

## 自立のための消費者教育 ～消費者問題に直面する学生と消費者教育～

阿部 信太郎

(城西国際大学経営情報学部専任講師)

### 一 消費者被害に直面する学生

国民生活センターの集計では、全国の消費生活センターに寄せられる消費者の苦情・相談は年々増加し、二〇〇三年度には一三七万件余りにも達している。不満や被害のある人のうち、消費生活センターに苦情を持ち込むのは五％足らずなので、実際の消費者トラブルはかなり大きな数であると見込まれる。また、苦情・相談件数を年代別に見ると、二〇代の若者が最も多い。その中には、当然多くの大学生も含まれている。

それでも、各大学の学生部等の尽力によって学生の消費者被害はかなり食い止められているはずである。しかし、

学生の被害は後を絶たないのも事実である。学生であっても成人になれば契約は正式に成立するのだが、人生経験はまだ豊富ではない。一人暮らしを始めたばかりの学生もいる。悪質業者にとっては、こうした学生は格好の「カモ」である。保護者や大学の心配の種は尽きないところである。大学としては、学生に高額の契約は「一人で決めない」「すぐに決めない」、またそもそも「電話勧誘、訪問販売、キャッチセールスなどの話にはのらない」と呼びかけなければならぬ。また、架空請求などのトラブルがあったら、「学生部や消費生活センターにすぐに相談すること」を徹底させる必要もある。

以上のことは緊急に必要であるが、今後も次々と発生するであろう悪質商法のことを考えると、根本的には、学生

に消費者教育の機会をきちんと提供することが不可欠である。本論では特に、この消費者教育の視点から学生の消費者被害について考えていくこととする。

### 二 電話情報サービス・オンライン情報サービスに関わるトラブル

二〇〇三年度の商品役務別にみた相談件数は、第一位「電話情報サービス」、第六位「オンライン情報サービス」、第七位「オンライン等関連サービス全般」となっており、電話情報サービス、携帯電話、インターネットに関するトラブル件数の多いことがわかる。(1)中でも「架空請求」(全く利用していない又は利用した覚えのない携帯電話・インターネットの情報料金を突然請求される)、「不当請求」(有料かどうか事前に知らされていないサイトにて、アクセスしただけで数万円請求される)の問題が深刻化している。

こうした状況の下、東京都消費生活総合センターでは、そのホームページに専用ホームページ「Stop! 架空請求」を設置し注意を促している。その中には、二〇代の若者の相談事例とそれに対するアドバイスが多数掲載されて

いる。以下、当該ホームページに掲載されていた二つの事例とそれに対するアドバイスを要約して例示する。(2)

#### 【事例一】個人識別番号から住所や氏名がわかるの？】

「携帯電話であるサイトに入った途端に登録され、携帯の個人識別番号を知られてしまったらしい。」「振込を一六日までにしなないと、個人識別番号から個人情報特定して自宅まで取立てに行く」と書かれていて怖い」

センターからのアドバイス(要約)：「サイト側に個人識別番号が送信される場合は、事前に意思確認の画面が携帯電話に表示される。「No」をクリックしたのに個人識別番号が表示されたという場合は、不当請求業者がデータレメな番号を表示しているものと考えられる。また、たとえ個人識別番号が送信されたとしても、不当請求業者に個人情報を送信されることはありえない。携帯電話会社が個人情報を開示することもない(今まで家に押しかけて来た事例はないが、万一来たらずに警察に連絡すべきである)。」

#### 【事例二】ワンクリックしただけで、契約は成立してしまふの？】

「携帯電話で、電話番号応対メールの広告を見てサイトに入り、利用規約を読まずにクリックしたら、『ご契約あり

がとうございました。五日以内に二万四千円を払ってください」と表示された。それ以降、メールで督促がくる」センターからのアドバイス(要約)・登録(入会)するつもりはなかったのに、間違ってクリックしたために契約したことになった場合は、その契約は無効になる。請求があつても料金を支払う必要はない。

このような架空請求に対しては、原則としては無視をするよう助言されている。相手の言いなりに支払うと、脅せば金を払う者として「カモリスト」に載ってしまい、次々と同じような請求がくることもある。また、うかつに業者と連絡すると、電話番号や住所などの個人情報を知られてしまうおそれもある。そうした意味で個人情報の管理についても要注意である。都内のある大学では、家庭教師斡旋を騙った業者が、登録と称して学生の個人情報教室内で書かせていたという事例があった。この場合は、連絡を受けた学生部職員がすぐに警察に通報して、事なきをえたとのことである。

架空請求の対処法として、次のようなことが挙げられる。<sup>3)</sup>

(一) 不審なメールやホームページには注意する。

(二) 間違ってクリックしただけでは契約は成立しないので、あわてて相手に連絡をしたり「退会手続き」をとらない。

(三) 家族が代わりに連絡をしたり、支払つたりしないよう日頃から話し合いをしておく。

(四) 架空請求の手口などの情報に関心を持つ。

(五) 不安なときは、消費生活センター等に相談する。

以上のように、消費者行政の迅速な対応と大学(特に学生部)の献身的な努力によって、学生の消費者被害をかなり防いでいる。しかし、肝心の学生は無防備にも近い状態とも見受けられる。しかも問題業者は、ある一つの悪質商法の対策が進むと、また別の悪質商法を生み出すものである。このような状況を考えると、単に学生を保護する守るというだけでなく、学生自身も消費者としてより賢く、より自立することが求められる。自立のための消費者教育が必要となる所以である。

### 三 自立のための消費者教育

今日ほど消費者教育が重要であることについては、ほと

んど異論のないところである。その背景には、次々と発生し複雑化多様化する悪質商法や、増加する自己破産などがある。このような消費者問題については、その場その時の対症療法的な対策だけでは、また新しい悪質商法が出てきた場合に、新たな被害が発生することにある。根本的には、消費者のためにもそしてより良い社会を実現するためにも、消費者の知識と能力を向上させる消費者教育が必要なのである。

また、規制緩和により自由度の高まる経済は、消費者にとってより新しいより便利な商品・サービスの種類が増えて選択の幅が広がるという利点がある一方で、それらの商品・サービスの中から消費者自らの責任において選択をしなければならぬ場面も増えている。こうした自己決定・自己責任の求められる時代において、責任ある意思決定をできる能力を培うために、消費者教育の意義が高まっているのである。

平成一六年六月に三六年ぶりに消費者保護基本法が改正され、新たに消費者基本法となった。その理念は「消費者の権利の尊重と自立の支援」であり、消費者の位置付けが、「保護される者」から「自立した主体」へと転換された。

ただし自立と言っても、消費者は事業に比べて情報力や交渉力において不利な立場にあるので、その格差を縮小するために事業者に対して一定の規制を加えたり消費者を支援したりするなどの消費者政策が不要になったわけではない。国民生活審議会消費者政策部会は、その報告書の中で消費者が「自立した主体」として能動的に行動していくために重要なこととして以下のものを挙げている。<sup>4)</sup>

- ・安全が確保されること
- ・必要な情報を知ることができること
- ・適切な選択を行えること
- ・被害の救済が受けられること
- ・消費者教育を受けられること
- ・意見が反映されること

これらのことは、消費者基本法において「消費者の八つの権利」として反映され、その一つとして「消費者に対して必要な教育の機会が提供される権利」(消費者教育を受ける権利)が規定されている。

消費者教育は、悪質商法の被害にあわないたための教育またはクレジット破産を予防する教育などと思われがちであるが、それだけの教育ではない。例えば、日本消費者教育

学会による消費者教育の定義は以下の通りである。<sup>5)</sup>  
 「本質的には、消費者教育は、消費者が各自の価値観、理念(生き方)を個人的にも社会的にも責任が負える形で選び、枠組みし、経済社会の仕組みや商品・サービスについての知識・情報を理解し、批判的思考を働かせながら、合目的に意思決定し、個人的、社会的に責任が持てるライフスタイルを形成し、個人として、また社会の構成員として自己実現していく能力を開発するものである」。

さらに、今井光映(日本消費者教育学会・前会長)は、消費者教育のキーワードとして「トレード・オフ」「価値」「批判的思考」「意思決定」「市民性」の五つを指摘している。<sup>6)</sup>

学生に対して「自立しなさい」をお説教のように繰り返したところで、自立した消費者になれるわけではない。「自立した消費者とは何か」を追究しつつ、自立した消費者になるための能力を身に付けるための体系的な消費者教育が必要なのである。

#### 四 大学における消費者教育の必要性

筆者らの研究グループである経済教育研究会では、大学

生や高校生の消費生活や経済に関わる知識、理解、応用力を一〇年来調査している。そのために作成した「生活経済テスト」シリーズは六回を数えている。その中から、大学生の契約についての知識の程度を表す問いとその結果を例示する。

問・ある人がお店でパソコンを買った。この場合、売買契約が成立したのは、どの時点か。<sup>7)</sup>

- ①「売る」「買う」と口頭で合意したとき (一五・四%)
- ②契約書に印鑑を押したとき (四三・二%)
- ③代金を支払ったとき (二一・九%)
- ④品物を受け取ったとき (二七・一%)

(正解：①。売買契約においては、口頭であっても両者が合意すれば契約は原則として成立する。①～④の選択肢の横の括弧内は、その選択肢を選んだ解答者の割合。以下同じ) 問・ある店で一〇万円のパソコンを買った後で、他の店に行ったら同じものが一割安く売られていることに気付いた。この場合、法律では消費者は最初の店のパソコンを①返品して返金してもらおう権利がある。 (八・三%)  
 ②八日以内なら返品して返金してもらおう権利がある。 (三四・八%)

- ③差額を補償してもらおう権利がある。 (八・四%)
- ④お店の同意がなければ返品・返金してもらおうことはできない。 (四四・五%)

(正解：④)<sup>8)</sup>

問・羽毛布団を買う契約で、クーリング・オフが法的に認められているのは、

- ①商店で買った場合 (一一・〇%)
- ②訪問販売で買った場合 (四三・二%)
- ③通信販売のカatalogで買った場合 (三五・三%)
- ④テレビショッピングで買った場合 (二〇・〇%)

(正解：②)<sup>9)</sup>

これらの結果は、大学生であっても契約についての正確な知識がいまいなことを示している。契約を結ぶと、契約を守らなければならないという責任の重大性についてもあまり認識していない。これでは安易に契約を結んでトラブルの原因となるのも当然である。

消費者教育は小中高等学校でも社会科や家庭科を中心に実施されているが、上記の結果を見ても、また学生の消費者被害を拡大させないためにも、大学においても消費者教育の実施(消費者教育関連科目の設置)が必要である。

その場合、時事的な消費者問題をケーススタディとして取り上げつつも、それを通して本質的なことを教育しなければならぬ。それは例えば、契約など法的なことであれば、契約はいつどのように成立するのか、どのような責任が生じるのか、どのような契約は無効であるのか、どのような契約は取消できるのか、消費者が相談できる機関には何があるのか、などである。

また教育方法には、「問題解決アプローチ」や「意思決定アプローチ」を展開したり、討論を取り入れたりして批判的思考力や意思決定能力を身に付けさせることが大切である。こうした能力やそのための情報収集能力・情報活用能力が身に付くことによって、新しい手口の悪質商法など新たな事態に直面しても、的確に判断し対処することができるはずである。

#### 五 大学における消費者教育の課題

大学における消費者教育には、授業によるものと授業以外によるものがある。さらに授業によるものには、一般教育(一般教養)と専門教育に分けられる。以下、それぞれ

についての課題を考察する。

(一) 授業以外によるもの

学生部等が大学広報誌、掲示、オリエンテーション等を通して行う消費者教育であり、学生への消費者情報の提供である。消費生活センターをはじめとする消費者行政機関は学生の消費者被害を防ぐために、大学に働きかけをしている。また、若者向けの消費者啓発パンフレットの作成・配布も行っている。それらをうまく活用したいものである。大学側も消費者行政との連携を密にするとともに、学生相談窓口を整備することが必要である。刻々と変化する消費者問題に対応するため、学生部職員が年に一度でも消費生活センター等において研修を受けることも望ましい。

(二) 一般教育・一般教養における消費者教育

一般教育レベルでは、学生が自立した消費者としての能力を身に付けるための体系的な消費者教育関連科目の設置が望まれる。例えば「消費者教育論」「消費生活と行政」や学部横断的総合科目「人間と社会」を選択必修にしている大学もある。消費者の視点から現代の経済・経営・環

境・社会について学習する科目である。その主要な内容としては、「消費者教育の意義が高まった時代的・社会的背景」「消費者問題の歴史」「消費者の意思決定」「金銭管理と消費者信用(クレジット)」「契約と消費者」「消費者の権利と責任」「消費者関連法規」「消費者と環境問題」などがあげられる。学生対象のクレジットカードの発行を検討している場合は、上記のクレジットに関わる教育も重要である。

消費者教育の体系化については重要だが難しい問題であり、日本消費者教育学会でも研究が重ねられている。アメリカのミシガン消費者教育センター(当時)では、『消費者教育の諸概念』(一九八二年)において消費者教育の上位概念として「消費者の意思決定」「資源(資金)管理」「消費者の市民参加」を示していて、これをどのように発展させるかが課題となっている。<sup>10)</sup>

(三) 専門教育における消費者教育

家政学・生活科学系、教育学系、経済学・経営学系、法学系の学部には、それぞれ消費生活論、消費者教育論、企業の消費者対応、消費者関連法規等の専門科目が設置さ

れている場合が多い。また、高齢者の消費者被害が急増していることから福祉系学部にも消費者教育関連科目の設置が望まれる。こうした専門教育においても、消費者教育・消費者問題の専門家を育成するとともに、学生自らが自立した消費者になるための教育が必要である。

学生の消費者被害の増加から、消費者教育の必要性はますます高まっている。今後は大学においても、今あるカリキュラムや学生指導の枠内において、そして必要なら新しい消費者教育関連科目を設置して、意欲的・効果的に消費者教育に取り組めるよう工夫をしなければならない。それが学生に対して二一世紀を自立して生きる力をつけさせることになるのである。

【注】

- (1) 国民生活センター『消費生活年報二〇〇四』国民生活センター、二〇〇四年、四〇頁。
- (2) 東京都消費生活総合センターホームページ。  
<http://www.shouhiseikaku.metro.tokyo.jp/>
- (3) 東京都消費生活総合センター・教員向け情報提供誌『わたしは消費者』100、二〇〇五年六月一日を参考にした。
- (4) 内閣府国民生活局編『二一世紀型の消費者政策の在り方について』国立印刷局、二〇〇三年、一一頁。

- (5) 日本消費者教育学会『消費者教育(第二冊)』光生館、一九九二年、二七六頁。
- (6) 今井光映「消費者教育」(財)消費者教育支援センター編『消費者教育事典』有斐閣、一九九八年、二七頁。
- (7) 経済教育研究会編『第四回生活経済テスト』経済リテラシテストForm A(全四五問)、二〇〇一年実施。サンプルは全国の大学・短大二二校(経済学・経営学・家政学・教育学系中心)、二、八七七名の学生。全四五問のテスト問題や結果については下記の参考文献を参照。以下同。
- (8) 経済教育研究会編『第五回生活経済テスト』経済リテラシテストForm B(全四五問)、二〇〇三年実施。サンプルは全国の大学・短大一八校(経済学・経営学・家政学・教育学系中心)、一、七七四名の学生。
- (9) (財)消費者教育支援センター・経済教育研究会編『第二回生活経済テスト』(全五〇問)、一九九八年実施。サンプルは全国の大学・短大二二校(経済学・経営学・家政学・教育学系中心)、二、九四八名の学生。
- (10) 阿部信太郎「消費者経済教育」魚住・山根・宮原・栗原、編著『グローバル時代の経済リテラシー』ミネルヴァ書房、二〇〇五年。

【参考文献】

- (1) 山岡道男・浅野忠克・阿部信太郎編『経済リテラシー入門・経済のどこがむずかしいのか』早稲田大学経済教育総合研究所、二〇〇一年。(第一回、第三回生活経済テスト)
- (2) 山岡道男・浅野忠克・阿部信太郎編『消費者・市民のための生活経済入門・経済リテラシー・ワークブック』早稲田大学経済教育総合研究所、二〇〇二年。(第四回、第五回生活経済テスト)