

第 部 消費者金融に関する消費者契約教育の授業実践

第 3 章 指導法と補足教材

第 1 節 CM分析の手法について

1. はじめに

テレビはブランドを創ると言っている。それまでまったく無名であった商品・サービスが、オンエアされたとたん、一夜にして全国津々うらうらに知れ渡るからである。

消費者金融市場でも事情は同じである。放映される消費者金融会社は文字通り有名ブランドとなり、他の商品・サービス同様身近な消費の対象とされる。複数の調査においてテレビCMの認知度と消費者金融会社の認知度は当然の事ながら一致している。

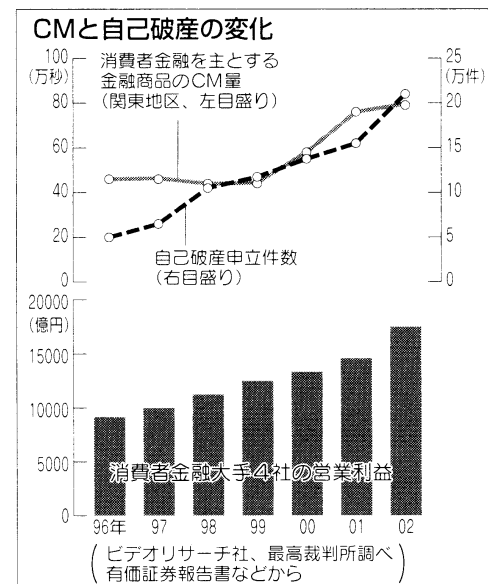
ここで問題なのは、CMのブランド化作用は個々の会社のみならず、業界全体にも

及ぶことである。かつては安易な借金に対する歯止めとなっていた業界の負のイメージが、今や完全に払拭され、金を貯めてから買うというスタイルが、まるで時代遅れであるかのような空気さえ漂っている。必要なときにはさっさと借りるのが流行であるかのようなのだ。

しかも注意すべき事に、CMに登場する大手から借り始め、気づいたらヤミ金に手をつけていたというケースもあることだ。加えて長引く不況の中、「キー局準キー局を含めて全テレビ局(126局)が例外なく消費者金融CMを受け入れるに至っている」(『テレビを審査する 現場からのTVリテラシー』現代人文社 松田士朗著)ことも、CMの影響を見逃せない所以である。

2002年12月には「放送と青少年に関する委員会」より午後5時から9時の時間帯に

消費者金融のテレビCM数と貸出残高の推移



出典：朝日新聞・朝刊 2003年6月10日

おける消費者金融CMの自粛を求める見解が発表され、それに呼応して民放連もガイドラインを定めた。見解は委員会に対する批判的意見として「CMが『お金がなければ借りればよい』というメッセージを伝えるものであり、誰もがしていることとして安易に借金をする風潮を助長し、子どもや若者の金銭感覚を歪めるのではないか」というものを紹介し、放送局の倫理観念への疑問とまとめている。同時に、新規顧客の約半数(45.6%)を20代の若者が占めている点を挙げて、青少年への悪影響が危惧されると主張している。

もはやCMの問題を避けて通れないことはあきらかであり、その意味でCM分析は消費者金融に関する授業実践で欠かせない手法と言えよう。

ここでは、幾つかの手法について簡単に触れておきたい。こうしたアクティビティーをきっかけとして副読本が使われれば、効果を上げることが期待できる。

2. メディアリテラシー

もともとテレビCMを分析する手法はメディアリテラシーの実践の中で育まれてきたものである。実際の分析例をあげる前に、簡単にメディアリテラシーに触れておきたい。

私たちは本や新聞といったものからラジオ・テレビ、そしてインターネットや携帯電話というように、多様なメディアに囲まれて生活している。すなわち、私たちは衣・食・住のいずれにおいても消費をすることで生きているのだが、実はそれぞれの局面で情報を頼りに選択しているのである。いわばメディアは私たちを取り巻く現実の環境となっており、私たちの思考を条件づけたり、意思決定に大きく関与していることになる。特にテレビのCMは私たちの消費行動を左右していると言えよう。

子どもにとっては学習時間よりテレビ視聴時間の方が長く、読み書きを習うようにテレビを読み解く技術を習得しない限り、単にテレビに踊らされる人間に育ってしまうだろう。こうしてメディアから受け取る内容を吟味し、送り手の意図を見抜いて批判的に理解した上で、情報を活用する力をメディアリテラシーと呼び、教育現場で注目されつつある。

私たちはどんな商品とサービスであっても、テレビCMから情報を得ていることが多い。どの分野のCMであっても、私たちが消費者として想定されている。私たち自身が「消費者」としてCMのターゲットになっていることを意識しない限り、いずれの商品分野でも、状況を把握して冷静にCM分析を進めることは難しいだろう。

では消費者金融のCMにどのようにメディアリテラシーを活かすのか。まずCMの作り

手送り手たちの考えを押し量るところから始めるのである。彼らは視聴者が別段CMを待っているわけではないことを十分わきまえている。つまり、送られてくる情報を積極的に受け取る姿勢のない人を前提にしてCMは作られていることになる。だからこそ、CMで大切なのは情報を印象づけることに尽きるのである。インパクトを持たせて感情に訴え、社名・製品名もしくはキャッチフレーズをイメージとして記憶させようとするのが肝要なのである。

日夜流されるCMの影響力は圧倒的であり、消費者金融のCMにおいては、利用経験のない者をターゲットにして、新規契約者を開拓することが最大の眼目となっている。すなわち、後に生徒の感想にも表れているように、冷静に考えて借金の可否を決めるべきところを、きちんと考えずに「いいかな」という気分にさせ、借金への抵抗感を弱める働きのあることは否定できないのではないだろうか。そうしたCMの作用と自分の受け止め方を自覚して反省の土俵に上らせることがメディアリテラシーといえよう。

メディアリテラシーを活用して初めて、何気なく見ているCMにより私たちが意思決定させられていることを意識し、契約に際して当たり前の知性を働かせる可能性が高まると考えられる。

消費者金融というテーマの場合、高校生にとって未来への対処という性格を持たざるを得ない。一方でCMの繰り返しによる刷り込みは現在進行形で強化され続けているのである。高校生が消費者金融に触れる主な舞台がCMであり、その意味で最大関心事であることは疑えない。反省の場面に生徒を立たせ、自覚的に学ぶ契機のためにもメディアリテラシーは有効と考えられる。このテーマに関する限り、メディアリテラシーによるCM分析行為そのものが、たとえ迂遠に見えても、現実上最も有力な方法ではないだろうか。

3. 実践事例：CM分析

消費者金融ということについて自覚化できることが大切で、そのために生徒を惹きつけることを重視している。そこから反省が始まり、発展的な授業展開が期待できるのである。

(1) 消費者金融CM人気投票

クラスで消費者金融CM人気投票を実施する。それを校外の統計と比較する。ちなみにある調査会社の調べによれば、消費者金融会社のCMの認知順位はアイフル、武富士、ブ

ロミス、アコム、レイクの順であり、最も好きなCM順位はアイフル、武富士、アコム、プロミス、レイクとなっている。(2002年12月調べ)

一人5票で投票するが、実は結果として順位ではなく、5社の定着度を見るためのものであり、これについて考察するよう展開を考える。

(2) CMトリビア

消費者金融CMにまつわるトリビアを調べて集め、発表会を開く。一人「1へえ」の投票用紙をあらかじめ配布しておき、発表の後で相互評価する。なんらかのインセンティブを用意すると一層盛り上がる。

初めはCM一般についてのトリビアで肩慣らしをしてもよい。というのも、広告業界の全体像をつかむことは、消費者金融CMの位置を理解し、その技法を明らかにする上で力になるからである。たとえば広告費や出稿量はそのまま消費者金融業界の社会的位置づけを明示している。まずはCM一般にも使えるトリビアの種をあげてみよう。

< 数字編 >

広告費に占める割合	;	総広告費：6兆580億円(2001年、以下同じ)
		地上波テレビ広告費：2兆681億円(34.1%)
		消費者金融業界から在京キー5局で年間280億円
CM出稿量	;	1位普通乗用車 2位他の特殊小売店(通販が9割超)
		3位 他の金融(消費者金融・クレジットカード中心)
30秒CMの制作費	;	平均3,000万円程度(1999年当時、以下同じ)
15秒オンエア料金	;	平日Aタイム(19~23時)1回100万円程度
CM総本数	;	1ヵ月134,000回
ゴールデンタイム2時間での視聴数(放送基準の総量規制：総放送時間の
		18%)

< 雑学編 >

テレビCM第一号；1953年8月28日 服部時計店

「精工舎の時計が正午をお知らせいたします」

ただしフィルム裏返して音も出さず数秒で中止

広告の3B；美人（Beauty）赤ちゃん（Baby）動物（Beast）

初集中スポット；「ヴィックス」1960年、月間数百本の30秒スポット

初フィーリングCM；レナウン「イエイエ」

70年代から、モノ離れの暗示的・気分的訴え方が効果的と信じられてきた

ムードピースって？；商品の性能・機能よりムードや情緒で印象づける手法

CMはネオンサインレベル？；全放送量の2/3が15秒スポット

以上のようなトリビアの上に、消費者金融のCMトリビア集めを実施すれば、間接的に後述のCM分析にも役に立つだろう。

（3）CM制作

企業のPR戦略を実感するため、ターゲットを絞っていかに金を借りるよう誘うか、架空の消費者金融会社名を作ってCMを考える。魅力的なキャッチコピーを考えることに時間をかけ、それを絵コンテやシナリオで表現する。手順は、グループで話し合った後に、スタッフ・キャストを決定して実際の撮影に入る。撮影では、いわゆるジョルト（業界用語で衝撃をさす）を効果的に配置することに留意する。放送部・演劇部・音楽部等があれば、共同作業に加わってもらうとより良い作品ができあがるだろう。

この他に、簡易的なCM制作も考えられる。消費者金融各社が制作した既存のテレビCMを利用してテレビCMの音を消し、ラッシュフィルム状態にして音楽とコピーをつけさせる手法である。まずグループ毎にCMを選択し、音無し状態でフィルムにふさわしい音楽とシナリオをつける。CMのショット毎に簡単な絵コンテをつくらせ、できるだけ絵や映し出される文字に囚われないシナリオをグループで考えさせると良いだろう。実際に音やナレーションをつけるのが大変ならば、ラッシュフィルムにアカペラでセリフをつけてもいいし、もっと簡単にすませようとするなら、絵コンテを提示してナレーションを紹介するだけでもいい。

(4)(狭義の)CM分析

CMをVTRにしてストップモーション機能を活用し、ワークシートに書き込む方式が一般的である。文字通りのCM分析用ワークシートもいくつかあるが(たとえば『Study Guide メディア・リテラシー【入門編】』鈴木みどり編、リベルタ出版)ここではその一例を掲載する。

授業で使用した定性分析用のワークシート(p.56を参照)

CMを1つずつ見ながら、分析用ワークシートに記入していくもの。事前に分析の視点を説明しておく(用語については次の枠内を参照)。

上段には、キャッチフレーズやアイキャッチャーなどCMで使われている表現技法を記入し、下段にはそれによって受ける印象や意味など受信内容を書き込むようになっている。

- ・ アイキャッチャー：マークやキャラクターなど文字通り目を捕らえるもの。
- ・ ジョルト数：笑いや暴力、目まぐるしいカットや高音などで起こす衝撃をさす業界用語。
- ・ ショット数：カメラの動きを止めないで撮ったフィルムの基本的な単位。

なお、定量分析シートは省略する。曜日毎に番組名、CM秒数やCM本数を記録するものである。家庭学習用の課題とさせてもよい。

生徒の分析文の例

- ・ チワワがかわいい。チワワと父が見つめ合うところも印象的。お金を借りることとチワワとの直接の関係はないけれど、間接的にはある。チワワといえば「××××」と、すぐに思いつくような、そんなイメージキャラクター的な存在になっている。
- ・ アイキャッチャーは女性の店員さん。ジョルト数はアップになったところなど、2だろうか。店員さんの明るい笑顔で、気軽に店に来てもらおうと思っていることが意図だろう。たくさん借りすぎては大変だとかの注意の文字が、小さすぎてわかりづらいのが問題。
- ・ 看板や宇宙船、役者のリアクションがアイキャッチャー。宇宙船が近づいてきて大きくなるなど、ジョルト数は10と多い。ただCMの意図はよくわからない。はやさと

かパワーを意図としているのかな??映像の意味は分からない。

けど、会社名のメロディは頭から離れない。音楽や看板の映像で印象に残ることは確か。

- ・ アイキャッチャーはチワワ。ジョルト数は4か。ターゲットは年輩の方。大切なもののために借りよう!!という気分させる。動物を使うことで、何となくではあるが、CM自体がやわらかい印象。自分の好きなものやことに対して遠慮なく利用して、というメッセージを感じる。そのため、少しぐらいは借りても大丈夫という気分させる。他の金融CMより利子などの表示秒数が少ない気がする。(約2秒ほど)

テレビ - CM定性分析表

クラス 番号 氏名

CM 企業名	上段；表現技法（キャッチコピー、アイキャッチャー、ショット数、ジョルト数などの全体構成。） 下段；受信内容（印象、CMの意味、解釈理由、視聴にともなう問題点）
	<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>
	<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>
	<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>
	<hr style="border-top: 1px dashed black;"/>

第 2 節 ロールプレイング

ロールプレイングとは役割演技とも言い、設定された場面・題材（テーマ）における役割を演じることで、関連する問題の解決や対策を考えようとする学習方法である。役を自分が実際に演じてみることで、それまで気づかなかった登場人物の心理や問題点について、共感的に理解することができる。演技を見ている人にも状況や問題点の理解を助ける効果が期待される。

副読本を用いた授業を実践していただく補助教材として、2つのロールプレイを用意した。アポイントメント商法で高額な商品を次々と買わされ、その返済のために多重債務に陥るケースと、友人に頼まれて連帯保証人になり恐ろしい取り立てが来るケースがリアルに表現されている。

< 演じる際の工夫と注意点 >

- ・ 場面設定、役割について十分に説明してから、演技に入ること
- ・ 小道具などを用いて工夫すること
- ・ 立ったまま棒読みすることは避ける。動きをつけること
(セリフ以外の言葉なども用いて、臨場感を出せれば尚良い)
- ・ 事前に心の準備をさせること(突然指名されて、人前で演じることができる人は少ない)
(参考) 消費者教育支援センター編『消費者教育指導マニュアル』(三訂版) 1996年

多重債務に関するロールプレイング

<登場人物>

ハナコ	・・・19歳11ヶ月の女性会社員
アポインター	・・・販売会社（×企画）の女性アポインター
販売員	・・・販売会社（×企画）の販売員
消費者金融業者	
ナレーター	

<用紙する小道具>

葉書、携帯電話、事務所セット（テーブル、イス）、アクセサリ（代用可）、ティッシュ

<シナリオ>

ナレーター ある日突然、ハナコさんの自宅に「当選しました、お電話ください」と書かれたハガキが届きました。Aさんは、何のことだろう？と思い電話をかけてみることに。

ハナコ 「もしもし？ 企画さんですか？ ハガキが届きましたが、何でしょうか」（何か申し込んだかな？）

アポインター 「おめでとうございます！ あなたに海外旅行やブランド品が格安で手に入る会員権が当たりました！ 事務所で詳しい話をしますので、お忙しいと思いますがぜひお越し下さい。選ばれたあなただけに特別な話ですよ」（優しくかつ行かないと損するような気持ちにさせる）

ハナコ 「今ちょっと時間がないから・」

アポインター 「とにかく、来てくださったらお話します。特別に選ばれたあなたのためですから、ご都合のよい日に時間をとりますよ！」（友達感覚にさせる）

ハナコ 「じゃあ、今度の日曜日の午後3時なら・・・」

アポインター 「わかりました。 駅についたらお電話くださいね。」

ナレーター・・・約束の当日、 駅に到着したハナコさんは、事務所に電話をしました、待ち合わせ場所に現れたカッコイイ男性は、親しげな様子で、ハナコさんを雑居ビルの3階にある事務所に連れて行きました。事務所につくと、男

性は会員権の資料を広げて説明を始めました。

- 販売員** 「この会員権、いいでしょう。^{こうか}豪華な施設やブランド品などが格安で利用できるんですよ。本来なら 100 万円位するんだけど、このネックレスなどを買えばいつでも利用できるんだ。とってもいい宝石なんだ」(ネックレスなどの宝石類を見せる)
- ハナコ** 「今はいらないわ・・・」
- 販売員** 「君は^{すてき}素敵だから、このネックレスとても似合うよ」
- ハナコ** 「そう？ ちょっと付けてみようかしら」(ネックレスをつける)
- 販売員** 「やっぱり、君なら似合うと思ったよ」
- ハナコ** 「でも、払えないわ」
- 販売員** 「毎月 1 万円ぐらいなら払えるでしょう？ コーヒー 1 杯飲まなければ払える金額だよ。払えなければいつでも相談にのるから。今度、これをつけて、一緒に食事に行こうよ」
- ハナコ** 「う～ん・・・」(ちょっと楽しみ)
- 販売員** 「ときどき、これからも会ってくれる？ 君が素敵になるのがうれしいから」
- ハナコ** 「うん、私でいいなら・・・」(本当はすごくうれしい)
- 販売員** 「じゃ、これにサインしてくれる？」(契約書をさし出す)

ナレーター・・・ハナコさんは、50 万円のネックレスを購入する契約をしてしまいました。

^{しんぱん}信販会社ともローンの契約をして、毎月 2 万円ずつ支払うことになりました。

数ヶ月後、支払いが厳しくなり、あの時の販売員に電話をしてみたら、電話がつながらなくなっていました。この時になって初めて、ハナコさんは自分が^{だま}騙されていたことに気がついたのです。必要ないものを買った^{こうかい}後悔と、^{かいやく}解約も出来ないという思いで、「とにかく払わなければ」とハナコさんは悩みました。

ある日、ふと町を歩いていると・・・

- 金融業者** 「こんにちは～♪」(ティッシュを配っている)

ハナコ 「いつもテレビで見るところだ。無担保・無保証か～、私でも借りられるかな？」(ティッシュを眺める)「きっとテレビにも出ているところだから、安心だよな？ はじめての方でも気軽にご相談ください、って言ってるし、話だけでも聞いてみよっかな？」(店舗に入っていく)

金融業者 「いらっしやいませ～」(にこにこ)

ハナコ 「じっ、実は、2万円借りたいんですけど・・・」(ドキドキ)

金融業者 「ありがとうございます。お客様、身分証明書をお持ちですか？」

ハナコ 「運転免許証ならあります。」

金融業者 「では、お見せください。勤務先は？年収は？何年勤めていますか？」
(書類に記入しながら・・・注：ひとつずつ聞いて下さい)

ハナコ 「金融です。(注：自由に設定して下さい)年収は180万円くらい。つとめ始めて2年です。」

金融業者 「お客様の場合、限度額の20万円までお貸しできますけど、いかがでしょう？」

ハナコ 「20万円もですか？」

金融業者 「あると便利だと思いますよ。ぜひどうぞ！！」

ハナコ 「そうですか・・・わかりました。お願いします」

ナレーター ハナコさんは内心ドキドキしていましたが、あっさりとお金を貸してもらえて一安心でした。ローンの返済もでき、自由になるお金も出来て、今まで悩んでいたのがウソのようでした。そして、1ヶ月後・・・

ハナコ 「あ～、結局お金があると使っちゃうな～。何を買ったわけでもないのに・・・今月のネックレスと金融の支払い、どうしよう？・・・(ちょっと考えて)親切に相談に乗ってくれるって言ってたし、金融に電話してみよう！」(業者に電話をかける)

金融業者 「もしもし、金融です。お電話ありがとうございます。(さわやかに)」

ハナコ 「すみません・・・実は、今月分の返済ができないのですが・・・」

金融業者 「お客様、お利息だけで結構ですよ。お客様にもいろいろとご都合があるかと思しますので、お支払い頂けるときに、少しでも入金してくだされれば大丈夫です。後も楽ですので。」

ハナコ 「どうもありがとうございます。なんて優しいんだろう・・・(涙)」

ナレーター ハナコさんは、利息分だけはなんとか払っていきました。ネックレスのローンは、足りなくなると、借入限度額の枠内でキャッシングして借りるようになっていました。

ハナコ (あたふたしながら大きな動作でキャッシング機を操作する様子表現して下さい)
「今月は友達の結婚式で、すごい出費だ～！！」(キャッシングする動作)
「しまった。自動車事故をおこしちゃった。ちゃんと保険に入ってなかった・・・」(キャッシングする動作)
「え～ん、会社が倒産しちゃったよー」(キャッシングする動作)

ナレーター 結局、ハナコさんは、自分の預金を引き出すような感覚でキャッシングを利用するようになり、複数の消費者金融から 200 万円もの借金が出来てしまいました。

自分にとって財産だと思ってローンを払い続けたネックレス。質屋で鑑定してもらったら、ほとんど価値のない二セモノでした。(おしまい)

連帯保証人に関するロールプレイング

<登場人物>

タロウ（会社員）
レオ（会社の同僚）
消費者金融業者
ナレーター

<用意する小道具>

連帯保証人の契約書、封筒、携帯電話

<シナリオ>

ナレーター レオとタロウは同じ会社の同僚。入社以来の大親友です。レオは「話しがあ
るから」と、タロウを昼食に誘いました。

レオ 「今度、割のいいアルバイトをすることにしたよ。100万円の資金が必要
なんだけど、どうしても保証人が必要なんだ。絶対に迷惑をかけないから、
名前だけ貸してよ」

タロウ 「どんな仕事なの？」

レオ 「健康食品を販売する仕事だよ。学校の先輩から勧められたんだ。先輩は、
ブランド品を身につけて、カッコイイ車にのってるんだ。必ず儲かるから、
心配ないって。会社以外の時間にできて、給料も入るんだから、こんなお
いしい話はないだろう？」

タロウ 「その仕事、大丈夫なのか？ 大親友のおまえに頼まれたら、俺は断れない
から名前は貸すけど、後は自分でちゃんとしろよ」

レオ 「ありがとう、約束するよ！ じゃ、ここにサインをしてくれ」

タロウ （サインをする動作）

ナレーター 数ヵ月後・・・突然、タロウの自宅に消費者金融から封筒がとどきました。
開けてみてびっくり。なんと借金返済の催促だったのです。タロウはあわ

ててレオに電話しました。

レオ 「あ、もしもし？ タロウか。久しぶり。仕事が順調で、忙しかったんだ。つい、支払いを忘れちゃったよ。ゴメンゴメン（軽い調子で）」

ナレーター その後、消費者金融からの連絡もなかったので、タロウは親友のレオを疑わなくて良かったと安心しました。

その数ヶ月後、タロウのもとにレオから1本の電話がありました。

レオ 「やあ。元気かい？ 最近僕の方は副業が順調でね。このビジネスをもっと大きくするので、今度会社を辞めることにしたよ。でも、この前の支払いはきちんとする。親友の君には、絶対に迷惑かけないよ。あ、そうそう。これから僕への連絡は、ケータイにしてくれよ。」

ナレーター 数日後、タロウのもとには、また同じように、消費者金融からの督促状が届きました。レオに連絡をしようとケータイに電話をしましたが、全く連絡がつかなくなっていました。そこでタロウは、消費者金融に電話をかけてみることにしました。

タロウ 「あの～、保証人の僕に督促状が届いたんですが…」

金融業者 「レオさんが支払いをしなくなり、連絡も取れなくなったからです。」

タロウ 「だからといって……」

金融業者 「タロウさん、あなたは保証人のサインしてますよね。」

タロウ 「サインといっても……」

金融業者 「保証人といっても、あなたは連帯保証人ですから、当社は当然の権利として、あなたに請求することが出来ます。」

タロウ 「名前だけといわれたんです。そんなことは何も聞いてないんです……」

金融業者 「そんなことは関係ありません！ あなたが契約したのと同じだから、とにかく払ってもらいます。」

タロウ 「僕にはとても……」

金融業者 「お金がないから払えないといっても、『はいそうですか』とは引き下が

れません。自分の責任をどう考えているんですか？」

タロウ 「絶対に迷惑かけないといわれたのに・・・」

金融業者 「迷惑はこっちのほうが被^{こうむ}ってるんだよ。何を寝ぼけたこと言ってんだ
社会人として恥^はずかしくないのか。」

タロウ 「・・・・・・・・」

金融業者 「払わなければ会社に取り立てに行くから。自宅もわかっているんだ。借りたものは返すのが当たり前だぞ。返せない友達を持ったのが悪い。こっちには何にも責任はないんだ。自分で何とかするのが当たり前だ」

タロウ 「でも・・・・・・・・」

金融業者 「返せなかったら、どこからでも用意しろ。親もいるだろ。おまえの親に言うぞ。親へも取り立てるぞ。おまえは人に迷惑をかける人間のくずだ！生きてる価値がない」

ナレーター 会社にも脅^{きょうはく}迫の電話がかかり、自宅にも昼夜問わず、執拗^{しつよう}な取り立てが来るようになりました。その後、レオから送られてきた絵はがきには、旅先の南国の島で楽しそうに過ごすレオの笑顔が写っていました。その横には、小さく「スマン・・・」の一言が。

タロウは途方^{とほう}に暮^くれてしまいました（おしまい）