

高等学校消費者教育教材

消費者市民になろう！

—公正で持続可能な社会を目指して—

映像教材 指導ガイド



発行：浜松市くらしのセンター
制作：公益財団法人消費者教育支援センター
協力：浜松市消費者教育教材作成プロジェクト

平成 30 年 3 月

消費者市民になろう！

消費者市民ってなんだろう…

消費者は聞いたことがあるけど、今まで聞いたことないな…。

消費者とは、生活のための商品やサービスを購入し、使用し、廃棄する人です。

自立した消費者は、

自分にとって何が必要で、目的に対して何が良いのか

情報を集めて、読み取り考えて選択して買うことができます。

これはとても大事なことです。

では消費者市民は？

“自分にとって”に加えて、

“家族にとっては？”

“地域にとっては？”

“環境にとっては？”

“未来にとっては？”

こんな視点で考えて商品やサービスを選択する人を、消費者市民といいます。

高校生も消費者であり、

間もなく就職したり大学生になったり、また一人暮らしをはじめたりするなど、

社会に出るための準備が必要な時期であり、

自ら考えて主体的に行動する責任がより増す時期でもあります。

生徒のみなさんが

消費者市民を目指してこの教材で学び

みなさんがくらしている浜松を、静岡を、日本を、地球をそして未来を

公正で持続可能な社会にしてくださいを願っています。

2018年3月



目次

1. 消費者教育とは	4
(1) 学校における消費者教育	4
(2) 現行学習指導要領における消費者教育	6
(3) 次期学習指導要領における資質・能力の育成	8
2. 教材の活用と授業実践について	9
(1) 教材の紹介	9
1) 契約編	9
2) フェアトレードタウン浜松編	14
(2) 授業プランとワークシート	22
1) 授業展開案<家庭科> 契約編	23
2) 授業展開案<商業科> 契約編_契約の基礎知識	27
3) 授業展開案<商業科> 契約編_インターネット販売	32
4) 授業展開案<商業科> 契約編_自己啓発セミナー	37
5) 授業展開案<家庭科> フェアトレードタウン浜松編	43
6) 授業展開案<公民科> フェアトレードタウン浜松編	49
7) 授業展開案<商業科> フェアトレードタウン浜松編	54
3. 授業実践のための基礎知識と解説	59
(1) 契約編	59
1) 契約の基礎知識	59
2) インターネット販売	61
3) 自己啓発セミナー	65
4) 相談したいときは	69
5) 成年年齢引き下げに関わる問題と学校における必要な対応	69
(2) フェアトレードタウン浜松編	72
1) 消費者市民社会	72
2) エシカル消費	72
3) フェアトレードの基礎知識	72
<資料>浜松市のフェアトレードタウンへの道のり	77

※ご覧いただいているパソコン環境によっては、一部体裁が崩れる場合があります。

1. 消費者教育とは

(1) 学校における消費者教育

平成 24 年「消費者教育の推進に関する法律（消費者教育推進法）」（以下、推進法）が公布・施行されました。そこでは「消費者教育」を次のように定義しています。

消費者教育の推進に関する法律(抜粋)

(定義)

第 2 条 この法律において「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われ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。)及びこれに準ずる啓発活動をいう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

これまで行われてきた消費者教育は、どちらかという被害に遭わない消費者を育てるという色彩が強い傾向にありましたが、この推進法のもとでは、更に一步踏み込んで主体的に消費者市民社会の形成に参画する消費者市民を育成することが求められるようになりました。

わたしたちが家庭で日常的に行う消費は、自分だけでなく、家庭、地域、日本、さらには世界のさまざまな人、そしてそれを取り巻く環境に影響を及ぼします。そのことを理解し、自分にとってどうか、他者にとってどうかなど多様で客観的な視点を持って考える力を身につけ、そこから具体的な行動に結びつける力を育むのが消費者教育です。それが未来を創る子どもたちのまさしく生きる力になります。

またこの推進法は、国及び地方公共団体の責務を明示しており（第 4、5、8 条）、学校、大学、地域の消費者教育のあり方も具体的に示しています（第 11、12、13 条）。教育の対象も幼児から高齢者まで通して、総合的かつ一体的に消費者教育が推進されていくことを目指した法律です。加えて小学校、中学校、高等学校では発達段階に応じ、系統的に消費者教育を実施していくことが求められます（参考：右ページ）。

〈消費者教育体系イメージマップ〉 ※平成25年1月22日消費者庁より公表

各ライフステージにおける身につけたい消費者教育の内容を4つの重点領域ごとに示しています。

各期の特徴 重点領域	成人期			高校生期	中学生期	小学生期	幼児期
	特に高齢者	成人一般	特に若者				
消費者市民社会の構築 消費がもつ影響力の理解 持続可能な消費の実践 消費者の参画・協働	Ver.1.0 周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期	精神的・経済的に自立し、消費着市民社会との構築に、様々な人々と協議し取り組み時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利に責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期
	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮する習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考慮しよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	消費をめぐる物と金錢の流れを考えよう	おつかいや買物に関心を持つよう
	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを践もう	持続可能な社会を考えよう ライフスタイルを考えよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	自分の生活と身近な環境とのかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	身の回りのものを大切にしよう
	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むこと的重要性を理解しよう	身近な消費者問題に目を向けよう	物や金錢の大切さを知らせよう	協力することの大切さを知ろう
商品等の安全 商品安全の理解と危険を回避する能力	安全で危険の少ない暮らしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ない暮らし方をすすめる習慣を付けよう	安全で危険の少ない暮らしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	危険を回避し、物を安全に使う手かきを知ろう	くらしの中の危険や、もの安全な使い方を気づこせよう	
トラブル対応能力	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用し、自ら社会をつくろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用を知ろう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	
生活の管理と契約 選択し、契約することへの理解と考える態度 生活を設計・管理する能力	契約とトラブルに遭遇しない暮らしに活かそう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とトラブルの活用について理解しよう	商品を通じて選択するとともに、契約とトラブルを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	物の選び方、買い方を考え、適切な購入しよう 約束や決まりの大切さを知り、考えよう	約束や決まりを守ろう	
情報とメディア 情報の収集・処理・発信能力 情報社会のルールや情報モラルの理解 消費生活情報に対する批判的 思考力	生活環境の変化に対応し、支え合いながら生活を管理しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的な計画・管理を実践しよう	生涯を見通した計画的な計画・管理を実践しよう	消費に関する生活管理の技術を応用しよう 買物や貯金を計画的にしよう	物や金錢の大切さに気づき、計画的な買い方を考えよう お小遣いを考えて使おう	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	
支え合いながら情報・情報技術を活用しよう	情報と情報技術を通じて活用する暮らしをしよう	情報と情報技術を通じて活用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	消費生活に関する情報の収集と発信の技術を身に付けよう	消費に関する情報の集め方や活用方法を知らせよう	身の回りのさまざまな情報に気づこう	
支え合いながら、トラブルが守られる情報社会をつくろう	トラブルが少なく、情報モラルを守られる情報社会をつくろう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	自分や知人の個人情報を守ること、情報モラルを知ろう	自分や家族を大切にしよう	
支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報評価、選択の方法について学び、その関連を理解しよう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意図的な大切さを知ろう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	身の回りの情報から「なぜ？」と気づいて考えよう	

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

(2) 現行学習指導要領における消費者教育

現行学習指導要領では、主に公民科、家庭科、商業科において、下表のように、消費者教育の内容が示されています。

教科	科目	2. 内容	3. 内容の取扱い
公民	現代社会	(2)現代社会と人間としての在り方生き方 エ 現代の経済社会と経済活動の在り方 オ 国際社会の動向と日本の果たすべき役割	(2)イ(オ)(中略)「個人や企業の経済活動における役割と責任」については(中略)、消費者に関する問題などについても触れること。
	政治・経済	(2)現代の経済 ア 現代経済の仕組みと特質	(2)イ(中略)「市場経済の機能と限界」については(中略)、消費者に関する問題も扱うこと。
家庭	家庭基礎	(2)生活の自立及び消費と環境 エ 消費生活と生涯を見通した経済の計画 オ ライフスタイルと環境	(2)イ内容の(2)のエについては、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと。オについては、環境負荷の少ない衣食住の生活の工夫に重点を置くこと。
	家庭総合	(3)生活における経済の計画と消費 ア 生活における経済の計画 イ 消費行動と意思決定 ウ 消費者の権利と責任 (4)生活の科学と環境 エ 持続可能な社会を目指したライフスタイルの確立	(2)イ内容の(3)のアについては、家庭の経済生活の諸課題について具体的に扱うようにすること。ウについては、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと。 ウ内容の(4)(中略)エについては、生活と環境とのかかわりについて具体的に理解させることに重点を置くこと。
	生活デザイン	(2)消費や環境に配慮したライフスタイルの確立 ア 消費生活と生涯を見通した経済の計画 イ ライフスタイルと環境 ウ 生涯の生活設計	(2)イ内容(2)のアについては、契約、消費者信用及びそれらをめぐる問題などを取り上げて具体的に扱うこと。イについては、環境負荷の少ない生活の工夫に重点を置くこと。

商業科	マーケティング	<p>(1)現代市場とマーケティング ア 現代市場の特徴とマーケティングの発展</p> <p>(3)消費者の購買行動 ア 消費者の行動 イ 消費者の意思決定の過程</p>	<p>(2)ア内容の(1)のアについては、市場環境の変化に対応してマーケティングの考え方や内容が変化してきたこと及び消費者保護や法令遵守など現代市場における企業の社会的責任を扱うこと。</p> <p>ウ内容の(3)のアについては、消費財市場における消費者行動の特徴及び消費者行動に影響を与える要因を扱うこと。</p>
	経済活動と法	<p>(3)取引に関する法 ア 契約と意思表示 イ 売買契約と貸借契約</p> <p>(5)企業の責任と法 ウ 消費者保護</p>	<p>(2)ウ内容の(3)のアについては、契約の種類及び意思決定の効果を扱うこと。</p> <p>オ内容(5)(中略)ウ及びエについては、関係法規の概要を扱うこと。</p>

(3) 次期学習指導要領における資質・能力の育成

次期学習指導要領では、新しい時代に必要となる資質・能力の育成として、ある事柄に関する知識の伝達だけに偏らず、学ぶことと社会とのつながりをより意識した教育を行い、児童・生徒がそうした教育のプロセスを通じて、基礎的な知識・技能を習得するとともに、実社会や実生活の中でそれらを活用しながら、自ら課題を発見し、その解決に向けて主体的・協働的に探究し、学びの成果等を表現し、更に実践にいかしていけるようにすることが重要であるとしています。

そのために必要な力を育むためには、「何を教えるか」という知識の質や量の改善はもちろんのこと、「どのように学ぶか」という、学びの質や深まりを重視することが必要であり、課題の発見と解決に向けて主体的・協働的に学ぶ学習（いわゆる「アクティブラーニング」）や、そのための指導方法等を充実させていく必要があります。

また、こうした学習・指導方法の改善と併せて、学びの成果として「どのような力が身についたか」に関する学習評価のあり方についても、改善を図る必要があると言われていきます。

高等学校教育においては、選挙権年齢が満 18 歳に引き下げられたことや、国民投票の投票権や民法における成年年齢の引き下げも、今後同様に検討されていることを踏まえ、国家及び社会の責任ある形成者となるための教養と行動規範や、主体的に社会に参画し自立して社会生活を営むために必要な力を育むことが求められています。そして、こうした力を実践的に身につけるための新たな科目として「公民科」を「公共」とすることが決まりました。この「公共」は、現代社会の諸課題の解決に向けて自立するとともに、他者と協働して、公共的な空間を作る主体として選択・判断の基準を身につけ、考察する教科とされています。

消費者の自立を支援するために行われ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高めるための教育を含む）である消費者教育は、家庭、情報、公民、そして今後設けられる公共において学ぶとともに、教科等を横断した幅広い視点から取り組むことが求められています。

2. 教材の活用と授業実践について

(1) 教材の紹介

1) 契約編

この映像教材は、4つのチャプターに分かれており、それぞれに独立しています。授業の内容に応じて必要な教材を活用してください。

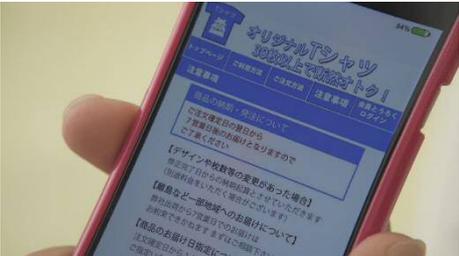
「1 契約の基礎知識」、「2 インターネット販売」、「3 自己啓発セミナー」は、問題提起型の映像教材になっています。

「4 相談したいときには」は、情報提供型の映像教材になっています。

タイトル	時間
全編	13分40秒
1 契約の基礎知識	4分27秒
2 インターネット販売	3分43秒
3 自己啓発セミナー	4分20秒
4 相談したいときには	1分10秒

※映像教材は、浜松市くらしのセンターのWebサイトからご覧いただけます。

映像の流れ	ポイント
<p>■問題提起 いらなくなったプレゼントの返品について</p> <p>ひろみにプレゼントを渡そうとして断られる翔太。開けなければ返品できると言われる。</p> <p>プレゼントを返品できるのかクラスで話し合う。</p> 	<p>民法には 13 種の契約類型が規定されている。契約は、合意によって法的拘束力を生ずるものであり、約束と明確に違う点をおさえる。</p>
<p>■返品について解説</p> <p>契約は一方的に解除できないことを教師が解説する。</p> 	<p>この事例は、売買契約で買主には代金支払義務が生じ、売主には目的物の引渡義務が発生する。返品ができるのは、売主に落ち度があったり、商品が不良品であったりした場合で、買主の都合ではできないことをおさえる。</p>
<p>■問題提起 本を購入するときの契約の成立時期</p> <p>契約の成立時期を、書店での本の売買契約を例に質問する。</p> <ol style="list-style-type: none"> ①本を手にとったとき ②店員が了解したとき ③代金を払ったとき ④商品を受け取ったとき 	<p>契約は、申込と承諾の意思決定の合意で成立するので口頭でも成立し、契約が成立してからお客の支払い義務とお店の商品引渡義務が発生することを、事例を見ながら確認する。契約書は内容を証拠化するためであることをおさえる。</p> <p>【正解】②店員が了解したとき</p>

映像の流れ	ポイント
<p>■文化祭前日 シーン1</p> <p>インターネットで注文したクラスTシャツが届かなくてあせっている。</p> <p>■1週間前の放課後(回想)</p> <p>クラス委員で話し合い、クラスTシャツをインターネットで注文することに決まる。</p> 	<p>インターネット販売の特徴、それに起因する問題点を店舗販売と比較してメリット・デメリット両面から考える。</p>
<p>■注文(回想)</p> <p>2人でインターネットでの注文の納品日を確認したところ7日かかることがわかり、ちょうど7日前だったため、その場でスマートフォンでTシャツを注文する。</p> 	<p>今回のインターネット販売のトラブルは、特定商取引に関する法律（以下特商法）で規定されている「通信販売」であり、販売業者は様々な取引条件を開示する義務がある。一方、消費者は取引条件を確認する必要があることをおさえる。</p>
<p>■文化祭前日 シーン2</p> <p>スマートフォンの注文画面を見ると納期は7営業日とあり、納品が文化祭の後になることが分かり愕然とする。</p> 	<p>インターネット販売はクーリング・オフが適用されないことや、返品特約についてなどおさえる。</p>
<p>■問題提起「インターネット販売で注意する点は？」</p>	<p>消費生活センターの相談につなげる。</p>

映像の流れ	ポイント
<p>■街中で</p> <p>就職活動中の大学生が、路上で就職活動に有利な情報を提供できると声をかけられ、連絡先を記入してしまう。</p> 	<p>この事例は、電話で無料セミナーをうたい呼び出している点から、トラブルの多い取引類型の「訪問販売」にあたることをおさえる。</p>
<p>■日常的に</p> <p>セールスの男性から、昼夜を問わず勧誘のメールや電話が届く。無料のセミナー案内を見て、無料ならばと参加を決める。</p> 	
<p>■自己啓発セミナー会場</p> <p>学生がセミナー会場から出てくると外にセールスの男性が待ち構えていて、別室に誘われ自己啓発本の契約をすすめられ、結局契約をしてしまう。</p> 	
<p>■問題提起 「この契約取り消しできると思いますか？」</p>	<p>訪問販売の場合、クーリング・オフができることを確認し、行使できる期間といつから起算するのかをおさえる。消費生活センターの相談につなげる。</p>

映像の流れ	ポイント
<p>■浜松市くらしのセンターの紹介 消費者トラブルについて相談したいときの連絡先と消費生活センターの役割を紹介</p>  <p>■消費者市民社会とは 消費者が消費者トラブルにあったとき行動をおこすことで、自分のトラブルを解決できるだけでなく次の被害を防ぐことができ、被害のない社会に変えていくことができる。</p>	<p>消費生活センターが身近な窓口であることをおさえる。</p> <p>消費者市民社会は、推進法において、「消費者が、……自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼしうるものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」と定義している。(第二条の2)</p>

2) フェアトレードタウン浜松編

この映像教材は、4つに分かれています。「1 フェアトレードって知っていますか?」は、フェアトレードについて基本的なことを学びます。「2 消費の裏側にある問題とSDGs・エシカル消費」は、消費の背景と世界の動きを知り、なぜフェアトレードが必要かを学びます。また、浜松でこれまで実施されてきたエシカルな取組について紹介し、世界的な潮流であるSDGsにも触れます。次の「3 身近にある取組み」は、浜松市内のフェアトレードをはじめ、エシカルなさまざまな取組みについてインタビューを通して紹介しています。最後の「4 わたしたちにできること」は、インタビューを通して感じたこと気づいたことを高校生の言葉で紹介しています。

全編を通して見ることで、フェアトレードをはじめエシカルや消費者市民社会についての理解が深まります。

タイトル	時間
全編	15分40秒
1 フェアトレードって知っていますか?	5分14秒
2 消費の裏側にある問題とSDGs・エシカル消費	1分49秒
3 身近にある取組み	7分38秒
4 わたしたちにできること	59秒

※映像教材は、浜松市くらしのセンターのWebサイトからご覧いただけます。

映像の流れ	解説
<p>■街の人にインタビュー 「フェアトレードって知っていますか？」</p> <p>■静岡文化芸術大学下澤嶽先生へのインタビュー</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ コーヒー豆のパッケージにある国際フェアトレード認証を確認。  ・ はままつフェアトレードマップでフェアトレード商品を取り扱う店舗を確認する。  ・ フェアトレードの仕組みとその背景にある児童労働を解説。    ・ 国際フェ 	<p>国際フェアトレード認証は、製品に対する認証。その製品の原料が生産されてから、輸出入、加工、製造工程を経て完成品となるまでの全過程で、国際フェアトレードラベル機構が定めた基準が守られている証。</p> <p>身近なお店にフェアトレード商品があることを確認。 →指導ガイド付録「はままつフェアトレードマップ Ver. 2」参照</p> <p>フェアトレードは、立場の弱い発展途上国の人々の生活改善と自立を目指すために「適正な価格」で「継続的に取引」する貿易のしくみ。 フェアトレードが必要な背景の一つに児童労働がある。 【写真】コットン畑で働く少女 インドでは、収穫は、手で一つひとつ摘み取る。 【写真】カカオ農園ではたらく少年：収穫してカカオポットを なた 鉋で割る。(ガーナ)</p>

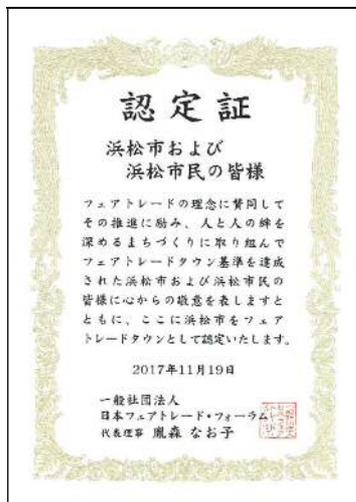
映像の流れ	解説
<p>■問題提起 「消費の裏側にはどんな問題があるのでしょうか？」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ファストファッションの裏側…ラナプラザの崩壊事故 (バングラデシュ)  <p>ラナプラザの崩壊事故(バングラデシュ) 洋服の縫製工場が入ったビルが崩壊 1,000人以上の人が亡くなった(2013年4月24日)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォンなどに使用される金の裏側…採掘による環境破壊 (インドネシア)  <p>金の採掘による環境破壊(インドネシア スンパツ島) © iStockphoto.com</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高潮で冠水する道路 (マーシャル諸島)  <p>高潮で冠水する道路(マーシャル諸島 マジュロ島) © 写真家 山本 浩一</p>	<p>労働者が低賃金で過酷な労働環境のもと働かされることがある。この事故は、ビルが危険な状況であるにも関わらず対応することなく、その結果崩壊して多くの犠牲が出た。</p> <p>金は、1 tの土砂から1g程度しかとれない。金をとった残りの土砂は廃棄される。</p> <p>地球温暖化が原因と思われる海面上昇が要因の冠水。南太平洋の島国は、海面上昇の影響で住み続けることができないと危機感を募らせている。</p>
<p>■SDGs</p> <p>地球規模の問題を解決するため2015年国連で採択された「持続可能な開発目標」。生産者と消費者それぞれに「つくる責任つかう責任」が求められる。</p>  <p>SDGs(持続可能な開発目標)</p>	<p>SDGs:Sustainable Development Goals</p> <p>国連の開発サミットにおいて、人間、地球及び繁栄のための行動計画としてかかげられた。</p>

■フェアトレードタウン浜松

浜松では、フェアトレードタウン運動をきっかけに、公正で持続可能な社会を目指して、エシカルな取り組みがつながり広がろうとしている。



(参考) フェアトレードタウン認定書



2017年11月16日に開催されたフェアトレード・フォーラムの理事会で国内4都市目の認定を受けた。認定書の交付日は、2017年11月19日。

写真1:東北・福島を応援するための農産物販売（2014年、市事業）

写真2:特別栽培米やら米か→「身近にある取り組み」の映像参照

写真3:一般廃棄物最終処分場に設置した太陽光発電所。発電能力は3000KW。

写真4:地元農家による有機栽培の野菜（ひかり農園）

写真5:大学サークルが企画しフェアトレードの砂糖を使って就労支援施設でつくったお菓子（販売りとるあーす）

写真6:森林の環境保全に配慮し、地域社会の利益にかなない、経済的にも継続可能な形で生産された木材に与えられるFSC認証。

参考資料：公益財団法人消費者教育支援センター

「私たちの行動が未来をつくるーめざせ！消費者市民ー」

映像3__身近にある取り組み

映像の流れ	解説
<p>「身近にどんな取り組みがあるのでしょうか？」</p> <p>■イオン浜松西店 小林加奈さんインタビュー 日常の買い物を通じて国際貢献したいという消費者の声に応え、フェアトレード商品を企画・販売している。</p>  <p>■酒&フードかとう 加藤國昭さん・峰子さんインタビュー 顔の見える生産者がつくっているものを、適正な価格で責任をもって販売している。</p>  <p>■豆乃木 杉山世子さんインタビュー 農家にとって一番うれしいことは、労力に見合った価格で買ってもらうことだと聞いて、自分がコーヒー豆を買おうと決めた。これにより支援を通じたつながりだったメキシコの生産者との間に売買の当事者としてのつながりが生まれた。生産者のくらしを想像することで、フェアトレードに関心を持つことができる。</p>  <p>■Anny coffee 高橋さん親子インタビュー 豆乃木のコーヒー豆がとてもおいしいからお店で使っている。素材の良さを活かして焙煎をしている。</p>	<p>25年間、安全、安心な食とこだわりのお酒をテーマに、フェアトレードや地元の無農薬野菜、被災地で生産された商品など生産者の顔の見える製品を、自ら全国をまわって集め、販売をしている。</p> <p>2011年豆乃木を設立。 「人びとが希望をもって生きていける機会を捉え、サービス（モノ・コト）に変える」その願いのもと、メキシコのマヤ先住民が育むフェアトレードのマヤビニック・コーヒーを輸入、販売。</p> <p>2016年にオープン。豆乃木のコーヒー豆を自家焙煎で出すお店。</p> <p>2018年2月1日にフェアトレード大学に認定。</p>

■アジア初フェアトレード大学静岡文化芸術大学

りとるあーす 日比野都麦さんインタビュー

フェアトレードの砂糖を使ったスコーンを「工房いもねこ」で作ってもらい「地球スコーン」として販売。フェアトレードの活動を通して、資金の確保やさまざまな団体との協力など現実的な問題があることを知り、理想だけの世界ではないことがわかった。



■ファームカモ 加茂博子さんインタビュー

特別栽培米を生産し、生産の工程を記入した栽培管理記録を開示している。丹精込めたお米は、それに見合った正しい価格で買って欲しい。

「やら米か」は、「何もしなければ何も変わらない、できることからはじめよう」という思いを込めた浜松の方言「やらまいか」に由来する。



りとるあーす：フェアトレードに関心がある学生が活動しているサークル。

工房いもねこ：不登校生や発達障がいの子どもたちが社会を体験する新しいタイプの福祉作業所。

化学肥料の使用を削減し、安全性の高い商品の生産を目指してお米や玉ねぎなどを生産する農家。

特別栽培米

生産者と消費者の安全や地域の環境に配慮し、農薬や化学肥料の使用量を慣行レベルの1/2以下で栽培したお米。

映像4_わたしたちにできること

映像の流れ	解説
<p>■問題提起「わたしたちには何ができるでしょうか？」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・わたしたちにも、身近なところにできることがたくさんある。できることからやってみよう。 ・生産者と消費者がつながることが重要だと感じた。 <p>消費者市民になろう！</p> <p>公正で持続可能な社会を目指して、自分だったら何ができるかを考え、行動しよう！未来は必ず変えられる。</p>	<p>消費者市民とは、人、社会、環境のことを考え、選択を行う消費者をいう。家族、地域、国、地球規模で考え責任を持って行動することで、公正で持続可能な社会の形成に参画する。</p>



(2) 授業プランとワークシート

映像教材を活用した家庭科、公民科、商業科の授業プランとワークシートの例を以下に紹介します。授業展開案とワークシートなど全てがワードデータで付録のCDに収録されていますので、評価基準、展開、ワークシート等各校の実態に合わせてご活用ください。

1) 授業展開案<家庭科> 契約編

科目・単元名 家庭基礎 消費者問題を考える

ねらい 契約の意味を理解し、問題商法にはどのように対応すればよいのかを考える。

評価基準 DVDを通して日常生活の中で「契約」はどのように成立するのかを理解し、契約トラブルから身を守る手段について具体例を通して学び、ワークシートにまとめる。

活用映像 契約編 全編

	学習活動	指導上の留意点	評価の実際
導入 (10分)	<ul style="list-style-type: none"> この1週間に自分で買ったものを値段も含め黒板に書く。 クラスの生徒が何をどのくらいの金額で買っているか現状を知る。 金額に関係なく、商品を買うという日常何気なく行っている行為が売り手側との「契約」であることに気づく。 	<ul style="list-style-type: none"> 生徒自身がこの1週間に買ったものとそれらの値段について、全員1つずつ黒板に書かせる。 クラスの生徒全員が何らかの商品を購入している事実を確認させる。 日常生活で何らかの商品を買うという行為が金額に関係なく、すべて「契約」であることを伝える。 本時は、「契約」に関する正しい知識を学ぶことを伝える。 	<ul style="list-style-type: none"> 自分の意見を書いている。
展開 (35分)	<p>【展開】(35分)</p> <p>映像「契約の基礎知識」(4'27")の視聴</p> <ul style="list-style-type: none"> 「契約」がどの時点で成立しているかを確認する。 自分たちが消費者として「契約」に責任を持つことが大切であることを確認する。 「契約」についてワークシートをまとめる。 高校生でもインターネットで商品を購入する機会が増加している現状を把握する。 	<ul style="list-style-type: none"> DVD準備 ワークシートを配布し、「契約」についてまとめさせる。 インターネットで商品を購入したことがある生徒に挙手してもらう。 最近は「インターネット販売」で誰でも手軽に商品を購入する現状を伝える。 	<ul style="list-style-type: none"> 「契約」の意味をワークシートにまとめている。

	<p>映像「インターネット販売編」(3'43")の視聴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・インターネットで商品を購入することも契約であること、売り手側の「顔」が見えない場合の契約の注意点などを考え、発表する。 <p>映像「自己啓発セミナー編」(4'20")の視聴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・成人すると高額な契約は自分の責任で行えることを知り、トラブルに巻き込まれないためにはどうしたらよいかを考え、ワークシートに記入する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークシートにネット販売での契約をする際の消費者側の注意点を考えさせる。 ・成人して保護者の承諾が必要とされなくなると、様々な「契約」が今よりも自由にできるようになることを伝える。その時に注意すべきことは何か、ワークシートにまとめさせる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネット販売で注意すべき点を考え、発表している。 ・悪質商法の手口について理解し、自分で身を守るためにはどうしたらいいかを考え、ワークシートにまとめている。
<p>まとめ(5分)</p>	<p>映像「相談したいときには」(1'10")の視聴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・契約に関するトラブルに巻き込まれた時は、一人で悩まず相談できる場所があることを知る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークシートにまとめをさせる。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ワークシートにまとめを記入している。

「契約」とは

★DVDを参考にまとめてみよう！

「契約の基礎知識」

◎お店で買った商品は、基本的に（ ）。

「契約」は一方的に（ ）のが原則。

◎「契約」は（ ）に左右されない。

◎「契約」は（ ）に成立する。

「インターネット販売」

◎インターネット販売で注意すべきことは何か、考えよう。

「自己啓発セミナー」

◎成人すると高額な契約が可能となる。若者を狙う悪質業者からどのように身を守ったらよ
いだろう？DVDの中で、注意すべきだった点は何か考えてみよう。

<まとめ> ひとりで悩まず、必ず行動をおこすことが大切！



困った！と思ったらこちらへ連絡を！

★（ ）⇒ 消費者トラブルのことなら何でも相談可能。
全国にあります！

♡浜松市の相談窓口はこちら ⇒（ ）
浜松市中区海老塚町51-1 ☎053-457-2635

消費者ホットライン ⇒ ☎（ ） ※土日もつながります！

「契約」とは

★映像を参考にまとめてみよう！

「契約の基礎知識」

◎お店で買った商品は、基本的に（ **返品できない** ）。

「契約」は一方的に（ **解除できない** ）のが原則。

◎「契約」は（ **金額** ）に左右されない。

◎「契約」は（ **店員が了解したとき** ）に成立する。

「インターネット販売」

◎インターネット販売で注意すべきことは何か、考えよう。

※生徒が自分の考えを記入する

「自己啓発セミナー」

◎成人すると高額な契約が可能となる。若者を狙う悪質業者からどのように身を守ったらよ
いだろう？映像の中で、注意すべきだった点は何か考えてみよう。

※生徒が自分の考えを記入する

<まとめ> ひとりで悩まず、必ず行動をおこすことが大切！



困った！と思ったらこちらへ連絡を！

★（ **消費生活センター** ）⇒ 消費者トラブルのことなら何でも相談可能。
全国にあります！

♡浜松市の相談窓口はこちら ⇒（ **浜松市くらしのセンター** ）
浜松市中区海老塚町51-1 ☎053-457-2635

消費者ホットライン ⇒ ☎（ **188** ） ※土日もつながります！

2) 授業展開案<商業科> 契約編__契約の基礎知識

科目・単元名 経済活動と法

(3)取引に関する法 ア 契約と意思表示 イ 売買契約と賃借契約

ねらい ア 契約の種類と意義、意思表示の効果、契約の効力、契約自由の原則とその制限及び契約の成立と無効・取消しについて理解する。

イ 売買契約の意義及び売主と買主の権利・義務について理解する。

評価基準 契約の種類と意義、意思表示の効果などを理解し、企業の消費者対応について考えまとめる。消費者トラブルと消費生活センターについて理解する。

活用映像 「契約の基礎知識」(4'27")、「相談したいときには」(2'11")

	時間	内容
導入	3分	<p>●本時のねらいを理解させる。</p> <p>「この単元の復習として映像を視聴し契約についての理解を深める」</p> <p>「契約についての事例を見ながら、教科書で学習したことを振り返る」</p>
展開	20分	<p>●契約と意思表示について</p> <p>映像「契約の基礎知識」(4'27")の視聴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・買主が契約の無効や取消を主張できる場合を教科書から抜粋させる。 (各自→グループ) →ワークシート① ・企業が返品に応じるメリットと返品を受け付ける際に気をつける点を考えさせる。(各自→グループ→発表) →ワークシート②
	10分	<p>映像「契約の基礎知識」(4'27")の再視聴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・売買契約の成立時期について、挙手などで確認し、その理由についても問いかける。 →ワークシート③ ・売買契約の性質について教科書を参考に確認する。(各自→全体) →ワークシート④
	5分	<p>●消費者トラブルについて</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者トラブルには、どのようなものがあるかを考えさせる。(各自→全体) →ワークシート⑤
	7分	<p>●消費生活センターの役割</p> <p>映像「相談したいときには」(2'11")の視聴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費生活センター・浜松市くらしのセンターの役割について、映像を視聴しながらメモを取らせ、その後に全体で確認する。 →ワークシート⑥
まとめ	5分	<p>●本時の内容の復習と確認</p> <p>「契約についての理解を深めることができたか」</p> <p>●ワークシート【全体的な感想など】の記入</p>

ワークシート

「あなたの行動が社会を変える！消費者市民になろう！」 契約の基礎知識

映像を見て、それぞれについて記入してください。

- ①契約は一方的に解除できないのが原則ですが、民法上、一定の場合には、契約を解消する場合があります。それはどのような場合でしょうか。可能な限り、教科書などで学習した専門用語を使って説明してください。

【自分・メンバー】

- ②「レシートと品物を持参すれば返品に応じる」というような企業も見受けられますが、そのようなことは企業にとってどのようなメリットがあると考えますか。

【自分・メンバー】

<メリット>

<気をつけること>

③映像のような場合（本の購入）の売買契約は、どの時点で契約は成立しますか。

- ①本を手にとったとき ②店員が了解したとき
③代金を払ったとき ④商品を受け取ったとき

④以下は売買契約の性質を表したものです。空欄を埋めてください。

売買契約の性質			説明
	契	約	当事者の意思表示が合致するだけで成立する契約
	契	約	両当事者が互いに相対する債務を負う契約
	契	約	経済的に対価関係にある利益が授受される契約

⑤「消費者トラブル」と聞いてあなたはどのようなものをイメージしますか？

⑥「消費生活センター」「浜松市くらしのセンター」とは何をするところでしょうか。

【全体的な感想など】

③映像のような場合（本の購入）の売買契約は、どの時点で契約は成立しますか。

- ①本を手にとったとき ②店員が了解したとき
 ③代金を払ったとき ④商品を受け取ったとき

②

④以下は売買契約の性質を表したものです。空欄を埋めてください。

売買契約の性質				説 明
諾	成	契	約	当事者の意思表示が合致するだけで成立する契約
双	務	契	約	両当事者が互いに相對する債務を負う契約
有	償	契	約	経済的に対価関係にある利益が授受される契約

⑤「消費者トラブル」と聞いてあなたはどのようなものをイメージしますか？

例)
 インターネットなどでの架空請求 詐欺まがいの出会い系サイト モデル契約
 オークションサイトでのトラブル 商品が届かないなどのトラブル 抱き合わせ販売

⑥「消費生活センター」「浜松市くらしのセンター」とは何をするところでしょうか。

専門的な知識を持った職員が問題解決へのアドバイスをする
 必要に応じて事業者との間に立って問題解決のための交渉の手伝い

【全体的な感想など】

3) 授業展開案<商業科> 契約編_インターネット販売

科目・単元名 経済活動と法 (5)企業の責任と法 イ 消費者保護

ねらい イ 企業活動を行う際の消費者保護の視点の重要性について理解する。

評価基準 企業活動における消費者保護の視点の重要性を理解し、ワークシートにまとめる。

活用映像 「インターネット販売」(3'43") 「相談したいときには」(1'10")

	時間	内容
導入	3分	<ul style="list-style-type: none"> ●本時のねらいを理解させる。 「この単元の復習として映像を視聴して理解を深める」 「事例を見ながら、教科書で学習したことを振り返る」
展開	3分 27分 5分 7分	<ul style="list-style-type: none"> ●未成年者の法律行為について <ul style="list-style-type: none"> ・教科書などから抜き出させ復習とする。 →ワークシート① ●インターネット販売 <ul style="list-style-type: none"> 映像「インターネット販売」(3'43")の視聴 <ul style="list-style-type: none"> ・Tシャツを作成するときを守るべき点を考えさせる。 →ワークシート② (各自→発表:生徒個々によって感じ方の違いを認識させる) ・インターネット販売やカタログ販売のメリットとデメリットを考えさせる。 (各自→発表:生徒個々によって感じ方の違いを認識させる) →ワークシート③ ・インターネット販売で注文するときのサイトの見分け方を考えさせる。 (各自→発表:生徒個々によって感じ方の違いを認識させる) →ワークシート④ ・インターネット販売で注文するときの納品日を算出。 →ワークシート⑤ ・利用規約を読むことが大切な理由を考えさせる。 →ワークシート⑥ (各自→発表:考えを共有する) ●消費者トラブルについて →ワークシート⑦ <ul style="list-style-type: none"> ・消費者トラブルには、どのようなものがあるかを考えさせる。 (各自→全体:場合によっては教科書などから抜き出させる) ●消費生活センターの役割 <ul style="list-style-type: none"> 映像「相談したいときには」(2'11")の視聴 <ul style="list-style-type: none"> ・消費生活センター・浜松市くらしのセンターの役割について、映像を視聴しながらメモを取らせ、その後に全体で確認する。 →ワークシート⑧

まとめ	5分	<ul style="list-style-type: none"> ●本時の内容の復習と確認 「契約についての理解を深めることができたか」 ●ワークシート【全体的な感想など】の記入
-----	----	---

「経済活動と法」

HRNO _____ 氏名 _____

ワークシート

「あなたの行動が社会を変える！消費者市民になろう！」インターネット販売

- ①未成年の法律行為とはどのようなことですか。教科書や便覧などから抜き出して書いてください。

映像を見て、それぞれについて記入してください。

- ②便利なインターネット販売ですが、映像にあるような T-シャツなどを作る場合に、注文者として守らなければならないことがたくさんあります。それはなんですか。

【自分・メンバー】

- ③インターネット販売やカタログ販売などのメリットとデメリットを書きましよう。

【自分・メンバー】

<メリット>

<デメリット>

- ④映像に「ちゃんとしたサイトなら大丈夫なんじゃないか」と出てきますが、あなた自身はどのような基準を満たしていたら「大丈夫」だと思いますか。

【自分・メンバー】

⑤この用紙を記入している日から7営業日後は何月何日ですか。

ただし、本日を初日として含めることとし、土日祝日は店舗の休業日とする。

⑥「利用規約」などをしっかりと読むことが大切だということはわかりますが、その理由はなぜだとあなたは考えますか。

【自分・メンバー】

⑦この他にどのような「消費者トラブル」が考えられますか。

【自分・メンバー】

⑧「消費生活センター」「浜松市くらしのセンター」とは何をするところでしょうか。

【全体的な感想など】

「経済活動と法」

HRNO _____ 氏名 _____

ワークシート

「あなたの行動が社会を変える！消費者市民になろう！」インターネット販売

- ①未成年の法律行為とはどのようなことですか。教科書や便覧などから抜き出して書いてください。

未成年者が法律行為をするには、その法定代理人の同意を得なければならない。ただし、単に権利を得、又は義務を免れる法律行為については、この限りではない。

映像を見て、それぞれについて記入してください。

- ②便利なインターネット販売ですが、映像にあるような T-シャツなどを作る場合に、注文者として守らなければならないことがたくさんあります。それはなんですか。

【自分・メンバー】

著作権を守る 公序良俗に反しない など

- ③インターネット販売やカタログ販売などのメリットとデメリットを書きましよう。

【自分・メンバー】

<メリット> どこにいても注文できる 代金の支払い方が豊富 など

<デメリット> 不良品が送られてくる可能性がある 事前に手にとることができない
商品が届かない可能性がある 色がわかりにくい など

- ④映像に「ちゃんとしたサイトなら大丈夫なんじゃないか」と出てきますが、あなた自身はどのような基準を満たしていたら「大丈夫」だと思えますか。

【自分・メンバー】

適正な金額 サイトの様式がしっかりとしている 有名な企業である
支払い方法がたくさんある 使用できるカードの種類が豊富
評判が良い など

⑤この用紙を記入している日から7営業日後は何月何日ですか。

ただし、本日を初日として含めることとし、土日祝日は店舗の休業日とする。

各自で算出

⑥「利用規約」などをしっかりと読むことが大切だということはわかりますが、その理由はなぜだとあなたは考えますか。

【自分・メンバー】

- ・申し込む前に、ネット販売業者が誰で契約条件がどのようなものであるかを確認し、申し込むか否かを判断するため
- ・詐欺などの被害に遭わないようにするため
- ・もし、被害に遭っても対応の糸口が見つかるため
- ・記入に不備がある場合には利用をやめることができるため

⑦この他にどのような「消費者トラブル」が考えられますか。

【自分・メンバー】

例)

インターネットなどでの架空請求 詐欺まがいの出会い系サイト モデル契約
オークションサイトでのトラブル ネットワークビジネス 抱き合わせ販売

⑧「消費生活センター」「浜松市くらしのセンター」とは何をするところでしょうか。

専門的な知識を持った職員が問題解決へのアドバイスをする
必要に応じて事業者との間に立って問題解決のための交渉の手伝い

【全体的な感想など】

4) 授業展開案<商業科> 契約編_自己啓発セミナー

科目・単元名 経済活動と法 (5)企業の責任と法 イ 消費者保護

ねらい イ 企業活動を行う際の消費者保護の視点の重要性について理解する。

評価基準 企業活動における消費者保護の視点の重要性を理解し、ワークシートにまとめる。

活用映像 「自己啓発セミナー」(4'20")、「相談したいときには」(1'11")

	時間	内容
導入	3分	<ul style="list-style-type: none"> ●本時のねらいを理解させる。 「この単元の復習として映像を視聴して理解を深める」 「事例を見ながら、教科書で学習したことを振り返る」
展開	3分	<ul style="list-style-type: none"> ●未成年者の法律行為について →ワークシート① ・教科書などから抜き出させ、復習とする。 ●キャッチセールスについて
	28分	<p>映像「自己啓発セミナー」(4'20")の視聴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・悪質商法の語句の確認(挙手をさせ解答させる) →ワークシート② ・キャッチセールスの勧誘の特徴について考えさせる。 →ワークシート③ (各自→発表:生徒個々によって感じ方の違いを認識させる) ・キャッチセールスによる契約に至る消費者の行動は何かを考えさせる。 (各自→発表) →ワークシート④ ・クーリング・オフ制度により契約を解除できる事例を書かせる。 (教科書などから抜き出させ簡単に確認) →ワークシート⑤ ・成年年齢引き下げによる自分たちへの影響を考えさせる。 (各自→発表:考えの共有) →ワークシート⑥
	4分	<ul style="list-style-type: none"> ●消費者トラブルについて ・消費者トラブルには、どのようなものがあるかを考えさせる。 (各自→全体:場合によっては教科書などから抜き出させ簡単に確認。) →ワークシート⑦
	7分	<ul style="list-style-type: none"> ●消費生活センターの役割 <p>映像「相談したいときには」(2'11")の視聴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費生活センター・浜松市くらしのセンターの役割について、映像を視聴しながらメモを取らせ、その後全体で確認する。 →ワークシート⑧

まとめ	5分	●本時の内容の復習と確認 「契約についての理解を深めることができたか」 ●ワークシート【全体的な感想など】の記入
-----	----	--

ワークシート

「あなたの行動が社会を変える！消費者市民になろう！」 自己啓発セミナー

- ①未成年の法律行為とはどのようなことですか。教科書や便覧などから抜き出して書いてください。

映像を見て、それぞれについて記入してください。

- ②映像では、事業者が学生に対して無料のセミナーをうたい会場にこさせて、契約させました。このような販売方法を何といいますか。

- ③映像のようにセールスマンの勧誘が行き過ぎな場合もありますが、ここではどのような場面がそうであるとあなたは感じましたか。

【自分・メンバー】

- ④この就職活動をしている学生のいくつかの行為が、後の契約までつながってしまうきっかけとなりました。それはどのようなことだったでしょうか。

【自分・メンバー】

⑤クーリング・オフ制度は、訪問販売などにおいて、その法律に定められた期間内であれば、消費者が無条件に申込みの撤回や契約の解除を行うことができるものですが、それはどのような場合ですか。教科書や便覧などから探して書いてください。

⑥成年年齢の引き下げがなされた場合、あなた自身はどのようなことに注意をして生活していきますか。

【自分・メンバー】

⑦この他にどのような「消費者トラブル」が考えられますか。

【自分・メンバー】

⑧「消費生活センター」「浜松市くらしのセンター」とは何をするところでしょうか。

【全体的な感想など】

ワークシート

「あなたの行動が社会を変える！消費者市民になろう！」 自己啓発セミナー

- ①未成年の法律行為とはどのようなことですか。教科書や便覧などから抜き出して書いてください。

未成年者が法律行為をするには、その法定代理人の同意を得なければならない。ただし、単に権利を得、又は義務を免れる法律行為については、この限りではない。

映像を見て、それぞれについて記入してください。

- ②映像では、事業者が学生に対して無料のセミナーをうたい会場にこさせて、契約させました。このような販売方法を何といいますか。

訪問販売

- ③映像のようにセールスマンの勧誘が行き過ぎな場合もありますが、ここではどのような場面がそうであるとあなたは感じましたか。

【自分・メンバー】

執拗に付きまとう	セミナー後に強引に個室に連れ込む
強引に個人情報を書かせる	断りにくい状況を作り出している
何度も電話をする	一方的に考え方を押し付けるように話す
何度もメールをする	「みんなも…」とって油断をさせる など

- ④この就職活動をしている学生のいくつかの行為が、後の契約までつながってしまうきっかけとなりました。それはどのようなことだったでしょうか。

【自分・メンバー】

個人情報を書いてしまう
セミナー後についていってしまう など

⑤クーリング・オフ制度は、訪問販売などにおいて、その法律に定められた期間内であれば、消費者が無条件に申込みの撤回や契約の解除を行うことができますが、それはどのような場合ですか。教科書や便覧などから探して書いてください。

- ①店舗以外の場所での契約が対象（キャッチセールスは摘要される）
- ②商品、役務、政令により指定された権利に関する契約
- ③クーリング・オフの説明など法定事項を網羅した書面を受け取った日から8日以内（連鎖販売は20日）
- ④内容証明郵便などの書面により申込みの撤回、契約の解除の通知をする

⑥成年年齢の引き下げがなされた場合、あなた自身はどのようなことに注意をして生活していきますか。

【自分・メンバー】

相当額の契約については、その場で判断せず、一度冷静になって考えてみる
保護者や第三者に相談する など

⑦この他にどのような「消費者トラブル」が考えられますか。

【自分・メンバー】

例)
インターネットなどでの架空請求 詐欺まがいの出会い系サイト モデル契約
オークションサイトでのトラブル ネットワークビジネス 抱き合わせ販売

⑧「消費生活センター」「浜松市くらしのセンター」とは何をするところでしょうか。

専門的な知識を持った職員が問題解決へのアドバイスをする
必要に応じて事業者との間に立って問題解決のための交渉の手伝い

【全体的な感想など】

5) 授業展開案<家庭科> フェアトレードタウン浜松編

科目・単元名 家庭基礎 経済生活を営む

ねらい 日常生活における何気ない消費行動が日本国内にとどまらず、国外にも大きく影響を与えることを知り、消費者としてどのような責任があるかを考える。

評価基準 「フェアトレード」の意味を理解し、消費者の1人として何ができるかを考えワークシートにまとめる。

活用映像 フェアトレードって知っていますか?の前半部分(0~3'46")

	学習活動	指導上の留意点	評価の実際
導入 (15分)	<ul style="list-style-type: none"> 4~5人のグループを作り、机を合わせる。 ● 日常の消費行動の振り返り <ul style="list-style-type: none"> チョコレートのパッケージに書かれている情報や値段などを参考に、自分ならどれを買うかグループで意見を出し合う。 グループの代表者が意見をまとめて発表する。 	<ul style="list-style-type: none"> グループ学習を行うことを伝える。 各グループに、<u>3種類のチョコレート</u>を配布。 <ol style="list-style-type: none"> ① 値段が安いチョコレート ② 平均的な値段のチョコレート ③ フェアトレードのチョコレート 自分ならどれを買うか理由も含めて考えさせる。 グループの代表が意見をまとめて発表することを伝える。 	<ul style="list-style-type: none"> 話し合いに参加し、意見を述べている。
展開 (20分)	<ul style="list-style-type: none"> ● フェアトレードについて <ul style="list-style-type: none"> 「フェアトレード認証ラベル」を確認し、どのような意味があるのか考える。 	<ul style="list-style-type: none"> 3種類のチョコレートはそれぞれどのような特徴があるのか改めて確認させる。 「フェアトレード認証ラベル」を取り上げ、マークの意味について学習することを知らせる。 	

	<p>映像「フェアトレードって知っていますか？」前半(0~3'46")の視聴</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「フェアトレード」とは何かわかったことを発表する。 ・板書を参考に「フェアトレード」の意味をさらに深く理解し、ワークシートをまとめる。 ・自分たちが住む浜松はフェアトレードタウンとして様々な活動をしていることを知る。 ・自分たちが何気なく購入していたものの中にも、フェアトレードの商品があったことに気づく。 	<ul style="list-style-type: none"> ・映像からわかったことを発表させ、どの程度理解できたか確認する。 ・ワークシートを配布し、「フェアトレード」とは何かを改めて説明する。 ・「はままつフェアトレードマップ」を各班に配布する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・フェアトレードについて、わかったことをワークシートにまとめている。
<p>まとめ(15分)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●わたしたちにできること ・フェアトレードのチョコレートと他のチョコレートを食べ比べ、「味」と「値段」について考える。 ・授業を終えて、自分なら3種類のチョコレートの中でどれを選択するか、今後、どのような商品を選択し、購入していくことが必要となるかなど、自分の意見をワークシートに記入する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・フェアトレードの商品を買う側の私たちのメリットを伝える。 ・フェアトレードの意味をきちんと理解し、自分たちができる範囲で積極的にフェアトレードの商品を購入してこうとする姿勢が大切であることを伝える。 	<ul style="list-style-type: none"> ・今後の生活の中でフェアトレードの商品とどのように関わっていくべきか、自分の意見をワークシートにまとめている。

「国際フェアトレード認証ラベル」



「フェアトレード」って何？

- ★「フェア」＝（ 「公正」 ）、「トレード」＝（ 「貿易」 ）
- ★フェアトレード＝立場の弱い発展途上国の人々の（ 生活改善 ）と（ 自立 ）を目指すために、「（ 適正 ）な価格」で「（ 継続的に ）取引」する貿易のしくみ
- ★フェアトレードの目的
 - ①発展途上国の人々の暮らしをどうやって守るかを最優先に考える。
 - ②地域の文化や伝統的な手仕事の技術、環境を守る。
 - ③発展途上国の子どもたちがきちんと教育を受けられる社会、援助に頼らず自立していける社会の実現を目指す。

【100円のチョコレートの原価】

Q 100円の板チョコが1枚売れたとすると、カカオ農家はどのくらいもらえるのでしょうか？

A カカオをつくる人は、100円のチョコで（ 約3円 ）しかもらえません。

<一般的な貿易のしくみ>

生産者⇒ 仲買人⇒ 輸出業者⇒ 輸入業者⇒ 小売業者⇒ 消費者
(カカオ農家) (店舗) (私たち)

発展途上国の生産者から先進国の消費者へ商品が届くまでの間にたくさんの人や社会がかかわっています。それぞれが取り分を得るため、生産者の取り分はほんのわずかしかなかったり、カカオ農家の生活は苦しく、子どもたちも学校へ行かずに働かなくてはならないのです。

<フェアトレードの貿易の流れ>

(生産者) ⇒ (NGO などの団体) ⇒ (消費者)

※NGO＝援助活動を行う市民団体

フェアトレードの商品って、ちょっと割高ですが・・・。

Q フェアトレードの商品を買う私たち買い手側（消費者）にとって、何かメリットがあるのでしょうか？

A メリットはあります！

フェアトレードの農産物には有機栽培のものが多く、おいしくて安心できる食べ物です！フェアトレードの製品は、どこでだれがつくったのかがわかるしくみになっています。「顔がみえる」安心・安全につながっています！

終わりに・・・

あなたはこれから、どのようなことに注意して商品を購入しますか？

参考文献 「考えよう！やってみよう！フェアトレード」
監修／渡辺龍也 編／こどもくらぶ 彩流社

6) 授業展開案<公民科> フェアトレードタウン浜松編

「フェアトレードから南北問題を考える」

科目・単元名	現代社会 国際的な格差の是正
ねらい	フェアトレードを題材に南北格差の是正に向けた取り組みを考える。
評価基準	格差是正のために、私たちは何が出来るか考えワークシートにまとめる。
活用映像	「フェアトレードって知っていますか？」(5'14") 「消費の裏側にある問題とSDGs・エシカル消費」の前半(0~1'00") 「身近にある取り組み」の前半(0~3'57") ※時間があれば後半(3'58"~7'38")と「わたしたちにできること」(59")も見る

	時間	内容
導入	5分	○南北問題の現状について確認 ・教科書や資料集などを使い、地域による経済格差を確認。 ・格差の理由の一つとしてモノカルチャー経済などを確認。
展開	40分	○フェアトレードについて 映像「フェアトレードって知っていますか？」(約6分)の視聴 ・フェアトレードが求められる背景を考える。(約5分) 児童労働や環境破壊などの何が問題となるか考えさせる。 数名を指名して、意見発表などをしてよい。 ○身近にある取り組み 映像「身近にある取り組み」(約4分~9分)などの視聴 ※時間に余裕があれば、映像の最後まで観る。 ○フェアトレードを広めるために何が出来るか。(約10分) ・政策レベル(国際機関、政府、自治体など)の取り組みは、今回は深入りしない。 ・日本にいる私たちは何が出来るかを考える。 …販売者と消費者が出来ることに分けて考える。 ・班別に分かれ、各自の意見を出し合う。 ○各班の代表による発表(10分)
まとめ	5分	・フェアトレードについての認識がどのようになったか確認する。 ・プリントの提出。

ワークシート

フェアトレードから南北問題を考える

1. 南北問題

(1) 南北問題とは

先進国と発展途上国の間に（ ）があること。

(2) 背景

発展途上国の多くがかつての（ ）であり、その時代に特定の農産物などの生産を強要されていたことがあげられる。現在でも、発展途上国はこれらの輸出に頼っており、これを（ ）経済という。

2. フェアトレード

(1) フェアトレードとは

発展途上国でつくられた作物や製品を、（ ）で（ ）に取引することで、発展途上国の生産者や労働者の生活改善と自立をめざす貿易のしくみ。

これまでも行われてきた、募金などの援助は（ ）にとどまる。

(2) フェアトレードが求められる背景

なぜ児童労働をさせていると思いますか。

あなたの考え

なぜ環境破壊をしてまで、農地を広げていると思いますか。

あなたの考え

3. フェアトレードを広めるために、日本にいる私たちは何ができるだろう。

(1)販売者（売る側）

あなたの意見

グループでまとめた意見

他のグループで出された意見

(2)消費者（買う側）

あなたの意見

グループでまとめた意見

他のグループで出された意見

4. 今回、フェアトレードについて学んだ感想を書こう。

年 組 番 氏名

記入例

ワークシート

フェアトレードから南北問題を考える

1. 南北問題

(1) 南北問題とは

先進国と発展途上国の間に（ **経済格差** ）があること。

(2) 背景

発展途上国の多くがかつての（ **植民地** ）であり、その時代に特定の農産物などの生産を強要されていたことがあげられる。現在でも、発展途上国はこれらの輸出に頼っており、これを（ **モノカルチャー** ）経済という。

2. フェアトレード

(1) フェアトレードとは

発展途上国でつくられた作物や製品を、（ **適正な価格** ）で（ **継続的** ）に取引することで、発展途上国の生産者や労働者の生活改善と自立をめざす貿易のしくみ。

これまでも行われてきた、募金などの援助は（ **一時的な寄付** ）にとどまる。

(2) フェアトレードが求められる背景

なぜ児童労働をさせていると思いますか。

あなたの考え

安い賃金で働かせることで、生産を増やしたい。 など

なぜ環境破壊をしてまで、農地を広げていると思いますか。

あなたの考え

商品の価格が安いので、生産を増やしたい。 など

3. フェアトレードを広めるために、日本にいる私たちは何ができるだろう。

(1) 販売者（売る側）

あなたの意見

魅力的な商品づくり。広報活動。
生産者の顔が、消費者に見えるように工夫する。 など

グループでまとめた意見

他のグループで出された意見

(2)消費者（買う側）

あなたの意見

フェアトレードの意義を理解して、商品を積極的に購入する。
周囲にフェアトレードのよさを伝えていく。 など

グループでまとめた意見

他のグループで出された意見

4. 今回、フェアトレードについて学んだ感想を書こう。

Blank box for writing感想 (impressions).

7) 授業展開案<商業科> フェアトレードタウン浜松編

科目・単元名 マーケティング

(3)消費者の購買行動 ア 消費者の行動 イ 消費者の意思決定の過程

ねらい 購買に関する消費者行動の特徴と顧客心理、消費者の意思決定の過程を取り扱い、消費者の購買行動に関する基礎的な知識を理解させる。

評価基準 生産者、消費者、企業のそれぞれの立場でフェアトレードの意義と具体的な取組について考えワークシートにまとめる。

活用映像 フェアトレードタウン浜松編 全編(15'40")

	時間	内容
導入	3分	<ul style="list-style-type: none"> ●本時のねらいを理解させる。 「この単元の復習として映像を視聴して理解を深める」 「事例を見ながら、教科書で学習したことを振り返る」 「フェアトレードを企業の側から考える」
展開1	7分	<ul style="list-style-type: none"> ●「フェアトレード(商品)」の成り立ちを理解させる。 ワークシート★を取り組ませる。 →教科書の内容の振り返りとより深い理解のための準備 (後半のワークの時間を確保するために簡単に確認させる程度)
展開2	35分	<ul style="list-style-type: none"> ●「フェアトレード」の理解を深めさせる。 映像「フェアトレードタウン浜松編」全編(15'40")の視聴 ・フェアトレードのメリット・デメリットを生産者、企業、消費者の立場で考えさせる。(各自→その後シェアし、考えを共有する) →ワークシート① ・企業がフェアトレード商品を取り扱う理由を考えさせる。(各自→その後シェアし、考えを共有する) →ワークシート② ・フェアトレードが抱える本質的な問題点について自分の考えをまとめさせる。(各自→その後シェアし、考えを共有する) →ワークシート③ ・フェアトレードを拡大するのに生産者、企業、消費者の立場で具体的に必要な行動を考えさせる。(各自→その後シェアし、考えを共有する) →ワークシート④ ※ワークシートへの記入は程度の差が大きいと思われるが、ここでは“考える”“分かち合う”ということに重きをおいている。
まとめ	5分	<ul style="list-style-type: none"> ●本時の内容の復習と確認 「フェアトレードについての理解を深めることができたか」 ●ワークシート【全体的な感想など】の記入

「マーケティング」

HRNO

氏名

ワークシート 「あなたの行動が社会を変える！消費者市民になろう！」
フェアトレードタウン浜松編

映像を視聴する前に…

フェアトレードに関する内容については、消費者視点で考えることが多いですが、今回は「企業視点」でも考えてみたいと思います。

★マーケティングの役割は、当初の「生産志向」から徐々に変化をしてきました。現在は「顧客満足度を高める志向」や「社会志向」などが中心です。それではなぜ、そのような志向を重視するようになったのでしょうか。その理由を教科書などから探して書きましょう。

「顧客満足度を高める志向」を重視する理由

「社会志向」を重視する理由

それらの志向を具体的に形（商品）にしたもののひとつが「フェアトレード商品」です。

★映像をみてみましょう。

「フェアトレード」とは（映像より抜粋）

「エシカル」とは（映像より抜粋）



行き過ぎたマーケティングなどで起きてしまった悲劇の一例

①「フェアトレード(商品)」のメリット・デメリットを各立場で考えてみましょう。

	メリット	デメリット
生産者		
企業		
消費者		

②企業が「フェアトレード商品」を取り扱うのはなぜでしょうか。

【自分・メンバー】

③「フェアトレード」が必要となる社会が抱える問題とは、どのようなことだとあなたは考えますか。

【自分・メンバー】

④「フェアトレード」をより拡大していくためには、それぞれの立場で具体的にどのようなことをしていくことが必要だとあなたは考えますか。【自分・メンバー】

生産者	
企業	
消費者	

【全体的な感想など】

「マーケティング」

HRNO

氏名

ワークシート 「あなたの行動が社会を変える！消費者市民になろう！」
フェアトレードタウン浜松編

映像を視聴する前に…

フェアトレードに関する内容については、消費者視点で考えることが多いですが、今回は「企業視点」でも考えてみたいと思います。

★マーケティングの役割は、当初の「生産志向」から徐々に変化をしてきました。現在は「顧客満足度を高める志向」や「社会志向」などが中心です。それではなぜ、そのような志向を重視するようになったのでしょうか。その理由を教科書などから探して書きましょう。

「顧客満足度を高める志向」を重視する理由

(教科書によって多少異なる)

単に商品を購入するだけでなく、精神的な満足度を高めることで、リピーターになって欲しいから など

「社会志向」を重視する理由

(教科書によって多少異なる)

経済の発展とは逆に自然環境や生活環境が破壊されてきていることがきっかけとなり、自然や伝統文化と調和した経済成長を望む消費者が多いから

それらの志向を具体的に形(商品)にしたもののひとつが「フェアトレード商品」です。

★映像をみてみましょう。

「フェアトレード」とは(映像より抜粋)

立場の弱い発展途上国の人々の生活改善と自立を目指すために「適正な価格」で「継続的に取引」する貿易のしくみ

「エシカル」とは(映像より抜粋)

エシカル(倫理的な): 人や社会、環境のことを思う



行き過ぎたマーケティングなどで起きてしまった悲劇の一例

ラナプラザの崩壊事故(アパレル業)、金の採掘による環境破壊(スマートフォンなど)、高潮による道路の冠水(エネルギー)

①「フェアトレード(商品)」のメリット・デメリットを各立場で考えてみましょう。

	メリット	デメリット
生産者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 適正な賃金がもらえる ・ 持続的に成長できる ・ 安心安全な商品 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 基準に応じた生産過程や品質を継続的に求められる ・ フェアトレードに取り組む生産者とそうでない者との間に格差ができる
企業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 違法な労働などをさせていないという証明 ・ 社会貢献をしているという証明 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高いので買ってもらにくい ・ 今よりコストがかかる
消費者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 安心安全な商品が多い ・ 気軽に社会貢献できる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 価格が高い ・ 商品があることを知らない

②企業が「フェアトレード商品」を取り扱うのはなぜでしょうか。

<p>【自分・メンバー】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 顧客の社会貢献をしたいという希望をかなえるため ・ 企業も社会貢献に力を入れているというアピールをするため など
--

③「フェアトレード」が必要となる社会が抱える問題とは、どのようなことだとあなたは考えますか。

<p>【自分・メンバー】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 南北間の経済格差 ・ 利益至上主義 ・ 消費者の過度な欲求 など ・ 自社のみの利益優先 ・ (違法)労働問題
--

④「フェアトレード」をより拡大していくためには、それぞれの立場で具体的にどのようなことをしていくことが必要だとあなたは考えますか。【自分・メンバー】

生産者	<ul style="list-style-type: none"> ・ できるだけ適正な価格で買ってくれる企業と取引をする ・ 有機栽培や無農薬などをして安心できる商品をつくる など
企業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 適正な価格で販売すること ・ 認証された企業と取引すること など
消費者	<ul style="list-style-type: none"> ・ 「知ること」や「広めること」 ・ このような問題を理解した上での商品購入 など

【全体的な感想など】

--

3. 授業実践のための基礎知識と解説

(1) 契約編

1) 契約の基礎知識

1 契約とはどのようなことか

約束も契約も当事者間のお互いの合意ということは共通ですが、約束と契約は一体どのようなことが違うのでしょうか。

契約は、法的な拘束力を持つ約束のことです。申込みを承諾という行為（意思表示）によって、その意思が合致（合意）することで成立します。民法には、売買や賃貸借など契約の13の類型が規定されています。

では法的拘束力について少し詳しく解説します。

今回の題材である商品を買ったという売買契約の場合ですと、売買契約によって、買主には法的に代金支払義務が発生して、売主には法的に目的物の引渡義務が発生します。もし、買主が法的な代金支払義務を履行したにもかかわらず、売主が商品を引渡さない場合には、買主は国家権力である裁判所での裁判制度を利用して売買契約に基づき商品を引渡せということを求めて提訴し、勝訴すれば、買主は裁判所という国家権力を使って適法に商品の引渡しを実現できます。また、売主から商品を引き渡されないことによって買主に損害が発生した場合には買主は売主に対して損害賠償請求ができます。

このように、契約の場合には、道徳的に「約束を守れ」というだけではなく、裁判所という国家権力を使って強制的に合意した内容を適法に実現でき、あるいは損害が発生した場合には一定の要件のもと損害賠償請求ができる法的拘束力が生じるところに法律上の制度としての契約の意味があります。

また、契約には法的拘束力がありますので、いったん売買契約が生じた以上、相手方に落ち度や商品が不良品であった等がない限り、一方的に勝手に解除することができないのが原則です。

そのため、本教材の契約編「契約の基礎知識」で題材としている売買契約の場合、買主の生徒が購入した商品(プレゼント)が後日、買主にとって必要でなくなったとしても、商品が壊れていたなど売主に落ち度がない以上、代金を支払った証拠であるレシートがあるからといって一方的に売買契約を無視し、無条件に商品をお店に返して支払った代金を取り戻すことはできません。実際に、買主の都合や一方的な身勝手に商品が気に入らなかったとか、不要になったからといって売買契約をなかったことにすれば、何の落ち度もない売主に酷ですし、社会経済自体が混乱してしまいます。

2 契約は金額で左右されない

契約は申込と承諾の意思表示の合致で成立します。ですので、売買契約において、仮にその商品の値段が安くても、買主がその商品を代金〇〇円という値段で買いますという申込と、売主がその商品を代金〇〇円という値段で売りますという承諾の意思表示が合致すれば売買契約は成立します。

つまり、買主と売主が、お互いその値段をもってその商品を売り買いするという意思表示が合致していれば、売買契約は成立します。

また、契約自由の原則として、代金額も売主と買主で自由に合意することができます。ですので、代金額が多額であっても少額であっても売買契約の成立は金額に左右されません。

そこで、売買契約において、買主は、その代金額がその商品に見合った価値を有する金額であるかについて、しっかり吟味して冷静な判断をもって決めることが肝要です。

3 契約書がなくても契約は成立する

契約は、申込と承諾の意思表示の合致があれば成立します。申込とは、承諾があれば契約を成立させる意思表示のことをいいます。他方、承諾は、申込みとあいまって契約を成立させる意思表示のことをいいます。

今回の題材である本の売買契約について考えてみると、買主のお客が口頭で本を買いますという申込の意思表示をして、売主である書店が口頭で売りますという承諾の意思表示をして、双方の意思表示が合致した場合には、口頭でも売買契約は成立します。

もちろん、実際の取引社会には、契約書を作成する場面も多々あります。これは、契約自体は口頭でも成立しますが、あえて契約内容自体を書面化して目に見える文書で残して証拠化しておくことで、後日、契約成立時の契約内容をめぐる認識の齟齬や紛争を防ぐためです。なので、契約書を作成しなければ、契約が成立しないという訳ではありません。

4 契約はどの時点で成立しているのか

先ほど述べたように、契約は申込と承諾の意思表示の合致があれば成立し、その合致の時点で成立します。

今回の題材である本の売買契約の場合について考えてみます。

買主のお客がレジカウンターにいる書店の店員にこの本を買いますとして本を差し出すという申込みの意思表示に対して、売主の書店の店員が本を売ることがを了解してお客から本を受け取れば承諾の意思表示があった、すなわち申込と承諾が合致したといえ、この時点で本の売買の合意があるといえます。ですので、②の店員が了解したという時点で今回の売買契約が成立したといえます。

他方、①のお客が本を本棚から手にとった時点において、売買契約が成立したといえないのはなぜでしょうか。

先ほど説明したとおり、契約は申込と承諾の合致があったときに成立します。そうすると、お客が本を本棚から手にとったときは、まだ売主の書店の店員が現れておらず、承諾

自体がまだあったとはいえないからです。実際、お客が本を手にとっただけで売買契約が成立してしまえば、お客がある本を手にとっただけで、やはりその本を買うのは辞めたり、他の本に変えたりすることもできず、その本についてお客が必ず代金を支払わなければならないのは不合理だと分かります。

また、③のお客が代金を支払ったときに売買契約の成立時期であるとはいえないのはなぜでしょうか。

売買契約が成立した場合、その法的効果として、買主であるお客について法的に本の代金支払義務が発生し、他方、売主である書店について法的に商品の引渡義務が発生します。つまり、お客が本の代金を支払うという行為は、売買契約が成立したことによって発生した代金支払義務に基づいた行為をしたのであり、売買契約がすでに②の時点で成立していることを前提としております。

さらに、④の買主のお客が、売主の書店の店員から商品である本を受け取った時点が、売買契約の成立時期であるとはいえないのはなぜでしょうか。

先ほど述べましたように、売買契約が成立した場合、その法的効果として、お客の代金支払義務とお店の商品の引渡義務が発生します。逆に、売買契約が成立しなければ、書店はお客に本を渡す義務は発生しないのです。ですから、書店がお客に本を渡すという行為は、売買契約の成立によって発生した引渡義務に基づいて行為をしたのであり、売買契約がすでに②の時点で成立していることを前提としております。

なお、書店は、買主のお客が代金を支払わない場合にも、売買契約がすでに成立しているからといって、無条件に本をお客に渡さなければいけないでしょうか。仮に、書店が代金を受け取っていないにもかかわらず、お客に本を引渡さなければいけないとすれば、書店は一方的に損をしてしまいます。ですので、確かに、売買契約の成立によって売主である書店に本の引渡義務が発生していますが、他方、売買契約の成立によって買主であるお客の代金支払義務も発生していますので、売主と買主の衡平の見地から、お互いの法的義務である売主の本の引渡義務と買主の代金支払義務を同時に履行しましょうということが出来ます。これを同時履行の抗弁権といいます。ですので、売主も買主が代金を支払ってもらえて初めて本を引渡せばよく、買主が代金を支払わない限り本を引渡さないということが出来ます。

2) インターネット販売

1 インターネット販売と教育の方向性

Amazonなどのインターネットサイトを通じて、商品を購入したり、音楽配信といったサービスの提供を受けたりする取引のことを、俗に「ネット販売」「ネット取引」(以下、「ネット販売」という。)と呼びます。

このネット販売は、店舗に向く手間が省ける、商品が豊富で検索も容易といった利便

性はもちろん、その他の背景事情（例えば、ネット回線の高速化、スマホの普及、コンビニ決済やビットコイン決済などの普及）もあいまって、取引量が年々増加しており、もはや日常取引の一形態といってもよいでしょう。

ところで、ネット販売には、旧来のカタログ販売と同様の問題点があるといわれています。すなわち、店舗販売のように商品を手にとったり、店員と会話をしたりすることができないため、届いた現物の質感が画面で見た印象と異なるとか、細かいことを尋ねにくい、といった問題です。さらに、ネット販売には、カタログ販売と異なった問題点も指摘されています。たとえば、カタログ販売と比べて低資本で事業を始めることができるため、無茶な販売を行うネット販売業者が後を絶たない、といった問題です。

以上のとおり、ネット販売に問題があるのは事実でしょう。そのため、一昔前であれば、「ネット販売は避けて、店舗で買うようにしよう。」という教育でよかったかもしれません。しかし、これからネット販売が普及・拡大していく将来の社会、そしてそのような社会で生きていく若者のことを考慮したとき、ネット販売を忌避するだけでは不十分であり、ネット販売という現実を受け入れ、それとどう付き合うか、といったことも教育せざるを得ないだろうと考えます。

2 指導の基本的な考え方

ネット販売は、多種多様で、日々進化しています。また、インターネットの世界は、匿名性が高く、国境もありません。そのため、後述する「4 ネット販売と法律」で述べる知識を生徒に提供することも大事ですが、それだけでは時間の経過とともに知識そのものが陳腐化する場合があります。したがって、知識の提供と併せて、未知の事態に遭遇したときにどのように対応するか、ということについて、生徒ごとに自分に合った方法を考えることも大事です。

3 本編の問題提起に関して

本編における問題提起は「ネット販売で注意する点は？」というものです。高校生であれば予備知識もあると思いますので、本編の主題である納期の確認が不十分だったという点に限らず、まずは生徒に自由に答えてもらえばよいと思います。

その際、例えば「注文時点でクラTを手にするできないので、肌触りがわからず、現物が届いたときに着心地がよくないという問題が生じるかもしれない。本編のように普段着として用いることを想定しているのであれば、注文前にサンプルを送ってもらって確認すべきと考える。」というように、ネット販売の特徴、それに起因する問題点を指摘し、その問題点に対する自分なりの解決案、といった流れで答えてもらうのが理想でしょう。もちろん、教師から「突っ込み」を入れながら特徴（原因）、問題点（結果）、解決案の流れを導いてもよいし、「お店で買うときと比べて何か違いがある？」というように、特徴・問題点・解決案を分けて質問してもよいと思います。

また、本編の主題とは離れますが、ネット販売の問題点を議論するのは反対に、店舗

販売と比べて便利な面について議論し、功罪両面から生徒に考えてもらうのもよいと思います。

4 ネット販売と法律

(1) ネット販売に適用される法律

ネット販売に適用される法律のうち、知っておくとよいものは次のとおりです。

- ① 特定商取引に関する法律（以下「特商法」と略す。）
- ② 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（以下「電子消費者契約法」と略す。）
- ③ 消費者契約法（以下「消契法」と略す。）

(2) ネット販売と特商法

ア 取引の条件を開示する義務

ネット販売は、特商法で規制されている「通信販売」に該当します。その結果、ネット販売業者には、代金の額や納期、返品可否といった取引の条件を開示する義務が課されています（特商法 11 条）。したがって、ネット販売を利用しようとする場合には、開示されている取引の条件を確認すべき、ということになります。肝心な部分を読み飛ばしたために後日トラブルが生じた場合、取引条件を確認しなかった落ち度を指摘され、不利になることがあります（いわゆる自己責任原則）。

イ 返品（契約の解除）について

しばしば「ネット販売などの通信販売には、クーリング・オフ（＝法が保障する無条件の解除権）が適用されない。」といわれます。この表現について、「だからネット販売を利用するときには注意すべき」という趣旨で用いる教育的な意義はあると思います。しかし、正確な表現とはいえません。

例えば、ネット販売であっても、特商法が定める通信販売以外の取引¹に重複して該当すればクーリング・オフが適用されますし、そうでない（通信販売だけに該当する）場合であっても、返品可否等について特商法が定める表示がなされていないときには返品できることがあります²（もちろん、事業者が特約によって認めている場合にも返品することができるというまでもありません。）

したがって、高校の授業においては、「ネット販売を利用して後日返品（解除）したいという場合、クーリング・オフが適用されないことがある。しかし、返品が認められる場合もあるので、ひとまず消費生活センターに相談すべき。」という説明が妥当だと考えます。

(3) 操作ミスの救済 ～ 電子消費者契約法 ～

¹ 例えば、連鎖販売取引（特商法 33 条）、特定継続的役務提供（特商法 41 条）、業務提供誘引販売取引（特商法 51 条）。

² 特商法 15 条の 2

電子消費者契約法は、パソコンやスマホの操作ミスによる誤った注文、たとえば商品を1個買おうと思ったのに、操作を誤って11個と入力し、それに気づかないで注文してしまった、そのような場合に適用されます。そして、万一そのような操作ミスをしてしまった場合、電子消費者契約法（厳密には同法と民法の2つの法律の規定）によって、誤った注文を無効にすること（なかったこと）ができます³。

しかし、その救済が常に受けられる訳ではありません。電子消費者契約法は、操作ミスを救済するものですから、画面上でクリックしたり、ブランクに数字を入力したりして注文する場合に適用されますが、電子メールを用いて自ら文章を起案して契約の申込みをする場合には適用されません。また、単に1度入力しただけでは注文したことにならず、注文内容の最終確認画面を改めて設けるなどして利用者に注意を促す措置を採っている場合には適用されません。

現在、多くのネット販売業者は、この最終確認画面を表示する方式を採用しており、操作ミスによる誤った注文の抑止に努めています。

（4）不良品と消契法

ネット販売において、届いた現物が不良品、というケースがあります。このような場合、いわゆる中古の一点モノでもない限り、良品と交換してもらうのが一般的でしょう。ところが、俗にノークレーム・ノーリターンといって、不良品であっても交換や返品に応じないという販売業者が残念ながら世の中に存在します。消契法は、そのような「不良品の交換や返品に一切応じない」という取引条件を、法律の力で無効にしてくれます⁴。

5 本編のクラTの契約は解除できるか

本編に描かれている情報に基づけば、解除できない、と考えます。

もちろん、返品条件やネット販売業者とのやり取りを確認することができませんので、本編に描かれていない事情によっては結論が変わるかもしれません。また、未成年者が注文したことから、未成年者取消ができるのでは、という意見もあります。

しかし、未成年者といっても処分を許された範囲（例えば小遣いの範囲）で契約をすることは親権者の同意を得ずに単独ですることができます。また、クラTの契約は、既製品をそのままの状態で購入するわけではなく、事業者に加工作業を求めるもので、単純な売買契約とはいえません。たとえていえば、量販店で吊るしのスーツを購入する契約と、テーラーで生地から仕立てる契約と同様の違いがあり、消費者保護法である特商法であっても、通信販売の場合、前者と比べて後者の返品は難しくなっています⁵。したがって、本編

³ 本稿執筆時（平成30年）の民法95条、電子消費者契約法3条

⁴ 消契法8条1項5号。ただし、消契法が適用されるのは、消費者がネット販売業者と契約したときです。ネットオークションのように、出品者（売主）も落札者（買主）も消費者という場合には適用されない場合があります。

⁵ 特商法15条の2は、人に何かをしてもらうという「役務提供」契約には適用されない。

に描かれている情報に基づけば、解除できないと考えます。

6 将来を生きる若者たちへ

ここで紹介した知識を、例えば「取引条件が必ず表示されているから、それをしっかり読むこと。」といったように、ポイントを絞って生徒に提供するだけでも意義はあります。しかし、既に述べたとおり、ネット販売の特徴をプレインストーミングの手法によりできる限り指摘してもらい、それによる弊害を連想することで、生徒が他者の発想も取り入れつつ自分なりの解決策を考えることが、将来の社会生活で役立つ、と考えます。

「モンティ・ホール・ジレンマ」のように、どんなに優秀な者であっても、人にはそもそも誤った判断を犯しやすい、そういった状況や問題があります。悪質なネット販売業者は、そのような状況や問題を巧みに利用し、商品やサービスを提供しようとしてきます。ましてインターネットという、匿名性が高く、また国境のない世界では、多くの日本人に共通する価値観が通用しないことも多々あります。

将来を生きる若者たちは、私たち大人が経験していない「過酷」な社会に飛び込んでいくことになるでしょう。ですから、情報を収集・分析のうえ、他者の意見に耳を傾けつつ自分なりの基準を構築し、後は時代の流れや経験によって随時それを修正しながら、過酷な社会を乗り越えていってほしい、今のような社会を築いた大人の一人として、そう願ってやみません。

3) 自己啓発セミナー

1 法律が定義する訪問販売という取引の特徴

本編に描かれていた内容からすると、解説がこのような見出しで始まることに違和感を持つかもしれません。しかし、本編の解説をするうえで必要な前提知識です。

日本では、トラブルの多い取引を分析・類型化し、法律によって特別に規制しています。その代表例が「訪問販売」と呼ばれる取引です。訪問販売は、特定商取引に関する法律（以下「特商法」と略す。）2条1項に定義されています。

さて、条文をご覧になるとわかると思いますが、訪問販売という言葉が持つ印象と法律の定義に若干違いがあります。その違いについて、いくつかご紹介しておきましょう。

第1に、訪問販売といっておきながら、規制の対象となる取引が商品の販売に限定されない、という点です。商品の販売の他に、権利の販売（例えば、スポーツジムの会員となってジムを利用できる権利を購入する。）や役務の提供（例えば、ハウスクリーニングをしてもらうなど、お金を支払って他人に何かしてもらう。）であっても、特商法は訪問販売に該当し得ると定めています。

第2に、特商法は、訪問という販売業者⁶の行為について触れていない、という点です。むしろ、特商法は、契約を締結した場所⁷に着目をしています。誤解を恐れずにいえば、自宅や勤務先はもちろん、ファミリーレストランやホテルの一室、コンビニエンスストアの駐車場等、とにかく販売業者の営業所（以下「お店」という。）ではない場所で契約を締結した場合に、その取引を訪問販売と定義しています。

さらに、特商法は、販売業者のお店で契約を締結した場合であっても、特殊な事情が認められれば、訪問販売に該当する、と定めています。特殊な事情とは、電話で販売目的を告げられずにお店に呼び出されたり、歩いていたら急に呼び止められてお店まで連れて行かれたりした、このようなケースを指しています。

以上のとおり、法律が定義する訪問販売は、その言葉が持つ印象よりかなり範囲の広い概念です。本編について授業をする際には、そのことを意識して、生徒に質問するとよいでしょう。

2 本編の取引について

本編では、セミナーが終了して会場から出てきたところで、別の部屋に誘われ、そこで書籍等の購入を勧められています。本編で描かれているメールの「△△ホール3F」という表示や建物の様子から、契約を締結した場所は、例えばクリエート浜松のような公共施設であって、書籍等の販売業者のお店ではないと考えるのが自然でしょう。また、万一販売業者のお店だったとしても、「無料就活セミナー」といって呼び出されており、書籍等の販売目的を告げられていません。したがって、本編の契約は、販売業者が訪問という行為をしていませんが、特商法が定義する訪問販売に該当すると考えてよいでしょう。

3 本編の質問について

授業を受けるのが高校生ですから、本編の取引が訪問販売に該当する、ということがわかれば、自ずと「クーリング・オフすればよい。」という答えが出てくると思います。そのような答えが出てきたら、すこし意地悪ですが、次のような突っ込みを入れてみてはいかがでしょうか。

「じゃあ、契約をした日から1か月を経過していたら、クーリング・オフできるかしら？例えば、すぐに本を開かず、しばらくしてから中を見て愕然とする内容だった、そんな場合にクーリング・オフはできる？」

このように突っ込むと、「そんなときはできない。」という答えが返ってくるかもしれま

⁶ 正確には、販売業者または役務提供事業者というべきですが、紙幅の都合で、以下単に販売業者といたします。

⁷ 紙幅の都合で省略しています。正確には、販売業者が勧誘対象者から契約の申込みを受けたり、契約を締結したりした場所というべきです。

せん。なぜなら、高校生であれば、クーリング・オフは契約をしてから8日、ということを知っているからです。しかし、本当は「できる場合もあれば、できない場合もある。」というのが正解です。

4 クーリング・オフの行使できる期間

まず、訪問販売の場合、クーリング・オフを行使できる期間は8日間で間違いありません。問題は、この8日間という期間がいつから始まるのか、という点です。教室の雰囲気にもよりますが、もっともらしい起算点をいくつかご紹介しますので、生徒たちにクイズ形式で答えてもらってもよいでしょう。

① 契約を締結した時から

「1 契約の基礎知識編」の書籍購入の際に描かれていたように、日本においてはほとんどの契約が口頭、つまり口約束で成立する。したがって、口頭で契約が成立した時、この時から進行する。

② 商品を受け取った時から

物を手にしないとその良し悪しがわからない。だから、物を受け取った時から進行する。

③ 代金を支払った時（クレジットカードで決済した時）から

代金を支払う前なら、クーリング・オフじゃなくても契約をやめられるのではない。だから、代金を支払った時から進行する。

④ 書面を受け取った時から

販売業者の住所氏名、どのような物を、いくつ・いくらで買ったのか、クーリング・オフできるのかどうか、そういったことが書かれた書面を受け取った時から進行する。そうじゃないと、誰に対してどの契約をクーリング・オフするのか、はっきりしないから。物を受け取っていたり、代金を支払ったりしても、書面をもらっていないければ、クーリング・オフできる？

正解は「④」です。訪問販売の場合、特商法は、販売業者に対し、契約内容を明らかにする書面（以下「法定書面」という。）を購入者に交付するよう義務付けています⁸。

法定書面の交付義務がなかった時代には、突然の訪問販売で商品を買わされた後、購入者が販売業者に苦情を言いたくても、どこの誰だか皆目見当もつかない、あるいはもらった名刺にある番号に電話をかけたり、住所を訪ねたりしても、まったく架空だった、なんてことがしばしばでした。そこで、特商法は、そのような事態の発生を食い止めようと、いつ・誰が・何を・いくつ・どのような条件で販売したのかということをはっきりと、併せてクーリング・オフの権利があることを消費者に対して明示するために、販売業者に対

⁸ 特商法 4 条、5 条

して法定書面の交付義務を課すことにしました。

そして、クーリング・オフの行使期間は、この法定書面を受け取った日を初日とカウントして8日以内、と定められています⁹。

5 書面に記載すべき事項も法定されている

クーリング・オフは法定書面をもらってから8日以内と解説すると、本編の映像をよく見ている生徒の中には、「契約書にサインするように言われていたよ。だから本編のケースでは書面をもらっただろうから、やっぱり1か月も経ってからクーリング・オフってというのはおかしいんじゃないかな？」と理想的な疑問を持つ人もいるでしょう。

実は、特商法は、法定書面の交付義務を課すとともに、ずさんな内容の書面では意味がありませんから、最低限記載すべき事項（以下「法定事項」という。）も定めています¹⁰。この法定事項、実に様々な内容を記載しなければならず、またその内容についても特商法が定める水準を満たさなければならないなど、そのすべてを網羅するのはなかなか大変といわれています。

ここまで述べると察しが付くと思いますが、「じゃあ、法定事項を満たしていない、言い換えれば不備のある書面の交付しか受けていない場合、果たしてクーリング・オフ期間は進行するだろうか？」という次の疑問が湧いてきます。実は、法定事項を満たしていない不備書面を受け取っても、クーリング・オフ期間は進行しません。裁判例の中には、契約を締結し、不備書面を受け取ってから4年を経過したケースで、不備がある以上交付した書面は法定書面とはいえず、法定書面の交付がない以上いまだクーリング・オフができると判断したものがあります¹¹。

さて、ここまで解説をして、先の突っ込みの正解が「できる場合もあれば、できない場合もある。」となるのが分かると思います。つまり、書面の交付を受けたかどうか、受けていたとしてもその書面に法定事項が正しく網羅して記載されているかどうか、それらを確認しなければならないため、そのような答えになるということです。

6 あきらめる前に、消費生活センターに相談する

明らかに訪問販売に引っ掛かってしまい、「やめたい。」と思ったときは、とにかく早くクーリング・オフする、この考え方が大事であることについて異論はありません。ただ、意外とクーリング・オフできるケースが多いので、「別に訪問を受けてないし。」とか「もう1か月も経ってしまったし。」というケースであっても、あきらめる前に、消費生活セン

⁹ 特商法9条

¹⁰ 特商法4条、5条。詳細は、別紙「記載事項リスト」を参照のこと。

¹¹ 法律の世界では、権利があったとしてもその濫用は認めない、という考え方があります。法定書面の不交付（法定事項の不備の場合を含む。）を理由に相当の期間を経過した後にクーリング・オフする場合においても、クーリング・オフできることを逆手にとってさんざん使いまくってから解除するのは権利の濫用に当たり是認できない、そういった考え方が示されています。したがって、「6 最後に」で述べている考え方が重要だと思います。

ターに相談する、ということを生徒に伝えられたらよいと考えます。また、そのような考え方や実際の行動が、将来をよりよい社会につなげていく、まさに消費者市民社会の体現の一例だと思えます。

4) 相談したいときは

1. 消費生活センターの役割

消費生活センターでは、商品やサービスなど消費生活全般に関する苦情や問い合わせなど、消費者からの相談を専門の相談員が受付、公正な立場で処理にあたっています。浜松市の場合は、「浜松市くらしのセンター」の名称で市民相談や法律相談と合わせて消費生活相談も受け付けています。上手に利用すれば、解決への近道になるばかりか、新たな被害を防ぐことにもなります。

消費者トラブルにあった場合、解決のためには客観的なデータを示して消費生活センターに相談しましょう。契約書、保証書、写真やパンフレットなどの資料を用意し、販売方法に問題のあるケースでは、契約までのやり取りを時系列にまとめたメモを用意して相談に望みます。

消費生活センターでは、消費生活相談員が相談に対応します。相談員が相談者に代わって自動的に問題を解決してくれる訳ではありません。相談員は、どんな解決方法があるのかを一緒に考え、どう交渉したらよいかをアドバイスします。参考になりそうな過去の類似事例情報を提供したり、必要と判断した場合は事業者と交渉したりもします。

相談方法は、電話及び面接です。

2. 消費者ホットライン 188

全国には、消費生活センターが799か所（平成28年4月1日時点）あり、そのほか、ほとんどの市区町村に消費生活相談窓口が設置されています。消費者ホットラインは、全国共通の電話番号で、地方公共団体が設置している身近な消費生活相談窓口につながります。平成27年7月より、3桁の電話番号「188（いやや）」になりました。

土日祝日についても、市区町村や都道府県の消費生活センター等が開所していない場合には、国民生活センターで相談を受け付けるなど、年末年始（12月29日～1月3日）を除いて原則毎日利用できます。

5) 成年年齢引き下げに関わる問題と学校における必要な対応

1 現行民法の規定

民法4条は「年齢二十歳をもって、成年とする。」と規定しています。そのため、民法上の成年年齢は20歳となっており、20歳未満の者を未成年としています。

そして、未成年者の法律行為は、民法5条1項本文において「未成年者が法律行為をするには、その法定代理人の同意を得なければならない。」と規定され、民法5条2項において「前項の規定に反する法律行為は、取り消すことができる。」と規定されています。すなわち、20歳未満の者である未成年者が契約等の法律行為を行うには、その法定代理人(父母等)の同意を得なければならず、法定代理人の同意を得ずに行われた法律行為は、取り消すことができます。この規定の趣旨は、未成年者については一般的に判断力、知識、経験等が必ずしも成熟していないため、法定代理人の同意を得ずして行われた行為について取り消しうるとして、未成年者の保護を法的に図るというものです。

2 成年年齢引き下げについて

平成19月に成立した国民投票法の改正により、国民投票権を有する者の年齢を18歳以上と定めて、その附則3条1項において公職選挙法の選挙年齢と民法の成年年齢に検討を加える旨が定められました。そして、実際、平成27年6月には公職選挙法が改正され選挙年齢が18歳に引き下げられました。

このような状況のもと、早晚、民法の成年年齢も従前の20歳から18歳に引き下げる旨の改正がなされる見込みとなっています。

3 成年年齢引き下げによる問題

若年者については、その未熟さや社会経験の乏しさから、適切に情報を得て必要に応じて交渉を行い、契約判断を行う能力に脆弱な面があることから様々な消費者被害が実際に発生しています。

教材の映像にあるインターネット取引での被害や自己啓発セミナーで高額の商品を強引に購入させられたりする被害の他に、マルチ商法、キャッチセールスやアポイントメントセールス、サイドビジネス、エステなどの医療美容サービスなどにおける被害も多く見られるところです。

若年者は、学校等における先輩後輩関係や友人関係等の影響を受けやすいことから人間関係を介して被害が拡大し、また、被害に遭ったときの対応能力が乏しいため問題を抱え込んでしまい解決ができず、消費者被害が拡大することも少なくありません。

これに関して、現行民法のもと成年年齢とされています20歳を境に若年者の消費生活センターへの消費者相談件数が増加するという傾向が顕著に現れております。このことは、現状、未成年者取消権を有する20歳未満の未成年者については、問題業者や悪質業者がターゲットとすることを控えている傾向があり、取消権がなくなる20歳以上をターゲットとしていることの証左でもあります。

したがって、民法の成年年齢が18歳に引き下げられれば、18歳、19歳の若年者が民法上の未成年者取消権を失い、その結果、一般的に社会経験がより乏しい18歳から20歳未満の若年者や、まだ高校生の段階でそもそも社会経験すら一切ない18歳の若年者が、問題業者や悪質業者のターゲットとされて被害に遭うことが増える可能性が大きくなることは容

易に想定できます。

そのため、民法の成年年齢引下げに先立ってまたは引き下げとともに、成年年齢とされる 18 歳の前段階である中学生、高校生等の若年者に対する消費者教育のより一層の充実が必要となり、消費者教育の中核機関となる教育現場の担う役割も大きくなります。

(2) フェアトレードタウン浜松編

1) 消費者市民社会

日常生活は、消費者としての様々な行動で成り立っています。私たちは私的な個人としての消費者であると同時に、社会に対して責任と権利を有する市民でもあります。

消費者市民社会とは、消費者一人ひとりが、将来世代の社会情勢や地球環境にまで思いをはせて生活し、自らの消費行動を通して社会の改善と発展に積極的に参画する社会をいいます。推進法では、消費者教育の理念としてこの消費者市民社会の形成を明確に位置づけ、消費者市民社会の定義づけがなされました。

このように社会の形成を目指す教育は、被害に遭いにくい消費者を育て、加害者を生み出しにくくすることにもつながっています。ひいては、個人が消費者被害に遭うか遭わないかではなく、社会全体から消費者被害をなくし、誰もが安心して暮らせる成熟社会の創造を視野に入れたいところです。

一人ひとりが個人と公共圏の相互関係性を重視した、社会性を帯びた消費者市民として、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画することが求められます。

2) エシカル消費 ethical:倫理的な

環境や人、社会、地域に配慮された消費を指し、エコ、フェアトレード（下記）、オーガニック、リサイクル、FSC や MSC、社会的弱者や被災地への支援につながる応援消費、地産地消などがその具体例です。

貧困問題や人権問題、気候変動など世界で起こっており深刻な問題を消費者として解決する一つの手段がエシカル消費であり、倫理的消費とも呼ばれています。

3) フェアトレードの基礎知識

フェアトレードとは

フェアトレード（公正な貿易）とは、1950 年代に欧米で始まった NGO の活動で、当初は開発途上国の貧困層の仕事づくりを目的とし、手工芸品などの製作販売が中心でした。1980 年代に入ると、コーヒー、紅茶、カカオ、砂糖、バナナづくりなどの、途上国の第一次産品の公正取引を促す活動へと範囲を広げていきました。ヨーロッパを中心に市場はひろがり、1997 年に世界統一のフェアトレード認証とラベル表示システムがつくられ、大手企業などが多数フェアトレード商品を生産・販売するようになりました。フェアトレードの市場は年々拡大を続けており、フェアトレード認証製品の総額は 9812 億円(2015 年)と算出されますが、日本はまだ小さく 113 億円程度 (2015 年) です。フェアトレードのあり方、基準に対して影響力をもつ世界組織として WFTO (World Fair-Trade

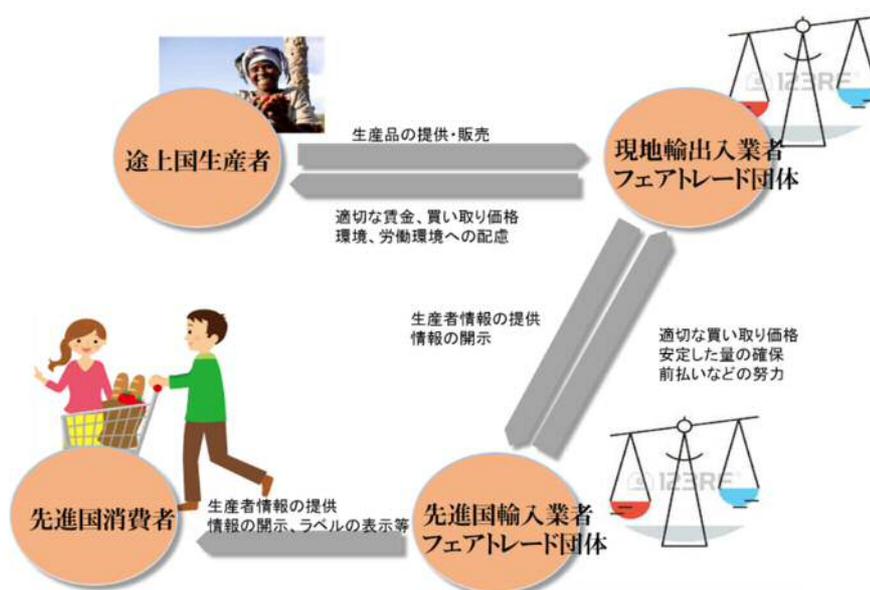
Organization 世界フェアトレード機構)、FLO(Fair-Trade Labeling Organization フェアトレードラベル機構) などがあります。

フェアトレードの背景…ラナプラザの崩壊事故や児童労働の現実

バングラデシュのダッカ首都圏のサバル市で2013年4月24日に発生した8階建ての商業ビルの崩落事故。縫製工場が多数ここを利用していたため、死者1,112人、負傷者2500人以上という大事故となりました。そもそもビルが違法建築であった上に、事故前日にビルに亀裂が発見されビルの使用を中止するように警告がされていたにもかかわらず、ビルのオーナーによってそれらは無視され、この大惨事につながりました。この縫製工場ではヨーロッパの有名ファストファッション・メーカーの衣類を作っていたため、先進国のファッションを劣悪な環境で支えるバングラデシュの生産者の課題がクローズアップされる事件でもありました。その後、現地の縫製工場には国際NGOなどの調査も入り、児童労働、性的・精神的虐待、時間外労働、産休取得の拒否などのひどい実態が報告されています。先進国のファストファッション企業もこうした実態を自覚し、改善努力するよう求められています。

フェアトレードの仕組み

フェアトレードは途上国の生産者が人間らしく生きていける賃金の支払、環境への配慮、児童労働などの排除などを、現地輸出入業者（またはフェアトレード団体）と先進国のフェアトレード団体との協働によって実現する仕組みです。フェアトレードの基準は1990年以後世界的な基準が整い、WFTOの10の基準が適応されることが多くなっています。フェアトレードラベルを使っていない商品もまだ多く、WFTO以外の独自の基準で運用されている商品もまだ多くあります。共通しているのは、途上国生産者の立場になって人間らしい生活ができる条件に真剣に向き合い、関連情報の提供に熱心な点です。



フェアトレードタウン運動

イギリスのランカシャーにある人口4千人ほどの町ガースタンが、2001年、世界で最初のフェアトレードタウンになったとされています。ガースタンのNGO支援グループであるガースタン・オックスファムの市民が、町内の店舗に働きかけ、町の7割以上の商品をフェアトレードラベルの商品に置き換えることに成功し、注目を集めました。これに続く都市を増やすため、英国フェアトレード財団は「フェアトレードタウンと認められるための基準」と「活動ガイドライン」を作成し、その運動の拡大に努めました。現在日本のフェアトレードタウンの基準は以下の6つです。

基準1「フェアトレード推進組織の設立と支持層の拡大が図られている」

基準2「地域社会の中でフェアトレード運動の展開と市民の啓発活動がある」

基準3「地元の企業や団体がフェアトレードに賛同し、産品を利用している」

基準4「地場の生産者、地産地消、まちづくりなどのコミュニティ活動と連携している」

基準5「多様なフェアトレード産品が地元の小売店や飲食店等で提供されている」

基準6「地元議会がフェアトレード支持を決議し、首長がフェアトレード支持を公式に表明している」

現在では30か国、2000以上の町がフェアトレードタウンに認定されています。日本では、2011年に熊本市、2015年に名古屋市、2016年に逗子市、2017年に浜松市がフェアトレードタウンに認定されました。

フェアトレードラベル



® 第一次産品のフェアトレード商品がヨーロッパに流通するようになり、一般の商品と見分けるために1988年オランダでフェアトレードラベルが初めてつくられました。その後年々フェアトレードラベルが生み出されたため、ラベルを統一する動きが現れ、1997年には統一ラベルがつけられました。このラベル認証を扱う中心的な組織として Fair-trade Labeling Organization International が設立されました。24か国の国でラベル認証の組

織があり、2万7千以上の商品にラベルが認証されています。2004年に、フェアトレードラベル・ジャパンが設立され、日本でもラベル商品の認証が得られるようになりました。

以下の3つ認定基準の原則がしっかり守られているか、第三者機関によって定期的に調査されることになっています。

「経済的基準」：最低価格の保証、フェアトレード・プレミアムの支払い、長期的な取引促進、前払いの補償 など

「社会的基準」：安全な労働環境、差別の禁止、児童労働の禁止 など

「環境的基準」：農薬などの使用削減、有機栽培の奨励、遺伝子組み換え品の禁止 など

フェアトレード・プレミアムとは、品物の代金とは別に支払われる資金のことで、組合や地域の経済的・社会的・環境的開発のために使われる資金です。プレミアムの使い方は生産者組合によって民主的に決定され、品質や収穫高を向上させるための機器の購入やトレーニング等に活用されたり、コミュニティ発展のための公民館等の設備の充実や教育のための学校の整備、奨学金制度等に使われたりします。

フェアトレードの市場規模の世界と日本の比較及び日本の動向

世界のフェアトレードの市場はラベルの認証商品の広がりによって拡大を続けています。2015年のフェアトレード認証製品の小売価格ベースの市場規模は約9470億円（78億8千万ユーロ）とされています。しかし日本は約113億円（1.2%程度）と2012年の72億8,800万円からは拡大しているものの、その規模は小さく限られています。ただ、これはフェアトレードラベル商品だけの統計で、ラベルをつけない商品も大量に流通しているので、その規模はもう少し大きいと思われます。例えば国際貿易投資研究所が日本フェアトレード・フォーラムと共同で2016年に行った調査によるとラベル以外の商品も含める2015年の流通額は約265億円に達し、2007年度の73億円から3.6倍に伸びたとしています。

地産地消

1980年代に、農林水産省が実施した「地域内食生活向上対策事業」において用いられた「地場生産・地場消費」という用語が、自然に省略されて使われるようになったと言われています。政策上は2005年以後から農林水産省の重要な政策課題となり、農産物直売所の確保、学校給食における地産地消の推進、グリーンツーリズムと6次産業化の推進などを経て、現在に至っています。食料自給率の低下、農業就業人口の減少、耕作放棄地の増加といった、農業の衰退と合わせて、地産地消という言葉が社会の中でも日常語として使われるようになってきています。地産地消だと、野菜の新鮮さが保持され、輸送コストがカットできるといったメリットの他、食の安全にもつながりやすいということで、この活動を推奨する声は、年々たかまっています。

フェアトレード大学

イギリス、オックスフォード・ブルックス大学が大学内の商品、購入品をできるだけフェアトレード商品に置き換え、フェアトレード関連イベントを毎年主催した結果、2003年に世界で最初にフェアトレード大学に認定されました。これがこの運動の始まりです。その後、イギリスでは170近い大学が認定を得ています。フェアトレードタウンとフェアトレード大学は互いに似た基準で運用されており、地域のフェアトレード運動としては兄弟関係と言ってもよいでしょう。

日本でも上記の日本フェアトレード・フォーラムが2014年にフェアトレード大学認定

システムを制定し、2018年2月1日に静岡文化芸術大学がアジアで最初のフェアトレード大学に認定されました。

＜静岡文化芸術大学でフェアトレード活動をするサークル＞

りとるあーす

2011年5月、公益財団法人浜松国際交流協会が開催した「フェアトレード・フェア」にはじめて出店した際に静岡文化芸術大学の学生が結成したフェアトレードサークル。その後、大学の正式なサークルとして登録され、学園祭の出店、オリジナル商品の開発、バレンタインのフェアトレードチョコレートの販売などを継続的に取り組んでいます。静岡文化芸術大学のフェアトレード大学認定の下地となりました。メンバー数は22人（2017年6月現在）。

TABEBORA

2015年、りとるあーすとSUAC（SHIZUOKA UNIVERSITY OF ART AND CULTURE）キッチンが、静岡文化芸術大学内でフェアトレード商品を扱った期間限定開催のカフェ「タベボラ」を実施したのがきっかけでした。一部のメンバーが主体となり同年12月に浜松市駅バスターミナルの地下の通路に、組立式のカフェ「タベボラ」を火曜日と日曜日に開店するようになりました。2016年11月には、タベボラカフェ2号店も開店しています。2017年12月には、フェアトレードや地産地消に関する独自イベントの「TFPシンポジウム」を静岡文化芸術大学で開催しました。

＜資料＞浜松市のフェアトレードタウンへの道のり

※浜松市のフェアトレードタウンの申請に中心的な役割を果たした「はままつフェアトレードタウン・ネットワーク」(HFTN)代表で株式会社豆乃木の代表取締役でもある杉山世子氏に執筆いただきました。

厳しい浜松市のフェアトレード事情

浜松市は、特別にフェアトレード運動が盛んな地域とは言えなかった。というのも、浜松市がフェアトレードタウンになる約10年前、当時、静岡文化芸術大学に赴任したばかりの下澤嶽教授が実施したアンケートによると、フェアトレードの専門店は浜松市の「South Winds」のみであり、その他は、オーガニック食品の販売店や、カフェ、レストランなどの片隅にフェアトレード商品を数種類扱っているだけという状況だった。その上、どの店の経営も非常に不安定な印象を受けたという。下澤教授による訪問面談によると「フェアトレードショップは2年続けばよい方」、「明日にでも辞めたいと思いつつ続けてきた」という厳しいコメントもあり、ショップオーナーの「思い」だけで続けている状態だと感じるがあったようだ。

「フェアトレード・フェスタ」が生まれる

2009年7月に公益財団法人浜松国際交流協会（以下、HICE）と浜松市唯一のフェアトレードショップ「South Winds」の後藤代表を中心に、「第1回フェアトレード・フェスタ」が開催された。その後、「学生と一緒に第2回目を」という呼びかけにより、「第2回フェアトレード・フェスタ実行委員会」が設立され、高校の先生、会社員、HICEのボランティアらとともに、2011年5月29日に第2回フェアトレード・フェスタが開催された。フェアトレード運動を行う学生団体「りとるあーす」の学生たちが手工芸品の販売をするかわら、カフェとしてフェアトレードコーヒー、紅茶、クッキーなどを提供、さらに来場者に対して、フェアトレード講座、フェアトレードビーズによるストラップ作りなどを行ったところ、100名近い方々が来場され、複数のメディアにも紹介されることとなった。

しかしながら、第2回フェアトレード・フェスタが終わり、翌年の準備をしようという矢先に、「South Winds」の閉店が決まった。その後、フェアトレード・フェスタも自然消滅となってしまった。

学生団体とショップの連携

2回目のフェスタを機に生まれた「りとるあーす」は、一部の学生が活動の継続を希望し、学園祭でフェアトレード・カフェ、手工芸品体験コーナー、クッキー販売などを行った。2013年には、バレンタイン企画として、浜松市の隣の磐田市にあるフェアトレードショップ「POCO」からフェアトレードのチョコレートを仕入れ、学内で販売を行った。その後も、恒例企画として続いている。

そうした中、「POCO」の代表である大石さんは、2014年1月に磐田市の店を閉じて、新た

に浜松市文化振興財団が管理する「クリエート浜松」のロビーのカフェ・スペースで、「とまり木カフェ」を始めた。カフェのデザインや内装をデザイン学部生が手伝い、学生がボランティアでサポートを行うなど、交流は現在も続いている。

浜松市と市民によるフェアトレード推進がはじまる

2012 年末に施行された消費者教育推進法を受け、2014 年、浜松市の呼びかけで「浜松市消費者教育推進地域協議会」が結成されたことが、浜松市のフェアトレード活動を押し上げる一つの大きな動きにつながった。

市は、フェアトレードの周知を図ろうと、2014 年 12 月に成人向けの冊子『選んでみませんか？フェアトレード』（12 頁）と、児童・生徒向けの冊子『ぼくたち・私たちの消費行動が世界を変える！フェアトレード』（12 頁）を制作し、広く市民に配布した。

これがきっかけとなり、浜松市市民生活課の「くらしのセンター」の方々と、フェアトレード推進に向けた連携・協働について話し合う機会が生まれたことは、フェアトレードタウン運動に向かう下地の一つになったと推測される。

「ハロー！はままつフェアトレード DAY 2016」の開催

2015 年、下澤教授の働きかけによって、イオンモール志都呂店での2日間のフェアトレードイベントの開催が決まり、市内でフェアトレードに携わっている事業者に HICE から声が掛かり、10 名ほどが集まり、ミーティングを重ねた。

2011 年にフェアトレードコーヒーの輸入をおこなう株式会社豆乃木を浜松市に設立したものの、首都圏での事業展開が主だった弊社が、初めて、地元浜松市のフェアトレード運動にかかわるきっかけとなるイベントになった。

2016 年2月、2日間にわたって実施したこのイベントでは、12 のショップが出店、「はままつフェアトレードマップ」を配布するなど、活気に満ちた2日間だった。

イベント終了後、下澤教授の呼びかけのもと、今度は、フェアトレードタウンを目指す方向で、「はままつフェアトレードタウン・ネットワーク」（以下、HFTN）を結成し、月1回のミーティングを重ねてきた。

そして、フェアトレードタウン浜松へ

「浜松市くらしのセンター」のサポートをいただきながら、2016 年9月ごろからフェアトレードタウンの要件のひとつである「市議会での承認」をいただくべく、2度のフェアトレード勉強会を開催していただき、HFTN のメンバーが登壇した。

その後、調整は順調に進み、市議会では 2017 年6月 14 日に全党派連名で提案された「フェアトレードの理念に関する決議」が満場一致で議決されることとなり、これを受けて6月 28 日の定例記者会見で浜松市長が「フェアトレード浜松宣言」を謳いあげ、支持表明したことでフェアトレードタウン要件の最難関の基準を突破することとなった。

浜松市は外国人労働者が多く、先駆的に多文化共生の政策を進めてきたせいも、多くの議員が

「地域社会も途上国との適正な関係が大切」といった認識が浸透していたからこそ、フェアトレードへの理解、賛同をいただけたのだと思う。

2018年2月1日静岡文化芸術大学は、日本フェアトレード・フォーラムにおいて日本初、アジア初の「フェアトレード大学」に認定された。

浜松市にとっては、今回のフェアトレードタウンとしての認定が、一つの新しいスタートである。HFTNの一員として、そしてフェアトレードコーヒーを扱う事業者として、地元企業とさらに連携を深め、市民にとってフェアトレードをより身近に感じていただける環境づくりにつとめていきたい。

<付録>

1. はままつフェアトレードマップ Ver.2

※ファイルのCDが収納されているホルダーに入っています。



2. 教材に関わる内容の情報提供窓口

浜松市くらしのセンター

TEL 053-457-2635

静岡県司法書士会 事務所

TEL 054-289-3700

はままつフェアトレード・ネットワーク

ネットワークのWebサイト問い合わせ
フォーム (<http://h-fairtrade.net/>)

■ 浜松市消費者教育教材作成プロジェクト

平成 29 年度、浜松市が実施する高等学校消費者教育教材を開発するにあたり、教材作成プロジェクトを立ち上げ、そのメンバーで検討会を重ね教材化しました。

<メンバー>

浜松市立高等学校 教諭 野田玲子

浜松市立高等学校 教諭 古田敦久

静岡県立浜松湖北高等学校 教諭 村松美佳

静岡県立浜松湖北高等学校 教諭 松山浩樹

浜松市消費者教育推進地域協議会委員 静岡県弁護士会 弁護士 伊藤祐尚

浜松市消費者教育推進地域協議会委員 静岡県司法書士会 司法書士 小楠展央

株式会社オフィス・シマ

公益財団法人消費者教育支援センター

浜松市くらしのセンター



■ 契約編 撮影協力



■ フェアトレードタウン浜松編 撮影協力



製作協力 株式会社オフィス・シマ

撮影協力 浜松市立高等学校
浜松市立高等学校 演劇部
劇団たんぽぽ
静岡文化芸術大学
イオン浜松西店
酒&フード かとう
Anny coffee
はままつフェアトレードタウン・ネットワーク
ファームカモ
浜松フィルムコミッション

指導ガイド原稿執筆協力

浜松市立高等学校 教諭 野田玲子
浜松市立高等学校 教諭 古田敦久
静岡県立浜松湖北高等学校 教諭 松山浩樹
浜松市消費者教育推進地域協議会委員
静岡県弁護士会 弁護士 伊藤祐尚
浜松市消費者教育推進地域協議会委員
静岡県司法書士会 司法書士 小楠展史
静岡文化芸術大学 教授 下澤嶽
はままつフェアトレードタウン・ネットワーク 代表 杉山世子

高等学校消費者教育教材

消費者市民になろう！ ー公正で持続可能な社会を目指してー

平成30年3月 発行

企画・発行 浜松市くらしのセンター

〒432-8032 浜松市中区海老塚町51-1 海老塚事務所
TEL 053-457-2635 FAX 053-457-2814

制作 公益財団法人消費者教育支援センター

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1丁目17番14号
全国婦人会館3階