

若年者の消費生活に関する知識と行動についての実態調査報告書の概要について

令和4年7月
消費者庁

調査の概要について

● 調査の背景と目的 :

消費者庁では、消費者教育用教材「社会への扉」等を活用した、実践的な消費者教育の授業が全国の高等学校等で実施されるよう働きかけを進め、2021年度には9割を超える高等学校等での実施が確認された。「社会への扉」では、高校生が近い将来成人として消費生活を送る上で必要な「契約」、「お金」、「暮らしの安全」、「消費生活センター」等に関する内容を扱っている。今回、実践的な消費者教育の理解度を測るために、当教材の内容に関する設問をはじめ、消費生活に関する知識及び意識、行動について、18～19歳、25～29歳の年齢層を対象(※)にアンケート調査を実施した。

● 調査期間 : 令和4年1月14日～1月18日

● 調査方法 : インターネット調査

● サンプル数 : 1,500サンプル (18～19歳 : 500サンプル、25～29歳 : 1,000サンプル)

		北海道	東北地方	関東地方	中部地方	関西地方	中国地方	四国地方	九州・沖縄地方	合計
男性	18～19歳	12	13	83	59	35	18	6	31	257
	25～29歳	13	37	191	79	94	36	11	50	511
女性	18～19歳	9	21	91	42	37	18	3	22	243
	25～29歳	21	31	184	59	110	33	12	39	489
合計		55	102	549	239	276	105	32	142	1500

- nは回答者数を表している。
- 回答率(%)は小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示している。このため、合計数値は必ずしも100%とはならない場合がある。
- 各設問の項目を合計している数値は小数点第2位の四捨五入前の数値を合計しているため、グラフの数値と一致しない場合がある。
- 設問の回答には、単一回答と複数回答がある。複数回答の設問は、回答率(%)の合計が100%を超える場合がある。
- nが30未満の数値は参考値とする。

※ 令和4年4月からの成年年齢引下げを見据え、「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」(平成30年2月20日若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定)等に基づき、平成30(2018)年度から全国の高等学校等への実践的消費者教育の働きかけを実施しており、その時期に高校生等であり、令和4年4月から新たに成人となった18～19歳と、対比のために25～29歳を調査対象とした。

調査結果の概要について（1）

(1) 高校等で消費生活や消費者問題に関する授業等(消費者教育)を受けたと認識している割合は、18～19歳(74%)の方が25～29歳(40%)に比べて高い

消費者教育の授業で扱われた内容としては、双方の年齢層ともに「悪質商法や詐欺被害に関する内容」が最も高く、次いで「契約の基本的なルールに関する内容」との回答が多い。(P.4)

(2) 「社会への扉」で取り扱った内容について、概ね18～19歳の方が、25～29歳よりも正答率が高い

契約の成立時期(P.5)、未成年者取消権(P.6)、クーリング・オフ(P.7)、消費生活相談窓口(P.10)の問題について、正答割合は以下の通りとなり、18～19歳の方が正答率が高い。

	18～19歳	25～29歳
契約の成立時期	25.8%	16.3%
未成年者取消権	44.6%	39.3%
クーリング・オフ	43.4%	35.6%
消費生活相談窓口	51.4%	38.4%

(3) クレジットカードについての理解に関しては、25歳～29歳の方が正答率が高い

クレジットカードの仕組みや支払い方法に関する問題については、「現金以外の決済手段の利用状況」(P.13)から、25～29歳の方がクレジットカードの利用率が高く(64.3%)なっており、社会経験が影響していると考えられる。(P.8、P.9)

(4) ネット通販利用時に発生した問題解消に向けて積極的な行動をとる人の割合は、18～19歳で52.1%

ネット通販での商品購入時に気を付けていることがある人(18～19歳:87.2%、25～29歳:80.9%) (P.11)のうち、思っていたものと違う商品が届いた時、問題解消に向けて積極的な行動をとる人の割合(「すぐに販売者に連絡をとり交換を求める」、「インターネット通販サイト事業者に連絡をとり交換を求める」、「家族・友人等身近な人に相談する」、「消費生活センター等の公的機関に相談する」を1つでも選択した人の割合)は、18～19歳で52.1%、25～29歳で39.6%。

社会経験の少ない18～19歳では、「家族・友人等身近な人に相談する」傾向が見られた。(P.12)

(5) 商品やサービス選択時に、エシカル消費につながる行動をとっている人の割合は、18～19歳で58.2%

商品やサービスを選択する時に、エシカル消費につながる行動をとっている人の割合(「当てはまるものはない」を選択した人を除いた割合)は、18～19歳で58.2%、25～29歳で44.8%。

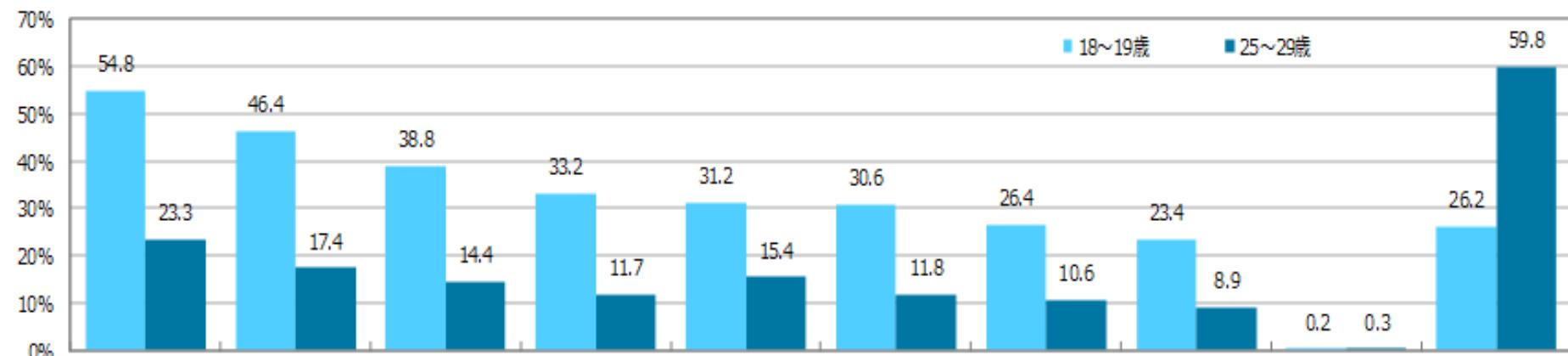
商品やサービス選択時にとっている行動について、最も割合が高いのは「環境に配慮した商品を選ぶ」(18～19歳:27.4%、25～29歳:16.7%)、次いで「食ロスを減らすように心がけている」(18～19歳:21.6%、25～29歳:16.7%)となっている。(P.14)

(1) 高校等で消費生活や消費者問題に関する授業等を受けたと思う内容

- 高校等で消費生活や消費者問題に関する授業等(消費者教育)を受けたと認識している割合(※)は、18~19歳(74%)の方が25~29歳(40%)に比べ高い。
- 消費者教育を受けた内容として、「悪質商法や詐欺被害に関する内容」(18~19歳: 54.8%、25~29歳: 23.3%)の割合が最も高く、次いで「契約の基本的なルールに関する内容」(18~19歳: 46.4%、25~29歳: 17.4%)となっている。

※ 「消費生活や消費者問題に関する授業等を受けていない」を選択した人を除いた割合。

Q これまでに高校等(高等専門学校、特別支援学校高等部を含む、以下同じ)で消費生活や消費者問題に関する授業等(外部講師による出前講座を含む、以下同じ)を受けた際に、授業等で扱われた内容を選んでください。(お答えはいくつでも)



n=	悪質商法や詐欺被害に関する内容	契約の基本的なルールに関する内容	商品の選び方(意思決定)に関する内容	人・社会・地域・環境に配慮した(持続可能な社会に向けた)消費生活に関する内容	製品の安全・事故に関する内容	デジタルサービスの仕組みやリスク・情報モラルに関する内容	消費生活相談窓口(消費者ホットライン188)に関する内容	家計管理・生活設計に関する内容	その他	消費生活や消費者問題に関する授業等を受けていない	
18~19歳	500	54.8	46.4	38.8	33.2	31.2	30.6	26.4	23.4	0.2	26.2
25~29歳	1000	23.3	17.4	14.4	11.7	15.4	11.8	10.6	8.9	0.3	59.8

(2) 契約の成立についての理解

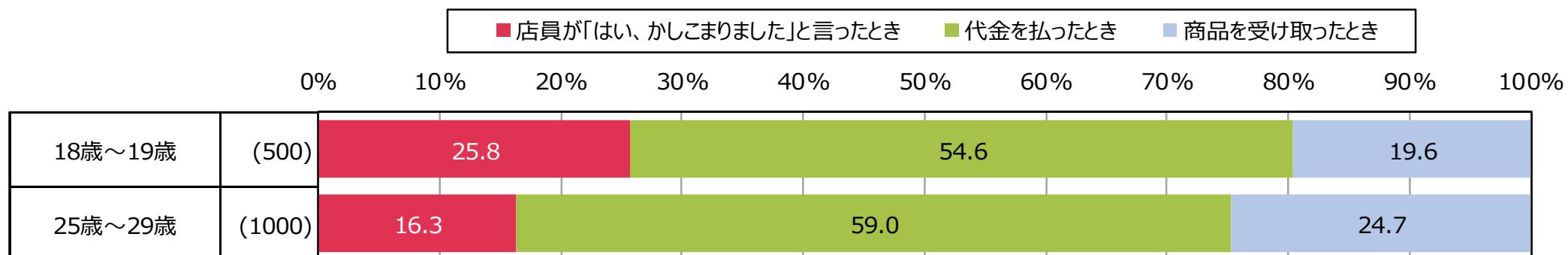
- お店で買物をする時に契約が成立するのはいつかについて、最も割合が高いのは、双方の年齢層ともに、不正答の「代金を払ったとき」で、18～19歳で54.5%、25～29歳で59.0%。
- 契約の成立時期については、双方の年齢層ともに正答率は低いが、25～29歳(16.3%)に比べて、18～19歳(25.8%)の方が正答率が高い。

以下の質問で、あなたが当てはまると思うものをお選びください。

お店で買物をするとき、契約が成立するのはいつでしょうか。
(お答えは1つ)

<input type="radio"/> 1	商品を受け取ったとき
<input type="radio"/> 2	代金を払ったとき
<input type="radio"/> 3	店員が「はい、かしこまりました」と言ったとき

正答は3



(3) 未成年者取消権についての理解

- 17歳の高校生が10万円の化粧品セットを契約した時の取り消しの可否について、最も割合が高いのは、18～19歳は、正答の「未成年者取消しができる」(44.6%)。25～29歳は、不正答の「保護者が取り消しを求めたときのみ未成年者取消しができる」(42.6%)が最も高い。
- 未成年者取消権については、25～29歳(39.3%)に比べて、18～19歳(44.6%)の方が正答率が高い。

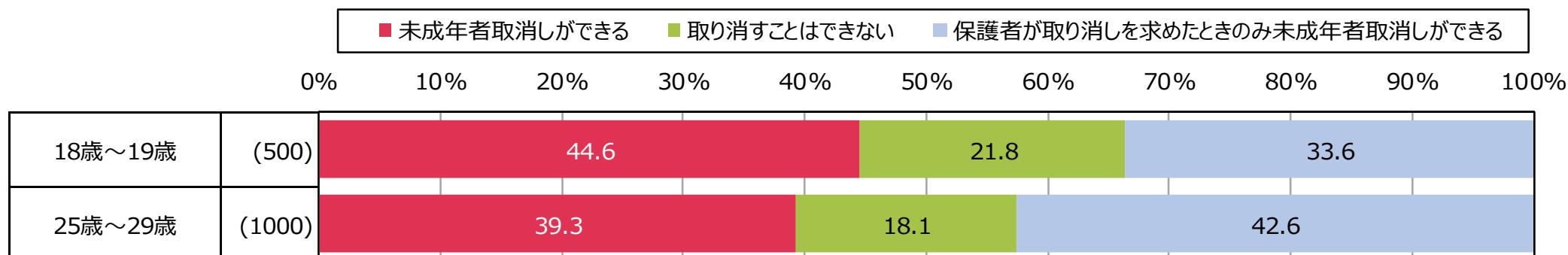
以下の質問で、あなたが当てはまると思うものをお選びください。

17歳の高校生が保護者に内緒で10万円の化粧品セットを契約した。この契約は取り消せるでしょうか。

(お答えは1つ)

○1	取り消すことはできない
○2	未成年者取消しができる
○3	保護者が取り消しを求めたときのみ未成年者取消しができる

正答は2



(4) クーリング・オフについての理解

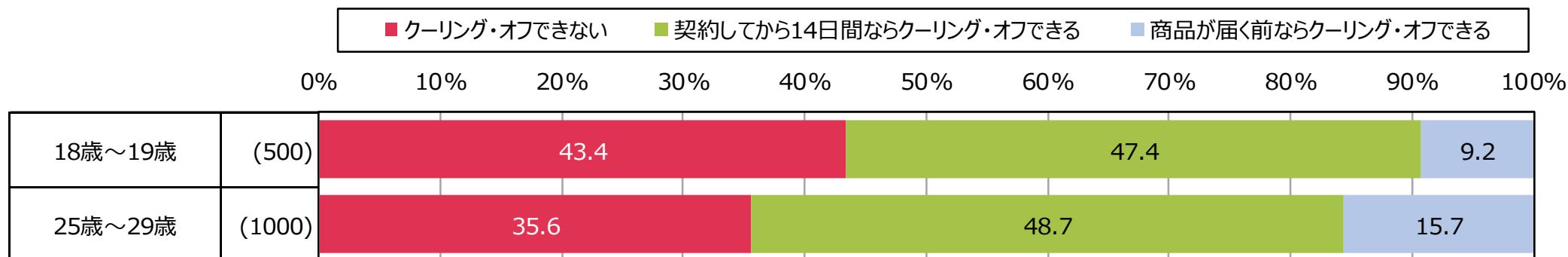
- ネットショップで買ったTシャツが届いたが、似合わなかった場合のクーリング・オフの可否について、最も割合が高いのは、双方の年齢層ともに、不正答の「契約して14日間ならクーリング・オフできる」(18~19歳:47.4%、25~29歳:48.7%)であり、次いで正答の「クーリング・オフできない」(18~19歳:43.4%、25~29歳:35.6%)となっている。
- クーリング・オフについては、25~29歳(35.6%)に比べて、18~19歳(43.4%)の方が正答率が高い。

以下の質問で、あなたが当てはまると思うものをお選びください。

ネットショップで買ったTシャツが届いたら、似合わなかった。クーリング・オフはできるでしょうか。
(お答えは1つ)

○1	クーリング・オフできない
○2	契約してから14日間ならクーリング・オフできる
○3	商品が届く前ならクーリング・オフできる

正答は1



(5) クレジットカードについての理解①

- 買い物をした後日に代金を支払うことになるものについて、最も割合が高いのは、正答の「クレジットカード」(18~19歳: 72.2%、25~29歳: 81.7%)であり、次いで「デビットカード」(18~19歳: 18.6%、25~29歳: 10.5%)となっている。
- クレジットカードの後日払いについては、18~19歳(72.2%)に比べて、25~29歳(81.7%)の方が正答率が高い。

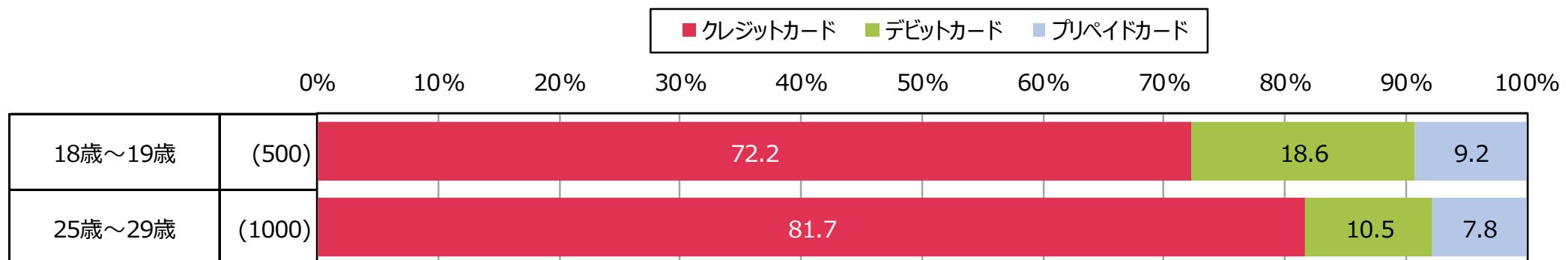
以下の質問で、あなたが当てはまると思うものをお選びください。

買い物をした後日に代金を支払うことになるのはどれでしょうか。

(お答えは1つ)

○1	デビットカード
○2	クレジットカード
○3	プリペイドカード

正答は2



(6) クレジットカードについての理解②

- クレジットカードの支払方法で1つ1つの商品の残高がわかりにくいものについて、最も割合が高いのは、正答の「リボルビング払い(リボ払い)」(18~19歳:62.8%、25~29歳:67.4%)であり、次いで「36回分割払い」(18~19歳:25.0%、25~29歳:16.4%)となっている。
- クレジットカードの支払い方法については、18~19歳(62.8%)に比べて、25~29歳(67.4%)の方が正答率が高い。

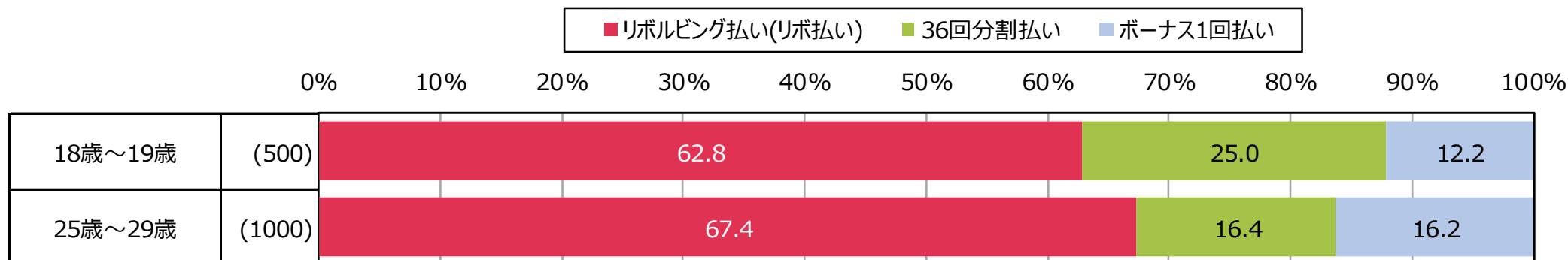
以下の質問で、あなたが当てはまると思うものをお選びください。

クレジットカードの支払い方法で、1つ1つの商品の残高が分かりにくいのは、どれでしょうか。

(お答えは1つ)

<input type="radio"/> 1	36回分割払い
<input type="radio"/> 2	リボルビング払い（リボ払い）
<input type="radio"/> 3	ボーナス1回払い

正答は2



(7) 消費生活相談窓口（188）についての理解

- 消費生活について相談したい時にかける電話番号について、最も割合が高いのは、18～19歳は正答の「188番」(51.4%)、25～29歳は不正答の「118番」(40.3%)。
- 消費生活相談窓口(188)については、25～29歳(38.4%)に比べて、18～19歳(51.4%)の方が正答率が高い。

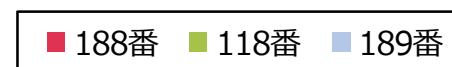
以下の質問で、あなたが当てはまると思うものをお選びください。

消費生活について相談したいときにかける電話番号はどれでしょうか。

(お答えは1つ)

○1	118番
○2	188番
○3	189番

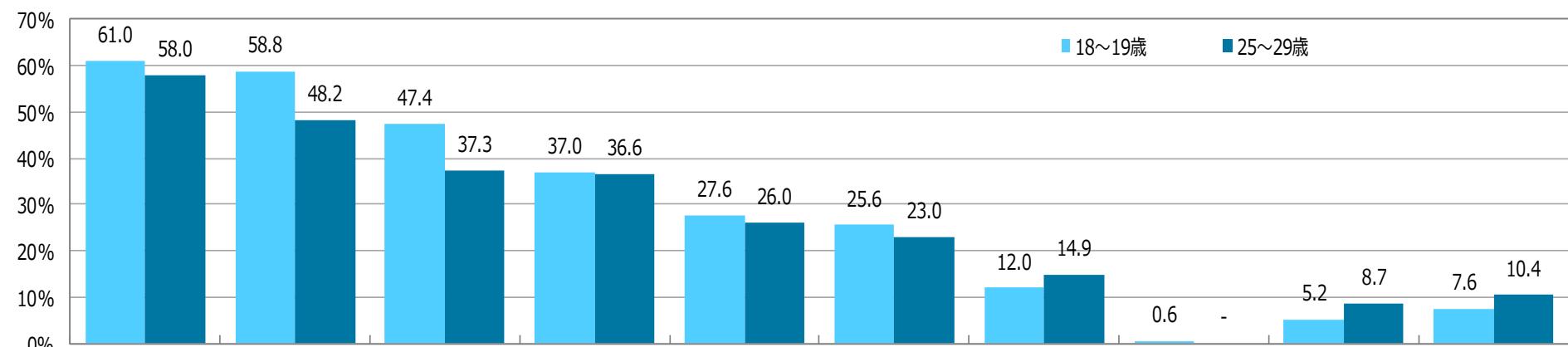
正答は2



(8) ネット通販での商品購入時に気を付けていること

- ネット通販での商品購入時に気を付けていることについて、最も割合が高いのが、「価格を確認(比較)している」(18~19歳:61.0%、25~29歳:58.0%)であり、次いで「性能や色・形・大きさを確認している」(18~19歳:58.8%、25~29歳:48.2%)となっている。

Q オンラインショッピング(ネット通販)を利用して商品を購入する際、気を付けていることを選んでください。(お答えはいくつでも)

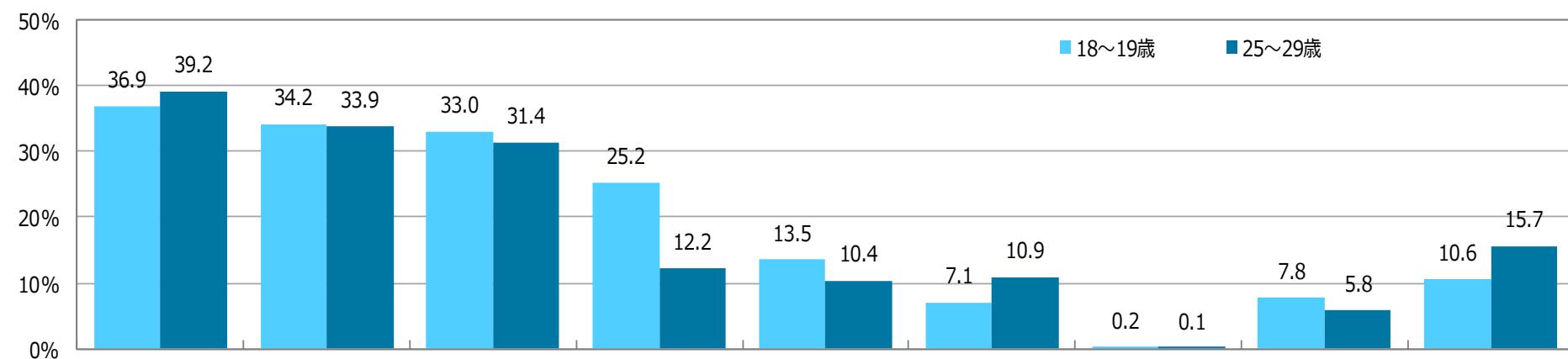


n=	価格を確認(比較)している	性能や色・形・大きさを確認している	他の注文者のコメントを確認している	商品が届く日を確認している	一回限りの購入か定期購入かどうかを確認している	返品や解約の条件を確認している	販売者の連絡先を確認している	その他	特にない	オンラインショッピング(ネット通販)を利用したことはない
18~19歳	500	61.0	58.8	47.4	37.0	27.6	25.6	12.0	0.6	5.2
25~29歳	1000	58.0	48.2	37.3	36.6	26.0	23.0	14.9	-	8.7

(9) ネット通販で思っていたものと違う商品が届いた時の対応

- ネット通販での商品購入時に気を付けていることがある人のうち、思っていたものと違う商品が届いた時、問題解消に向けて積極的な行動をとる人の割合（「すぐに販売者に連絡をとり交換を求める」、「インターネット通販サイト事業者に連絡をとり交換を求める」、「家族・友人等身近な人に相談する」、「消費生活センター等の公的機関に相談する」を1つでも選択した人の割合）は、18～19歳で52.1%、25～29歳で39.6%であった。
- 社会経験の少ない18～19歳では、「家族・友人等身近な人に相談する」傾向が見られた（18～19歳：25.2%、25～29歳：12.2%）。

Q オンラインショッピング(ネット通販)を利用して商品を購入する際、気を付けていることがある方にお伺いします。思っていたものと違う商品が届いた時、どのように対応しますか。（お答えはいくつでも）

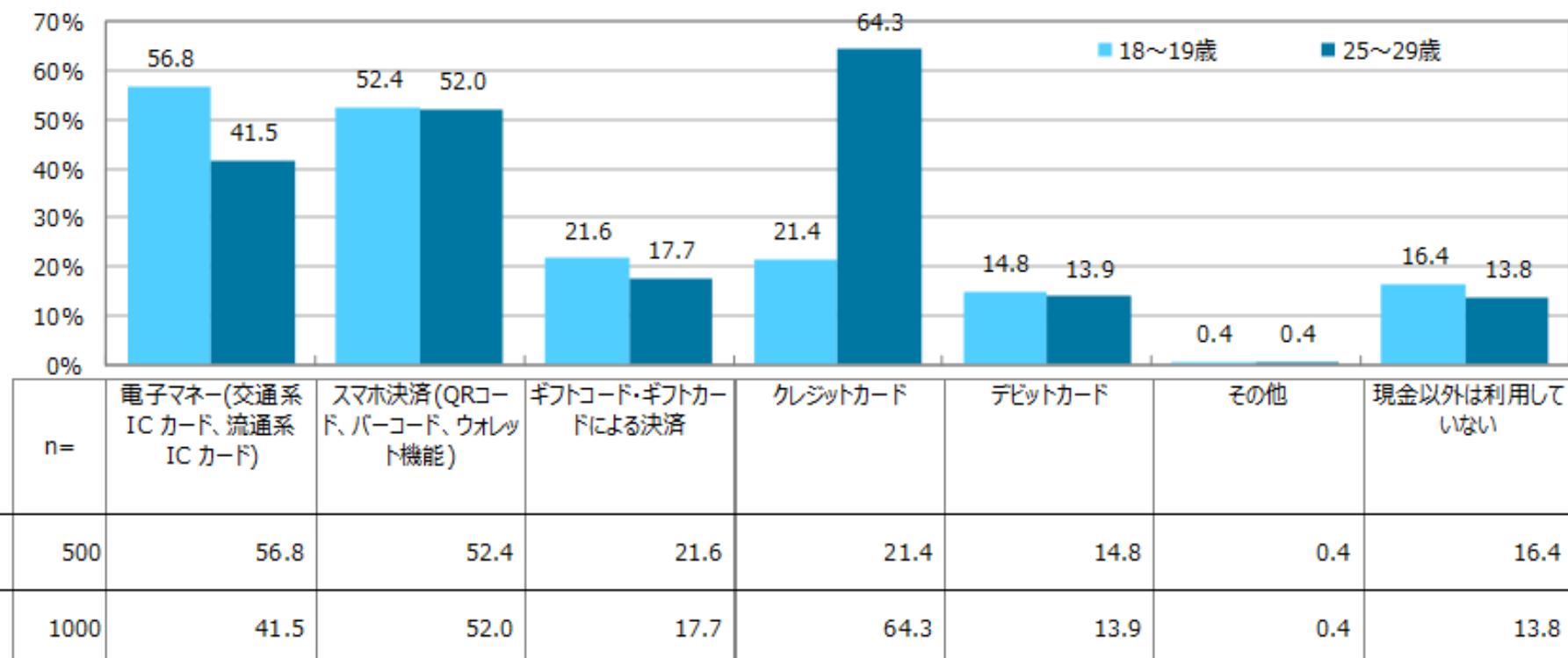


n=	すぐに販売者に連絡をとり交換を求める	インターネット通販サイト事業者に連絡をとり交換を求める	値段が安いものならあきらめる	家族・友人等身近な人に相談する	消費生活センター等の公的機関に相談する	悪質な販売者としてコメント欄に記載したり、SNSに投稿する	その他	特に何もしない	思ったものと違う商品が届いたことはない	
18～19歳	436	36.9	34.2	33.0	25.2	13.5	7.1	0.2	7.8	10.6
25～29歳	809	39.2	33.9	31.4	12.2	10.4	10.9	0.1	5.8	15.7

(10) 現金以外の決済手段の利用状況

- 現金以外の決済手段の利用状況について、18～19歳で最も割合が高いのは「電子マネー」(56.8%)、次いで「スマホ決済」(52.4%)。25～29歳で最も割合が高いのは「クレジットカード」(64.3%)、次いで「スマホ決裁」(52.0%)となっている。
- クレジットカードを利用する割合は、25～29歳の方が高い (18～19歳:21.4%、25～29歳:64.3%)。

Q あなたは、現金以外の決済手段を利用していますか。(お答えはいくつでも)



(11) 商品やサービス選択時にとっている行動

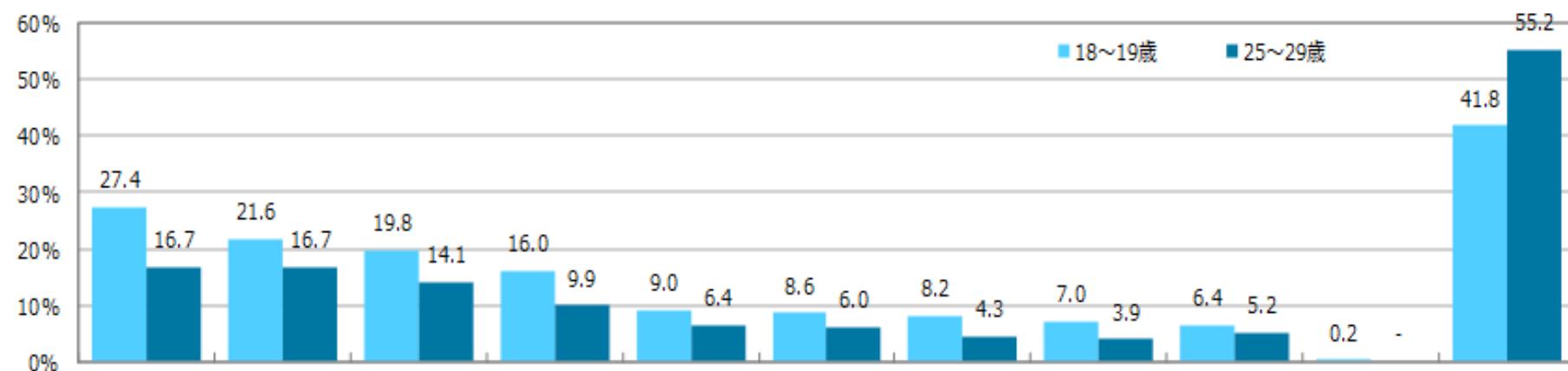
- 商品やサービスを選択する時に、エシカル消費につながる行動をとっている人の割合(※)は、18～19歳で58.2%、25～29歳で44.8%であった。
- 商品やサービス選択時にとっている行動について、最も割合が高いのは「環境に配慮した商品を選ぶ」(18～19歳:27.4%、25～29歳:16.7%)、次いで「食ロスを減らすように心がけている」(18～19歳:21.6%、25～29歳:16.7%)となっている。

※ 「当てはまるものはない」を選択した人を除いた割合。

Q 商品やサービスを選択するときに、以下のような行動をとっていますか。(お答えはいくつでも)

※フェアトレードとは、環境に優しく、生産者の暮らしの改善や自立を実現するために、生産者と購入者の間で公平な取引が行われることを指します

※てまえどりとは、商品棚の手前にある商品や値引き商品など、販売期限が短い商品を積極的に選ぶ購買行動を指します



n=	リサイクル素材を使用するなど環境に配慮した商品を選ぶ	てまえどりや食べきれる量の食品購入などにより食品ロスを減らすよう心がけている	地元のproductを選ぶ	フェアトレードの商品を選ぶ	寄付付きの商品を選ぶ	被災地のproductを選ぶ	生物多様性に配慮した商品を選ぶ	商品が作られ届けられるまでの背景を確認するよう心がけている	障害のある人の支援につながるような商品を選ぶ	その他	当てはまるものはない	
18～19歳	500	27.4	21.6	19.8	16.0	9.0	8.6	8.2	7.0	6.4	0.2	41.8
25～29歳	1000	16.7	16.7	14.1	9.9	6.4	6.0	4.3	3.9	5.2	-	55.2