

高校生が悪質事業者の是正に貢献！

埼玉県と学校が連携・協働した実践的な消費者教育事例

埼玉県立蓮田松韻高等学校 教諭 池垣陽子

より効果的な「実践的な消費者教育」の好事例として、学校での授業に留まることなく、行政と学校が連携・協働して行っている、画期的な取組をご紹介します。高校生が「不当表示広告調査」に取り組むことによって得られた様々な効果とは？ 主導者のお一人である池垣先生にお話を伺いました。

■不当表示広告調査とは

不当表示は商品の内容・価格など、実際のものよりも良く見せる表示のことで、景品表示法で禁止されています。埼玉県は2007年度から県内の大学、2009年度から高校と連携して不当表示広告の調査を行い、学生・生徒が調査した結果をもとに、県が違反事業者に対する是正指導を行っています。

調査を通じて、次代を担う大学生、高校生が不当表示等に関する正しい知識を得ることにより、消費者トラブルの未然防止を図ることを目的としています。2021年度には、「県の是正指導を通じて、大学生、高校生が悪質事業者の是正に貢献し、社会を動かす力を持っていることを実感する」ことも本調査の目的に追加されました。

■取組のきっかけ、経緯

私は2011年に前任校で本調査に取り組みました。子供たちが未来社会を切り拓いていくためには、世の中にあふれる情報を多面的・多角的に吟味し見定め、主体的に考え行動していく力が必要不可欠です。本調査は単に表示の見方や騙されないための対策法を学ぶだけではなく、世の中の不正を正し、消費者市民社会の担い手として責任ある行動の育成につながると感じ、本校でも2020年度から県に依頼して取り組んでいます。

■本校の家庭科における消費者教育

本校の家庭科は1、2年次に「家庭総合」を合計4単位設置しています。1年次では、2学期後半～3学期に消費生活分野の授業を行っており、契約に関する基本的なことを学習した後に、本調

査に取り組みました。若者の消費者トラブルの多くはインターネットがきっかけであるため、スマートフォンやタブレットを使い、SNSを中心に不当表示広告の調査を行いました。普段SNSに出てくる広告はスキップして真剣に見ることはあまりない生徒も、批判的な視点で広告を読み解くと、実は本当かどうか疑わしい表示が身近にあることに気付くことができました。

2年次では、衣生活、食生活の内容と持続可能な消費生活・環境を相互に関連付け、自らの消費の選択に持続可能性やエシカルを意識させる授業を展開しています。2021年度は、18歳で成年となる最初の世代である2年次の生徒が、2年連続して本調査に取り組みました。一度きりの学習では、時間の経過とともに学習内容を忘れてしまいます。テーマを変えて繰り返し学習することで批判的思考力の定着を図り、主体的に社会に関わる力を育むことをねらいとして、単発で実施しました。ここでは、2021年11月に実施した、2年次の授業についてご紹介します。

■ 2年次の授業について

(1) 題材名 不当表示広告調査 ～県消費生活課との連携授業～

(2) 指導目標

- ・ 不当表示の実例から、疑わしい表現のポイントを理解する。
- ・ 不当表示広告について、批判的思考をもとに分析・調査することを通して消費者被害を未然に防止する力を身に付ける。
- ・ 課題の解決に向けた一連の活動について主体的に取り組み、不正義を正す消費者市民として行動しようとする。

(3) 学習指導案（50分×2コマ連続授業）

T1：教員／T2：県消費生活課職員（講師（県職員）のフォローを教師が行う）

時間	学習内容	学習活動	指導上の留意点／○評価
導入 10分	・消費者被害の心理的要因分析	・「だまされやすさ心理チェック」に取り組み、誰もが消費者被害に遭うおそれがあることに気付く。 ・トラブルに遭った時の心理傾向を把握する。	T2・昨年度実施の調査を振り返らせる。 T1／T2・他人事ではなく自分ごととして捉えさせる。
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> 学習課題： 不当表示の疑いがある広告を調べ、消費者市民社会の形成に参画しよう </div>			
展開 70分	・広告の見方（景品表示法・優良誤認・有利誤認） ・不当表示広告調査	・不当表示の実例から、疑わしい表示のポイントを知る。 ・スマホやタブレットを使い、普段見ているYouTubeなどの動画共有プラットフォームやInstagramなどのSNS、商品検索から商品の性能や効能、サービスの内容について実際のものよりも良く思わせる表示（優良誤認表示）の商品・サービスを調べる。	T2・実際に行政処分された事例を多く紹介して、広告を見る際の注意点を理解させる。 T1／T2・机間指導を行い、助言して調査を支援する。 T1・疑わしい表示箇所はスクリーンショットをして手元に情報を残させ、Google Classroomに提出させる。 ○疑わしい表現のポイントを理解している。 ○批判的思考をもとに広告を分析し、調査している。
まとめ 20分	・発表 ・振り返り	・疑わしいと思われる表示を指摘しながら、調査結果を説明する。 ・学習内容を振り返り、ワークシートに感想などを記入する。	T1・消費者市民として、不正義を見抜き、行動することの重要性を確認する。 ○課題の解決に向けて主体的に取り組もうとしている。

※次時の授業で調査票に調査事項をまとめ、県に提出する。

■授業展開について

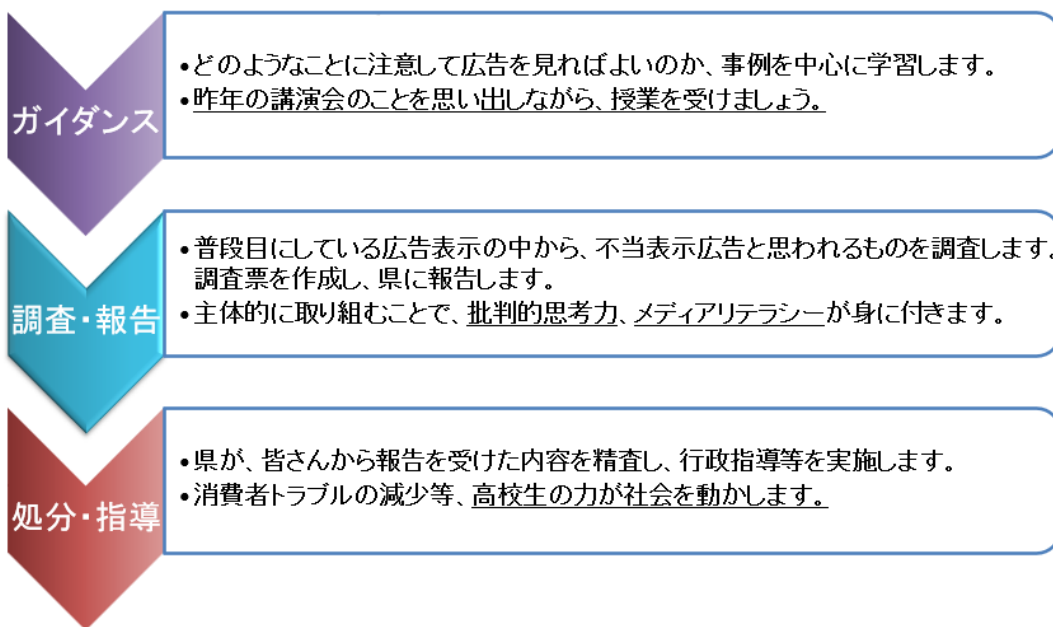
【導入】

主に県消費生活課の職員が講義を行い、教員はフォロー役としてサポートに入りました。最初に、前年度の調査では、19事業者に対して文書による行政指導を行い、全て表示が改善されたことが伝えられました。昨年度の自分達の報告をもとに、県が事業者への指導を行ったことを、指導をした県職員から直接話を聞くことで、生徒のやる気を高めます。

その後、消費者庁の「[だまされない心理チェック](#)」に取り組み、誰もが消費者被害に遭うおそれがあること、トラブルに遭った時の心理傾向に気付かせ、消費者被害を自分ごととして捉えさせるようにしました。



不当表示広告調査とは??



【展開】

景品表示法の概要をおさらいした後、実際に行政処分された事例をもとに、より具体的に不当表示について理解を深めさせました。クイズを出題して確認するなどして飽きないように、テンポよく進めます。その後、生徒各自のスマホなどを使い、普段見ている動画共有プラットフォームやSNS、商品検索から、商品の性能や効能、サービスの内容について実際のものよりも良く思わせる優良誤認表示の商品・サービスを調べさせました。前年度の調査で報告の多かった有利誤認表示はあえて調査対象外としたことで難易度は上がりましたが、批判的思考力を高め、広告の正しい読み取り方を定着させることができたと感じます。また、ポイントを絞ることで、前年度よりも調査の精度が上がりました。

疑わしい表示箇所はスクリーンショットをして、Google Classroom（課題の一元管理ができる教育支援ツール）に提出させます。これは、後日記入する報告書とともに県に提出する、重要な情報となります。ICTを活用することで効率よく調査を進めることができ、調査票をとりまとめる教員の負担軽減にもつながりました。

事例クイズ①：女性用育毛剤

埼玉県消費生活課



右の表示の中で、
あやしいと思う表示は、
次の3つのうちどれ？

ア：「たった一滴で速攻変わる！」

イ：「98.6%顧客満足度」

ウ：「いつでも好きな時に簡単に解約できます。」

出典：埼玉県HP

何よりも効果^①が欲しい薄毛・抜け毛対策に！

たった一滴で速攻変わる！

ふわっと決まるボリューム髪へ

実年齢を答えると「えっ？本当に？」と
いつもビックリされるんです！
抜け毛のストレスからも解放されて
自分に自信が持てるようになりました！

小林 恵美^②
47歳

新登場！
高濃度エストロジオール配合
薬用 Hairmore スカルプエッセンス

医薬部外品 日本製

【効果・効能】
発毛促進、毛生促進、育毛、薄毛、脱毛の予防、
ふけ・かゆみの予防、産後の脱毛予防
①② 医薬部外品の効果・効能が明確③④ お手入れの手間を大幅
⑤⑥ 送料課外 (201106440円 税別194)

98.6%
顧客満足度
女性ホルモン配合
永久返金保証

初めての方限定！お得な特別ケアコース

80% OFF

全額返金保証付きで試せるので安心！

通常価格 7,200円

送料 無料

いつでも解約可能 全額返金保証付き

初回限定 **1,440円** (税別)

全額返金保証付きで今すぐ申し込む

いつでも好きな時に簡単に解約できます。

生徒記入のワークシート

家庭総合 消費生活

2年 組 番 氏名

WORK：発表原稿をまとめよう

不当表示広告調査

昨年度の調査を踏まえて、今年も「おかしい」広告を調査しよう！

だまされやすさ 心理チェック

あてはまる項目に ○をつけてください。

1 自分や家族に、あやしい表示が気になります。	2 相手に悪いので、人の目を一定程度気にします。	3 近頃大企業や個人が、人のトラブルを気にして行動します。
4 他人から「あやしい」と言われるのを嫌いです。	5 他人の購買行動を、他人が自分と同じように行動しているように見えます。	6 他人が、あやしい表示を、積極的に使います。
7 誰かをだましているのを、悪くも悪くも思っています。	8 悪意、悪意、悪意で他人をだましている人を見かけます。	9 自分がだまされているのを、悪くも悪くも思っています。

合計 4 個

県消費生活課の授業さんのお話を聞いて、重要なポイントをまとめよう。

不当表示とは…商品の内容・価格など消費者の権利を侵害する表示

→景品表示法違反

優良誤認表示 → 「これはとても良い商品」と消費者に思わせるとして

① かわりの表示 実際にはそうではない商品表示のこと。

有利誤認表示 → 「これはとてもお得な商品」と思わせるとして

② 価格表示の90%OFF と思わせ、実際にはそうではない表示のこと。

③ 自分に都合の良い内容だけが書かれたり、広告が解つ。

④ 自分1人で考えたり、2人時1人周りに相談する。

消費者ホットライン TEL 188

① 調査した商品・サービスの名称

シニ消しクリーム

② どのような商品・サービスか

シニ消しクリーム

③ あやしいと思った表示と、そう思った理由

あやしいと思った表示	そう思った理由
人気有すぎ 2週間分在庫切れ → (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10) (11) (12) (13) (14) (15) (16) (17) (18) (19) (20) (21) (22) (23) (24) (25) (26) (27) (28) (29) (30) (31) (32) (33) (34) (35) (36) (37) (38) (39) (40) (41) (42) (43) (44) (45) (46) (47) (48) (49) (50) (51) (52) (53) (54) (55) (56) (57) (58) (59) (60) (61) (62) (63) (64) (65) (66) (67) (68) (69) (70) (71) (72) (73) (74) (75) (76) (77) (78) (79) (80) (81) (82) (83) (84) (85) (86) (87) (88) (89) (90) (91) (92) (93) (94) (95) (96) (97) (98) (99) (100)	聞いたことない名前なのに
2週間分 シニ消し0に付いた	そんな人がいたら 苦痛しない。
商品の届いたら 即解約OK	そんなおいしい言葉は あやしい。

④ (このページを開いてしまえば二度と開けられないという表示) → 後述で2日目

④ クラスメイトの発表を聞いて、気が付いたことをメモしよう

不当広告はい、はい、おもしろいと思いたる
「amazon」や「楽天市場」などの大手通販会社にもその
ような商品があり、取り締まりを強化してほしいと
思った。

振り返り (1:できなかった 2:まあまあできた 3:できた 4:よくできた)

① 自分の不当表示広告調査が消費者被害の拡大を防ぎ、誰もが安全・安心に暮らすことができる
社会の実現につながることを感謝して報告できた。(1・2・3・4)

② 授業の感想

みんなも信じられたいと思うので、DTPやOOPやマンガ
位という情報を、買物してしまったり、それ以外の商品も
そのおもしろいところがあると思うので、何を信じていいのか、

調査をしている様子



【まとめ】

各クラスで1～2名の代表生徒が、調査結果を発表しました。例えば、マウスウォッシュの広告について、「15秒で息をきれいにしてお口の悩みが解消されるとは思えない」と指摘するなど、広告に書かれている情報を細かに分析したことをクラス全体で共有しました。最後に教員から、消費者市民として不正義を見抜き、行動することの重要性を確認し、授業を終了しました。

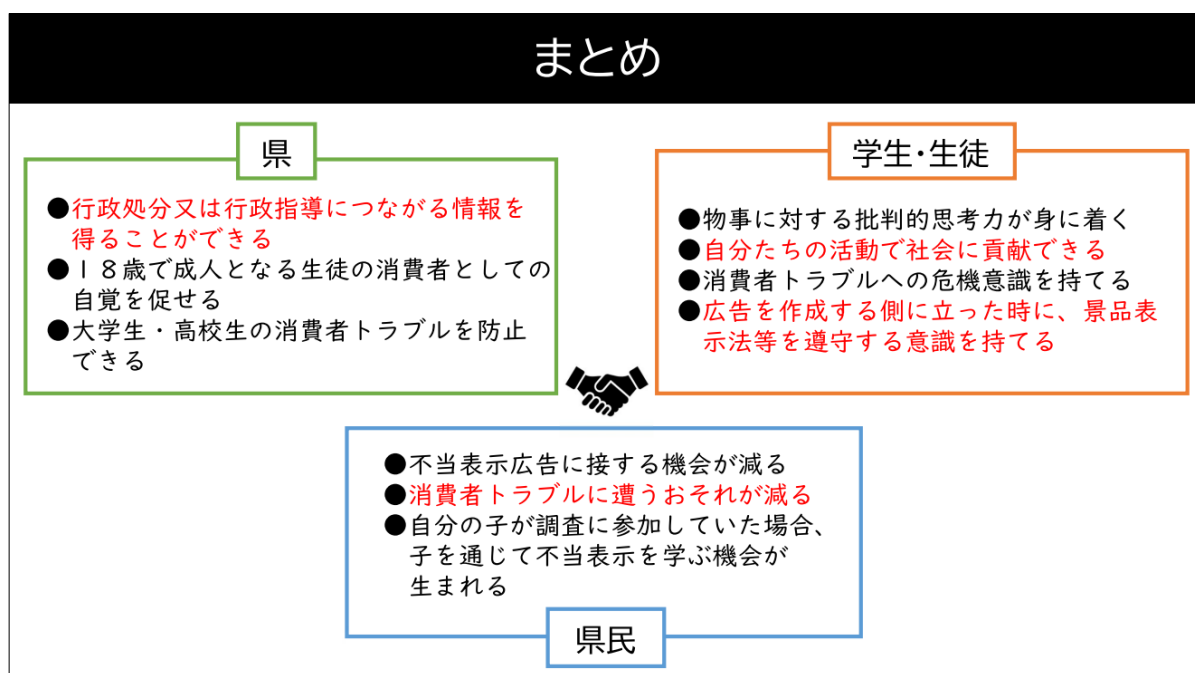
授業のまとめで発表している様子



【考察】

調査には2年次5クラス178名が参加し、158件の報告がありました。授業後の振り返りにおいて、「自分の不当表示広告調査が消費者被害の拡大を防ぎ、誰もが安心・安全に暮らすことができる社会の実現につながることを意識して調査できたか」との問いに対し、「よくできた」は49%、「できた」は35%でした。「不当表示広告調査をして、情報があふれている現代では身近なところに危険がひそんでいるということが分かりました。今回は授業で調査を行ったので、まだ自分が社会を変えたという実感はあまりわかなかつたけれど、今度色々な広告を目にする機会が増えると思うので、その時によく情報を確認し、おかしいと思ったら迷わず報告するようにしたいと思いました」、「大人が見つかるのではなく、高校生の私たちが Finder することによって、自分たちが大人になっても被害に遭わなくてすむことにもつながったり、社会を変えられるということを実感しました」といった感想が寄せられました。教室内で学びを完結するのではなく、実際に行政指導を行っている県と連携することで、社会への参加意欲を高めることにつながられたという手ごたえを感じました。

なお、県や県民にとっても有益であるのが、この不当表示広告調査の特徴です。県としては、行政処分や行政指導につながる情報を得ることができるというのが一番のメリットです。県民には、調査に参加した大学生や高校生のおかげで不当表示広告に接する機会が少なくなり、消費者トラブルに遭うおそれが減ることが挙げられます。自分の子どもが調査に参加していた場合、家庭での会話を通して保護者が不当表示を学ぶことにもつながります。まさに、Win-Winの関係を構築することができるといえます。



「令和3年度消費者教育フェスタin東京」(令和4年2月10日開催)において、県職員が不当表示広告調査について実践事例報告を行い、本校を含む授業の取組が紹介されました。詳しくは、文部科学省のHPに掲載されている議事録をご覧ください。

https://www.mext.go.jp/a_menu/ikusei/syouthisha/detail/1407582_00004.htm

■工夫した点、苦労した点

専門機関と連携した授業を行う際には、授業の目標を講師と必ず共有します。そして、専門的知識を持った講師と、教えるプロである教員の互いの強みを生かし、生徒が実感を持って学び、理解を深めることができるよう熟慮と議論を重ね、協働して内容を構成します。生徒の生活や学習状況、理解度を把握しているのは、普段生徒に教えている教員です。県職員とは密に連絡を取り、授業の進め方や資料の修正を細かくお願いしました。学校の実情を理解してくださり、柔軟に対応いただけたこと、同じ目標に向かって意気投合して進められたことで、市場経済の中で批判的に物事を捉え、主体的に社会と関わる力を育むことができたと感じています。

学校は目の前に取り組むべき課題が山積し、限られた授業時間数で多くの学習内容を教えているため、物理的にも精神的にも余裕がありません。丁寧な事前準備が授業成功の鍵ですが、教員の長時間労働は社会問題ともなっています。また、行政も学校も、担当者の力量が大きいのが実情です。消費者被害拡大防止だけではなく、若者の社会参画にもつながる本実践がロールモデルとなり、人が入れ替わっても持続可能なものとして今後も発展していけるよう、不当表示広告調査が県内だけでなく全国でも広がっていくことを切に願っています。

なお、ここでは家庭科の授業に位置付けた実践を紹介しましたが、公民科や情報科、総合的な探

究の時間で取り組む学校など、様々な場面で取り組まれています。詳細は、埼玉県のHPをご覧ください。

※埼玉県 景品表示法のページ（不当表示の処分指導・啓発について）

<https://www.pref.saitama.lg.jp/a0310/jigyousyasido/keihouhou2.html>