

特集3

実践報告 若者の消費者トラブル防止活動



① 新社会人向け消費者教育の実践

島根県消費者センター

1971年に開設した消費生活センター。マスコットキャラクター「だまされないゾウくん」を活用してTwitterやFacebookで広く情報発信している。



「新社会人」という層の特質

若者向けの消費者教育を行うタイミングを考える際、その最大のポイントは「自宅住まいから一人暮らしに変わるとき」「学生から社会人に変わるとき」にあります。

保護者の元を離れて一人で生活を始め、自ら生計を立てるとき、若者はさまざまな出来事に直面します。例えば、アパートや保険の契約、電気製品の正しい使い方、訪問販売やマルチ商法の勧誘。周囲の支えもありますが、若者は自立した社会人としてこうした出来事に一人で対応しなくてはなりません。経験が若者を成長させることは確かです。しかし、しなくてよい苦労、想定外の被害を避けるためには、消費者トラブルに関する知識が必要です。

教室という場所でテキストをもとに教員から学ぶという体制の整った学生と異なり、社会人は自発的な学習意欲がなければ学ぶ機会を得られません。それが学校教育と社会人教育の大きな違いです。新社会人は学校から社会への移行期であり、この機会をとらえて消費者問題に意識を向けてもらうことが、その後の長い人生の学習の動機づけになり得ます。その意味で、新社会人向け教育はとても重要です。

以下、島根県消費者センター(以下、当センター)の消費生活相談員が実施している新社会人向け消費者教育事例を紹介します。

事例1 企業の新入社員研修で

島根県安来市のある企業では、高校を卒業したばかりの新入社員研修の一部として、2014年度から毎年当センターの出前講座を利用しています。

2017年の受講者は25人。講座で心がけたのは、タイムリーな事件やこれから社会人となって遭遇するであろう代表的なトラブル(マルチ商法、架空請求、保証人、多重債務など)の事例を紹介し、受講者自身の人生にかかわりのあることとして関心を引くことです。単なる座学ではなく、ロールプレー形式による参加型グループ学習として、問題点・気をつけるべきことなどを話し合い、グループごとに発表してもらいました(写真)。

写真 参加型グループ学習のようす



事例2 地域の就職内定者研修で

雲南雇用対策協議会(以下、協議会)では、毎年2月に雲南市内の高校3年生で就職が内定した人を集めて、社会人として必要な知識やマナーなどを身に着けるための2日間の研修を行っています。県外に就職し地域を巣立つ人も含まれています。

きっかけは、協議会が高校教員と研修内容を検討協議するなかで、学校側から当センターの

出前講座を活用する案が出たことでした。2012年度に初めて講座を行い、効果的な内容であると評価され、毎年依頼を受けています。

2017年は70人の受講者に対して当センターと金融広報委員会の役割分担による講座を実施しました。当センターからは、マルチ商法やアフィリエイトなどの若者に多いトラブルを紹介し、クーリング・オフ通知の出し方など具体的に方法をお知らせしたほか、日々の生活に必要な知識である「新しい洗濯表示」も取り上げました。金融広報委員会からは、税金や社会保険など社会人に欠かせない金銭関係の知識を取り上げ、全体としてバランスの取れた研修になりました。

若者の巣立ちを支援する

以上の事例は、2つとも相手方からの依頼により出前講座が始まり、内容が好評だったため継続的に行うこととなったものです。地元企業の職員研修部門、地域の雇用対策部門に消費者

教育の需要はあると考えます。出前講座の新規の実施先の参考としていただければと思います。

また、長年にわたり学校等の出前講座で成果を挙げてきたことが、結果として新社会人向け講座開始につながったことにも注目しています。口コミの力は大きく、日頃の活動で若者に対する消費者教育の意義や効果を広く理解してもらうことが、その後の展開に大きな役割を果たします。

新社会人向け講座は、悪質商法への防御力が未熟な若者に消費者トラブルの相談窓口を身近に感じてもらう機会として有効です。「消費者市民社会」など消費者教育の範囲は本来とても幅広ですが、最低限必要なのは「被害を予防する／被害を回復する」ための知識です。一期一会の講座でそのためのリテラシーを身につけてもらえるよう、私たちも常に講座の手法の改善に努めています。

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。元全国大学生生活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。協定のもと、活動等を顕著に実践したと認められる人に

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会」をテーマにグループでワークショップを行

ワークショップの
写真1 ようす



写真2 配布しているチラシ



いました(写真1)。SNSに埋もれた消費者の声をキャッチするシステムを作るアイデアや、就職活動に学びの場を入れて、消費者と事業者のコミュニケーションの場にするアイデアなどが出されました。今回のようなイベントは学生による実行委員会で企画立案・運営まで行い、こうした活動を通して、学生はアクティブラーニングをし、学びを深めます。

さまざまなことを学んだ学生は、次は友達や後輩などが消費者被害にあわないように、学生同士のピアサポート(助け合い)の活動として、街頭での啓発活動や大学生向けのチラシなどの制作を行います(写真2)。街頭では子どもからお年寄りまでさまざまな人に声をかけ、啓発グッズなどを配布します。「188*知っていますか?」と声をかけると、ほとんどの人は知らないという反応をします。また、若い人の中には、悪質商法の話をする、金銭的被害がなく相談をしたことはないが、似たような経験をしたことはあるという人もいます。このように、たくさんある情報をすべて伝えるのではなく、ポイントを絞ることで自分のこととして考えてもらえるように工夫しています。学生だけの知識では不足している部分は警察や消費生活センターなどの専門家に協力してもらい、学びを深めながら活動をしています。

スマホ・SNS世代の若者

スマホの普及によって情報へのアクセスは昔に比べると簡単になりました。同時にそれは有

害な情報にアクセスしやすくなったことでもあります。あふれんばかりの情報の中から良い情報を選ぶ“選択眼”が必要とされています。また、SNS等の普及により、知らない人とつながるのが簡単な時代になり、好奇心やアルバイト感覚からトラブルに巻き込まれるケースも少なくありません。

最近では、学業が忙しく、あまりアルバイトができない学生の間で「何もしなくても毎月数万円が入ってくる」という怪しげなビジネスが流行しているようです。そういったビジネスの多くはSNS等で無料のセミナーに勧誘されることから始まります。また、勧誘に使われるSNSアカウントには「新入生歓迎パーティ」などといった名前のもも存在します。もちろん中にはちゃんとしたものもあり、必ずしもトラブルに巻き込まれるわけではありませんが、その可能性は高いと思います。

成年年齢引下げについて

今では、昔に比べれば社会経験が少ないまま学生として成人を迎える人も増えています。多様なトラブルが存在する現代において、成年年齢の引下げによって、被害にあう若者が増える可能性はあると思います。20歳1日目と19歳365日目の経験値の差はそれほどないと思います。したがって、成年年齢引下げのメリットは何なのか、またデメリットにどのように対処するのかという議論と同時に、どのように若者の消費者被害をなくし、また消費者市民を育成するための消費者教育を行うのかという議論も必要だと思います。

若者のほとんどは、今後社会で活躍し、また、家庭を持ち、子どもを持つ人もいるでしょう。消費者志向で事業を行う社会人や消費者教育のできる大人を増やし、消費者市民社会を実現するためには若者の消費者力アップが必要だと思っています。

* 消費者ホットライン:局番なしの「188(いやや!)」。お住まいの地域の市区町村や都道府県の消費生活センター等を案内する全国共通の3桁の電話番号。