

# すすすく 消費者

島根県 平成18年度  
消費者教育情報紙 第20号

## ■トピックス ..... (P1)

・子どものくらしとお金に関する調査

## ■消費者教育情報コーナー ..... (P2-P3)

・子どもの消費者トラブルの現状

## ■研修受講報告 ..... (P4-P5)

・教員を対象とした消費者教育講座

## ■実践教育事例 ..... (P6-P7)

・「生きる力」を育む技術・家庭科教育

## ■ミニ情報 ..... (P8)

・グリーンコンシューマーになろう

## 「子どものくらしとお金に関する調査」から (金融広報中央委員会)

金融広報中央委員会では、「子どものくらしとお金に関する調査」(平成17年度)の調査結果を発表しました。

この調査は、全国の小・中・高等学校の児童・生徒を対象にお金にまつわる日常生活(おこづかい、お年玉、携帯電話、インターネットなど)と、お金に関する意識や金融経済に関する基本的な知識について調査したもので、全国の約87,500人の協力を得ました。

調査結果によると、中学生の5割、高校生の9割強が携帯電話を保有しており、月額利用料金は、中学生の3割強、高校生の5割強が「5千円～1万円未満」と回答していますが、自分で支払っている金額は「わからない」との回答がもっとも多く、次いで2千円未満となっております。

おこづかいを「もらっている」と回答したのは、小学校低学年で7割弱、中学年で約7割、高学年で8割弱、中学生・高校生は9割弱でした。中学生の1ヶ月のおこづかい額は、平均が2,738円、最も多い回答は2千円、高校生では平均が5,590円、最も多い回答は5千円でした。

また、「お金よりも大事なものがある」と答えた高校生が8割弱ある一方で、お金の稼ぎ方に関する意識で、「お金を利用してうまくかせげるならそれにこしたことはない」と答えた高校生が約4割あるなど、子どものお金に対する意識を知る上で貴重なデータが提供されています。



調査結果の詳細は金融広報中央委員会のホームページに掲載されています。

<http://www.shiruporuto.jp/>

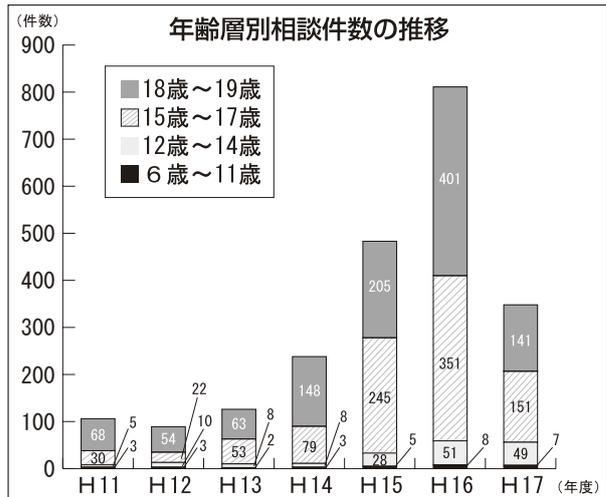
# 子どもの消費者トラブルの現状

平成17年度に島根県消費者センターに寄せられた相談件数は、11,891件と過去最高を記録した平成16年度と比較すると減少しましたが、依然、毎月千件程度の高い水準で推移しています。中でも不当請求・架空請求が多いほかヤミ金による被害や点検商法・SF商法などの悪質な消費者被害は後を絶たない状況です。このうち、子ども（6歳以上18歳未満）の相談状況を見てみます。

## 1 9割が有料サイト等の利用トラブル

子ども（6歳以上18歳未満）の相談件数は、4年前の平成14年度を100として、平成15年度300%、平成16年度450%と2年間で急増した後、平成17年度は230%となっております。主な相談内容は、携帯電話やパソコン等によるオンライン等関連サービスのトラブルで、平成17年度は子どもの相談件数の9割以上（92.7%）を占めました。こうしたトラブルの多くは携帯電話の有料サイト料金の請求がほとんどで、この点がこの年代の相談の特徴となっています。

平成17年度に減少したのは、携帯電話等の情報提供関連の法律の改正・取締りの強化、業界団体等の被害防止への取組み等により、架空請求・不当請求に関するトラブルが減少したことが考えられます。



## 2 男子が相談の7割を占める

相談の男女比では、年度別増減件数にかかわらず、ここ6年間を通して男子が7割から8割を占めています。

## 3 相談割合の低年齢化

学齢期別の相談件数割合では、平成16年度までは小学生期（6歳～11歳）が2%、中学生期（12歳～14歳）がほぼ1割台、高校生期（15歳～17歳）は、8割台で推移していましたが、平成17年度は高校生期が7割台に低下し、中学生期が2割を超えるなど低年齢化の傾向が見られます。

### 子どもに携帯電話を持たせるときは…

- 子どもに携帯電話を持たせるときは、最初に親子でよく相談してルールを決める。
- 保護者自身が、ネット社会の危険性や個人情報保護の重要性に対する意識を高める。
- 携帯電話は、単なる電話ではなく、「子どもでも、いつでも、どこからでも」大人の世界に踏み込む入口であるということをわきまえる。
- 小学生など年少の子どもに携帯電話を持たせる場合は、インターネットに接続できる機能を付けない。インターネット接続機能が付いている場合、有害サイトアクセス制限サービスや利用金額制限、着信拒否機能など、トラブルに役立つ機能を積極的に活用する。
- 子どものためのインターネットガイドを紹介している総務省、警察庁、財団法人インターネット協会などのサイトを利用し、インターネットを使う際のルールなど親も一緒に見て、参考にする。



# インターネット・携帯電話に関するトラブル事例



## 事例 1

### 迷惑メールが届き、不当な架空請求を受ける

見知らぬ相手からのメールを開いたら、有料サイトにつながり、登録となった。すぐにサイトを閉じたが、入金金3万円を請求するメールが届いた。無視していたが、「すぐに振り込め」と脅しの電話が頻繁にかかるようになった。

届いたメールを開いただけでは、契約は成立していません。

電子契約法(電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律)では、事業者側が消費者の申込み内容の確認画面を設けるなどの措置をしていなければ、消費者側から錯誤の無効(錯覚して契約したもので、契約は成立していない)を主張ができるとしています。

登録表示の際、携帯電話の個人識別番号やメールアドレスを表示し、あなたも個人情報を入手したかのように装うものもありますが、アクセスしただけで、個人が特定されるようなことはありません。不当な請求に応じはいけません。

#### ※迷惑メール撃退方法

不審なメールは開かない。個人情報教えない。アクセス制限機能・フィルタリング機能(違法有害コンテンツの閲覧をコントロールするシステム)を利用し、悪質なサイトに接続しないようにしましょう。迷惑メールのほとんどがパソコンを使って、不正に携帯電話・PHSのアドレスになりすまして送信されています。必要なメールだけ受信し、いらぬメールは受信拒否しましょう。また、業者からのしつこい請求には、メールアドレスや電話番号を変更する、解約するなどの手段も有効です。

#### ●ドメイン指定受信機能

メールを受け取りたい相手の携帯電話・PHS会社やアドレスを設定して、携帯電話・PHSからの発信になりすました迷惑メールを拒否できます。

## 事例 2

### 携帯電話会社から高額な料金の請求書が届いた

機種変更し、音楽やゲームをダウンロードした。長時間使用した覚えはないのに、10万円もの高額なパケット通信料の請求がきた。

携帯電話の料金は、「基本使用料+通話料+パケット通信料(ゲームや着信メロディーのダウンロード等にかかるデータ送受信料金)など」の合計額で成り立っています。通話料金は、通話時間に応じて課金されますが、パケット通信料は音楽や動画配信などのデータ量に応じて課金されます。携帯電話を最新機種に変更し、データ量の大きなサービスを受けられるようになったことで、パケット通信料も高額となってしまったようです。子どもたちが好むゲームなどは高画質の動画になっており、思いがけない料金になることがあります。契約をする際には、料金やサービス内容について、納得がいくまで説明を受けるようにしましょう。また、契約書類等は必ず保存しておきましょう。

#### ●パケット通信料

インターネットに接続したり、メールの送受信を行った時にがかかります。パケットは日本語で「小包」という意味で、データを小分け(小包)にして1本の回線を送り、利用した時間ではなく送受信したデータの量から算出されます。

## 事例 3

### 友人に名義を貸したら…

携帯電話を契約する友人に名義を貸したが、友人が料金を支払わないので請求がきた。支払わなければならないか。

名義を貸しただけであっても、契約は契約です。利用料金は、あくまでも契約名義人に請求されます。名義貸しは、自己責任が問われるため、通話料の支払いを拒否することはできません。料金の支払いをし、携帯電話の使用者である友人に料金を請求するしかありません。今後、不正使用されないために早急に解約が利用休止の手続きを取りましょう。

名義貸しの携帯電話は、振り込め詐欺など犯罪に利用されることもあり、名義を貸してしまうと、違法行為に加担したとして、未成年でも法的責任を問われる場合もあります。また、未成年者契約であっても、親が同意していたり、成人してから追認している場合には取り消すことができません。

友人の「迷惑はかけない」という言葉を信じて、軽い気持ちで名義を貸すのは絶対にやめましょう。また、身分証明書類などを貸すこともいけません。

#### ●追認

問題のある行為を事後に承認の意思表示をし、新たに有効な行為をしたことになることをいいます。

## 事例 4

### 通信販売でイメージと違う商品が届いた

インターネットで、アクセサリーを買ったが、イメージと違っていたので返品したい。

通信販売には、クーリング・オフ制度はありません。しかし、特定商取引法(特定商取引に関する法律)により、事業者は返品特約の有無などについて、カタログなどに明示する必要があります。返品不可と記載があれば、商品に瑕疵がない限り返品することはできません。注文する前に、返品特約の有無、内容をよく確認しましょう。インターネットやカタログでは、実際に商品を手にとって確認することができないので、慎重に選ぶようにしましょう。

#### ●クーリング・オフ制度

契約後、一定期間内ならば無条件で契約を解除できる制度。「頭を冷やして、よく考え直す」という意味。

## 事例 5

### ネットオークションでブランドのバッグを購入したのに、財布が届いた

以前から欲しいと思っていた海外ブランドのバッグが、インターネットオークションに格安で出品されていたので購入した。早速代金を支払ったが、その後届いたのは財布だった。すぐ出品者に連絡したが、電話が通じない。

他にも「落札し、お金を振り込んだが商品が届かない」「ブランド品が偽物だった」「新品のはずが中古品だった」など多くのトラブルがあります。サイトのURLやメールアドレスから事業者等を特定することは難しく、相手が隠れてしまった場合、支払ったお金を取り戻すのは困難です。信頼できるサイトを選び、取引相手の住所、氏名、ネット以外の連絡先等を必ず確認し、契約画面を印刷しておきましょう。また、前払いはできるだけ避け、後払い、エスクローサービスを利用するなど、安全性の高い方法を用いましょう。

インターネット通販やネットオークションは、業者・出品者が事業者の場合、特定商取引法や迷惑メール規制法(特定電子メールの送信の適正化等に関する法律)により、住所・氏名・電話番号・取引条件等の表示義務があり、違反者には罰則が科せられることになっています。

#### ※信頼できるサイトを選ぶ

第三者機関が認可したマーク(オンラインマーク、プライバシーマークなど)の有無で信頼できる業者かどうか判断することができます。

#### ●エスクローサービス

ネットオークションで、本人に代わって第三者が出品者と落札者の間に入り、代金の支払いや商品の引渡しを仲介するサービス

## 事例 6

### ネットショッピングで注文ミス

シャツを1枚注文したつもりが、同じものが2枚届いた。送信できたが不安になり、2度操作してしまったようだ。

この場合、民法の規定に優先して電子契約法が適用されます。消費者がインターネット上で申し込みする際に、申し込み内容などを確認する措置(誤りに気づいたときに訂正することのできる措置)が講じられていない場合には、消費者側に重大な過失があっても、錯誤による無効を主張することができます。

しかし、このような措置を業者が講じており、単純な消費者側の操作ミスによる場合には、救済の余地はありませんので、申し込み内容を十分に確認した上で送信するようにしましょう。

## 事例 7

### ネットで知り合った人と会うことになった

メールでやりとりしているうちに親しくなり、来週会うことになった。

メールで「中学生」と名乗っていても、実際相手がどういう人であるのかは分かりません。メールでは個人情報を偽っていて実際会ってみたら、犯罪目的の成人かも知れません。

また、実はメールの相手が事業者で、高額なアクセサリーなどを強引に買わされてしまうというケースも増えています。悪意をもって、情報を発信している人がいることを認識しておきましょう。

いわゆる「出会い系サイト」に関係した事件では、被疑者の9割以上がアクセス手段として携帯電話を使用(95.6%)しています。また、被害者のうち、18歳未満の未成年者は8割を超えています(83.7%)。相手が分からないという匿名性や知識不足から、未成年者が犯罪の標的にされています。メールで親しくなった相手と会うことには、大きな危険が潜んでいることを認識しなければなりません。

【資料：警察庁「サイバー犯罪対策統計」(平成17年)】

# 自立した消費者を育てる学校教育

## ～「教員を対象とした消費者教育講座」受講報告～

浜田教育センター 立石祥美

◇期 日 平成18年3月29日(水)～31日(金)

◇会 場 神奈川県相模原市 国民生活センター

◇参加者 全国中・高校の家庭科および社会科教員

◇内 容



3月29日(水)

【講義】学校における消費者教育・法教育の意義(文科省)

【講義】学校における消費者教育の実践ー多様な実践例の紹介ー(消費者教育支援センター)

【講義】消費者教育の実践手法ー教材と授業展開の方法ー(消費者教育支援センター)

3月30日(木)

【講義】国民生活センターによる商品テストの実際(国民生活センター)

【講義】消費者教育における商品テストの意義と活用法(兵庫県生活科学研究所)

【協議/講義】消費者教育における商品テストの活用(国民生活センター)

【講義/実演】商品テストの具体的事例とプレゼンテーション(国民生活センター)

(1) 豆腐ーその栄養価から遺伝子組換えまでー

(2) 虫除け剤ー子どもへの安全性を考えるー

3月31日(金)

【演習】消費者教育の教材・指導案の作成(グループ別)

【演習/協議】指導案の発表と全体討議

※資料等を御覧になりたい方は浜田教育センターまで御連絡ください

### ◆受講所感

#### 保護される消費者から自立した消費者へ～「うっかり者は保護されない」?

\*家庭科では小中高と消費生活領域を扱うが、「何をどう指導してよいかわからない」「次々出てくる新しい状況についていけない」など、この領域に苦手意識を持つ教員も多い。今回受講された多くの方も、「何か指導のポイントがつかめれば」との思いで参加されたようであった。

\*学習指導要領解説で中・高校とも家庭科で扱うこととされている「消費者保護基本法」(右表参照)は、2004年に「消費者基本法」に改正された。消費者トラブルが急増しその内容も複雑化・多様化している現在、行政はこれまでのようにただ「弱者である消費者の保護」を行うだけでなく、自ら判断し権利を適正に行使することのできる「自立した消費者を育てる自立支援」を行う方向へ転換が図られているのである。

\*「これからは“うっかり者”は保護されない状況になってきます」とのお話があった。学校教育においては、子どもたちに「必要な知識や情報を収集し、それらを適切に読み取って、自分と社会にとって最も公正でかつ合理的な判断と行動ができる力」をつけることを、小学校段階からより意識化していかなくてはならない。

\*国民生活センターホームページ <http://www.kokusen.go.jp/> には、商品テストの結果や消費者生活センターに寄せられている被害報告など、最新の情報が掲載されている。また、「すすく消費者」「くらしのアドバイス」などの県の刊行物にも、教材として活用できるものが多い。最終日に行われた指導案作成演習では、講座で紹介された情報を教材に、班ごとの指定題材による指導案を右頁のように作成し模擬授業を行った。どれも生徒参加型の授業が構成され、「気づき」から“判断”“行動”へと力を育てる授業プランの提案である。

## ◆演習で作成した指導案の概要

<p><b>1班：指定題材【商品テスト】</b>                  抗菌まな板をテストし、その結果を参考に選択する過程を通して、衛生的な調理を行う際の調理器具の扱いについて考える。</p>	<p><b>2班：指定題材【契約】</b>                  デート商法被害のシナリオを読んだあと、問題点はどこか、どうすれば防げたかを話し合い、同じ状況で被害に会わないロールプレイングを行う。</p>	<p><b>5班：指定題材【環境】</b>                  制汗スプレーを取り上げ、体育の後の更衣室の様子ロールプレイングから、その商品の必要性を含め、使用・廃棄について適切な対処を考える。</p>
<p><b>3班：指定題材【安全】</b>                  虫除けスプレーの使用実演から使用量の測定や使用部位の比較を行った後、表示の記述を確認し、日常、安全性を意識せず商品を使用していることに気づく。</p>	<p><b>4班：指定題材【情報通信】</b>                  ネットショッピングの模擬体験を行った後、様々なトラブル情報を示し、トラブルの原因や安心な売買の方法・利用について考える。</p>	

## ◆参考：現行家庭科学習指導要領解説から～消費生活領域で扱う小・中・高の内容

浜田教育センター ホームページより

	小学校	中学校	高 校	
			「家庭基礎」「生活技術」	「家庭総合」
家計の計画・管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>物の有効な活用</li> <li>金銭の使い方</li> <li>目的に合った適切な購入と計画</li> <li>購入後の振り返り</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>購入時の選択</li> <li>購入したものの活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>家庭経済と国民経済とのかかわり</li> <li>家計の管理</li> <li>経済計画や予算生活の必要性</li> <li>キャッシュレス時代の家計管理</li> <li>生活様式や価値観と家計</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>家庭経済と国民経済のかかわり</li> <li>家計の管理</li> <li>経済計画や予算生活の必要性</li> <li>家計のサービス化・キャッシュレス化</li> <li>短期・長期の経済計画</li> <li>生命保険や損害保険</li> </ul>
消費環境の背景		<ul style="list-style-type: none"> <li>販売方法の多様化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>生産や流通の変化</li> <li>販売方法や支払方法の変化</li> <li>消費者の購買行動や消費構造の変化</li> <li>あふれる生活情報</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>物資サービスの多様化</li> <li>大量生産・販売・消費・廃棄</li> <li>販売方法・価値観・消費行動の複雑化多様化</li> </ul>
消費者の保護・権利と責任		<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者保護基本法</li> <li>クーリングオフ、消費生活センター</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者保護基本法</li> <li>消費者の権利</li> <li>消費者保護の施策</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者保護基本法                      （制定のねらい、枠組み、行政、事業者、消費者の三者）の責務と役割</li> <li>消費者保護の施策</li> <li>消費者の義務と責任</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>購入するものに関する情報の活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報を収集・整理して選択</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>意思決定の責任</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>意思決定の過程</li> <li>生活情報の収集・選択と活用</li> <li>情報発信源の確認・正確さの判断</li> </ul>
様々な販売・消費方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>プリペイドカード</li> <li>通信販売（実態に応じて）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗販売と無店舗販売</li> <li>訪問販売・通信販売</li> <li>二者間契約</li> <li>現金とプリペイドカード</li> <li>即時払い・前払い・後払い</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売買契約（契約の成立要件・効力、解約）</li> <li>消費者信用（販売信用と消費者金融）</li> <li>販売信用（クレジットカード）</li> <li>多重債務や自己破産</li> <li>訪問販売・通信販売</li> <li>キャッチセールス、マルチ商法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>売買契約（契約の成立要件・効力、解約）</li> <li>消費者信用（販売信用と消費者金融）</li> <li>販売信用（クレジットカード）</li> <li>多重債務や自己破産</li> <li>訪問販売・通信販売</li> <li>キャッチセールス、マルチ商法</li> </ul>
消費と資源・環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>物を大切に扱う</li> <li>不要な物の活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境への影響</li> <li>改善のための工夫</li> <li>リサイクルや再利用</li> <li>適切な活用と廃棄</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境負荷の少ない生活</li> <li>社会的・国際的な取り組み</li> <li>消費と資源・環境とのかかわり</li> <li>国際標準化機構（ISO）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境負荷の少ない生活</li> <li>社会的・国際的な取り組み</li> <li>消費と資源・環境とのかかわり</li> <li>国際標準化機構（ISO）</li> </ul>

# 「生きる力」を育む技術・家庭科教育

～生徒自ら消費生活について考え、実践していくための授業の工夫～

島根県中学校技術・家庭科研究会

(実施校：隠岐の島町立西郷南中学校)

## 1. はじめに

昨今、「オレオレ詐欺」「ネット犯罪」による被害がニュースや新聞等で取り上げられ、子どもたちが、様々な詐欺による被害の実態を耳にする機会が増えてきた。パソコンや携帯電話を利用した「メール交換」や、ホームページの開設・インターネットを使っての物の売買等、中学生が簡単に通信機器を活用することができるようになった。通信機器を活用することのプラス面を理解し、上手に利用することが望ましいが、一歩利用法を間違えると、犯罪の被害者・加害者になりかねない現状がある。

そこで、「通信機器による出会い系サイト及び詐欺の防止の取り組み」というテーマで警察署に講演を依頼し、まず保護者に対して、実態と防止策を提供する場を設けた。そして、家庭での指導と協力を得る形を取った上で、授業を通して、子どもへの指導を行い、理解を深めさせたいと考えた。

## 2. 学習のねらい

通信機器によるトラブルの中から、子どもたちが興味を持ち活用したがる携帯電話やインターネットによる様々な被害の実態を知らせたい。特に、中学生が被害に遭いやすい「出会い系サイト及び詐欺の防止の取り組み」について取り上げることで、子どもたちが消費者として正しい消費生活を過ごすことができる力を育成したい。

## 3. 学習の予定

1 / 29 (日)	日曜参観	・ P T A 研修会
	研修内容	・ 「通信機器による出会い系サイト及び詐欺の防止」
	講 師	・ 隠岐の島警察署生活安全係長 宮迫 賢治 氏
	時 間	・ 15: 30 ~ 16: 30
2 / 10 (金)	授業実践	・ 技術・家庭科
	対象学年	・ 第2学年・第3学年
	授業内容	・ 携帯電話、インターネットの危険性について考えよう

## 4. 授業の流れ

○ワンクリック詐欺についての事例と対処の方法



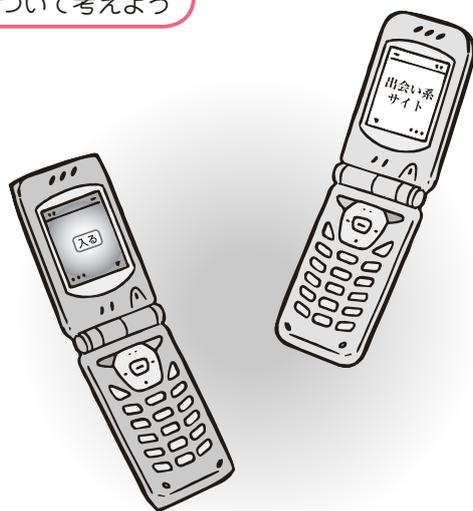
○出会い系サイトトラブル・インターネットトラブルについて



○ビデオ視聴「出会い系サイトの罠」



○ワークシート記入「消費者として、今 考えること」



## 5. 授業の概要と生徒の感想

今回は、ビデオの内容により受けとめ方が違うことを考慮し、男女別に分けて授業を展開した。女子対象の授業の導入部で「携帯電話の所有数と利用」について確認したところ、2年生、3年生それぞれ、個人で携帯電話を所有している者が数名、保護者の携帯を借りてメールをしたことがある者がほとんどであった。携帯によるメールのやりとりについては、未経験者が数名のみ、パソコンによるメールやインターネットの利用は半数に満たないという状況が確認できた。「ワンクリック詐欺」「出会い系サイト」という言葉の意味を知っている者は数人であったが、授業を通して、被害の実態や対策を知り、興味本位での利用はしないという意識の自覚につなげることができた。

男子は、「ワンクリック詐欺」や「インターネットトラブル」の現実を知り、消費者として、携帯電話やインターネットを今後どのように活用していけばよいかという意識を高めることにつながった。さまざまなトラブルの実態や対策についての理解を図る上で、自分の立場に立って考えることができる視聴覚教材の活用は、大変有効であった。

- とてもためになった。僕もインターネットをしたり、買い物もしたこともあるけど、ワンクリック詐欺などの危険ととなり合わせだと思った。
- 今日学んだことを、これから生かして生活したいと思います。僕もよくインターネットオークションを利用しているので、気をつけたいです。自分の身は自分で守れるようにしたい。
- ワンクリック詐欺について、あせらずに対応することが大事だと思いました。
- とても参考になった。これからインターネットは、注意深く利用したい。簡単に興味本位で知らないサイトを開かないようにする。
- 携帯を簡単に使っているけど、使い方をしっかり考えないといけないと思う。
- できるだけ関係のないサイトや必要のないサイトを開かないことを心がけるべきだと思った。絶対に個人情報を書さないことが大切だと思う。
- ワンクリック詐欺はこわいと思った。でも、変なサイトを開かずに、しっかり対応すれば平気なことがわかった。
- ワンクリック詐欺は恐ろしいけど、ちゃんとした対処法があることを知った。インターネットは身近なものなので、使う本人が利用の仕方を考えないといけない。
- 出会い系サイトは、知らない人とメールするだけかと思っていただけ、危ないしこわいことがわかったから、出会い系サイトは利用しない。



隠岐の島警察署 宮迫氏の講話



ワンクリック詐欺・出会い系サイトでのトラブル防止のための講習



## 6. 今後の課題

子どもたちにとって、携帯電話やインターネットは身近なものであり、興味本位で利用したことによる被害は年々増大している。消費者としての意識を高め、上手に活用するために様々なトラブルや詐欺の事例や対処法について学習することは必要である。今回のように子どもを対象とした授業を行うだけでなく、保護者にも学習する機会を設定することは効果的であると感じた。今後の消費者教育は、学校と家庭の連携と共通理解が必要になってくるのではないだろうか。消費者教育の実践が、授業を通して学ぶだけでなく、家庭でも継続して指導することができるようにしていかなければならない。そのためには、学校が「情報」の家庭への伝え方を考え、工夫していくことが大きな課題である。

# グリーンコンシューマーになるう

クリーンコンシューマー（緑の消費者）とは、環境のことを考えてより環境にやさしい買い物をする人々のことを言います。

一般的に消費者は購入する商品を選ぶとき、その価格や性能、あるいは安全性などを考慮します。

それらに加え、消費者が環境に配慮して商品を選択することで、流通や生産の段階にも影響を与え、ゆくゆくは環境に配慮した社会づくりに貢献しようという運動が、グリーンコンシューマー運動です。

この環境を大切にする気持ちを、商品を「選ぶ・買う」段階だけでなく、「使う」段階、「捨てる段階」まで持ち続けることが、「3R」という運動につながります。

3Rとは、Reduce（リデュース：ゴミを減らす）、Reuse（リユース：繰り返し使う）、Recycle（リサイクル：再び資源として使う）の3つの頭文字のことです。

10月は3R推進月間であり、「環境にやさしい買い物キャンペーン」や「マイバックキャンペーン」が全国規模で実施されます。

## 環境に配慮した消費者行動チェック

- 必要なものを必要なだけ購入し、余らないようにする
- 買い物には「マイバック」を持参し、レジ袋を断る
- エコマークなど環境ラベルの付いた省資源・省エネルギーの商品を選択・購入する
- 買い物では過剰包装を断る
- 再生紙などリサイクルされた素材の商品を選択・購入する
- シャンプーや食用油などは、詰め替えのできる商品を選択・購入する
- 家電製品は、壊れたときは修理し、大事に長く使う
- シャワーや歯磨きの際に水・お湯を流しっぱなしにしない
- 使わない部屋の電灯はこまめに消す
- 家電製品を使わないときは、主電源を切る
- 暖房の設定温度は20度を目安に、冷房の設定温度は28度を目安にする
- フリーマーケットやリサイクルショップを活用する
- ゴミは、地域の決まったルールどおりに分別して出す
- トイレtpーパー、ティッシュペーパーは古紙再生商品を使う

## 環境ラベル こんなマークの商品を購入しましょう

### エコマーク



環境負荷が少ないなど環境保全に役立つと認められる商品に表示される。

### グリーンマーク



古紙を再利用した製品に表示される。

### 再生紙使用マーク



再生紙を使用した印刷物等に表示される。例えばR100は古紙配合率100%、R70は配合率70%であることを意味します。

### 省エネ性マーク



省エネ性能に優れた製品（省エネ基準100%以上の製品）に表示される。（テレビ・エアコン・蛍光灯器具・冷蔵庫など）

編集・発行／島根県・島根県教育委員会 平成18年10月発行

〒690-0887 松江市殿町8番地3 島根県市町村振興センター5階

島根県環境生活部環境生活総務課消費生活室

TEL (0852) 22-5103 FAX (0852) 32-5918

ホームページURL (<http://www.pref.shimane.lg.jp/shohiseikatsu/>)

本紙に対する御意見・御要望をお寄せください



※環境にやさしい大豆インキを使用しています。

古紙配合率100%再生紙を使用しています