

# CYCLE

消費者運動ニュース No.1195 2024年 5月25日

発行所 全大阪消費者団体連絡会

〒540-0026 大阪市中央区本町2丁目1番19-430  
TEL.06-6941-3745 FAX.06-6941-5699  
https://hb8.seikyoku.ne.jp/home/o-shoudanren/

発行人 全大阪消費者団体連絡会

印刷 株式会社 耕文社

個人購読料 年間5,000円(送料込み・消費税別)  
購読料送金先 (口座名・全大阪消費者団体連絡会)  
郵便振替口座 00900-9-8320  
三井住友銀行天満橋支店 普通預金口座 0969062  
近畿労働金庫大阪中央支店 普通預金口座 1161622

消費者  
月間

## 「デジタル時代に求められる消費者力とは」

「消費者保護基本法（消費者基本法の前身）」が1968年5月に施行されたことから、その施行20周年を機に、1988年から毎年5月が「消費者月間」とされている。

今年、消費者庁が定めた統一テーマは「デジタル時代に求められる消費者力とは」。

5月17日に開かれた消費者庁主催シンポジウムでは、国際大学グローバル・コミュニケーション・センター准教授の山口真一氏が「フェイク情報の蔓延する高度情報社会で求められるリテラシー」をテーマに基調講演を行った。



### フェイク情報への弱さ

山口氏は、世界に限らず日本でも身近にフェイク情報が拡散されている実態を紹介し、誰でも騙されることを強調した。また、フェイク情報についての国際比較調査で、ファクトチェックの方法を知っていると回答した日本人は20%を切っており、他国と比べて顕著に低く、フェイク情報に弱いことがわかっていると指摘。

山口氏の最新の実証研究で、日本で広く拡散した15件のフェイク情報について、37%の人が一つ以上に接触しており、年齢層による違いは少ないことが示された。そのフェイク情報について、「正しいと思う」とした人が50%前後、「わからない」35%、「誤っていると思う」15%で、大半の人が誤りと気づけておらず、ここでも年齢層による違いはほとんどないという。更に、フェイク情報をSNS等で再

発信した人は3割程度で、家族・知人等に直接伝えた人が約5割に上るといふ。

また、分析によると、批判的思考が高い人はフェイク情報を拡散しにくく、リテラシー教育が重要であることがわかった一方、自己申告で「批判的思考が高い」とした人は、逆にフェイク情報に騙されやすく、拡散しやすいという結果が出たとした。

### 誰でも、自分も、騙されることを「知る」

生成AIの利用が必須の時代を、ディープフェイクが大衆化する「withフェイク2.0」時代への突入と、山口氏は呼ぶ。経済的動機や政治的動機に基づくフェイク情報を、AIにより誰でも簡単に作れるようになる中で、過激な情報で消費者の関心を引き付け、インプレッション数を稼げば利益が得られるアテンション・エコノミーの拡大も指摘され、「私たちにできることは、『誰でも騙される』ということ『知る』ことに尽きる」と、山口氏は訴えた。

特に、「自分も騙されるという意識を持ち、謙虚な気持ちで情報空間に接して情報検証を。少なくとも拡散したいと思った時には情報検証行動をとってほしい」として、情報源の確認、他の人の情報の確認、画像検索による確認などを提起。「わからなかったら拡散しない」「誰かを傷つける可能性があるら拡散しない」などの意識を持ち、フェイク情報の拡散者にならないことが呼びかけられた。

### 主な内容

- デジタル時代に求められる消費者力とは……………1
- 食料問題学習会「養鶏場の今&未来」……………2~3
- よくわかる！社会保障学習会「介護保険」……………4~5
- 大阪府内自治体の消費者行政の現況①……………6~7
- 持続可能な再エネ100%求める意見書……………8~9
- レイチェル・カーソン没後60年のついで ……10~11
- ニュースピックアップ……………12