

# 弁護士 島田 広

福井市宝永4-9-15 島田法律事務所  
0776-25-2300 bg6h-smd@asahi-net.or.jp

- 1998年 福井弁護士会登録
- 2001年 独立して法律事務所開設
- 2010年 日弁連消費者問題対策委員会  
副委員長
- 2013年 消費者庁消費者教育推進会議  
委員(～2017)
- 2013年 福井弁護士会会長
- 2015年 消費者庁「倫理的消費」  
調査研究会委員(～2017)
- 2016年 文部科学省消費者教育  
推進委員会委員
- 2017年 日本エシカル推進協議会理事



1

独立行政法人日本学生支援機構 平成30年度 学生生活にかかる喫緊の課題に関するセミナー



パネルディスカッション発言資料

## ポジティブな消費者教育のススメ

2018年12月14日 弁護士 島田 広

〒910-0004 福井市宝永4-9-15 島田法律事務所 電話:0776-25-2300 FAX:0776-25-2366

2

# 学生への情報提供は大切。でもそれで十分ではない…

全国大学生協同組合連合会

大学生協検索 よくいただく

HOME サイトマップ

> 保護者の方へ > 受験生の方へ > 学生・教職員の生活や活動 > 大学

再HOME > 受験生の方へ > かしこい生活のすすめ > 消費者トラブル防止 手続き集

## 消費者トラブル防止 手続き集

大学生になると初めて一人暮らしをしたり、バイトを始めたりと新たに経験することが増えてきます。その中で多くの大学生が消費者トラブルに巻き込まれています!!  
今回は、大学生が気を付けるべきポイントを上げていますので、以下のアドバイスを参考にトラブルを防ぎましょう!

### ● アダルトサイトの相談が年間で10万件!?

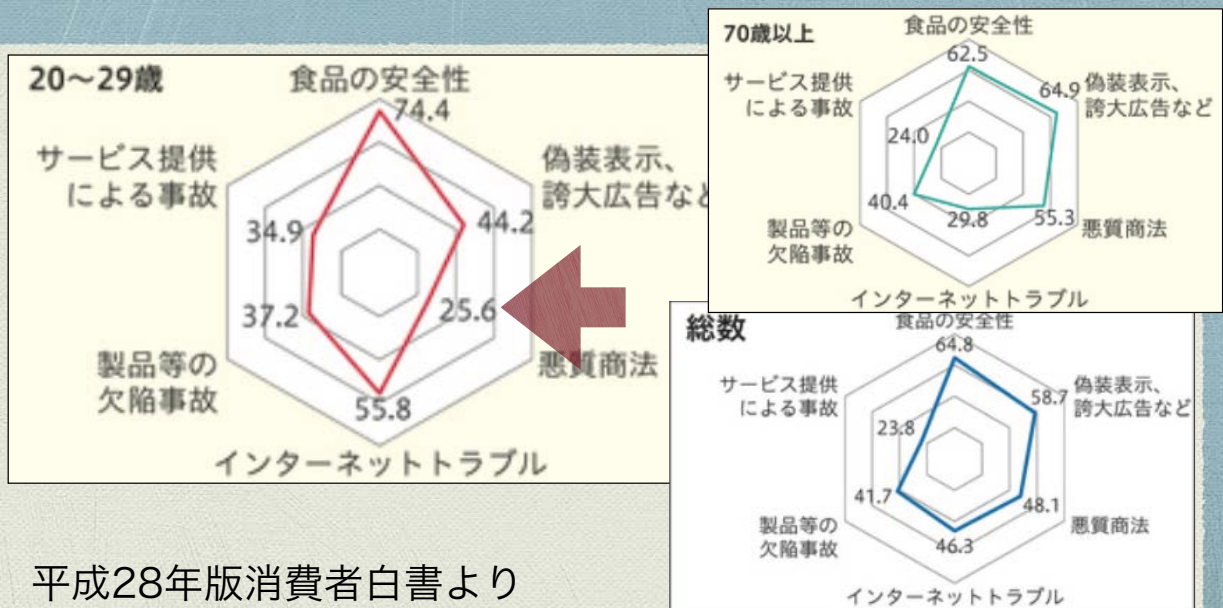
- 1 アダルトサイト業者から次々に利用料を請求され、高額な料金を支払ってしまった。
- 2 歌手の動画を見ようとしたら、アダルトサイトに登録されたので、解約するためにサイトに書かれている連絡先へ電話した。
- 3 アダルトサイトを見ていたら、請求画面の表示と同時にシャッター音がした。怖くなって、サイトに書かれている連絡先へメールした。

身に覚えのない請求は、払っちゃダメ!  
確認もせずに電話やメール等の連絡をしちゃダメ!

<https://www.univcoop.or.jp/fresh/life/trouble/index.html>

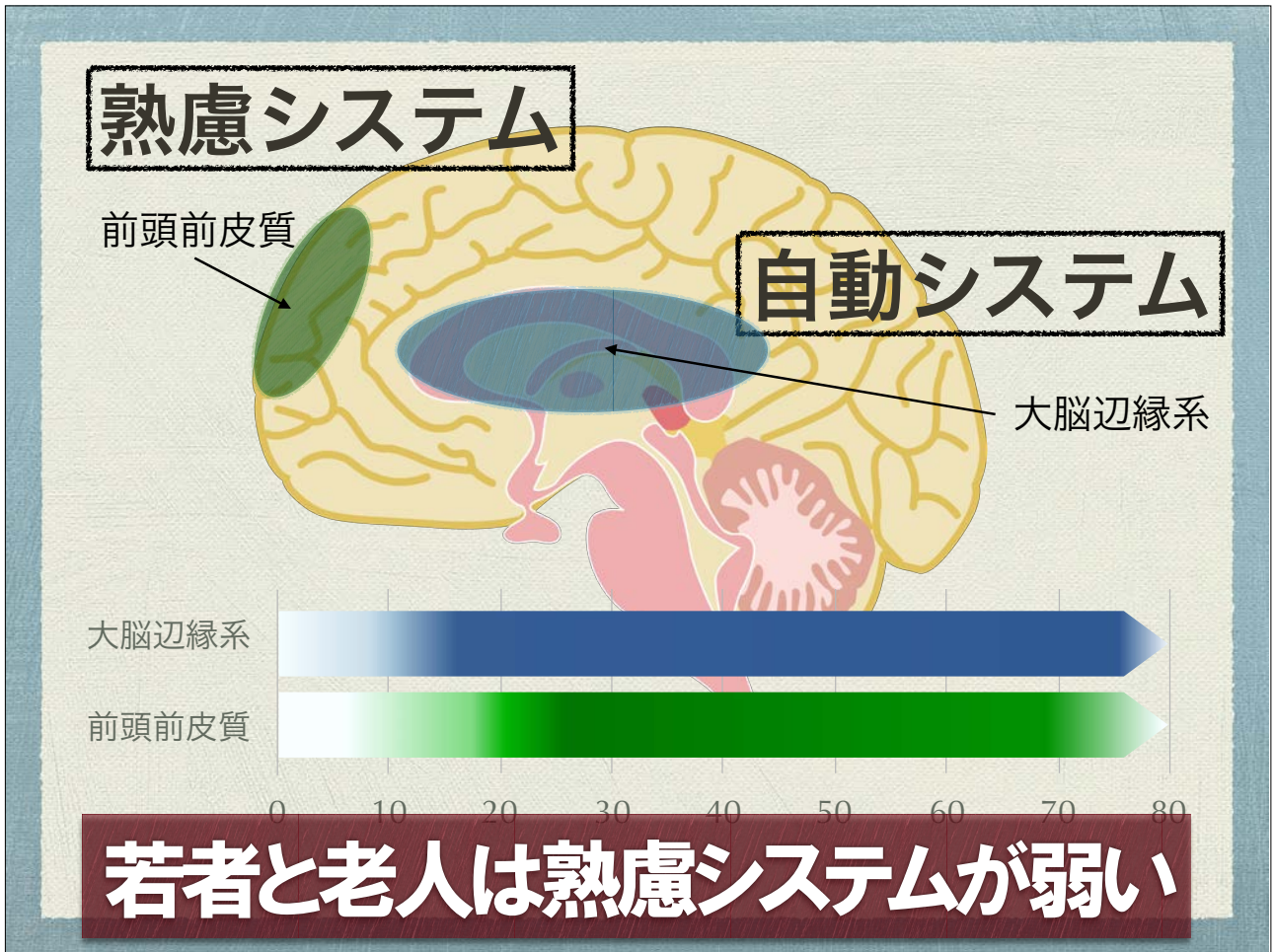
3

# 消費者問題の関心分野



**悪質商法に関心低い若者**

4



5

行動経済学が示す

# 消費者教育の3つの壁

**先送り傾向**

**自信過剰傾向**

**情報過多・選択肢過多に弱い**

**対策**

**モチベーション↔プチ成功体験の循環**

金融広報中央委員会「行動経済学の金融教育への応用による消費者の学習促進と行動改善」(H25.11)

6

# だまし・勧誘手法の特徴

熟慮システムを麻痺させる

自動システムを刺激する

コントロール可能な自動システム優位へ誘導

7



自動システム

感覚情報に  
基づく迅速な  
感情や行動の  
反応

熟慮システム

論理・理性に  
基づく思考

準備中

熟慮システムは麻痺しやすい

8

# 自動システムを刺激する手法

返報性

社会的  
証明

権威

コミット  
メントと  
一貫性

希少性

好意

ロバート・チャルディーニ「影響力の武器」より

9

返報性

借りは返さずにいられない

コミットメント  
と一貫性

車も人も、急には止まらない

社会的  
証明

「皆さんそうされてます」に弱い

希少性

「今だけ、ここだけ、あなただけ」は最強の殺し文句

権威

「権威を疑え」はむずかしい

好意

好感度NO.1タレントの誘いは断れない

10

# 勧誘手法の理解の重要性 (アメリカの実験から)

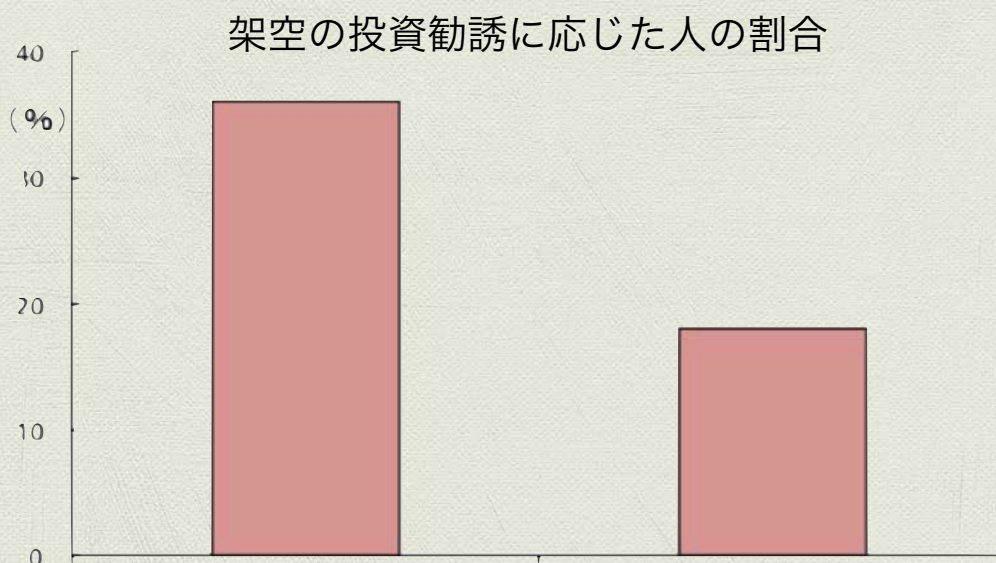


- ① セミナーで、勧誘手法の特徴を学び、テレビコマーシャル等と詐欺的電話勧誘とで同じ手法であることを説明した後
- ② テレビ通販を題材に、勧誘手法を受講者に指摘させる
- ③ 受講3日後、架空の投資勧誘の電話を掛け、勧誘の成否にセミナーの受講の有無で違いが出るか、実験

福原敏恭「行動経済学を応用した消費者詐欺被害の予防に関する一考察」より

11

# 勧誘手法の理解の重要性 (アメリカの実験から)



身近な勧誘手法に「気づく力」が重要

12

## ② 学生団体による同世代での消費者教育

田中 喜陽 Tanaka Yoshiaki 学生団体スマセレ会長理事

兵庫県立大学学生。2013年～兵庫県のくらしのヤングクリエイター、2016年～兵庫県長期ビジョン審議会委員。元全国大学生協同組合連合会理事など。



### きっかけは行政の取り組み

学生団体スマセレは、兵庫県のくらしのヤングクリエイターとして活動認定された兵庫県立大学の学生たちが2016年3月に立ち上げた団体です。

兵庫県と大学生協関西北陸事業連合(締結時は大学生協神戸事業連合)との間で、2010年に「次世代の消費者教育・学習に関する協定書」を締結し、兵庫を担う若者の消費者問題への関心を高め、自分で理解・選択・行動できる消費者力の向上を図るとともに、次世代の消費者リーダーとなる人材の養成をめざし、大学生への消費者教育に協働で取り組んでいます。協定のも

対して、兵庫県知事から「くらしのヤングクリエイター活動認定証」が交付されています。

### アクティブラーニングとピアサポート

2017年7月に神戸市にてセミナー「Challenge to Change ～築こういい関係、つなごういい社会～」を開催しました。当日は、食品企業ならびに関係団体の協力を得て、事業者から社会人として心がけて実践していること、消費者と事業者がつながっていることとそのメリット、消費者市民社会・消費者志向経営を実現するための取り組みなどについて講演がありました。その後「2020年までに実現する消費者市民社

国民生活センター「ウェブ版国民生活」NO.64より

13

ちよっと待てよ...

ちよっと待てよ...

これ、おかしくない?

これ、おかしくない?

消費生活相談

エシカルな消費行動が日々の訓練に

14

## ポジティブな消費者教育のススメ

平成30年12月14日

平成30年度学生生活にかかる喫緊の課題に関するセミナー  
弁護士 島田 広

### はじめに

多くの大学や高専、専門学校（以下「大学等」）において、消費者教育は、入学ガイダンスにおけるパンフレットやチラシの配布、ポスターの掲示の形で行われており、一部では半年または通年で消費者教育の講義が行われている大学等もあるものの、少数にとどまっている。

教育の範囲が広範で、かつ、高校までと異なり全国共通の標準カリキュラムがあるわけではない大学等での教育のあり方からすれば当然ともいえるが、消費者の選択のありようは経済社会のありように大きな影響を与え、その意味において消費者は経済社会における「主権者」ともいえるにもかかわらず、まさにその「主権者」として独り立ちを目指す時期である大学等の学生時代に、消費者としての選択について学び考える機会を多くの学生が十分与えられていないことには、やはり問題がある。

これから大学等で学び巣立っていく学生達には、SDGsに象徴される持続可能な社会の担い手としての役割が期待されることから、彼らへの消費者教育の充実が図られるべきである。

経済社会の「主権者」として自らの選択に責任をもち、事業者によって提供される情報を批判的に検討し、自らの選択が経済、社会や環境に与える影響に思いを馳せながら日々の選択を行い、自分と社会にとって望ましいライフスタイルを確立する力を、日々の生活の実践の中で磨いていく、そんな学生達こそ「被害にあわない」消費者であり、彼らの力を育む消費者教育の実現に向けてできる限りのことに取り組むことこそ、成年年齢引き下げを前にした社会全体の課題であると考えられる。

### 被害啓発型消費者教育の限界

平成24年に制定・施行された消費者教育推進法制定の背景には、後のSDGsにつながる持続可能な消費に対する関心の高まりと共に、従来の学校教育の中でありがちであった、悪質商法の被害情報を提供するだけの被害啓発型消費者教育の限界の認識があった。このような消費者教育を受けた20代の若者達のうち、消費者教育を受けた記憶があるのはわずか4分の1に止まっていた（平成20年版消費者教育白書）。

学生は、もともと悪質商法等の消費者被害に関心が薄いことは、平成28年版消費者白書のデータでもはっきりしている。

脳の発達面でも、学生は熟慮的判断システムを司る前頭前皮質の発達が未熟で、単に消費者被害についての知識をつけただけでは、事業者のパターン化された勧誘方法にも容易に誘導されてしまいやすい。

もともと、消費者教育の障害として学習者の自信過剰傾向があげられており、消費者としての意思決定力の高くない層の方ほどこうした傾向が強いとされているが、学生はその典型ともいえ、特定の被害実態を伝えて「気をつけましょう」と注意喚起するだけの被害啓発型消費者教育では、明らかに限界がある。解決策がはっきり分からないネガティブな情報は無視されやすいこともあり、消費者教育の方向性の転換が求められている。



## 「自分が被害にあわない」から「被害をなくす」ための教育への転換

被害防止に関する消費者教育の今後の方向性として、学習に向けたモチベーションの涵養と、すぐできる日常的自己訓練に関する教育の必要性を痛感している。

悪質商法に関心が低く自信過剰傾向の強い学生達に、「自分が被害にあうかあわないか」という視点でモチベーションを持たせようとしても、おそらく難しい。

「学内から被害をなくし、みんなが安心して学べる場所にするために、力を貸してほしい」というアプローチから消費者被害の実態を紹介することで、学生達にポジティブな気持ちで消費者問題を考えてもらう方が効果が高いだろう。

また、悪質商法の勧誘手法は、本セミナーの講演で取り上げられた事例を見ても分かるとおおり、実は日常普段の買い物の中にあふれている。

そうした基本的手法を理解し、身の回りにある勧誘手法をチェックする訓練を積むだけで、大きな被害防止効果が得られることが実験で分かっている。日々の生活の中で広告や勧誘の手法に関心を持ち、問題があると考えられるものに接したときに、大学や周囲の学生に情報発信して警鐘を鳴らす、そんな学生を育む教育こそが、被害防止につながるものだろう。

## 学生を「被害予備軍」とみるのではなく「被害防止の担い手」に変える取組を

大学等には、若者の行動力や正義感、仲間同士のつながりの強さを、消費者被害の撲滅のために生かす方策を、どんどん打ってほしい。

「被害にあったら相談を」ではなく、「問題のある勧誘を見かけたら、周りの人が引っかからないように大学や仲間に情報提供を」と呼びかけ、学生の中に、自分の仲間に消費者情報を提供したり、トラブルに遭った人があれば学生課に相談をつないでくれる「消費生活サポーター」を募集する、といったことが考えられる。

学生生協との協力も大切だろう。例えば、生協で一言カードをできるだけたくさんの人に書いてもらうようにするのも、学生が事業者とコミュニケーションを取る力を高めるきっかけになる。

フェアトレードなど、持続可能な消費に関心を持ち、そうしたサークル活動に取り組む学生も増えており、そうしたアクティブな学生達に被害防止にも一役買ってもらおうというのも、一つの方法だろう。持続可能な消費の観点から、日々目にする商品の背景に目を向ける習慣を付けることは、事業者が提供する情報を批判的に検討する姿勢につながり、ひいては消費者被害の防止にも役立つといえる。

## おわりに

成年年齢引下げによって、これまで 20 歳からだったマルチ商法やエステトラブル等の深刻な消費者被害の発生のピークが大学入学初年度にずれることが予想される。このこと自体は大変深刻な問題である。大学等という新しい世界の中で様々なストレスにさらされる新入生達は消費者被害によりあいやすいといえるし、入学間もない時期に深刻な被害にあうことによって学生生活の継続すら困難になる場合が増えることも懸念される。

しかし、だからといって被害啓発型の消費者教育にのみ力を注いでも、十分な効果は期待しがたいし、何よりも、次世代の社会を担う人材を送り出すことを目的とする大学教育にとって、消費者教育は「辺縁」であり続けることになる。

SDGs に象徴される持続可能な社会の担い手の育成という、今の大学教育の重要な課題にとっても、身近な消費生活に目を向けて課題を見つけ出し解決していけるたくましい学生の育成が重要である。1 人でも多くの大学等の関係者に、消費者教育のもつ意義の大きさに眼を向けていただければ幸いである。