

女子大学生の自立した消費者への意識に関する実態と 消費者教育の課題

紅林恵子, 横山隆光, 水野幸子

岐阜女子大学

(2022年11月22日)

The Reality of Female College Students' Independent Consumer Awareness and Issues in Consumer Education

Gifu Women's University

KUREBAYASHI Keiko, YOKOYAMA Takamitsu, MIZUNO Sachiko

(Received November 22, 2022)

要旨：2022年4月より民法改正により，成年年齢が18歳に引き下げられた．そこで，女子大学生に消費生活（契約や消費者問題）に関する知識と自立した消費者への意識に関する実態調査を行った．その結果，小学校，中学校，高等学校，大学と継続的な消費者教育の充実，教科横断的な学習や他教科との課題解決的な学習のカリキュラム・マネジメントの必要性など，消費者教育を推進していく上での課題が明らかになった．

〈キーワード〉成年年齢引き下げ，消費者教育，自立した消費者，
カリキュラム・マネジメント

1. はじめに

2022年4月の民法改正により，成年年齢が20歳から18歳に引き下げられた．成年になったばかりの18歳，19歳が消費者トラブル¹⁾に巻き込まれることが想定された．未成年者が親権者等の同意を得ずに契約した場合，民法で定められた未成年者取消権によってその契約を取り消すことができるが，成年が結んだ契約は未成年者取消権の行使ができない．20歳代の相談件数は未成年者と比べて多く，その契約金額も高額である．消費者庁，文部科学省，金融庁，法務省では，2018～2020

年の3年間に「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」など，実践的な消費者教育の推進²⁾を行ってきた．2021年3月からは「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンに基づき若年者への消費者教育の取組が推進²⁾されている．2017年の学習指導要領改訂³⁾により，小中高等学校の家庭科では消費生活教育の充実，大学では消費者教育の推進が図られている．また，「金融リテラシーの向上は女性活躍の次なる課題」⁴⁾とも言われている．

そこで本研究では，高校生（若年者）向け消費者教育冊子教材「社会への扉」⁵⁾を活用

して、そのクイズの内容と「消費生活についてのアンケート」⁶⁾を行い、消費者としての知識の定着と女子大学生の自立した消費者への意識に関する実態を明らかにする。

2. 実態調査

令和4年2月に、岐阜女子大学健康栄養学科1年83名を対象に、質問紙によるアンケートを実施した。「生活（契約や消費者問題）に関する知識」のアンケートでは、高校生（若年者）向け消費者教育冊子教材「社会への扉」⁵⁾を活用した設問を設定し、「消費生活（契約や消費者問題）に関する知識」の定着を把握した。「女子大学生の自立した消費者への意識に関する実態」では、「2017年徳島県「社会への扉」」を活用した授業の実施効果に関する追跡調査報告書の「消費生活についてのアンケート」⁶⁾を活用して、「女子大学生の自立した消費者への意識に関する実態」を把握した。

「消費生活（契約や消費者問題）に関する知識」についての調査は、4件法で行った。「女子大学生の自立した消費者への意識に関する実態」についての調査は、5件法と6件法で行った。

「消費生活（契約や消費者問題）に関する知識」の調査では、女子大学生の消費生活に関する基礎的・基本的知識の定着を把握した。さらにクロス集計を行い、2つの問いに関する正答と不正答の傾向を把握し、知識が定着している項目や知識が定着していない項目、学習していない項目を明らかにした。

「女子大学生の自立した消費者への意識に関する実態」の調査では、今日的な課題である「キャッシュレス決済」や「サブスクリプション」、「スーパーチャット」をはじめ、「持続可能な社会への意識」、「家庭科の授業につ

いて」など女子大学生の自立した消費者への意識に関する実態を把握した。調査項目の相関関係の分析では、女子大学生の自立した消費者への意識の高さによる様々な消費行動（消費者トラブル、安全、環境、防災）との相関関係を明らかにした。

3. 結果と考察

（1）消費生活（契約や消費者問題）に関する知識

「消費生活（契約や消費者問題）に関する知識」の調査、問1～11の正答・誤答の人数を図1に示す。「問1店で買い物をするとき、契約が成立するのはいつですか.」、「問2店で商品を買ったが、使う前に不要になり返品したい。店の対応として法律上正しいものは?」、「問5ネットショップでTシャツを買ったけれど似合わない。クーリング・オフできますか.」、「問8自動車教習所へ通うため金融機関から20万円を年利（金利）17%で借りた。毎月5000円ずつ返済した場合の返済総額は?」の正答率が20%を割っていた。そのため、正しい知識が定着していないことがわかった。

「問6買い物をした後日に代金を支払うことになるのはどれですか.」、「問9「必ずもうかる投資」はありますか.」、「問10製品による事故が発生したとき損害賠償を求めることができますか.」の正答率は50%を超えていた。そのため、中学校や高等学校で学んだ知識が定着していることがわかった。

「問8自動車教習所へ通うため金融機関から20万円を年利（金利）17%で借りた。毎月5000円ずつ返済した場合の返済総額は?」、「問11消費生活について相談したいときにかける電話番号はどれですか.」は、「わからない」と回答した学生が30%を超えて

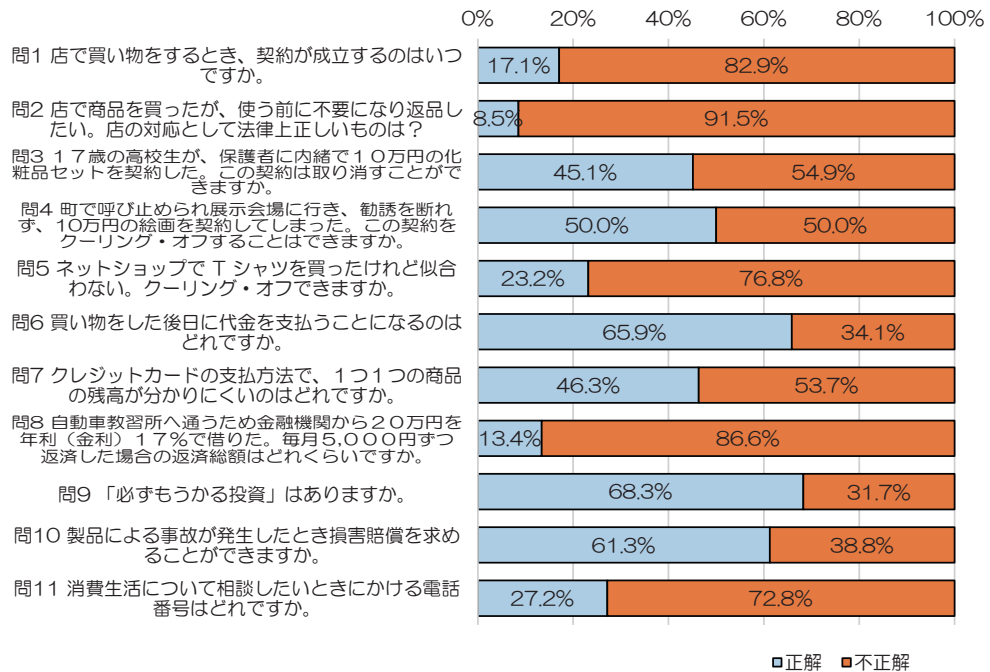


図1 正答・誤答の割合 (n=83)

いた。「金利の計算の仕方」と「188番」については、高等学校で学んでいない学生が多いことがわかった。

「問1店で買い物をするとき、契約が成立するのはいつですか。」と「問2店で商品を買ったが、使う前に不要になり返品したい。店の対応として法律上正しいものは？」のクロス集計結果を図2に示す。問1と問2の連

関性を見るために χ^2 検定を行ったところ有意であった($\chi^2 = 8.843$, $df = 1$, $p < .05$)。問1の誤答の選択肢「代金を払ったとき契約が成立する(63%)」と問2の誤答の選択肢「レシートがあり1週間以内なら返品できる(77%)」を同時に選択している学生が有意に多く(54%)、問1と問2のどちらも正答した学生は少ない(5%)ことがわかった。

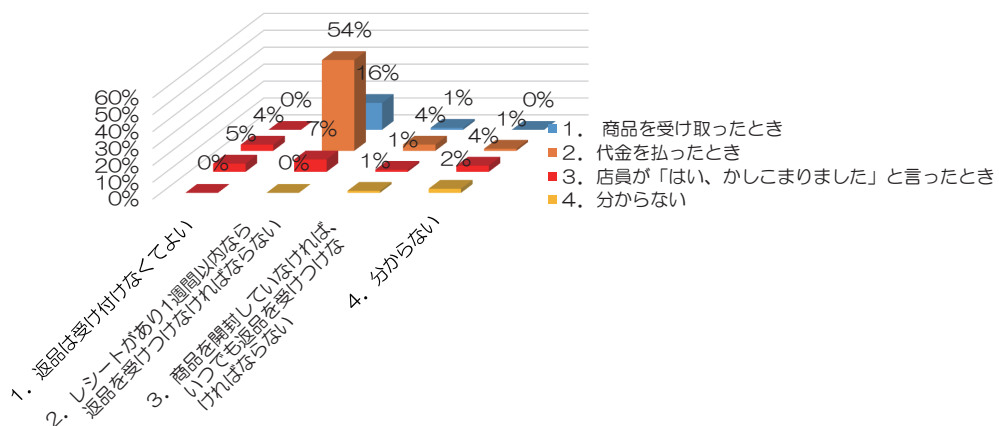


図2 問1と問2のクロス集計結果のグラフ(回答比率)

(2) 大学生の自立した消費者への意識に関する実態

大学生の自立した消費者への意識に関する実態について調査、問13～34の回答の人数を図3に示す。「問21もしクレジットカードを持ったとしたら、期日までに必ず支払える場合にしか使わない.」、「問24必ずもうかるなどのウマイ話や、迷惑に感じる勧誘をされたときは、きっぱりと断る.」では、「する」の回答率が、50%を超えていた。「もうけ話や迷惑な勧誘」については、もうかる話はな

いと考え、勧誘されてもきっぱりと断ろうと考えている学生が多かった。

「問18近ごろ問題になっている販売方法や消費者トラブル、その対処方法を常にチェックする.」、「問19商品やサービスに問題を感じたら、事業者（販売店やメーカーなど）に連絡する.」、「問20商品やサービス、また事業者の対応に問題を感じたら、消費生活センターに相談する.」は、「する」「少しする」の回答率が31%以下であった。

この結果からは、これらの生活体験が少な

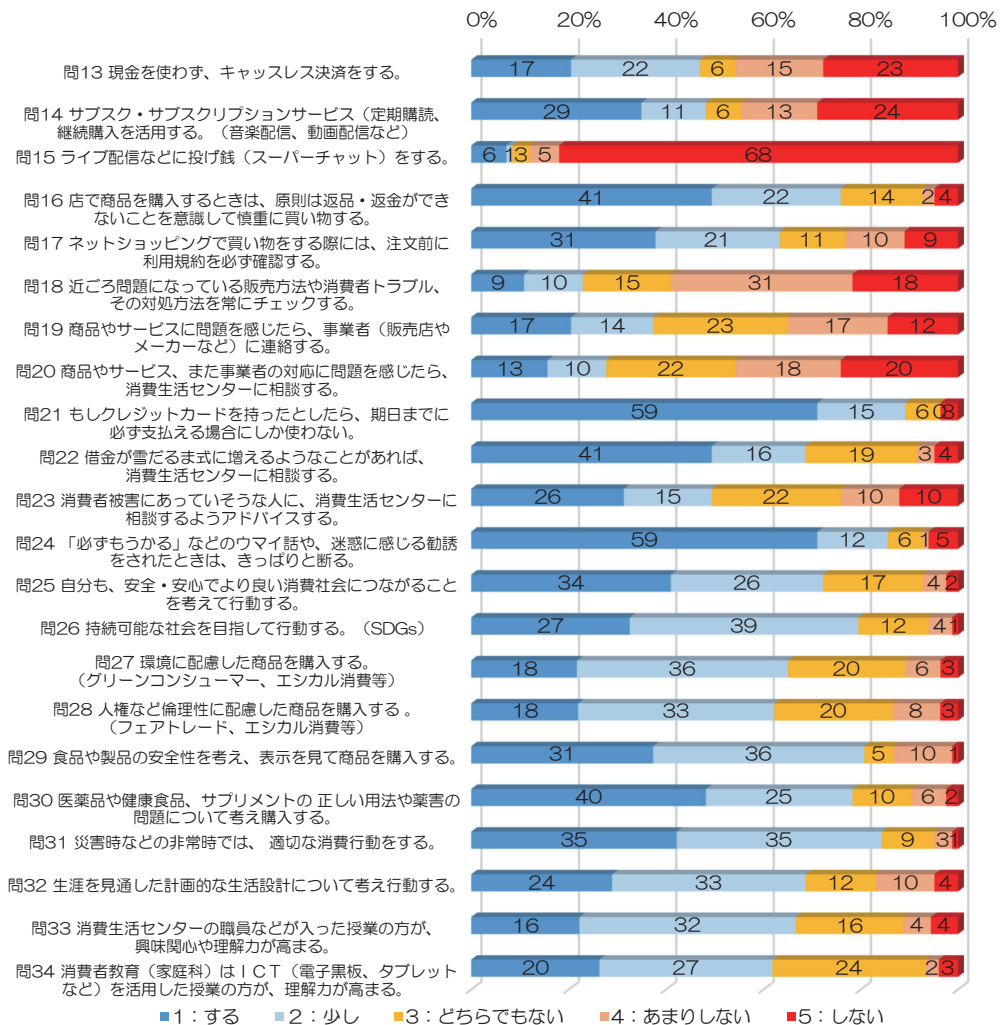


図3 問13～34の回答の割合（n=83）

いことが考えられる。

今日的な課題として、「問13現金を使わずキャッシュレス決済をする.」、「問14サブスクリプションサービスを活用する.」は、「する」「少しする」と「あまりしない」「しない」が、ほぼ同等の回答率であった。「問15ライブ配信などに投げ銭(スーパーチャット)をする.」は、「しない」の回答率が68%で多かった。

(3) 大学生の自立した消費者への意識に関する実態の相関関係

「問26持続可能な社会を目指して行動する。(SDGs)」($M = 1.95$, $SD = 0.88$)は、「問25自分も、安全・安心でより良い消費社会につながることを考えて行動する.」($M = 1.96$, $SD = 1.02$)と、高程度の相関($r = .745$, $p < .001$)がみられた。

このことから、持続可能な社会を目指して行動することが、安全・安心でより良い消費社会につながることを理解して行動していることがわかった。

「問25自分も、安全・安心でより良い消費社会につながることを考えて行動する.」

($M = 1.96$, $SD = 1.02$)は、「問20商品やサービス、また事業者の対応に問題を感じたら、消費生活センターに相談する.」($M = 3.27$, $SD = 1.37$)と、中程度の相関($r = .409$, $p < .001$)みられた。「問22借金が雪だるま式に増えるようなことがあれば、消費生活センターに相談する.」($M = 1.95$, $SD = 1.15$)とも、中程度の相関($r = .532$, $p < .001$)みられた。「問23消費者被害にあっているような人に、消費生活センターに相談するようアドバイスする.」($M = 2.55$, $SD = 1.36$)とも、中程度の相関($r = .428$, $p < .001$)がみられた。

このことから、困ったら消費生活センターに相談できる学生は、消費者被害にあってい

る人に消費生活センターに相談するようアドバイスするなど、安全・安心でより良い消費社会につながることを考えて行動できることがわかった。

「問27環境に配慮した商品を購入する。(グリーンコンシューマー、エシカル消費等)」($M = 2.28$, $SD = 1.00$)は、「問17ネットショッピングで買い物をする際には、注文前に利用規約を必ず確認する.」($M = 2.30$, $SD = 1.40$)と、中程度の相関($r = .410$, $p < .001$)がみられた。「問20商品やサービス、また事業者の対応に問題を感じたら、消費生活センターに相談する.」($M = 3.27$, $SD = 1.37$)は、中程度の相関($r = .442$, $p < .001$)がみられた。「問25自分も、安全・安心でより良い消費社会につながることを考えて行動する.」($M = 1.96$, $SD = 1.02$)とも、中程度の相関($r = .631$, $p < .001$)がみられた。「問26持続可能な社会を目指して行動する。(SDGs)」($M = 1.95$, $SD = 0.88$)とも、中程度の相関($r = .663$, $p < .001$)がみられた。

このことから、環境に配慮した商品を購入する学生は、利用規約をよく読み慎重に買い物をしたり、持続可能でより良い消費社会生活を営んだりする行動につながっていることがわかった。平均値を比較すると、「環境に配慮した商品を購入する。(グリーンコンシューマー、エシカル消費等)」($M = 2.28$, $SD = 1.00$)は、「持続可能な社会を目指して行動する。(SDGs)」($M = 1.95$, $SD = 0.88$)より平均値が高いため、持続可能な社会を目指して行動はしているが、商品の購入までは至っていないことがわかった。

「問31災害時などの非常時では、適切な消費行動をする.」($M = 1.80$, $SD = 0.87$)は、「問22借金が雪だるま式に増えるようなことがあれば、消費生活センターに相談する.」($M = 1.95$, $SD = 1.15$)と、中程度の相関(r

=.457, $p<.001$) がみられた。「問25自分も、安全・安心でより良い消費社会につながることを考えて行動する。」($M=1.96$, $SD=1.02$) とも、中程度の相関 ($r=.448$, $p<.001$) がみられた。「問26持続可能な社会を目指して行動する。(SDGs)」($M=1.95$, $SD=0.88$) とも、中程度の相関 ($r=.434$, $p<.001$) がみられた。「問27環境に配慮した商品を購入する。(グリーンコンシューマー, エシカル消費等)」($M=2.28$, $SD=1.00$) とも、中程度の相関 ($r=.473$, $p<.001$) がみられた。「問30医薬品や健康食品, サプリメントの正しい用法や薬害の問題について考え購入する。」($M=1.86$, $SD=1.05$) とも、中程度の相関 ($r=.611$, $p<.001$) がみられた。

このことから、災害時などの非常時に、適切な消費行動ができる学生は、より良い消費社会を考え、環境に配慮した商品や医薬品や健康食品、薬害問題を考えてサプリメントを購入していることがわかった。困ったときは、消費生活センターにも相談できるなど、5つの項目との相関がみられた。

「問34消費者教育(家庭科)はICT(電子黒板, タブレットなど)を活用した授業の方が、理解力が高まる。」($M=2.54$, $SD=1.42$) は、「問33消費生活センターの職員などが入った授業の方が、興味関心や理解力が高まる。」($M=2.77$, $SD=1.60$) と、中程度の相関 ($r=.578$, $p<.001$) がみられた。

このことから、ICT(電子黒板, タブレットなど)を活用した授業やゲストティーチャーが入った授業は、興味関心や理解力が高まると感じていることがわかった。

4. おわりに

消費生活(契約や消費者問題)に関する知識の調査では、項目によって知識が定着して

いない部分が見られた。そのため、小学校、中学校、高等学校、大学と継続的に消費者教育の充実を図り、基礎的・基本的知識を定着させる必要がある。同時に、特別支援学級(中学校)の消費者教育の必要性も強く感じているため、発達段階に応じた消費者教育の手立てを検討が必要である。

消費者としての意識が高く、適切な消費行動ができる学生は、様々な消費行動(消費者トラブル, 安全, 環境, 防災)との相関関係がみられた。そのため、安全教育, 環境教育, 防災教育, キャリア教育, 他教科(社会科, 道徳, 情報科, 英語科)の授業を通して、教科横断的に学習することは効果的である。他教科との学びを連動し、生活の場面で活用できるような課題解決的な学習のカリキュラム・マネジメントを考えていかなければならない。

授業では、消費生活センターの職員などのゲストティーチャーを入れたり、ICTを活用したりすることは、有効な手段であり、授業の工夫が必要である。特に、市役所や自治体などの地域社会との連携や効果的な教材教具の活用が課題である。免許外の教員でも、準備に時間をかけずに地域の人材の活用や教材教具が使用できるように環境整備されることが望まれる。

また、消費者庁, 文部科学省, 金融庁, 法務省では、キャンペーンに基づき若年者への消費者教育の取組が推進されている。しかし、教育現場との意識や実態の乖離が見られた。近年、キャッシュレス決済や投資推進など、急激な社会の変化や法改正も多い。そのため、新しい情報を収集し、時代の変化に対応した授業を展開する必要がある。教員自身が新しい知識を身に付けるために、働き方改革が叫ばれる中、どのような研修の推進が望ましいか、家庭科教員の研修の在り方も課題である。

参考文献

- 1) 若者の消費者トラブル (テーマ別特集)
https://www.kokusen.go.jp/soudan_now/data/wakamono.html (2022 / 10 / 1 閲覧)
- 2) 若年者への消費者教育推進方針〈概要〉
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/basic_policy/assets/basic_policy_220401_0001.pdf
(2022 / 10 / 1 閲覧)
- 3) 消費者教育の取組について
<https://www.bing.com> (2022 / 10 / 1 閲覧)
- 4) 金融リテラシーの向上は女性活躍の次なる課題
<https://www.jri.co.jp> (2022 / 10 / 1 閲覧)
- 5) 社会への扉 ―12のクイズで学ぶ自立した消費者― (高校生 (若年者) 向け消費者教育教材 生徒用教材・教師用解説書)
<https://www.bing.com> (2022 / 10 / 1 閲覧)
- 6) 平成29年度徳島県における「社会への扉」を活用した授業の実施効果に関する調査報告書
https://www.caa.go.jp/future/project/project_003/pdf/project_003_200127_0002.pdf (2022 / 10 / 1 閲覧)

