

Information



トピック

高齢者を見守る取り組み

わたしは消費者

高齢者見守りネットワークの構築 ～地域連携による被害防止～ …… 1～5P

1. 高齢者の消費者被害増大と被害防止対策
2. 消費者行政の強化から地域の官民連携による被害防止へ
3. 福祉部門の高齢者見守りネットワーク
4. 消費生活センターが高齢者見守りネットワークに参画
5. 消費者安全確保地域協議会の設置



● 平成28年度 高齢者悪質商法被害防止キャンペーン実施のお知らせ …… 6P

● Web版消費者教育読本 …… 7～8P

「もしも未来が見えたなら～いつかクレジットカードを使う日に～」を使用した授業を実施しました

高齢者見守りネットワークの構築 ～地域連携による被害防止～

弁護士、第23次東京都消費生活対策審議会委員(会長代理) 池本 誠司

1. 高齢者の消費者被害増大と被害防止対策

東京都生活文化局では、高齢者の消費者被害が近年増加の一途を辿っていることから、第23次東京都消費生活対策審議会において、「消費者被害から高齢者を見守る取組に係る都の役割と区市町村等との連携強化について(答申)」(平成27年12月)を取りまとめました。

消費生活部門と福祉部門との連携の強化により地域の高齢者見守りネットワークを構築し、消費者被害の防止に結び付けるという取り組みを推進するものです。

(1) 高齢者の相談件数の増大

東京都及び区市町村の消費生活センター等に寄せられた高齢者(契約当事者が60歳以上)の消費生活相談件数は、平成21年度以降、7年連続で3万件を超え、過去最多は平成26年度の39,286件でした。全相談件数に占める割合も、平成22年度が27.8%であったものが、平成26年度は

30.4%となっています。

高齢者は昼間自宅に居て訪問販売や電話勧誘販売のターゲットになりやすいことのほか、判断能力が低下し、または勧誘を拒絶する気力が低下するため、不本意な契約でも勧誘を断り切れず契約に応じてしまいやすい傾向があります。さらに、東京では一人暮らしの高齢者が多いため、悪質業者に狙われやすいし、被害に遭った場合に相談できる人がいないという事情があります。

(2) 消費生活センターに寄せられる高齢者の相談事例

高齢者の被害事例としては、例えば、訪問販売業者にしつこく勧誘されて、浄水器や布団を購入したり、必要もないリフォーム工事の契約をする訪問販売被害が典型例です。

また、投資取引の勧誘をする劇場型詐欺商法も目立ちます。高齢者を狙う詐欺被害には、オレオレ詐欺や振り込め詐欺も多発しており、深刻な社

会問題となっています。振り込め詐欺はむき出しの詐欺行為であるため、警察が被害届を受け付けていますが、投資取引や契約の形式をとる手口は契約の効力など法的な対処も必要であるため、消費者被害として消費生活センターが相談を受け付けています。

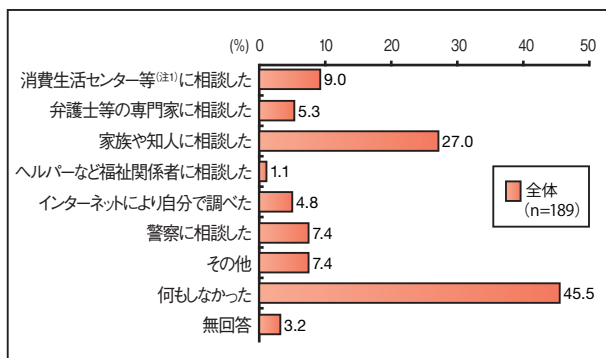
(3) 被害に遭った高齢者の行動

東京都生活文化局は、都内の老人クラブ連合会に所属する70歳以上の高齢者5,300人を対象に「高齢者の消費者被害に関する調査」を実施しました(平成26年3月)。

「架空請求」「点検商法」「次々販売」「利殖商法」「催眠(SF)商法」の5つの商法を挙げ、60歳を過ぎてから勧誘や被害に遭った経験があるかを聞いたところ、「被害に遭ったことがある」が5.7%、「被害はないが、請求・勧誘されたことがある」が実に31.6%に上りました。合計37%超の高齢者が悪質商法の勧誘・請求を受けた経験があるということは驚くべき多さです。

「被害に遭ったことがある」と回答した189名に対し、その後の行動を聞いたところ、「何もしなかった」が45.5%と最も多く、「家族や知人に相談した」が27%であるのに対し、「消費生活センター等に相談した」は9%にとどまっています。

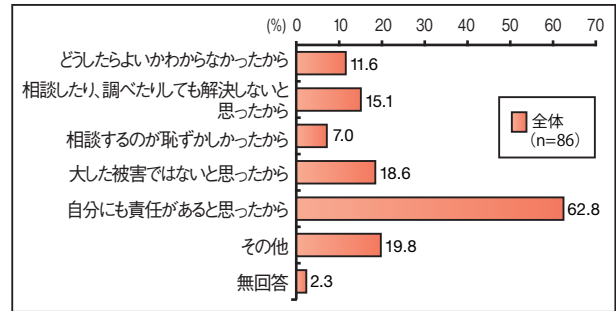
悪質商法の被害後の行動



東京都生活文化局「高齢者の消費者被害に関する調査」(平成26年3月)より
 (注1)「消費生活センター等」とは、東京都消費生活総合センター(東京都の相談窓口)または区市町村の消費生活センター(消費生活相談窓口を含む)を指す

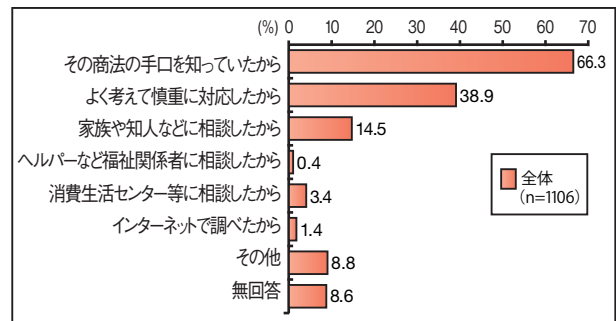
「何もしなかった」と答えた人にその理由を質問したところ、「自分にも責任があったから」と回答した人が62.8%と最も多くを占めました。

被害後に「何もしなかった」の理由



他方で、「被害はないが、請求・勧誘されたことがある」と答えた人に、なぜ被害に至らなかったかを質問したところ、「その商法の手口を知っていたから」という回答が66.3%と最も多くを占めました。

請求・勧誘を受けたが被害に至らなかった理由



(4) アンケート結果と今後の取り組み課題

以上のアンケート結果は、今後の対策を考えるうえで多くのヒントがあります。

第1に、「自分にも責任があったから」から何もしないであきらめたという高齢者に対して、これが悪質商法の手口であり同じような手口で多数の被害が発生していることを知らせることができれば、自分を責めてあきらめるのではなく相談する行動につながる可能性があると思われます。

第2に、請求・勧誘されたが被害に至らなかった理由の多数が、「その商法の手口を知っていたから」と回答していることを見れば、悪質商法の手口を知らせることは被害の未然防止の効果があることが分かります。

第3に、「家族や知人に相談した」人が27%あるということは、高齢者に接する周囲の関係者に悪質商法の手口や消費生活センターの存在・役割を周知しておくことで、相談につながる可能性があると考えられます。

第4に、「ヘルパーなど福祉関係者に相談した」と答えた人は1.1%に過ぎないのは、現状は、福祉関係者に相談する問題ではないと考えているからにほかなりません。高齢者が見守り関係者に消費者被害のことを相談してくれるのを待つのではなく、高齢者と接する見守り関係者が悪質商法の手口や消費生活センターの役割を紹介するチラシを積極的に高齢者に配布するなど、消費者被害の問題も見守り関係者に話してみる価値があることを伝えることから始める必要があります。

2. 消費者行政の強化から地域の官民連携による被害防止へ

(1) 消費者庁の地方消費者行政推進策

地域社会の消費者被害を防止するため、国においては、消費者庁の創設(平成21年9月)以来、各省庁の一元的な消費者行政を推進する一方で、地方自治体に対しては、「地方消費者行政活性化交付金」(平成27年度から「地方消費者行政推進交付金」に変更)を継続的に交付しています。

また、消費者庁は「地方消費者行政強化作戦」という政策目標を掲げて、人口5万人以上の全市町に消費生活センターを設置することや、消費者教育推進計画の策定と消費者教育推進地域協議会を全都道府県・政令市に設置することなど、地方自治体の取り組みを促進しています。

さらに、消費者安全法の改正(平成26年6月公布、平成28年4月1日施行)を行い、地方消費者行政の充実強化に向けた法制度の基盤整備を行いました。この改正事項の中で注目されるのは、後述する「消費者安全確保地域協議会」の設置(法11条の3～11条の6)を規定したことです。国や地方自治体の「消費者行政」の強化から、地域の「官民連携」による被害防止へと、消費者政策の展開が新たなステップに進むことを目指すものです。

(2) 地方自治体の消費者行政推進策

地方自治体は、消費生活センターを設置し(平成27年4月現在、全国で786自治体)、資格を有する消費生活相談員を配置して、訪問販売やインターネット

トラブルなどの消費者トラブルの相談を受け付け、解決に向けたあっせん処理を行っています。

こうして寄せられた相談情報は、全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)を通じて全国で集約されます(平成27年度の相談件数は92万7千件)。消費者庁や都道府県は、これらの相談情報を手掛かりとして悪質訪問販売業者等の実態を調査し、特定商取引法に基づく業務停止命令などの行政処分を実施しています。各地の消費生活センターは、相談情報を活用して、新卒の消費者被害の手口を紹介し消費者に注意を呼び掛けたり、高齢者が集まる場所に消費生活相談員や職員が出向いて「出前講座」を行う取り組みを展開しています。

しかし、消費生活センターの職員や相談員だけでは、地域の全ての高齢者に注意喚起情報を届けることは、到底手に余ります。そこで、高齢者に日頃から接する地域の見守り関係者に対し、悪質商法の手口情報や消費生活センターの相談処理の役割を紹介し、地域の見守り関係者から高齢者に対する被害防止の情報伝達役を担ってもらい、消費者被害を発見したときは消費生活センターでの相談に結びつける役割を担ってもらうことが、これからの重要な取り組みとして期待されます。

3. 福祉部門の高齢者見守りネットワーク

高齢者人口が増加の一途を辿る現在、東京都でも、平成26年の65歳以上の高齢者人口が301万人(総人口の22.5%)を占めています。特に、東京都は一人暮らしの高齢者が多いのが特徴で、団塊の世代が高齢化して行くにつれ、高齢者世帯がますます増加することは確実です。

(1) 区市町村における高齢者等の見守りネットワークの構築

高齢者に対する見守りの取り組みは、区市町村の高齢者福祉部門が主体となって、地域の関係団体による見守りのネットワークを構築しています。

高齢者福祉の分野では、地域包括支援センターが、概ね人口2～3万人ごとに設置されており、介護予防ケアマネジメント、継続的マネジメント支援業務、

総合相談支援業務、権利擁護業務など、高齢者の生活支援の総合的な窓口として役割を果たしています。

ほかに、認知症高齢者や知的障害者など判断能力が不十分な人に対しては社会福祉協議会が、日常生活自立支援事業(国庫補助事業)により、金銭管理や日常生活支援の活動を展開しています。また、地域の民生委員は、一人暮らしの高齢者などの情報を把握し、自治体の各種業務のパイプ役となっています。

高齢者福祉部門では、認知症高齢者の徘徊問題や一人暮らし世帯の孤独死問題を背景に、日常的に高齢者に接するこうした関係者による見守りネットワークを構築しています。高齢者の生活や健康について異常を察知したときは、自治体の福祉部門に情報提供する役割も果たしてもらう取り組みです。

さらに、地域包括支援センターは業務量が多いため、東京都では「高齢者見守り相談窓口設置事業」を実施し、区市町村が見守り専門職を配置して見守りを行う「高齢者見守り相談窓口」を設置して、地域包括支援センターと連携した見守り活動を実施しています。

(2) 多様な主体による地域ネットワークの構築事例

さらに、区市町村によっては、地域包括支援センター、社会福祉協議会、民生委員団体などにとどまらず、防犯協会、自治会・町内会連合会、老人クラブ連合会、婦人団体、医師会など地域の関係団体の参加を求め、さらには宅配業者、生協、牛乳宅配業者などの民間事業者や、弁護士会、司法書士会などにも参加を求めて、広範囲な地域ネットワークを構築している事例もあります。

地域コミュニティが弱体化している今日の社会情勢の中で、高齢者を見守る地域のネットワークを構築することは、地方自治体の各部門にとって極めて重要な課題です。例えば、災害対策の部門にとっては災害時に高齢者や障害者への声掛けや避難誘導などの担い手を広げることが課題ですし、警察にとっても、振り込め詐欺防止の注意喚起の取り組みを展開するために、高齢者見守りネットワークの関係者は重要な存在です。つまり、地方自治体のいくつもの部門からその役割が

期待されているわけです。

4. 消費生活センターが高齢者見守りネットワークに参画

(1) 消費者被害防止の重要性の認識を共有

高齢者の消費者被害防止を進めるためには、区市町村の高齢者見守りネットワークに消費生活センターが参画し、見守り関係者に悪質商法の手口情報を伝え、高齢者への注意喚起や被害の発見役を担ってもらうことが有効です。

そのためには、まずは高齢者福祉部門と消費者行政部門の自治体内の担当職員間で、連携を強化することが不可欠です。

とはいえ、福祉部門の高齢者見守り関係者としては、生命や健康にかかわる異常事態の発見と通報が最優先課題であり、財産被害は自己責任の分野であるし相対的に重要性が低く見られがちです。しかも、生命や健康に関する異常事態は、注意すれば外形的な変化を発見することが可能であるのに対し、消費者被害は購入商品をしまいこんでしまうと外形的な変化を発見することは困難です。さらに、消費者被害は高齢者自身にとっても、恥ずかしいこと・知られたくないこととして隠す傾向もあるため、第三者が発見することはなかなか困難だとされています。

しかし、消費者被害の具体的事例を見守り関係者に紹介することによって、単なる財産被害の金額にとどまらず、老後の生活資金を喪失することによるダメージが大きいというに、詐欺行為は人格否定による精神的なダメージも大きいなど、高齢者にとって深刻な被害をもたらす虐待行為であることが理解できます。消費者被害は高齢者に対する虐待行為であることを理解してもらうことによって、はじめて見守り関係者の課題として正面から受け止められることとなります。

(2) 消費生活センターの役割の認識を共有

さらに重要なことは、見守り関係者に消費生活センターが果たしている役割を正しく認識してもらうことです。

消費生活センターは、消費者問題の専門家として資格を有する消費生活相談員が配置されており、消

費者トラブルの相談を受け付けたときは、トラブルの解決方法(例えばクーリング・オフの仕方など)を相談者に助言する対処方法だけでなく、相談者だけでは適切な対処が難しいと思われるときは相談者の意向を確認したうえで、消費生活センターから相手方事業者に直接電話を掛けて解決に向けたあっせん交渉を行い、トラブルの解決まで見届ける対応もしています。行政の相談窓口でありながら、消費者と事業者との格差を踏まえて積極的に消費者を支援するあっせん交渉まで行ってくれることは、地域住民には必ずしも知られていません。

消費生活センターが地域住民にとって頼りになる相談窓口であることを見守り関係者が理解することによって、高齢者に対し消費生活センターの利用を助言することに結びつくこととなります。

さらに言えば、消費生活センターに寄せられた相談情報を集約して悪質業者の取り締まりに活用している仕組みを理解すれば、地域住民が同じような被害を繰り返さないために、被害を受けた高齢者に対し、あきらめることなく積極的に消費生活センターを利用してほしいと説得することも望めます。

(3) 消費者被害防止の声掛けグッズの活用

消費者被害は、外形的な異常として発見することは難しいし、高齢者は被害を話さない傾向があることから、見守り関係者が消費者被害の情報を理解しても、高齢者から情報を得ることは容易ではありません。

そこで、最近の悪質商法の手口を紹介するチラシや消費生活センターの電話番号を記載した「訪問販売お断りステッカー」を見守り関係者に託して、地域の高齢者に接する機会に一言話題を添えてこれらを手渡してもらうことが、被害防止の有効な手立てだと考えられます。

悪質商法の手口を事前に知っておくことで勧誘されても被害に至らずに済むケースが多いことは、前述の「高齢者の消費者被害に関する調査」でも如実に示されています。

さらに、知らない訪問販売業者が訪ねてきたとき部屋に上がらせないで入り口で断ることが賢明であること、断ってもさらに勧誘を続ける行為は現行

法でも違法とされていること(特定商取引法3条の2)、そのようなときはすぐに消費生活センターに相談すると良いこと、などを一言助言しておくことで、被害の未然防止につながる可能性があります。

5. 消費者安全確保地域協議会の設置

(1) 地域協議会の役割

平成28年4月に施行された改正消費者安全法は、都道府県・区市町村に「消費者安全確保地域協議会」を組織することを規定しています。

都や区市町村にこの地域協議会を組織し、地域の見守り関係者を構成員・構成団体に位置付けることによって、被害を繰り返している高齢者など「消費生活上特に配慮を要する消費者」の個人情報 を構成員間で情報提供することができます(消費者安全法11条の4第3項)。つまり、被害防止のための個人情報の共有が可能であることが法律上明記されたことにより、高齢者見守りネットワークの活動が一層効果的に展開できることとなります。

この地域協議会は、必ずしも新しい組織体を立ち上げる必要はなく、既存の高齢者見守りネットワークがある場合は、その組織に消費者被害への対応を規定することによって地域協議会として位置付けることが可能です。

(2) 消費生活協力員の養成

高齢者見守りネットワークの活動を広げるためには、福祉関係者や民間事業者など本業で多忙を極める関係者だけに頼るのではなく、消費者問題を積極的に学び主体的に伝える活動をする消費者市民を育成することが重要です。

消費者安全法は、消費生活協力員・協力団体を委嘱することや、地域協議会の構成員に加えることができると規定しています。都や区市町村の中には、消費者問題を学び自治体と連携して活動する消費生活サポーター(呼称はさまざま)を養成している例もあります。

高齢者の消費者被害を防ぐためには、地域の多様な関係者が消費者問題を学び、官民が連携して地域の高齢者にさまざまな場面で注意喚起や話題提供をする活動を展開することが期待されます。

平成28年度 高齢者悪質商法被害防止キャンペーン実施のお知らせ

東京都消費生活
総合センター

都及び都内消費生活センター等に寄せられた高齢者(60歳以上)の相談件数は、7年連続で3万件を超え、平成25年度以降は、全相談件数に占める割合が3割を超えています。東京都は、高齢者の悪質商法被害の未然防止・早期発見を図るため、毎年9月を「高齢者悪質商法被害防止キャンペーン月間」とし、今年度も関東甲信越ブロックと共同でさまざまな啓発事業を実施しています。

共同キャンペーンの内容について

◆ 幅広い年代層をターゲット

このキャンペーンでは、高齢者本人への啓発だけでなく、高齢者見守りの観点から、幅広い年代の方に向けても啓発活動を行っています。

◆ ポスター等の啓発物で周知

毎年、東京都が作成する共通デザインのポスター、リーフレット等により広報・啓発を行っています。

実施期間 平成28年9月中

参加自治体 1都9県6政令指定都市
(東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、栃木県、茨城県、群馬県、山梨県、長野県、新潟県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市、相模原市、新潟市)

参加機関 国民生活センター

東京都の主なキャンペーン事業

今年度も東京都内において、各団体の協力やさまざまな媒体を通しての情報提供、啓発を行っています。

① 交通広告の掲出

- ・鉄道(都営地下鉄、都電、日暮里・舎人ライナー)
- ・バス(都営バス、各民営バス)

② ポスター、リーフレット等の配布

- ・行政機関(都及び区市町村)
- ・医療機関
- ・高齢者関係施設(有料老人ホーム等)
- ・郵便局
- ・警察署
- ・公衆浴場
- ・ボウリング場 等

③ 高齢者被害特別相談の実施

日時 9月12日(月)、13日(火)、14日(水)
受付時間は9時から17時まで

相談番号 ・高齢者被害110番(ご本人)
03-3235-3366
・高齢消費者見守りホットライン(ご家族等)
03-3235-1334
・消費生活相談(一般相談)
03-3235-1155

高齢者に多い悪質商法被害

▶ 劇場型勧誘

複数の人物が役回りを分担しながら入れ代わり立ち代わりで勧誘し、「社債や未公開株などの権利を高値で買い取るので代わりに購入するように」などと儲け話を持ちかけて高齢者をだます手口です。過去に被害に遭った人に「過去の被害を回復する」と持ちかけて、さらにだます二次被害も目立ちます。

▶ 利殖商法

「値上がり確実」「必ず儲かる」など、資産が増えることを強調して投資や出資を勧誘する手口です。「銀行は低金利」や「年金だけでは心配」など、老後への不安等を巧みにつき、投資話を持ちかけます。

▶ SF商法

狭い会場に人を集めて、販売員が巧みな話術で場を盛り上げながら無料で日用品などを配るなど、冷静な判断ができない雰囲気をつくり、その高揚感の中で高額商品を売りつける手口です。

▶ 次々販売・点検商法

次々販売は、一度契約した消費者に対し、さまざまな理由をつけて次々と新たな契約をさせる手口のことです。

点検商法は、点検に来たと訪問し、点検後に不安をあり、商品や工事契約を結ばせる手口のことです。



啓発ポスター(B3版)

Web版消費者教育読本

「もしも未来が見えたなら～いつかクレジットカードを使う日に～」
を使用した授業を実施しました

国際基督教大学高等学校 家庭科教員 金清 順子

1 開催概要

実施科目	家庭基礎「経済生活を営む」
受講者	1年生 担当クラス45名×2クラス
日時	2015年12月4日、50分授業×2クラス
実施教室	学校内の図書館、学習スペース
使用教材	Web版消費者教育読本「もしも未来が見えたなら～いつかクレジットカードを使う日に～」ステージ2と3
使用機材	ノートパソコン(定員6名の机に、2台用意、1台につき2～3人で使用)、ホワイトボード(教員用)

2 指導計画(消費者信用と多重債務の学習)

単元	指導内容
1時間目	クレジットカードの仕組みと契約
2時間目	支払方法と金利計算、利用時の注意点
3時間目	外部講師による情報セキュリティ教室
4時間目	ローンとキャッシング、多重債務の事例
5時間目	Web版教材を使用した授業、復習とまとめ

3 本校の特色とWeb版教材を使用した動機

本校の生徒は、3分の2が海外からの帰国生で、国内生と学び合っています。帰国生の中には、海外生活でクレジットカードを使って支払う場面を日常的に見ていた生徒や、帰国後、外国語の本や音楽などの購入時にネットショッピングを利用し、親にクレジットカードで支払いをしてもらっているという生徒が多くいます。そのため家庭科では、生徒は高校を卒業したらすぐにクレジットカードを持つと想定し、実践時に役立つ授業を行う必要があると考えています。普段から生徒は電車の定期券と一体化したカード型電子マネーを使っています。キャッシュレスの買い物に抵抗

感がありませんが、クレジットカードを適正に使えるようになるためには、仕組みや使い方を正確に理解しておかなければなりません。Web版教材は、クレジットカードを使った買い物を疑似体験することができ、実際の行動に生かせる知識が身につくと考えました。

4 授業の位置付けとねらい

Web版教材を使った授業は、前述の指導計画1時間目から4時間目に学習した内容が理解できているか、事例を解決しながら、生徒同士で確かめる機会です。グループ活動で知識を確認し合い、次の3点を復習しました。

- ① クレジットカードでの購入は「借金」である。
- ② クレジットカードを利用する時は、返済期間と支払総額を確認して、支払方法を決める。
- ③ ローンやキャッシングを繰り返すと、利子がふくらんで返済額が多額になり、返済に苦しむ危険もある。

5 Web版教材を使用した授業の内容(5時間目)

時間	生徒の学習活動
導入 5分	Web版教材を使った本時の活動のねらい(上記の3点)、教材の構成や内容を把握する。
展開① 20分	ステージ2「クレジットカードで買い物してみよう」グループ活動※(グループ毎に進める)
まとめ① 5分	クレジットカードを利用する時の注意点を確認する。全体活動(教員主導)
展開② 15分	ステージ3「クレジットカードは計画的に利用しよう」グループ活動※(グループ毎に進める)
まとめ② 5分	クレジットカードを持つ時の心構えについて、自分の考えを発表する。計画的に利用することの大切さを確認する。全体活動(教員主導)

※グループ活動をする上での留意点
Web版教材にある○×クイズや事例問題を解く時は、グループで話し合いをし、根拠を挙げて答える。なぜその答えなのか説明できた後、解説に進む。

6 Web版教材を使った生徒たちの感想

50分という短い授業ではありましたが、生徒たちはそれぞれ感じるものがあつたようです。授業後に書いてもらったアンケートの一部をご紹介します。

- 他人事だと思って、私はクレジットカードの危険性について深く考えていませんでした。私のカードが誰かに使われてしまったら、私が使っていないくても、その金額を払わなければならないとわかって、怖くなりました。私たちは油断しやすい状況にあると思うので、気をつけたいです。
- クレジットカードは卒業したら使うと思うので、危険なものでもあつても意識したいです。本当に気をつけないと、痛い目を見るなと思つました。
- クレジットカードについて、もっと知らなくてはいいなと思つました。もっと知りたいという気持ちになりました。
- 自分が多額の借金を抱えると、他人にも影響を及ぼすかもしれないことがわかりました。無計画に利用すると、具体的にどのような状況になるのかイメージできたので、クレジットカードを利用するようになったら生かしたいと思つます。
- 同じグループの友だちが、実際にあつたトラブルの話をしてくれました。普段はなかなか聞く機会がないと思つます。どのようなトラブルに巻き込まれるおそれがあるのかを知ることができ、また、みんなの意見を聞くこともできてよかつたです。

7 Web版教材を使用した授業を本校で行う意義

本校には、海外生活で家庭科を一度も学習したことのない生徒や、海外から帰つてきて、学内にある寮で共同生活している生徒などがいて、生徒を取り巻く生活環境はさまざまです。生徒たちは、クラスメイトの異文化体験を見聞きし、自らの手で生活を整える力をつけたいという意識が高く、学習に取り組む姿は真剣です。

Web版教材は視聴覚的な要素が多いため、これまで家庭科を勉強したことのない生徒でも不安を抱くことなく、主人公になりきつてクレジットカードを使った買い物の疑似体験ができます。

そのため、あらゆる理解度の生徒それぞれが、授業で学んだ内容を理解するのに役立つたと感じました。Web版教材は自宅でも復習できるので、自分のペースで何度も振り返ることができます。理解を深められたという実感が自信となり、不安や苦手意識を持っていた生徒が、学習へのモチベーションを高めていた様子が印象的でした。

クイズは、答えが合つていても、どうして○なのか、×なのかを考えられる仕掛けがあり、「何となく×」ではなく、理由を考えて説明できるようになります。生徒はバーチャルな世界に慣れているので、遊び感覚で画面に出てくる質問に積極的に答えていきます。テストとは違う、自分で考えて判断するよい機会になつたと感じました。次年度は、初回の授業から、Web版教材の内容に連動したワークシートも活用し、まとめの授業をさらに充実させたいです。

8 Web版教材に期待していること

家庭科では、ネットショッピングの利用状況を把握するため、本単元を学習する前に、1年生を対象としたアンケートを実施しています。高校生の生活にスマートフォンが浸透し、生徒がインターネットを利用する時間は年々長くなつていきます。ネットショッピングの利用頻度や目的にも変化が見られ、生徒が遭遇する金銭トラブルはネット上で起きています。

ネット社会で犯罪に巻き込まれないためにも、クレジットカードを適切に使い、管理する力がこれまで以上に大事になってきています。学んだ成果が生活の中で実践できるよう、教員は生徒の実態に合つた指導内容となっているか、見直す必要があります。Web版教材も、法的な変更、社会の変容に合わせた内容に改訂していただけると、継続して活用できてよいと考えます。

高校生向け Web 版消費者教育読本

「もしも未来が見えたなら〜いつかクレジットカードを使う日に〜」
<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/center/kyoiku/web/kou03/>

または、「東京くらしWEB」
 トップページ右側にある
 バナーから御参照ください。

