SURE 静岡大学学術リポジトリ
Shizuoka University REpository

# 消費者教育における行為の省察を促す一人称視点動画教材の開発：若者および高齢者を対象にした実践を通して



| メタデータ | 言語: Japanese |
| --- | --- |
| | 出版者: |
| | 公開日: 2019-12-24 |
| | キーワード (Ja): |
| | キーワード (En): |
| | 作成者: 小清水, 貴子, 高野, 瑞絵, 河村, 美宥 |
| | メールアドレス: |
| | 所属: |
| URL | https://doi.org/10.14945/00026966 |

# 消費者教育における行為の省察を促す一人称視点動画教材の開発

## ―若者および高齢者を対象にした実践を通して―

Teaching Materials of Consumer Education Encouraged Behavioral Reflection
―Research for Young and Elderly people―

小清水貴子[1]，高野瑞絵[2]，河村美宥[3]

Takako KOSHIMIZU，Mizue TAKANO，Miyu KAWAMURA

（令和元年 12 月 2 日受理）

### １．はじめに

近年，悪質商法や消費者被害が社会問題になっている。消費生活相談件数の推移をみると，1980 年代は約 12 万件で，年々増加し，振り込め詐欺[注]被害の多発により 2004 年には 192.0 万件とピークを迎えた。その後，減少に転じたものの，年間約 100 万件と高水準で推移している。

振り込め詐欺被害の一つに，架空請求がある。架空請求に関する相談件数は，振り込め詐欺被害がピークであった 2004 年は 約 68 万件であった。その後，官民をあげて被害撲滅に向けた注意喚起が行われた。また，2009 年 9 月には消費者庁及び消費者委員会が設置され，地方公共団体等での消費生活相談の体制整備が進んだ。その結果，相談件数は減少に転じ，2011 年には 2.1 万件になった。しかし，2012 年に入り，再び増加に転じている。2017 年の消費生活相談件数は 91.1 万件で，そのうち，架空請求に関する相談件数は 16.1 万件であった。2018 年は，消費生活相談件数は 101.8 万件で，そのうち，架空請求に関する相談は 25.8 万件であった。架空請求に関する相談は，消費生活相談件数の約 4 分の 1 を占め（消費者白書 2019），加速的に増加している。このことから，早急な対応が求められる。

消費生活相談の相談者をみると，65 歳以上の高齢者の増加が顕著になっている。65 歳以上の相談者の割合は，2017 年は 29.2%，2018 年は 34.9%であった。また，65 歳以上の架空請求に関する相談件数の推移は，2017 年は 5.4 万件（消費生活相談件数 6.9 万件），2018 年は 13.0 万件（消費生活相談件数 14.3 万件）と急増している。単身世帯や核家族の増加から，一人暮らしや夫婦のみで過ごす高齢者が多い。高齢化が進むにつれて，要介護高齢者や，加齢に伴い判断能力が低下する高齢者が増加することが予測される。すなわち，高齢者の消費者被害は，さらに加速することが危惧される。

国は，2012 年に「消費者教育の推進に関する法律」，2013 年に「消費者教育の推進に関する

[1] 家政教育系列
[2] ヤマハ発動機ビズパートナー株式会社
[3] 学部生

基本的な方針」（平成 25 年 6 月 28 日閣議決定）を示し，国レベルで消費者教育を推進する動きがある。消費者教育は,「消費者の自立を支援する消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）およびこれに準ずる啓発活動」と定義され，国民の一人一人が自立した消費者として，安心して安全で豊かな消費生活を営むために重要な役割を担うことが示されている。2013 年に公表された「消費者教育の体系イメージマップ」では，幼児期から高齢期までの各時期に，様々な場で消費者教育に取り組むことが提示された。すなわち，ライフステージ全体を通じて，一人一人が消費者として自立し，情報を適切に取捨選択し，意思決定ができる力を身につけることが求められている。

加えて，2022 年 4 月より，成年年齢が，現行の 20 歳から 18 歳に引き下げられる。未成年者の場合は，契約に親の同意が必要とされる。親の同意を得ずに契約した場合は，民法で定められた未成年者取消権により，その契約を取り消すことができる。未成年者取消権は，未成年者を保護し，消費者被害を抑止する役割を果たしている。しかし，成年に達すると，親の同意が無くても，自分で契約ができる。つまり，18 歳になると，契約に対して責任を負うことが義務づけられる。したがって，高齢者のみならず，若年者に対しても，消費者教育を充実させることは喫緊の課題である。

消費者教育の推進に向けて，これまで各自治体や学校教育でさまざまな取り組みが行われている（文部科学省消費者教育推進委員会 2013，三宅・矢吹 2015，星野 2019，安原・齊藤 2019）。消費者教育に関する教材が，消費者庁や消費者教育支援センター等を通して幅広く提供され，クイズや漫画などを含む副読本，動画教材，ロールプレイなどを用いた実践がなされている。事例を扱った副読本や動画教材では，登場人物の主人公が消費者被害に遭い，被害状況はどんなものか，原因は何か，どうすればよかったかを考えさせる内容になっている。状況をイメージしやすく，被害に遭った原因や対処方法の理解を促すことができる。また，ロールプレイングでは，悪質業者と消費者で役割を分担し，用意されたシナリオにしたがって被害事例を疑似体験することができる。悪質業者と消費者の立場を交換して演じることで，それぞれの意図やそのときの心理状況を理解に役立つ。

ところで，消費者被害の実態をみると，高齢者の場合，本人から相談が寄せられる割合は 8 割で，残りの 2 割は身近な人からの通報である（消費者白書 2018）。この背景には，高齢者本人が被害に遭ったことを自覚できていないことや，被害に遭ったことを恥ずかしく思い，周囲に相談しづらいことが推察される。また，若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会報告書（2018）によると，勧誘により購入・契約した若者が，その購入・契約をいまどのように思っているか，購入・契約に対する後悔について調査した結果,「いま思えば，断れば良かった」が 59.5%,「良い購入・契約だった」が 17.5%であった。若者においても，実際には被害者であるにもかかわらず，被害意識を持っていない人が存在する。さらに，若者に対して，商品・サービスの購入・契約に関するトラブルや被害に遭うことについてどのように思うかを尋ねた結果,「自分にも起こりうることだと思うので，気を付けようと思う」が 65.9 %,「知識不足・判断が甘かった等，自己責任だと思う」が 58.7 %であった。消費者被害に遭うことについて考える場合,「その原因は，被害に遭った人の性格や意識に問題があったからだ」などという思い込みから,「自分だけは大丈夫」という楽観的な思考に陥りがちであることが指摘されている。こうした状況を打破するには,消費者被害を自分事として考えられることが必要である。

近年，とくに被害が増加している架空請求のターゲットは，個々の消費者個人である。架空請求の場面に遭遇したときにどう行動するか，一人一人の判断が重要になる。行為をどのように判断しているか，自身の行為の傾向を把握して省察することは，消費者として適切な行動をとれるようになることにつながる。そのためには，消費者被害を自分事としてとらえ，一人称の視点で学ぶことができる教材が必要である。

しかし，副読本や動画教材において，被害事例に対する学習者の向き合い方をみると，客観的な立場である第三者の視点で構成されており，自分事として消費者被害を受け止めるには至っていない。消費者教育ポータルサイトでインターネット視聴が可能な 11 の動画教材は，すべて三人称視点で製作されており，被害事例を自分事としてとらえる一人称視点で製作された教材は見当たらない。また，ロールプレイングでは，与えられた役になりきることが求められることから，役割を演じることが優先され，自分事として消費者被害を受け止めることが十分にできるとは言えない。

そこで，本研究は，行為の省察を促すことを意図して，消費者被害を疑似体験する一人称視点の動画教材を開発し，その教材を用いて消費者教育を実践し，教材の評価を行うことを目的とする。

## ２．研究方法

### 2.1. 教材のデザイン

本教材のコンセプトは,「消費者として適切な行動をとれるようになるために，被害事例の疑似体験を通して，学習者が自身の行為を省察できる教材」である。教材の要件として，①学習者が被害事例の主人公の目線に立ち，自己投影をすることを意図して，一人称視点で動画を撮影すること，②自身の行為の省察を意図して，動画を場面ごとに静止させ,「自分だったらどう行動するか」を思考・判断するスライドを提示することを設定した。消費者被害を疑似的に体験する疑似体験動画と，学習者が思考・判断するスライドの 2 つで構成することにした。

テーマは架空請求とした。架空請求は，若者，高齢者の両世代で増加している消費者被害である。若者向け教材は，2017 年 11 月に消費者庁が注意喚起を促した「SMS を用いて有料動画等の未納料金の名目で金銭を支払わせようとするアマゾンジャパン合同会社等をかたる架空請求」を取り上げた。高齢者向け教材は，2017 年 4 月に国民生活センターに寄せられた「民事訴訟管理センターを騙る架空請求に関する事例」を取り上げた。

このような実際の被害事例をもとに，シナリオを作成し，10 分程度の疑似体験動画を撮影した。そして，消費者として行為の判断を迫られる，つまり，意思決定を行う場面で，動画映像を分割し，学習者が思考・判断するスライドを設けた。若者向け教材は河村が，高齢者向け教材は高野が担当した。製作した一人称視点動画教材の概要を表 1 に示す。

**表１**　一人称視点動画教材の概要

| 若者向け動画 | 高齢者向け動画 |
|---|---|
| ①アマゾンジャパンを騙った SMS が届く。内容は「有料動画の未納料金が発生し，本日中に連絡がない場合は法的手続きに移行する」で，問い合わせ先の電話番号が表示されている。<br>☆あなたならどうしますか？いま，どんな気持ちですか？（各自ワークシートに記入）<br><br>②問い合わせ先に電話をかける。「本日中に未納料金１万円を支払えば，法的手続きを免除する他，１万円の 95%が返金される保険が適用される」と言われ，未納料金の支払いを請求される。<br>☆あなたならどうしますか？いま，どんな気持ちですか？（各自ワークシートに記入）<br><br>③「架空請求詐欺ではないか」と不審に思い，架空請求詐欺の電話番号が掲載されているサイトを検索する。その結果，架空請求詐欺に関する電話番号であることがわかった。そのサイトで，同時に，架空請求詐欺に関する電話番号に電話をかけてしまった人のための無料相談窓口の電話番号が示されているのを見つける。<br>☆あなたならどうしますか？いま，どんな気持ちですか？（各自ワークシートに記入）<br><br>④無料相談窓口に電話をかける。弁護士を手配する契約金として，３万円を本日中に支払うように請求される。<br>☆あなたならどうしますか？いま，どんな気持ちですか？（各自ワークシートに記入）<br><br>まとめ（全体で各場面の意見を共有。どうすればよかったか振り返る） | ①駿河丸子おばあちゃんに葉書が届く。「総合消費料金未納分訴訟最終通告書」で，「料金未納のため，訴訟を起こされている。期日である５日後までに取り下げ手続きをしなければ，全財産が差し押さえになる」で，裁判取り下げ相談窓口の電話番号が表示されている。<br>☆あなたならどうしますか？「(1)無視する，(2)葉書に書かれている相談窓口に電話をして相談する，(3)家族や近所の友人に相談する，(4)消費生活センターに相談する」の選択肢から，自分の行為を選ぶ。選択後に挙手してもらい，意見を共有。丸子おばあちゃんはどう行動したか，場面②につなぐ。<br><br>②相談窓口に電話をかける。「個人情報に関わることは伝えられない。弁護士を紹介する」と言われ，弁護士の電話番号を知らされる。すぐに，弁護士に電話をかける。「弁護を引き受けるためには，10 万円の支払いが必要。訴訟取り下げ手続きの期日に間に合わせるため，すぐにコンビニエンスストアで 10 万円分のプリペイドカードを購入すること」を指示される。<br>☆あなたならどうしますか？「(1)購入するためにコンビニエンスストアへ向かう，(2)プリペイドカードの購入を断る，(3)家族や近所の友人に相談する，(4)消費生活センターに相談する」の選択肢から，自分の行為を選ぶ。選択後に挙手してもらい，意見を共有。丸子おばあちゃんはどう行動したか，場面③につなぐ。<br><br>③購入して帰宅すると，弁護士から電話があり，プリペイドカードの番号を伝える。すると，「調査したところ，滞納料金が 150 万円あり，すぐに ATM で振り込むように」指示される。振込を終えて帰宅すると，弁護士から電話があり，「入金が確認でき，裁判取り下げの手続きを始めること」が伝えられる。その後，１ヶ月が経過しても何も連絡が来ない。不審に思い，弁護士に電話すると，不通になっていた。<br><br>まとめ（全体で，どうすればよかったかを振り返る） |

注：☆印は，学習者が自分自身の行為を考え，判断する場面である。

**2.1.1. 若者向け教材の概要**

若者向け教材の主人公は大学生である。学習者は，主人公の大学生に自己投影をして，消費者被害のストーリーを疑似的に体験する。大学生以外の登場人物は，ニセ通販サイト（架空業者）の担当者，架空請求被害者を対象にしたニセ無料相談窓口（架空業者）の担当者である。

疑似体験動画は,「場面①初期対応として, 通販サイトを騙った SMS を受け取った場面」,「場面②ニセ通販サイトの担当者から, 保険適用を騙って未納料金の支払いを請求された場面」,「場面③架空請求詐欺の電話番号を掲載したサイトでニセ無料相談窓口を見つけた場面」,「場面④ニセ無料相談窓口の担当者から，弁護士を手配するためにさらに追加の支払いを請求された場面」の 4 つの場面に分割した。被害事例の内容が複雑であることから，学習者が内容を把握しやすいように簡潔な表現で，字幕を入れた。

自己省察を促すには，自分がどのように考えて，その行為を判断したかを把握することが必要である。そこで，場面ごとに自身の行為を思考・判断する機会を設定することにした。疑似体験動画の各場面で，自分が取りたい行為と，その行為を行うことを意思決定したときの気持ちを記述できるように,「あなたならどうしますか？（その行為を行ったとき）いま，どんな気持ちですか？」と問いかけ，自由記述で回答するワークシートを作成した。

まとめでは，各場面における行為を振り返り，全体で意見を共有しながら，どのような行為が適切であったか，それはなぜかを理解してもらう。場面①の課題は 2 つある。第 1 に，心当たりのない SMS であったが，その内容を信じたことである。身に覚えのない内容をむやみに信じないことが必要である。第 2 に，誰にも相談せずに，自分ひとりで解決しようとしたことである。家族や友人など，まずは身近な人に相談すること，周囲に相談しづらいときは消費生活センターや消費者ホットライン（188）に相談することができる。場面②の課題は，購入した時の契約内容を，自分が把握できていないことである。自分に自信がもてないために，相手の話を信じることになる。契約内容を正しく把握しておくこと，身に覚えがない内容については相手に繰り返し聞き返し，本当かどうかを確認することが必要である。場面③は，早く解決してしまいたいと気持ちが焦り，情報の信ぴょう性をよく吟味しなかったことが課題である。自分だけで解決しようとせず，周囲に相談する，消費者ホットライン（188）や地域の消費生活センターなど行政に相談するという選択肢もある。場面④の課題は 2 つある。第 1 は，弁護士という言葉に安心して信じてしまったこと，第 2 は自分でこの支払いが本当に必要かどうかを吟味しなかったことである。消費者トラブルに対して行動する際に，契約内容を確かめること，これから行う自分の行為が本当に必要であるか冷静に考えること，この他，自分だけで判断せずに周囲の意見を聞く, 行政に相談することも, 行為の選択肢になることを伝えることにした。

**2.1.2. 高齢者向け教材の概要**

高齢者向け教材の主人公は，駿河丸子おばあちゃんである。学習者は，主人公に自己投影をして，消費者被害のストーリーを疑似的に体験する。この他の登場人物は，丸子おばあちゃんの孫，民事訴訟管理センター（架空業者）の裁判取り下げ相談窓口の相談員，弁護士の葵さん（詐欺師），コンビニエンスストアの店員である。

まず，試作動画を製作した。中野・田村（2015）を参考に，文字の見やすさ，ご当地ネタ（方言・地名・人名）を盛り込むこと，学習者が積極的に参加できる工夫，専門用語を避けた伝わりやすい内容の 4 項目に留意した。文字の見やすさでは, 大きく読みやすいフォントに設定し,

ベースの配色は背景を黒色，文字を白色とした。ご当地ネタは，S 市の地名を人名に入れ，学習者が身近に感じられるようにした。積極的に参加できる工夫として，場面ごとに自分の行動を考え，学習者同士で話し合う機会を設定した。専門用語は用いず，日常生活で扱う平易な言葉を用いるようにした。

試作動画を，高齢者を対象にした消費者教育に携わる S 市市民局生活安心安全課の 2 名の職員に視聴してもらい，改善点についてヒアリングを行った。その結果，つぎの 2 点の示唆を得た。第 1 に，高齢者の学び方である。現代の若者は，学校教育において，アクティブ・ラーニングなど，自己を表現する学習活動を数多く経験している。しかし，高齢者はこのような教育を受けていない。そのため，「あなたならどうしますか？」と聞かれても，自分の考えを表現することが困難である。そこで，あらかじめ選択肢を設定し，その選択肢の中から自分の考えに近いものを選択する方がよい。また，高齢者は人生の先輩である。問いかけは「考えましょう」ではなく，「考えてください」と，対象者に応じて発問を工夫する必要がある。第 2 に，疑似体験動画の画面や音声についてである。加齢による視力や聴力の低下は，個人差が大きい。そこで，誰もが正しく情報を受け取ることができるように，少ない文字で，イラストを用いた見やすい画面，はっきりと聞き取りやすい音声にすることが必要である。

これらをふまえて，発問や提示方法，回答方法を再検討した。また，場面設定について，高齢者の負担を考慮して，「場面①初期対応として，葉書を受け取った場面」，「場面②支払いのためのプリペイドカードの購入をニセ弁護士に迫られた場面」の 2 つに分割することにした。高齢者が理解しやすいように，発問は短く明確に示し，字幕やイラストを活用することにした。また，各場面で「自分だったらどう行動するか」，自己の行為の省察については， 4 つの選択肢を提示し，適切だと考える行為を選択してもらうようにした。

まとめでは，学習者と意見を交換しながら，各場面でどのような選択をすればよかったのか，それはなぜかを説明する。消費者庁では架空請求に対する対処法として，つぎの 4 つを挙げている。(1)「民事訴訟センター」「法務省管轄支局」などは公の機関として存在しないため，信じてはいけない，(2)正式な裁判手続きの通知が葉書で送られてくることはないため，電話をしてはいけない，(3)身に覚えのない郵便物を受け取ったときは各地の消費生活センターに電話をする，(4)現金をレターパックに入れて郵送する，コンビニエンスストアでプリペイドカードを購入し番号を連絡するなどは，典型的な詐欺の手口である。そのため，これらの方法を指示された場合は，すぐに消費生活センターに連絡することが重要である。

以上をふまえて，つぎのようなまとめを行うことにした。場面①の課題は 3 つある。第 1 に，葉書の内容に心当たりがないのに信じたことである。まずは，その内容を信じてよいかどうか確かめることが必要である。第 2 に，自分ひとりで解決しようとしたことである。まずは家族や友人に相談すること，また，消費生活センターや消費者ホットライン（188）に連絡することが重要である。第 3 に，葉書に記載されていた裁判取り下げ相談窓口に問い合わせの電話をしたことである。公的な機関からこのような葉書が送付されること，弁護士が紹介されることはない。問い合わせをすることで個人情報が相手に漏れる可能性がある。むやみに問い合わせをしないことが重要である。場面②の課題は，コンビニエンスストアでプリペイドカードを購入して，その番号を伝えてお金を渡したことである。弁護士に依頼する際に，高額のプリペイドカードの購入を迫られることはない。気づいた時点で，家族や友人，消費生活センターや消費者ホットライン（188）に相談することが必要である。高齢者の被害相談件数の第 1 位が架空請

求であることを伝え，自分だけは大丈夫だと過信しないこと，被害に遭わないように互いに声かけをすることを，学習者に促すことにした。

### 2.2. 若者向け教材を用いた授業実践と教材の評価

若者向け教材を用いた授業は，大学生を対象にした実践と，家庭科教育に携わる教員を対象にした実践の 2 つを行った。家庭科教育に携わる教員を対象にした意図は 2 つある。1 つは，家庭科では従来から消費者教育を扱っており，専門的立場から本教材の有効性を評価してもらうことである。2 つ目は，成年年齢の引き下げに伴い，家庭科においても消費者教育の充実が課題であることから，今後の家庭科教育における汎用性について示唆を得ることである。

大学生対象の実践は，2018 年 11 月に S 県の教員養成大学家庭科教育専修 2 年生 15 名に行った。教員対象の実践は，2018 年 11 月に S 県内小・中学校教員 16 名に行った。授業時間はいずれも 90 分である。

授業の概要を述べる。導入では，通販サイトにおける購入経験について問いかけた。展開では，本教材を用いて，架空請求の被害事例について，4 つの場面ごとに「自分だったらどう行動するか」を記述してもらった。まとめでは，全体で各自の行為を振り返って意見を共有し，どのような選択をすればよかったのか，それはなぜかを押さえた。大学生対象の実践では，場面ごとに自分が判断した行為について他者と意見交換をし，各場面の対処法を確認しながら進行した。教員対象の実践では，各場面の対処法は，4 つの場面の視聴後にまとめて行った。

また，本授業で学んだことを日常生活の場面で思い出してもらうことを意図して，大学所在地の繁華街にある交差点で使用されている童謡「ふじさん」のメロディの替え歌活動を取り上げた。前半の 2 フレーズは，本授業で取り上げた被害事例に対応した歌詞を設定しておいた。設定した歌詞は「♪未納料金のメール来た，♪今日を過ぎると裁判だ」である。後半の 2 フレーズは，学習者に授業で学んだことを，自分の言葉で歌詞にしてあてはめてもらった。原曲を聞いて歌った後に，個人で替え歌の歌詞を作り，小グループで共有してから，代表者の曲を全体で共有した。

教材の評価について，授業直後に対象者に質問紙調査を行った。設問項目として，教材はわかりやすかったか，場面ごとに自身の行為を考えることができたか，自分事として体験することができたか，消費者被害を防ぐために効果的であるか，学んだことを生かして替え歌を作成できたか，替え歌活動は消費者被害を防ぐために効果的であるかの 6 項目を設定した。教材のわかりやすさに関する設問項目は「とてもわかりやすい」から「わかりにくい」の 4 件法で，これ以外の設問項目は「とてもできた」から「まったくできなかった」の 4 件法で回答を求めた。また，4 件法の選択肢を選択した理由を，自由記述で書いてもらった。

分析対象は，大学生対象調査（以下，大学生調査と記す）が 14 名（有効回答率 93.3%），教員対象調査（以下，教員調査と記す）が 16 名（有効回答率 100.0%）で，得られたデータは統計的処理を行った。4 件法による回答は，肯定的な回答の選択肢から順に，4，3，2，1 の得点を付した。調査票の自由記述とワークシートの記述は，結果を読み解くための補助データとして用いた。

### 2.3. 高齢者向け教材を用いた講座の実践と教材の評価

高齢者向け教材を用いた講座は，高齢者を対象にした実践と，見守り者を対象にした実践の

2 つを行った。高齢者対象の実践は，2018 年 11 月にＹ市美容組合に所属する高齢者 36 名（70 歳代前後）を対象に行った。見守り者対象の実践は，2018 年 11 月にＳ市Ｓ型デイサービスセンター見守り者 12 名を対象に行った。講座はいずれも 60 分で実施した。

講座の概要を述べる。導入では，消費者被害に対する関心を高めることを意図して，高齢者の消費者被害の実態をクイズ形式にして，スライドで提示した。展開では，本教材を用いて，架空請求における被害事例について，2 つの場面ごとに「自分だったらどう行動するか」を選択肢から選択してもらって全体で共有した。まとめでは，本講座の振り返りとして，どう行動すればよかったか，それはなぜかを押さえた。また，高齢者向け講座で要望が高い健康体操を取り入れることを意図して，童謡「ふじさん」のメロディを用いた替え歌を紹介し，手振りを交えて歌うことにした。設定した歌詞は「♪心当たりの無い葉書，♪裁判取り下げ期日がある，♪大変だ！どうしよう！落ち着いて，♪家族，188（いやや）に相談だ！」である。原曲を一緒に歌った後に，替え歌の歌詞を提示して，手振りを指導しながら，全員で替え歌を歌った。

ところで，先行研究（中野・田村 2015）でも，同様な講座が実践されている。そこで，先行研究と本研究の違いを述べる。第 1 は目的である。先行研究では，契約や架空請求の被害事例，対処法に関する知識を習得することを目的としている。本研究は，一人称視点を基にした疑似体験動画を用い，学習者が自分事として消費者被害をとらえること，架空請求に関する対処法を体験的に学習することを目的としている。第 2 は学習者の視点である。先行研究では，被害事例について，講座主催者と学習者の代表者が寸劇を行い，三人称視点で学ぶ。本研究では，学習者は被害事例の主人公に自己を投影し，一人称視点で学ぶ。すなわち，本研究では学習者が被害事例を自分事としてとらえられることを意図している。第 3 に，講座の構成について，先行研究では被害事例を寸劇で提示している。そのため，被害事例の一連の流れを見た後に，対処方法をまとめて学ぶ構成になっている。本研究では，被害事例を場面ごとに区切り，途中で動画を静止して「あなたならどうしますか？」と，学習者が自身の行為を省察しながら進める構成にした。すなわち，各場面において，学習者が自分自身の行為の傾向を把握することを意図した。第 4 に，替え歌の位置づけである。先行研究では，講座主催者が替え歌の作詞を行い，講座の導入に替え歌を合唱し，講座の雰囲気を盛り上げる役割を担っている。本研究では替え歌をまとめとして位置付け，曲の前半部分は，講座で取り上げた被害事例の内容を作詞し，後半部分は被害事例の対処法を作詞した。学習した事例に合わせて作詞を行うことで，替え歌を歌うことで，疑似体験動画の内容を振り返りやすくすることを意図した。

つぎに，教材の評価について述べる。講座直後に，学習者を対象に質問紙調査を行った。設問項目として，教材はわかりやすかったか，場面ごとに自身の行為を考えることができたか，自分事として体験することができたか，消費者被害を防ぐために効果的であるか，対処方法を理解することができたか，替え歌活動は楽しかったか，替え歌を歌う活動は消費者被害防止に効果的かの 7 項目を設定した。教材のわかりやすさに関する設問項目は「とてもわかりやすい」から「わかりにくい」の 4 件法で，これ以外の設問項目は「とてもできた」から「まったくできなかった」の 4 件法で回答を求めた。高齢者対象の調査では，身体的機能などにより，自由記述で回答を求めることは困難であった。見守り者対象の調査では，設問項目の最後に講座に対する意見や感想を記入する欄を設けた。

分析対象は高齢者対象調査（以下，高齢者調査と記す）が 36 名，見守り者対象調査（以下，見守り者調査と記す）が 12 名である。得られたデータは統計的処理を行い，分析した。4 件法

による回答は，肯定的な回答の選択肢から順に，4，3，2，1 の得点を付した。

## ３．結果および考察

### 3.1. 若者向け教材の評価

#### 3.1.1. 教材のわかりやすさについて

若者向け教材について，教材のわかりやすさについて問うた。その結果，大学生調査の評価平均は 3.50，教員調査の評価平均は 3.50 であり，ともに肯定的な評価であった。その理由をみると，「自分に身近な内容であったから」に関連する回答が数多くみられた。学習者に身近な内容を取り上げることは，興味を引くだけでなく，理解のしやすさにも影響を与えることが示唆された。また，字幕を用いて会話の内容をまとめ，契約の内容を簡潔に示したことが理解の手助けになったと考えられる。

#### 3.1.2. 場面ごとの自身の行為の省察について

場面ごとに自身の行為を考えることができたかについて問うた。その結果，大学生調査の評価平均は 3.50，教員調査の評価平均は 2.94 であった。分散分析の結果，両調査で有意差はみられず，いずれも肯定的な評価を得た。評価の理由をみると，「行動をとった時の気持ちも考えていたから」「『自分ならこうする』理由を心情とともに考えることができ，振り返られたから」という記述があった。自分の行動を考えるだけでなく，行動をとった時の気持ちを考えることは，自分の意思を認知することに効果的であると考えられる。ワークシートに記述された行為をみると，「無視する」の他，「ショートメールではなく，公式サイトのサポートに問い合わせる」「家族と相談すると伝えて電話を切る」など具体的であった。考えを深めることができたと考えられる。また，「4 つの場面を 1 つ 1 つ見ていくことで，似た場面に遭遇した時に活用できそうと思った」「4 つの場面すべてを考えたことにより，大切なポイントがしっかり頭の中に入った」という記述がみられた。

一方で，「疑似体験動画の 1 つめの場面で“無視する”の判断をしたが，2 つめの場面では“電話をかけてしまっていた”ので，少し自分の考えと合わず，考えづらいと思った」のように，ある場面で判断した行為が，次の場面の疑似体験動画の行動と異なる流れになることに，違和感をもった学習者がいた。本教材は，各場面に対して，「この場面では，あなたはどう行動するか」「場面がつぎのように展開したとき，あなたならどう行動するか」を問う形式をとっている。しかし，ある場面で自分が取った行動が，つぎの場面に反映されるととらえられていた。本教材は，消費者被害を疑似体験することを意図しており，このように動画に自己を投影して，場面に入り込んで考えることができたことは一定の成果である。しかし，場面と場面の展開をつなぐ工夫が必要である。一斉学習での活用を想定していたが，より効果的に自身の行為を省察するためには，個別学習での活用を視野に入れて改善することが課題として示唆された。

#### 3.1.3. 自分事としての体験の有効性について

自分事として体験することができたかについて問うた。その結果，大学生調査の評価平均は 2.86，教員調査の評価平均は 3.31 であった。肯定的評価の理由をみると，「疑似体験動画が，視聴している人を主人公目線にするものだったから」に関する理由がほとんどであった。一人称の主人公目線によって動画を製作したことで，他人事ではなく，自分事として状況を捉えるこ

とができたと考えられる。

一方で，否定的評価が大学生調査 6 名，教員調査 1 名にみられた。大学生調査で否定的評価が多かった背景として，大学生調査では，場面ごとに，自分が判断した行為について他者と意見交換をし，各場面の対処法を確認しながら進行した。つまり，1 つの場面ごとに他者からさまざまな情報が入ることから，疑似体験動画への自己投影（没入感）が阻害され，自分事として意識を継続することが難しかったと考えられる。したがって，自分事として疑似体験を効果的に行うには，疑似体験動画の視聴はまとめて行い，学習者の意識を妨げないことが必要である。すべて視聴した後に，他者と考えを共有する学習活動を行うと効果的であるといえる。

### 3.1.4. 消費者被害を防ぐための効果について

本教材が消費者被害を防ぐために効果的であるかについて問うた。その結果，大学生調査の評価平均は 3.57，教員調査の評価平均は 3.63 で，ともに評価が高かった。理由として，両調査とも，「実際に体験しているようで記憶に残りやすい」「誰でも被害者になりうる時代なので，被害者目線でよい」「他人事ではないことが感じられる」など「消費者被害の疑似体験ができる・被害者目線である」に関する記述が最も多かった。ついで，「動画にすると，よりリアルに感じられる」「言葉で説明するより，映像に映ったものは忘れにくい」など「具体的な動画でイメージしやすい・理解しやすい」に関する記述，「自分たちの身のまわりに溢れている事例なので当事者意識を持つことができた」など「自分にとって身近な内容である」に関する記述，「動画の場面ごとに考える時間があった」に関する記述「どのような被害があるのか学ぶことができる」に関する記述であった。この他，大学生 1 名から「加害防止までは至っていない」との指摘が記述されていた。学習者が，将来，加害者になる可能性もないわけではない。今後，被害への対処法だけではなく，加害防止に対する指導の必要性が示唆された。

### 3.1.5. 学んだことを生かした替え歌の作成について

授業内で作成された替え歌をみると（以下，作成箇所のみの歌詞を記す），大学生調査では「♪すぐに振り込まずにまず電話，♪188 188 に相談だ」「♪まずは親に相談どうしましょう，♪最後はやっぱり無視かしら」，教員調査では「♪いやいや本当かな落ち着いて，♪188 に相談してみよう」「♪消費者ホットライン助けてよ，♪188 ケータイボタン押そう」「♪188 に電話して相談だ，♪慌てず騒がず落ち着いて」などであった。歌詞に，「消費者ホットライン 188（いやや）」を取り入れた学習者が多かった。

学んだことを生かして替え歌を作成できたかを問うた結果，大学生調査の評価平均は 3.40，教員調査の評価平均は 3.33 で，ともに評価が高かった。また，行為について，ワークシートでは「無視する」が最も多かった。しかし，まとめの替え歌作成では，「周りに相談する」の歌詞が多かった。授業で学んだことを生かすことができたと考えられる。

評価の理由をみると，「自分なりの対処方法について，授業を振り返りながら改めて考えられた」「大切なポイントを歌詞に入れることができた」「大事なポイントを整理できた」など，替え歌作成活動が，学習の振り返りに効果的であったことがわかった。また，「替え歌を作成する前に振り返りの時間があったため，すぐにフレーズが浮かんだ」という記述があった。替え歌作成活動前に，まとめとして疑似体験動画の視聴を振り返り，消費者被害に遭わないためのポイントを解説したことが有効に働いたことが示唆される。また，ワークシートについて，「音符

がついていて，替え歌を考えやすかった」「初めのフレーズは提示されていたため作りやすかった」という記述があった。童謡「富士山」の楽譜をワークシートに記載したこと，1曲全部ではなく後半の2フレーズを考えてもらうという課題の量が適切であったといえる。

#### 3.1.6. 替え歌活動は消費者被害防止に効果的について

替え歌活動は消費者被害を防ぐために効果的であるかについて問うた。その結果，大学生調査の評価平均は3.40，教員調査の評価平均は3.00であった。評価の理由として，「ポイントが曲に表現されているため」「歌で覚えることができるから」など「学んだ内容の要点を押さえることができる」に関する記述，「富士山の曲はS市民には有効な手立てであると思う」「日本人に馴染みがある曲で耳についたら離れない」など「身近な曲で思い出しやすい」に関する記述，「記憶に残りやすい」などであった。この他，「小学生は楽しく活動できると思う。教室に掲示などを残しておきたい」「まとめの活動として有効」「中学生が作成し，地域交流の場で発表する場があれば，地域の高齢者など被害に遭いやすい人に伝えることができる」という記述があった。消費者被害防止の一助になり得ることが示唆された。

### 3.2. 高齢者向け教材の評価

#### 3.2.1. 教材のわかりやすさについて

はじめに，教材のわかりやすさについて問うた。その結果，高齢者調査の評価平均は3.69，見守り者調査の評価平均は3.83であった。要因として，全体的に聞き取りやすい音声とイラストによる感情表現の補助を入れたこと，実際にプリペイドカードを提示して解説したことが考えられる。見守り者調査を行ったS型デイサービスセンターの利用者は，介護を必要としておらず，届いた葉書への対処，電話をかける，プリペイドカードを購入する行動が身近であった。そのため，高齢者にわかりやすい教材であるという評価につながったと考えられる。

#### 3.2.2. 場面ごとの自身の行為の省察について

場面ごとに自身の行為を考えることができたかについて問うた。その結果，高齢者調査の評価平均は3.53，見守り者調査の評価平均は3.50であった。要因として，考える場面を厳選したことや，選択肢を設定したことが考えやすさにつながったと考えられる。また，選択肢にはない「警察に届ける」と回答した高齢者もいた。

場面①の葉書を受け取った場面では，「無視する」や「家族や近所の友人に相談をする」が大多数であり，「消費生活センターに相談をする」は数人であった。しかし，場面②の支払いのためのプリペイドカードの購入をニセ弁護士に迫られた場面では，「プリペイドカードの購入を断る」は少なく，「家族や近所の友人に相談をする」「消費生活センターに相談をする」が大多数を占めていた。すなわち，場面①では，まだ消費生活センターに相談しないと考えていたが，場面②では事案の重大さを感じて，消費生活センターへの相談を考える人が増加したと考えられる。架空請求の被害を段階ごとに場面を区切り，行為を選択する場面を設定したことにより，高齢者や見守り者の意思決定の傾向を把握することができた。つまり，本教材は，意思決定の段階を可視化することにも役立つことが推察された。

#### 3.2.3. 自分事としての体験の有効性について

自分事として体験することができたかについて問うた。その結果，高齢者調査の評価平均は3.39，見守り者調査の評価平均は3.50であった。高齢者調査において，「場面ごとに自分の行為を考えることができたか」の評価と本設問項目の評価の関係を明らかにするために，スピアマンの順位相関計算を用いて分析を行った。その結果，強い正の相関が認められた(r=.701，p<.01)。すなわち，自分自身の行動を考えることと，自分事として体験することに相関関係が認められた。また，見守り者調査において，「自分とは関係ないことだと思っていたが，そうではなく誰にでも起こり得ることであると思った」という記述がみられた。一人称視点に基づいた動画を視聴し，自身の行為を選択・判断する場面を設定することは，学習者が教材に自己を投影しやすくし，自分事として被害事例を疑似体験できることが示唆された。

**3.2.4. 消費者被害を防ぐための効果について**

本教材が消費者被害を防ぐために効果的であるかについて問うた。その結果，高齢者調査の評価平均は3.56，見守り者調査の評価平均は3.83であった。見守り者調査において，本設問項目の評価と，教材のわかりやすさ（一人称視点に基づいた教材），場面ごとの自分の行為の省察（自分の行動を考えることができる教材），自分事としての体験の有効性（自分事として体験することができる教材）の各評価の関係を明らかにするために，スピアマンの順位相関計算を用いて分析を行った。その結果，「自分の行動を考えることができる教材」と「自分事として体験することができる教材」において，どちらも中程度の正の相関が認められた(r=.447，p<.05)。すなわち，自分の行動を考える教材や自分事として体験できる教材と，消費者被害を防ぐ効果は相関関係にあることが示唆された。

**3.2.5. 対処法の理解について**

対処法を理解することができたかについて問うた。その結果，高齢者調査の評価平均は3.74，見守り者調査の評価平均は3.58であった。要因として，情報量を精選し，最低限に内容を絞ったこと，各場面の選択肢について正解／不正解の理由を明確に伝えたことが考えられる。教材のわかりやすさの評価と本設問項目の評価の関係を明らかにするために，スピアマンの順位相関計算を用いて分析を行った。その結果，中程度の正の相関が認められた(r=.440，p<.01)。つまり，一人称視点の疑似体験動画のわかりやすさと対処方法の理解度に相関関係が認められた。また，見守り者調査において，「大切なところを何度も繰り返し説明してくれたからわかりやすかった」との記述がみられた。高齢者の消費者教育では，「届ける」講座を中心にした強化・充実が重要視されている。いろんな場面を活用して，何度も対処法を伝えることが消費者被害防止につながるといえる。

**3.2.6. 替え歌活動の効果について**

替え歌を歌う活動は楽しかったかについて問うた。その結果，高齢者調査の評価平均は3.38，見守り者調査の評価平均は3.58であった。替え歌を歌う活動は場の雰囲気を明るくし，さらに手振りを加えることにより，頭や体の体操にもなる。疑似体験動画の視聴や対処方法の学習時は硬い表情であったが，替え歌を歌う活動では笑顔になり楽しく活動することができていた。S型デイサービスセンターでは，日頃より手振りを交えた歌を歌う活動を行っている。その見守り者全員から肯定的評価を得られたことは成果である。しかし，2名の高齢者は「楽しくな

かった」と回答していた。歌を歌う活動に恥ずかしさを感じる人もいる。無理強いをすることなく，全体として楽しく歌うことができるように配慮する必要がある。

### 3.2.7. 替え歌活動の消費者被害防止の効果について

替え歌を歌う活動は消費者被害防止に効果的かについて問うた。その結果，高齢者調査の評価平均は 3.17，見守り者調査の評価平均は 3.67 であった。替え歌を歌う活動を講座の最後に位置づけて，被害事例や対処方法を復習する手段として用いることが有効であることが示唆された。「替え歌を歌う活動は楽しかったか」の評価と「替え歌を歌う活動は消費者被害を防ぐために効果的か」の評価の関係を明らかにするために，スピアマンの順位相関計算を用いて分析を行った。その結果，中程度の正の相関が認められた($r=.605, p<.01$)。つまり，替え歌を歌う活動の楽しさと，替え歌を歌う活動が消費者被害を防ぐために効果的であるという評価の間に，相関があることが認められた。見守り者調査において，「何度も歌うことが大切。何度も歌うことで体にしみこませることができる」との意見が得られた。消費者教育の講座で替え歌を歌うことで，その他の活動や日常生活の中でも歌うことができ，その都度，学習した内容を思い出すことができると考えられる。つまり，学習者全員が楽しめるような替え歌を歌うことが，消費者被害を防ぐために効果的な手立てになることが推察された。

## ４．まとめと今後の課題

本研究の目的は，行為の省察を促すことを意図して，消費者被害を疑似体験する一人称視点の動画教材を開発することである。本教材のコンセプトは，「消費者として適切な行動をとれるようになるために，被害事例の疑似体験を通して，学習者が自身の行為を省察できる教材」とした。教材の要件は，①学習者が被害事例の主人公の目線に立ち，自己投影をすることを意図して，一人称視点で動画を撮影すること，②自身の行為の省察を意図して，動画を場面ごとに静止させ，「自分だったらどう行動するか」を思考・判断するスライドを提示することである。若者向け教材と高齢者向け教材を製作して消費者教育を実践し，評価を行った。

その結果，いずれの教材も，わかりやすさ，学習者自身の行為の省察，自分事としての体験，消費者被害の防止効果，消費者被害の対処方法の理解など，学習者から概ね肯定的な評価を得た。調査対象者数が少数であり，本研究で得られた結果は限定的なものであるが，消費者被害の防止に向けて，消費者被害を自分事として捉え，自身の行為を省察することに対して本教材の有効性が示唆された。

各自治体の消費者教育に関する講座の開催は，年に１回程度であることが多い。この他の機会にも消費者教育を進め，消費者被害の現状や対処方法を広く周知し，消費生活センターの認知や活用を推進していく必要がある。本教材はデジタル教材で扱いやすく，解説のスライドを含んでおり，専門的知識を有さなくても活用しやすいように工夫した。これからの消費者教育において，本教材が広く活用されるための手立てを講じることが今後の課題である。

謝辞

本研究は，静岡県中部県民センターおよび静岡市消費生活センターの方々には，本研究の教材開発や調査に関して貴重な助言と多大な協力を賜った。ここに深く感謝の意を表します。

注

１）振り込め詐欺には，オレオレ詐欺（電話を利用して親族，警察官等を装い，金銭借用や被害を補填するため等と称して現金を預貯金口座に振り込ませたり，被害者と接触して現金，キャッシュカードなどを手交するなどしてだまし取る詐欺），還付金詐欺（税金還付等に必要な手続を装って被害者に ATM を操作させ，預貯金口座間送金により財産上の不法な利益を得る詐欺），架空請求詐欺（郵便，インターネット等を利用して不特定多数の者に対し，架空の事実を口実とした料金請求文書等を送付して，現金を口座に振り込ませるなどしてだまし取る詐欺），融資保証金詐欺（実際に融資する意思がないにもかかわらず，融資する旨の文書等を送付して保証金等の名目で現金を口座に振り込ませるなどしてだまし取る詐欺）などがある。本研究では，振り込め詐欺の一つである架空請求詐欺に焦点を当てた。

引用・参考文献

東珠美（2008）高齢者の消費者被害防止と消費者教育：高齢者の自立力と社会的連携力の育成をめざして． 家計経済研究，78，pp.21-30

星野洋美（2019）グローバル社会における消費者教育の推進に向けた家庭科の取り組み：小学校教員対象の学習教材の検討．常葉大学教育学部紀要，39，pp.213-228

三宅元子，矢吹香月（2015）高齢者の消費者被害防止の支援に関する一考察（第 2 報）：高齢者向けリーフレットの作成と評価．美作大学・美作大学短期大学部地域生活科学研究所所報，12，pp.19-22

文部科学省消費者教育推進委員会（2013）地域における消費者教育実践のヒント集．
http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/__icsFiles/afieldfile/2019/04/24/1306400_02.pdf（2019.10.20 取得）

中野直実，田村愛架（2015）高齢者への金融教育講座における留意点―講座の実践を通して―，第 12 回金融教育に関する小論文・実践報告コンクール

消費者庁（2019）令和元年度消費者白書．
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/pdf/2019_whitepaper_0002.pdf（2019.10.20 取得）

消費者庁（2018）平成 30 年度消費者白書．
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/pdf/2018_whitepaper_all.pdf（2019.10.20 取得）

消費者庁：消費者教育のための教材
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/（2019.10.20 取得）

消費者委員会（2018）若年層を中心とした消費者教育の 効果的な推進に関する提言．
https://www.cao.go.jp/consumer/content/20171023_20160628_teigen.pdf（2019.10.20 取得）

消費者教育推進委員会（2018），大学等及び社会教育における消費者教育の指針．
http://www.mext.go.jp/component/a_menu/education/detail/__icsFiles/afieldfile/2018/07/11/1406854_02.pdf（2019.10.20 取得）

安原輝彦，齊藤耕太郎（2019）中学校社会科公民的分野における消費者教育の試案 ： 契約に関

する意識を手掛かりに．埼玉大学教育学部教育実践総合センター紀要，17，pp. 55-62
若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会（2018）若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会報告書.
https://www.caa.go.jp/future/project/project_001/pdf/project_001_180831_0001.pdf（2019.10.20 取得）