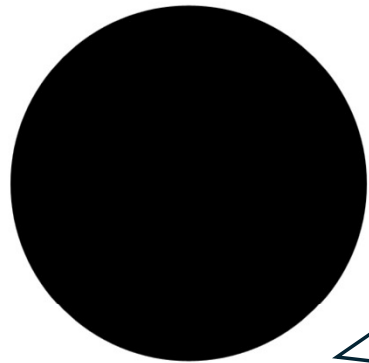
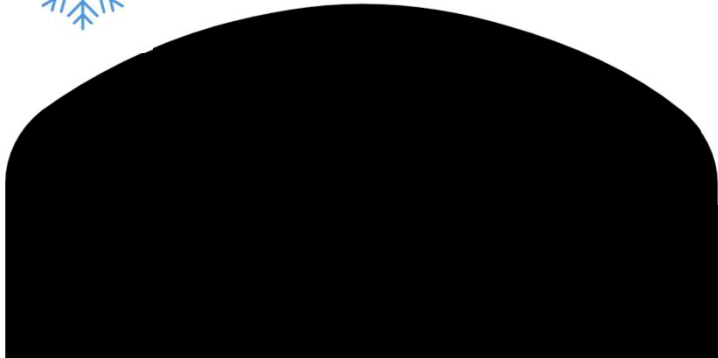


消費者トラブルを減らすための カードゲーム

井口ゼミ



**みなさんは
消費者トラブルを
知っていますか？**



誇大広告

ステルスマーケティング

不当表示

消費者トラブルの具体例

SNSで絶対的効果がある美容関連商品を購入

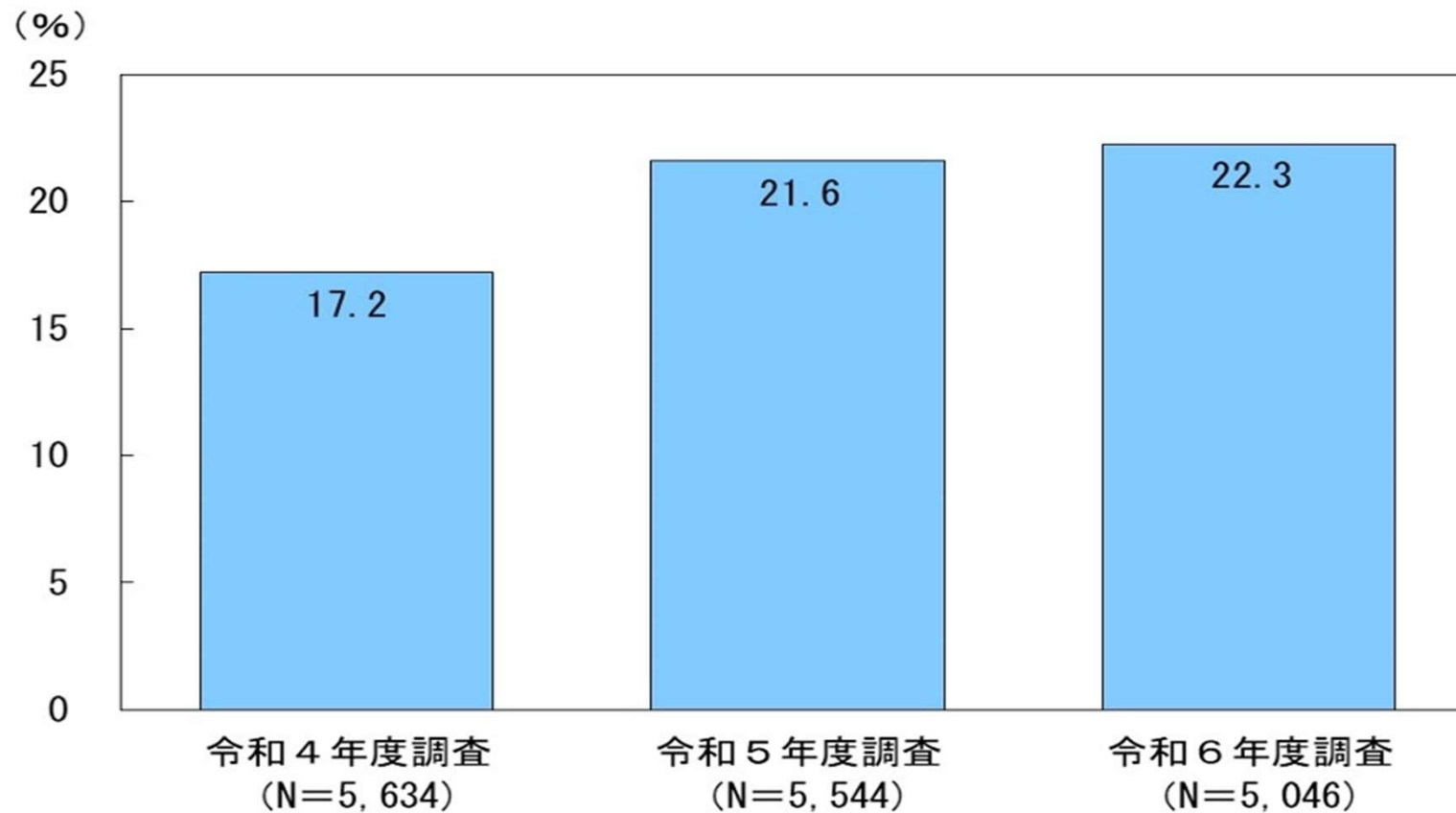


宣伝のような効果は得られなかった

誇大広告

消費者トラブルの増加

この1年間に購入した商品、利用したサービスでの消費者被害の経験



出典：消費者庁「令和6年度消費者意識基本調査」の結果について(令和7年6月13日)

研究の目的と方法

研究目的

消費者トラブルを減らすために消費者教育の可能性と課題について考える

研究方法

消費者教育の教材作成・使用・アンケートを実施

[当サイトについて](#)[教材を探す](#)[取組事例を探す](#)[講師派遣団体を探す](#)[啓発チラシ・啓発動画を探す](#)

「消費者教育ポータルサイト」は、
消費者教育に関する
さまざまな情報を共有し、
みんなで育てていく
サイトです。



消費者教育とは

自立した消費者の育成を目指して行われるもの

騙されない消費者

- ・被害に遭わないように努めること

自分で考える消費者

- ・合理的意思決定ができ消費者の権利を実現するよう努めること

(消費者教育ポータルサイトより)

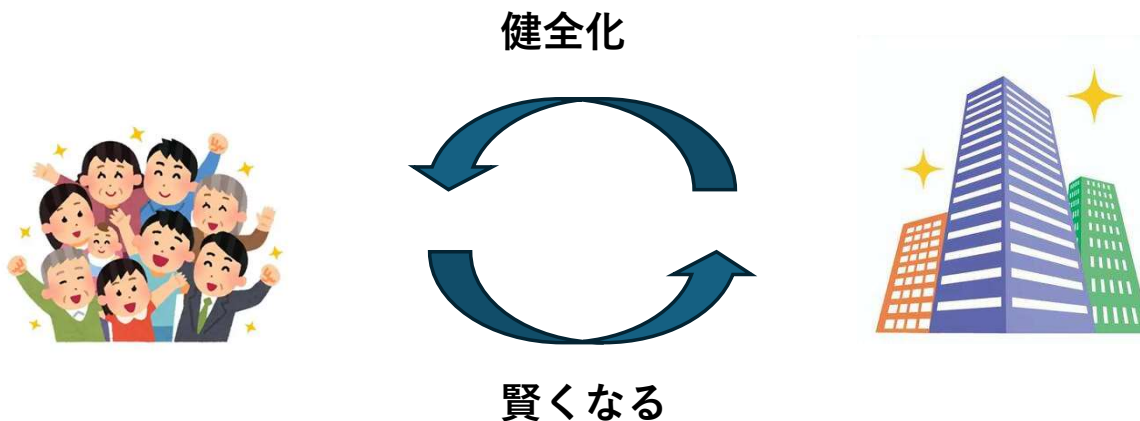
消費者教育はなぜ必要か

★企業のマーケティング活動の「弊害」に対処するため

- 誇大広告や不当表示
- ステルスマーケティング、サブスク契約トラブル

★消費者教育によって修正・改善が可能

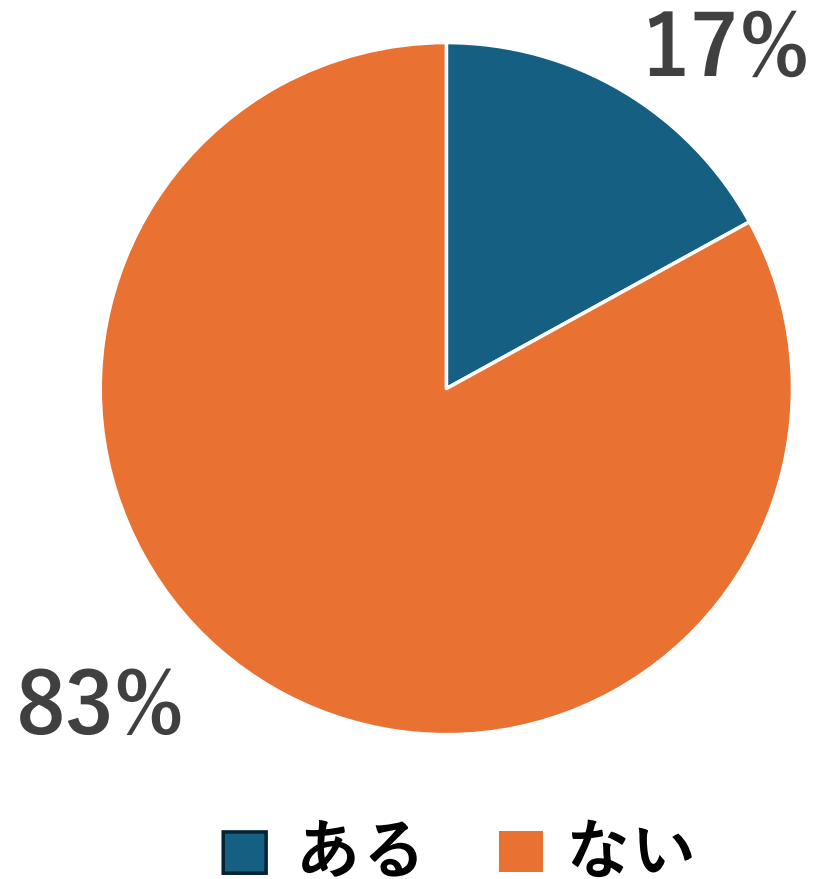
- 消費者問題の「解消」につながる
- 消費者が正しい知識と判断力を身につけ、不当な広告や契約に惑わされにくくなる



★みなさんに質問です

これまで消費者教育を受けた経験がありますか？

これまで消費者教育を受けた経験がありますか？



出典：岐阜市 第2回「消費者教育に関するアンケート調査」

消費者教育における教材の種類

冊子教材
173個

配布資料
20個

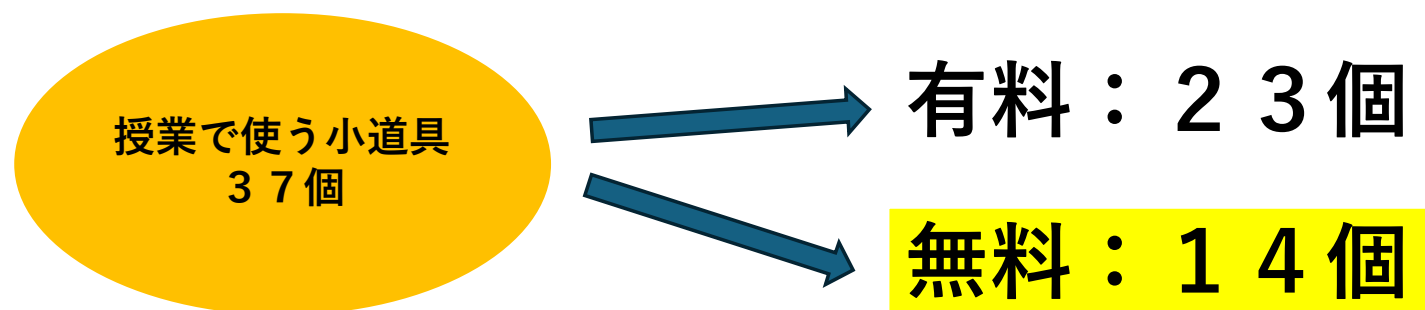
オンライン教材
161個

映像教材
117個

授業で使う小道具
37個

指導書
16個

消費者教育における教材の種類



消費者教育ポータルサイトにて検索

授業で使う小道具一覧

- ①SDGs買い物ゲーム
- ②めざせ六十二万石！伊達なものしりとり武将ゲーム
- ③なんでやろう？食品カードゲーム
- ④人・地球にやさしい消費者になろう！ ～契約って何？～
- ⑤消費者教育教材「買い物の仕組み」と「消費者の役割」
- ⑥だれでもかるた ～持続可能な社会編～
- ⑦食品ロス削減環境プログラム（クイズすごろく）
- ⑧かみしばい「どっちがよいこ？Vol.2」
- ⑨ぬりえ「よいこのぬりえVol.2」
- ⑩消費者教育教材「買い物を考えよう！！」
- ⑪若者向け消費者被害防止啓発動画
- ⑫消費者教育授業用教材
- ⑬消費生活かるた
- ⑭生活設計・マネープランゲーム

調査した項目

作成者

教材の
目的

ルールと
所有時間

学べる
内容

メリットと
デメリット

対象年齢

授業で使う無料の小道具

教材には・・・★自分で考えアクションする

★勝ち負けがある

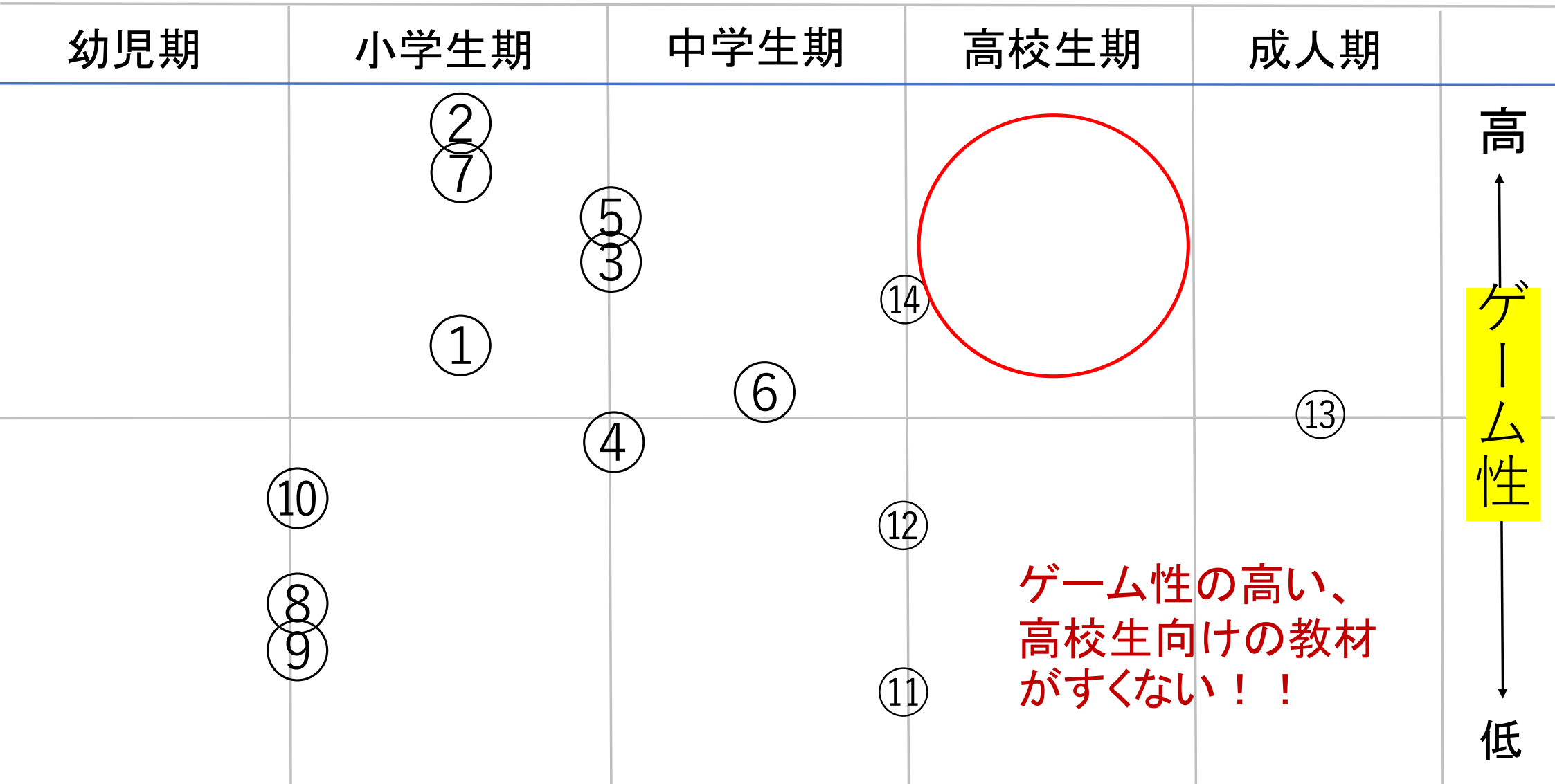
★他の人と会話しながらできる

★ガチンコ感などの要素がある



ゲーム性の高いものと低いものがある

ライフステージ



消費者教育カードゲーム

業者へ連絡・相談 C-16



相談や連絡をする。

5の詐欺サイト A-09



視する

知識

販売業者

攻撃



在庫処分！半額セール通



「定価1万円→980円！」の通


募金代行詐欺 A-20



「私たちが代わりに募金」といわれ送金。実は詐欺。防ぐには？


4 ダメージ

C-14



報の確認

サイトを選ぶ



対応

証拠を残



支払い記録や画面を保存するなど証拠をのこす


個人情報



のサイトから情報流出。個人でない被害を減らすには？

対応

家族・友人に相談 C-02



「定価1万円→980円！」の通

在庫処分！半額セール通販 A-01



「定価1万円→980円！」の通

5 ダメージ

◇概要

- 身近な消費者トラブルをクイズ形式で疑似体験する教育カードゲーム
- SNS詐欺や偽サイトなど、実際に起こりうる場面をカードで再現

◇目的

- 正しい「知識」と適切な「行動」を身に着け、被害を予防する力を育てる。
- 「見抜く力」「相談する力」「行動する力」を楽しみながら習得する。
- 知識の有無や行動の選択が勝敗に直結することで、学びを自然に体験できる。

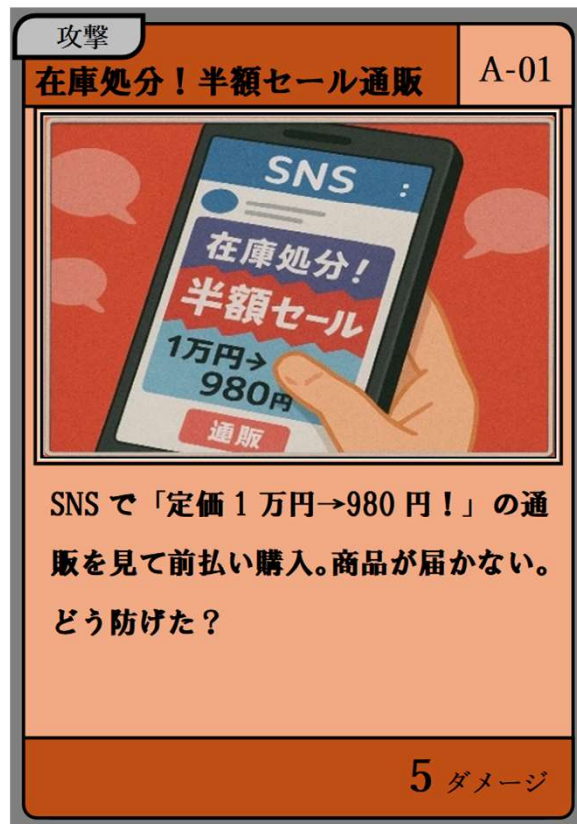
★実践的な体験を通して、予防力を高めることを目指します！

◇カード見本

・カードは3種類あります。

→※攻撃カード（赤）26枚/

表



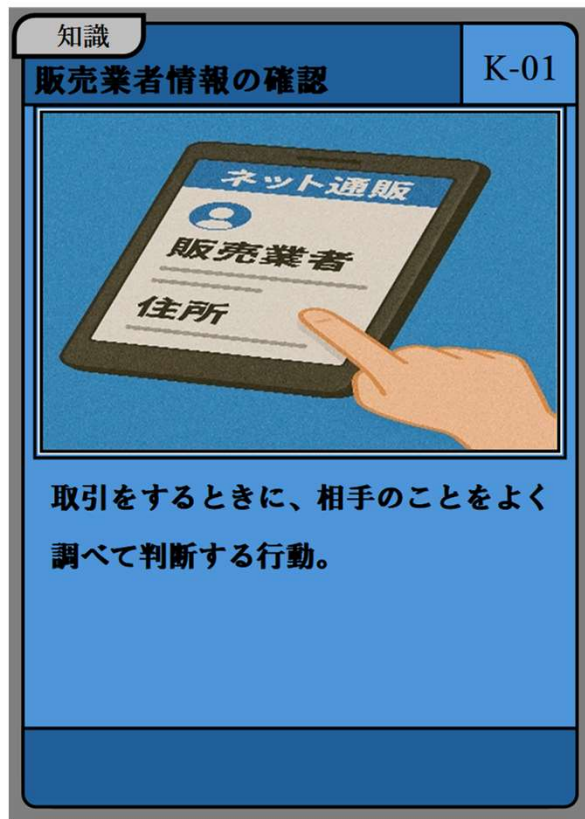
裏



◇カード見本

→ 知識カード（青） 20枚/

表



裏



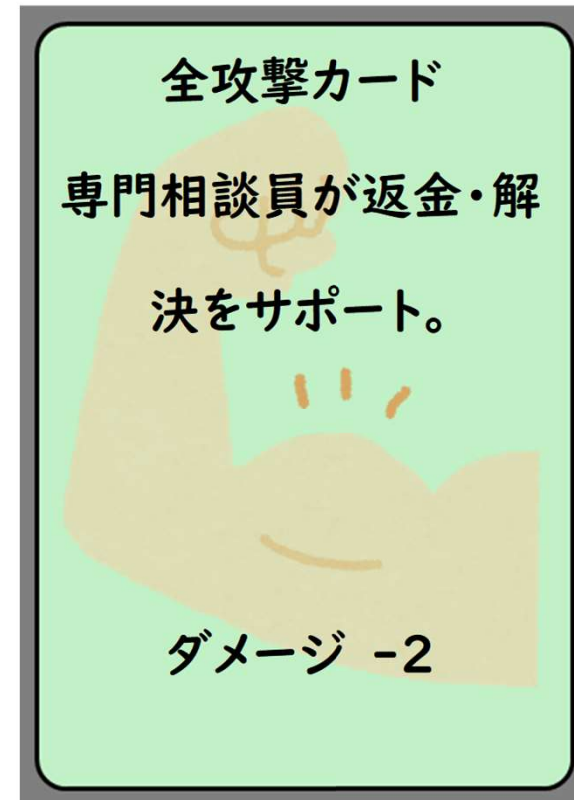
◇カード見本

→ 💪 対応カード（緑）16枚/

表



裏





◇準備

- ・このカードゲームは2人で行います。
 - ・攻撃カード、知識カード、対応カードを別々に山札を作ります。
 - ・各プレイヤーは、攻撃カード、知識カード、対応カードを2枚ずつ引き、計6枚を初期手札とします。
 - ・じゃんけんで先攻、後攻を決めます。
 - ・各プレイヤーはHP20点でスタートします。
-

◇ゲームの進め方 (攻撃、防御)

- 先攻のプレイヤーは、攻撃フェーズとなります。山札の**攻撃カード**を上から1枚引き、手札に加えます。その後、手札の**攻撃カード**の中から1枚選び、問題文を読み上げ、そのカードを出します。
 - 後攻のプレイヤーは、防御フェーズとなります。山札の「**知識カード**2枚」または、「**対応カード**1枚」どちらかを選んで上から引き、手札に加えます。その後、相手の出した**攻撃カード**に対して有効だと思ふ**知識カード**または、**対応カード**を1枚出して防御します。
 - 有効だと思ふカードがないと判断した場合は、カードを出さず判定を行います。
-

◇ゲームの進め方 (判定)

- 各プレイヤーは、出したカードを裏返し攻撃に対して適切な防御ができたか確認します。

例 **攻撃カード** 5ダメージ

- 適切な**知識カード**が出せた→完全防御 (5→0ダメージ) or部分防御 (5→2ダメージ)
 - 適切な**対応カード**が出せた→軽減 (5→3ダメージ)、特殊効果の発動
 - 間違ったカードを出したor適切なカードがなく出せなかった
→**攻撃カード**に書かれた分のダメージを受ける (5ダメージ)
- 受けたダメージを**HP**から引きます。
 - 使用したカードは捨て札にします。次に、後攻の攻撃フェーズ、先攻の防御フェーズとなります。
-



◇勝敗

「相手のHPを0にする」

もしくは、互いに5回の攻撃フェーズを終えたのち

「残りのHPが多い」プレイヤーの勝利！

工夫した点

- 高校生向けの消費者教育ということで、学習効果を高くするために、幅広い内容をそれぞれ実際に起こりうるであろうトラブルを考えた現実味がある内容にしたこと。
 - 単調なゲームにならないように、カードの裏面に答えを書き、考えることを促すように作ったこと。
-

アンケート調査

~消費者教育ポータルサイトに掲載されている2つと比較~

○対象1： なんでやろう？食品ロスカードゲーム

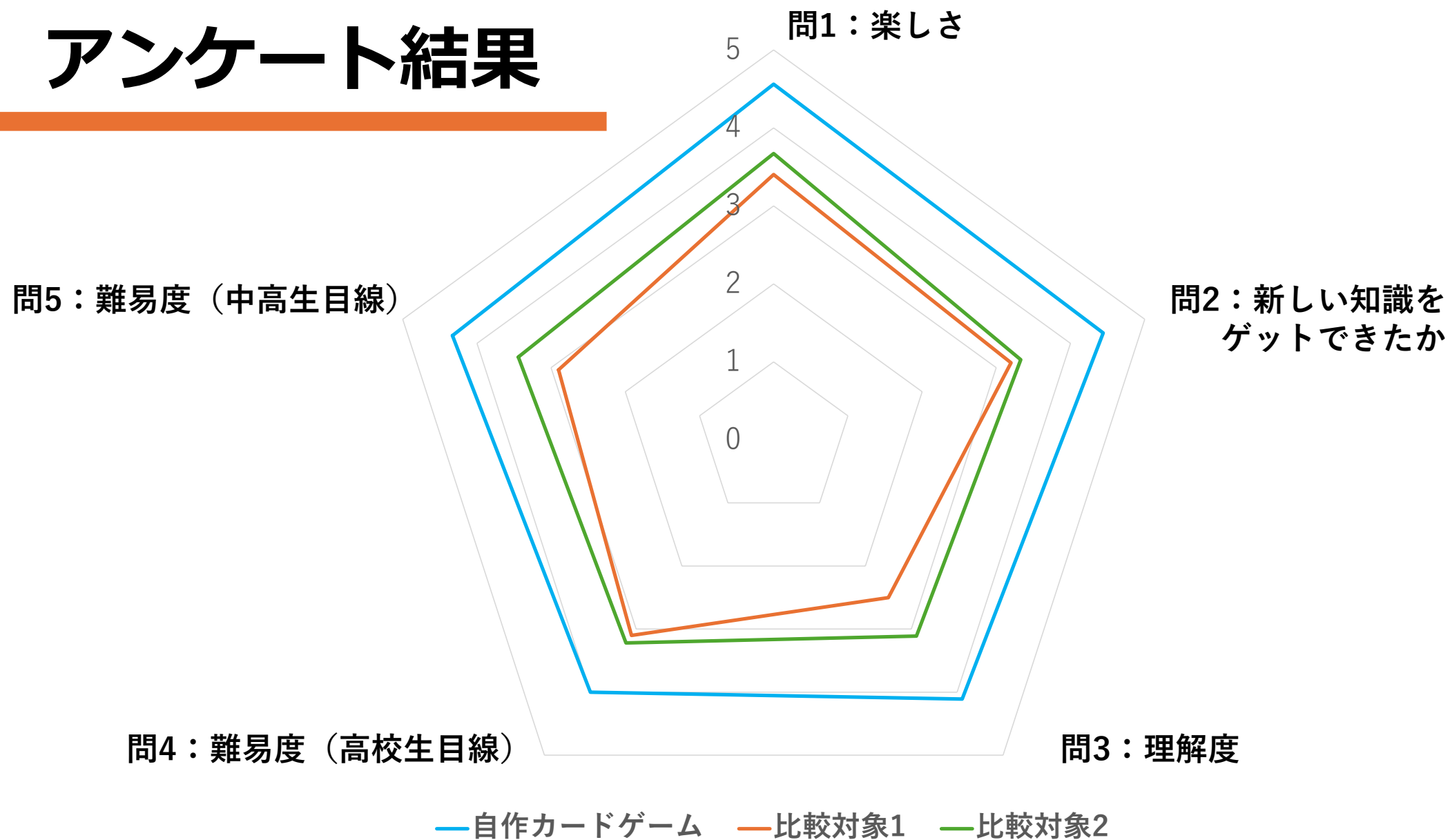
○対象2： 食品ロス削減環境学習プログラム（クイズすごろく）

- 対象者：井口ゼミ1年生
- 調査日時：11月26日（水）9：10～
- 調査方法：各ゲームを実践してもらい、formsにてアンケートを実施

アンケート内容

1. ゲームを実際にやってみて、楽しかったですか
2. 新しい知識をゲットできましたか
3. 消費者教育の扉を開くことができましたか（理解はできましたか）
4. 自分の目線で、ゲームの難易度はどうでしたか
5. 中高生目線で、ゲームの難易度はどうでしたか
6. 難しいと感じた場合、どこが難しいと感じましたか。また、難しくないと感じた場合、改善した方がいい点はありましたか

アンケート結果



アンケート6問目（その他の意見）

【難しいと感じた点】

○問題内容が一部難しいと感じた。

【改善してほしい点】

○毎回カードの裏を確認する作業がめんどくさいと感じた。

○一部カードが見にくいと感じたため改善してほしい。

考察

- 比較的単純でかつ分かりやすいルールであるため、ゲームを楽しみながら行うことができたのではないか。
- 消費者教育の中でも、比較的身近で起こりうる内容をゲームに取り入れたため、より新たな知識を得られ、消費者問題を知ることにつながったのではないか。
- 授業の一環でこのゲームを行ったため、教育的な観点で消費者問題について考えることができ、消費者教育への理解がより深まったのではないか。

今後の課題

難易度調整は
上手くいった

カードの形式
に扱いにくさ

授業等で
使用する
教材の少なさ

消費者教育
を学ぶ機会
の少なさ

カードを表印刷のみにするなど
分かりやすい形式に変更するべき

教材の数
を増やす

学ぶ機会
の増加

参考文献

- 小木紀親（2023）「マーケティングと消費者問題の関係性と消費者教育の必要性—消費者問題の解決手段としての企業における消費者教育のあり方—」『東京経大会誌』第318号、pp.59-73
- 岐阜市 第2回「消費者教育に関するアンケート調査」
<https://www.city.gifu.lg.jp/info/kouchou/1008426/1008427/1011965/1008429.html#group5>
- 消費者庁「令和6年度消費者意識基本調査」の結果について(令和7年6月13日)
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002
- 消費者庁「消費者教育ポータルサイト」
<https://www.kportal.caa.go.jp/>