

(3) Web版教材を活用した授業展開例及びワークシート

授業展開例① 「インターネット通信販売の特性」「契約成立に伴う権利と義務」

●**題材名** 多様化する販売方法

●**本時の目的** ・販売方法の多様化に伴う問題について理解する。
・インターネット通信販売の特性を知り、契約内容等を確認することの重要性について理解する。

●**授業展開例**

50分×2コマの授業 ※休憩時間を除く

時間	主な学習活動	指導上の留意点	教材・資料
導入 10分	<ul style="list-style-type: none"> ●本時の目標について理解し、学習の見通しをもつ。 ●多様化する販売方法について考える。 	<ul style="list-style-type: none"> ●日常生活で身近にある契約について考えさせる。 ●販売方法の種類と特徴を伝える。 	
展開Ⅰ 20分	<ul style="list-style-type: none"> ●Web版教材「インターネット通信販売の特性」の学習内容をワークシート①-1にまとめる。 ●Web版教材「インターネット通信販売の特性」の質問に答え、ワークシート①-1にまとめる。 	<ul style="list-style-type: none"> ●インターネット通信販売の特性について理解させる。 ●インターネット通信販売を利用する際の注意点について確認させる。 ●インターネット通信販売と店舗販売のメリット、デメリットについて確認させる。 	ワークシート①-1 Web版教材 インターネット通信販売の特性
展開Ⅱ 20分	<ul style="list-style-type: none"> ●Web版教材「契約成立に伴う権利と義務」の質問に答えワークシート①-2にまとめる。 ●Web版教材「契約成立に伴う権利と義務」の「見て、読んで……なっとく」を確認する。 ●Web版教材「契約成立に伴う権利と義務」のまとめをまとめる。 	<ul style="list-style-type: none"> ●契約時の注意点について伝え、契約することで法的な責任を負うことを理解させる。 ●契約が守られなかった場合の対処方法を確認させる。 ●インターネット通信販売の契約する際の注意点について確認させる。 ●クーリング・オフ制度がないことを確認させる。 	ワークシート①-2 Web版教材 契約成立に伴う権利と義務
展開Ⅲ 40分	<ul style="list-style-type: none"> ●Web版教材「トラブル事例紹介」のトラブル事例①～⑤を確認する。 ●トラブルになった原因について考え、ワークシート②-1にまとめる。 ●トラブルにならないために、気を付けたらよかったことを考え、ワークシート②-1にまとめる。 ●グループで各自が考えた意見を共有する。 ●解説を確認する。 	<ul style="list-style-type: none"> ●実際に多いトラブルの事例であることを伝える。 ●トラブル事例について、トラブルとなった原因や気を付けたらよかったことについて考えさせ、注意しなければならないことに気付かせる。 ●「インターネット通信販売」の特定商取引法で定められたルールについて確認させる。 ●クーリング・オフ制度がないことを確認させる。 ●消費生活センター等に相談することは、自分自身の被害救済だけでなく、社会への貢献につながることを理解させる。 	ワークシート②-1 Web版教材 トラブル事例紹介
まとめ 10分	<ul style="list-style-type: none"> ●学習内容をまとめ、発問に答える。 	<ul style="list-style-type: none"> ●販売方法の種類と特徴、インターネット通信販売の特性を知り、契約内容等を確認することの重要性について理解したかどうか、発問する。 	Web版教材 全体のまとめ

【インターネット通信販売の特性】

- ・消費者が、郵便や電話、(**インターネット**)などを使って、商品を購入したり、サービスの提供などを受けたりする取引を(**通信販売**)といいます。

Q1 これらはすべて、通信販売です。このうちインターネット通信販売はどれでしょうか。

- 1 スマートフォンで有料の配信音楽をダウンロードした。
- 2 スマートフォンで SNS のスタンプを購入した。
- 3 テレビショッピングを見て、電話で〇〇を購入した。
- 4 パソコンでスクールバックを購入した。
- 5 商品カタログ広告を見て、専用の申込用紙を使ってファクシミリで〇〇を購入した。

自分の回答 (1、2、4)

Q2 インターネット通信販売を利用する際、デジタルプラットフォーム※の運業者やお店を決めるとき、また商品を購入するときに、どのようなことを確認したり、注意したりしていますか。該当する項目にチェックを入れましょう。(複数回答可)

※ ショッピングモールのように、WEB上でさまざまなお店が出店できる場所を提供して運営している事業者のこと。

- お店を決めるときには、事業者情報などを確認して、信頼できそうなお店か検討している。
- 商品などを購入する場合には、商品や価格、返品や契約解除の条件などを、複数のお店で比較検討している。
- 安すぎたり、割引率が大きすぎたりするお店は、信頼できそうにないので、そのようなお店では購入しない。
- トラブルが起きた場合のことを考えて、お店やデジタルプラットフォームを運営している事業者に、相談窓口があるかどうかを確認している。
- 海外の商品を個人で輸入する場合、製品事故や健康被害情報などの安全面を行政のホームページの注意喚起情報などで確認している。
- サイトの表示が、翻訳ソフトで書いたような不自然な日本語で表示されているお店は、信頼できそうにないので、そのようなお店では購入しない。

Q3 これまでに、インターネット通信販売でトラブルに遭ったことはありますか。あるいはどのようなトラブルが予想されますか。トラブルの内容とその原因を書いてみましょう。

◇トラブルの内容

- (例) ・商品の色がイメージしていたものと違っていたが、返品できる時期を過ぎていたので返品できなかった。
- ・商品について、問い合わせをしようと思ったが、購入したお店がなくなっていて、連絡先が分からなくなった。

◇トラブルになった原因

- (例) ・商品を実際に見ていないのに、自分がイメージした通りと思い込んでしまい、申込前に、契約条件として、返品できるかどうかや返品できる期間などを確認していなかった。
- ・購入した事業者の連絡先を、印刷やスクリーンショットで保存していなかった。

Q4 私たちは商品やサービスの購入をする時、インターネット通信販売や店舗販売など、さまざまな販売方法から選択することができます。消費者にとってのメリットとデメリットをまとめてみましょう。

	インターネット通信販売	店舗販売
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ・ お店に行く移動時間やお店の営業時間を気にせずに、複数のお店で、商品やサービスの比較検討が効率よくできる。 ・ 遠い場所にあるお店の商品でも、気軽にサイトで購入できる。 <p style="text-align: right;">など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 直接商品を確認できるので、購入するかどうかの判断がしやすい。 ・ 直接店員と相談したり、アドバイスをもらえたりするので、より適切な商品を提案してもらえる。 ・ トラブルになった時、お店に行って交渉しやすい。 <p style="text-align: right;">など</p>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ・ 商品によっては、色合いや手触り、サイズやフィット感などが、サイトの表示や写真だけでは分かりにくいいため、思っていたものと現物が異なる場合がある。 ・ 突然サイトが閉鎖されると、連絡が取れなくなり、トラブルになった時に事業者と交渉ができなくなる可能性がある。 ・ インターネットでは相手が特定しづらく、信頼できる事業者かどうかの見極めが難しい。 <p style="text-align: right;">など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ お店に行く移動時間や交通費がかかる。 ・ 自分の都合で自分の好きな時間帯に商品を購入することができない。 ・ 離れた店舗間で、同じ種類の商品等の比較をすることが難しい。 <p style="text-align: right;">など</p>

もっと知りたい人は、チャレンジしてみよう！！

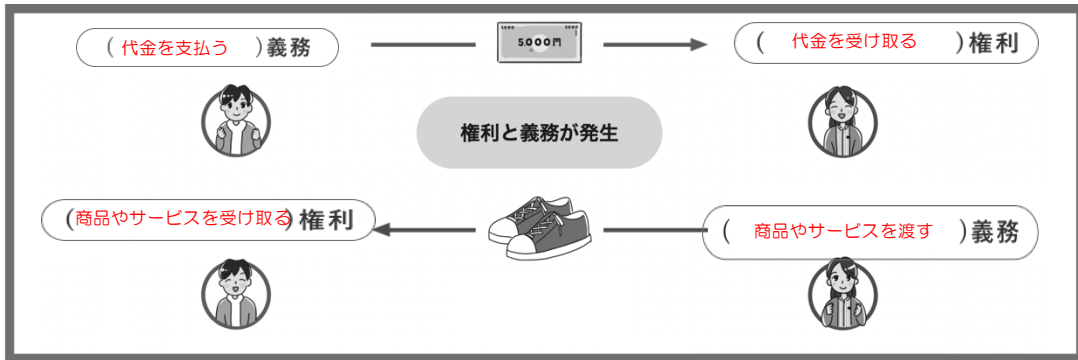
インターネット通信販売と店舗販売では、お店側にとってはどのようなメリット・デメリットがあるかを考えてみましょう。

	インターネット通信販売	店舗販売
メリット	<ul style="list-style-type: none"> ・ 店員を雇ったり店舗を借りたりする必要がないので、人件費や家賃等を削減できる。 ・ 商品等の運搬や陳列にかかる時間や労力を削減できる。 ・ インターネットがつながる場所であれば、地域を限定せず世界中の消費者を相手に商売ができる。 ・ 店じまいに手間がかからない。 <p style="text-align: right;">など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ サイト上だけでは判断しづらい商品の場合、消費者に直接確認してもらうことができ、返品対応の手間がかからない。 ・ 個々の消費者に適した対応ができ、リピート客を確保できる。 ・ 店舗が確実に存在するため、安心して契約相手として検討してもらえる。 <p style="text-align: right;">など</p>
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者の顔が見えず、信頼できる消費者かどうかの判断が難しい。 ・ 返品されるリスクが高い。 ・ 世界中に競争相手が多く、広報の手段も限られているため、売上げにつながるまでに時間がかかる。 <p style="text-align: right;">など</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 店舗運営のための人件費や家賃等がかかる。 ・ 店舗に来られる消費者が限定されてしまう。 ・ 店舗の敷地面積が限られているので、陳列するものや取り扱う商品などを限定しなければならない。 <p style="text-align: right;">など</p>

【契約成立に伴う権利と義務】

- Q1 消費者がお店で、1足 5,000 円のスニーカーを購入した場合、契約はいつ成立したでしょうか？
- 1 消費者が「1足 5,000 円のスニーカーをください」と言ったとき。
 - 2 店員が「はい。分かりました。」と答えたとき。
 - 3 消費者が代金を払い、店員がスニーカーを渡しながらか代金を受け取ったとき。

自分の回答 (2)



- Q2 次の()内に、適切な用語を入力しましょう。
 消費者は、代金を払う(義務)と商品を受け取る(権利)が発生します。
 そして、お店側は、代金を受け取る(権利)と商品やサービスを渡す(義務)が発生します。これは、民法で定められており、法的に拘束されます。

- Q3 もし、どちらかが勝手に契約を守らなかったらどうなるのか考えてみましょう。
- ◇消費者が契約を守らなかったら、どうなるのでしょうか。
- (例) ・お店側は、費用や時間をかけて商品を仕入れたり、製作したりしている。消費者が契約を守らなかったら、商品の代金が受け取れないため収益が得られず、お店が潰れてしまうかもしれない。
 ・契約を守らない消費者ばかりになると、消費者との信頼関係が築けず、安心して契約が結べない。その結果、安定した経営計画を立てることができなくなる。
- ◇お店の人(事業者)が契約を守らなかったら、どうなるのでしょうか。
- (例) ・信頼できないお店では、安心して購入することができない。
 ・信頼できないお店ばかりになると、必要なものが手に入らなくなるため、自分で製作・調達しなければならない。時間も労力もかかるばかりか、事業者のように専門的な新商品や新サービスなども作れないので、豊かな生活が送れなくなる。

【契約する際の注意点】

○契約するときのアドバイス

- ・購入する前に、本当に(必要)かを考えましょう。
- ・複数の事業者で、契約条件などを(比較検討)しましょう。
- ・契約相手が特定でき、(信頼)できるかどうかを検討しましょう。
- ・何かあったときに、契約相手が特定できないと交渉することができず、救済される手立てがありません。まずは、事業者情報(事業者名、所在地、電話番号 など)を確認し、画面の印刷やスクリーンショットで保存しておきましょう。
- ・事業者のなかには、突然サイトやアカウントを削除して連絡が取れないようにする事業者もいます。インターネットの向こう側には、悪質な事業者がいることを覚えておきましょう。
- ・契約する物やサービスの内容、支払金額、支払方法、返品や契約解除の条件など、(契約内容)を検討しましょう。

○インターネット通信販売の場合、契約成立はいつになるのでしょうか？

- ・(申込みボタン)を押したときが、「契約成立になる」と考えましょう。
- ・インターネット通信販売もそのほかの通信販売も、(クーリング・オフ制度)はありません。