

2013年8月29日 全8頁

消費者教育におけるネットリテラシー

—消費者市民社会の形成に求められるもの—

環境調査部 主任研究員 小黒 由貴子

[要約]

- 消費者市民社会とは、消費生活が経済社会に大きな影響を与えることを消費者が自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会である。
- 高度情報化の進展でネットを利用した取引が大きく増加しており、以前にも増してネットリテラシー・ネットモラルの向上が求められている。
- マルチステークホルダーで構成される消費者教育推進会議には、ネットの領域横断という性質と、成人層への教育機会提供という点に配慮した、「消費者被害の防止」と「消費者の自立支援」のための取り組みを期待する。

最近のネット関連の消費者トラブルでは、利用者自身が被害者になると共に加害者になるという側面を持つものがあり、以前にも増してネットリテラシー・ネットモラルの向上が求められている。技術的な側面ばかり注目されがちなネット利用ではあるが、経済社会生活の一部であることに変わりはない。2012年12月に施行された「[消費者教育の推進に関する法律](#)」（以下、推進法）では、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会を「消費者市民社会」としている。推進法の目的は、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、国民の消費生活の安定及び向上に寄与することである。消費者教育は消費者市民社会を形成するための重要な活動であることから、消費者教育におけるネットリテラシー・ネットモラル問題の位置付けを探ってみる。

1. 消費者市民社会—消費者の権利と責任—

2013年6月28日に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定された¹。推進法第9条に基づいて、「誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供する」ための方針である。推進法は「消費者被害の防止」と「消費者の自立支援」の実現のためには消費者教育が重要であるという認識のもと、基本理念を

¹ 消費者庁 消費生活情報 「[消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）](#)」

「実践的能力の育成」と「主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう支援する」ことなどとしている。

(1) 消費者市民社会

1960年代から消費者教育の重要性は指摘されていた²。1968年に制定された「消費者保護基本法」では消費者教育に関して、商品などに関する情報提供、生活設計に関する知識の普及などと共に「消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずる」ものとした。その後、2003年に国民生活審議会消費者政策部会が発表した「[21世紀型消費者政策の在り方について](#)」では、時代と共に消費者の位置付けや政策手法が変化しており、消費者政策も、この変化を踏まえて「保護から自立へ」転換することを基本として推進すべきとした。2004年には消費者保護基本法が「消費者基本法」と変更され、被害防止などの「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」などを基本理念とした。また、情報や教育機会を提供されることを消費者の権利と位置づけると共に、消費者が自主的・合理的に行動するよう努めることも求めた。

消費者教育が本格的に学校教育に導入され充実が図られたのは1989年の学習指導要領改定以降である。ただし、2008年の「国民生活選好度調査²」によると、消費者教育を受けたとする割合は全体で約11%、消費者教育が学校教育に導入された10代や20代でも、それぞれ約45%、約25%と、浸透しているとは言い難いのが実情である。近年は、高齢者やネットを利用した取引の増加など消費者を取り巻く社会経済情勢の変化に伴って、消費者トラブルの多様なリスクが高まっている。

一方、地球温暖化や資源・エネルギー不足、大量生産・大量消費で発生する大量の廃棄物、途上国の安価な労働力の利用など、国を超えたさまざまな課題が拡大している。このため環境や人権に配慮した商品・サービスの購入など、消費者として環境問題や社会問題に配慮することで将来世代に悪影響を及ぼさない「持続可能な消費」という概念も出てきた。

また、北欧を中心とした欧米では「消費者市民社会」という概念が議論されてきた。これは、消費者を単なるサービスの受け手として捉えるのではなく、社会全体のことを考えて生活し、よりよい社会の発展と改善に積極的に参加する社会を指す。推進法の中では消費者市民社会を「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」と定義している。

(2) 消費者の権利と責任

消費者基本法の基本理念には「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」がある。後

² 内閣府 「[平成20年度版 国民生活白書](#)」

者は、消費者が担うべき責任への支援と言い換えることができよう。消費者の権利という概念は、1962年のケネディ米大統領の「消費者の利益の保護に関する連邦議会への特別教書」で提示された4つの権利（安全への権利、情報を与えられる権利、選択をする権利、意見を聴かれる権利）に由来するといわれている³。1982年には消費者団体の国際的組織であるCI（Consumer International：国際消費者機構）が、8つの権利と5つの責任を提唱した。消費者の責任に挙げられている項目は、消費者市民社会の概念に通じるものがある。

[消費者の権利：Basic Consumer Rights]

- ①生活のニーズが保障される権利
- ②安全への権利
- ③情報を与えられる権利
- ④選択をする権利
- ⑤意見を聴かれる権利
- ⑥補償を受ける権利
- ⑦消費者教育を受ける権利
- ⑧健全な環境の中で働き生活する権利

[消費者の責任：Consumer Responsibilities]

- ①批判的意識を持つ責任
- ②主張し行動する責任
- ③社会的弱者への配慮責任
- ④環境への配慮責任
- ⑤連帯する責任

(出所) 消費者庁 「[消費者問題及び消費者政策に関する報告（2009～2011年度）](#)」

2. ネット関連の消費者問題

「[平成25年版消費者白書](#)」（平成24年度 消費者政策の実施の状況）によると、高度情報化の進展によりネットを利用した取引が大きく増加しており、対象が商品ばかりでなく多様なサービスに広がっていることがわかる（図表1）。

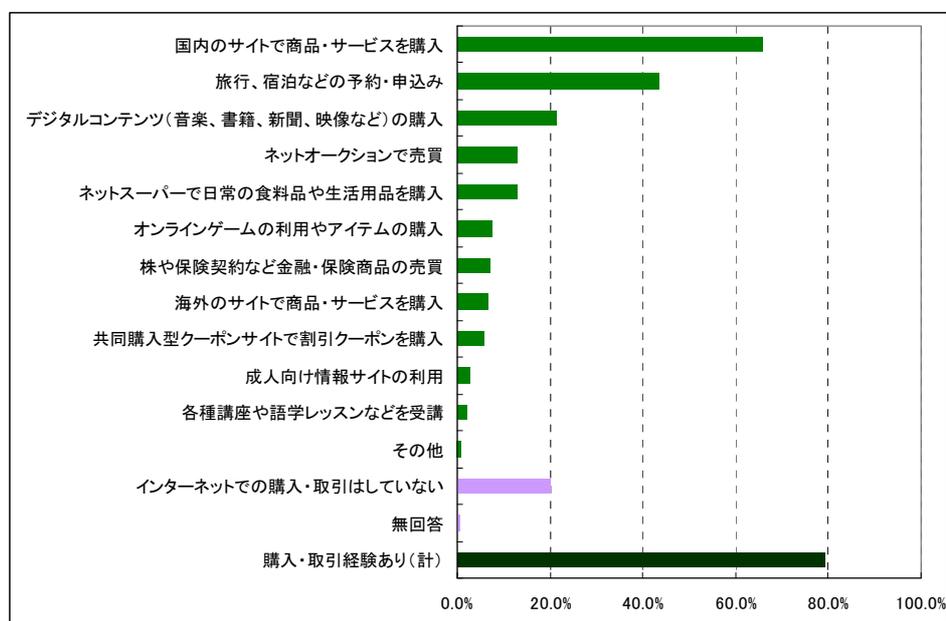
全国の消費生活センターに寄せられる消費生活相談情報は、2009年度以降、電子商取引に関する相談が大きく増加しており、相談全体の約2割を占めているという。2012年度はSNSとオンラインゲームに関する相談数が大きく増加し、アダルト情報サイトや出会い系サイトに関する相談数は減少しているものの、出会い系サイトの平均既支払額は2009年度の21.2万円から2012年度の45.0万円へと高額化している。日々の報道には、利用するサービスやアプリによって、登録（入力）した情報が、どのように利用されるかを理解していない、あるいは意識していなかった結果、公開するつもりのない情報を公開してしまっていた事例も多くみられる。

³ 消費者庁 「[消費者問題及び消費者政策に関する報告（2009～2011年度）](#)」

一方、マルチ商法、ネットオークション、ブログなどで商品やサービスを勧める、などの行為で、他人に金銭的な被害を与えてしまう、つまり加害者になってしまう場合があることも指摘されている。

大阪府と滋賀県の中中学生を対象とした別の調査⁴では、誰それはカンニングしたなどの名誉毀損罪や不正アクセス禁止法違反（他人のIDとパスワードを使って、他人のソーシャルメディアにアクセスする、など）を1割前後の中中学生が経験しているという結果が出た。また、関西の高校生に対しての調査では、犯罪であることを伏せて不正アクセス禁止法違反で書類送検・逮捕された事例を紹介し、犯罪の可能性があると思うか聞いたところ、「ある」としたのは10.1%にすぎなかったとのことで、中高生などの若者には犯罪の可能性がある行為という認識がないとしている。

図表1 インターネットを使った購入・取引の経験 (N=2,314) (複数回答)



(出所) 消費者庁 「平成 25 年版消費者白書」 (平成 24 年度 消費者政策の実施の状況) 中の国民生活センター「第 40 回国民生活動向調査」 (2012 年度)

3. 消費者市民社会の形成

前述したように推進法の基本理念には、「実践的能力の育成」と「主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう支援する」ことがある。人材育成・スキル形成という面からみると、前者は「(被害者にも加害者にもならないような) 中度人材の育成」で、後者は「(社会形成に参画できる) 高度人材の育成」となる。

⁴ ITpro 「スマホ少女の憂鬱、スマホ少年の暴走ー今、10代が危ない」 2013/06/25 「[第4回 知らぬ間に「加害者」に、未成熟なネット規範ースマホ・チルドレンの実情 \(下\)](#)」

(1) 消費者教育の体系イメージマップ

推進法で設置された消費者教育推進会議（以下、推進会議）は、消費者、事業者、教育関係者、消費者団体、事業者団体、学識経験者など、いわゆるマルチステークホルダーで構成されており、多様な組織を連携させることを目的の一つとしている。消費者教育を体系的に進めるために推進会議が設定した具体的な目標と課題をもとに、「[消費者教育推進のための体系的プログラム研究会](#)」が、対象領域ごとの具体的な目標とライフステージの分類を示した「消費者教育の体系イメージマップ」（以下、イメージマップ）を作成した（図表2）。当研究会ではイメージマップ作成にあたり、多様な担い手が消費者教育の共通認識を持つための道具となること、消費者側からみると消費者としての力の段階的な発展の目安を示すものとなることを目指したとしている。

イメージマップは、消費者教育の重点領域を縦軸に、幼児期から高齢期までのライフステージの各時期を横軸に配置したマトリクス状で、各欄には教育内容（学習目標）が書かれている。

「消費者教育の体系イメージマップ～消費者カステップアップのために～」という活用手引書には、展開モデルが例示されており、実際に学校などでプログラムを考える場合の参考になるう。

図表2 消費者教育の体系イメージマップ

重点領域	各期の特徴	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
		特に若者	成人一般	特に高齢者	Ver.1.0			
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心を持つ	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考えよう	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかわりに気づき、物の使い方を工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝えよう
商品等の安全	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働し取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくらう
	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手帳を知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手帳を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを知ろう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことを意識しよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくらう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝えよう
生活の管理と契約	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくらう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう	商品を選択し、契約のルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝えよう
情報とメディア	生活設計・管理する能力	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	消費に関する生活管理の技術を活用しよう	主体的に生活設計を立ててみよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう
	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用方法を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技術を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを守ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	正しい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくらう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に吟味して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

(出所) 消費者庁 消費生活情報 「消費者教育推進のための体系的プログラム研究会の報告（平成25年1月22日）」

(2) ネットは領域横断

ただし、イメージマップ活用においては、注意すべき点が2つあると考えられる。一つ目は、ネットは領域横断の性質を持っていることである。

イメージマップの重点領域において、ネットリテラシー・ネットモラルにあたるのは「情報とメディア」であろう。ただし、ここにはネット以外の情報（メディア、書籍、チラシ、ロコミなど）も含まれると考えられる。また、他の領域でもネットが関わる部分は多く、横断的な性質を持つことに注意が必要であろう。ネットというと、どうしても技術的なことに注目しがちだが、普通の生活の一部であることを忘れてはならないだろう。

文部科学省の「[教育の情報化に関する手引](#)」（平成22年10月29日）でも、情報モラルは「日常生活におけるモラル（日常モラル）」を前提とした「不易の部分」への指導と、ネットワークを介するという「変化への対応」の両方が求められるとしている。

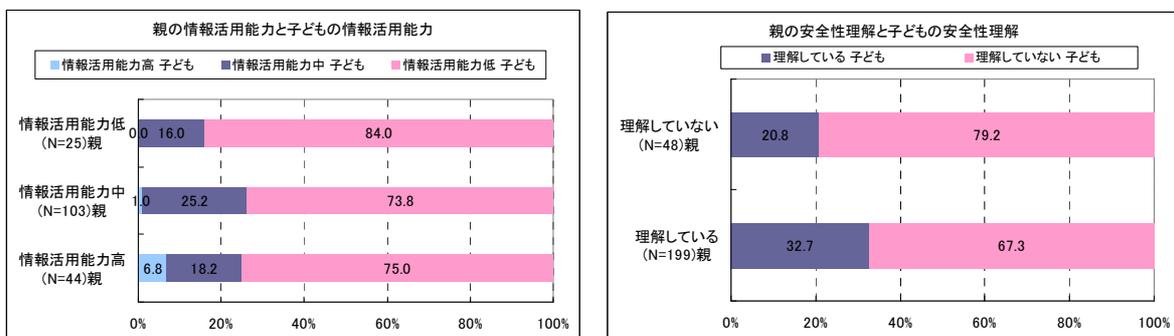
(3) 抜け落ちる成人層

二つ目は、成人層、特に社会に出ている親世代の層への対応である。

幼児期は家庭、幼児期から成人期の若者までは家庭と学校、成人期の高齢者は自治体のシニア教室などが、教育の機会を提供すると考えられる。しかし、成人期の若者でも社会に出て働いている層や成人一般にあたる層は、現実には教育を受ける機会も場所も少ない。この世代が教育を受けられないと、家庭で子の世代に教育を提供できないことから、「負の再生産」になる恐れがある。

総務省の「[ICT利活用社会における安心・安全等に関する調査研究報告書](#)」（平成23年3月25日）によると、「親の情報活用能力が高いほど、子どもの情報活用能力も高くなる傾向が見取れる。同様の傾向が、親と子どもの間の安全性理解の関係についても見られる」としている（図表3）。親世代のネットリテラシーが子ども世代に影響する可能性を示しているといえよう。

図表3 情報活用能力と安全性理解

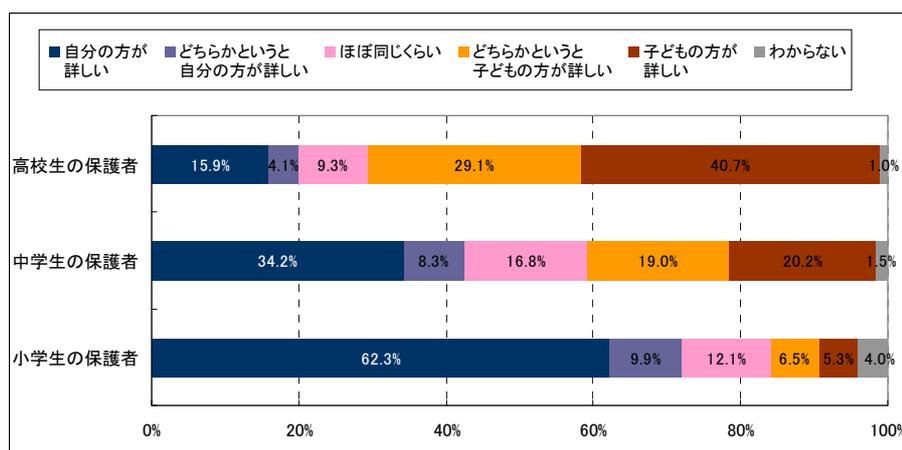


(出所) 総務省「ICT利活用社会における安心・安全等に関する調査研究報告書」（平成23年3月25日）

親自身もネットリテラシーについては不安に感じていると思われるデータが、内閣府の「[平](#)

成 24 年度「青少年のインターネット利用環境実態調査」に見られる。親世代と子どものどちらがインターネットに詳しいかという設問では、小中高と学校種が上がるほど、子どもの方が詳しいという回答が多くなっている（図表 4）。学校種が上がるほど、接する機器の種類やサービスが増えたり、多様な情報に出会う機会が多くなったりすることが予想されるため、親世代がこうした変化についていけないことが背景にあると思われる。

図表 4 保護者と子どもでは、どちらがインターネットに詳しいか（学校種別）



（出所）内閣府 「平成 24 年度 青少年のインターネット利用環境実態調査」

ネットモラルについても、2008 年と古いデータではあるが、興味深い結果⁵が出ている。自分の携帯電話の使い方を親が知っていると思う中高生の方が、「知らない人からの電話に出ない」、「禁止されている場所では電源を切る」、「夜遅い時間には友だちにメールを送らない」などのモラル・マナーを気にかけて使い方をしている（図表 5）。親世代の関心や考え方が、子ども世代のモラルに影響することが考えられる。

図表 5 携帯電話の利用で気にしていること（中・高校生／携帯電話の使い方についての親の認知別）

（%）	中学生		高校生	
	知っていると思う (1,218)	知らないと思う (341)	知っていると思う (2,318)	知らないと思う (1,188)
知らない人からの電話に出ない	80.8%	68.1%	80.0%	71.2%
禁止されている場所では電源を切る	79.7%	66.8%	78.0%	63.3%
携帯電話を使いすぎない	78.2%	59.8%	76.4%	60.1%
夜遅い時間には友だちにメールを送らない	70.4%	53.3%	69.6%	56.4%
自転車に乗るときは使わない	67.3%	46.4%	66.7%	50.5%
勉強中は使わない	65.3%	50.7%	65.4%	50.8%
友だちといるときは携帯電話に出ない	33.0%	22.9%	38.0%	28.3%

（注 1）「あなたは携帯電話を持っていますか」の設問に「自分専用の携帯電話を持っている」「家族と一緒に使う携帯電話を持っている」と回答した人のみ対象。

（注 2）「とても気にしている」＋「まあ気にしている」の％。

（注 3）「知っていると思う」は、携帯電話の使い方についての親の認知の設問で、「よく知っていると思う」「まあ知っていると思う」と回答した人。「知らないと思う」は、「あまり知らないと思う」「まったく知らないと思う」と回答した人。

（注 4）この設問は、中・高校生のみにとずねた。

（注 5）（ ）内はサンプル数。

（出所）ベネッセ教育総合研究所 「子どもの ICT 利用実態調査」 2008 年

⁵ ベネッセ教育総合研究所 「子どもの ICT 利用実態調査」 2008 年

(4) 消費者教育推進会議への期待

この2つの注意点の対応には、消費者庁と教育機関との連携がポイントになると思われる。前述した文部科学省の「教育の情報化に関する手引」でも、いわゆる「情報」の授業だけでなく、国語や社会で情報発信のあり方、図画工作・音楽や理科で著作権などの知的財産権、家庭科でネットショッピングなどを取上げることを指導例として挙げている。

親世代のネットリテラシー・ネットモラル向上については、「親子教室」や入学式などの学校行事の中で、親子で取り組めるものがあると、親子双方の理解と協力が促進されるものと思われる。

親子双方の理解と協力の促進については、ネット利用と同様、法律はあるものの、その内容があまり知られておらず、マナーなども経験によって習得することが多い自転車について興味深い報告がある。内閣府の「[平成22年度自転車交通の総合的な安全性向上策に関する調査報告書](#)」（2011年3月）によると、欧州では「交通ルール、乗車技術の習得には、未就学期や小学生期において両親が大きな役割を果たしている」としている。親世代の主体的な参画を促すために、他の親に働きかけを行うリーダーを学校ごとに設置、リーダー同士の知識共有のために会合を持つ、などのオランダの事例も紹介されている。

なお、すでに現在の教育現場の負担感は大きいことと、「消費者市民社会」は、学校で教えるだけではない「生活そのもの」であることから、多様な担い手による活動が望ましい。この点で、推進会議がマルチステークホルダーで構成されていることの意義は大きく、今後の取り組みに期待する。

以上