

「ポスト・クレジット社会と大学教育」

「21 世紀の消費者金融サービス」研究プロジェクトチーム
高瀬絵理子、田中美希、百田純子、山口和美、犬丸美寛
(福岡国際大学国際コミュニケーション学部3年)

目次

はじめに

第1章 消費者金融市場の課題とクレジット教育

1. 消費者金融市場の発展と課題
2. ポスト・クレジット社会とクレジット教育

第2章 大学生の消費者意識に関するアンケート調査

1. アンケート調査の概要
2. アンケート調査結果の集計
3. アンケート調査結果のインプリケーション

第3章 大学生のためのクレジット教育に関する提言

1. 学校教育におけるクレジット教育の必要性
2. 学校におけるクレジット教育の現状と問題点
2. 大学におけるクレジット教育の必要性

むすびにかえて

はじめに

右肩上がりの成長を続けてきた消費者金融業界も貸出残高の増加に陰りが出て、市場の成熟化の兆候が現れている。金融ビッグバンにより他業界から消費者金融業界への進出も容易になった。外資の攻勢も圧力を増してきた。このような状況から金融消費者業界も一つの転換点に達しつつある感がある。この現象は、社会学者ダニエル・ベルが指摘したように、日本社会がモノ中心の工業化社会から、ソフトやサービスが中心となる、ポスト工業化社会へと転換する成熟化のプロセスと関連するのであろう。いまや日本の経済社会は大衆消費をベースとする「クレジット社会」から経営資源の高度活用をベースとする「ポスト・クレジット社会」へと進展しつつあるものと思われる（1）。

「ポスト・クレジット社会」では、デジタル革命による電子商取引の進展により、個人の資金調達や支払手段は多様化し簡便化しキャッシュレス化する。それにより個人の家計や債務管理も複雑化する。消費者は自らの生活を豊かにするためには積極的にクレジット手段を利用すると同時に、多様な選択肢から目的に応じた取捨選択を自主的に行う聡明さを備える必要がある。しかしながら、現在すでに多重債務者が急増し、自己破産者が10万人を突破している（2）。この事態にブレーキをかけるために、政府は2000年6月に貸金業の貸出金利に対する上限金利規制をそれまでの40.004%から29.2%と引き下げた（3）。しかしこれだけで自己破産者数を抑制できるかどうかは疑わしい。金利規制はあくまでも対症療法であり、抜本的な対策は国民に適切な家計管理能力を身に付けさせることである。すなわち消費者教育であり、クレジット教育である。

このような観点から、われわれ福岡国際大学の学生チームは大学における消費者教育・クレジット教育の必要性を検討することとなり、手始めに本学学生のクレジット知識の調

査を行うことを企画した。その企画にもとづき 2000 年 12 月 11 日から 22 日の間に本学学生 3 年生 137 人と 1 年生 59 人の合計 196 人に対してアンケート調査を実施した。その結果にもとづき、われわれは大学におけるクレジット教育の必要性を提案する。

第1章 消費者金融市場の課題とクレジット教育

1. 消費者金融市場の発展と課題

わが国消費者信用産業は、国民経済の発展に伴い右肩上がり規模を拡大してきた(4)。1990 年代初頭のいわゆるバブル経済の崩壊後も着実に貸付残高を伸ばし、1989 年と 1998 年の過去 10 年間の消費者信用供与残高を比較すると 53 兆円から 71 兆円へと約 34%の伸びを示した(5)。その中でも消費者金融会社の信用供与残高は同じ期間に 2.5 兆円から 7.1 兆円へと約 2.8 倍に拡大し、とくに大手消費者金融専門業者の業績には目を見張るものがあった。1999 年 3 月決算データの経常利益ベースで武富士、アコム、プロミス、アイフルの 4 社がわが国好業績企業のベストテン入りをし(6)、その他にもレイク(GE キャピタル)、三洋信販といった企業がつねに企業ランキングの上位に顔を出している。このようにわが国消費者金融業界は、30 年の歴史の中で社会問題化したいわゆる「サラ金問題」や「高金利問題」に対処しながら順調な拡大を遂げ、金融サービス分野で一つの地歩を占めるにいたった。

しかしその一方、1998 年には自己破産者数が 10 万人を突破し、金利負担に喘ぐ自己破産者の予備軍、多重多額債務者の数が急増し、社会問題化している。また、政府の金融政策の一環として採られている超低金利政策により大手消費者金融業者が非常に好業績を上げている状況が貸出し金利引下げへの世論の圧力となり、政府は「商工ローン事件」を契機として 2000 年 6 月に出資法を改正し、貸金業者の貸付け金利の上限規制をそれまでの 40.004%から 29.2%へと引き下げた。1998 年には金融ビッグバンが始まって業界の垣根が低くなり、他業界や外資からの競争圧力が増した。消費者金融業全体の新規貸出し残額の伸びが初めてマイナスを記録するなど、マーケットの成熟化の予兆が見られるようになった(7)。このような法的規制や市場動向の変化に加えて、消費者金融業界を巡る環境も急激に変化をしている。

このような市場の変化を長期的歴史的観点から捉えるとどうなるのであろうか。江夏健一教授は日本の今までの社会を「大衆消費社会」であり「クレジット社会」と呼び、その特徴を高度経済成長を支えるために構築された大量生産・大量消費システムが作動する社会であるとしている(8)。この社会では、本来、生産と消費という経済的営みを円滑化するために案出されたクレジット・ビジネスというシステムが、無計画・無思慮に大量生産されたモノやサービスに奉仕して、消費者に強制消費のための「消化剤」のような役割を押しつけてきた。その一方、消費者も自らの「顔」をもたない大衆消費者として生産されるモノやサービスを大量消費すべく条件づけられたクレジット利用者に陥ってしまったと

している。江夏教授はこの「大衆消費社会」「クレジット社会」の後に来るのは「高度活用社会」「ポスト・クレジット社会」であると予測している。この新しい「高度活用社会」では、市場の潜在能力を開発するため各企業は、従来のような横並びの同一行動をとることを止め、それぞれの個性に合った経営戦略により持てる経営資源を「フルに活用」する。その一方、消費者は自らの「顔」をもつ「個衆」として自立的に消費行動を繰り広げ、キャッシュレス時代の支払手段を有効に活用する。江夏教授はそのような社会を「ポスト・クレジット社会」と呼んでいる（9）。

上記のように、わが国の消費者金融業界も最近では市場拡大のイナーシャに衰えが感じられ、市場の成熟化の兆しが出始めた。それは日本社会がクレジット社会からポスト・クレジット社会へと成熟化していく過程と同期しているように思われる。そういう意味で21世紀においては、消費者金融業界の各企業はサバイバルのために多様化した「個衆」ニーズを把握して多角的かつ多次的経営戦略を展開するという環境適応行動をとる必要があり、またそのように行動していくものと予想される。その一方、各企業および業界は当面の問題、すなわち21世紀初頭において次の3つの問題を解決するべく積極的な行動をとることが求められる。

- 1) 自己破産者および多重多額債務者の増加
- 2) 業界の実力以下の低調なイメージ
- 3) 消費者者金融市場の成熟化

これらの問題を解決する方策として次の諸点が考えられる。

- 1) 多重多額債務・自己破産対策
 - (1) 金利の低下
 - (2) 消費者信用に関する消費者教育の徹底（予防的措置）
 - (3) 多重債務者に対する相談・カウンセリング活動の強化（事後的措置）
- 2) 業界の低イメージ対策
 - (1) 対境関係（PA）活動の強化（10）
 - (2) 社会性の重視と社会貢献活動の強化
 - (3) 消費者金融会社と学校との交渉・関係の促進
- 3) 消費者者金融市場の持続的発展
企業のニッチ戦略による棲み分け（11）、業界レベルのリスク・マネジメント、倫理綱領の遵守と綱紀粛正、個人信用情報保護、顧客サイクル管理など。

以上のような施策が考えられるが、本稿では次項以下で2)－(3)「学校と消費者金融会社の協調関係」という課題に関連して、学校教育とくに大学におけるクレジット教育について考察を行うこととする。

2. ポスト・クレジット社会とクレジット教育

人は日常的に生活手段としての財やサービスを消費して生きている。その意味では、人はみな「消費する人」である。しかし、「消費する人」が「消費者」と呼ばれるようになったのは、産業革命以後生産活動が機械力や科学技術の発達により工場やオフィスで行われるようになり、生産と消費が分業によって人的にも空間的にも分離してからの現象である。すなわち、自給自足的な社会において「消費者」は存在せず、市場経済の発展に伴う生産と消費の分離によって次第にその存在が意識されるものとなったのである（12）。このような歴史的発展の中で、「生産者」は組織力を背景に大きな力を持つようになり、それに対して「消費者」は個々に分断されて無力な存在になった。両者の力関係の差は消費者問題を引き起こし、消費者側の長い被害の歴史を経て、人は消費者教育の必要性を認識するようになった。いわゆるコンシューマリズム（消費者主権）で、これは消費者が自らの主体的立場で生活設計を決定していくような仕組みを確立しようとする主張である。その底流には、1962年5月ケネディ米大統領の議会報告で示された消費者の4つの権利指標、すなわち安全である権利、知らされる権利、自由選択の権利、意思が反映される権利、の尊重がみられる（13）。

ポスト・クレジット社会ではデジタル革命によってeビジネスがわれわれの身近で急速かつ広範囲に進展するものと予想される。それに伴ってわれわれの消費生活もますます多様化し、その多様化したライフスタイルを実行するため消費・生活者に様々な資金需要が生じるものと想像される。第1章で考察したように、ポスト・クレジット社会では供給サイドでは消費者信用・消費者金融業者が多角化・多次元化された消費者市場へ様々な戦略や戦術で攻勢をかけ、消費者個人に対して多様化し利便性を高めた資金調達方法を提供するものと思われる。そうしたライフスタイルの多様化と資金調達方法や条件の多様化の中で、個々の消費者にとって生活上の選択肢と資金調達の利便性が向上する一方、多重多額債務に陥ったり自己破産に追い込まれる危険性が高まる。このため、つねに利害損得を考えて冷静に行動する知性がポスト・クレジット社会の消費者／生活者に必要なのである。資本主義体制の基盤となっている市場競争原理は自己責任を原則としており、それは企業のような組織のみならず社会の中の個人にも当てはまるのである。したがって消費者は一人ひとり自分の頭で考え自主的に行動することが求められる。

このように21世紀の知識社会における消費者は「賢く」と同時に「主体的な」消費者でなければならない。社会に溢れかえる情報を取捨選択し、社会的責任を自覚しながら、主体的な意思決定を行う「自立した」消費者・生活者となる必要がある。しかし現実の状況は、J.K.ガルブレイスが「依存効果」として明らかにしたように、生産者のマーケティングによって消費者の欲求が作られていく側面が強い。それゆえ、ポスト・クレジット社会の一員となる消費者には分析的思考・問題の本質を見極める思考能力、自覚と責任が必要とされるのである（14）。消費者に与えられた「権利」は、消費者自身が守り、育てていく必要がある。単に安くて質の良い商品を買う、利殖を図る、悪徳商法からの被害

から守るという「賢い消費者」に留まるのではなく、社会の中でお互いの立場を尊重し、社会や環境に与える影響を意識しながら限りある資源を有効に利用して、個々の価値観に基づいた豊かな消費生活を実現する「自立した消費者／生活者」を目指さなければならない。そうした意味で消費者／生活者として自分自身の社会的責任を自覚することもまた必要なのである。そしてそのような主体的な消費者のことを、ここでは仮に「消費・生活者」と呼ぶことにする（15）。

このようにポスト・クレジット社会における消費・生活者には生活手段を多面的に活用し、人生を享受する高度な「消費能力」を身に付けねばならず、したがって高水準の文化的啓発が必要となる（16）。ポスト・クレジット社会とは生産力や技術力で高度化された社会という意味だけではなく、人間の精神的生活の質的高度化という意味も包含している。そのような社会においては、成員（とくに未成年）の社会化のために適切な消費者教育を行うことを欠かさずわけにいかない。消費者教育は、成人教育の側からの支援もさることながら、やはり現在よく整備された社会制度としての学校教育が先ずその中核的役割を果たすべきであろう。この消費者教育は、海老沢教授が指摘したように、個人の「消費能力」を強化すること、すなわち「消費過程」を科学化することを意味する。換言すれば、科学的、合理的な意思決定の仕方を学ぶ教育ともいわれ、身近で具体的な事象を通して生きた一人の人間・消費者として生徒一人一人が主体的に意思決定していくことを意味する。その際、多角的・多面的に事象を分析し、そこに潜む経済のメカニズムや対立する価値観などを直視していく、科学的「消費能力」を育成することが重要である。もちろんその「消費能力」にクレジット手段の活用能力が含まれることは言うまでもない。

このような観点から次章以下ではアンケート調査を通して学校とくに大学における消費者教育とくにクレジット教育について考察することとする。

第2章 大学生の消費者意識に関するアンケート調査

1. アンケート調査の概要

ポスト・クレジット社会を構成する将来の消費・生活者である若いゼネレーション、すなわち、われわれ大学生仲間はいままでにどのような消費者教育を受けてきたのだろうか。また、消費やクレジットに関する知識や経験をどの程度もっているのだろうか。かれらのマナーに関する価値観とはどういうものなのだろうか。このような疑問について調査するため、われわれは本学（福岡国際大学）の学生（3年生と1年生）を対象にアンケート調査を実施した（17）。その概要は次の通りである。

- | | |
|-----------|--------------------------------|
| 1) 実施時期 | 2000年12月11日から22日まで |
| 2) 調査対象人数 | 3年生 137人 1年生 59人 合計 196人 |

- 3) 調査方法 授業時間中にアンケート用紙を配布・回収
 参考資料1 「福岡国際大学学生の消費生活実態調査質問表」参照
- 4) 回収率 アンケート用紙回収は上記期間授業出席者全員 100%
 ただし、3年生総学生数は 285人、1年生総学生数は 220人
 したがって、回答率は 3年生 48.1%、1年生 26.8%

大学は調査開始後すぐ冬休みに入ったため、アンケート回答率はそれほど高くないが、大体の傾向は掴めたのではないかと考える。今後インタビュー等を通してアンケート結果の検証を続ける予定である。

2. アンケート調査結果の集計

参考資料2 「福岡国際大学学生の生活実態&意識調査」参照。

1) 学生生活の実態

- ・福岡国際大学生の約半数（3年生 61%、1年生 44%）は両親と同居し、約半数が一人で別居している。
- ・学生のほとんどは授業料を父母に払ってもらっているが、父母から小遣いをもらっている者は3年生で 46%、1年生で 18%）である。小遣いをもらっている者では小遣いの額は1-3万円となっている。
- ・一人暮らしをしている学生の生活費は大体月に 5万円から 10万円の間である。
- ・3年生の約8割、1年生の半数はアルバイトをしており、月に 3万円から 10万円を稼いでいる。3年生では 10万円以上稼いでいる者が 2割もいる。
- ・アルバイトの頻度については、3年生は週に 3日から 5日働く者が一番多く、1年生では 3日か 4日働く者が多い。
- ・アルバイトの就業時間は、3年生は夜間 6時間以上働くか、昼間 6時間未満と両極分化しているのに対して、1年生では夜間 6時間未満を中心に、昼間 6時間未満およびそれ以上、夜間 6時間以上のそれぞれの割合が大体均等している。
- ・アルバイト先は、3年生、1年生を問わず、飲食店が一番多く（36%）、次いでコンビニやスーパーマーケット（20%）である。その他では各種小売店、本屋、ホテル、新聞配達などである。
- ・アルバイトによる収入は主に生活費（30%）、趣味・娯楽（17%）、家電製品等耐久消費財（9%）と衣服（9%）に使われている。（1年生のデータは欠落）
- ・携帯電話に対する支出は月 1万円未満のものが、3年生で 56%、1年生で 73%となっており、1万円以上 3万円以内の場合は3年生 44%、1年生 25%となっている。1年生には 3万円以上支出する者も 2%いる。
- ・新聞を定期購読している者は、3年生で 56%、1年生で 34%と、さすがに 3年生で新聞を購読している学生が増えている。
- ・書籍購入費は、3年生では月に 1000円以上支出している者が 73%に達しているのに、

1年生では70%の学生が支出を1000円以内で済ませている。(ということは、書籍1冊を買えるかどうかという金額)。3年生では37%の者が3000円以上を支出している。

2) 消費者信用の利用状況

- ・3年生の約7割、1年生の約9割はクレジットカードを持たない。3年生の約2割がカード1枚を所有し、それぞれ5-6%の者がカード2-3枚を所持している
- ・クレジットカードの銘柄としては、VISAが圧倒的に多く(42%)、次いでJCB(21%)、マイカル(10%)となっている。
- ・学生ローンを利用したことのある者は、3年生で約2割である。1年生では7%の者が利用したと答えている。
- ・学生たちの約半数(3年生53%、1年生41%)は友人や知人から借金をした経験があると答えている。
- ・カードローンの用途は、主に耐久消費財(28%)と衣服(23%)で、次いで自動車やバイク(13%)と旅行(11%)となっている。学費と答えた者は2%であった。
- ・借金の返済に困ったことがあると答えた者は、3年生で13%、1年生で9%である。
- ・3年生の回答者117人中5人がクレジットカードを紛失したことがあると回答している。1年生はカード保持者が少ないこともあって、カードを紛失したと答えた者はない。
- ・3年生116人中3人がクレジットカードを他人に貸したことがあると答えている。1年生には該当者はいない。
- ・親戚や知人が借金問題を抱えていたのを聞いたことがあると答えた者は、3年生で約半数、1年生で約1/3である。

3) 消費者信用に関する知識

- ・3年生の16%、1年生の21%がクレジットは「悪い」と答えているのに対して、残りの大多数の学生はクレジットは「悪くない」と考えている。
- ・「自己破産」という言葉を聞いたことがないと答えた学生は、3年生で2%、1年生で7%だけである。
- ・多重債務者という言葉については、3年生の66%が「聞いたことがある」と答えているのに対して、1年生では34%にすぎず、人生経験の違いが出ている。
- ・カード破産の意味は、3年生の約9割、1年生の約8割が「わかっている」と答えている。
- ・クーリング・オフの意味も、3年生で9割弱、1年生で7割強の者が「知っている」と答えている。
- ・中学・高校で消費者信用(クレジット)に関する教育を受けなかった者が、3年生で52%、1年生で28%となっている。この教育を「しっかり受けた」と答えた者は、3年生で10%、1年生で16%となっており、3年生より1年生の方が消費者信用に関する教育を、より多く、より確実に受けたことがわかった。この一事だけで結論を出

すわけにいかないが、この事実は最近の中学／高校における消費者教育の方針を反映しているのだろうか。

4) 消費者金融業界に関する知識とイメージ

- ・「サラ金問題」については、3年生の84%、1年生の71%の者が「聞いたことがある」と答えている。
- ・「商工ローン問題」についても、3年生の39%、1年生の22%の者が「知っている」と答えている。
- ・「消費者金融会社は何をする会社か」知っていると答えた者は、3年生で62%、1年生で25%となっているが、どの程度「正確に」知っているかこのアンケートの回答だけでは不明である。
- ・商工ローンと消費者金融との違いを知っていると答えた者が3年生で45%、1年生で20%いるが、やはりどの程度「正確に」知っているか不明である。
- ・貸出金利に上限規制があることを知っている者は3年生で19%、1年生では7%にすぎない。
- ・学生たちが知っているとして挙げた消費者金融会社の名前は、3年生、1年生を問わず、アコムが一番多く（3年生28%と1年生32%）、次いでプロミス（21%と24%）とレイク（18%と24%）、さらに武富士（10%と8%）、三洋信販（10%と0%）、アイフル（4%と4%）などとなっている。
- ・学生たちが消費者金融業界に対して抱く「イメージ」は、3年生の83%、1年生の94%が「良くない」と答えており、学生たちの間でも依然として評判が芳しくないことを示している。

5) 学生たちのマナーに関する価値観

- ・約7割の学生（3年生70%、1年生67%）がいままで「お金で苦労した」ことがあると答えている。
- ・学生時代は金のことはあまり「考えない方がよい」とする学生は、3年生では35%と少数派であるが、1年生では63%と大勢を占めている。2年先輩の3年生が「カネのことを学生時代においても考えるべき」であると回答しているのは、1年生より2年間余計に人生経験を積んだせいであろうか。
- ・「お金は人生で一番（または非常に）大切」と思うかという問いに対して、3年生の63%、1年生の76%が肯定している。
- ・3年生、1年生を問わずほとんどの学生は「やりたいことをやるためにはお金が必要」と考えている。
- ・3年生も1年生も半数強（54%と56%）の学生は、将来「何としても金持ちになりたい」と思っている。
- ・その一方、大半の学生（3年生61%、1年生74%）は「人間は慎ましく生きるべきだ」と考えている。

- ・将来社会人になったら「消費者信用を自由に利用しよう」と考える者は少数派（3年生 11%、1年生 16%）にすぎず、8-9割の学生は「現金主義」で行こうと考えている。

3. アンケート調査結果のインプリケーション

1) 福岡国際大学学生の消費者像

前項のアンケート調査の結果を参照して、消費者としての福岡国際大学学生の平均的な姿と特徴をまとめてみると次のようになる。

- (1) 福岡国際大学の学生は授業料等の学費を親に負担してもらっており、約半数の学生が両親と同居している状況から、消費者・生活者として一人前とはいえない。
- (2) しかし学生たちの過半数はアルバイトをしており、月に3-10万円前後を稼ぎ、それを生活費や趣味・娯楽、耐久消費財、衣服、携帯電話料、書籍等の購入のため支出している。そういう意味では、低所得者ではあるが、十分消費者としての役割を果たしている。
- (3) 学生たちは当然のことながらクレジット利用者としては未熟で、クレジットカードを所持している者は3年生で3割、1年生で1割弱にすぎない。学生ローンを利用したことがある者は3年生で2割、1年生で1割弱と少数派である。ローンの用途は、耐久消費財（1位）、衣服（2位）、自動車やバイク（3位）、旅行（4位）など金額的にまとまったモノやサービスへの支出となっている。
- (4) 学生の大半は「クレジットは悪くない」と考えている一方、消費者金融業界について「良くない」というイメージを持っている。かれらは大体、親類や知人が借金問題で苦しんでいることを聞いて知っている。「カード破産」、「自己破産」、「多重債務者」、「サラ金」という言葉を聞いて知っている学生は過半数を占めており、「商工ローン」問題や消費者金融と商工ローンの違い、また上限貸出金利規制について知識をもっている学生も2-4割存在する。
- (5) 約半数の学生は知人から借金をしたことがあり、1割前後の学生は借金返済で困った経験をもつ。このせいか、学生たちは大体、自分たちはお金で苦労したことがある、という意見をもっている。かれらはお金は人生で一番、または、非常に重要であるとみなし、半数以上の学生は将来なんとしても金持ちになりたいと思っている。その一方、学生時代はあまり金銭のことは考えない方がよい、と考える者も半数前後に上る。ほぼ全員が将来やりたいことをやるためにお金は不可欠であろうと予想しながらも、自分は慎ましく生き、クレジットにはあまり頼らないでいこうと考えている。

2) 学生たちの消費者意識

学生たちは学費を親たちに負担してもらい、自分で家族を養う必要がないので、金銭的な支出については自分ひとりのニーズを満たせば済む。そういう意味では、一般の社会人

と異なり、大学生は完全な家計経営者ではなく、消費者意識の点からも「半人前」とみなされる存在である。しかしその「半人前」のかれらもいずれポスト・クレジット社会の完全な消費・生活者となる。かれらが将来ポスト・クレジット社会の構成員となってその社会の健全な発展に寄与できるかどうかを予測する一つ的手段として、現時点でかれらがどのような消費性向を示しどのような消費者意識をもっているかを知ることが意義のあることであると考えられる。もし大学生に対するこれまでのクレジット教育や消費者教育が十分でないと判断されるのであれば、今かれらのために何らかの教育を施す必要があるだろう。

3) 学生たちのマネー感覚

アンケート調査に答えた学生たちの金銭感覚では、クレジットは悪くないと意識されている。しかし、将来社会人となったときにクレジットを多用するかという点になると、過半数の者が慎ましく生きることを選好し、9割近い学生が現金主義で行くと答えている。消費社会の先進国であるアメリカでは、国民の消費性向が高く、家計貯蓄率も日本の13%前後に対して0%と相当低くなっているが、この日米の消費性向の違いが日本の学生の意識にも反映されているのであろうか(18)。しかし、江夏教授はアメリカのクレジット文明を支えるインフラとしてのアメリカ人の厳しい金銭感覚を取り上げ、「アメリカ人は理由なしに、たとえ友だち同士といえども、いや友だち同士だからこそかえって、飲み食いや遊びに際して、おごったり、おごられたりは決してしません。・・・たとえ友人であっても、『公』と『私』のつき合いによってはっきりと財布を替えてお金を使う。こうしたことが、たとえ70セント〔当時のレートで150円たらず〕の支出といえどもおろそかにしないこの『けじめ』があってこそ、クレジットカード1枚で何気なくすべての支出ができるのだなあと思銘をいただきつつ、筆者は『インフラ』の強固さに驚いたものでした」と自分のアメリカ滞在の経験にもとづきアメリカ人の厳格な金銭感覚を紹介している(19)。

江夏教授の指摘に関連して気になるのは、福岡国際大学生の約半数が友人から金銭を借用したことがあると回答している点である。シェークスピアは「ベニスの商人」の中で、金を貸すことは友人を無くすこと、であると登場人物に述べさせている。学生たちの間で仲間同士で金銭を容易に貸したり借りたりする習慣や、学生時代にはあまり金銭のことは考えないほうがよいという意識は、かれらが将来社会人となり、完全な家計経営者となったときに、家計を計画的に管理する上でネガティブな影響を残さないだろうか。

4) キャッシュレス社会の到来

現在、萌芽状態にある電子商取引も数年後には本格的な展開が予想される。クレジット社会の発達を歴史的に展望し、デジタル革命によって消費者信用の利用がさらに簡便になるという技術的進歩を考慮すると、来るべきポスト・クレジット時代には供給側からの多様なインセンティブが増えるとともに、消費者・生活者の側には経済生活のハイリスク・ハイリターンへの傾向が強まるものと予想される。その場合、現在学生たちがもっている現金主義的な基本姿勢はリスク回避の点では有効であるが、ハイリターンを求める能動的消費・生活者の生活の知恵としてなお有益な役割を果たすであろうか。すべての人間にとって健全

で潤いのある生活を送ろうとすれば、その経済的裏付けが必要である。ポスト・クレジット社会で賢明な消費生活を送るためには、われわれ学生が現在抱えている「現金主義的な」行動様式を堅持できるかどうかは不明である。したがって将来消費者信用に関する利便性が拡大するときに備えて、クレジットに関する抵抗力すなわち家計のリスク・マネジメント能力を身につけるといふ予防的措置をとることは十分意義のあることではなかろうか。こういう観点からクレジット教育を大学生のために実施することを検討する価値があると思われる。

5) 日本人学生のためのクレジット教育

福岡国際大学の学生はアンケートに答えて、カード破産、自己破産、多重債務者、サラ金、商工ローンなどの問題についてある程度の知識をもっているとしている。しかし、かれらがたとえば商工ローンと消費者金融との違いを正確に理解しているかという点になると甚だ疑わしい。また、知識をもっているということと、その知識を日常の家計の中で有効に活用する知恵やスキルを身につけているということとは必ずしもイコールではない。日本の学生たちは、アメリカの子どもたちのように日常生活において厳しく金銭教育を体に叩き込まれたという経験をしていない。そうした実体験を通じた実践的な金銭教育や消費者教育を欠いている日本の学生たちは、無防備のまま実社会へ放り出されるのは問題である。少なくとも疑似体験として家計管理のための基本的な知恵とスキルを身につけることが必要で、そのためのクレジット教育を受けることが必要なのではないだろうか。そしてその際、単に自己破産や多額債務に陥るのを防ぐという「防衛的消費者」の姿勢から一步を踏み出し、ポスト・クレジット社会の構成員に相応しい「積極的消費・生活者」に向けた消費者・生活者教育を実施することが必要である。

6) 消費者金融会社の低イメージ

前記のアンケート調査の結果、消費者金融業界に対する学生のイメージが良くないことがわかった。ただし、今回のアンケートからだけではイメージの良くない正確な原因は不明である。したがってこの点に関する追跡調査を行う予定であるが、消費者金融業界の現状や真実はどうあれ学生たちが一般的な印象としてそのようなイメージをもっているという事実はよく注意する必要がある。現実の姿とそれに対する世間の認識・認知との間に隔たりがあることはしばしばみられる現象である。消費者金融業界に対する認識や知識が過去の情報や、商工ローン事件や悪徳業者の不法行為などの混同にもとづいて形成されている可能性は充分ある。しかし問題は、いったん形成されたそのような古い認識や間違った印象というものなかなか簡単に取り除くことができないという事実である。この点を考慮して、消費者金融業界はいままで以上にイメージ改善の努力を行う必要があるだろう。そのため業界として、江夏教授が強調する対境関係を改善・強化することが有効な施策であると思われるが、その施策の一環として学校教育に何か積極的に寄与する可能性を探ることではないであろうか。従来から実行している教材の提供などの活動に加えて、学生の見学のための会社開放、冠講座の開講などを、単独または他の消費者信用機関や消費者団体と連携して、実施することが考えられる。

第3章 大学生のためのクレジット教育に関する提言

1. 学校教育におけるクレジット教育の必要性

キャッシュレス時代、ポスト・クレジット社会を迎える学生たちの消費者教育・クレジット教育は万全であろうか。前章でも考察したように、わが国の青少年の金銭感覚は一般に未成熟である。それに対して、わが国の大人の中には、未成年や学生がお金のことを考えるのはよくないという考え方が残っている。この考え方は、小中高校の教育者の中にもよく見られるという(20)。家庭でも、子どもは勉強さえしていればよい、アルバイトで小遣い稼ぎをしたり、家事を手伝う必要はない、と考える両親も少なくない。それに対して、クレジット先進国のアメリカの子どもたちはどうであろうか。江夏教授によると、クレジット文明を支えるインフラとしてのアメリカ人の金銭感覚／マネー・マネジメント観は日本人の金銭感覚・価値観とはかなりの隔たりがあり、「アメリカの家庭では、週末や祭日もなると、自分の家で不要となったガラクタや古着を、庭先やガレージに並べて他人に売るのが慣わし」であり、「アメリカでは、理由なしに(誕生日とクリスマス以外)にはやたらとももの買い与えないようです。欲しいものがあればあれば、ある程度自分でお金を貯めるようしつけています。そのために、家の手伝いー(省略)ーを余暇にやって、お金を稼ぐよう教育しています。これによって、子どもたちは自然とお金の尊さを知り、親子といえども、金銭面ではきっちりするといった金銭感覚をたたき込まれて」いるという(21)。また、テレビや新聞の報ずるところによると、アメリカの小学校では、正規の授業でコンピュータを利用して株取引の訓練を行うなど経済観念が発達するような教育を行っているといわれる。

現代社会はクルマ社会で毎日交通事故が報じられている。このため自動車を運転するために運転免許証の取得が義務づけられている。それに反し、自己破産の増加が報じられているにもかかわらず、学窓からクレジット社会へ巣立つ高校生や大学生は別にクレジットの知識を持っていなくても卒業免状をもらうことができる。福岡国際大学の学生に対するアンケート調査でも、約半数の学生は中学・高校においてクレジットに関する消費者教育を受けていない。しかも、受講した者の中でもしっかりした教育を受けたと答えている者は10%にも満たない。もし学校が未成年に対して社会生活を送るために必要な基礎知識を授ける所であるとすれば、クレジットに関する教育を軽視するのは問題である。免状とは言わずとも、高校や大学における必須科目として単位取得を義務づけることが望ましいのではないか。

クレジットとはカネ／マネーの一種である。そしてクレジットとの正しい付き合い方を身に付けるということは、客観的合理的な金銭感覚・経済感覚を身に付けることと無関係ではない。健全な経済感覚を身に付ければ、健全な家計管理／マネー・マネジメントを行うことができる。それが出来ればクレジット問題に陥ることはない。アンケートに回答し

た学生たちも肯定しているように、クレジットそのものが悪いのではない。その利用方法、すなわち消費者信用を利用する場合の合理的かつ冷静な家計管理（マネー・マネジメント）の手法やそのための姿勢に問題があるのである。ポスト・クレジット社会で自己実現のために必要な資金的裏づけを得る方策としてクレジットを有効に利用し、クレジットと積極的な関係を結ぶことは、消費・生活者として人生をより実り多くする知恵である。

2. 学校におけるクレジット教育の現状と問題点

現在小・中・高校では家庭・家政科系統、社会科系統、商経科系統の授業で消費者教育が行われ、その中で教師のイニシアティブによってクレジット教育が実施されているケースが報じられている（22）。高等学校では、家庭科系の家庭一般、家庭経済、家庭経営・住居、生活一般、生活技術などの科目、社会科系の公民、現代社会などの科目、商経科系の商業科でクレジット教育を含めた消費者教育が実践されている模様である。

家庭科、社会科また商業科で取り上げるクレジット教育にはそれぞれの学問上の性格から自ずから教育方針や重点の置き方に違いがある。たとえば、クレジット教育センター編『クレジット教育指導例集』（70頁）によると、社会科と家庭科の消費者教育の違いとして次のような点が挙げられている。

社会科：

- ・客観的また構造的知識の記述や理解に重点
- ・契約等消費者保護の基本原則に関する知識習得
- ・科目別重点 「現代社会」 契約の自由と拘束力について
「政治・経済」 取引における契約について

家庭科：

- ・実践的で身近な内容 多い情報量
- ・実践力の養成

すなわち、社会科系統の科目ではより理論的に、家庭科や商経科系統の科目ではより実践的、具体的な教育方針が採られている模様である。後者では、クレジット産業協会編『くれじっと - ワークブック - 』や日本消費者金融協会編『ケーススタディ』などの刊行物を利用して、クレジットに関する知識の生徒への一方的注入に終わらず、債務返済に関連した諸問題をケースを通して具体的に提示し、家計管理や債務返済計画を生徒に実際に自分で計算させてみるという練習問題を課し、問題解決型学習方式を試みているケースが報じられている（23）。このように科目の違いや教師の指導方針や個性により教育の重点が異なるのは当然であるが、生徒たちが在学中にクレジットというものの基礎的知識や金銭感覚を身に付け、将来社会人となったときに応用できるようなスキルを学んでおくことは重要である。もちろん、クレジット教育の教育効果をあげるためには、科目間の教育方針の調整や教師同士の対話を通してシナジー効果を出すための連携が望ましいことは言うまで

もない。

クレジット教育の導入、とくに商業科授業への導入に関して現実には問題があるという。神戸市私立楠高等学校炭谷英一教諭は商業科授業の中でクレジット教育を実践しているが、「職業教育では、＜消費者教育＞という概念が、充分理解されているとはいいがたい。むしろ市民権すら得ていないといった方が正確かもしれない。・・・現実の商業科教師にとって、商経科目よりも検定科目の消化に追われているのが現実であり、＜消費者教育＞などと、わけの分からないことに時間を取られている余裕はない」という事情を報告している(24)。クレジット教育は学校教育の中では新しいジャンルである。この事例は商業科などの科目の中で市民権を得るまでに炭谷氏のような現場教師の個人的な努力や貢献が必要であることを示している。ということは、限られた授業時間内でクレジット教育のために時間を割く必要性を現場の教師に認識させることが重要で、そのための施策を業界として考えることが大切であろう。

上記の『クレジット教育指導例集』などの報告によると、教科書あるいは補助教材としては、日本クレジット産業協会クレジットセンター編『クレジット関連問題集』や日本消費者金融協会編『消費者金融 素朴な質問 77』や日本消費者カウンセリング基金発行江夏健一監修『暮らしと消費者金融』などのクレジット教育参考資料が利用されている模様である。クレジット教育センター編『くれじっと - ワークブック - 』や江夏健一監修『暮らしと消費者金融 ケーススタディ集』などの教材はクレジットそのものの概念的理解に留まらず、クレジット利用スキルの養成に効果的であると思われる。消費者金融業界は今後もこうした教材の発行作業を継続することによって対境関係 (PA) の改善に努めることが大切であろう。

3. 大学におけるクレジット教育の必要性

1) 大学教育の理念とクレジット教育

上記のように、クレジット教育は最近では小学校、中学校、高等学校で実施されていることが報じられているが、大学でクレジット教育が導入されているということはあまり聞かない。もちろん、大学は学芸の中心として広く知識を授けるとともに、専門の学芸を教授すべき所で、生活実践の一つの手段としてのクレジット教育は真理探究の場である大学の講義としてふさわしくない、という批判があるかもしれない。しかし日本の若者のほとんどが高校で教育を受け、さらにそのうちの半数が大学へ進学するという現在、社会への最短距離にある大学でクレジット教育を行わないのは不合理ではないであろうか。現在の大学はもはや象牙の塔では済まされないし、少子化現象の下ですでに少なからぬ大学において職業教育を含めた実学志向への試みが進展している(25)。大学の学部教育は研究者や学者の養成を主目的とするものでもない。大学教育を含めて学校教育の目的が、未成年を一人前の社会人とするための知的・情意的訓練の機関であるとすれば、21世紀の社会生

活の中で重要な位置を占めるクレジットに関して適切な教育を施さないというのはおかしい。したがって大学においても、一般教養過程を中心に消費者教育の一環としてクレジット教育を実行すべきであろう。多くの大学でプレゼミとか基礎演習とかの科目を実施しているが、そうした授業を利用してクレジット教育を学際的立場で実施することができないのであろうか。

大学で教えるクレジット教育と高校などで教えるクレジット教育はどう違えばよいのであろうか。われわれのアンケート調査で、福岡国際大学の学生の半数以上が高校・中学で適切なクレジット教育を受けなかったと回答している。したがって大学で高校授業の補習という形でクレジット教育を行うことはそれなりに意義があろう。新聞やテレビの報道によれば、すでにいくつかの大学で英語や数学や理科などの科目の補修講義を予備校に依頼している模様である。その事例にもとづき大学でもクレジット教育を実施するという方法があろう。また、大学では高校の授業より理論的に一足踏み込んだ授業を行うという選択肢もあるだろう。そこでは単にクレジットに絡んだ消費者被害、すなわちカード破産や多重債務に陥る被害をいかに回避するかという防衛的な姿勢ではなく、カード社会のメカニズムや様々な制度やクレジットの経済的機能、さらにはポスト工業化社会への脱皮という歴史的展望やポスト・クレジット社会の仕組み、理念、倫理といった様々な観点からクレジットの意義を研究するという方法がある。その場合、クレジット教育が必ずしも独立の授業として成立する必要はない。法学、商業、経済学、社会学等の講義の中でそれぞれの専門領域からアプローチをするという方法がある。たとえば、第1章で江夏教授が指摘したように、比較文化の視点からクレジット社会のインフラとしての日本人や外国人の金銭感覚について比較研究を行うという社会学的アプローチも考えられる。クレジット教育のために、とくに現場知識を備えた教官がいないという問題があるのであれば、「消費者教育支援センター」や「クレジット教育センター」などから専門家の派遣を依頼すればよいのではなかろうか。

2) 大学におけるクレジット教育の実施状況

大学におけるクレジット教育の実践事例はあまりないが、小樽商大の渡辺助教授が一般教養科目・法学概論の授業の中で「消費者と契約」というテーマでクレジット教育を取り上げ、次のような内容の授業を行っている(26)。

契約の基礎理論

*近代法における契約

- ・契約自由への原則とその限界

*契約の実現と債務不履行

- ・履行強制、除外、損害賠償

消費者と契約

*事業者と消費者

*割賦販売

- ・クレジットのしくみ、個人信用情報

*無店舗販売と消費者

- ・訪問販売、通信販売、ネガティブオプション

*商品の欠陥

- ・問題の所在、行政苦情相談窓口（消費生活センター等）の役割、PL法

この授業の中で渡辺助教授は割賦購入斡旋における購入者・販売店・信販会社の契約関係、個人信用情報機関の役割、クーリングオフ、抗弁の対抗などの問題についても触れている。同氏のこのような実践事例は今後の大学授業のためのよい参考となる。

3) クレジット教育に関する注意点

大学におけるクレジット教育の主たる目的は、フリー、フェア、グローバル時代の21世紀に社会人となる学生たちに、消費者・生活者として、「賢く」かつ自立的に生きるための基本的な知識やスキルを身に付けさせることにある。そのために消費者としての権利意識、契約に対する知識、金銭管理能力、情報収集能力等について教育し指導することにある。

そうしたクレジット教育は、大学の商経・経営・法学・社会学部で教えられている流通経済、商業経済、マーケティング、簿記、会計、情報処理、法学概論、民法といった科目全体にわたって関連を持つ学際的な性格を帯びている。したがって大学におけるクレジット教育は、ファイナンシャル・プランニングや「消費生活と法律」といった観点からそれらの授業の中に組み込むことが考えられる。ただし、クレジット教育が個々の授業の中に分散し専門に偏ってしてしまうことによって、「木を見て森を見ない」現象が生じないように注意する必要がある。そういう意味では、プレゼミや基礎ゼミで消費・生活者の立場でトータルなクレジット教育を実施するのが一番望ましい。その際、講義形式で一方的に知識を注入するのではなく、ワークブックなどを使用してケーススタディを行い、実際に家計計算、債務返済計算をやってみることにより知識を咀嚼し応用可能な知恵に転換することが可能となる。クレジット教育の目的を教えるだけでなく、その実践のためには手段・方法を教えることが不可欠である。

近年、コンピュータ技術の発達で、個人信用情報機関や販売業者には大量の個人情報が集積されている。このため、知らないところで自分の情報が流用されて自分のプライバシーが侵犯される危険性が増大している(27)。最近クローズアップされている個人信用情報の保護の問題がそれで、その対策として現在総務庁が中心となって個人情報保護基本法の制定のための作業が進められている。これからは「自己の権利は自分で守る」という観点から、自分の個人情報については自分の責任で管理しなければならない。必要に応じて、自己情報の開示を請求したり、誤情報の訂正・抹消を要求したり、自己情報コントロール

権を適切に行使することが求められるが、そうした方法や手続きについても知識が必要であろう。

その他大学の教育において消費者の権利を保護する様々な法規制、すなわち消費者保護法、貸金業規制法、出資法、ノンバンク社債法、破産法、割賦販売法などを大学教育に適したレベルで学習する必要性については言及するまでもないことであろう。

消費者金融業界からクレジットや消費者金融サービスに関連した教材を豊富に提供することが業界のイメージ改善につながるであろう。消費者金融協会などでは『お金は木にならない』や『ネーマワールドの大冒険』など幼児や小学生向けの啓蒙書を発行しているが、大学生を対象とした教材は見られない。アメリカのビジネススクールでは、日本企業のケーススタディが行われ、教材として取り上げられている。国内でも大学生向けの教材を開発し、業界として積極的に広報活動を行う努力をすべきであろう。この点に関しては、昨年設立された消費者金融サービス研究学会が学会活動を通して今後クレジット教育に関する文献や教材を発表していくことが期待される。

むすびにかえて

われわれが今回本学（福岡国際大学）の同級生（三年生）と一年の学生たちに対して実施したアンケート調査は、論文締め切り期限と冬休みの開始という時間的制約の下で十分な標本数を集めることができなかった。それでも大体の傾向は掴めたと判断しているが、もちろんこれだけで十分ではない。たとえば、学生たちの約半数は高校時代にクレジット教育を受けたと答えているが、その教育によってどれだけ正確な知識を身に付けたか、また学んだ知識を実生活の中で家計管理を行うに足りる応用力やスキルへ熟成させているかどうかという質的な点になると、今回の調査では不明である。したがって次回にインタビューを中心としたフォローアップ調査を行い、それら不明な点を解明したいと考えている。

今回のアンケート調査で、消費者金融業界に対する学生のイメージが以外に悪いことが証明された。そういう意味で、今後消費者金融業界や個社の対境関係（PA）活動の強化が必要である。そのためには大学における冠講座の開講などの方策が考えられるが、費用もかからず現在の大学の制度の中で問題なく出来る一つの方法がある。それは学生たちに企業見学の機会を積極的に提供することである。本学の酒井一郎教授のゼミ生 20 名は、福岡市にある三洋信販株式会社の本社を 2000 年 6 月に訪問した。その訪問により、われわれ学生は消費者金融会社の活動や役割について詳しい知識を得ることができた。審査センターの訪問により、融資申込み者が自動契約機を利用して審査を受けるプロセスや信用限度の審査作業を見学することにより、消費者金融会社がいかに審査に力を入れ、そのためのノウハウを蓄積しているかを学んだ。このように消費者金融会社の活動を自分の目で確かめたため、われわれの消費者金融会社に対するイメージはすっかり好転した。自動車会社などは見学コースを常設し、市民や消費者に開放している。消費者金融会社も業務のフ

ローをビジュアル化するなどの工夫を凝らすことによって、オフィスを大学生や市民に開放することが消費者金融サービスに対する理解を促進し、企業や業界のイメージアップにつながると思われる。さらに、消費者金融会社の指導的立場にある経営者や管理者が大学の公開講演会などに積極的に参加することも有益であろう。

注：

1. 江夏健一『現代クレジット社会を考える』IBI 国際ビジネス研究センター、1996年、28-39頁
2. 伊東眞一『消費者金融システム』晃洋書房、2000年、147頁
3. 日本消費者金融協会編『消費者金融 素朴な質問 77』に本章支社金融協会、2000年、19頁
4. 消費者信用は、販売信用と消費者金融から成る。7頁
5. 日本クレジット産業協会「日本の消費者信用統計」平成10年版
6. ダイヤモンド・ビッグ社編『消費者金融業界』、ダイヤモンド・ビッグ社、2000年、12頁。ただし、1999年後半の企業業績の回復により、2000年3月期の実績では、10位以内にランキングされたのは武富士（8位）のみで、以下アコム（15位）、プロミス（28位）、アイフル（32位）となっている。（2000年6月2日付け日本経済新聞）
7. 『消費者金融 素朴な質問 77』19頁、および日本クレジット産業協会「日本の消費者信用統計」平成10年版
8. 江夏健一、28-43頁
9. この社会は社会学者ダニエル・ベルのいう、経済活動のサービス化が進展する「ポスト工業化社会」に相当すると解釈される。
10. 江夏健一、68-69頁
11. 同上、39-40頁
12. 松葉口玲子『持続可能な社会のための消費者教育』近代文芸社、2000年、13頁
13. 中山伊知郎他編『経済辞典』有斐閣、175頁
14. 松葉口玲子、38頁
15. 宇野政雄は「人間は生活者たらんがために商品やサービスを購入し、使用しているが、その購入者、使用者を消費者と呼び、そういう意味で消費者は『手段』であり、生活者が『目的』である」と規定している（松葉口玲子、39頁）。
16. 消費の理論的研究については、従来の消費経済学の関心はもっぱら「労働能力」に向けられていたが、海老沢照明は消費を人間の諸能力のうちの「消費能力」と関連づけて論じている（松葉口玲子、32頁）。かれによれば「消費」はそれ自体としてではなく、「消費過程」としてのみ、それゆえ生活手段としての関連の中でのみ実在する。したがって、「消費能力の正常な発達」とは、「生活手段に対して主体として関係し得る消費能力の発達」を意味する。かれは現代の大量生産体制の下における「消費過程」の特質を解明することを重視し、「消費の科学化」を提唱した。すなわち、①消費のた

めの生活手段を科学的・普遍的認識にもとづいて構成すること、②消費的欲望を、マズローの言う、単なる生命の維持・再生産という肉体的・直接的欲望から科学的・普遍的欲望へ転化させるための生活手段（書籍、テレビ、芸術品等）の質的量的充実を図ること、③「消費能力」を高度化し、人生の精神的豊かさを「享受する能力」を開発・育成するために自由時間を増大すること、を主張した。

17. 平成 10 年に設立された福岡国際大学では 3 年生が一期生である
18. 1998 年 9 月にアメリカの貯蓄率はずいに 0%になってしまった。日本消費者金融協会編『JCFA30 年とその未来像』日本消費者金融協会、1999 年、174 頁。
19. 江夏健一、18 頁
20. (財) 日本クレジット産業協会クレジット教育センター編『クレジット教育指導例集』2000 年、77 頁
21. 江夏健一、5-7 頁
22. 『クレジット教育指導例集』
23. 同上、35-69 頁
24. 同上、77 頁
25. 大学における学生生活の充実に関する調査研究会報告『学生の立場に立った大学づくりを目指して』文部省高等教育局調査研究会、2000 年
26. 同上、80 頁
27. 堀部政男『プライバシーと高度情報化社会』岩波新書

参考文献：

- 伊藤セツ他『消費生活経済学』光生館、1992 年
今井光映他『消費者教育論』有斐閣、1994 年
植田蒼『クレジットの知識』日本経済新聞社、1985 年
依馬安邦『これだけは知っておきたいローン・クレジット・カード 100 のポイント』金融財政事情研究会、1990 年
小川純生『消費者と所得—消費階層の出現—』税務経理協会、1997 年
国民生活センター編『消費生活年報』国民生活センター、1994 年
西村隆男『クレジットカウンセリング』東洋経済新報社、1997 年
同 『日本の消費者教育—その生成と発展』有斐閣、1999 年
日本消費者金融協会『JCFA30 年とその未来像』日本消費者金融協会、1999 年
松村晴路編著『くらしのための消費者論』法律文化社、1998 年
宮坂広作『生涯学習と主体形成』明石書店、1992 年
同 『消費者教育の現代的課題』たいせい、1995 年
宮崎礼子・伊藤セツ『家庭管理論』有斐閣新書、1989 年
山西万三『情報と消費の経済学』こうち書房、1994 年
山本紀久子『自己責任を育てる消費者教育』日本書籍、1999 年
吉田良子編著『消費者問題入門』1998 年

白書：

消費者金融白書委員会『消費者金融白書－溶解の健全な発展を目指して－平成 10 年度版』1999 年

全国貸金業協会連合会企画調査委員会『平成 10 年版 貸金業白書』全国貸金業協会連合会、1999 年

日本消費者金融協会・NIC 会・日本消費者金融協議会『平成 12 年度版 消費者金融白書』1999 年

福岡国際大学生の生活実態&意識調査

学 年	1年計	1年%	3年計	3年%	学 年	1年計	1年%	3年計	3年%
1) 学生生活の実態									
一人暮らし	31	56	52	39	したことがある	23	41	70	53
家族と同居	24	44	80	61	したことがない	33	59	62	47
生活形態小計	55	100	132	100	知人からの借金 小計	56	100	132	100
両親	49	92	124	93	学費	0	0	1	2
本人	3	6	9	7	パソコン	0	0	1	2
その他	1	2	0	0	インターネットの代金	1	33	0	0
授業料負担者 小計	53	100	133	100	自動車・バイク	1	33	6	13
もらっていない	18	82	45	54	耐久消費財	0	0	13	28
1万円未満	2	9	6	7	衣服	0	0	11	23
1-3万円	2	9	25	30	旅行	0	0	5	11
3万円以上	0	0	8	10	資格取得	0	0	2	4
小遣い(家族と同居)	22	100	84	100	ギャンブル	0	0	1	2
5万円以下	6	25	0	0	その他	1	33	7	15
5-10万円	15	63	40	91	カードローンの使途	3	100	47	100
10-15万円	3	13	3	7	困ったことがある	5	9	10	13
15万円以上	0	0	1	2	困ったことがない	48	91	68	87
生活費(一人暮らし)	24	100	44	100	借金返済 小計	53	100	78	100
している	29	51	103	79	経験あり	0	0	5	4
していない	28	49	28	21	経験なし	14	100	112	96
アルバイト 小計	57	100	131	100	クレジットカード紛失	14	100	117	100
週1日	0	0	4	4	貸したことがある	0	0	3	3
2日	3	11	16	14	貸したことがない	14	100	113	97
3日	6	22	23	21	クレジットカード貸与	14	100	116	100
4日	13	48	33	29	聞いたことがある	19	35	54	49
5日	2	7	22	20	聞いたことがない	36	65	57	51
6日	0	0	10	9	知人の借金問題 計	55	100	111	100
7日	3	11	4	4	3) 消費者信用に関する知識				
アルバイト日数 小計	27	100	112	100	悪い	10	21	22	16
1-3万円	5	19	4	5	悪くない	35	73	87	64
3-5万円	9	35	20	23	分からない	3	6	28	20
5-10万円	11	42	46	52	クレジットは悪いか 計	48	100	137	100
10万円以上	1	4	18	20	聞いたことがある	53	93	130	98
アルバイト収入 小計	26	100	88	100	聞いたことがない	4	7	2	2
購読	14	34	69	56	自己破産という言葉	57	100	132	100
購読せず	27	66	54	44	聞いたことがある	20	34	88	66
新聞 小計	41	100	123	100	聞いたことがない	39	66	45	34
1000円未満	31	70	30	28	多重債務者という言葉	59	100	133	100
1000-3000円	5	11	39	36	わかる	45	78	118	89
3000円以上	8	18	40	37	わからない	13	22	14	11
書籍購入費 小計	44	100	109	100	カード破産の意味	58	100	132	100

学 年	1年計	1年%	3年計	3年%	学 年	1年計	1年%	3年計	3年%
新聞配達	2	8	0	0	0 知っている	43	75	116	87
服屋	1	4	1	1	1 知らない	14	25	17	13
ホテル	2	8	1	1	1 クーリングオフ 小計	57	100	133	100
デパート	1	4	0	0	0 しっかり受けた	9	16	13	10
コンビニ・スーパー	5	20	18	20	20 1-2度受けた	33	57	49	38
飲食店	9	36	33	36	36 受けなかった	16	28	68	52
スナック・カラオケ	0	0	4	4	4 中・高クレジット教育	58	100	130	100
パチンコ店	1	4	2	2	24) 消費者金融業に関する知識とイメージ				
小売店	0	0	9	10	10 聞いたことがある	41	71	112	84
本屋	0	0	8	9	9 聞いたことがない	17	29	22	16
図書館	0	0	2	2	2 「サラ金」という言葉	58	100	134	100
塾	1	4	2	2	2 知っている	13	22	52	39
工場	0	0	6	7	7 知らない	45	78	81	61
その他	3	12	5	5	5 商工ローン問題 計	58	100	133	100
アルバイト先(業種)	25	100	91	100	100 知っている	14	25	80	62
昼間 6時間未満	5	16	29	33	33 知らない	42	75	49	38
6時間以上	4	13	11	13	13 消費者金融会社	56	100	129	100
夜間 6時間未満	17	55	7	8	8 武富士	2	8	17	10
6時間以上	5	16	40	46	46 アコム	8	32	46	28
アルバイト勤務時間	31	100	87	100	100 プロミス	6	24	35	21
生活費			42	30	30 レイク	6	24	29	18
食費			7	5	5 三洋信販	0	0	16	10
学費			6	4	4 アイフル	1	4	7	4
貯金・預金			5	4	4 その他	2	8	14	9
交通費(定期代)			6	4	4 消費者金融会社名	25	100	164	100
衣服代			12	9	9 良い	1	2	16	13
通信費(電話代)			3	2	2 良くない	44	94	100	83
耐久消費財			12	9	9 どちらでもない	2	4	4	3
趣味・娯楽			24	17	17 業界イメージ 小計	47	100	120	100
ローン返済			6	4	4 知っている	11	20	60	45
不明			7	5	5 知らない	44	80	74	55
その他			11	8	8 商工ローンとの違い	55	100	134	100
収入の用途 小計	0	0	141	100	100 知っている	4	7	25	19
1万円未満	43	73	69	56	56 知らない	51	93	104	81
1-3万円万円	15	25	54	44	44 貸出金利の上限規制	55	100	129	100
3万円以上	1	2	0	0	05) 学生たちの価値観と人生観				
携帯電話代 小計	59	100	123	100	100 したことがある	39	67	93	70
2) 消費者信用の利用状況						19	33	40	30
0枚	51	91	91	69	69 金銭の苦勞 小計	58	100	133	100
1枚	2	4	26	20	20 考えるべきである	21	37	87	65
2枚	3	5	8	6	6 考えるべきでない	36	63	46	35
3枚以上	0	0	7	5	5 学生と金銭 小計	57	100	133	100
クレジットカード 小計	56	100	132	100					

学 年	1 年計	1 年%	3年計	3 年%	学 年	1 年計	1 年%	3年計	3 年%
VISA	0	0	22	42	お金が一番大事	47	76	80	63
					そうでない	15	24	48	38
JCB	0	0	11	21	金銭観 小計	62	100	128	100
Master	0	0	3	6	はい	54	93	126	96
セゾン	1	50	1	2	いいえ	4	7	5	4
マイカル	0	0	5	10	お金は必要 小計	58	100	131	100
Citix	0	0	2	4	なりたい	33	56	71	54
銀行系	0	0	3	6	なりたいと思わない	26	44	60	46
その他	1	50	5	10	将来金持ちに 小計	59	100	131	100
クレジット会社 小計	2	100	52	100	べきだ	42	74	74	61
利用した	4	7	26	21	そうではない	15	26	48	39
利用したことがない	53	93	99	79	慎重に生きる 小計	57	100	122	100
学生ローン 小計	57	100	125	100	クレジット主義	9	16	14	11
したことがある	23	41	70	53	現金主義	46	84	116	89
したことがない	33	59	62	47	どちらでもない	0	0	1	1
知人からの借金 小計	56	100	132	100	小計	55	100	131	100