

第10回金融教育に関する小論文・実践報告コンクール

## 優秀賞

小論文部門

# 次世代型消費者教育の権輿<sup>けんよ</sup>

～消費者教育推進法が求める新しい消費者教育の実践～

神奈川県・神奈川県立厚木商業高等学校 商業科教諭 勝山 光仁

知るぽると

[www.shiruporuto.jp](http://www.shiruporuto.jp)

© 金融広報中央委員会 2013

## 1. はじめに

2012年12月13日に「消費者教育の推進に関する法律(消費者教育推進法)」が施行された。この法律において新たに「消費者市民社会」という概念が掲げられた。これを端的に表すと、「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。今回の消費者教育推進法において、この消費者市民社会の形成に参画することの重要性を、消費者教育の中で扱っていかうという観点が盛り込まれたのだ。

今まで行われてきた消費者教育は、どちらかと言えばネガティブな方向からなされてきた。例えば、クレジットカードによる多重債務や過重債務に陥らないための学習や、あるいは悪質商法に対する知識や対策についてという具合である。もちろん、これらは大切なことだ。ただ今回の消費者教育推進法においては、日本および世界の社会経済情勢や地球環境などの多角的視点に立った新たな消費者教育が求められている。つまりポジティブな方向からなそうという側面が明文化されたのだ。

この、言うなれば「次世代型消費者教育」はまだ確立されておらず、試行錯誤の段階にある。本論文は、神奈川県厚木商業高等学校において実践中の取り組みをもとに、次世代型消費者教育の一つの可能性を提言する。

## 2. 本校での実践

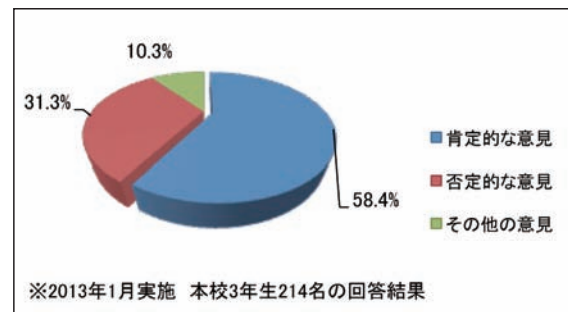
商業科の科目の中に「課題研究」という授業がある。これは、商業に関する課題を設定し、その課題の解決を図る学習を通して、専門的な知識と技術の深化、総合化を図るとともに、問題解決の能力や自発的、創造的な学習態度を育てるための授業であり、いわば高校版のゼミと言える。私は世界における社会問題に意識を持ち、社会の在り方を変えていきたい(ソーシャル・イノベーションを起こしたい)という生徒を増やしていきたいとの思いから、「私にできる国際協力〜こどもの未来を創る〜」というテーマのもと、ソーシャル・ビジネスやソーシャル・ファイナンスに着眼し、授業を展開している。今年で3年目となるが、多くの外部の方の協力のもと、ようやくソーシャル・ファイナンスと高校生の関係において、一つの取り組みが実を結びつつある。その取り組みとは、「ソーシャル・ファイナンスのフォロワーとして、高校生が社会貢献を図っていかう」というものである。

これまでの高校生の行ってきた社会貢献と言うと、募金や地域のボランティア活動が主なもので、自分の行動と社会との繋がりが見えなかったり、限られたりする社会貢献であった。図表1は2013年1月に実施したアンケート調査の一部である。およそ3割の生徒が募金に対して否定的なイメージを持っていることがわかる。否定的な意見の多くは、社会的な繋がりが実感できなかったり、本当に使われているかわからなかったりするということであった。これは募金が一方通行であることに起因している。この社会との繋がりが弱い高校生による社会貢献を仮に「高校生の社会貢献1.0」と定義する。

しかし、現在ネットワークの普及に伴い社会との繋がりが大きく発展している中であって、高校生においてもこの点を重視した社会貢献ができると考える。それを踏まえ、本校では途上国支援につながるマイクロ・ファイナンスや、社会問題の解決につながるクラウド・ファンディングといったソーシャル・ファイナンスのフォロワーとしての社会貢献の展開に挑戦している。これらはネットワークを通じて支援者と繋がりを持つものが多く、双方向の取り組みとなり、社会問題解決に向けて共に歩むことができる。特にマイクロ・ファイナンスは投資という側面もあるため、Win-Winの関係性が明確にもなる。この世界規模での、社会性を重視した高校生による社会貢献を「高校生の社会貢献2.0」とする。

この「高校生の社会貢献2.0」が今まで表に出てこなかったことには理由がある。それは「高校生の社会貢献2.0」はネット上での決済が必要になるからだ。高校生はクレジットカードによる決済ができないため、この分野に手を出すことは至

図表1 募金に対するイメージ



※論文中のV社デビットカードを使った取り組みは、神奈川県高等学校生徒商業研究発表大会にて発表している。本論文はその取り組みを消費者教育推進法の観点から新たに論述したものである。

極困難であった。しかし私たちは海外で主流な決済方法であり、15歳から所持できるV社デビットカードに着目し、日本でいち早くV社デビットカードを導入したS銀行の協力を得つつ（図表2）、Kivaというマイクロ・ファイナンスを展開するアメリカのNPO団体において、高校生によるマイクロ・ファイナンスの実践に成功したのだ。発展する決済システムをうまく利用することによって、「高校生の社会貢献2.0」は実現できることを証明した。

図表2 S銀行ミッドタウン支店にて



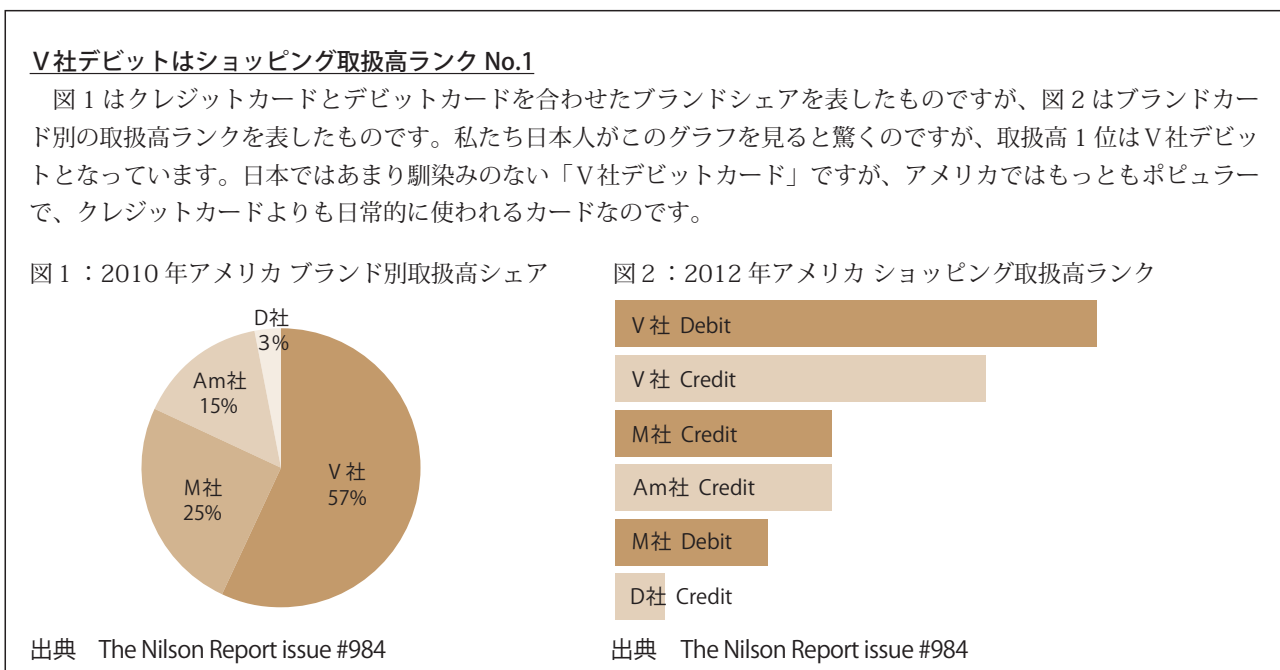
### 3. V社デビットカードの実態

ここで、今回の取り組みの「カギ」となるV社デビットカードについてまとめておきたい。デビットカードとは、支払い代金を所有者の預金口座から直接引き落とすタイプの電子決済方法である。このデビットカードは日本において大きく2つに分かれる。1つは日本デビットカード推進協議会が普及に努める「J-Debit」、もう1つがアメリカの決済会社V社が普及に努める「V社デビットカード」である。この2つの一番の違いは、規模の違いだ。J-Debitは日本デビットカード推進協議会に加盟する店舗で使うことができる。一方V社デビットカードは、日本を含めた全世界のV社加盟店で使用できる。V社加盟店で使えるということは、インターネットにおけるオンライン決済も可能になる。

余談になるが、決済会社はV社以外にも多くあるものの、現時点においてはV社以外のデビットカードは日本においては扱われていない。ただ、2013年6月18日の日本経済新聞の電子版に、「J社、海外でデビットカード事業 まず台湾で」という記事が掲載された。台湾において現地の銀行と提携し、8月からカードを発行していくというもので、年度内には他のアジア諸国や欧州でも発行を開始していきたいとのことだ。日本においても今後取り入れられる可能性があり、今後注目していきたい点である。

このV社デビットカードは、アメリカで最もポピュラーな決済方法である。（図表3）

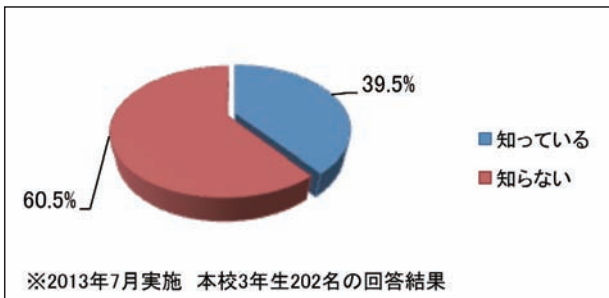
図表3 米国のカード事情



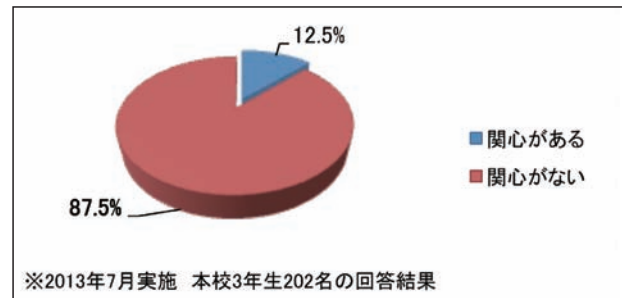
（出典）S銀行HP ([http://www.d-laboweb.jp/campaign/campaign\\_01.html](http://www.d-laboweb.jp/campaign/campaign_01.html)) より抜粋、一部修正

一方、日本の高校生においては、デビットカードに対する知識があまりなく、V社デビットカードへの関心も低い。図表4と図表5のグラフがそれを表している。

図表4 デビットカードとクレジットカードの違い



図表5 V社デビットカードへの関心



パラドックス的に言えば、今後V社デビットカードが日本において普及していく余地が大いにあるとも言える。現在、このV社デビットカードは日本国内において5つの銀行が発行している。会社ごとに取扱いが若干違うため、図表6にまとめてみた。

図表6 V社デビットカードの比較（各社HPより）

2013年9月現在

	S銀行	R A銀行	J N銀行	R I銀行	A銀行
年齢制限	15歳以上	16歳以上	15歳以上	15歳以上	15歳以上
発行手数料	なし	なし	なし	なし	なし
年会費	なし	1,000円	なし	初年度無料 2年目から1,000円	なし
タイプ	カード型	カード型	カードレス型 (ネットショッピングだけで有効)	カード型	カード型
特典	キャッシュバック	RA社スーパーポイント	キャッシュバック	JA社マイレージ	キャッシュバック

V社デビットカードの一番の特徴は、V社加盟店で決済可能なカードを15歳から持つことができるということである。しかしそれ以外にも多くの特徴がある。今回は協力をいただいているS銀行のV社デビットカードの例を紹介する。

- ①「使いすぎる心配が無い。」利用限度額＝口座残高であるため、若干の例外事項はあるものの、基本的に使いすぎる事態が起こらない。
- ②「支払いをその場で確認できる。」使った瞬間にお知らせメールが届くため、支払いの確認はもちろん、仮に不正に使われた場合もそのことがすぐにわかる。そのため不正利用の防止にも役立つ。万が一不正使用が発覚した際は、補償制度もついているため安心できる。
- ③「ネットショッピングがお得。」0.2%のキャッシュバック制度があるので、現金払いよりも安く購入することができる。
- ④「海外で便利。」海外でそのまま使用できるだけでなく、海外のATMで預金を海外通貨で引き出すことができる。
- ⑤「ATMに並ぶ必要が無い。」時間も手数料も節約できる。

図表7 デビットカードの申し込み書類を書いている様子

最後にこのS銀行のV社デビットカードを作る際の注意点を書いておく。まず作成にあたって必要なものが2点ある（窓口申請の場合）。一つが運転免許証や保険証などの本人確認資料、もう一つが印鑑である。また今回は特別にミッドタウン支店にて作成申し込みをさせていただいたが（図表7）、本来は、自分の家の最寄り店での申し込みか、WEBでの申し込みとなるため注意していただきたい。



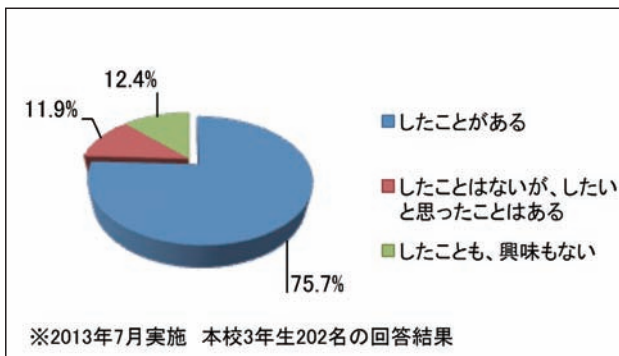
#### 4. 本校での実践と次世代型消費者教育の繋がり

ここまで、「高校生の社会貢献 2.0」とそのカギとなる「V社デビットカード」について述べてきたが、これがどのように次世代型消費者教育につながっていくのかをまとめる。大きな論点としては 1 点だが、それを後ほど 2 つに分ける。

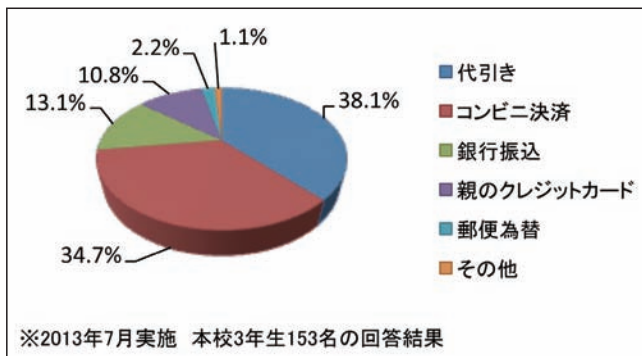
大きな論点として、これらの取り組みは消費者教育推進法における消費者教育の在り方に合致しているということである。これは何より大事な点である。消費者教育推進法の基本理念となる第 3 条には次のようにある。「1. 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。」今回の取り組みに当てはめると、V社デビットカードという新しい決済方法についての知識を学ぶだけでなく、実際に高校時代において実践することが可能であり、体系的な取り組みとしていける。また、同じく第 3 条に「7. 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。」ともある。V社デビットカードを使用した「高校生の社会貢献 2.0」という観点は、まさに消費者教育と国際理解教育の融合であり、次世代型消費者教育のモデルケースとなる。

以上のことを 2 つに分けて述べる。1 つ目は V社デビットカードそのものが今後の消費者教育の中心的役割を担っていくという点である。図表 8 と図表 9 をご覧いただきたい。

図表 8 オンライン上での買い物

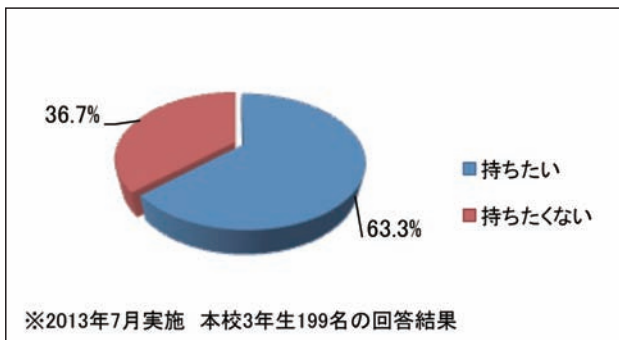


図表 9 その時の支払い手段（複数回答可）

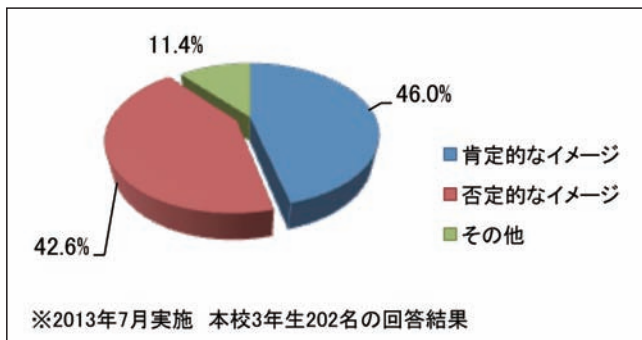


75%の生徒がオンライン上での買い物を経験しているという結果が出た。これは 10 年前では考えられなかったことではないだろうか。もちろん当時は今ほどネット環境が充実していなかったということもあるだろう。それにしても、驚くべき数字である。ただ、その際の支払い手段は代引きとコンビニ決済でおよそ 73% 占められており、金銭的な負担や時間的・労力的負担が大きいこともわかる。このようなことが反映されてか、簡単にオンライン上で決済できるクレジットカードに対しての意識が高く表われている（その一方でクレジットカードに対する否定的なイメージも高い。〈図表 10 と図表 11 参照〉）。

図表 10 クレジットカードを持ちたいか



図表 11 クレジットカードの印象



「アメリカは日本の 10 年後の姿である」というような言い方がある。10 年前、高校生のオンライン上の買い物がここまで普及するとは考えられなかっただろう。しかし、このことを踏まえて 10 年後を考えたとき、高校生が V社デビットカー

ドを使ってオンライン上で買い物をする姿は容易に想像できるのではないだろうか。アメリカにおいては、日本とは対照的に一般的にはデビットカードの使用から始まり、信用が形成されて初めてクレジットカードを作ることができるようになってきている。このアメリカのシステムのほうが合理的であり、日本でもクレジットカードの準備段階としてデビットカードを推進していくことで、クレジットカードに対する正しい知識はもちろん、より賢い消費者の育成ができると考えている。つまり、このV社デビットカードは今後の次世代型消費者教育の中心的な役割を担っていくと考えられる。

2つ目は、消費者教育と国際理解教育の融合という点である。今回の「高校生の社会貢献 2.0」は次世代型消費者教育において、とてもよい題材となる。自らの消費行動が将来にわたって内外の社会、経済、環境に影響を及ぼしうることを自覚する消費者の育成を目指す消費者市民社会の形成にあたって、日本弁護士連合会は次世代型消費者教育の一例としてフェアトレードを題材に挙げている。フェアトレード商品に関心を持ってもらうというのはよい題材である。それを背後で推し進める団体があり、それを消費者教育の観点から「高校生の社会貢献 2.0」によって支援しようというのもまた、よい題材となる。なぜなら、それはV社デビットカードの実践になることはもちろんのこと、モノやサービスを買うだけが消費行動ではなく、寄付をするという行為やソーシャル・ファイナンスへの参加も消費行動といえる。それも内外の社会に直に影響を与える行為だ。

今回、日本弁護士連合会は認定 NPO 法人 ACE(エース)と協力して題材づくりを行っている。私もこの ACE をもとに「高校生の社会貢献 2.0」との関わりを示していくことにする。ACE とは『世界中のすべての子どもが権利を守られ、希望を持って安心して暮らせる社会』を実現するため、1997年に学生有志が設立した、市民と共に行動し、児童労働の撤廃と予防に取り組む国際協力 NGO<sup>1)</sup> であり、私たちの課題研究においても授業や文化祭などでも協力をいただいている。この ACE は、2013年6月12日に「READYFOR?」という日本初のクラウド・ファンディング運営団体を通して、クラウド・ファンディングに乗り出した。ガーナの子どもたちに対する教育支援と、その家族に対する農業支援を実施するために200万円の寄付を求めた。結果、2013年8月21日の期限日までに184名もの支援者から212.8万円を集め、プロジェクトの始動にこぎつけることができた。気を留めていただきたいことは、2か月で200万円もの寄付を集めたということである。今までの寄付は、言うなれば無機質なものであった。そのような形で行っていたとすれば、2か月で200万もの金額は集められなかっただろう。しかし、このクラウド・ファンディングをはじめとするソーシャル・ファイナンスは支援者と実施者の間に社会的な繋がりが発生する。支援者からすれば、現地に赴いて直接的には社会に貢献できないけれども、一緒に社会に貢献しているという実感が得られる。そのため短期間で大金を集めることが可能になるのだ。

以上のことを国際理解教育の観点から見てみよう。国際理解教育と聞くと、外国の文化を学んだり、異文化圏との交流を図ったりすることがイメージされると思われる。しかし、さらに大きく深く捉えることもできるはずだ。世界で起きている社会問題についても現状の教育ではなされているだろうが、その問題に実際にどのようにかかわることができるのか、そこにもう一步踏み込んでいくのだ。学習を通して、知識だけ身につけて終わるのではなく、あるいは短絡的に学んだことを「伝えていきたい」というだけで終わるのではなく、実際に解決に向けて取り組んでいる人とソーシャル・ファイナンスを通じて共に歩むことで、実際に社会に貢献していくのだ。そうすることによって、より広い視野を持って生きて行くことに繋がり、多様な他者を理解していく本当の意味での国際理解教育に繋がっていく。これは内向きになりがちな現代の高校生たちにとって、大きな意義のあることになる。ゆくゆくは自分も直接世界に貢献できるような人になりたいとか、世界を変えていきたいとか、大きな志を抱くことになれば、進路選択の大切な時期にあって確固とした指針ができる。それこそ国際理解教育の目指すところではないだろうか。

「高校生の社会貢献 2.0」はこれらを可能にするよい題材になるのだ。

## 5. 消費者市民社会の実現を目指して

次世代型消費者教育の模索は始まったばかりである。今回は高校における実践にしばって、V社デビットカードによる実践と、さらにそれを応用した「高校生の社会貢献 2.0」の2つを取り上げた。しかし、これらもまだ模索中である。とくに「高校生の社会貢献 2.0」は乗り越えていきたい壁がある。それは、年齢制限の壁である。

今回の実践で使用したマイクロ・ファイナンスの Kiva と、クラウド・ファンディングの READYFOR? は18歳未満の利用が制限されている。つまり、高校3年生にならなければ現状としては参加することはできない。V社デビットカードは15歳から所持できるため、このギャップを埋める取り組みが必要になる。それは、次世代型消費者教育を体系化する(1~2年生においては知識面にとどめ、3年生になってからカードを作り、実践する)ことによって成し遂げていくということではない。もちろん現状を踏まえるとそういう取り組みも必要になるだろう。しかしそれ以上に、年齢制限を引き下

げていくという、能動的な対応を行っていくということである。現に私たちは READYFOR? に直接かけあったり、金融面でアドバイスをいただいている方を通して日本ファンドレイジング協会にかけあったりしている。募金に年齢制限がないように、こういったソーシャル・ファイナンスの分野にも年齢制限が必ずしも必要だとは思えない。そこで今後としては、V社デビットカードの作成申し込みが可能な 15 歳まで年齢制限を下げていけるよう、精力的に取り組んでいく。

このように、次世代型消費者教育は言わば未知の分野であり、各校が今後進めていくにあたって、多くの課題が出てくるのが予想される。そのような中であってわれわれ教育者は、現状のできる範囲の中で試行錯誤するだけでなく、消費者市民社会の実現を目指して、より望ましい教育を生徒たちに提供できるように能動的に関係機関に働きかけていくことが今後ますます重要になってくる。このことは、消費者教育推進法でも強く求められているところであり、地球規模での公正で持続可能な社会へと繋がっていくものでもある。

## 6. おわりに

最後にもう一つ述べておきたいことがある。それは、こうして論文を書いている間にも、すさまじい勢いで決済の世界は動いているということだ。2013 年 8 月 27 日には、コンビニエンスストア C 社において、本人確認も事前審査もなしに所持できるネット専用の V 社プリペイドカードが発売された。このように新たな仕組みがどんどん生まれてくる中であって、今までの消費者教育ではない、新しい動きに対応する次世代型消費者教育の存在意義はますます高まっていく。2013 年、次世代型消費者教育は本格的に動き出した。次世代型消費者教育の権興である。このような時期に教育者として関わっていけることに感謝の心を抱きつつ、子供たちの輝く未来を創っていくために、果敢に行動を起こしていきたい。

注 1) ACE のホームページ <http://acejapan.org/about/>

### <参考文献>

・日本経済新聞電子版 2013 年 6 月 18 日「JCB、海外でデビットカード事業 まず台湾で」  
[http://www.nikkei.com/article/DGXNASGC18007\\_Y3A610C1MM0000/](http://www.nikkei.com/article/DGXNASGC18007_Y3A610C1MM0000/)

(編注) 文中の企業名は筆者の了解のもと、V 社等としました。