

# わたしは消費者

◆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

No.181  
令和7年12月1日発行

わたしは消費者 検索



トピック

## 金融経済教育を消費者教育として考える

### ▶ 消費者教育としての金融経済教育の実践にむけて — P.1～4

- はじめに
- デジタル社会における支出管理の複雑化と若者の資産管理のリスク
- 消費者教育から考える金融経済教育
- 実践力を養うための仮想実験的ワークショップの意義
- おわりに

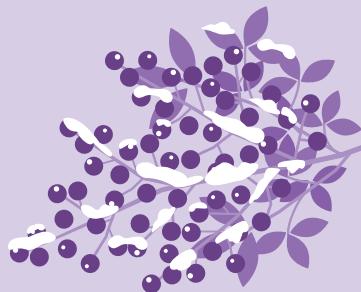
東京都消費生活総合センターからのお知らせ

#### ▶ 令和7年度

#### 「教員のための消費者教育講座」実施報告 — P.5～7

消費生活情報クリップ

#### リコール情報は、自分で確認できます!! — P.8



## 消費者教育としての金融経済教育の実践にむけて

生活経済ジャーナリスト 文部科学省消費者教育アドバイザー  
「子供のお金教育を考える会」代表 あんびる えつこ

### 1 はじめに

近年、学校での金融経済教育の必要性が指摘されています。背景には、2022年11月に新しい資本主義実現会議（内閣官邸）が決定した「資産所得倍増プラン」があります。同プランでは、家計による投資額の倍増等の目標が掲げられ、官民一体となった金融経済教育の推進が示されました。2024年には「金融経済教育推進機構」(J-FLEC) が設立され、金融経済教育の司令塔として学校への普及も担っています。そして2024年3月に閣議決定された「国民の安定的な資産形成の支援に関する施策の総合的な推進に関する基本的な方針」においては、金融リテラ

シーの向上における消費者教育との連携が明記されました。

こうした流れの中で、私たちは消費者教育としての金融経済教育をどのように位置づけ、実践すべきなのかを考える必要があります。本稿では、現代社会における金融環境の複雑化を踏まえ、その在り方と実践について考えていきたいと思います。

### 2 デジタル社会における支出管理の複雑化と若者の資産管理のリスク

#### ①キャッシュレス化と「見えないお金」

日常生活では、電子マネーなど「見えないお金」

が増えてきました。高校1年生3000人を対象とした調査では、約6割がキャッシングレス決済を利用した経験を持ち、約3割が現金より多く日常生活の支払い手段として利用していると答えています<sup>(i)</sup>。「見えないお金」は、支出を目で見て把握できず、お金が減るという実感を得にくいものです。また、複数のキャッシングレス決済を使うことで、総額が把握しにくくなります。後払い決済では、さらに支払時期の複雑さが重なり、支出金額の把握が困難になります。現代は、現金中心だった時代に比べ、支出の管理が格段に難しくなっているといえます。

## ②デジタル経済の中での消費の拡大

PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）の統計によれば、小・中・高校生においては、インターネットゲームやネット通販のトラブルが目立っています。平均既支払額は高額化の傾向にあり、2023年度は小・中学生で10万円を超える額になっています<sup>(ii)</sup>。

また、SNSの普及に伴い、一個人が趣味を超え経済的な価値を生む「クリエイターエコノミー」も拡大しています。15才から19才のうち、28.6%が、過去にこうしたクリエイター等への支援経験を持つといいます<sup>(iii)</sup>。中学生が“歌い手”（主にネット上で活動する歌手）のライブチケット購入権が当たる抽選くじを買うために、予想以上の出費をしてしまった話も耳にします。こうしたデジタル空間を介した距離感の近い“推し活”は低年齢化し、一方でクリエイターが稼ぐための仕組みは巧妙化しています。

## ③投資の誘惑と若年者のリスク

高等学校の家庭科では「資産形成」について教えるようになりました。将来の社会保障制度に対する不安が高まる中で、「自己責任」や「貯蓄から投資へ」という言葉もよく目にすることになりましたが、若い世代の経済基盤は必ずしも盤石ではありません。金融経済教育推進機構の「家計の金融行動に関する世論調査[単身世帯]」によると、2024年の20代の金融資産の非保有率は36.6%です。また、日本学生支援機構（JASSO）の「令和4年度 学生生活調査」では、大学（昼間部）で何らかの奨学金を受給している学生は55%に上ります。こうした現実と「投資に

よる将来設計」という理想の乖離が、新たな消費者被害を生む可能性があります。実際に、20歳代のトラブル相談の上位には、「他の内職・副業」、「役務その他のサービス」（副業サポートなど）、「金融コンサルティング」といった“儲け話”に関するトラブルが多くみられます<sup>(iv)</sup>。2025年には、SNSで投資関連コンテンツを提供するインフルエンサー“フィンフルエンサー”について、証券監督者国際機構（IOSCO）が最終報告書を発表し、注意を呼びかけました。玉石混交の投資情報への接触機会が拡大する一方で、若者の経済的脆弱性が、リスクを高めているのです。

## 3 消費者教育から考える金融経済教育

### ①日常生活から経済的な見方・考え方を学ぶ

消費者教育の出発点は生活です。まずは日常生活に着目し、そこから世界を広げ、経済的な思考を学ぶことが大切です。

経済の基礎概念の中に、「希少性」「トレード・オフ」というものがあります。希少性は、人々が所有したいと思っている分より少ない量しか社会が保有していないことを指す言葉です。そして、希少であるがゆえに、何かを得るためにには何かを手放さなければいけないというトレード・オフに直面します。これらは、経済的な意思決定の基礎となる概念であり、教育を通じて体験的に理解することが求められます。

先のことを見通すのが難しい小学校中学年までの子どもは、「何かを買ったら、何かが買えなくなる」という体験の場が大切です。例えば、限られた予算の中で材料の選択を行う「カレー作りゲーム」などのワークショップでもよいでしょう<sup>(v)</sup>。小学校高学年では、修学旅行のお土産購入のシミュレーションも有効です。中学生以降は、「今使うのか、後で使うのか」「今払うのか、後で払うのか」といった時間軸を踏まえた判断を取り入れ、高等学校段階では自分の人生まで広げていきます。そして、社会全体、地球の将来までも俯瞰した意思決定へと発展させていきます。例えば「カレー作りゲーム」にエシカル消費の要素を組み込むことで、これまで商品価格に含

まれずに他人や自然に押しつけていた“見えないコスト”を正しく価格に反映させると、商品が少し高くなることを体験的に理解できます。これは経済学でいう「外部性の内部化」です。「外部性の内部化」により価格が上がることで自身の消費者としての意思決定がどのように変化するのか考えさせることで、単なる知識習得を超え、社会的・倫理的な視点を含んだ学びへと発展させていくことができます。

### ②金融リテラシーの「自然的順序」<sup>(vi)</sup>

趣味に支出を増やすせば、食費などを削らなければならない——これもトレード・オフです。このように経済的なものの見方・考え方は、家計管理につながります。そして、この家計管理は金融リテラシーの出発点です。家計を黒字化して初めて、次のフェーズである生活設計や金融商品の利用選択につなげていくことが可能になります。家計管理を行い、貯蓄や投資への配分可能額を把握し、生涯の設計とすり合わせ、金融商品を選択するという順序は重要です。こうした「自然的順序」を踏まえずに投資を始めると、急な出費に対応できずに不利なタイミングで資産を取り崩す事態になりかねません。

並行して、契約やトラブルへの対応、消費生活センターなど相談窓口の活用などの学習も必要です。トラブル事例や広告などを題材に批判的思考力を養うなど、年齢に応じた取り組みが不可欠です。

### ③持続可能な社会と金融市民性

消費者は「エシカル消費」といった購買行動だけでなく、貯蓄や投資を通じても社会に変化を与えることが可能です。近年は、「金融市民性」(Financial Citizenship) という概念も提唱されています。これは、「社会的地位に関係なく、経済の運営や管理に市民として関与することを意味する。市民は、自らの金融的な意思決定に対して責任を負うことが求められる」とするものです。単なる個人の金融的ウェルビーイングではなく、公共的・民主的な次元での主体性を含むものです<sup>(vii)</sup>。若い世代は単に「自己責任」を迫られる存在ではなく、自身や地球の未来を思い描き、自ら制度を変える力を持つ主権者でもあります。こうした観点から、金融市民性の視点を教えていくことは大切なではないかと考えています。

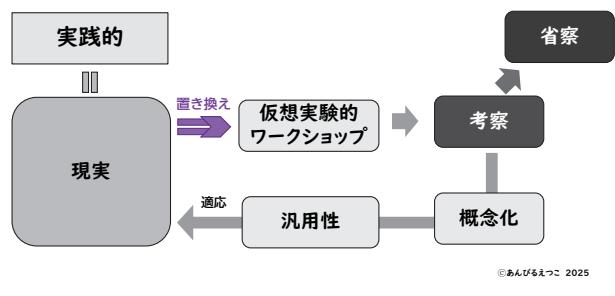
## 4 実践力を養うための 仮想実験的ワークショップの意義

### ①実践力を育む仕組みとして

消費者教育は消費生活に関する知識を修得し、「適切な行動に結びつけることができる実践的な能力」(「消費者教育の推進に関する法律」第三条)を育むものです。しかし、金融経済教育は家庭の経済状況と直結しやすく、現実的に扱うほど格差が表面化する難しさがあります。例えば、高校の授業でNISAを実践的に自分ごととして考えさせようとした場合、いざという時の貯蓄や奨学金の有無が顕在化します。

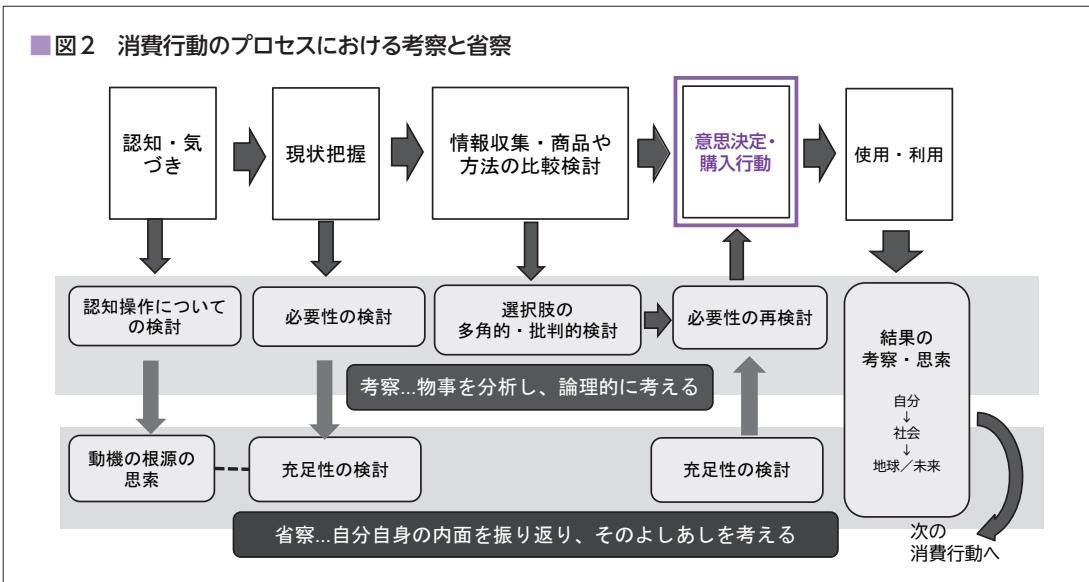
そこで有効なのが仮想実験的ワークショップです。仮想の条件のもと自身の考えで意思決定し、その体験をもとに概念化し、現実の状況にも応用可能な力を育てるものです(図1)。前述の「カレー作りゲーム」も、その一例です。

図1 仮想実験的ワークショップにおける 学びのモデル



### ②体験できない生活を「体験」する

現在の学習指導要領では、中学校で三者間契約、高等学校で資産形成といった、実際の年齢では体験できない知識を学ぶことが求められています。このような場合にも、仮想実験的ワークショップを用いれば、単に知識としてではなく、自分ごととして捉えさせることができます。例えば、中学生に「3万円の商品の購入の際にどのような支払方法(現金、電子マネー、クレジットカードなど)を選ぶのか」を選択させたり、高校生にアセットアロケーション(資産配分)を考えさせたりするワークショップなどです。<sup>(viii)</sup>こうした体験を通して、将来、そうした場面に遭遇した時に、どのように考えて意思決定していくべきなのか、実践的な力を養うことが可能です。



### ③「考察」と「省察」の重要さを伝える

仮想実験的ワークショップで重要なのは、児童・生徒の意思決定から、「汎用性のある概念」や「検討方法」を抽出することです。そこには、批判的思考も含まれます。特に金融商品は、メリットのみが強調される傾向があるため、メリットとデメリット（手数料等コストを含む。）を把握し、自分の目的を鑑みて選択するという力が求められます。それには「考察」というプロセスが不可欠です。

さらに、ワークショップの振り返りの中で、「省察」を促すことも大切です。ここでいう省察とは、自分自身の内面を振り返り、そのよしあしを考えることです。消費行動のプロセスにおける考察と省察の関係を示した図2にあるように、経済的意味決定の過程では、この省察が大きな役割を果たします。これまで、経済学は基本的に消費は効用の増大をもたらすと考えてきました。しかし、ショーペンハウアーガ「富は海水のようなもので、飲めば飲むほどどのどがかわく」と表現したとおり、消費や蓄財が必ずしも充足をもたらすとは限りません。

マックス・ニーフの基本的ニーズ論（生存、保護、愛情、理解、参加、余暇、創造、自己認識、自由）を踏まえ、自分が本当に求めている「欲求」は何か、今考えている消費や投資で充足できるのかを問い合わせることが重要です。推し活などの消費や投機的金融商品が氾濫する時代だからこそ、支出や投資の意味を、心の声と結びつける習慣が求められます。

### 5 おわりに

消費者教育としての金融経済教育は、「知識」と日常生活をつなぐ架け橋です。知識は、経済環境や法律の改正によって変化し、今後は、ネットを通じて容易に入手できるようになるでしょう<sup>(ix)</sup>。

一方で、授業で行う仮想実験的なワークショップによる「体験」は、普遍的な学びをもたらすものです。そして、こうした体験を土台に考察と省察を積み重ねることで、単なる「消費」する者ではなく、生活の視点から経済をとらえ、他者や地球とともに生きる主体的な「生活者」として成長していきます。知識と体験を往還し、考察と省察へと深化させていく——こうした包括的なエンパワーメントこそが、消費者教育としての金融経済教育に求められているのではないかと考えています。

#### 【参考文献等】

- (i) 「15歳のお金とくらしに関する知識・行動調査 2023年」金融広報中央委員会 2024年1月
- (ii) 「未成年者の消費者トラブルについての現況調査」国民生活センター 2025年
- (iii) 「クリエイターエコノミー関連サービスの動向整理」三菱UFJリサーチ&コンサルティング 2022年12月23日
- (iv) (ii) に同じ
- (v) 金融教育ガイドブック～学校における実践事例集「カレー作りゲームに挑戦しよう！」※エシカル消費を含めた「カレー作りゲーム」は、『消費者教育ワークショップ実践集』(あんびるえこ著 大修館) 参照 ([https://www.shiruporuto.jp/public/document/container/guide/pdf/keizai/J\\_p142.pdf](https://www.shiruporuto.jp/public/document/container/guide/pdf/keizai/J_p142.pdf))
- (vi) 「国富論」において、アダム・スミスが資本投下の自然的順序を挙げたように、筆者が、金融経済教育の自然的順序を身近から行われる自然な順序としてとらえようとしたもの。
- (vii) 「Citizenship, Social and Economics Education」Medhat Khalil Apr 2021 筆者訳
- (viii) 神奈川県消費者教育教材 STEP UP & JUMP UP 参照
- (ix) 金融経済教育推進機構のHPでは、金融経済に関する学習教材を提供している。

東京都消費生活総合センターからのお知らせ

# 令和7年度「教員のための消費者教育講座」実施報告

東京都消費生活総合センター 活動推進課

東京都消費生活総合センターでは、7月23日から8月8日に、小・中・高等学校、特別支援学校等の教職員を対象とした「教員のための消費者教育講座」を実施しました。今年度は、座学講座10講座（右表No.1～10）、実験講座3講座（右表No.11～13）を企画実施し、延べ1,073名の方に受講いただきました。

座学講座のうちNo.1～No.9の講座は、飯田橋、立川（サテライト中継）で会場受講とライブ配信によるオンライン受講で実施しました。また、昨年好評だった独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）を訪問し見学する講座（No.10）をアンコール講座として実施しました。

当センターの相談課技術支援担当職員による実験講座では、受講者が実験器具を使用し、飯田橋、立川の2会場でそれぞれ実施しました。

講座内容は、インターネットを多く利用する若者に向けた、情報セキュリティや正しいインターネット広告の見方などの情報を学ぶ講座、自立した消費者として身に付けたい金融教育の講座、サステナブルファッショントークをテーマとした持続可能な社会生活を実感できる講座など、学校での授業にすぐに役立つ実践的なものを実施し、受講者の約9割以上から「充実していた、参考になった」との満足の声をいただきました。（受講者アンケート601通より）

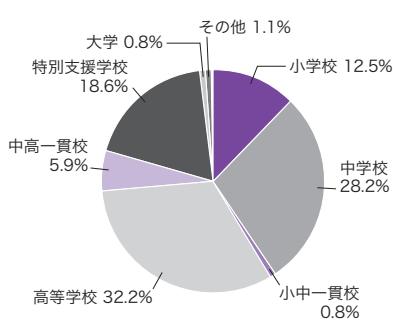
次ページより、各講座の内容を紹介します。

No.	分野	講座テーマ	受講者数
1	金融	【模擬授業体験】 家庭科&公民科コラボ授業体験 ～お金の選択肢を身に付け、より良い人生を生きよう～	93
2	情報	そのクチコミ、ネット広告、本当? ～ステルスマーケティング＆ターゲティング広告の実態と生徒に伝えたいこと～	79
3	エシカル消費	ファッショントークを実現可能に! ～ファッショントークから考える持続可能な未来～	112
4	情報	あなたの情報管理は大丈夫? 情報セキュリティを学ぶ	103
5	法律	食品の情報を正しく理解し、賢い選択を ～成長期の生徒にこそ、伝えたい食品表示～	116
6	金融	学校向け教材「正しい理解からはじめるキャッシュレス! クレジット入門」活用法	125
7	契約	東京都に寄せられる若者の相談事例と対処法	87
8	概論	学校における消費者教育の指導について	98
9	法律	教育現場での著作物の利用ルール ～著作権法第35条を中心として～	99
10	製品	製品安全を考える施設見学（NITEスクエア）	25
11	住	不要な携帯電話、どのように処分したら良い?	36
12	衣	吸水速乾性素材の特徴を理解する ～他の繊維素材との比較を通して考える～	51
13	食	いろいろできま酢!“酢のちから”	49
受講者（オンライン受講・会場受講）総数			1,073名

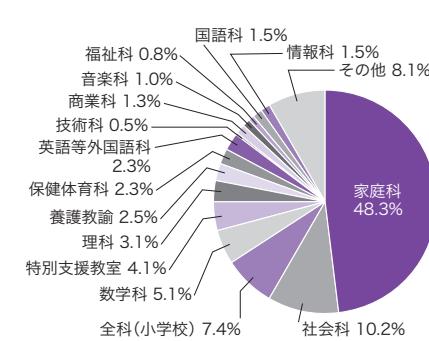
## 受講者の属性（令和7年度申込者372名のデータ）

教員講座は、校種・教科・指導経験年数とも、多岐にわたる先生方にご受講いただいております。

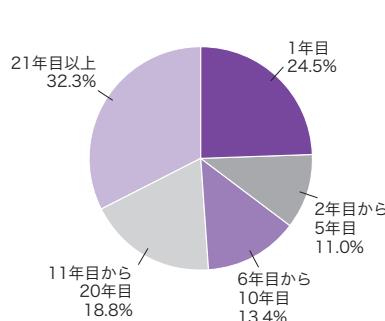
### ■学校種別



### ■担当教科



### ■指導経験年数



## ◆座学講座◆

No.  
1

### 【模擬授業体験】

家庭科＆公民科コラボ授業体験  
～お金の選択肢を身に付け、  
より良い人生を生きよう～

東京都立農業高等学校  
主幹教諭 塙 枝里子氏（公民科）  
教諭 石井 あかね氏（家庭科）

「家庭基礎」の消費生活分野の中で、金融教育「投資信託の運用方法について理解しよう！」というテーマのもと、コラボ授業を体験しました。教科の垣根を越えて授業を行うことになった経緯や利点などもお話しいただきました。

受講者からは、教科間の連携方法について学ぶことができた、教材や授業展開のヒントをいただいたなどの声がありました。

No.  
2

そのクチコミ、ネット広告、本当?  
～ステルスマーケティング＆ターゲティング  
広告の実態と生徒に伝えたいこと～

(一社)日本アフィリエイト協議会  
代表理事 笠井 北斗氏

インターネット広告の注意点、AIによるターゲティング広告の現状、消費者被害と注意すべきポイントについてお話しいただきました。

受講者からは、口コミや広告の真偽を判断する必要性についてよく分かった、SNSを利用する生徒が多いため、被害者にも加害者にもならないよう注意を促したいとの感想がありました。

No.  
3

ファッショントリセイブルに!  
～ファッショントリセイブルから考える持続可能な未来～

環境省 環境再生・資源循環局 資源循環課  
課長補佐 村井 辰太朗氏

環境省職員である講師に、日本における繊維製品の資源循環の現状とサステナブルファッショントリセイブルへ向けた各自の取組の重要性について学びました。

受講者からは、持続可能な衣生活の課題設定や授業に活用したいとの声がありました。



出典：環境省HP

No.  
4

### あなたの情報管理は大丈夫?

情報セキュリティを学ぶ

(独)情報処理推進機構 セキュリティーセンター  
普及啓発・振興部 エキスパート 金山 栄一氏

同機構の相談窓口に寄せられた相談事例をもとに、インターネットにおける詐欺、偽セキュリティ警告などの現状と対策や対処法についてわかりやすく伝える手法を学びました。



受講者からは、情報セキュリティについて学んだ対処法を生徒に伝え、いざという時に落ち着いて対処できるよう指導したいなどの感想がありました。

No.  
5

食品の情報を正しく理解し、賢い選択を  
～成長期の生徒にこそ、伝えたい食品表示～

(一社)Food Communication Compass  
代表 森田 満樹氏

食品表示に関する法律について、制定された経緯、時代に合わせて改訂が繰り返されている背景、栄養成分表示について、着目すべきポイントなどを解説いただきました。

受講者からは、法律改正後の知識のブラッシュアップができたなどの声がありました。

No.  
6

学校向け教材『正しい理解からはじめる  
キャッシュレス！クレジット入門』活用法

(一社)日本クレジット協会  
クレジット教育センター 藤田 新吾氏

前半は、クレジットカードの概要説明の後、協会が発行している教材の紹介と授業のポイントを紹介いただきました。後半は、不正使用、詐欺被害と被害防止の対策等について学びました。



受講者からは、クレジットカードやキャッシュレス決済の教材解説が分かりやすく、今後の授業に活かしたいという感想を多数いただきました。

No.  
7

東京都に寄せられる若者の相談事例と対処法

東京都消費生活総合センター 消費生活相談員

センター相談員が、最近の若者の相談事例と対応を紹介、若者が消費者トラブルに遭う原因とトラブル防止のポイントを話しました。

受講者からは、若者に多いインターネットトラブルのチェックポイントや解決方法を知ることができたので生徒に啓発する際の参考にしたいなどの感想がありました。

No. 8 **学校における消費者教育の指導について**

山梨大学大学院 総合研究部 教育学域  
教授 神山 久美氏

前半では、学校での消費者教育が重視される背景の解説、後半は、学習指導要領、消費者教育推進法、エシカル消費などの概論を踏まえて、授業で役立つ教材の紹介や消費者教育の最新情報をお話しいただきました。

受講者からは、消費者教育の手法、教材や動画のサイトの紹介が、授業のヒントとなりました、などの感想がありました。



No. 9 **教育現場での著作物の利用ルール～著作権法第35条を中心として～**

N&S法律知財事務所  
弁護士 野田 幸裕氏

著作権法第35条をもとに、学校教育において適切に著作物を利用する上で注意すべき点、学校教育を離れた場面で著作物を利用する際に注意すべき点、著作権法の視点から見た生成AIの利用についてお話しいただきました。

受講者からは、著作権は難しい分野だと思っていたが、わかりやすく解説していただき、著作物の扱いについて、生徒ともども注意したいと感じたなどの意見がありました。

### ◆ 座学・見学講座 ◆

No. 10 **製品安全を考える施設見学 (NITEスクエア)**

(独) 製品評価技術基盤機構 (NITE)

前半は、NITEの業務紹介、製品安全分野の業務概要、製品事故事例などを説明いただき、後半の施設見学では、実際の事故品や、再現テスト室、X線CT解析試験室を見学しました。



受講者からは、リチウムイオン電池は生徒が日常使用しているハンディファンやモバイルバッテリーに使用されており、その事故動画を見て身近な製品の取扱いにも注意が必要だと実感した、生徒が誤った使い方や危険な使い方をしないよう呼び掛けたいなどの感想がありました。

### ◆ 実験講座 ◆

No. 11 **不要な携帯電話、どのように処分したら良い？**

前半は、小型家電リサイクルの法体系と仕組み、記録媒体などのデータ消去の仕方、各種電池の廃棄方法（分別方法）について学びました。



後半は、実際に携帯電話やデジカメ、パソコンのハードディスクのデータを消去したり、収集ボックスに見立てた容器に各種電池を分別したりしました。

受講者からは、電池の種類を知り、正しく廃棄できれば、大きな事故が防げることを授業を通して児童、生徒に伝えたいとの感想が寄せられました。

No. 12 **吸水速乾性素材の特徴を理解する～他の繊維素材との比較を通して考える～**

前半の講義では、天然繊維、機能性繊維の性質や仕組みについて学び、後半は、さまざまな布を用いて吸水性の違いを2つの方法で計測、接触冷感の生地に触れて温度感の違いを体験しました。



受講者からは、繊維の特性について整理できた、身近にある道具を用いて実験器具を作ることができる授業に取り入れてみたいと思ったなどの感想をいただきました。

No. 13 **いろいろできま酢！“酢のちから”**

前半は、「酢」の製造方法、種類、効果など概要を学び、後半は、「酢」の酸度、pHの測定、「お酢で牛乳が固まるしくみ」を利用したカッテージチーズ作りを行いました。

受講者からは「酢」の種類によってチーズの固まり方が違い、授業で展開したら楽しく学べそうとの感想がありました。



モバイルバッテリー、家電製品、自転車などお持ちの製品は大丈夫?



## リコール情報は、自分で確認できます!!



製品などに何らかの欠陥や不具合があり、安全上問題が生じる可能性がある場合などに、

事業者により製品の回収、修理などの「リコール」が行われることがあります。

リコール対象となっている家電製品や自転車などを使い続けることによる事故が、  
全国で5年間に558件※1発生しています。

使用している製品がリコール対象かは、以下のサイト等で簡単に確認できます。

対象の場合は直ちに使用を中止し、対応方法について確認しましょう。

### リコール製品の確認方法



消費者庁

「リコール情報サイト」

<https://www.recall.caa.go.jp>



経済産業省

「リコール情報」

[https://www.meti.go.jp/product\\_safety/recall/index.html](https://www.meti.go.jp/product_safety/recall/index.html)



(独) 製品評価技術基盤機構NITE

「NITE SAFE-Lite」

<https://safe-lite.nite.go.jp>



東京消防庁管内で発生した火災のうち、リコール・社告品及び同一製品に起因した製品火災について  
火災再発防止を目的として公表（※2）することにより注意を呼びかけています。

リコール製品と判明した場合は、**使用を中止**し、リコール情報に掲載されている  
**事業者に問い合わせて**、回収・交換・点検・改修などの**対応を確認**しましょう！

※1 リコール情報の“未読・既読スルー”はNG！ <https://www.nite.go.jp/jiko/chuikanki/press/2024fy/prs240829.html>

※2 リコール・社告品及び同一製品から多発している火災事例（東京消防庁） <https://www.tfd.metro.tokyo.lg.jp/hp-cyousaka/seihin/index.html>

■ 東京都消費生活総合センター

📞 03-3235-1155 (相談専用電話)

■ お近くの消費生活センター

📞 局番なし188 (消費者ホットライン)