

第2章 消費者教育の現状と課題

1 三島市における消費生活相談の状況

(1) 相談件数の推移と相談内容

三島市市民相談室に寄せられた、平成16年度から平成26年度までの消費生活相談件数は、架空請求が急増した平成16年度をピークに平成20年度まで減少し、その後は500件台で推移し、平成26年度は初めて400件台となりました。(図表1)

平成26年度における相談を商品内容別で見ると、「デジタルコンテンツ※1」に関する相談が最も多くなっています。(図表2)

また、60歳代、70歳以上の世代では商品の特定ができない「商品一般※2」(架空請求・電話勧誘等)の相談が多くなっています。

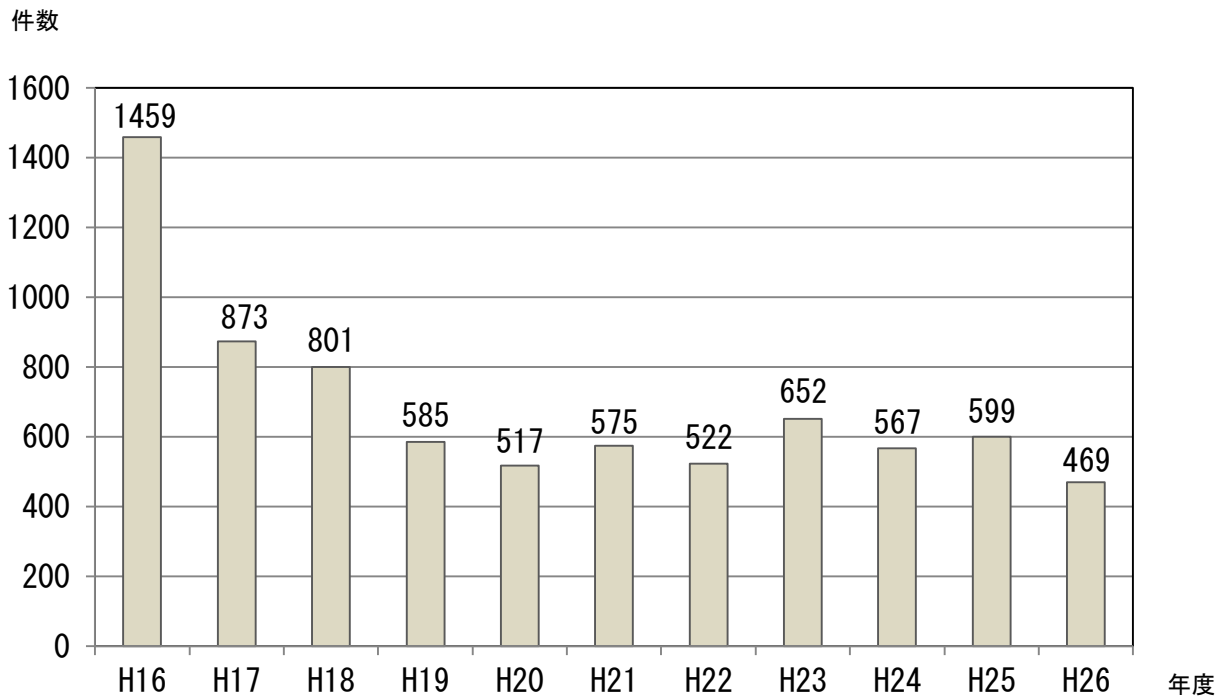
● 課題 ●

- ・消費者トラブルを未然に防ぎ、さらに、安全・安心な消費生活を営むために、市民一人ひとりがそれぞれの年代で、必要とされる消費生活に関する正確な知識や的確な判断力を身に付けるとともに、活用していくことが大切です。このため、年齢、性別、障がいの有無等、消費者の特性に配慮した消費者教育を行う必要があります。
- ・スマートフォンなどの普及により、「デジタルコンテンツ」に関する相談は、50歳代以下の年代で最も多くなっています。このため、インターネットを利用する上で身に付けておきたい知識等について、周知・啓発を行うとともに、被害を未然に防止するため、児童・生徒への消費者教育が必要です。

※1 「デジタルコンテンツ」 インターネットなどを通じて得られる情報に関する相談 (アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム等)

※2 「商品一般」 商品の特定ができないまたは商品の特定をする必要のない相談 (架空請求・電話勧誘など)

【図表 1】 三島市における消費生活相談件数の推移（年度別）



【図表 2】 三島市における契約当事者の年代別・商品別分類（平成 26 年度）

順位	全体	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	不明等
1	デジタルコンテンツ 86	デジタルコンテンツ 8	デジタルコンテンツ 9	デジタルコンテンツ 16	デジタルコンテンツ 21	デジタルコンテンツ 9	商品一般 10	商品一般 24	
2	商品一般 54		フリーローン・サラ金 3	商品一般 3	商品一般 6	商品一般 7	デジタルコンテンツ 9	デジタルコンテンツ 11	
3	フリーローン・サラ金 19			ソーラシステム 3	賃貸アパート 4	フリーローン・サラ金 4	インターネット接続回線 6	修理サービス 6	
4	インターネット接続回線 15			修理サービス 3	フリーローン・サラ金 4	インターネット接続回線 4	賃貸アパート 6	健康食品 5	
5	修理サービス 14			フリーローン・サラ金 3	腕時計 3	インターネット通信サービス 3	塗装工事 3	株 4	
その他	281	7	30	28	34	46	38	79	17

備考 相談件数が2件以下のものは順位に入れていない。

(2) 若年者の消費者トラブル

平成 26 年度における 20 歳代以下の若年者からの相談内容を商品別にみると「デジタルコンテンツ」に関するものが最も多くなっています。(5 ページ図表 2)

「デジタルコンテンツ」など、インターネットに関する相談を主な内容とする「運輸・通信サービス」の相談件数が最も多く 17 件となっており、平均契約金額は約 27 万円(図表 3)となっています。相談内容としては、例えば「インターネットで「無料アダルトサイト」を見つけ開いたところ、『登録完了。料金 29 万 9,800 円』の画面が出て、画面が消えない」などの相談が寄せられています。

また、平成 26 年度話題になった「バイナリーオプション取引※1」の相談も寄せられました。トラブルとなった業者は海外にある無登録業者であり、契約者はインターネットの口コミ等を見て海外業者と知らずに取引をしているのがほとんどです。このバイナリーオプション取引を含む、「金融・保険サービス」の平均契約金額は約 33 万円となっています。(図表 3)

このように、若年者はインターネットを通じて消費者トラブルに巻き込まれることが多く、被害金額も高額となる傾向があります。(図表 3、7 ページ図表 4)

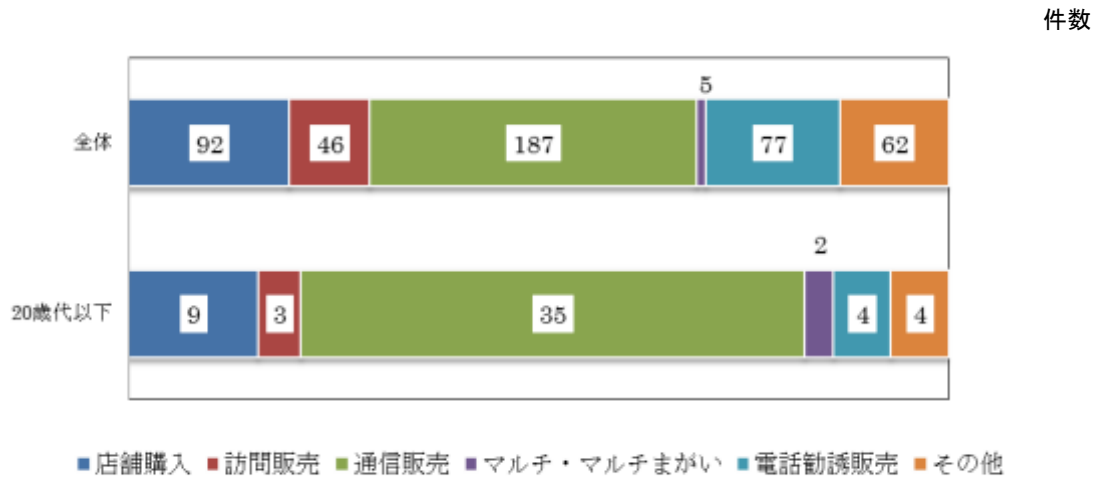
【図表 3】三島市における 20 歳代以下の主な消費トラブルの件数と平均契約金額(平成 26 年度)

商品別分類	件数	平均契約金額
運輸通信サービス	17	約 27 万円
被服品 (靴・かばん・財布等を含む)	8	約 1 万円
金融・保険サービス	6	約 33 万円

備考 PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)に登録された、契約当事者年齢が 20 歳代以下の相談件数及び平均契約金額。契約金額不明は 0 円とし、平均には含めていない。

※1 バイナリーオプション取引 為替相場等が上がるか下がるかを予想するデリバティブ取引の一種。短時間で行われる取引なので勝負の結果がすぐ出るという反面、取引を繰り返して損失が大きくなってしまったり、利益が出てもなかなか業者から金を引き出せないため取引を繰り返し、結果として損失が多くなってしまふ場合が多い。

【図表 4】三島市における 20 歳代以下の購入形態別相談件数（平成 26 年度）



● 課題 ●

- ・若年者は、インターネットの利用による取引などのトラブルが多く、被害金額が高額となる傾向があります。そのため、的確な判断力を身に付け、責任を持って行動できるよう、幼児期より発達段階に応じた、契約等に関する正しい知識を修得する教育が必要です。

(3) 高齢者等の消費者トラブル

三島市における高齢者の相談件数の割合をみると、平成 26 年度で 60 歳代、70 歳以上の割合が合計で 40%を超えています。(図表 5)

特に 70 歳以上の相談割合は非常に高く、人口の割合より高くなっています。(9 ページ図表 6)

平成 26 年度の 60 歳代、70 歳以上の商品別相談の最も多いのは「商品一般」です。(5 ページ図表 2)

この中には架空請求も含まれています。心当たりのない未払い代金について、「債務不履行で提訴するというはがきが届いた」といったものや、「携帯電話に、未払い代金があるので法的手続きに入るという身に覚えのないメールが届いた」などがあげられます。

また、70 歳以上は、値上がり確実などと強調し、投資や出資を勧誘する「ファンド型投資商品」や「公社債」「株」など「金融・保険サービス」の相談も多くなっています。

このように 70 歳以上の高齢者の相談内容は、架空請求や投資・出資の勧誘などの相談が多いのが特徴で、他の年代の相談内容と異なります。また、高齢者はだまされたことに気づかなかつたり、被害にあっても相談しない場合も多く、今後も高齢者が消費者トラブルに巻き込まれることが危惧されます。(9 ページ図表 7)

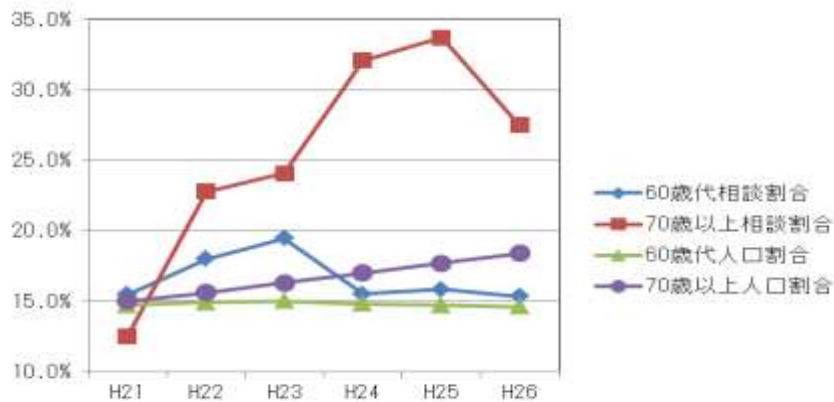
さらに、病気や障がい等で認知機能が衰えたりして、正常な判断ができなくなり、訪問販売等で高額な契約をしてしまい、支払えず困って周囲が相談するケースも出てきています。

このため、70 歳以上の高齢者のトラブルについては、特に配慮が必要で、市民(消費者)の状況に配慮した情報の提供や福祉関係者等と連携した取り組みが必要です。

【図表 5】三島市における消費生活相談の世代別割合（平成 26 年度）

19 歳以下	20～29 歳	30～39 歳	40～49 歳	50～59 歳	60～69 歳	70 歳以上	不明
3.2%	9.0%	11.3%	14.5%	15.6%	15.4%	27.5%	3.6%

【図表 6】三島市における高齢者の相談割合



備考 人口割合は住民基本台帳より（毎年度 10 月 1 日現在、外国籍を含む）

【図表 7】三島市における 70 歳以上の主な消費トラブルの件数と平均契約金額（平成 26 年度）

商品別分類	件数	平均契約金額
商品一般	24	約 50 万円
運輸・通信サービス	25	約 3 万円
金融・保険サービス	17	約 24 万円
食料品	14	約 14 万円
土地・建物・設備	10	約 157 万円

備考 PIO-NET に登録された、契約当事者年齢が 70 歳以上の相談件数及び平均契約金額。契約金額不明は 0 円とし、平均には含めていない。

●課題●

- ・高齢者のトラブルは「老後の資金」や「健康」など、高齢者が関心を持つことに悪質な事業者がつけこむケースが見られます。高齢者をねらって流行や話題性に乗じた悪質商法が次々と発生しており、注意喚起の取り組みを強化することが必要です。
- ・生活支援を必要とする高齢者や障がい者に対しては、日常生活を支援している福祉関係者や近所の人との連携などにより、消費者被害の未然防止や拡大防止に取り組むことが必要です。

2 消費者教育に関する市民の意識

三島市では、毎年度実施している「市民意識調査」の中に「消費者教育について」の設問を加え、消費者教育に関する市民の意識調査を行いました。

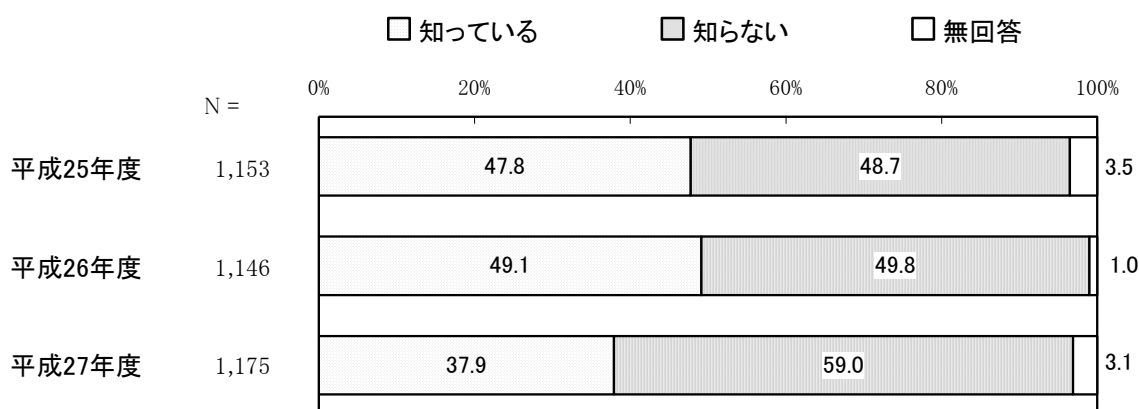
【市民意識調査の概要】

- ①調査の目的 居住環境、総合計画の指標に関する項目、自治会・町内会、幸福度と健康づくり、新エネルギー・省エネルギー設備、三島市広報番組の視聴状況、災害対策、男女共同参画、市の取り組みの満足度、消費者教育について聴取することにより、今後の行政施策の基礎資料を得るため
- ②調査対象 三島市在住の満20歳以上の男女 2,000人
- ③抽出方法 単純無作為抽出
- ④調査方法 郵送調査
- ⑤調査期間 平成27年5月14日～平成27年5月31日
- ⑥有効回収数 1,175人(58.8%)

(1) 消費生活相談の認知度

市民相談室で消費生活相談を実施していることについて、「知っている」の割合が37.9%、「知らない」の割合が59.0%となっています。(図表8)

【図表8】消費生活相談の認知度



(2)消費者教育を受けたことがあるか

消費者教育を「受けたことがない」人の割合が68.1%と最も高く、消費者教育を「受けたことがある」と回答した人は27.5%となっています。(図表9)

年代別で見ると消費者教育を「受けたことがある」人が最も多い世代は20代となっています。20代は既に学校教育の中で消費者教育を受けているためと考えられます。

受けたことがある内容では、男性は「悪質商法被害防止」(17.2%)が、最も多いのに対し、女性は「食の安全・表示の見方」(13.5%)が最も多くなっています。

【図表9】消費者教育を受けたことがあるか(内容については複数回答)

区分		消費者教育を受けたことがある	契約のルールや取引のトラブル防止	悪質商法被害防止	消費者被害にあったときの相談窓口	食の安全・表示の見方	インターネット・携帯電話の安全な利用	家計の管理・生活設計	その他	受けたことがない	無回答
全体		27.5	11.0	13.0	8.3	12.6	12.0	3.7	1.1	68.1	4.4
性別	男性	29.3	15.0	17.2	9.7	11.5	13.1	4.2	1.2	66.7	4.0
	女性	26.3	8.0	9.7	7.4	13.5	11.4	3.2	1.1	68.8	4.9
年代別	20代	62.8	38.5	39.7	30.8	41.0	38.5	7.7	5.1	35.9	1.3
	30代	28.2	11.4	11.4	7.4	8.7	14.1	3.4	0.7	70.5	1.3
	40代	39.0	11.3	12.6	10.1	11.9	27.0	3.8	1.9	59.7	1.3
	50代	28.9	10.6	11.0	6.4	12.4	14.7	4.6	0.5	69.3	1.8
	60代	21.2	8.1	9.8	4.9	10.2	2.8	2.4	1.6	76.0	2.8
	70代以上	17.1	6.6	11.7	6.6	10.1	2.2	3.2	0.0	71.9	11.0

1位

2位

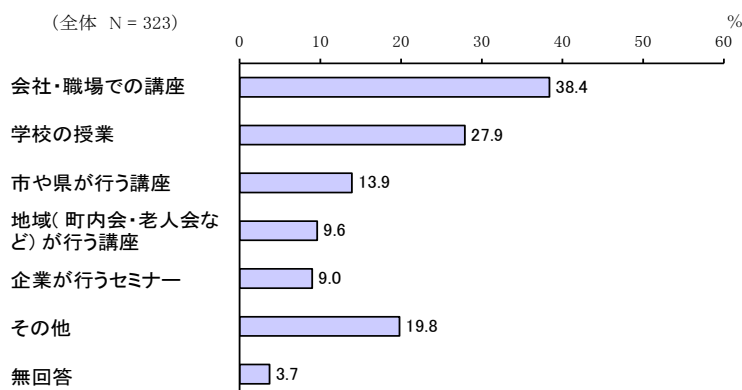
3位

(3)消費者教育をどこで受けたか

「会社・職場での講座」の割合が38.4%と最も高く、次いで「学校の授業」の割合が27.9%、「市や県が行う講座」の割合が13.9%となっています。(12ページ図表11)

性別で見ると、男性では「会社・職場での講座」(54.1%)、女性では「学校の授業」(32.2%)が最も高くなっています。年代別で見ると、30代から60代で「会社・職場での講座」が最も高くなっています。また、20代では「学校の授業」(81.6%)、70代以上では「地域(町内会・老人会など)が行う講座」(38.9%)が最も高くなっています。(12ページ図表10)

【図表 10】消費者教育をどこで受けたか（複数回答）



【図表 11】消費者教育をどこで受けたか 性別・年代別（複数回答）

区分		会社・職場での講座	学校の授業	地域(町内会・老人会など)が行う講座	市や県が行う講座	企業が行うセミナー	その他	無回答
全体		38.4	27.9	9.6	13.9	9.0	19.8	3.7
性別	男性	54.1	23.0	8.8	10.1	10.1	14.9	2.7
	女性	24.6	32.2	9.4	16.4	8.2	24.6	4.7
年代別	20代	26.5	81.6	—	2.0	4.1	10.2	—
	30代	47.6	40.5	2.4	4.8	14.3	11.9	—
	40代	50.0	24.2	1.6	3.2	8.1	22.6	—
	50代	44.4	20.6	6.3	15.9	7.9	23.8	3.2
	60代	40.4	3.8	7.7	23.1	11.5	17.3	9.6
	70代以上	20.4	5.6	38.9	33.3	9.3	27.8	9.3

1位

2位

3位

● 課題 ●

- ・「市や県が行う講座」で消費者教育を受けたことがある人は 13.9%であり、行政が行う講座より、学校や職場などが実施した消費者教育を受けたことがある人の方が多くなっています。
- ・多くの人が消費者教育を受け、市民が安全・安心な消費生活を実現するためには、行政だけでなく、地域・学校・事業者など様々な担い手（主体）が連携して消費者教育に取り組むことが必要です。

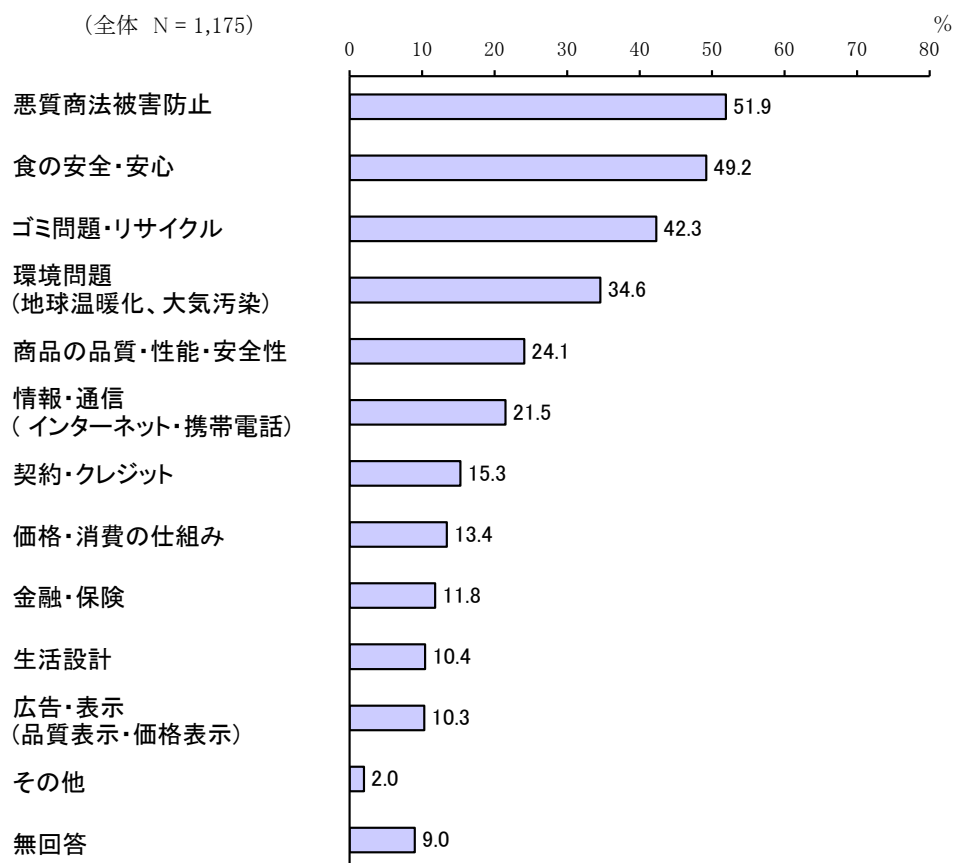
(4) 消費者教育で特に力を入れて取り組む必要があると思う分野

「悪質商法被害防止」の割合が51.9%と最も高く、次いで「食の安全・安心」の割合が49.2%、「ゴミ問題・リサイクル」の割合が42.3%となっています。

男性では「悪質商法被害防止」(58.0%)、女性では「食の安全・安心」(52.5%)が最も高くなっています。また、男性では「食の安全・安心」(44.6%)が、女性は「悪質商法被害防止」(46.9%)がいずれも40%を超える高い値となっています。

年代別で見ると、60代を除くいずれの年代で「悪質商法被害防止」が最も高くなっています。なお、20代では「情報・通信(インターネット・携帯電話)」も「悪質商法被害防止」と同率で最も高くなっています。(14 ページ図表 13)

【図表 12】 消費者教育に特に力を入れて取り組む必要があると思う分野 (複数回答)



【図表 13】消費者教育に特に力を入れて取り組む必要があると思う分野
性別・年代別（複数回答）

区分		悪質商法被害防止	食の安全・安心	ゴミ問題・リサイクル	環境問題 (地球温暖化、大気汚染)	契約・クレジット	商品の品質・性能・安全性	情報・通信 (インターネット・携帯電話)	金融・保険	生活設計	価格・消費の仕組み	広告・表示 (品質表示・価格表示)	その他	無回答
全体		51.9	49.2	42.3	34.6	15.3	24.1	21.5	11.8	10.4	13.4	10.3	2.0	9.0
性別	男性	58.0	44.6	38.2	31.9	16.2	21.4	21.2	12.9	10.7	13.3	9.3	2.6	9.1
	女性	46.9	52.5	45.3	37.0	15.1	26.0	22.3	11.4	10.1	13.5	10.9	1.4	8.6
年代別	20代	43.6	35.9	34.6	38.5	29.5	20.5	43.6	19.2	12.8	24.4	12.8	5.1	3.8
	30代	44.3	40.9	34.2	28.9	18.1	16.1	28.2	20.8	15.4	15.4	12.1	2.0	8.7
	40代	54.7	43.4	42.1	34.0	15.7	20.1	34.0	13.8	10.7	9.4	7.5	2.5	4.4
	50代	62.4	48.6	45.4	38.1	21.1	20.2	23.4	9.2	13.8	11.5	6.9	0.9	3.2
	60代	49.6	61.0	47.6	37.8	15.4	30.1	18.7	11.4	9.3	12.2	12.6	1.6	8.9
	70代以上	50.5	50.5	42.0	31.2	6.6	27.8	8.2	7.3	6.0	13.9	11.0	1.9	16.7

1位

2位

3位

●課題●

- ・過半数の人が「悪質商法被害防止」をあげており、全世代にわたっての情報提供が大変重要となっています。
- ・食の安全・安心、ゴミ問題・リサイクルについて4割を超える人が取り組む必要があると考えており、三島市が重点的に取り組んでいる環境教育や食育の推進が重要です。
- ・20代の特徴として、「情報・通信」が「悪質商法被害防止」と同率で最も取り組む必要があるとしており、子どもや若年層に対するインターネットに関する消費者トラブルへの対策を強化する必要があります。