



教材活用ガイド

はじめに

本教材ガイドは、体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」の特設サイトに掲載している動画教材やテキスト教材、補足資料等の内容やポイントについて解説しています。

「消費者力」を育成する消費者教育の授業・講座を実施する際に、本教材ガイドを参照・活用していただければ幸いです。

目次

I 体験型教材について	P. 02
1 「消費者力」について	P. 03
2 教材の構成	P. 05
3 WEBサイトの構成	P. 06
4 VR動画を利用するにあたって	P. 08
II 動画教材 ポイント解説	P. 09
III テキスト教材 ポイント解説	P. 19
IV 補足資料について	P. 38
1 消費者トラブル概況(消費者トラブルの現状について学ぼう)	P. 39
2 診断セルフチェック	P. 42
3 相談先・周囲への働きかけ (だまされてしまったかも・・・家族・知人の様子がおかしいと思ったら)	P. 43
V 授業・講座での活用例	P. 48
1 基本展開例	P. 49

I 体験型教材について

1 「消費者力」について	P. 03
2 教材の構成	P. 05
3 WEBサイトの構成	P. 06
4 VR動画を利用するにあたって	P. 08

1 | 「消費者力」について

本教材における「消費者力」とは

「消費者力」について、消費者教育推進会議に設置した「消費者力」育成・強化ワーキングチームでは、悪質商法等による被害を未然防止するために消費者自身が実践する力として、右の3つを基本的な力と整理しています。

■ 自身が実践する力

- ① 違和感に「気づく力(批判的思考力)」
- ② きっぱりと「断る力」
- ③ 一人で抱えず「相談する力」

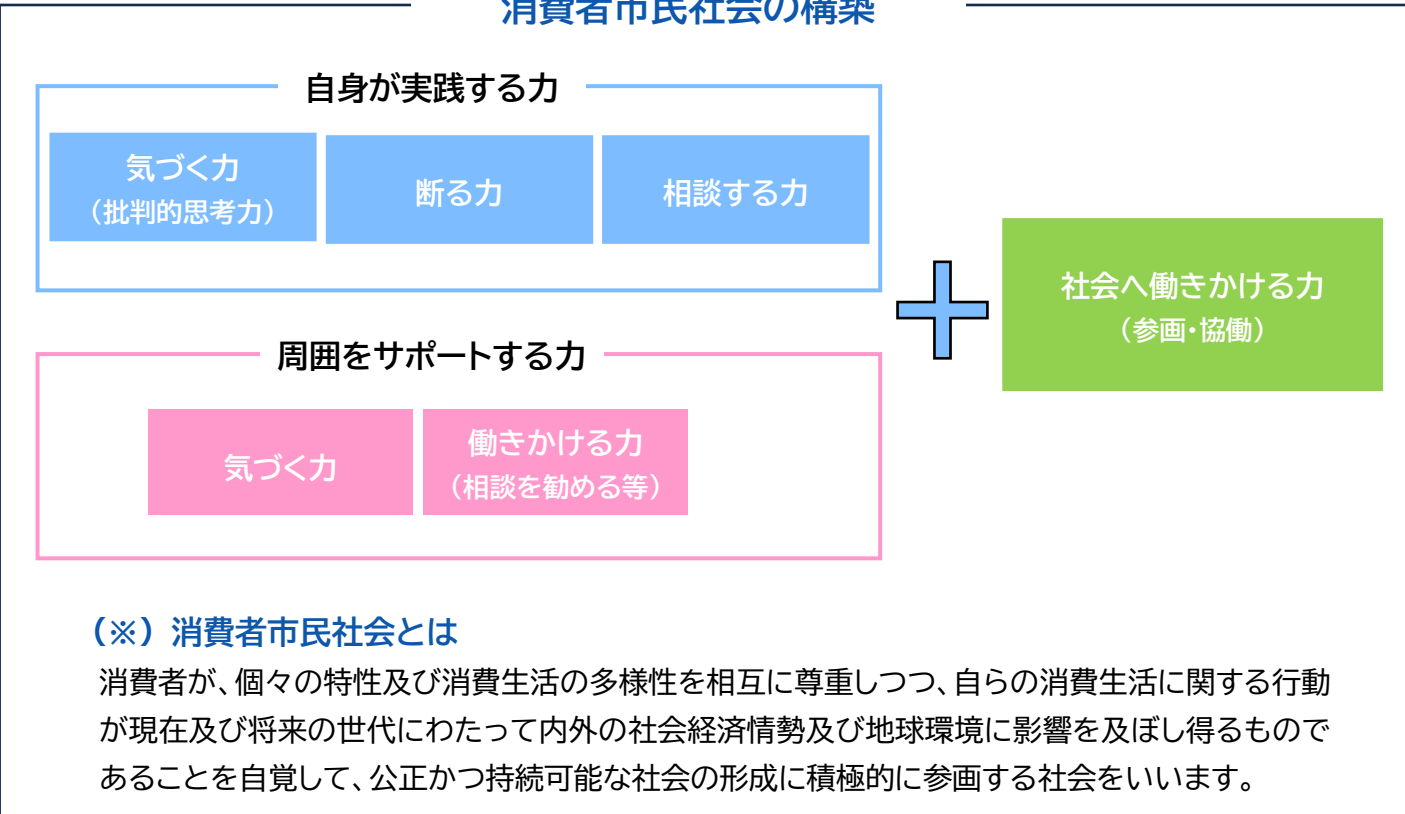
また、高齢者等を考えた場合、自身だけでなく家族等周囲の「見守り」の観点も重要であり、周囲をサポートする力として、右の2点も求められることとしています。

■ 周囲をサポートする力

- ① 家族等の異変に「気づく力」
- ② 相談を勧める等の「働きかける力」

加えて、自分や家族等身近な周囲の人々に止まらず、さらにその周囲の人々にも手を差し伸べていくこと、そして、社会とのつながりに気づき、社会的課題の解決のために様々な主体の活動に参画・協働して「社会へ働きかける力」を身に付けることにより、消費者被害のない社会作り、「消費者市民社会^(※)の構築」を図っていく視点を持つ必要があるとしています。

消費者市民社会の構築



体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」とは

悪質商法等による消費者被害を未然に防止するため、幅広い世代において、「気づく(批判的思考)・断る・相談する」等被害防止に必要な消費者力を育成・強化し、消費者市民社会の構築を図ることを目的とした教材(WEBサイト)です。

教材は、世代ごと被害に遭いやすい事例を軸に、大きく、「事例」「解説・対策」「復習・実践」の要素で構成され、トラブルを自分ごと化しながら、消費者力「気づく」「断る」「相談する」を実践的かつ効果的に学んでいくつくりになっています。また、行動経済学や心理学の観点を踏まえた解説や対策を盛り込んでおり、自身の日ごろの行動と紐づけながら、振り返り、考え、学ぶことができます。

<教材開発のポイント>

- 各世代の消費者それぞれに訴求するトピック
- 自分ごと化できる体験型教材

2 | 教材の構成

体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」の教材は事例を軸に構成しており、「動画教材」と「テキスト教材」2種類の仕様で、合計7つの事例教材を用意しています。加えて、「被害者インタビュー」2本のほか、「消費者トラブル」に巻き込まれた際の相談先や対応方法について解説した教材等も用意しています(詳細はP.38 **IV 補足資料**について参照)。

「動画教材」は、VR仕様を活用することで、臨場感・没入感のある疑似体験学習が可能となり、より深い理解が期待できます。

※「動画」はVR機器を活用しなくても視聴可能です。

主な対象	活用場面	動画教材	テキスト教材
		動画教材ページに掲載 ● 事例動画 ● 復習動画 ● 解説動画 ● 被害者インタビュー	テキスト教材ページに掲載 ● 事例マンガ ● 振り返り問題、解説(対策) ・復習 ● ロールプレイング
若年者 (保護者)	● 中学・高校・大学等の授業・講座 ● 大学等での授業・講座、オリエンテーション(イベント)等	CASE01: 偽装サークル ▼	CASE04: ネットトラブル(課金) ▼
社会人	● 大学等での授業・講座 ● 事業者等での研修・講座 ● 消費生活センター等での講座・イベント等	CASE02: ネットトラブル(暗号資産) ▼	CASE05: 美容医療 ▼ CASE06: ネットトラブル(定期購入) ▼
特に高齢者 (見守り)	● 消費生活センター等での講座・イベント等	CASE03: 催眠商法 ▼	CASE07: 訪問販売(点検商法) ▼

※各教材は主な対象以外でも活用いただくことも可能です。

3 | WEBサイトの構成

- WEBサイト 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」
<https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/>

■ トップページ



1 | **サイト概要ページへ**
本教材開発の背景や目的、サイトの構成等について

2 | **消費者トラブルの概況説明ページ**

3 | **だまされやすさを測る心理傾向チェックシート (PDF表示)**

事例を元にした体験型教材

- 4 | **動画教材ページ (3事例)**
- 5 | **テキスト教材ページ (4事例)**

6 | **被害者インタビュー動画ページ**
実際に被害に遭った方々へのインタビュー動画

7 | **相談先・周囲への働きかけに関する解説ページ**
自身や家族、知人が被害に遭いそうになった場合の対応方法や、被害に遭った場合の相談窓口、対処方法等について

8 | **指導用教材(ダウンロード教材)ページ**
授業や講座で教材を活用していただくためのダウンロードデータ
→詳細は次ページ

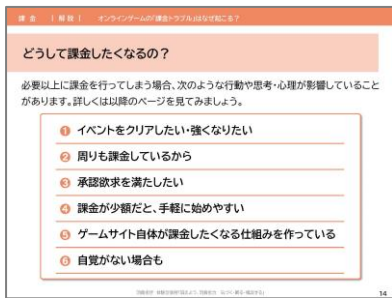
指導用教材(ダウンロード教材)内容

体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」では、以下の資料を用意しています。適宜サイトよりダウンロードのうえご活用ください。



① 教材活用ガイド

本書。教材の概要やポイントなどが確認できる指導者用のガイドです。



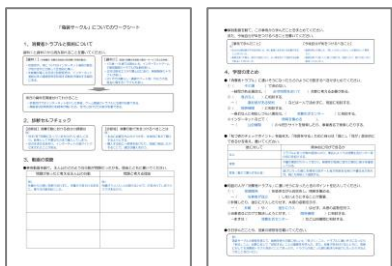
② 投影用スライド

スライドは、授業・講座内容をカスタマイズできるようパワーポイント(PPT)版を用意しています。



③ 授業・講座展開例

教材を活用した授業や講座を行う際の展開や指導上の留意点などを記載した授業・講座の展開例(指導案)です。トラブル事例ごとに用意しています。



④ ワークシート例

受講者に配布するワークシート(例)をトラブル事例ごとに用意しています。

4 | VR動画を利用するにあたって

VR動画を再生するためには、事前に機材や環境を整える準備が必要です。

■ 再生に関して(準備するもの)

■ YouTube

ブラウザではVR映像を視聴できないため、YouTubeアプリのインストールが必要です。

パソコンやスマートフォンでYouTube VRを視聴する場合、左上にコンパスアイコンがあります。再生後、パソコンの場合はマウスでドラッグでき、スマホの場合は上下左右に動かすことで好きな方向へと視点を動かすことができます。



コンパスアイコン

■ VRゴーグル

互換性のあるVRゴーグル装着の場合、最も没入感のある擬似体験ができます。

うまく動かない、または動作しない場合は、ご利用のメーカーへお問い合わせのうえ、ご確認ください。

■ Wi-Fi環境

VR動画の視聴には莫大な通信量が必要となるため、スマートフォン回線やポケットWi-Fi、ホームルータを利用すると通信量がオーバーする可能性があります。

ストレスなくVR動画を視聴するには、固定回線のWi-Fi利用をおすすめします。



VRゴーグル使用上の注意

■ 安全な姿勢で使用

使用中はできるだけ着席し、安全な姿勢を保ってご使用ください。

■ 気分が悪くなったらすぐに使用中止

使用中に気分が悪くなったり、不具合が生じた際はすぐに使用を中止してください。音量やVR酔いにご注意のうえ、ご視聴ください。

■ 連続使用は1時間以内

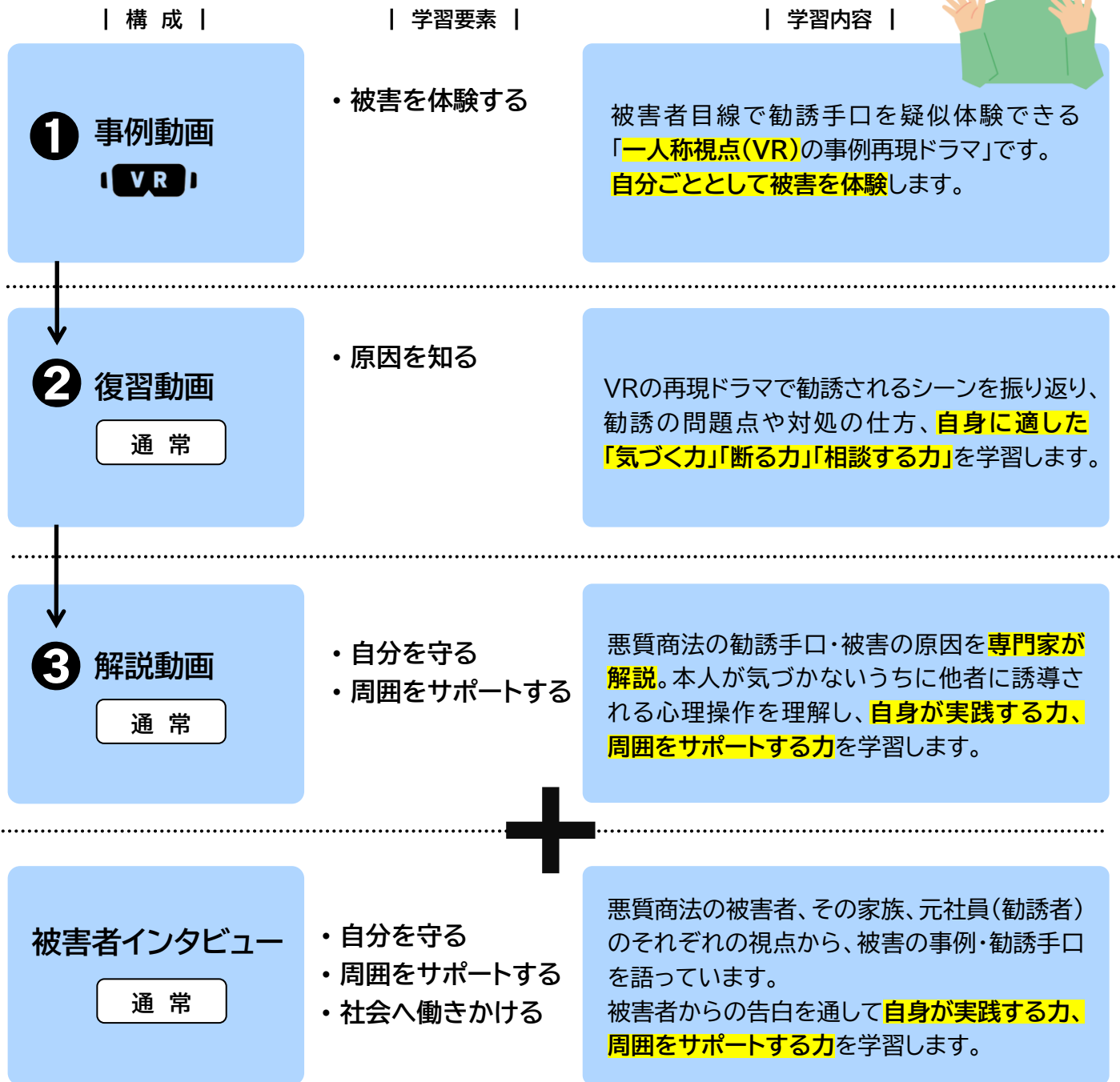
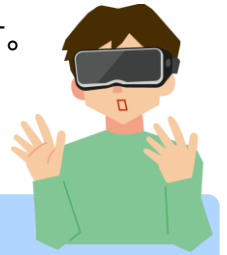
健康上の理由を考慮し、連続で使用される際は、1時間を超えないようにご注意ください。

Ⅱ 動画教材 ポイント解説

1 「動画教材」の構成	P. 10
2 「動画教材」での取り扱い事例	P. 11
CASE 01 偽装サークル	P. 13
CASE 02 ネットトラブル(暗号資産)	P. 15
CASE 03 催眠商法	P. 17

1 | 「動画教材」の構成

「動画教材」は、「事例」→「復習」→「解説」の流れで展開しています。
 また、消費者被害の理解をより深める「被害者インタビュー」動画を用意しています。



■授業や講座での動画教材活用について

事例動画をVR仕様で視聴する場合には、YouTubeアプリのインストールが必要です。
 VR動画の視聴にあたり、VRゴーグルを複数用意できない場合には、代表者1名がVRゴーグルを着用し、その視聴画面をスクリーン等に投影するなどしてご活用ください。
 また、事例動画はYouTubeアプリやVRゴーグル等を使用せずとも、WEBブラウザで通常動画として視聴することができます。WEBブラウザで表示できない場合は、YouTubeアプリでご視聴ください。

2 | 「動画教材」での取り扱い事例

「動画教材」では、偽装サークル、ネットトラブル(暗号資産)、催眠商法の3つのテーマの事例を扱っています。また、被害者インタビュー動画では、マルチ商法や靈感商法の被害に遭った方のリアルな声を伝えます。

「動画教材」 取り扱い事例(3本)



偽装サークル 楽しい学生生活だと思っていたのに…！



対象 若年者

内容 大学1年生の主人公のさやかは、上京して一人暮らしをはじめ、孤独を感じていた。あるとき、キャンパスで2年生のマキに声をかけられ、サークルの見学に行ったところ、合宿へ誘われる。合宿で高額な教材の購入を迫られ、仲間に引き入れられていく。



ネットトラブル(暗号資産) 将来への不安からもうけ話にのって見たら…！！



対象 社会人

内容 社会人の主人公の健太は、地味で平凡な一人暮らしでいつも将来に対する漠然とした不安を感じている。あるとき、裕福になっていた大学時代の後輩、智樹と遭遇。健太は、智樹に紹介された暗号資産の投資セミナーに参加し、もうけ話を鵜呑みにしてアプリを信用し、投資していくが、出金もされず、連絡も取れなくなる。



催眠商法 ご近所に誘われ、楽しい無料イベントに行ってみたら…！



対象 高齢者

内容 主人公の和子は、夫が亡くなって5年が経ち、娘とも中々会えず、老後の一人暮らしを退屈で孤独に感じていた。ある日、ご近所付き合いから無料で日用品がもらえるイベントに参加すると、販売員の話術に徐々にひき込まれ、次々と高額な商品を契約してしまう。

「REAL VOICE 被害者インタビュー」 取り扱い事例(2本)



マルチ商法 私はこうして罠にはめられた



対象

全年齢層

内容

マルチ商法の被害者、被害者の家族、元社員へのインタビュー。

- 「元社員に聞く“マルチ商法”」
- 「“マルチ商法”の勧誘に遭ったきっかけ」
- 「家族としてどうするべきだったか？」



視聴時間:11分30秒



靈感商法 知らぬ間に支配された私の心



対象

全年齢層

内容

靈感商法の被害者、被害者の支援者へのインタビュー。

- 「当時を振り返ってどのような勧誘手口だったか？」
- 「本人が被害に気づいたきっかけは？」
- 「“靈感商法”の勧誘・被害に遭わないために」



視聴時間:13分30秒

CASE 01 | 楽しい学生生活だと思っていたのに…！

偽装サークル

対象 若年者

内容 大学1年生の主人公のさやかは、上京して一人暮らしをはじめ、孤独を感じていた。あるとき、キャンパスで2年生のマキに声をかけられ、サークルの見学に行ったところ、合宿へ誘われる。合宿で高額な教材の購入を迫られ、仲間に引き入れられていく。

事例動画 被害を体験する

🕒 **視聴時間** 約6分45秒



楽しそう、役立ちそうなサークルを装ったカルト的団体が、学生の新入生を狙った事例をVRで体験します。

主なシーン

- 00:00 プロローグ
- 00:42 大学カフェ
- 01:40 サークル
- 03:23 合宿
- 04:56 カリスマ講師と対面
- 06:14 エピローグ

復習動画 勧誘手口・被害原因を知る

🕒 **視聴時間** 約5分



① VRの再現ドラマで偽装サークルの勧誘手口をダイジェストで振り返ります。



② VRの再現ドラマの中で主人公の被害につながるシーンを選びます。



③ 「気づく」「断る」「相談する」から対処方法を選べると、主人公の対応例を見ることができます。
※解説動画にもアクセスできます。

■ 解説動画 自分を守る/周囲をサポートする



視聴時間

約7分



西田公昭立正大学心理学部教授が、心理学の観点から、本人が気づかないうちに他者に誘導される心理操作(マインドコントロール)を解説します。

解説ポイント

- 学生や社会人になりたての人は、誰かに認められ、社会的に価値ある人間になりたいと思っています。そんな心理につけ込む勧誘の手口や、カルト的団体やマルチ商法などにつながる可能性があるトラブル事例を紹介しています。
- だまされた被害者である本人が加害者となってしまう危険性があるだけでなく、大切な人たちからの信用や多額の金銭など大事なものを失ってしまうことがあります。
- 消費者被害を防止するために消費者契約法が令和5年1月5日に改正され、消費者と事業者の契約に関して取消しできる範囲が拡大しました。また、不当寄附勧誘防止法(令和4年12月10日成立、令和5年1月5日一部施行)が制定され、寄附の不当な勧誘による被害の救済や再発防止が図られています。
特に学生の方は、大きな失敗をしたくないと悩み、相談することを躊躇するかもしれませんが、思い悩まず、早めに学生相談センターや消費生活センター等に相談することが大切です。

CASE 02 | 将来への不安からもうけ話にのってみたら…!

ネットトラブル
(暗号資産)

対象 社会人

内容 社会人の主人公の健太は、地味で平凡な一人暮らしでいつも将来に対する漠然とした不安を感じている。あるとき、裕福になっていた大学時代の後輩、智樹と遭遇。健太は、智樹に紹介された暗号資産の投資セミナーに参加し、もうけ話を鵜呑みにしてアプリを信用し、投資していくが、出金もされず、連絡も取れなくなる。

事例動画 被害を体験する



視聴時間 約6分45秒



暗号資産の投資セミナーをきっかけとしたもうけ話のトラブル事例をVRで体験します。

主なシーン

- 00:00 プロローグ ~ 久しぶりに後輩に会う
- 02:15 説明会
- 04:16 自宅
- 04:29 後輩と食事
- 05:08 エピローグ

復習動画 勧誘手口・被害原因を知る



視聴時間 約5分



1 VRの再現ドラマで暗号資産トラブルの勧誘手口をダイジェストで振り返ります。



2 VRの再現ドラマの中で主人公の被害につながるシーンを選びます。



3 「気づく」「断る」「相談する」から対処方法を選ぶと、主人公の対応例を見ることができます。
※解説動画にもアクセスできます。

■ 解説動画 自分を守る/周囲をサポートする



視聴時間

約7分



西田公昭立正大学心理学部教授が、心理学の観点から、本人が気づかないうちに他者に誘導される心理操作(マインドコントロール)を解説します。

解説ポイント

- 知人・友人からの勧誘による暗号資産をめぐるトラブルが増加し、近年ではSNSやマッチングアプリなどオンラインで接触するケースも増えています。
もうけ話や投資などを持ち掛けられたら、話を鵜呑みにせず、怪しい点に気づいてもらうように促します。
- 勧誘の特徴や傾向を知り、もうけ話には十分な疑いを持ち取引内容やリスクなどについて理解して判断するようにしましょう。もうけ話を鵜呑みにしてしまっても目先の利益にとらわれず、少額でももうけが出ると抜け出せなくなるのですぐに手を引きましょう。
- 消費者被害を防止するために消費者契約法が令和5年1月5日に改正され、消費者と事業者の契約に関して取消しできる範囲が拡大しました。
大きな失敗をしたくないと悩み、相談することを躊躇するかもしれませんが、思い悩まず、早めに消費生活センター等に相談することが大切です。

CASE 03 | ご近所に誘われ、楽しい無料イベントに行ってみたら…！ 催眠商法

対象 高齢者

内容 主人公の和子は、夫が亡くなって5年が経ち、娘とも中々会えず、老後の一人暮らしを退屈で孤独に感じていた。ある日、ご近所付き合いから無料で日用品がもらえるイベントに参加すると、販売員の話術に徐々にひき込まれ、次々と高額な商品を契約してしまう。

事例動画 被害を体験する

🕒 視聴時間 約6分40秒



健康について関心が高い高齢者や寂しさを感じている高齢者をターゲットにした催眠商法による販売勧誘をVRで体験します。

主なシーン

- 00:00 プロローグ
- 00:37 友人の訪問
- 01:09 イベント会場
- 02:46 販売員との出会い
- 03:25 娘と電話
- 04:14 イベント会場 数週間後
- 04:45 販売員と会話
- 05:54 エピローグ

復習動画 勧誘手口・被害原因を知る

🕒 視聴時間 約5分



① VRの再現ドラマで催眠商法による勧誘手口をダイジェストで振り返ります。



② VRの再現ドラマの中で主人公の被害につながるシーンを選びます。



③ 「気づく」「断る」「相談する」から対処方法を選べると、主人公の対応例を見ることができます。
※解説動画にもアクセスできます。

■ 解説動画 自分を守る/周囲をサポートする



視聴時間

約6分



西田公昭立正大学心理学部教授が、心理学の観点から、本人が気づかないうちに他者に誘導される心理操作(マインドコントロール)を解説します。

解説ポイント

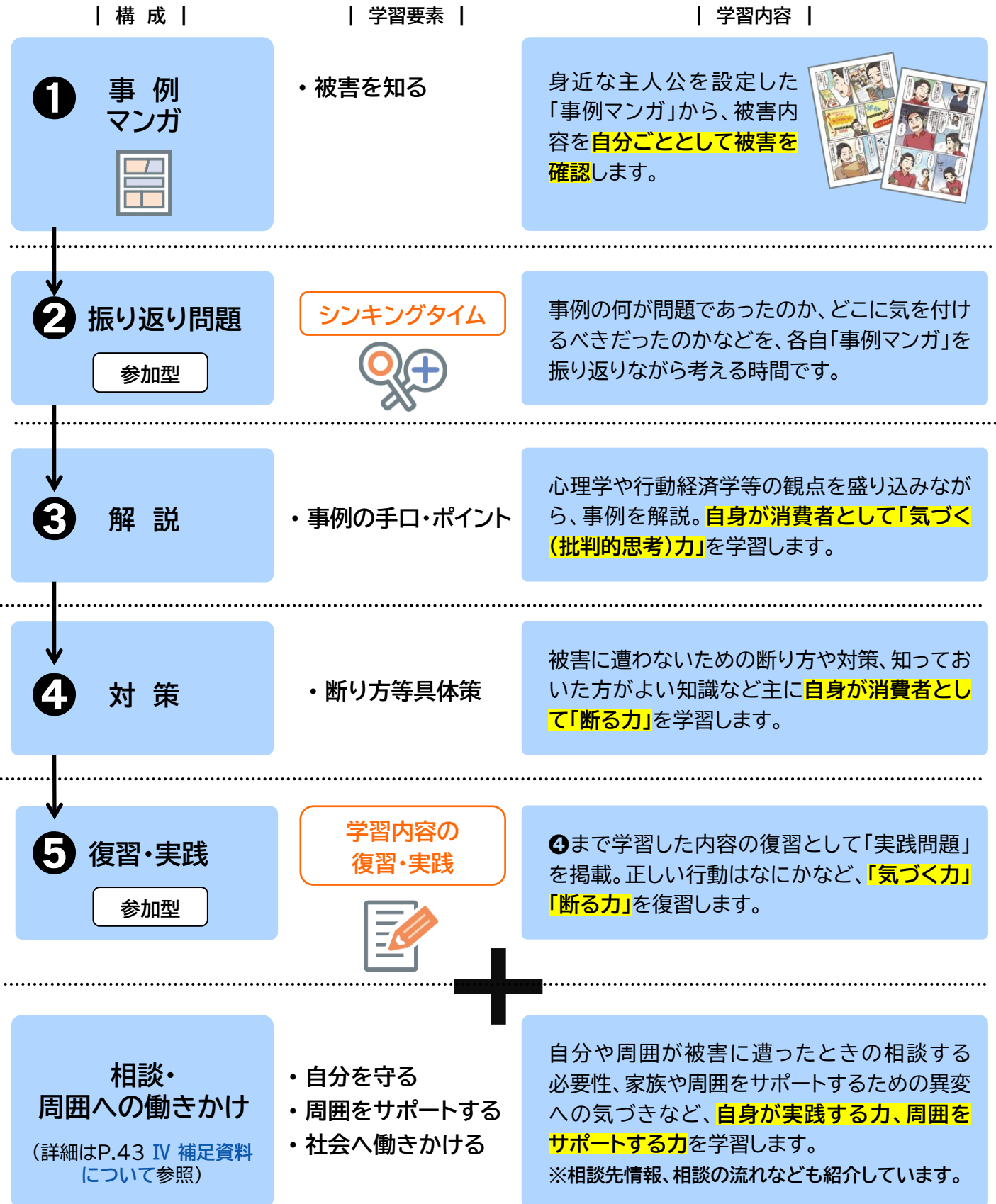
- 高齢者に会場で催眠術的な手法で購買意欲を煽って商品を販売しますので安易に会場に行かないように気をつけましょう。
一度会場に入ってしまうと、居心地の良い環境や扱いを受け、簡単には抜け出せなくなります。また、同世代の勧誘する人も、催眠商法であることに気づいていない可能性もあります。まずは、家族や周囲のサポートを頼り、相談することを促します。
- トラブルに遭っても「自分だけじゃない」「はずかしくない」と思い、とにかく信用できるどこかに相談することが大切です。
また、消費生活センターに相談することで、契約時に問題があった場合は、クーリング・オフの期間が過ぎていても取り消せる可能性があります。
- 消費者被害を防止するために消費者契約法が令和5年1月5日に改正され、消費者と事業者の契約に関して取消しできる範囲が拡大しました。
大きな失敗をしたくないと悩み、相談することを躊躇するかもしれませんが、思い悩まず、早めに消費生活センター等に相談することが大切です。

Ⅲ テキスト教材 ポイント解説

1 「テキスト教材」の構成	P. 20
2 「テキスト教材」での取り扱い事例	P. 21
CASE 04 ネットトラブル(課金)	P. 22
CASE 05 美容医療	P. 26
CASE 06 ネットトラブル(定期購入)	P. 30
CASE 07 訪問販売(点検商法)	P. 34

1 | 「テキスト教材」の構成

「テキスト教材」は、「事例」→「振り返り問題」→「解説」→「対策」→「復習・実践」の流れで展開しています。



CASE 04 | 強い武器をゲットしたくて

ネットトラブル(課金)

対象

中学・高校生(若年者)

内容

主人公は、親からもらったスマートフォンでオンラインゲームに夢中な中学生。最強の武器を手に入れるため課金アイテムを試したところ、親のクレジットカード情報が残っていたため、課金に成功。その後も課金を繰り返し、後日親のもとへ、高額な請求書が届く。

事例マンガ 被害を知る



「気づく」ポイント

- ① 学習アプリを購入した際の決済方法
- ② ゲームアプリのダウンロードは無料でも、アプリ内課金がある
- ③ 攻略チャンネル動画に対する疑いの目(配信者は?課金の有無は?購入して効果はあるの?)
- ④ 年齢を偽ると取り消しできない可能性がある

「相談する」ポイント

- ⑤ 課金をどうしてもしたいときの相談や、家族内でのルールなど

振り返り問題 シンキングタイム



課金 | 事例 | 問 | 保護者のクレジットカードを無許可で利用し、オンラインゲーム内で課金することは、どのような問題を引き起こす可能性がある?

問 保護者のクレジットカードを無許可で利用し、オンラインゲーム内で課金することは、どのような問題を引き起こす可能性がある?

- A 保護者や家族との信頼関係が崩れる。
- B 保護者のクレジットカードの請求金額が高額になる。
- C より良いアイテムを手に入れるために、課金を繰り返してしまう。
- D 名義人の保護者がクレジットカード会社から管理責任を問われ、今後新しくクレジットカードを発行できなくなる可能性がある。

①~④のうち、当てはまると思う記号を選択してみよう!

事例の何が問題であったのか、どこに気を付けるべきだったのかなどを、各自で考える時間です。「ワーク形式」で振り返ります。

ポイント

「事例マンガ」を見ながら、高額課金がなぜ問題なのかを整理することができます。

解説 事例の手口・ポイント

オンラインゲームの「課金トラブル」はなぜ起こる？

課金 | 解説 | オンラインゲームの「課金トラブル」はなぜ起こる？

どうして課金したくなるの？

必要以上に課金を行ってしまう場合、次のような行動や思考・心理が影響していることがあります。詳しくは以降のページを見てみましょう。

- 1 イベントをクリアしたい・強くなりたい
- 2 周りも課金しているから
- 3 承認欲求を満たしたい
- 4 課金が少額だと、手軽に始めやすい
- 5 ゲームサイト自体が課金したくなる仕組みを作っている
- 6 自覚がない場合も

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 14

事例である「ゲーム課金」について、「課金トラブル」のリスクや「ゲーム課金の主な方法」から学習します。

ポイント




オンライン上で決済する「見えないお金」の種類ならびにそのリスクを学習します。
また「クレジットカード」を使用する場合は、自分だけではなく、名義人(この事例では親)にまで管理責任が生じることを学習します。

課金トラブルに遭う前に！異変に「気づく」ポイント

課金 | 解説 | 課金トラブルに遭う前に！異変に「気づく」ポイント

課金する前に気づくには

例えば、事例の主人公ショウタが課金する前に気づき、立ち止まるためには、以下のポイントに注意をする必要があります。

<p>1 ゲームのインストール画面</p>  <p>「アプリ内課金があります」等、課金が必要なことについて表示されている可能性があります。</p>	<p>2 ゲームの攻略チャンネル画面</p>  <p>動画の内容は信頼できるのか、課金が必要なのか等、疑いの目をもつことで気づける可能性があります。</p>	<p>3 課金時の年齢確認画面</p>  <p>年齢を偽ることの重大さに気づいて課金をやめる、または保護者に相談することが大切です。</p>
--	---	---

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 23

事例の中で、主人公が課金する前に気づくポイントを確認します。

課金 | 解説 |

ポイント

こんな人は要注意！

「もう一回だけ」「あともう少しで勝てる」という気持ちから、ズルズルと高額な課金に至ってしまうケースが多いようです。
課金するときは冷静に、そして慎重に考えてみましょう。

<p>遊びであっても、負けず嫌いな人</p> 	<p>「賭け」が好きで、スリルを求めがちな人</p> 	<p>友達から誘われると断れない人</p> 
--	--	---

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 24

どんなタイプの人と同じように高額課金に陥りやすいかを見ていきます。

ポイント

受講者自身にあてはまるような場合は、「対策」等をよく理解するように促します。

ほかにもある、様々な「課金トラブル」に要注意

課金 | 解説 | ほかにもある、様々な「課金トラブル」に要注意

ほかにもある、様々な「課金トラブル」

事例のようなオンラインゲーム等の課金アイテム以外にも、次のような場面からトラブルにつながることもあるため、注意が必要です。

■ 投げ銭

リアルタイムで動画を配信する「生配信」やSNSの「ライブチャット」と呼ばれるサービスで、配信者に応援金を支払う課金機能。毎日無料でポイントがもらえ、応援する人の人気が出てきたらもらえるポイントもある。

例

- スマホに制限がかかっていると思っていたので、貯まったポイントの中で利用しているつもりだったが、課金になっていて高額請求になった
- 高額課金の場合には配信者が名前を呼んでくれる等の付加サービスにより、課金の高額化・競い合いが発生
- ほかの支援者たちと競い合ったがほかの支援者がサクラだった

等

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 25

事例の「課金アイテム」以外にもトラブルにつながる事例を紹介。

ポイント

安易に手を出しがちな「投げ銭」や、自分では気づかないうちに別サイトに誘導、料金が発生したなどのトラブルから、異変に気づくポイントを確認します。

対策 具体策

保護者向け解説付き

課金トラブルに遭わないための対策は

課金 | 対策 | 課金トラブルに遭わないための対策は

不要な課金トラブルを避けるために

不要な課金トラブルを避け、楽しくオンラインゲームなどを楽しむためにも次の点に注意しましょう。

■ 家庭でルールを決める

「ゲームの利用時間」をはじめ、「ゲームで課金する」際のルールを決めましょう。安易にゲーム禁止とせず、家庭で決めたルールの範囲で遊ばせてもよいでしょう。ルールを破ったときのペナルティを決めておくのも、ルールを守るうえで大事なことです。

例

- ゲーム課金は、1か月〇〇円まで、またはお小遣いの範囲で。
- お小遣いで買える金額のプリペイドカードを買って、その金額の範囲で遊ばせる。
- お小遣い帳をつけて、いついくら課金したのかを保護者がわかるようにする。
- ゲーム課金をする際は、保護者の許可を得る。

等

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 28

不要な課金トラブルを避けるために、家庭内でルールを決めるなどの注意点を確認します。

ポイント

ゲームの利用時間や課金の金額を家庭で決めるなど、具体的な項目から事前に課金トラブルに遭わないための対策を確認します。

カード決済で課金する場合に保護者が気をつけること

課金 | 対策 | カード決済で課金する場合に保護者が気をつけること

カード決済で課金する場合に保護者が気をつけること

保護者のクレジットカードで課金してしまうのは一見すると子どもの問題と思いがちですが、実は保護者の問題でもあります。保護者は、子どもがスマートフォンを正しく使えるようクレジットカード情報などをきちんと管理することが大切です。詳しくは以降のページをご確認ください。

- 1 クレジットカードは、子どもに自由に使わせない
- 2 パスワードは、子どもにも教えない
- 3 子どものスマートフォンにカード情報を残していないか
- 4 カード利用明細書を見れば「異変」に気づける
- 5 ストアからの「購入完了メール」は見落とさない
- 6 キャリア決済の利用上限額を最低限に設定する
- 7 子どもと一緒にオンラインゲームのアカウント設定をする

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 31

保護者向けの内容です。

ポイント

保護者のカードで課金をしてしまうのは、子どもの問題ではなく、保護者の管理の問題であり、子どもが正しくスマートフォンを正しく使えるよう、保護者がきちんと管理することが大切です。

■ 復習・実践 学習内容の復習・実践

問1 クレジットカード番号の入力を求められた。どうする？

課 金 | 復習・実践 | 問1 | クレジットカード番号の入力を求められた。どうする？

無料のゲームアプリをダウンロードしようとしたところ
以下の画面が・・・
※あなたはクレジットカードを持っていません。



消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 36

無料ゲームアプリをダウンロードしようとしたことを想定し、表示された画面を確認して解答します。

ポイント

クレジットカードを持っていないので、クレジットカード番号の入力はできません。

無料のゲームアプリでクレジットカード情報の入力を求められる場合、それはフィッシング詐欺などの偽サイトである可能性があるということ意識しているかを確認します。

問2 ゲームチャットのURL。アクセスするとどうなる？

課 金 | 復習・実践 | 問2 | ゲームチャットのURL。アクセスするとどうなる？

あなたは、オンラインゲームをプレイ中です。
ゲームチャットで、ほかのプレイヤーからURLが送られてきました。



消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 39

オンラインゲームをプレイ中と想定し、ゲームチャットで、ほかのプレイヤーから送られてきたURLにアクセスするとどんなことが起こるのかを解答します。

ポイント

「URLをクリックしたら、偽サイトだった」「アイテムを購入しようと個人情報を入力したら、だまし取られた(フィッシング詐欺だった)」などのトラブルに巻き込まれる可能性があります。

URLや広告などを安易にクリックしないことや、フィッシング対策のサービス(URLのチェックサービス)を活用するといった対策を確認します。

CASE 05 | カウンセリングだけのつもりが…

美容医療

対象 社会人

内容 体型が気になっている社会人3年目の主人公は、SNS広告に掲載された医療ダイエットの広告に興味を持ち、クリニックの無料カウンセリングに訪れた。スタッフから「広告の施術より効果の高いものを割引価格で提供可能」「今日限り」「ローンの手配も可能」といった強い勧誘を受け、高額な契約を結んでしまう。

■ 事例マンガ 被害を知る



「気づく」ポイント

- ① 虚偽や誇大広告、口コミ情報はやらせやインフルエンサーが報酬をもらいPRする投稿の可能性がある。
- ② カウンセリングを行う人物が医師でない場合、悪質なクリニックの可能性がある。
- ③ カウンセリング時に条件・免責事項などの書類にサインをさせられると返金不可や違約金支払いとなる。
- ④ ビフォーアフターの写真は画像加工の可能性がある。
- ⑤ 当日限りの割引や、半額以上の割引率、即決等を強要する場合は、悪質業者の可能性がある。

「断る」ポイント

- ⑥ 判断に迷う場合は、その場で契約しない。必ず冷静になる時間を持つことや、家族や友人に相談する。

■ 振り返り問題 シンキングタイム



振り返り問題

問 クリニックのカウンセラーから案内されたセーフのうち注意すべきワードは？

- A サンプルのビフォーアフター画像を見せながら「こんな感じですぐに効果が出ると思います」
- B 「ここに来る子は大体みんなローンで施術しているから安心してください」
- C 「当クリニックで施術を受けた方は全員が来てよかった！って言ってますし」
- D 「今日申し込めば30万円になるので大丈夫ですよ！」「後日の契約になるとキャンペーン価格は適用されませんよ」

Ⓐ～Ⓓのうち、当てはまると思う記号を選択してみよう！

事例の何が問題であったのか、どこに気を付けるべきだったのかなどを、各自で考える時間です。
「ワーク形式」で振り返ります。

ポイント

「事例マンガ」を見ながら、注意すべき勧誘の言葉を整理することができます。

解説 事例の手口・ポイント

美容医療サービスに関するトラブルはなぜ起こる？

美容医療 | 解説 | 美容医療サービスに関するトラブルはなぜ起こる？

魅力的に見える美容医療サービスの広告。どんな注意が必要？

価格の安さや効果が大きいことを前面に表示する一方で、価格の適用には条件があったり、実際に案内されるコース等が広告と異なる場合があったりと、トラブルにつながる可能性があります。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 14

事例である「美容医療」について、「トラブルになりやすい広告特徴」や「カウンセラーの案内に問題があるケース」「クリニックからローンを勧められる際のリスク」からトラブルがなぜ起こるのか確認します。

ポイント

SNS広告に掲載されている美容医療広告の特徴とそのリスクや「美容医療等法律で禁止されている表現」についても確認します。

美容医療サービスのトラブルに遭う前に！異変に「気づく」ポイント

美容医療 | 解説 | 美容医療サービスのトラブルに遭う前に！異変に「気づく」ポイント

契約する前に気づくには

例えば、事例の主人公がトラブルに遭う前に気づくためには、以下のポイントに注意する必要があります。

<p>① 「脂肪冷却1万円」という広告</p> <p>虚偽広告や誇大広告である可能性があるので、すぐ信用せず、よく確認する必要があります。また、驚くような安い価格でも、適用条件等が小さく表示されていることがあります。</p>	<p>② クリニックで提示されるシミュレーション画像</p> <p>ビフォーアフターの写真や、シミュレーション画像は、加工されたものであり、必ずしもそのとおりになるわけではないことを理解する必要があります。</p>	<p>③ カウンセリング時の書類や契約書の内容</p> <p>カウンセリング時に書類へのサインを求められる場合があります。サインをすると、返金不可や違約金の支払いなどを求められることもあるため、条件や免責事項などを確認しましょう。契約書も同様に注意が必要です。</p>
--	---	--

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 25

事例の中で、主人公がトラブルに遭う前に気づくポイントを確認します。

美容医療 | 解説 |

ポイント

こんな人は要注意！

美容整形が気軽にできるようになった一方で、美容医療サービスはネット広告増加などに伴い、消費者トラブルになるケースが増えています。

<p>美容に興味のある人</p>	<p>SNS等の情報をすぐに試したくなる人</p>	<p>雰囲気や場の空気に流されやすい人</p>
------------------	---------------------------	-------------------------

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 26

どんなタイプの人と同じように美容医療サービスのトラブルに陥りやすいかを見ていきます。

ポイント

受講者自身にあてはまるような場合は、「対策」等をよく理解するように促します。

ほかにもある、様々な「美容医療サービスのトラブル」に要注意

美容医療 | 解説 | ほかにもある、様々な「美容医療サービスのトラブル」に要注意

ほかにもある、様々な「美容医療サービスのトラブル」

事例のような「医療ダイエット」に関するトラブル以外にも、次のようなトラブルが生じることがあります。

■ 消費生活センターに相談が寄せられている美容医療サービスの例

- 医療脱毛
- ニキビやシミの除去
- 皮膚のシワやたるみの軽減
- 脂肪吸引や脂肪冷却
- 男性特有の施術(薄毛治療、ひげの医療脱毛、包茎手術等) 等

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 27

事例の「美容医療」以外にもトラブルにつながる事例を紹介。

ポイント

消費者生活センターに寄せられている美容医療サービスの相談内容から、トラブルに気づくポイントや施術等を受ける際には十分な検討や慎重な判断が必要であることを確認します。

対策 具体策

美容医療サービスのトラブルに遭わないための対策は

美容医療 | 対策 | 美容医療サービスのトラブルに遭わないための対策は


不要な美容医療サービスのトラブルを避けるために

不要な美容医療サービスのトラブルを避けるために、問い合わせや申し込みをする際は次の点に注意し、慎重に確認をしましょう。

■ 広告規制のNG表現を使っていないか確認

前述の「美容医療クリニックの広告規制について」とおり、美容医療クリニックのWEBサイトでは広告規制があるため、虚偽広告や誇大広告などが禁止されています。

規制された広告表現を使用しているクリニックの場合は、よく注意して、「無料カウンセリング」なども安易に申し込まないようにしましょう。



消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 30

不要な美容医療サービスのトラブルを避けるために、問い合わせや申し込みをする際の注意点を確認します。

ポイント

広告規制のNG表現や、「口コミ」に関する注意ポイント、施術に対するリスク等から美容医療サービスのトラブルに遭わないための対策を確認します。

美容医療 | 対策 |

不要な美容医療サービスのトラブルを避けるために

ポイント

■ 契約するときは、契約書などの書類をしっかりと確認(安易にサインしない!)

契約書は、契約条件や免責事項などをしっかりと確認しましょう。カウンセリング時に契約(サイン)をさせられる場合があります。この場合も、記載されている内容や条件をよく読み、不安なことがあればカウンセラーに細かく聞きましょう。

納得いかない場合や不安が残る場合には、急かされたとしても契約(サイン)してはいけません。

また、契約書は専門用語や難しい表現で書かれている場合があり、理解することが難しいかもしれません。そんなときでも「わかったふり」はせず、「この言葉がわからないので教えてほしい」と質問するなど時間をかけて一つずつ確認するようにしましょう。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 35

ポイント

契約をする際は、契約条件や免責事項などをしっかりと確認し、安易にサインしないことが大切です。

復習・実践 学習内容の実践

問1 魅力的にみえる美容医療クリニックの広告。問題はない？

美容医療 | 復習・実践 | 問1 | 魅力的にみえる美容医療クリニックの広告。問題はない？

魅力的にみえる美容医療クリニックの広告に問題がないか見てみよう

効果を実感したお客様の声		
30代 女性	40代 女性	50代 女性
本当に3回でこんなに変わるなんて、信じられなかった！	運動も食事制限もしなかったのに、体のラインが長かったよ。	アウトラインが綺麗にできるのが、嬉しい。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 39

表示された「魅力的にみえる美容医療クリニックの広告」を確認し、注意が必要な項目を解答します。

ポイント

施術し放題・キャンペーン・期間限定のコピーや、ビフォーアフターの写真、成功体験談など広告として禁止されている表現方法等について習得しているかを確認します。

問2 悪質カウンセラーの立場になって…。来店者から「今、手持ちのお金がない」と言われたら？

美容医療 | 復習・実践 | 問2 | 悪質カウンセラーの立場になって…。来店者から「今、手持ちのお金がない」と言われたら？

悪質カウンセラーの立場になって、来店者を勧誘してみよう。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 43

表示された事例の一コマの「悪質カウンセラーの立場」になって、来店者から「今、手持ちのお金がない」と言われた際に何と言って説得するか解答します。

ポイント

悪質カウンセラーは、あらゆる手法を使って、どうか契約させようとする可能性があることを学習し、少しでも不安を感じたら、流されずに立ち止まり、その場では決めない(契約しない)ようにすることを習得しているかを確認します。

解説 事例の手口・ポイント

ネット通販の「定期購入トラブル」はなぜ起こる？

定期購入 | 解説 | ネット通販の「定期購入トラブル」はなぜ起こる？

購入条件(定期購入等)に気づかず購入してしまう、その原因は？

詐欺的な定期購入サイトの特徴から、どのような消費者の心理や傾向が利用されているのか、考えてみましょう。

原因 ① | サイト上の購入条件や契約内容などの表示がわかりにくいケース

原因 ② | 「限定」や「残り〇分」などの表示で焦らせ、決定を急がせるケース

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 15

事例である「定期購入トラブル」について、詐欺的な定期購入サイトの特徴から、なぜ「定期購入」であることに気づかずに購入してしまうのかその原因を学習します。

ポイント

「表示がわかりにくいケース」、「限定」や「残り〇分」などの表示で焦らせるケース」を参考に正しいサイトの見極め方を学習します。


定期購入トラブルに遭う前に！異変に「気づく」ポイント

定期購入 | 解説 | 定期購入トラブルに遭う前に！異変に「気づく」ポイント

購入する前に気づくには


例えば、事例の主人公が詐欺的な定期購入サイトだと気づくためには、以下のポイントに注意する必要があります。

① 「初回特別価格」という表現




「初回特別価格」という言葉に飛びつくのではなく、「2回目以降があるのか？」や「条件があるのか？」等の疑問をもつことが大切です。

② 注文ボタン周辺に小さい文字で書かれた内容



注文ボタンをすぐ押すのではなく、小さな文字で表示された文言ほど、注意深く確認することで、条件等の有無に気づける可能性があります。

③ 規約ページに記載された購入条件



規約は必ず読みましょう。「読んだけどよくわからない」「不安だ」というときは、販売元に確認するなどしましょう。怪しいと思う場合には、購入しないようにしましょう。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 22

事例の中で、主人公が商品を購入する前に、詐欺的な定期購入サイトだと気づくポイントを確認します。


定期購入 | 解説 |

ポイント


こんな人は要注意！

ネット通販の「定期購入」に関する相談が全国の消費生活センター等に多く寄せられています。なかでも70歳以上の相談の割合が最も高くなっています^(※)。これは、スマホの操作等が不慣れなスマホ初心者の高齢者が増えたことが要因ともいえるでしょう。


スマホを使い慣れていない人



最近ネット通販を利用し始めた人



「限定」「特別」「キャンペーン」などの言葉に目がない人



(※)出典・令和5年版 消費者白書「2022年の消費生活相談」

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 23

どんなタイプの人と同じように定期購入トラブルに陥りやすいかを見ていきます。

ポイント

受講者自身にあてはまるような場合は、「対策」等をよく理解するように促します。また、スマホ初心者である70歳以上の高齢者の相談割合が高くなっていることにもスポットをあて、丁寧なスマホ操作を行うことも促します。

問題のある通販サイトや広告でのトラブルの例

定期購入 | 解説 | 問題のある通販サイトや広告でのトラブルの例

ほかにもある、問題のある通販サイトや広告でのトラブル


事例のような定期購入トラブル以外にも、通販サイトや広告から次のようなトラブルが生じることがあります。

- 注文後に「キャンペーン」に誘導

一度注文完了した購入者に対して、より購入条件の厳しい契約に誘導します。

例

- 注文完了画面に「お得なキャンペーン実施中」というバナーを表示
- 注文後に「〇〇を注文した方だけの特別なご案内」とのメールを配信 等



24

事例の「定期購入トラブル」以外にも通販サイトや広告からトラブルにつながる事例を紹介。

ポイント

解約のしづらさや、キャンペーンに誘導される、また偽装広告の手法などから、異変に気づくポイントを確認します。

対策 具体策

定期購入トラブルに遭わないための対策は

定期購入 | 対策 | 定期購入トラブルに遭わないための対策は

不要な定期購入トラブルを避けるために

不要な定期購入トラブルを避けるために、ネット通販で申し込む際は次の点に注意し、慎重に確認をしましょう。

- そもそも本当に欲しい商品？

「タイムセール」「あと〇組」などと消費者を急かすような表現に惑わされ、不要な商品を購入しようとしていませんか？

「一呼吸」おいて冷静になって、サイト広告を見直してみよう。家族や友人に相談し、適正価格であるかなど一緒に判断するのもよいでしょう。



31


不要な定期購入トラブルを避けるために、ネット通販で申し込む際の注意点やポイントを確認します。

ポイント

「最終確認画面」の確認方法や、注文時にスクリーンショットなどの記録を残しておくなど、トラブルを避ける方法を確認します。

定期購入 | 対策 |

不要な定期購入トラブルを避けるために

 改正特定商取引法で、通販サイトの最終確認画面が変わった 1/2

2022年(令和4年)6月以降、改正特定商取引法では、通販サイトの最終確認画面において、取引における基本的な事項についてわかりやすく表示することが義務付けられています。

このルールに違反する表示により、消費者が誤認して申込みをした場合は、申込み(の意思表示)を取り消せる可能性があります。

- ネット通販の事業者が最終確認画面に表示しなければならない基本的な⑥つの事項

項目	内容
① 分量	<ul style="list-style-type: none"> ● 商品の数量、役務(えきむ)の提供回数 ● 定期購入契約の場合は、各回の分量も表示
② 販売価格・対価	<ul style="list-style-type: none"> ● 複数商品を購入する顧客に対しては、支払総額も表示 ● 定期購入契約の場合は、2回目以降の代金も表示

政府広報オンライン「ネット通販での「定期購入トラブル」 契約時に確認すべきポイントとは？」を加工して作成。

37

ポイント


2022年6月以降、改正特定商取引法で義務付けられた、通販サイトの最終確認画面に表示しなければならない基本的な事項を取りあげており、誤認で申込みをした場合には、取り消しができる可能性があります。

■ 復習・実践 学習内容の復習・実践

問1 初回、2回目、5回目の支払金額はいくら？

定期購入 | 復習・実践 | 問1 | 初回、2回目、5回目の支払金額はいくら？

通販サイトの「注文ボタン」をクリックする前に内容を確認してみよう



消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」

40

通販サイトの商品を購入することを想定して、「注文ボタン」をクリック前に表示された画面を確認して解答します。

ポイント

安いのは初回だけ、といったケースがあるため、**2回目以降の金額を確認すること、合計の支払総額を確認することが大切です。**
また、送料の有無等もあわせて確認することを習得しているかを確認します。

問2 3回目以降を解約したいときは、いつまでに連絡する？

定期購入 | 復習・実践 | 問2 | 3回目以降を解約したいときは、いつまでに連絡する？

通販サイトの「注文ボタン」をクリックする前に内容を確認してみよう



消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」

43

通販サイトの商品を購入することを想定して、「注文ボタン」をクリック前に表示された画面を確認して解答します。

ポイント

必ず、記載内容は最終確認画面まで確認することを習得しているか確認します。
また、解約の申出はマイページと電話連絡で受け付ける旨の記載があるため、**申込ボタンを押す前に記載の連絡先へ電話がつながるかどうかなどを確認することも大事**であることを確認します。

■ 授業や講座でのテキスト教材活用について

「復習・実践」問題は、細かく書かれた文章から情報を読み取ることを体験する問題となります。教材をスクリーン等に投影する形式で授業・講座を行う場合、「復習・実践」問題の通販サイト注文画面画像のスライドは出力して配布し、問題に取り組んでもらうことを推奨します。

CASE 07 | 親切な職人さんだと思っていたら・・・ 訪問販売(点検商法)

対象 高齢者

内容 一人暮らしをしている高齢の主人公のもとへ、工事会社の職人風の男性が訪問してくる。屋根の無料点検キャンペーンをやっているとわれ点検を頼んだら、瓦がずれているので応急処置を勧められる。主人公が娘に相談をしようとしたところ、男性はとたんに高圧的になり、押し切られる形で契約をしてしまう。

■ 事例マンガ 被害を知る



「気づく」ポイント

- ① スマホ画面は、偽物の画像の可能性が
- ② 他者に相談しようとするのを阻止する

「断る」ポイント

- ④ 毅然とした態度と言葉で「要りません」と断る

周囲の人が「気づく」ポイント

- ③ 請求者や領収書がたくさんある

「相談する」ポイント

- ⑤ 断ることが難しい場合には、家族や相談機関、警察に相談する

■ 振り返り問題 シンキングタイム



点検商法 | 事例 | 問 | 事例のように屋根工事の点検を持ち掛ける業者の「よくある手口」は次のうちどれ？

振り返り問題

問 事例のように屋根工事の点検を持ち掛ける業者の「よくある手口」は次のうちどれ？

- Ⓐ ターゲットが一人暮らしであることを事前に確認したうえで、偶然を装ってターゲットに気づく。
- Ⓑ 「タダで点検する」と言って「貸し」を作ることで、費用のかかる契約も断りづらくさせる。
- Ⓒ スマホで二セモノの画像(屋根瓦が壊れている写真)を見せて、「このままだとご近所に迷惑がかかる」と不安をあおり、工事が必要だと迫る。
- Ⓓ 断られそうになったら大声を出して脅す。

Ⓐ～Ⓓのうち、当てはまると思う記号を選択してみよう！

事例の何が問題であったのか、どこに気を付けるべきだったのかなどを、各自で考える時間です。「ワーク形式」で振り返ります。

ポイント

「事例マンガ」を見ながら、点検商法においてよくある手口を整理することができます。

解説 事例の手口・ポイント

訪問販売(点検商法)に関するトラブルはなぜ起こる？

点検商法 | 解説 | 訪問販売(点検商法)によるトラブルはなぜ起こる？

不要な契約を結ばせる訪問販売(点検商法)。どんな特徴がある？

訪問販売(点検商法)による悪質業者は、高齢者の生活環境や孤独感、判断力の低下を利用し、近づいてくることがあります。詳しくは以降のページを見てみましょう。

- 1 一人暮らしの高齢者が狙われている
- 2 飛び込み・突然訪問してくる
- 3 「無料で点検する」といって家にあがる(強引に点検する)
- 4 「すぐに修理が必要」などと言って不安をあおる
- 5 強引に契約させようとする
- 6 工事は一度で終わらず、次々と新たな工事契約を結ばせる

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 14

事例である「訪問販売(点検商法)」について、「不要な契約を結ばせる訪問販売(点検商法)の特徴」やその方法から、トラブルがなぜ起こるのか学習します。

ポイント

被害の対象者である高齢者の生活環境や孤独感、判断力の低下を利用し、不要な契約を結ばせる勧誘があります。

訪問販売(点検商法)のトラブルに遭う前に！異変に「気づく」ポイント

点検商法 | 解説 | 訪問販売(点検商法)によるトラブルに遭う前に！異変に「気づく」ポイント

「悪質業者の手口だ」と気づくには

例えば、事例の主人公が「これは悪質業者の手口だ」と気づくためには、以下のポイントに注意する必要があります。

- 1 **飛び込みで突然訪問してくる**
事業者が飛び込みで訪問してきて、勧誘される場合には、よく注意する必要があります。
- 2 **無料で点検しようとする**
本来費用がかかるはずの作業について、無償で対応してくれる場合には、何かしら理由があるのではないかと、一度考える必要があります。
- 3 **スマホで見せられた画像(二セモノ)**
消費者の不安をあおる手口です。画像は加工されたものかもしれない、という認識を持つことが大切です。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 24

事例の中で、主人公がトラブルに遭う前に気づくポイントを確認します。

点検商法 | 解説 |

ポイント

こんな人は要注意！

事例のような訪問販売(点検商法)によるトラブルについて、相談件数が増加しています。高齢者の一人暮らしが狙われるケースが多くなっています。また、突然訪問してきて一方的に押し進めようとすることから、「押しに弱い」「断ることが苦手」という方もよく注意しましょう。

- 高齢者
- 一人暮らしで、自宅にいることが多い人
- 押しに弱く、ハッキリ言うことが苦手な人

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 25

どんなタイプの人と同じように訪問販売(点検商法)のトラブルに陥りやすいかを紹介。

ポイント

自身にあてはまるような場合は、「対策」等をよく理解するように促します。

ほかにもある、様々な「訪問販売・訪問購入によるトラブル」に要注意

点検商法 | 解説 | ほかにもある、様々な「訪問販売・訪問購入によるトラブル」に要注意

ほかにもある、様々な「訪問販売・訪問購入によるトラブル」

事例のような屋根工事の点検商法によるトラブル以外にも、自宅等に突然訪問して勧誘しようとする「訪問販売・訪問購入トラブル」に気をつけましょう。

- 壁や床下の工事

「外から見える壁にたくさんひびが入っている、1年のうちに大変なことになる」と言い、「今やっておけば安く済む」「近所で工事している足場を使える」と契約をせかします。

- リフォームの契約

住んでいるマンションで工事を行うという名目で来訪し、「大型連休で今なら安くなる」などの誘い文句で給湯器や浴室などのリフォーム工事を勧誘してきます。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 26

事例の「訪問販売(点検商法)」以外にもトラブルにつながる事例を知り、トラブルに気づくポイントを確認します。

対策 具体策

ご家族や見守りの方向け解説付き

訪問販売(点検商法)によるトラブルに遭わないための対策は


点検商法 | 対策 | 訪問販売(点検商法)によるトラブルに遭わないための対策は + ご家族や見守りの方へ

不要な訪問販売(点検商法)によるトラブルを避けるために

訪問販売(点検商法)によるトラブルに遭わないために、次の点に注意して対応をしましょう。

- 安易に点検させない

突然訪問してきた業者に安易に点検をさせてはいけません。
 「無料だから」「せっかくだから」といって点検をさせると、業者の勧誘トークに乗せられ、断れなくなるかもしれません。



消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 30

不要な訪問販売(点検商法)のトラブルを避けるために必要な注意点を確認します。

ポイント

安易に点検をさせないことや、きっぱり断ることが重要、また工事などが必要と感じた際にもその場で決断せずに、十分な検討が必要です。

高齢者の消費者トラブルに周囲が気づくために

点検商法 | 対策 | 高齢者の消費者トラブルに周囲が気づくために + ご家族や見守りの方へ

高齢者の消費者トラブルに周囲が気づくために

高齢者の消費者トラブルを防ぐためには、身近にいるご家族や見守りの方が、変化にいち早く気づくことがとても重要です。
 身近な高齢者がトラブルに遭っているのではないかと気づいた場合は、消費生活センター等にできるだけ早く相談しましょう。

- ① 家の外での気づき
- ② 家の中の気づき
- ③ 本人の様子での気づき

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 35

ご家族や見守りの方向けの内容です。

ポイント

高齢者の消費者トラブルを防ぐためには、身近にいるご家族や見守りの方が、変化にいち早く気づくことがとても重要です。また、身近な高齢者がトラブルに遭っているのではないかと気づいた場合は、消費生活センターなどにできるだけ早く相談することが大事です。

■ 復習・実践 学習内容の復習・実践



実践 1 「無料でいいから」と屋根の点検を勧められた…。

点検方法 | 復習・実践 | 実践 1 | 「無料でいいから」と屋根の点検を勧められた…。


ロールプレイングで悪質業者に対処する練習をしてみよう。


実践 1 | 「無料でいいから」と屋根の点検を勧められた…。

登場人物の役になってセリフを読み、強引な勧誘を断る体験をしてみよう。

登場人物	 Aさん	 リフォーム業者
------	---	---

— Aさんの自宅に、リフォーム業者が突然訪ねてきました。—

 突然すみません。近所で工事をしているご挨拶に来たのですが、お宅の屋根瓦がずれているように見えます。点検してませんか？

 ありがたいけど、費用がかかりますか？

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 41

登場人物の役になってセリフを読み、強引な勧誘を断る体験をするロールプレイによる復習です。

ポイント

トラブルに巻き込まれている当事者の場合、断るときは「ハッキリ断る」。またハッキリ断ることが苦手な場合は、「決められない」「家族と電話する」といった態度を取るが大事であることを取得しているか確認します。

実践 2 母親から家のリフォームをすると聞いて…。

点検方法 | 復習・実践 | 実践 2 | 母親から家のリフォームをすると聞いて…。

ロールプレイングで悪質業者に対処する練習をしてみよう。

実践 2 | 母親から家のリフォームをすると聞いて…。

登場人物の役になってセリフを読み、周囲の人の被害に気づく体験をしてみよう。

登場人物	 母親	 私
------	--	---

— 私は、週末に実家に帰省しようと思い、母親に電話をしました。—

 次の週末、帰ろうと思うけどいいかな？

 今度リフォームしてもらうから、きれいになってから来ない？

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 44

登場人物の役になってセリフを読み、周囲の人の被害に気づく体験をするロールプレイによる復習です。

ポイント

万が一、周囲の人が悪質業者に勧誘され、リフォーム工事の契約をしてしまっている場合でも、「私」がすぐに気づき、消費生活センターなどに相談することを習得しているかを確認します。

■ 授業や講座でのテキスト教材活用について

高齢者には、マンガを読む習慣がない(マンガの読み方がわからない)方がいる場合があります。事例マンガを、講師の方がセリフを読み上げながら進行することを推奨します。

「復習・実践」のロールプレイングでは、スライドを印刷・配布し、二人一組でセリフを読んだり、講師が読み上げたセリフを受講者が復唱したりすることができます。実際に声に出して体験をしてみることが大切です。

IV 補足資料について

1	消費者トラブル概況 (消費者トラブルの現状について学ぼう)	P. 39
2	診断セルフチェック	P. 42
3	相談先・周囲への働きかけ (だまされてしまったかも・・・家族・知人の様子がおかしい と思ったら)	P. 43

1 | 消費者トラブル概況(消費者トラブルの現状について学ぼう)

最近の「消費者トラブル」の現状について、「消費者白書」に掲載されている情報などを紹介しています。

はじめに

消費者トラブルの現状について学ぼう

「契約」について

私たちは消費生活の中で、様々な契約をしています。
 契約は、**契約内容についてお互いに意思が合致し
 申込みと承諾があれば成立**します。

消費者 申込み 企業
 代金を支払う義務 代金を受け取る権利
 商品を受け取る権利 商品を渡す義務
 これください かしこまりました

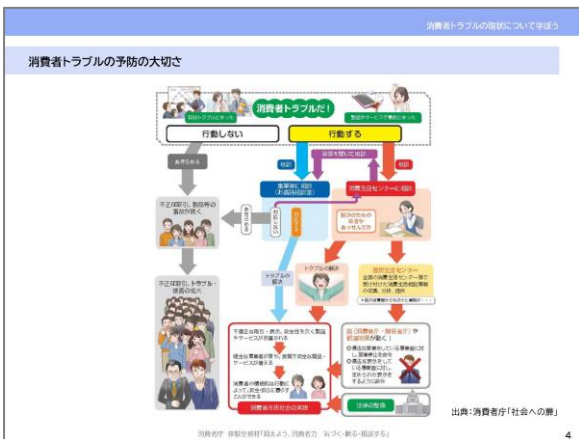
契約は一方的にやめることはできません。

出典：消費者庁「事業者による従業員向け消費者教育の推進」
 消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 2

消費生活の中で基本となる「契約」について学習。契約は、お互いの意思が合致した申込みと承諾があれば成立し、一方的にやめることができないことを理解します。

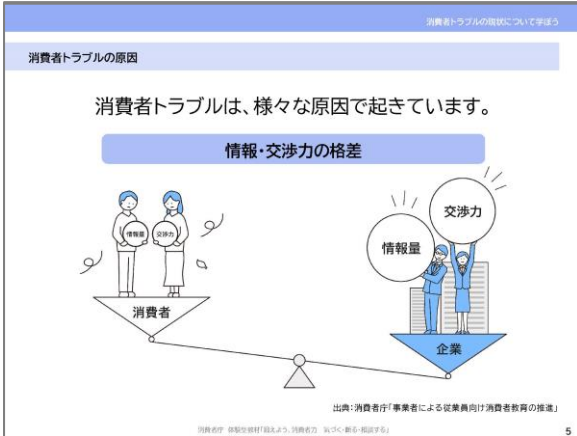


近年の消費生活相談件数や、消費者被害・トラブル額の推計額から推測される消費者トラブルの被害額の大きさを確認します。



消費者トラブルを予防すること、トラブルに遭ったときに適切な対応をすることは、トラブルや被害の防止につながり、「消費者市民社会」の実現につながることを理解します。

消費者トラブルの原因を知る

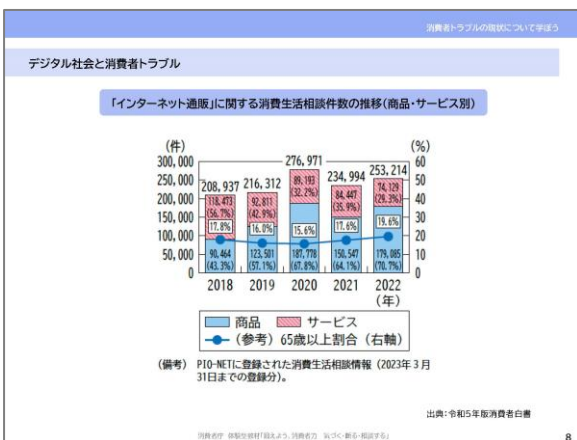


消費者と事業者の間には、格差があり、例えば、商品・サービスに関する情報力、トラブルが起きたときの交渉力、損失を補う資金力などは、事業者の方が消費者より有利であり、消費者は事業者に比べ不利な立場にあることを理解します。



悪質な事業者は、わざと人をだましたり弱みにつけ込んだりすることによる心理的な要因、高齢や未熟さ、障がい、病気などによる属性的な要因、日々のストレス、不安などによる状況的な要因など、消費者の持つ弱い弱性に起因したトラブルがあることを理解します。

デジタル社会における消費トラブルを知る



インターネットが普及したデジタル社会では、誰であっても消費者トラブルに遭う可能性があり、インターネット上の消費者トラブルには、悪質な定期購入やSNSをきっかけとしたもののほか、商品の未着や事業者の連絡不能などがあることを理解します。

デジタル社会における消費トラブルを知る

消費トラブルの現状について学ぼう

デジタル社会と消費者トラブル

消費者トラブルの解決が難しくなる例

- 契約相手に関する情報が電話番号やSNSのアカウントしかわからずうまく問い合わせができない
- 問い合わせ先が海外の事業者で、言語や商慣行の違いによって消費者一人だけでは解決が困難

ダークパターンの主な種類

- ① 強制
- ② インターフェース干渉
- ③ 執拗な繰り返し
- ④ 妨害
- ⑤ こっそり
- ⑥ 社会的証明
- ⑦ 緊急性

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 9

消費者トラブルの解決が難しくなる例やダークパターンの主な種類を紹介し、人の認知機能(物事を知覚する仕組み)を利用してわざと誤解や勘違いをさせ、消費者を意図しない行動へ誘導する仕組み(いわゆるダークパターン)もあることを学習します。

年齢層別 消費トラブルを知る

消費トラブルの現状について学ぼう

高齢者と消費者トラブル

高齢者の消費生活相談の商品・サービス別上位件数(年齢区分別・2022年)

品名	15-19歳		20-29歳		30-39歳		40-49歳		50歳以上	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
1 旅行	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
2 旅行代理店	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
3 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
4 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
5 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
6 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
7 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
8 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
9 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
10 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 11

高齢者および若者の消費生活相談の中から、上位の相談内容を紹介し、年齢層別の消費者トラブルの特徴を理解します。

※トラブルの傾向、相談内容は年々変化するため、新しい情報を最新の消費者白書などで確認・使用するようにしてください。

消費トラブルの現状について学ぼう

若者と消費者トラブル

若者の消費生活相談の商品・サービス別上位件数(年齢区分別・2022年)

品名	15-19歳		20-29歳		30-39歳		40-49歳		50歳以上	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
1 旅行	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
2 旅行代理店	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
3 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
4 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
5 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
6 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
7 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
8 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
9 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5
10 旅行代理店(旅行)	1,682	1.3	1,944	1.3	2,266	1.2	2,944	1.4	3,511	1.5

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 12

2 | 診断セルフチェック

「自分も消費者トラブルに遭う可能性がある」という意識を持つことが大切です。
 「診断セルフチェック」は、自分の心理傾向で消費者被害に遭う危険度を測ることができる
 チェックシートです。チェックシートから、自身の心理傾向の把握ができます。

■ 表面

15項目に、以下のあてはまる点数をつけて、
 各項目の合計点と総合点数を算出します。

- 1点：ほとんど当てはまらない
- 2点：あまり当てはまらない
- 3点：どちらともいえない
- 4点：やや当てはまる
- 5点：とても当てはまる

■ 裏面

総合点数に応じた、購入・契約の割合、各項目
 の合計点が14点以上の場合、特に注意すべき
 ポイントが記載されています。

自分の傾向を知り、「消費者力」の強化の参考
 にしてください。

■ 授業や講座でのテキスト教材活用について
 適宜印刷・配布して活用することを推奨します。

(※)本診断セルフチェックは、消費者庁が作成した『「リスクな心理傾向」を測るチェックシート』をもとに、
 設問は変えず「消費者力」育成の観点から、結果について再構成したものです。

3 | 相談先・周囲への働きかけ (だまされてしまったかも・・・家族・知人の様子がおかしいと思ったら)

「消費者トラブル」に巻き込まれてしまった際の相談先や対処法、周囲の人が巻き込まれていると思った際の対応方法について、以下4つのコンテンツで気づきのポイントや対応方法、トラブルの解決方法などをまとめています。

- 1 | 「消費者トラブル」に遭いそうになったら
- 2 | 周囲の人が「消費者トラブル」に遭いそうになったら
- 3 | 「消費者トラブル」の被害に遭ってしまったら
- 4 | 被害に遭ってもあきらめないで！

1 | 「消費者トラブル」に遭いそうになったら

このように行動しよう！

「消費者トラブル」に遭いそうになったら

相談先・周囲への働きかけ

ポイント

このように行動しよう！

- ① その場で決めない
違和感がある契約などは、必ず時間を置いて冷静に考えましょう。
- ② 身近な人に相談する
違和感がある契約などは、一人で決めずに友人や家族などに相談しましょう。
- ③ 関係機関に相談する
身近な人に相談しにくい場合は、消費生活センターなどに相談しましょう。
- ④ インターネットなどで情報を集める
相談するだけでなく、スマホなどで確認も。公的機関のWEBサイトなどで調べるほか、事業者名を検索すると、「詐欺」などと表示されることがあるため、事前にトラブルを回避できます。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 3

違和感を感じたら、すぐに結論を出すのではなく、第三者に意見を求めることを学習します。

ポイント
相談しにくい場合の相談先を知っておくことや、自分で情報を集めることも大事です。

2 | 周囲の人が「消費者トラブル」に遭いそうになったら

気づきのチェックポイント

周囲の人が「消費者トラブル」に遭いそうになったら 相談先・周囲への働きかけ


周囲の人の様子の変化「気づきのチェックポイント」

周囲の人に次のような変化が見られたら、「消費者トラブル」に巻き込まれている可能性があります。日常会話や身の回りの様子の変化から、早めに本人に声をかけるなどをして、状況を理解しましょう。

Q 気づきのチェックポイント


Q

宅配便
郵送物
から



Q

電話
SNS
から



Q

経済状況
から



Q

その
他

詳しくは以降のページを確認してみましょう。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 6

周囲の人の変化について、チェックポイントを学習し、日ごろからの観察と対話＝見守りが大切であることを確認。

ポイント

消費者トラブル防止のために、日常の状況から周囲が判断できることを習得します。

周囲の人が「消費者トラブル」に遭いそうになったら 相談先・周囲への働きかけ

周囲の人の様子の変化「気づきのチェックポイント」高齢者の場合

Q 気づきのチェックポイント 高齢者の場合

高齢者をターゲットにした消費者トラブルも多く、特に以下のような状況の際の変化に注意が必要です。

Q

家を
訪ねたら

Q

会話を
していたら

Q

その
他

詳しくは以降のページを確認してみましょう。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 8

【高齢者の場合】

「高齢者」の場合の特に注意すべき状況変化について確認。

ポイント


高齢者の場合、経緯を覚えていない、間違っ覚えていたりなど、状況が悪化してしまうケースがあることを覚えておくことも大切です。

周囲の人が「消費者トラブル」に遭いそうになったら 相談先・周囲への働きかけ

周囲の人の様子の変化「気づきのチェックポイント」子どもの場合

子どもの場合、特にこの点に注意

子どもの消費者トラブルは、SNSやオンラインゲームなど、スマートフォンを介して起こるトラブルが多く、表面上変化がわかりづらいこともあります。



時間が多くできる長期休暇期間などは、特に注意を向ける必要があります。

日ごろから子どもがどのくらいの時間スマートフォンを使用しているのか、何に興味を持っているのかなどを知っておくことも重要です。



消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 11

【子どもの場合】

ポイント

スマートフォンを介して起こるトラブルが多く、表面上変化がわかりづらいことがあるため、日ごろから子どもがどのくらいの時間スマートフォンを使用しているのか、何に興味を持っているのかなどを知っておくことも重要です。

このように行動しよう！

周囲の人が「消費者トラブル」に巻き込まれたら 相談先・関係への働きかけ

ポイント

このように対応しよう！

- ① 声かけで情報収集** 信頼関係を築きながら、当事者から情報を集めましょう。
- ② 共感の姿勢で対応** トラブルに巻き込まれたことを非難するのではなく共感の姿勢で対応しましょう。
- ③ 関係機関に相談** 自分たちで無理に解決しようとせず、公的機関に相談してみましょう。

詳しくは以降のページを確認してみましょう。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 12

トラブルを未然に防止するため、被害拡大を防止するために、声かけによる情報収集などの対応方法を確認。

ポイント

トラブルに巻き込まれたことを非難したりするのではなく、共に対応することが重要です。

周囲の人が「消費者トラブル」に巻き込まれたら 相談先・関係への働きかけ

このように対応しよう！

③ 当事者などだけで解決しようとせず、関係機関に相談する

自分たちだけで無理に解決しようとせず、まずは消費生活センターなど公的機関に相談しましょう。当事者が消費者トラブルに遭っていることを認めようとせず、「相談したくない」と言っている場合も、相談してみてください。

詳しくは「相談窓口」を確認してみましょう。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 14

自分だけで解決しようとせず、消費生活センターなど公的機関に相談することが大事。

ポイント

当事者が「相談したくない」と言っている場合も、相談することを促します。消費生活センターなどへは、当事者以外からの相談も寄せられています。

3 | 「消費者トラブル」の被害に遭ってしまったら

このように行動しよう！

「消費者トラブル」の被害に遭ってしまったら 相談先・関係への働きかけ

ポイント

このように行動しよう！

- ① 自分を責めずに 落ち着いて行動を起こす**
- ② 契約内容を再確認し、関連する証拠を保全する** ※関連する証拠について詳しくは、次ページの「相談にあたって準備すること」を参照してください。 ※ときには警察への届け出が必要になるケースも。
- ③ 消費生活センターや法律相談所等、相談機関に相談する**

詳しくは以降のページを確認してみましょう。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 17

早期の対応が被害を抑え、回復につながることにについて紹介。

ポイント

落ち着いて行動を起こすこと、内容に関する証拠を保全すること、消費生活センターなどの相談機関に相談することを紹介。

相談にあたって準備すること

「消費者トラブル」の被害に遭ってしまったら 相談先・問題への働きかけ

相談にあたって準備すること

消費生活センターなどに相談する際、契約内容や販売勧誘の状況がわかる資料があると、業者との交渉や解決がしやすくなります。
相談する前には、関係する資料などを手元に置き、トラブルに巻き込まれた経緯などをメモなどにまとめておくといでしょう。

- やりとりしたメールや確認画面(スクリーンショットなど)
- 閲覧したWEBサイト
- 業者との会話(電話を含む)の録画・録音
- 契約書
- 請求書、支払明細書、振込領収書
- 返品したい・返金をしてもらいたい、契約を取り消したい等の意向 など

18

消費生活センターなどへ相談する前に準備することを紹介。

契約等を行う場合は、関連資料を保全しておくことが大事です。



消費者被害から消費者を守るための法律や制度

「消費者トラブル」の被害に遭ってしまったら 相談先・問題への働きかけ

消費者被害から消費者を守るための法律や制度

通常、一度成立した契約は、一方的に解除できません。しかし、不意打ちの勧誘を受けたり、事実を誤認したりした状態で契約を結んでしまう場合等があります。
このような場合に、消費者を守る法律や制度があります。

例

- 特定商取引法等でのクーリング・オフ制度
- 消費者契約法による契約取消し など

詳しくは「被害に遭ってもあきらめないで!」を確認してみましょう。

19

消費者被害から消費者を守るための法律や制度があることを紹介。

※詳しくは、**4**「被害に遭ってもあきらめないで!」を確認してください。

相談窓口

「消費者トラブル」の被害に遭ってしまったら 相談先・問題への働きかけ

相談窓口

困ったときは、一人で悩まず相談しましょう!

- ① 消費者ホットライン 買い物や契約で困ったな、おかしいな、...と思ったとき など
- ② 法律の専門家 弁護士に相談や依頼をしたい、法的な解決方法を探りたい など
- ③ 最寄りの警察署 あやしい電話がかかってきた、詐欺などに遭ってしまったかも など

詳しくは以降のページを確認してみましょう。

20

消費生活センターの利用方法について具体的に紹介しています。

4 | 被害に遭ってもあきらめないで！

クーリング・オフ制度

被害に遭ってもあきらめないで！ 相談先・関係への働きかけ

クーリング・オフ制度

予期しなかった訪問販売や電話勧誘など、一定の取引で契約した場合、契約を再考できるよう一定期間内であれば**無条件で申し込みの撤回や契約を解除することができる制度**です。
 なお、通信販売の場合はクーリング・オフができません。



クーリング・オフすると…

- 支払った代金は、全額返金されます。
- 違約金等を請求されても一切支払う必要はありません。
- 商品を受け取っていたら、販売会社に商品の引き取りを請求できます。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 27

クーリング・オフができる取引と期間、その方法を紹介。
 クーリング・オフ制度以外の解決手段についても紹介しています。

ポイント

「通信販売」はクーリング・オフできないことや、使用済み消耗品等、適用されない場合があります。

消費者契約法による契約取消し

被害に遭ってもあきらめないで！ 相談先・関係への働きかけ

消費者契約法による契約取消し

事業者の**不適切な行為**によって、消費者が誤認・困惑をして結んだ契約については、「消費者契約法」により、**契約を取り消すことができます**。

不適切な行為とは…

- ① 不実の告知
- ② 断定的判断の提供
- ③ 不利益な事実の不告知
- ④ 不退去
- ⑤ 退去妨害
- ⑥ 過量契約
- ⑦ 不安をおおる告知
- ⑧ 好意の感情の不当な利用
- ⑨ 判断力低下の不当利用
- ⑩ 霊感商法等
- ⑪ 契約締結前に債務の内容を実施し、原状回復を困難にする行為
- ⑫ 契約前に正当な理由がないのに実施した行為の損失補償請求行為

詳しくは以降のページを確認してみましょう。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 36

「消費者契約法」により、契約を取り消すことができる「事業者の不適切な行為」について、具体的事例を交えて紹介。

教材で扱っている事例の中で該当する契約場面も確認できます。

不当寄附勧誘防止法

被害に遭ってもあきらめないで！ 相談先・関係への働きかけ

不当寄附勧誘防止法

寄附の不当な勧誘による被害の救済、再発防止のため、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」が成立しました。

お願いしても退去せずに勧誘を続ける、勧誘とは告げずに退去困難な場所へ同行して勧誘するなどのような不当な寄附勧誘は禁止されています。

万が一、**不当な勧誘により寄附してしまったとしても、寄附の意思表示の取消しが可能となる場合があります**。



詳しくは以降のページを確認してみましょう。

消費者庁 体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」 45

寄附の不当な勧誘による被害の救済、再発防止のため、成立した「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」を紹介。

ポイント

お願いしても退去せずに勧誘を続ける、勧誘とは告げずに退去困難な場所へ同行して勧誘する、などのような**不当な寄附勧誘は禁止されています**。

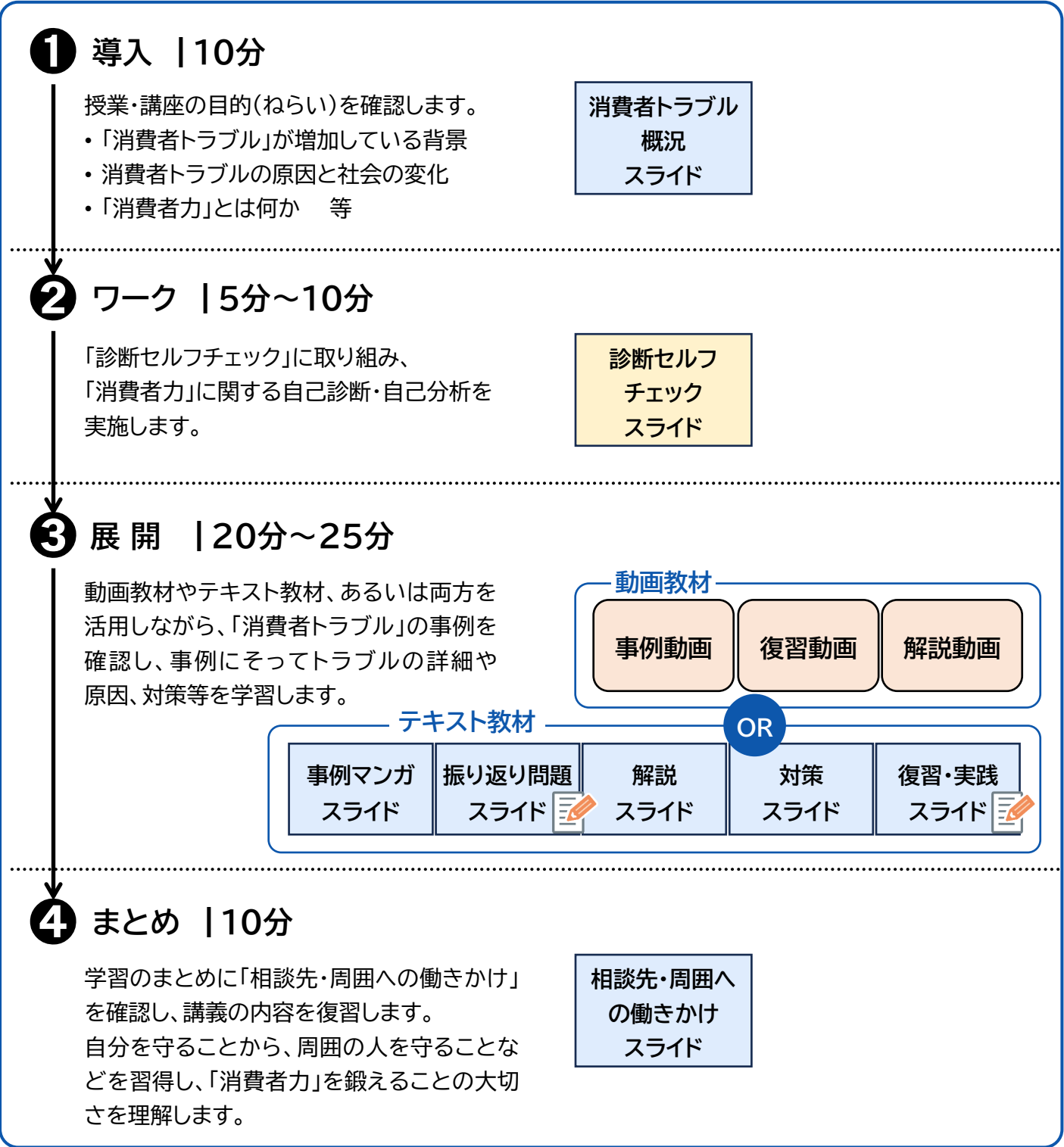
V 授業・講座での活用例

1 | 基本展開例

P. 49

1 | 基本展開例

以下は基本的な授業・講座の流れです。授業・講座の対象者や時間などに応じて、活用する教材や内容を選定・設計し実施しましょう。また、教材は単独で使用できるようパートごとにわかれていますので、多様な授業・講座展開が可能になります。



※適宜「振り返り問題」「復習・実践」パート  やワークシートを活用したワーク等も盛り込んでください。

※投影用スライドは、授業・講座の時間や計画(重点的に教えたいポイント)に応じて、適宜ページを取捨選択してご活用ください。

□ 「消費者力」育成・強化のための教材検討会 委員

〈座長〉

東 珠実 梶山女学園大学現代マネジメント学部教授

〈委員〉

浅川 貴広 東京都立蒲田高等学校 主幹教諭(公民科)

柿野 成美 法政大学大学院政策創造研究科准教授、公益財団法人消費者教育支援センター
理事・首席主任研究員

中村 新造 弁護士(第二東京弁護士会)

西田 公昭 立正大学心理学部教授、日本脱カルト協会代表理事、日本社会心理学会会長

古谷 成司 特定非営利活動法人企業教育研究会 授業開発研究員

細谷 佳世美 公益社団法人全国消費生活相談員協会理事(北海道支部長)

□ 教材制作 監修

藤川 大祐 千葉大学教育学部長・教授

令和6年3月現在(五十音順、敬称略)

〈制作・著作〉

〒100-8958 東京都千代田区霞が関3-1-1
消費者庁 消費者教育推進課
TEL 03-3507-7566