

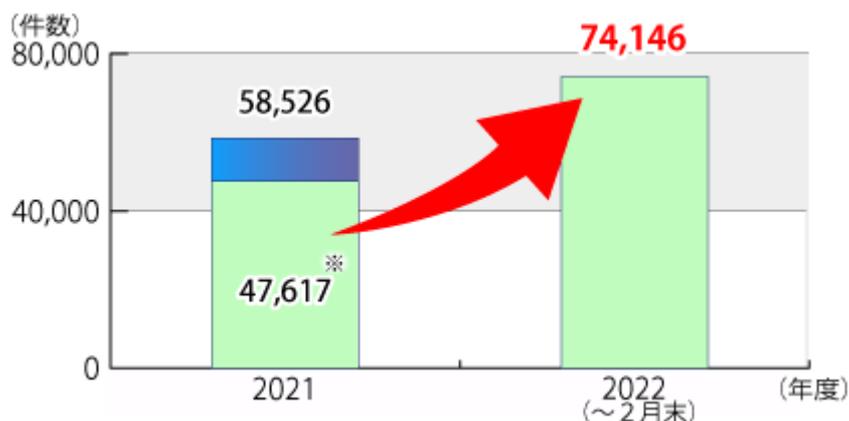
定期購入トラブル（小～高3 社会科・家庭科）指導案

「定期購入トラブルに巻き込まれないようにするために」

1 教材について

教材のねらい

インターネット上で、個人情報を書き込んだり、経済活動を行ったりすると、モノなしマルチ・情報商材・ネット詐欺や不正請求等のトラブルに巻き込まれることがある。特に昨今はインターネットを利用した消費トラブルが劇的に増加している。2022年6月改正特定商取引法施行後も全国の消費生活相談センターへの定期購入トラブルに関する相談件数は増加している。本教材は、定期購入トラブルの事例を基に、その問題点やインターネットを安全に利用するためにはどのようにしたらよいかを考えさせ、インターネットを利用するにあたって情報を適切に利用し、望ましい自己決定をする力（情報を読み解く力）を育てることを目的に制作した。



PIO-NET^{※1}にみる通信販売での「定期購入」に関する相談の年度別推移

※1 PIO-NET（パイオネット：全国消費生活情報ネットワークシステム）とは、国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。消費生活センター等からの経由相談は含まれていない。相談件数等は2023年2月28日までのPIO-NET登録分。

指導観

インターネット上には、低価格をうたい消費者を誤解させ定期購入へと移行させようとしたり、いつでも解約可能とうたいながら意図的に解約を阻止しようとしたりする通販サイトが存在し、SNSを介してそれらのサイトへ誘引しようとするアフェリエイトサイトも数多く存在する。また、著名人やインフルエンサーから紹介されこの種のトラブルに巻き込まれるケースも数多く報告されている。

2022年6月の改正特定商取引法施行以降一時的に減少したかに見えた定期購入トラブルであるが、詐欺的な手法で定期購入に誘導する手口の出現によりトラブルの増加が見られるようになった点を明らかにして、「最終確認画面」の確認が重要であることを強く意識させたい。

このようなトラブルの実態や問題点を理解させるとともに、事例を自分事として捉えさせることにより、定期購入トラブルに巻き込まれないために必要な判断力を育てたい。

指導時のポイント・留意点

現代社会に生きる我々は、様々な商品やサービスを消費することで生活している。グローバル化や情報化の急速な進展など変化の激しい社会の中で、消費に関するトラブルの内容は、ますます複雑で多様になっている。消費者は、自分自身で適切な意思決定を行い、被害に遭った場合には、的確に対処することができる能力を身に付ける必要がある。また、平成 24 年に制定された「消費者教育の推進に関する法律」では、消費者は、保護されるべき受け身の存在から、自立し、その責任を自覚し、他者や世界の未来にも考慮した「消費者市民」へと転換することが求められている。

本題材は、自立した生活を営むために必要な消費生活や生活における経済の計画に関する知識と技術を習得させ、現代の消費生活の課題について認識させるとともに、責任をもった消費行動ができるようになることをねらいとしている。このことは、「消費者市民社会」の形成者としての自覚を促す上からも意義深いと言える。

1) 新たな形の定期購入トラブルについて（改正特商法施行後の新たな手口「特別割引クーポン」）

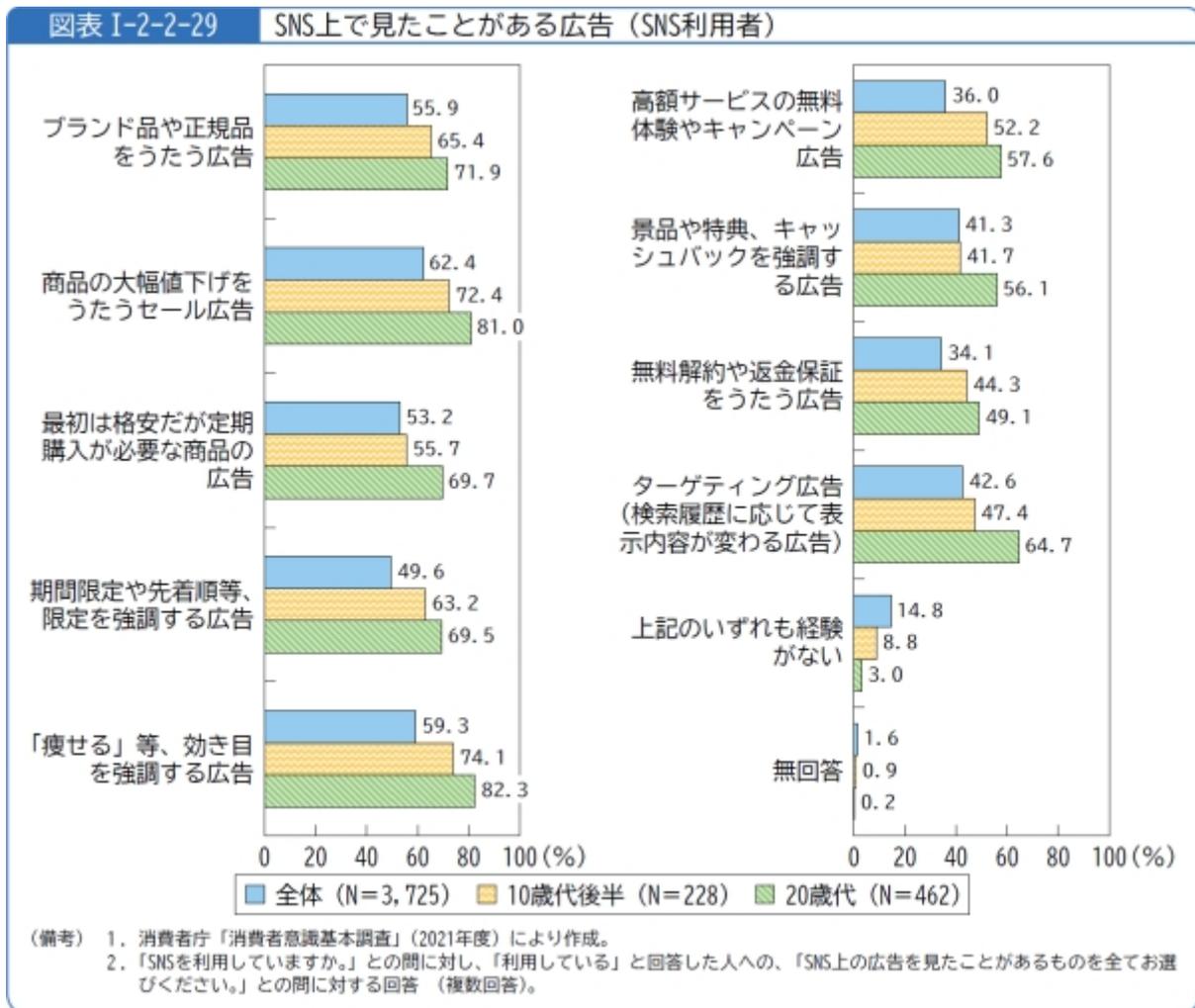
国民生活センターによれば、2022 年 6 月の改正特定商取引法施行以降、「いつでも解約可能」などと表示された「定期購入」の広告が増加傾向にあり、この種の広告を見て、『1 回だけ商品を購入して、2 回目以降を解約しようとしたところ、販売業者から、「購入回数の条件が無い定期コースを申込んだ後に、『特別割引クーポン』を使用したことで、○回の購入が条件の定期コースに切り替わっているのので、1 回目だけの購入では解約できない』と言われ、申込み時に想定していた金額以上の支払いが必要になった』という種類の相談が増加したと報告されている。要は、消費者が気づかぬうちに契約コース内容が変更されているというわけである。

この種の被害を防ぐには、必ず「最終確認画面」をチェックして、自分が望んでいる契約になっているかどうか確認する態度を身に付けることが大切である。そのためにも「最終確認画面チェックリスト」の利用を推奨したい。

2) 若者世代の消費情報入手先について

若者世代の消費情報入手先について、「令和4年度消費者白書」で『若者はSNS上の広告と接触する機会が多い SNS上に表示される広告をきっかけに消費者トラブルになるケースがみられている』※2とされ、情報入手先としてのインターネット特にSNSの重要性が明らかになっている。

つまり若者は SNS 上の広告と接触する機会が多く、トラブル対策には SNS 上の広告の実態を理解させることが重要であることの証左となっている。



※2 (令和4年度消費者白書 第1部 消費者問題の動向と消費者の意識・行動 第2章 【特集】変わる若者の消費と持続可能な社会に向けた取組～18歳から大人の新しい時代へ～ 第2節 若者の消費行動と消費者トラブル (2)若者の消費者トラブル ■SNSをきっかけとするトラブル)

取扱い教科等

1) 主たる取扱い教科等

中学校

技術・家庭（家庭分野） D 身近な消費生活と環境

高等学校

家庭 家庭基礎 (2) 生活の自立及び消費と環境

家庭 家庭総合 (3) 生活における経済の計画と消費

2) 1)以外の教科等での取扱い

小学校

道徳（情報モラル）

中学校

社会（公民的分野） 私たちと現代社会、私たちと経済

高等学校

公民 現代社会 (1) 私たちの生きる社会

（2022年からは現代社会を廃し公共が新設される）

学習内容としては「ア（ア）多様な契約及び消費者の権利と責任」が該当する）

家庭 生活デザイン (2) 消費や環境に配慮したライフスタイルの確立

情報 社会と情報 (2) 情報通信ネットワークとコミュニケーション

情報 社会と情報 (3) 情報社会の課題と情報モラル

情報 情報の科学 (1) コンピュータと情報通信ネットワーク

情報 情報の科学 (4) 情報技術の進展と情報モラル

情報モラル指導モデルカリキュラム表への対応

「2. 法の理解と遵守」

中学校 c4-3：契約の基本的な考え方を知り、それに伴う責任を理解する

高等学校 c5-3：契約の内容を正確に把握し、適切に行動する

「3. 安全への知恵」

中学校 d4-2：トラブルに遭遇したとき、主体的に解決を図る方法を知る

e4-1：情報の信頼性を吟味できる

e4-2：自他の情報の安全な取り扱いに関して、正しい知識を持って行動できる

高等学校 d5-2：トラブルに遭遇したとき、様々な方法で解決できる知識と技術を持つ

e5-1：情報の信頼性を吟味し、適切に対応できる

e5-2：自他の情報の安全な取り扱いに関して、正しい知識を持って行動できる

「4. 情報セキュリティ」

中学校 g4-1：情報セキュリティの基礎的な知識を身につける

高等学校 g5-1：情報セキュリティに関する基本的な知識を身につけ、適切な行動ができる

2 モデル指導案：技術・家庭（家庭分野）

本時の目標

インターネット上での契約や個人情報を入力する際に、トラブルに巻き込まれないようにするための注意点を理解させ、トラブルに巻き込まれたときに解決を図るための判断力を養う。

授業実施前の準備・事前指導

インターネットショッピングの利用状況及びトラブルの遭遇状況について、事前にアンケートを採っておく。また、ネット詐欺・不正請求、不正アクセス等について、インターネットや文献、新聞等を用いて、実態や原因と対策について調べさせる。

本時の展開 例

	学習活動・内容	指導上の留意点	摘要
導入	<p>1 インターネット利用についてのアンケート結果を確認する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ネットショッピングをした人がいる ・契約トラブルに遭った人もいる <p>2 本時の課題を理解する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・身近なところでインターネットショッピング等の消費活動をしている人がいることに気付かせる。インターネットを利用する便利さにも触れる。 ・ネット詐欺や不正請求で被害に遭う人がいることを伝え、本時の課題につなぐ。 	
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;">「定期購入」トラブルに巻き込まれやすいパターンを知り、対策を講じよう</div>		
展開	<p>3 導入漫画を読み、主人公姉妹の行動の問題点とこの後の展開について、考えたことをワークシートに書く。その後、グループで話し合い、学級で共有する。</p> <p>4 「いつでも解約できる」と表示されているケースについて知る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・最近の「定期購入」トラブルの傾向について確認する。 □ 契約のきっかけ ・インフルエンサーの商品紹介など □ 契約内容変更のきっかけ ・注文直後に表示された「特別割引クーポン」がコース変更のきっかけとなっていたことを知る ・実際解約しようとする時、電話が繋がらなかったり、オンライン上の解約手続きがうまく進められなかったりと、容易に解約ができないような販売業者も存在することを確認する ・契約前のチェックリスト利用などを確認する大切さを知る 	
終末	<p>5 トラブルや被害に遭ったときどのように対応するかをワークシートにまとめ、発表する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・保護者に相談する ・警察に届ける ・消費生活センターに相談する ・被害の予防や拡大防止 	<ul style="list-style-type: none"> ・契約前に商品や販売店の情報を確認する大切さを知る。 ・トラブルに巻き込まれた時にはいち早く相談することが大切であることを確認する。 	

3 参考URL

文部科学省

消費者教育の推進について

https://www.mext.go.jp/a_menu/ikusei/syouthisha/

消費者庁

教材: デジタル社会の消費生活

https://www.caa.go.jp/policies/future/project/project_003/demonstration/materials/

「高校生向け」授業プラン: デジタル社会の消費生活

https://www.caa.go.jp/policies/future/project/project_003/demonstration/materials/lesson/

消費者教育ポータルサイト

<https://www.kportal.caa.go.jp/index.php>

特定商取引法ガイド

<https://www.no-trouble.caa.go.jp/what/multilevelmarketing/>

令和4年版消費者白書

第1部 第2章 【特集】 変わる若者の消費と持続可能な社会に向けた取組
～18歳から大人の新しい時代へ～

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/2022/

独立行政法人 国民生活センター 消費者ホットライン

<https://www.kokusen.go.jp/map/index.html>

独立行政法人 国民生活センターによる注意喚起情報

【若者向け注意喚起シリーズ<No. 3>】健康食品等の「定期購入」のトラブルー「お試し」「1回限り」のつもりが定期購入に！？ー (2021年6月17日公表)

https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20210617_1.html

「おトクにお試しだけ」のつもりが「定期購入」に！？ー「詐欺的な定期購入商法」の規制が強化された改正特定商取引法が施行されました！ー (2022年6月9日公表)

https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20220609_1.html

「おトクにお試しだけ」のつもりが「定期購入」に！？ (No. 1)
ー電子タバコや医薬品でも！！ー (2022年7月21日公表)

https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20220721_2.html

【「おトクにお試しだけ」のつもりが「定期購入」に！？ (No. 2)】注文直後に表示された「特別割引クーポン」を利用したら、いつの間にかコース内容が変わっていた！？ (2022年9月7日公表)

https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20220907_2.html

【「おトクにお試しだけ」のつもりが「定期購入」に！？ (No. 3)】テレビショッピングなどをみて話
電話で注文したら、意図せず「定期購入」に！？ー「サンプル」「おまとめコース」などを勧められても
要注意！ー (2022年11月30日公表)

https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20221130_2.html