

○佐藤祥子 川村道乃 森千恵

(鎌倉女子大学)

目的 近年、若者の消費者被害の増加が著しい。本報では、学校で消費者教育を受けた経験が、消費者意識や、消費者情報への関心にどのように影響しているのかを明らかにし、学校での消費者教育の有効性を検証する。さらに、増えつづける若者の消費者被害に対応するための消費者教育のあり方や、若者に消費者情報を伝達する際に効果的な情報媒体について検討することを目的とする。

方法 若者の消費者被害について質問紙調査を実施した。調査対象者は女子大学生 334 名で、有効回答数は 332 名、調査時期は 1999 年 7 月である。

結果 消費者教育は、悪質商法、クーリングオフなどの消費者被害に関する知識の有無に有意な影響を及ぼしていた。さらに、消費者教育を受けたことがある学生は、消費者教育を受けたことがない学生より、消費者情報の入手に対し積極的な姿勢が見受けられた。女子大学生は、消費者情報を入手するための情報媒体として、テレビやラジオ、新聞などマスメディアをあげるものが多く、消費者情報の入手に対しては受動的であることがわかった。消費者教育は、消費者被害の発生する背景、消費者の権利、義務など生活者としての基本的な認識を伝え、消費者情報を自ら入手しようとする積極的な消費者を育成していくことが必要であると考えられる。