その質をいかに上げていくかという部分も結構大事なんじゃないかなというふうに思っているのが一点です。

あともう一点は、発信の部分で、若い人はやっぱりFacebookとかウェブページとか、パンフレットとかはほぼ見ないので、今面白いなと思っているのは、農林水産省でBUZZ MAF FというYouTubeをやっているんですけど、チャンネル登録者数も17万人弱で、実は結構僕の周りも見ている人も多かったりとか、なかなか思い切ったことをしていると思っているんですけど、国会公務員の方がユーチューバーとして発信されているというもので、こういったことをされる公務員の方もいるんだと思って、面白いなと。若い人も面白いなと思うのが大事だと思うので、それで見ようかなというふうになったり、大きくマクロで見るとそういったものはいいのではないかなと思って、ミクロで見ると、そういった質の向上であったり、我が事に捉えられる教育制度というのが大事なのではないかなと思っています。以上です。

(コーディネーター・高橋) 内藤さんのほうからも、今の高校生の視点も踏まえてお願いします。

(内藤) やっぱり自分もそうなんですけれど、正直言って、消費者被害とかに

あうとは思っていないというところがあって、実際自分も消費者被害にあうかもしれないというふうに、どのぐらい思うことができるかというのが大切になってくると思うんです。けれど、いろいろ書かれている広告について、平常な状態だとばかばかしいなと思うこともできるかもしれないけれど、少し状況が違って、それが必要なだと思っている状況だと、平常時にはおかしいと思えるような広告でも、そういうときには全部本当だと思ってしまうかもしれないし、やっぱりいろんな面から一つの物事を見る能力というのが大切だなと思うので、森さんの言っていたように、いろんな立場に立って物事を考える参加型の形式だったりするのがいいのかなと思います。

あとは、怖い思いをして、消費者被害とかを覚えていったほうがいいというのは、確かにそういう一面はあると思うんですけれど、実際に被害金額が何百万とかいうのを言われても、正直まだお金を稼いでいない自分たちの目からしたら、そんな大金なんて想像もできないわけであって、それよりはやっぱり自分がお小遣いとかで買える金額の中でも、例えば自分が3,000円のお小遣いをもらっていて、それを半年分貯めて買ったものが騙されていたという話をされただけでも、それは相当ショックなわけです。なので、そういう細かな金額でも、自分の身の周りのこととかの被害を伝えられると、実感を持てるのではないかと思います。

(コーディネーター・高橋) では、中村さん、お願いします。

(中村) 私も参加型とか、自主的に動ける形のものがいいなと思っていて、それこそ、授業内で、自分たちで動画を作成してもらおう。最初に話したような古い動画の教材を見せて、これより面白く作ってという指示を出したら、多分自分たちで主体的に調べ学習とか、騙す側の心理を考えながら作成することができると思うので、動画を作って他のクラスの人とかに見てもらおうというのがいいかなというふうに思いました。以上です。

(コーディネーター・高橋) 伊東さん、お願いします。

(伊東) 私も生徒が主体的にできる活動がいいと思っていて、せっかく消費者教育を受けていても、忘れてしまう人もいるので、受け身で聞くよりも、自主的にやったことのほうが記憶に残ると思います。

私が考える消費者教育の例として、生徒に授業をやってもらうというのを考えました。私が大学のゼミで中学校、高校で授業をさせてもらったときがあって、人に教えるためには、まず自分が理解していないと教えることができないので、たくさん勉強したので、そのように生徒に下級生対象でもグループ分けでも、授業をしてもらうことで理解を深めて、記憶に残るような消費者教育になるかなと思います。以上です。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。今のところで、私の世代、

私は40歳なんですけれども、グループディスカッションなどは小中高で全くやってこなかった。座学とって、教師が一方的に話す話をずっと聞くというところで私は教育を受けてきたんですけれども、先ほど皆さんからグループディスカッションといった話がありましたので、池垣先生にお聞きしたいんですけれども、今の高校生、大学生がこういうことは結構慣れているのか。主体的、対話的にディスカッションしたり、高校生の最近の傾向、教育の方針も含めて今の高校生にマッチしているやり方、現状がどんな感じなのか、教えていただければと思います。

(池垣) 今の学校教育では主体的、対話的で深い学びというのがキーワードになっています。教科書に書いていることを単に覚えるのではなくて、知識をもとに、いかに思考を深めていくか、情報を正しく取捨選択していくかということが大切です。小学生から調べ学習、発表する形式もよくやっています。大人よりも学生・生徒のほうが、そういったいろんなことを調べてまとめることは上手ですし、教員が説明するよりも、友達が調べて発言していることのほうが聞くんですよ。

ちなみに、私の先ほどの報告の中で主権者教育講演会の話をしてしまいましたが、学校にいろんな〇〇教育というのが増えてくる中で、単独ではなく、社会で起きていることを融合させて考えていくということが、必要だと思います。私の学校に来ていただいたNPO法人が、実は4月1日にNHKニュース7で取り上げられていたんですね。4月9日に統一地方選挙がありますけれども、小学校6年生が投票を呼び掛ける動画を作成して、それを家族に見せて、伝えるということをやっていました。子どもたちもすごく生き生きとしていて、兄弟や保護者の方々もすごく関心を持って動画を見ていて、そういった学び合い、教え合いというのは、ある意味、これからの学びを考える上では欠かせないことだと感じました。

(コーディネーター・高橋) 今のところで、どういう教育のあり方がいいのかというところをお話しいただいたので、少し話題を変えまして、実際被害にあってしまった場合、どうしたらいいのかというところ。この点、「188(いやや)」というのがあるんですけれども、一方で、令和4年度の消費者庁が公表している消費者白書で、10代後半の若者の約60%が公的相談窓口を相談先とは考えていないという結果が出ています。もちろん、これは知らないという可能性もあります。この原因分析については、今日何か結論出すわけではないんですけれども、被害にあったときに、今の若者たちがどう解決していったらいいのか。それについて、我々教育する側がどう関わっていけるのかというところ。被害にあったときに専門家に頼る力、周りに頼る力について、短時間ですが、少し議論ができたかなと思います。学生さん、生徒さんの周りで、被害にあったときに188

に頼ろう、専門家に相談しようという発想がそもそもあるのかどうかということ。あとは、これを踏まえて、江花弁護士に、188の広報の仕方についてと、被害にあったときに、専門家に頼る力というのが育っているのかどうか、育つためにはどうしたらいいのかということの意見を聞かせていただければと。中村さんから、実際に被害にあったときに188に頼れるかどうかも含めて、どういう広報、どういう教育があったらいいのか。周りの現状はどうかというのを教えてください。

(中村) 実際に被害にあったとしても、先に公的な機関というよりも、自分の親とか周りの人に頼ってしまうという気がしますね。というのも、公的機関がもちろん信用できるんですけど、逆に、信用できるし、公的という名前が付くくらいだから、余程重要じゃないと相談しちゃいけないのかなみたいな話を周りの人からも聞いていますね。どの程度から相談していいのかという具体例みたいな、もうちょっと私たちの生活寄りの具体例とかがあったほうが相談しやすいのではないかなというふうに思いました。以上です。

(コーディネーター・高橋) 内藤さん、お願いします。

(内藤) まず、このパネルディスカッションの前までにそういった消費者被害などについて、自分の周りから聞いたことがなかったのは、やっぱり被害がなかったということではあると思うんですけど、それ以外にもやっぱりそういった話を周りでしづらい空気があるというふうに感じていて、もし被害を受けたとしたら、どういうところに相談したりするという話を友達にした際に、188とかに連絡をするという人はほんの数人で、その人たちに話を聞いても、やっぱり自分がそういった被害にあったときにこれが連絡するべき事項なのかが分からないみたいな人が多くいて、110番であったり119番とかも、これが通報するような事例なのかが分からないみたいなのが多いように、実際消費者被害もそういうのが多いのではないのかなというふうに感じたので、こういったことは、連絡したほうがいいよみたいなものがあらかじめ周知されていると、もっと連絡しやすくなるのではないかなと思います。

(コーディネーター・高橋) 森さん、いかがでしょうか。

(森) 私も含めて、恥ずかしながら188自体は知らなかったというのが正直なところなんです。消費生活センター自体は知っているんですけど、でも、そこに電話すると言われると、僕の周りにはしないなというのはあって、僕たちの世代で結構多いなと感じているのは、社会人の方からしたらあり得ないかもしれないですけど、電話のハードルが高かったりするというのは正直あって、実際LINEとか、ダイレクトメッセージとかに慣れてしまっているがゆえに、電話は重大なこととか、かかってきたらビクッとするという人が、意外に多いんじゃないかなと感じている部分はあって、いきなり188のダイヤルを押して電

話をしようかって、なかなかならないんじゃないかなというのがあります。なので、そのハードルを下げるというのも大事かもしれないですけど、それ以外のツールが情報発信という面で弱いのではないかなと感じました。

(コーディネーター・高橋) 伊東さん、お願いします。

(伊東) 私の周りも公的な相談機関に頼る人は少ないという印象で、そもそも知らない人もいるし、知っていても敷居が高いものだと感じてかけない人もいるんじゃないかという印象です。専門家に頼ってもらうためには、被害事例を示すときに、壮大なものだけじゃなくて、身近な、このような相談でもしていいんだと思えるようなものも紹介することが大事だと思います。以上です。

(コーディネーター・高橋) 4名の方ありがとうございます。私も江花弁護士の授業を見たことがあるんですが、非常に効果的に188についての授業をされているなと思いました。今の学生のそもそもハードルが高いということを含めて、どんなふうな188の広報があるのか、授業の実践例も踏まえて、ご意見いただければと思います。

(江花) 電話のハードルが高くて、LINEとかチャットというか、そういうほうが相談しやすいという森さんのお話は、すごく重要なご指摘かなと思いました。とはいえ、実際、188に電話してもらうことは、消費者にとってとてもいいと思います。というのも、消費生活センターの相談員さんというのは、すごく専門的な知識も持っているし、一番情報を持っているんですね。最新の被害も、基本的には消費生活センターに集まってくるので、センターに相談してくれば、無料で丁寧に相談に乗ってくれるし、例えば、「それについては無視していても大丈夫ですよ」とか、「あるいはこれはちょっと弁護士に相談したほうがいいですよ」という切り分けもしてくれますので、まず188に繋がってもらいたいというのが、弁護士としては思うところです。

という話を学校でしても、多分なかなか定着してくれないというか、覚えて帰ってくれないかなというのもあるんで、私が学校でよくやるのが、生徒さんの前でスマホで188にかけて、実際に相談員さんに出てもらって、そこでちょっとした相談をして、相談に乗ってもらう。もちろんあらかじめ消費生活センターのほうには電話をして、こういうデモンストレーションをやりたいとご協力をお願いした上でやっています。相談する内容自体は、アダルトサイトを見ていたら請求が来ましたみたいなもので、無視しておけばいいですよという、多くの人がもう分かっているような話ではあるんですけども、実際相談員さんとやり取りをするのを皆さんに聞いてもらうことで、こういうふうになるんだなということや、気軽に電話しても優しく答えてくれるんだなということを実感してもらうことができたかなと思ってやりました。

授業後にアンケートを取ることもあるんですけど、生徒さんとか教員の先

生からもデモンストレーションが印象に残りましたというようなアンケートをもらうこともあって、自分としては一つのいいやり方かなと思っています。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。私も江花弁護士の、目の前でいきなり188にかけるというのを実際に鳥取県の高校でやったとき、やっぱりざわつくんですね。これを強面の生徒指導の教師の方に、アダルトサイトを見ていた前提を作った上で電話をかけ、「じゃあ先生、電話はすでにかかっています」ということで、188に実際にかかった状態で電話を渡すと、たどたどしく自分の被害を訴えて優しくアドバイスを受けるということで会場が盛り上がるというか、188に電話すると優しく教えてくれるんだ、こんなところで教えてくれるんだということが非常に効果的に伝わるなというところがあります。

あと15分になりましたけれども、188をどう広報するかというところで、学生・生徒の方からは、公的機関ということでハードルが高い、こんなことで相談していいのかということとか、チャットとかダイレクトメッセージに慣れているので、電話自体のハードルが高いというところも指摘いただいた上で、弁護士の実施する授業で、いきなり188に実際に生徒がかけると、こんなふうに繋がるということを見せるということをお話しいただきました。

では、最後に総括的なコメントということで、今日のシンポジウムを踏まえて特に学生・生徒の方には、若者に届く、未来を創る消費者教育とはどうあるべきなのか。どうあったらいいのかというところをリアルな意見をいただければと思います。

では、内藤さん、中村さん、森、伊東さんの順番で総括的なコメントや言い残したことがあればお願いします。

(内藤) 今回のシンポジウムを通じて、実際に4月から誕生日を迎えて自分の周りでも18歳になって、成人になる人が多い中で、やっぱり成人になってみると実感がわかないというところもあると思うし、もちろん成人になっても、正直まだ高校生であるうちは、実感がわかないということもあるとは思いますが、少しでもそういった消費者被害とかの実態に触れていくことによって、頭の片隅にでもそれが残っていると、ふとした拍子にこれは違うかもしれないな、これは騙されているのかもしれないなというふうに立ち止まることができれば、消費者教育としては成功というふうには思うので、まずは事例をしっかり自分たちで学んでいくことができるようになるのが一番かなと思います。今回のシンポジウムを通じて様々な人の意見を聞くことができたので、こういった意見を自分の中でも落とし込んでいって、今後の生活に役立てたいなと思いました。以上です。

(コーディネーター・高橋) ありがとうございます。是非、内藤さんの周りに

話していただければと思います。では、中村さんお願いします。

(中村) 私も今回のシンポジウムに参加する機会がなかったら、周りの人たちの状態とか意見というのは聞く機会がなかったので、意外と聞いてみると自分もそうですし、知らない人が多かったので、周りの人とかにそういう話を聞いたときに、自分からも発信できるようにもっと知識をつけたいなと思いましたし、今後の教育も今までやってきたような受動的な内容でなくて、それこそ実際に人を呼んだりとか、今ちょうどシンポジウムでやっているような生の声を聴くみたいな機会があったら、もっと次の世代の人たちの被害も減るんじゃないかなというふうに思いました。以上です。

(コーディネーター・高橋) では、森さん、お願いします。

(森) 消費者教育がテーマということで自分なりに教育をここまで受けてきて、大学までひたすら22年間教育を受けてきている身としてはやっぱり現場であったりとか、実務を知る機会、見る機会、触れる機会というのは本当に少ないのではないかなと思っていて、それは消費者教育でも言えるのではないかなというのは感じています。実際大学も研究者の方ばかりですしそれも仕方ない部分もあり、教員の方もいろいろな試験をくぐってやってきたので、それはそうなるだろうなという反面で、やっぱりそういった実務家の方の話を聞いて、これはやらないといけないなと思うことで、理論も学ぼうかという流れに、感情から入って理論の必要性というのを感じるんじゃないかなというふうに僕は感じているので、そういった機会がもっと増えていったらいいんじゃないかなというのは、今まで教育を受けてきて感じています。

あとは、広報の部分として、啓発や、こういった被害がありますよといったものがSNSで流れてくるということは正直あまりないので、そういった両方の情報をもっと流れてくるようになったら、被害にあわずに済む人も増えるのではないかなというふうには感じています。僕からは以上です。

(コーディネーター・高橋) 伊東さん、お願いします。

(伊東) 今回若者に届く消費者教育ということで、4人の共通した意見として、自主的に取り組めるものが多いといった意見が多いなと感じました。また、自分では考えつかなかった中村さんの動画を作るといった案を聞いたりして、自分では全然考えつかなかった意見が聞けて、今回のシンポジウムを通して視野が広がってとてもいい学びになったと思いました。以上です。

(コーディネーター・高橋) では、基調報告をいただいた消費者庁、国民生活センター、高校の現場からということで池垣さん、最後に江花弁護士のほうから総括的なコメントをいただこうと思います。では、消費者庁山地さん、お願いします。

(山地) 今日は皆様の実感を踏まえた貴重なお話をお聞かせいただきまして、

ありがとうございました。私たちは、実は靈感商法等の悪質商法を踏まえて新しい教材開発に取り組んでいるところなんですけれども、有識者の方々にもお集まりいただいて、ヒアリングも行ったりして、どんなのがいいかなというのを検討したところだったんです。そうしたらやっぱり今日お話に出たキーワードが結構出てきていて、自分事にできるとか、実践する力、クーリング・オフはどんなものとか、そういう知識をお届けするということは、ずいぶんやってきたと思うんですけれども、それを使って、例えば実際に仲良くなった人から聞いた話がやっぱりおかしいと思ったらきっぱり断るとか、行動に移すということのシミュレーションがなかなかやれていなかったのではないかなと。先ほどの自主的に参加するとか、グループディスカッションをしてみるとかということに繋がっていくのではないかなと思うんですけれども、そのような教材の開発というのを、是非グループディスカッション等、インタラクティブにやっというところまで話に出ていたんですけれども、今日またさらに、動画の作成を自分たちでやってみたらどうかとか、自分たちで勉強して下の世代に教えたらどうかというアイデアもいただいて、本当にいいなと思いました。

それからやっぱり職場でも若い人たちに聞くと、一番動画で見られているのは、本当に被害にあった方のお話、それから周りの方々のどれだけつらかったかというようなお話がやっぱり見られているという話もあって、動画も作っていきたいと思っているんですけれども、そういった皆様に刺さるようなものを是非作っていききたいなと思っているところでした。大変勉強になりました。どうもありがとうございました。

また引き続き、先ほどお話にもあったんですけれども、自分のこともそうですし、それから周りの方々が困っているときに、例えば電話のハードルが高いかもしれないですけど、188があるよとか、周りの大人に相談してみたらどうか、相談員さんとか弁護士さんとかの周りの大人と会う機会があってハードルが低くなってきたら、また何か相談をしてもらえんじゃないかなと思いました。ですから、このような機会とか、専門家の方々と直接会うような機会があったらいいのかなとも思ったところでした。ありがとうございました。

(コーディネーター・高橋) 国民生活センター安井さん、お願いします。

(安井) 安井でございます。当センターとしては、啓発の動画を作成しておりますが、T i k T o kで広告を出してというようなことをしておりますが、若い方々がI n s t a g r a mやT w i t t e rなどをよく目にされているということで、少なくともSNSで啓発をしようという方向性については外れてはいないという点で、よかったかなと思いました。

内容について、いろいろ検討しているんですけれども、啓発用のショートムービー、SNSだけではなくて、シネアドという、映画館で映画が上映される前の

広告動画のような形で、定期購入のトラブルへの注意喚起としてショートムービーを出すというようなことでもしております、どのようなコンテンツを出せば若い方に届くのかといった点で、非常に貴重なお話を聞けたかなと思います。また、途中で188に連絡しづらいというような話も出てきましたけれども、当センターとしては、公表資料などでお気軽にご相談くださいというような案内もしておりますし、お気軽にご相談いただけることで、最初に説明しましたP I O-N E Tのほうに情報が蓄積されていきますので、こちらで分析できて、必要に応じて新たな公表に繋がっていく、注意喚起に繋がっていくというものですので、気軽に相談していただけるようになったらと思っているところであります。本日は貴重なお時間をいただきありがとうございました。

(コーディネーター・高橋) では、池垣さん、お願いします。

(池垣) ありがとうございました。本当にあっという間の1時間半でした。皆さんのお話を聞いて、一人ひとりが公正で持続可能な社会の担い手として、責任ある行動を取ると、みんなが暮らしやすいより良い社会、すなわち消費者市民社会に繋がっていくんだなと感じました。このシンポジウムを全国の全教員に聞いてもらいたいぐらい、大変中身が濃く、学ぶべきことが多くありました。いろんな立場の方と顔が見える関係を築いたり、議論をしていくことの重要性を感じました。私自身いろんなことを考えて、こういうのをやってみたいなというアイデアも結構出てきたので、新年度の授業で生かしていきたいです。ありがとうございました。

(コーディネーター・高橋) では、江花弁護士お願いします。

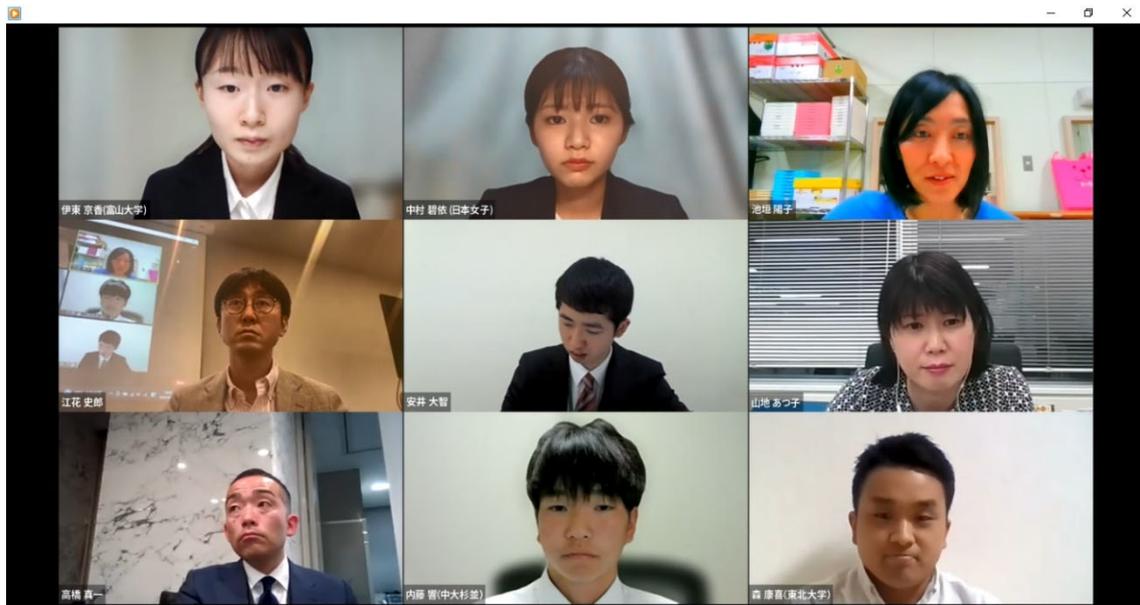
(江花) スライドの中で紹介した統計の中でも、消費者教育を受けた記憶がないとか、残っていないというのが一定数ありました。一方で今日皆さんからお話を伺うと、印象に残ったという声もありました。話し手側の手法や内容によって、受け手の理解度が大きく異なるということを改めて感じました。手法に関して言えば、一方的な講義形式だけではなくて、双方向の授業というのがやはり重要かと思います。アクティブラーニングは、学校現場でも積極的に取り入れられているものですが、グループワークとか、ロールプレイとか、そういったアクティブラーニングは消費者教育にすごく馴染むように思います。それはやっぱり自分たちの消費生活に関わることなので、周りの人と話し合いやすい、議論が深まりやすい、共有しやすいということが言えると思います。

内容に関しては、被害防止だけではなくて、被害にあったら相談するとか、自分事として考えるということが大切だと思います。さらに言えば18歳成年の法改正についても、若い学生に考えてもらうよい題材であるようにも思います。なぜ成年年齢は引き下げられたのか。逆に引下げによって若者は困ることはないだろうか。若者の消費者被害を防ぐためにはどうしたらいいだろう。どうい

制度、あるいはどういう法律が必要か。これを自分事として考えてもらう。これはもしかしたら主権者教育にも発展するものなのかなと思っております。

今日改めて知識を知ってもらうだけではなくて、いろんなことに関心をもってもらふことの大切さということを改めて感じました。以上です。

(コーディネーター・高橋) 8名の皆さん、ありがとうございました。これでパネルディスカッションを終了いたします。それでは、ここからの進行を司会にお返ししたいと思います。皆さんありがとうございました。



(司会) 本当に非常に充実したパネルディスカッションでした。皆さん本当にありがとうございました。

第4 閉会挨拶 (略)

◆おわりに◆

本シンポジウムは、消費者被害、消費者教育に関する若者の生の声を聴くことを主たる目的として企画しました。そのため、パネルディスカッションを中心に据え、パネルディスカッションでは、現役高校生から現役大学院生までの4名の方を中心にお話ししていただくという、この種のシンポジウムでは異例ともいえる形を採用しました。

パネルディスカッションの結果を見ると、我々が日々試行錯誤しながら行っている若者に対する消費者教育の中には、我々の想定通りに若者に届いている

もの、意外にも届いていないもの、逆に、意外にも届いているものなど、様々なものがあり、若者たちの受け止め方も一様でないことが明らかになりました。個別の若者の声に逐一応えて行くということは困難ですが、変化が大きく、かつ、その変化の速度が極めて早い現代においては、消費者教育の在り方は常に見直され、検証され続けなければならないということが、本シンポジウムを通じて課題の一つとして明確になったと思います。

本シンポジウムのような試みが今後も行われ、常に受け手のニーズを意識した消費者教育が行われることが、消費者被害を防止し、消費者市民社会を実現する上で肝要であると考えます。本シンポジウムが、そのようなムーブメントの嚆矢となり得たとすれば、主催者としてこれに勝る喜びはありません。

最後になりましたが、本シンポジウムの開催にご協力くださった全ての皆様に厚く御礼申し上げます。

以上