

解答例

総合型選抜（主体性評価）2期

小論文

問題1

相談件数の総数は年々増加している。年齢層別の相談件数では、50歳代以上の層が年々増加し、特に60歳代と70歳以上の増加傾向が顕著である。その結果、2022年には40歳代までの層が総数の過半を占めていたのに対し、2024年には50歳代以上の層が過半を占めるに至り、総数増加の原因にもなっている。

スマホやパソコンの普及により、高年齢層もSNSとつながる機会が増えており、それに伴い、この層からの相談件数が増加していると考えられる。また、この層は若い世代に比べ、デジタル環境に不慣れな人々が多い。そうした人々は、デジタル環境に潜むさまざまなリスクに、よりさらされやすいと考えられる。さらにこの層には、貯蓄や退職金などによる豊富な資産を有している人が少なくない。最近、高年齢層の人々がSNS型投資詐欺に遭う事件が多発している。その背景には、SNS広告を利用して高年齢層の資産を狙う、詐欺グループの存在を指摘することができる。

問題2

SNS利用時には、SNS上での広告表示の仕組みをよく理解し、自分が数多くの広告企業から監視されているという自覚を持つことが肝要である。自分が関心を抱く商品が何度も広告表示されれば、利用者はついつい該当商品の購入へと走ってしまうことがあるだろう。ネット通販にはクーリング・オフが適用されない。利用者は今自分が買おうとしている商品が本当に必要かを熟慮し、取引条件をよく確認して冷静に判断をする必要がある。

また、数多くの広告の中には、悪意ある広告も紛れ込んでいる。大手企業や大学、著名人などの名前をかたる詐欺広告が問題になっているのは、その証左である。プラットフォーム事業者による広告審査の厳格化は不可欠であるが、利用者の側も情報リテラシーの向上を意識的に図っていく必要がある。最近各地で、特殊詐欺の被害防止対策講座が開催されている。そうした講座に参加してみるのも、意識を高める有効な方法であるだろう。