

投資詐欺や消費者トラブルを題材とした リスクへの自覚を促すリテラシー教材の開発

高瀬和也*1・藪内祥司*2・塩田真吾*3
Email: k-takase@edu.kagoshima-u.ac.jp

- *1: 鹿児島大学大学院教育学研究科
- *2: フリーランス
- *3: 静岡大学教育学部

◎Key Words ロマンズ詐欺, 自分事, サボタージュ分析, Pre-mortem 分析, 消費者教育

1. 研究背景と目的

令和6年度に実施された消費者庁による消費者意識基本調査⁽¹⁾では、消費者被害・トラブルの経験数がここ数年で増加傾向にあること、その被害の多くがインターネット取引での通信販売において発生していることなどが報告されている。

情報通信に関連する消費者トラブルの現状に対しては、「うそ電話」を題材としたカルタ型教材⁽²⁾やドラマ型教材を用いたフリマアプリと個人間商取引に関する授業プログラム⁽³⁾などといった実践的研究が展開されてきた。

一方、リスクをいかに回避するだけでなく、どのようにトラブルに直面し得るかを考え、リスクを自分事として捉えさせることを目指す教育方法として、自画撮りトラブルの被害をテーマとした教材の検証⁽⁴⁾や飲酒運転を題材とした教員研修の実践⁽⁵⁾などが行なわれている。

情報通信に関連する消費者トラブルにおいても、リスクを自分事としてとらえさせることは重要であると考えられるため、本研究は、リスクへの自覚につながる従来研究の方法を応用し、詐欺や消費者トラブルに関するリテラシー教材を開発することとした。

2. 教材の開発プロセス

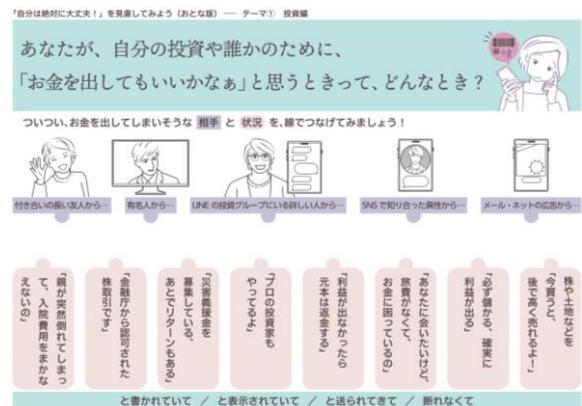
2.1 題材の設定

本教材で扱う題材の構成としては、ロマンス詐欺⁽⁶⁾を端緒とする資産運用を扱った投資編、クレジットカードや口座情報の入力を扱った漏洩編、美容や食品に関する消費トラブルを扱った消費編の全3編とした。

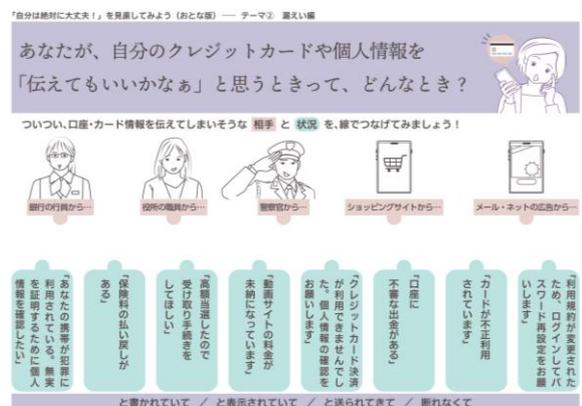
2.2 依拠する手法

本教材では、サボタージュ分析⁽⁷⁾やプレモータム分析⁽⁸⁾、従来研究の方法^{(4),(9)}に依拠し、「自分がこのトラブルに遭うとしたら」という仮定のもと、その結末に辿り着くための条件・環境・経緯について考えさせる手法を設定した。

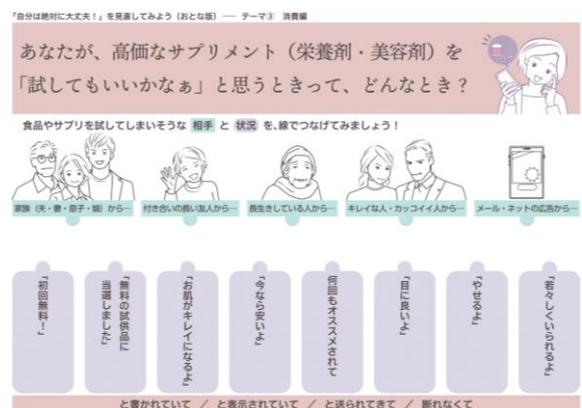
実際の教材は、「投資」「漏えい」「消費」の3つのリスクに対し、国民生活センター^{(9),(10)}や警察庁⁽⁶⁾の資料に掲載されている事例をもとに、トラブルにつながり得る相手と状況とを選択肢として表示させ、ワークシート化した(図1(a)~(c))。各シートの裏面には、トラブルに対処する際の視点(例:投資の場合、儲け話をしてくる相手に対して、信用できるか立ち止まって疑ってみるなど)を掲載している。



(a) 投資編



(b) 漏えい編



(c) 消費編

図1 開発したリテラシー教材3種

3. 予備実践

3.1 方法

2025年2月に、高齢者を対象としたDXに関する講座において、所要1時間程度の本教材を活用したワークショップを実施した。また、効果測定のために、講座の直前・直後に表1に示す項目をアンケートによって尋ね、受講者9名(60代3名, 70代6名)から回答が得られた。倫理的配慮として、回答データが統計的に処理され研究以外に使用することがないことをアンケート冒頭に記載し、同意した者のみが回答できるようにした。

表1 事前・事後アンケート調査の項目

| ラベル | 質問項目 |
|------------|--|
| 投資リスク | ・「投資と称してお金を騙し取られるトラブル」に、自分もあってしまうと思いますか? |
| 漏洩リスク | ・「自分のクレジットカードや個人情報を騙し取られるトラブル」に、自分もあってしまうと思いますか? |
| 消費リスク | ・「商品やサービスに高い金額を支払ってしまうトラブル」に、自分もあってしまうと思いますか? |
| 対処自信 | ・お金に関連するトラブルについて、対処できる自信はありますか? |
| 感想(Postのみ) | ・本日の講座の感想をご記入ください。 |

3.2 結果

リッカート尺度で測定した各項目について、スコア平均の前後比較(図1)と、統計検定の結果(表1)とを示した。「消費リスク」にのみ傾向差が認められたが、いずれのリスクもその自覚の度合いが低下する傾向にあった。対照的に、リスク対処への自信はスコア平均が増加していた。また、講座の感想には、「毎日何気なく使っているパソコン、スマホの危険性を再認識しました」「詐欺に関する幅広い内容をよく理解できました」などが挙がった。

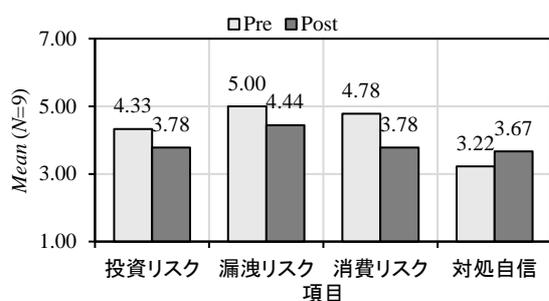


図2 各項目のスコア平均の前後比較

表2 Wilcoxonの符号付順位和検定

| 項目 | Z | p | r |
|-------|-------|------|------|
| 投資リスク | -1.52 | 0.25 | n.s. |
| 漏洩リスク | -1.29 | 0.38 | n.s. |
| 消費リスク | -1.98 | 0.08 | † |
| 対処自信 | 1.63 | 0.25 | n.s. |

effect size r: small >.10; medium >.30

サンプルサイズが小さいため一般化は難しいが、本教材には、(a)自分がリスクに直面するという意識が低まり、(b)リスクに対応する自信が向上する、という効果を発現させる可能性があると考えられる。特に、(a)は、同じ方法

に依拠した従来研究⁷⁾とは異なり、リスクへの自覚が減少するものであった。この理由として、対象が高齢者であった点や教材裏面の対策例に関する記載などが影響し、対処法を学習できたために自分に起こり得るリスクが減じたという限定的な解釈が為された可能性が考えられる。

今回の実践結果を整理すると、投資・漏洩・消費に関するトラブルに対し、そのリスクにどのように遭遇し、どのように対処可能かを理解させる上では一定の効果を見出せたが、各リスクを自分事としてとらえるという側面においては不十分さが残ったと言える。

4. 今後の展望

検証結果を踏まえると、リスクへの自覚をより促すべく、例えば、「この条件・環境が揃ったら、もしかすると自分もトラブルに直面するかもしれない」という発想に立たせるために、学習者に独自の「相手」や「状況」を作成・記入させる欄を設けるなどの工夫が必要となろう。

また、今回の実践ではサンプルサイズも小さく、対象が高齢者のみであったため、公民館等での講座や市民向けの消費者教育・社会教育講座等に実践フィールドを拡充し、引き続きデータを収集していく必要があるだろう。

付記

本稿は、鹿児島大学・静岡大学と株式会社カスペルスキーとの共同研究に関する成果の一部を示したものである。開発した教材は、カスペルスキーHPにて公表されている。URL: <https://kasperskylabs.jp/activity/think-mine/index.html>

参考文献

- (1) 消費者庁: “消費者意識基本調査”, https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/
- (2) 石橋愛架: “自習用カルタ教材を用いた地域連携によるそ電話詐欺対策フェアの実践”, 鹿児島大学教育学部研究紀要, 人文・社会科学編, Vol.76, pp.83-95 (2025).
- (3) 明石萌子, 藤川大祐, 阿部学, 関谷紳吾, 山本恭輔, 市野敬介, 武蔵振一郎, 齋藤良和: “フリマアプリにおける個人間商取引について学ぶ授業プログラムの開発”, コンピュータ&エデュケーション, Vol.49, pp.46-51 (2020).
- (4) 高瀬和也, 齋藤唯, 可知穂高, 塩田真吾: “サボタージュ分析に基づく自撮りトラブル防止教材の開発と評価”, コンピュータ&エデュケーション, Vol.55, pp.92-97 (2023).
- (5) 高瀬和也, 赤崎向紀, 小野満美子, 村社伊親, 川上慎一郎, 櫻木賢一, 中島靖治, 塩田真吾: “飲酒運転を題材としたリスクへの自覚を促す教員研修教材の開発と評価”, 静岡大学教育実践支援センター紀要, Vol.35, pp.18-26 (2025).
- (6) 警察庁: “SNS型ロマンス詐欺”, <https://www.npa.go.jp/bureau/safetylife/sos47/new-topics/romance/>
- (7) 盆子原主充, Altiyare, H. M., 小松原明哲: “Sabotage Analysisの考え方に基づく消費生活用製品安全のためのリスク評価方法の提案”, 人間生活工学, Vol.13(2), pp.59-64 (2012).
- (8) Klein, G. A.: “Sources of power: How people make decisions”, Cambridge: MIT Press. (1998).
- (9) 独立行政法人国民生活センター: “消費者トラブル事例集”, https://www.kokusen.go.jp/t_box/t_box-faq.html
- (10) 独立行政法人国民生活センター: “見守り新鮮情報”, https://www.kokusen.go.jp/mimamori/mj_mglist.html

※すべてのURLの最終閲覧: 2025.06.30.