

女子大学生の消費者被害について

—被害の実態と生活意識、消費行動、消費者教育の関係—

○佐藤祥子 川村道乃 森千恵 (鎌倉女子大学)

〔目的〕近年増加している若者の消費者被害に着目し、本報では女子大学生の消費者被害の実態を明らかにする。また、その生活意識、消費行動などから消費者被害に結びつくと思われるものについて検討する。さらに、消費者教育の経験と消費者被害、消費者意識などとの関連性について明らかにする。

〔方法〕女子大学生 334 名を対象に「若者の消費者被害について」とする質問紙による集合調査を行った。調査は 1999 年 7 月に実施し、有効回答率は 99.4%であった。

〔結果〕1.女子大学生の消費者被害の実態として、実際に契約経験のあるものは全体の 1 割、長時間の勧誘などの何らかの消費者問題経験のあるものは全体の 7 割であったが、面倒だからという理由から、問題経験後も特に何も行動しないというものが多かった。また、半数近くの学生が、最近問題となっているエステティックサービスの無料商法に興味を示した。2.消費行動、生活意識が直接的に消費者被害に結びついているとはいえなかったが、若者特有のはっきり意思表示できない特質が、契約の際の態度や消費者としての考え方に影響を及ぼしていることなどが明らかとなった。3.消費者教育の経験は悪質商法についての知識や消費者意識に有意な影響を及ぼしていることが示された。