教員向け消費者教育情報提供誌
季刊◆令和2年度　登録第3号

わたしは消費者

No.160
令和2年 9月20日発行

東京都消費生活総合センター　〒162-0823　新宿区神楽河岸1-1　☎ 03-3235-1157

わたしは消費者 検索

トピック 若者に多いトラブル事例
▶契約トラブルにあわないために ～高校生に伝えたいこと～ …… p.1～3
1．はじめに
2．消費者教育ＤＶＤの事例紹介
3．契約とは
4．最後に

東京都消費生活総合センターからのお知らせ
▶令和元年度作成消費者教育教材 …… p.4～6
新作 高校生・若者向け消費者教育ＤＶＤ
ホントに“いいね！”？ その契約
新作 中学生向けWeb版消費者教育読本
世界の未来をかえる店「エシカルスーパーマーケット」
▶消費者教育コーディネーターを設置しました …… p.7

注意喚起情報
▶フリマアプリはサービスの仕組みを理解して上手に活用しましょう …… p.8

契約トラブルにあわないために ～高校生に伝えたいこと～

東京経済大学 教授・弁護士　村 千鶴子

1. はじめに

民法改正により、2022年4月より成年年齢が18歳に引き下げられることになりました。多くの若者の場合、高校３年生の誕生日を迎えると、社会的な知識も経験もないままに成年者になってしまいます。そのため、10代の若者の消費者被害拡大が懸念されています。被害拡大を防ぐためには、契約相手や契約内容を見極め、自分のニーズにあった適切な選択行動ができるようになる必要があります。高校３年生になる前に、①基礎的な契約に関する法的知識と、②実践的な知識（契約トラブルの実情、被害回避のポイント、トラブルに遭遇した場合の対処法）を身に付けておくことがとても重要です。

2. 消費者教育DVDの事例紹介

東京都では、高校生用の消費者教育DVDを作成しました。近年、若者に多発している典型的な契約トラブル事例を３つ取り上げ、手口を紹介しています。どのような原因で被害にあうのか、被害を回避するにはどうすればよかったかを学べる構成となっています。

事例1　私、モデルになっちゃうかも?
～ SNS をきっかけとした契約トラブル ～

ストーリー

自撮り写真をアップしていたメグミ（大学生）のSNSに、芸能事務所から新人モデルのオーディション案内が送られてきた。興味をもったメグミが、オーディションに申し込むと第一次審査に合格。後日呼び出された最終オーディションにも合格。これでモデルの仲間入りと思っていたところ、芸能事務所の社長から「磨けば磨くほど光る素材だ」とお

だてられ、その場でレッスン受講契約をしてしまう。ところが、レッスンは期待していたような内容ではなく、契約を後悔したメグミは解約したいと伝えるのだが・・・・。

【被害防止のポイント】

●信用できる相手か調べよう！

事例では、SNSに送られてきた見知らぬ芸能事務所からのコメントに、何の警戒心も持たず、安易に連絡を取ったことからトラブルに巻き込まれます。SNSを悪用する事業者もいるので、見知らぬ相手とは安易に連絡を取らないこと、信頼できる相手かよく考えることが大切です。

●あれっ？と思ったらきっぱり断ろう！

事例では、オーディション合格後に、初めてレッスン受講契約が必要なことを知らされますが、事業者の言葉にのせられ、その場で契約して代金も支払ってしまいます。不意打ちで契約の勧誘をされた場合には、「契約しません」とはっきり断り帰る勇気が必要です。

●一人で抱えず、誰かに話そう！

事例では、事業者に「内緒でデビューした方が良い」と言われたため、誰にも相談しません。気が付けば、クーリング・オフの期間が過ぎてしまいます。誰かに相談することで「気付き」が生まれ、トラブル解決につながることがあります。

◆契約は慎重にすることが重要◆

「後でクーリング・オフすればいいから契約しちゃえ」という考え方は大変危険です。クーリング・オフができるのは、特別な法律で定められた取引だけですし、たとえクーリング・オフをしても、すべての事業者が全額を返還してくるとは限りません。悪質事業者の場合は、短期間で会社を解散したり、行方不明になったりすることがあります。こうなると法的には消費者が支払い済みの金銭を返してもらう権利があったとしても、回収することは困難です。だからこそ、契約は慎重にすることが重要です。

事例2　誰でももうかるって…、マジかよ!?

～ もうけ話のトラブル（マルチ商法） ～

ストーリー

ソウタは、バイト先の先輩から「誰でも簡単に儲かる方法を教えてあげる」と誘われて、一流ホテルで「すごい人」に会わせてもらいます。「すごい人」から「誰でも簡単に儲かるノウハウの入ったUSBメモリ（情報商材）」の契約を勧誘されたソウタは、学生ローンで借金して契約してしまいます。ソウタはUSBメモリのとおりに投資すれば確実に儲かる、友達にUSBメモリを販売すると利益が得られるという話を信じてしまったのです。契約書も領収書ももらいませんでした。しかし、USBのとおりに投資しても全く儲かりません。借金の返済に困った結果、友達を勧誘して手数料を得ようとしますが、誰も契約してくれません。解約してお金を返してほしいのですが、契約相手の会社はわからず、「すごい人」の連絡先も知りません。SNSでしか繋がっていないバイト先の先輩とも連絡が取れなくなり…。

【被害防止のポイント】

●ウマイ話は信じない！

事例では、バイト先の先輩の「簡単に誰でも儲かる」という話に興味を持ったことからトラブルに巻き込まれます。そんなウマイ話はあるはずがないと疑ってみることが大切です。

●安易に借金してまで契約しない！

事例では、お金がないと言ったソウタに学生ローンを勧めます。ソウタは、「みんな使っている」「すぐに返せる」という言葉を信じ、返済できるかどうか考えずに学生ローンを利用してしまいます。学生ローンは借金です。いったん借りてしまうと金利の負担が大きく、返済が極めて大変です。借金してまで契約する必要があるか慎重に考えることが重要です。

●紹介料を得るために友達を勧誘しない！

事例では、借金を返すために友達を勧誘しますが、だれも契約してくれません。それどころか、人間関係を壊してしまいます。儲からないことがわかっていながら、嘘をついて友達を勧誘することは絶対にしてはいけません。被害者だったはずが、いつの間にか加害者になってしまいます。

◆契約は慎重にすることが重要◆

大学生を中心に事例のように「簡単に儲かる」「友達に売れば紹介料が入る」「借金もすぐに返済できる」などと勧誘するマルチ商法の被害が多発しています。マルチ商法は、親しい人から誘われて断りにくく、その場の雰囲気で契約してしまいがちですが、必要がない契約はきっぱりと断る勇気が必要です。

この事例で最も深刻なことは、契約書も領収書ももらっていないため、契約相手がわからないことです。これでは、解約したくても、誰に連絡をして、誰からお

金を返してもらえばいいかわかりません。ＳＮＳで連絡が取れれば十分だと考える人もいますが、アカウントを削除されてしまえば連絡が付かなくなります。「住所・正式な会社名（個人の場合は氏名）・電話番号」を確認することが重要です。

事例3 タイムセール3,980 円、残りわずか！
～ インターネット通販のトラブル ～

ストーリー

スマホで「タイムセール残りわずか」と書かれたスカートを見つけたユカ。 気に入らなければクーリング・オフすればいいと考え、すぐに注文します。 ところが、届いた商品はスマホの画面で見たものとはイメージが違っていました。返品したいとメールしますが、「返品できない。利用規約で決まっている」との返事が…。

【被害防止のポイント】

●返品条件、送料などの購入条件を必ず確認しよう！

事例では、クーリング・オフできると思い込み、返品条件などを確認せずに注文をしたため、トラブルに巻き込まれます。インターネットに限らず、通信販売にはクーリング・オフ制度はありません。「返品不可」と表示されていれば、商品のイメージが違っていても返品できないのです。通信販売は、広告面に返品の可否・条件などを表示することが義務付けられています。注文する前に、返品条件などの購入条件を必ず確認することが大切です。

●販売事業者の情報を必ず確認しよう！

通信販売は、事業者名や住所、電話番号などの項目を必ず表示することが法律で定められていますが、事例では、電話番号の記載がありません。法律を守っていない事業者は、安心して取引できる事業者とは言えません。

◆契約は慎重にすることが重要◆

ネット通販は、相手事業者がどのような事業者なのか知らず、商品の現物を見ないで、広告の表示だけを頼りに契約する取引です。写真やキャッチコピーに惑わされてはいけません。注文する際には、必ず購入条件をよく読み、商品の代金、送料、支払い方法など、確認しましょう。なお、注文時に商品や契約内容画面の写真を撮っておくと、後でトラブルになったときに役立ちます。

3. 契約とは

契約とは、法律で保護された約束を意味します。契約をしたら、契約の当事者は契約内容を守る義務が生じます。もし契約相手が契約を守らなければ、そのために被った損害を賠償することを裁判所に求めて、強制してもらうことができるということです。

民法には、契約自由の原則という契約に関する基本的な考え方があります。

○契約相手を選ぶ自由（信用できる相手か）
○契約内容を決める自由（納得できる内容か）
○契約の様式を決める自由（契約書を作成するか否か）
○その契約を締結するか、しないかを決める自由

これらの考え方をもとに、本当に自分にとって必要な契約かを十分に検討し、必要のない契約は、当然断ってよいのです。契約しないことを相手に説得する必要はありません。

今回取り上げた3つのトラブル事例はすべて契約に関する事例であり、ＤＶＤの最後には、「契約するときに大切なこと」という項目を設け、契約についての基本的な考え方と注意点をまとめています。是非ご覧ください。

4. 最後に

現在私は大学の教員を務めています。一人暮らしを始めた大学生から、「新聞の訪問販売で10月から１年間の契約をしたが、解約したい」という相談を受けました。この時、学生は、「自分は勧誘されても断わることができる絶対の自信があり、被害にあう人は、弱いんだと思っていた。」「威されたわけではないのに、いつの間にか契約することになってしまった。自分でもびっくりした。」と言っていました。

高校生は、経験が不十分であるにも関わらず、これまでさまざまな場面で守られてきたために根拠のない自信を持ち、消費者被害は自分には無縁だと思いがちです。自分のこととして考えてやってみる学習が重要です。

東京都消費生活総合センターからのお知らせ

新作消費者教育教材（DVD／Web版）が完成しました

令和元年度作成消費者教育教材

新作 高校生・若者向け消費者教育ＤＶＤ

ホントに“いいね！”？ その契約

「東京くらしWEB」で動画配信中 https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/douga/mov_2020dvd.html/

1. 製作の趣旨と内容

SNSを悪用した勧誘や儲け話のトラブルなど、若者の消費者被害が多く発生しています。トラブルに遭わないためには、必要な情報を収集して比較検討し、批判的思考に基づいて適切に判断することが重要です。

このDVDは、若者に多く発生しているトラブル事例をもとに、勧誘の手口やトラブルの特徴を学習できる教材です。ドラマでは、主人公がトラブルの原因や問題点を振り返ります。この振り返りを通じて、視聴している生徒が、トラブル回避のタイミングがどこにあるのか、どのような考え方が必要かを学べる構成となっています。

若者たちが、このDVDで学んだ考え方を一つの参考にすることで、これから経験するさまざまな契約に対し、冷静かつ主体的に判断できる自立した消費者になることを期待して製作しています。

2. DVDの特長と使用方法

（1）「３つの事例」と「契約するときに大切なこと」（右記「DVDの目次」参照）は、それぞれ単独でご使用いただけます。各事例は途中でＤＶＤを一旦停止して、考える機会を設けたり、全編を一括で視聴したり、また「事例」と「契約するときに大切なこと」を組み合わることもできます。「主体的・対話的で深い学び」の実現に向けてご活用ください。

各事例は、次の４つのブロックで構成しています。

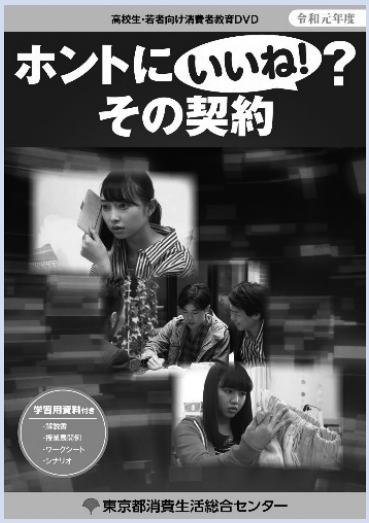
①トラブル事例の紹介 → ②トラブルになった経緯の振り返り

③ Action（トラブル回避の実践例） → ④まとめと対策

※事例3には“振り返り”はありません。

（2）本編に沿って、付属資料として学習用資料（解説書・学習指導案・ワークシート等）を作成しました。

- 解説書では、トラブル事例のポイントや各取引について、法律ではどのように考えるかという観点から解説しています。クーリング・オフ制度の趣旨、SNS利用上の注意点、学生ローンなども説明しています。
- ２種類のワークシート（穴埋め式・記述式）は、DVDを視聴しながら学んだ内容を確認したり、問題点や対策を考えたりすることができます。
- 全編のシナリオに、映像画像を載せています。授業の進行用にご使用いただけます。
（※付属のワークシート及びシナリオは加工が可能です。）



監修：弁護士　村　千鶴子 氏
協力：東京都教育庁指導部高等学校教育指導課
課長代理　浦島　真由美 氏

DVDの目次

- ▶オープニング
- ▶事例１　私、モデルになっちゃうかも！？
～SNSをきっかけとした契約トラブル～
- ▶事例２　誰でももうかるって…、マジかよ！？
～もうけ話のトラブル（マルチ商法）～
- ▶事例３　タイムセール3,980円、残りわずか！
～インターネット通販のトラブル～
- ▶契約するときに大切なこと
- ▶エンディング

学習用資料（付属資料付き）

- 解説書
- 学習指導案（２種類）
- ワークシート（穴埋め式・記述式）
- シナリオ

東京都消費生活総合センターからのお知らせ

新作消費者教育教材（DVD／Web版）が完成しました

令和元年度作成消費者教育教材

新作 中学生向けWeb版消費者教育読本

世界の未来をかえる店
「エシカルスーパーマーケット」

「東京くらしWEB」に掲載中▶https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/kyoiku/web/chu04

※タブレットだけでなく、スマートフォンにも対応可能です。

1. 本教材の目的

今年度は、主に中学生の技術・家庭科（家庭分野）を想定し、エシカルスーパーでエシカル消費の疑似体験ができる教材を作成しました。本教材は、生徒が商品に表示された情報を参考にしながら、エシカルポイントを探すことを通じて、他者への配慮を考えた消費行動の大切さを学習できるように構成しています。

【ねらい】

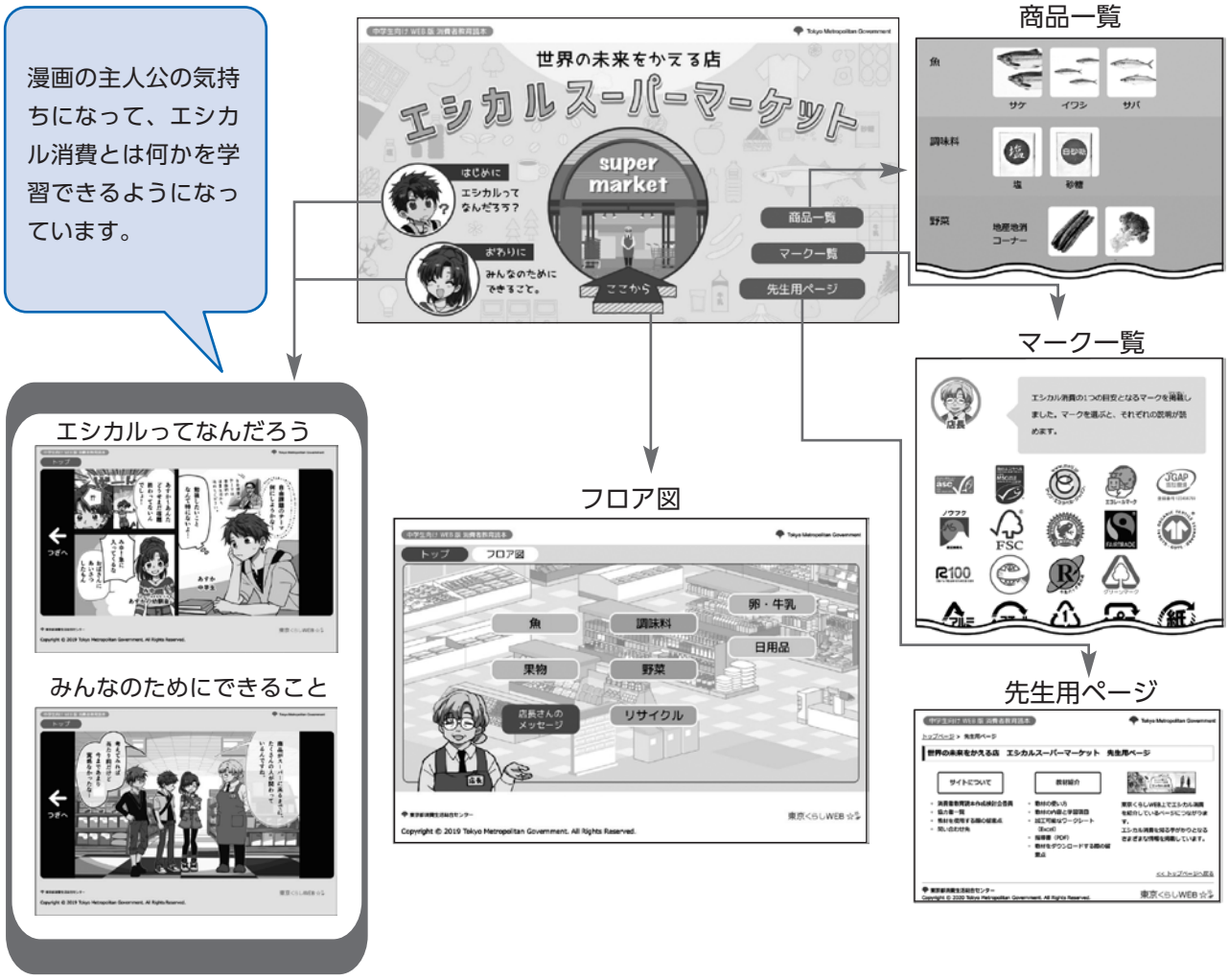
(1) 消費者の行動が環境や経済に与える影響を考え、エシカル消費への理解を深める。

(2) エシカル消費の実現に向け、商品の情報を適切に収集し、活用できるようになる。

(3) 消費者の権利と責任を理解し、行動することの大切さに気付く。

2. 「エシカルスーパーマーケット」トップページの構成

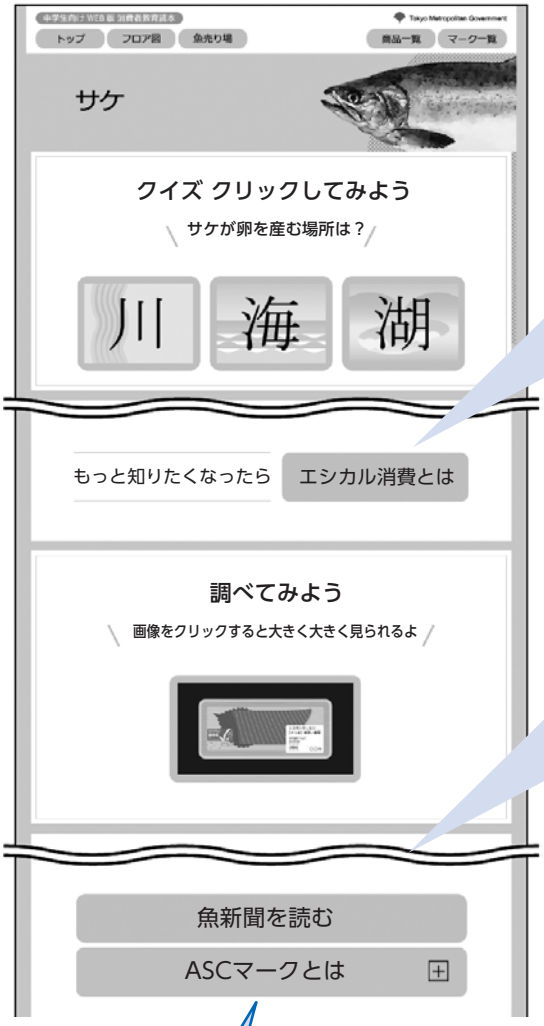
世界の未来をかえる店「エシカルスーパーマーケット」 解説書P2 より抜粋



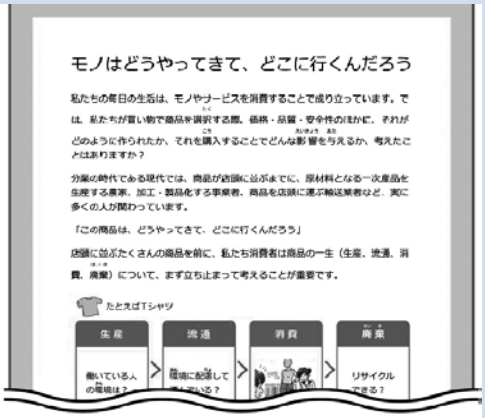
3.「主体的、対話的で深い学び」のために

本教材では、「この商品はどこからきて、どこに行くんだろう、どこがエシカルの視点なんだろう」という問いかけに、中学生が自発的に調べられるように工夫しています。調べた内容をもとに生徒同士で話し合うことで「自分なりのエシカルの視点を探し、自分にできるエシカル消費を実行するためにどうしたらよいか」の考えを深めます。

各売り場の商品ページの画面



商品の生産、流通、廃棄の過程で、どのような社会問題や環境問題があるか、写真やイラストなどで説明しています。



新聞（7 種類）を使って、各商品のどこがエシカルなのかを調べることができます。各新聞はダウンロードできるので、新聞だけ使う授業も可能です。

各商品の認証マークの意味を説明しています。

ASC

養殖場での排水や廃棄物による汚染防止、養殖のために持ち込まれる魚の乱獲を防止するなどして、海などの環境や地域社会や人に配慮した、責任ある養殖によって生産された水産物であることを第三者が認証した商品に付けられる。

4. 本教材へのアクセス方法

「東京くらしWEB」と検索し、トップページ右側バナーをクリックしてください。Web版消費者教育読本のページに移動し、以下のバナーをクリックしてください。

東京都消費生活総合センターからのお知らせ

消費者教育コーディネーターを設置しました

1. 成年年齢の引下げ

成年年齢を、20歳から18歳に引き下げる改正民法が、令和4年4月に施行されます。この改正により、これまで未成年とされていた18歳、19歳の若年者が、成年となり、親の同意を得なくても、一人でさまざまな契約を締結することが、可能になります。悪質商法などの消費者被害に遭うことが懸念されることから、若年者層への消費者教育の推進が求められています。

2. 消費者教育コーディネーターの設置

国の「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」では、学校での外部講師の効果的な活用を推進するため、消費者教育コーディネーター（消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐため、間に立って調整する役割を担う者）の全都道府県等での配置を促進するとされています。

東京都では、第25次東京都消費生活対策審議会答申を受け、消費生活部門と学校教育部門のより強固な連携を構築し、消費者教育事業を学校現場に普及させるため、令和2年度から、新たに、東京都消費生活総合センター（以下「当センター」という）に消費者教育コーディネーターを設置しました。

3. コーディネーター制度の活用について

若年者への消費者教育の推進に関しては、実践的な消費者教育の実施が求められています。特に、高等学校においては、生徒が在学中に成年年齢を迎えることから、学習指導要領に基づく学習に、消費生活行政の知見を活用することで、消費者教育をさらに推進させることができます。

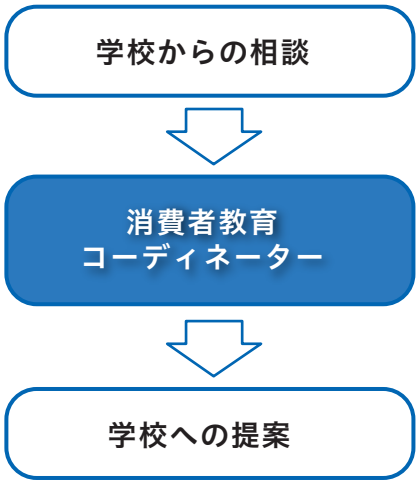
当センターでは、東京都教育庁・都内の学校の教員・専門家の協力のもと、消費者教育に活用できる映像教材（DVD）、印刷物教材（冊子、リーフレット等）、Web版教材を作成しています。作成した教材は、教材の対象校種に合わせて、無償で都内の学校等に配布しています。また、消費生活問題の専門家を講師とする出前講座なども実施しており、学校の教育活動でもご活用いただけます。

そこで、当センターの消費者教育コーディネーターが、各教員や学校から消費者教育にかかるご要望やご相談をお受けし、これらの教育用コンテンツを活用した教育活動のご提案などを行います。

どのようなことでもお気軽にご相談いただけます。まずは一度、ご連絡ください。

（相談例）

- 成年年齢引下げによる影響を1年生の活動で取り上げたい。教材を紹介してほしい。
- 契約の基礎知識を学べる講座や教材があるか教えてほしい。
- セーフティ教室を利用して消費者教育を行いたいので、相談にのってほしい。



今年度は、高等学校を対象に、コーディネーター制度を開始します。

その後、対象を義務教育学校や各種学校などに広げ、若年層を中心とした消費者教育の推進を図っていく予定です。

消費者教育コーディネーター制度については、下記にお問い合わせください。

東京都消費生活総合センター活動推進課
連携担当　　03－6228－1331（直通）

（参照HP「東京くらしWEB」こんなところにとらぶるの芽No.82　2020年2月より）

フリマアプリは サービスの仕組みを理解して 上手に活用しましょう

フリマアプリとは、インターネット上で個人同士がフリーマーケットのように商品等の売買ができるアプリです。スマホひとつですぐに売買でき、持っていても使わない物を有効利用できる便利なツールですが、トラブルが発生することもあります。出品者（売り手）も購入者（買い手）も、フリマアプリが提供するサービス（以下、フリマサービス）の仕組みを理解し、利用規約やマナーを守って上手に活用しましょう。

フリマサービスの仕組み

個人間取引

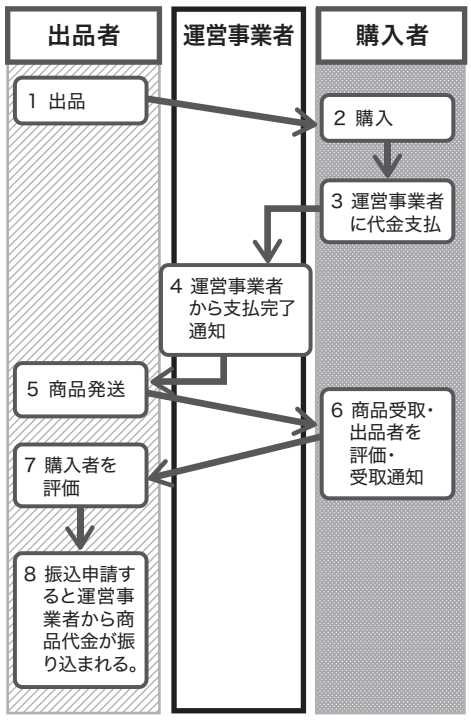
フリマアプリの運営事業者は、商品の出品者と購入者に取引の場を提供していますが、それを利用した売買は個人間取引にあたります。トラブルが発生した場合、多くの利用規約では当事者間でその解決を図ることが求められています。

決済の仕組み「エスクローサービス」

▶大手の運営事業者は、出品者と購入者の間に入って一旦代金を預かり、購入者が商品を受け取ったことが確認できてから、出品者に商品代金が支払われるという決済の仕組みを導入しています。これを「エスクローサービス」と言います。

▶購入者が商品を受け取ったことの確認は、フリマアプリ上で購入者が出品者の評価を行い、商品受取の通知をするというやり方が一般的です。

取引の主な流れ



ここに気をつけよう

- ●個人間取引はリスクを伴う取引であることを認識し、利用規約を守って利用しましょう。利用規約等で禁止されている行為は絶対に行ってはいけません。
- ●商品未着・未入金トラブルなどを未然に防止するため、取引相手や商品等について十分に情報を収集し、取引は慎重に行いましょう。
- ●未成年者がフリマサービスを利用する場合は、家族等で利用方法を十分に話し合いましょう。
- ●トラブルが発生した際、当事者間で話し合っても交渉が進まない場合は、運営事業者に相談しましょう。偽ブランド品が届いた、配送中に商品が紛失した、などのトラブルについては、補償の仕組みを設けているフリマサービスもあります。
- ●当事者間の交渉も進まず、運営事業者に相談してもトラブルが解決しないときは、問題点の整理等を行うため、お住まいの自治体の消費生活センター等に相談しましょう。

リサイクル適性Ⓐ
この印刷物は、印刷用の紙へリサイクルできます。
VEGETABLE OIL INK

東京都消費生活総合センター
〒162-0823　新宿区神楽河岸1-1　☎ 03-3235-1157