

消費者教育の取組について

2022年9月

消費者教育の目的及び具体的政策の柱

- ・消費者教育については、消費者教育推進法（2012年公布・施行）に基づき推進
- ・消費者教育の目的は、「だまされない消費者」「自分で考える消費者」の育成
- ・政策は、基本方針（閣議決定）に基づき推進
 - ライフステージに応じた消費者教育（学校、地域、家庭、職域等）の実施
 - 消費者の特性に配慮した教材開発、情報提供による担い手支援
 - 消費者教育の担い手間の連携・協働（国、地方公共団体、消費者団体、事業者等）
 - 金融経済教育や環境教育等、他の消費生活に関連する教育との連携推進
- ・政策推進の枠組み
 - 法に基づき設置された消費者教育推進会議において議論（文科省、金融庁等13省庁が幹事として参加）
 - 成年年齢引下げについては、閣僚級会合を開催

消費者教育の現状

- ライフステージに応じた場を活用して消費者教育を実施してきたところ、学校、地域社会における取組は一定程度進捗。今後の課題は、職域における従業員に対する教育の実施。
- 消費者教育ポータルサイトによる教材、講師、注意喚起チラシ等の効果的な教育の実施を促進。

学校

学習指導要領に基づく実践的な教育の推進

- ✓ 新学習指導要領において消費者教育の内容を充実
(小学校(2020年度～)、中学校(2021年度～)、高等学校(2022年度～) 及び特別支援学校)
- ✓ 高等学校等における「社会への扉」等を活用した実践的な消費者教育の実施率
67% (2018年度) → 91% (2021年度)

➤ 外部講師の活用等一層の消費者教育の改善・充実

地域社会

消費生活センターを地域住民に消費者教育を提供する場として拠点化

・ 計画策定、協議会設置が進み、消費生活センター等を拠点に、地域の消費者教育は**一定程度進捗**

- ✓ 消費者教育推進計画：47都道府県・18政令市 (2021年4月時点)
- ✓ 消費者教育推進地域協議会：47都道府県・19政令市 (2021年4月時点)
- ✓ 消費者教育コーディネーターの配置：40都道府県、16政令市 (2021年4月時点)
- ✓ 地方公共団体による講座の実施
(2020年度 対学生：3851、対社会人：1443、対高齢者：2850)

➤ 担い手の育成、関係者の連携・相互の学びを促進

職域

事業者の形態、事業分野等に応じた従業員に対する教育を実施

・ 取組は**緒に就いたところ**

※従業員向け消費者教育の推進に関する取組は2022年度からの実施を検討中

➤ 継続的学びに向け、職域の取組を強化

消費者教育ポータルサイトの充実

(令和4年3月に改修)

①教材を探す

フリーワード、トレンドワードといった「直感的な検索」、また、ライフステージや対象に応じての「詳細検索」など、利用者のニーズに応じて検索。

②取組事例・注意喚起チラシを見る

授業や講座を実践する際に参考となる取組事例、注意喚起チラシへアクセスしやすくし、利用者の探す負担を軽減。

③講師を探す

講師情報を検索可能とすることで、担い手のみならず、消費者教育を希望する幅広い層への対応が可能。

(参考) 成年年齢引下げに関する関係閣僚会合

○成年年齢引下げに向けたこれまでの成果を確認し、若年者が安心して活躍することのできる社会作りを更に強力に推し進めるため、令和4年1月7日に関係閣僚会合が開催。

○同会合では、「若年者の消費者被害等を防止するための主な施策」が取りまとめ・公表された。

出席者

内閣総理大臣

内閣官房長官

内閣府特命担当大臣（少子化対策）

内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）

内閣府特命担当大臣（金融）

国家公安委員会委員長

総務大臣

法務大臣

文部科学大臣

厚生労働大臣

経済産業大臣

内閣官房副長官（衆）（参）（事務）

消費者庁における施策例

・高等学校における消費者教育教材「社会への扉」等を活用した授業実施の働きかけ

・人気アニメ「東京リベンジャーズ」とタイアップした大規模キャンペーンの実施等



成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針

－消費者教育の実践・定着プラン－

(令和4年3月31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)

成年年齢引下げ後の若年者に対する消費者教育は、高等学校段階のみならず、社会人も含めた若年者への切れ目のない消費者教育へと進展させ、消費者被害の状況等も踏まえつつ、成年年齢引下げ後の消費者教育の実践・定着に向けて関係4省庁が連携し、若年者への消費者教育に取り組む。 ※2022年度以降3年間の計画

消費者庁

法務省

文部科学省

金融庁

4省庁が連携して成年年齢引下げ後の消費者教育の実践・定着に向けた取組を推進

I 実践的な取組の推進・環境整備

1. 学校等における消費者教育の推進

(1) 高等学校等における消費者教育の推進

- 学習指導要領の趣旨の周知・徹底
- 実践的な消費者教育等の推進
- 教員の養成・研修の推進 等

(2) 大学等における消費者教育の推進

- 消費生活センター等と連携、実務経験者の活用の促進
- 学生に対する消費者被害防止に向けた指導
- 金融経済教育講座の実施 等

(3) 事業者等における若年者向け消費者教育の推進

- 新人研修等を活用した消費者教育の促進 等

2. 若年者に対する広報・啓発 (注意喚起・情報発信等)

- 若年者の消費生活相談の状況等を踏まえた注意喚起
- 若年者が社会の一員として相互に情報共有する活動の推進
- 成人式、入学時ガイダンス等を活用した情報発信
- シンポジウム等を活用した啓発
- SNS等を活用した情報発信 等

3. 若年者を支える社会的な環境の整備

- 消費者ホットライン188の周知広報
- 若年者が相談しやすい体制整備及び周知
- 親世代を含めた若年者周辺の人への啓発・情報発信 等

II コンテンツの充実・活用の促進

- 動画、教材等のSNS、ウェブサイト・ポータルサイト等を通じ活用促進 等

III 進捗状況のフォローアップと推進方針の見直し

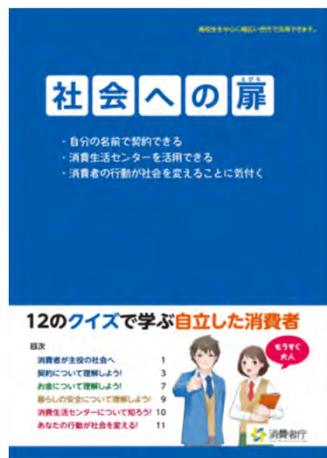
- 各施策の進捗状況を毎年度フォローアップ
- 進捗状況や社会経済情勢を踏まえ、必要に応じ見直し 等

高校生向け消費者教育教材「社会への扉」

- 高等学校段階までに、**契約に関する基本的な考え方**や**契約に伴う責任**を理解するとともに、身近な契約等を通じて、社会において消費者として主体的に判断し責任を持って行動できるような能力を育むことを目的。
- 消費者教育推進会議の下に立ち上げたワーキングチーム(WT)において、文科省と連携し、作成。

<概要>

- 消費生活に関する12のクイズを掲載
→契約や消費者トラブル等が身近な暮らしの中に存在することに気付かせる。



契約について理解しよう！



ワーク3 なぜ、法律では上のような取引に関してクーリング・オフ制度を定めているのだろうか。

- 生徒用教材各ページの解説
- 教師として知っておきたい若年者を取り巻く消費生活に関する情報
- 生徒用教材の「ワーク」「発展」「プラスα問題」の考え方

公民科、家庭科の指導事例とワークシート例（ワークシート実物大はウェブサイト掲載）

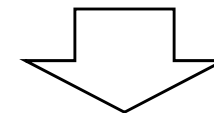
	学習内容	掲載の指導事例
導入	消費トラブルと契約について	ワークシートを配布し、ワークシートに示した契約に関する疑問を考えさせ、各班で発表させる。 ①消費者の権利と契約の重要性 ②契約の成立と契約の履行 ③契約の解除と契約の不履行
展開	消費トラブルの発生について	ワークシートに示した事例を基に、消費トラブルの発生原因や防止策について話し合い、各班で発表させる。 ①消費トラブルの発生原因 ②消費トラブルの防止策
	消費トラブルに対する対応について	③消費トラブルの対応方法 ④消費トラブルの防止策
	消費トラブルの予防について	⑤消費トラブルの予防方法 ⑥消費トラブルの防止策
	消費トラブルの解決について	⑦消費トラブルの解決方法 ⑧消費トラブルの防止策
	消費トラブルの防止について	⑨消費トラブルの防止方法 ⑩消費トラブルの防止策
	消費トラブルの解決と予防について	⑪消費トラブルの解決と予防方法 ⑫消費トラブルの防止策
	消費トラブルの解決と予防と防止について	⑬消費トラブルの解決と予防と防止方法 ⑭消費トラブルの防止策

<作成経緯>

○平成27年12月～

消費者教育推進会議の下にWTを立ち上げ

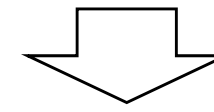
※オブザーバーとして文科省も参加



○平成29年3月

完成

→文科省と連携の上で、教材を周知



○平成30年2月

「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」の決定

※若年者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（消費者庁、法務省、文部科学省、金融庁）

→「社会への扉」を全国の高等学校に提供・活用を促すことを目標として設定

⇒「社会への扉」等を活用した実践的な消費者教育の実施率は、91%（2021年度）

生徒用教材

教師用解説書



靈感商法関連の取組①

○国民生活センターによる、開運商法や占いサイトに関する具体的な相談事案に基づく注意喚起チラシ「見守り新鮮情報」等により被害防止を促進。

見守り 新鮮情報

第186号

雑誌の広告を見て9千円の開運ブレスレットを購入した。後日その業者から電話があり、「名前を書いてこちらに送れば霊能者が運勢をみる」と言われた。試しに送ってみたところ、「先祖の供養をしたほうがよい。しないと親や子どもに災いが降りかかる」などと言われ、洗脳されたようになって50万円振り込んでしまった。

その後も祈とうが必要だと言われ、300万円振り込むように要求された。「誰かに言うと、その人にも災いが起こるので話してはいけない」と言われているが、あまりに高額な請求におかしいのではないかと思い始めた。(60歳代 女性)



「災いが起こる」と言われて不安になって…
開運商法のトラブル!

ひとこと助言

- 雑誌広告などを見て開運グッズを購入したことをきっかけに、祈とうサービスなど開運商品の契約をさせられるトラブルの相談が依然として寄せられています。
- 事例の他にも、「あなたの邪気が強すぎて怖いお訪さんに祈とうしてもらい必要がある」「おはらいをすれば大金が手に入る」などと言われて高額な料金を支払ってしまったケースもあります。
- お金を多く払うことで運が開けたり幸せになったりするわけではないことを理解し、不安をおおるようなことを言われてもきっぱり断りましょう。
- 電話で勧誘されて契約した祈とうサービスや商品などについては、クーリング・オフ等ができることがあります。
- 困ったときは、お住まいの自治体の消費生活センター等にご相談ください。



発行：独立行政法人国民生活センター 本文イラスト：黒崎 玄

2014年3月24日

国民生活センター見守り新鮮情報 第186号
(2014年3月24日)

見守り 新鮮情報

スマートフォンに「無料で占うので安心してください」というメールが来て、軽い気持ちで占いサイトに登録した。無料だったのは最初だけで、途中からポイントを購入しなければならなくなった。占い師の女性から、「あなたには私と同じ守護霊がついているから、絶対幸せにしてあげたい」と言われ、偶然持病が改善したこともあり、のめり込んでしまった。やめると伝えても「あと少し、終盤が見えています」などと引き延ばされた。借金をして250万円くらい使った。(60歳代 女性)



占いサイト 引き延ばされて
利用料金が高額に

ひとこと助言

- 「占いサイト」に夢中になり、高額な料金を支払ったという相談が寄せられています。
- ポイントの購入により相手とメール等ができるシステムの「占いサイト」では、相手の誘導でやり取りを重ねているうちに、気づいたときには、多額の費用をつぎ込んでいたということもあります。
- 「幸せになれる」などと言われても、相手の言葉をうのみにせず、冷静になりましょう。家族や身近な人に相談することも大切です。
- 困ったときは、お住まいの自治体の消費生活センター等にご相談ください(消費者ホットライン188)。



本文イラスト：黒崎 玄

見守り新鮮情報 第277号 (2017年4月4日) 発行：独立行政法人国民生活センター

国民生活センター見守り新鮮情報 第277号
(2017年4月4日)

靈感商法関連の取組②

○消費者教育ポータルサイト等において、学校や地域等において役立つ教材、注意喚起チラシ等を各担い手が掲載し、相互に活用することを促進。

くらしの安心情報

情報ファイル NO. 222
令和3年1月12日

無料の占いサイトに登録後、占い師から「金運が上がる」など次々とメールが届き、毎回、鑑定料を支払ったが、騙されていると気づいた…。

◆相談内容◆ 【相談者 60代 女性】

スマホで無料の占いサイトに登録したら、占い師から「金運が上がる」「体調が良くなる」など次々とメールが届き、毎回、数千円から数万円の鑑定料を支払いました。

その後、別の占い師からもメールが届き、いつの間にか支払ったお金が高額になり、占いの効果も見られず、騙されていると気づきました。どうしたらよいでしょうか…。

●対処方法●

無料のつもりで占いサイトに登録したら、占い師等を名乗る者から「金運が上がる」「良縁に恵まれる」などとメッセージが届き、複数回にわたり占いや運勢鑑定と称したやりとりをしたものの、金運の向上などの結果は得られず、やりとりのために高額なお金を支払ってしまったなど、「占いサイト」に関するトラブルの相談が寄せられています。

- ・相談者には、支払い総額が高額であることから、占い師とやり取りしたメール等の証拠を持って法律相談を受けるよう勧めました。
- ・無料の占いを利用するつもりが、有料のやりとりを誘導されたり、複数の占いサイト等から迷惑メールが届くことがあるので、気軽に氏名や生年月日、メールアドレス等の個人情報は入力しないようにしましょう。
- ・占い師等を名乗る者からのメールには安易に返信しないようにしましょう。
- ・占い師等を名乗る者の言葉やうのみにして、やりとりを継続しないようにしましょう。また、やりとりの内容はトラブルになった場合に証拠となるので、スクリーンショット等で保存しておきましょう。

不審に思ったり、ワートラブルにあつたら、一人で悩まないで、早めに市町村相談窓口や県消費生活センターにご相談ください。(消費者ホットライン 局番なし188(いやや))

発行: くらしの安心ネットとやま (事務局: 富山県消費生活センター)

ご相談は… TEL: 076-432-9233 (消費生活相談) FAX: 076-431-2631
076-433-3252 (消費者金融・多重債務相談)
高岡支所 0766-25-2777 (消費生活相談、消費者金融・多重債務相談)
FAX: 0766-25-2890

どんな所にも トラブルの タネ

〈中・高年編〉

嘘の体験談に
騙される!

体験談商法

うまい儲け話に
落とし穴!?

利殖商法

ニセ職員が
売りつける!?

かたり商法

無料点検のはずが
高額な契約に!

点検商法

粗品攻撃で
押し切られる!?

しつこい訪問販売

ワンクリックで
架空請求!

ワンクリック請求

目次	
利殖商法/点検商法	1
ワンクリック請求/しつこい訪問販売	2
かたり商法/体験談商法	3
マルチ商法/内職商法	4
SF(催眠)商法/当選商法/開運・靈感商法/福祉商法	5
クーリング・オフ	6

SF(催眠)商法

会場に多くの人を集め、手を挙げた人に日用品を安価で配り、興奮状態になったところで高額商品を売りつけます。

今日だけこの商品がなんと半額!

早いもの勝ちだよ~

近寄らないのが一番! 業者に囲まれて帰れなくなるよ! 最後には高い布団や健康器具を買わされちゃうよ!

当選商法

当選品をもらいに行った際に別の高額な商品を買わせたり、海外宝くじに当選したなどと手紙を送り、申込金を入金させます。

賞金が当たりました

取り返しの手続のためにクレジットで申込金を入金してください。

「選ばれた」「当選した」はただの誘いの文句! そんなうまい話は転がってないよ!

開運・靈感商法

健康・仕事・家庭などの不安につけ込み、運勢を上げるために必要であると高額な印鑑や重などの商品を売りつけたり、祈祷料や献金をだまし取ります。

運気が上がる!

奇蹟が起きる!

ネットの無料占いサイトにも注意してね! 次々と高額な開運商品を売りつけてくるよ!

福祉商法

訪問販売で福祉団体をかたり、寄付や商品の購入を求める商法です。商品や寄付金の請求書を福祉団体名で送りつけることもあります。

寄付として、このハンカチを〇〇〇円で買ってほしい

福祉やボランティア目的と言われても信用できるとは限らないよ! 調べてみて、納得いかないときはハッキリ断って!

富山県
くらしの安心情報
(令和3年1月12日)

福岡県消費生活センター
どんなところにもトラブルのタネ
(中・高年編)

靈感商法関連の取組③

○若年者、高齢者・障がい者向けの心理傾向チェックシートを作成（西田公昭教授監修・作成）。

心の弱さを診断!!
「自分は大丈夫」と思っていないませんか!?
だまされやすさを測る心理傾向チェック!
点数を付けて合計点を出してみましょう

消費者被害防止

1点:ほとんど当てはまらない
2点:あまり当てはまらない
3点:どちらともいえない
4点:やや当てはまる
5点:とても当てはまる

1 押されるようにお願いされると弱い	点
2 おだてに乗りやすい	点
3 自信たっぷりに言われると納得してしまう	点
4 見かけの良い人だとつい信じてしまう	点
5 素敵な異性からの誘いだと断れない	点
6 マスコミで取り上げられた商品はすぐ試したくなる	点
7 好きな有名人が勧める商品は買いたくなってしまふ	点
8 新しいダイエット法や美容法にはすぐにとびつく	点
9 専門家や肩書きがすごい人の意見には従ってしまう	点
10 無料だったり返金保証があるならいろいろ試してみたい	点
11 資格や能力アップにはお金を惜しまない	点
12 良いと思った募金にはすぐ応じている	点
13 欲しいものは多少のリスクがあっても手に入れる	点
14 どんな相手からの電話でも最後まで聞く	点
15 試着や試飲をしたために、つい買ってしまったことがある	点

合計 点

心の弱さを知っておくことが消費者被害防止の第一歩!

勧誘を受けたときに契約してしまう確率

合計点が高い人ほど特に危険! 勧誘には**意識的に注意**しましょう!

「性格的に自分は被害に遭わない」と思えるような人でも... 4人に1人は契約! 油断は禁物!

60点以上: 約70%
50点台: 約50%
40点台: 約40%
30点台: 約30%
30点未満: 約25%

注意すべきポイントは? 詳しくはパンフレットをチェック!

消費生活センター

188
消費者被害防止188コールセンター

消費者・障がい者の皆さんと一緒にやってみましょう!

だまされやすさ心理チェック

作成: 立正大学心理学部 教授 西田公昭

あてはまる項目に○をつけてください。

1 自分のまわりにあまり悪い人はいないと思う	2 相手に悪いので人の話を一生懸命聞く方だ	3 たまたま運の悪い人がトラブルにあうのだと思う
4 知人から「効いた」「良かった」と聞くと、やってみようと思う	5 有名人や肩書きのある人の言うことはつい信用してしまう	6 人からすすめられると断れない方だ
7 迷惑をかけたくないで家族にも黙っていることがある	8 実際、身近に相談できる人があまりいない	9 しっかり者だと思われたい

合計 点

※このチェックシートは、消費者被害防止188コールセンターのパンフレットに掲載されています。詳しくはパンフレットをご覧ください。

※このチェックシートは、消費者被害防止188コールセンターのパンフレットに掲載されています。詳しくはパンフレットをご覧ください。

靈感商法関連の取組④

○平成30年の消費者契約法改正内容の周知啓発

- ・リーフレットを作成し、各地方公共団体、消費者団体、高齢福祉関係団体等へ送付。
- ・地方公共団体、消費者団体、大学等からの要請に応じて、職員が講演・説明会を実施。



不当な契約は無効です！

消費者ホットライン 188
イメージキャラクター イヤヤン

— 早分かり！ 消費者契約法 —

★消費者と事業者では、持っている情報の質・量や交渉力に格差があります。

★消費者の利益を守るため、平成12年に消費者契約法ができました。

★平成28年、30年の改正で、取消し・無効の範囲が拡大します。

困っていることが
解決するかもしれません。
法律の内容について
みていきましょう。

消費者契約法における「消費者」と「事業者」

消費者

個人

事業として又は事業のために
契約の当事者となる場合を除く

消費者契約

事業者

法人その他の団体
・個人事業者

事業として又は事業のために
契約の当事者となる場合

消費者が事業者とした契約(=消費者契約)であれば、あらゆる契約が対象です。

取消し

平成30年改正によって新設された事項

就職セミナー商法等 (不安をあおる告知)

消費者が、社会生活上の経験が乏しいことから^(※1)、**希望^(※2)の実現に過大な不安を抱えている**ことを知りながら、**不安をあおり、契約が必要と告げた。**

例 就活中の学生の不安を知りつつ、「このままでは一生成功しない、この就職セミナーが必要」と勧誘。

※1 消費者の年齢によって定まるものではなく、中高年であっても該当し得るものです。

※2 進学、就職、結婚、生計、恋愛や体型などの願望が挙げられます。

デート商法等 (好意の感情の不当な利用)

消費者が、社会生活上の経験が乏しいことから^(※1)、**勧誘者に好意の感情を抱き、かつ、勧誘者も同様の感情を抱いていると誤信している**ことを知りながら、**契約しなければ関係が破綻すると告げた。**

例 SNSで知り合った男性と何度も連絡をして好きになった。宝石展示場に誘われて行ったところ、「買ってくれないと関係を続けられない」と男性から言われ契約。

高齢者等が不安をあおられる (判断力の低下の不当な利用)

加齢や心身の故障により**判断力が著しく低下している**ことから、**現在の生活の維持に過大な不安を抱いている**ことを知りながら、**不安をあおり、契約が必要と告げた。**

例 加齢により判断力が低下した消費者に対し、「投資用マンションを買わなければ、定期収入がなくなり今の生活を送ることは困難である」と告げて勧誘。

靈感商法等 (靈感等による知恵を用いた告知)

靈感等の特別な能力により、消費者にそのままでは**重大な不利益が生ずることを示して不安をあおり、契約が必要と告げた。**

例 「私は霊が見える。あなたには悪霊がついておりそのままでは病状が悪化する。この数珠を買えば悪霊が去る」と告げて勧誘。

契約前なのに強引に代金を請求される等 (契約締結前に債務の内容を実施等)

契約締結前に、契約による**義務の全部又は一部を実施し、実施前の原状の回復を著しく困難にした。**

例 事業者が、注文を受ける前に、自宅の物干し台の寸法に合わせてさお竹を切断し、代金を請求した。

契約締結前に、契約締結を旨とした事業活動を実施し、これにより生じた**損失の補償を請求する旨等を告げた。**

例 別の町の事業者から、マンション投資の勧誘で会ってほしいと言われたが、「あなたのためにここまで来た、断るなら交通費を支払え」と告げ勧誘された。

消費者庁「不当な契約は無効です！ - 早分かり！ 消費者契約法 -」
(平成31年2月)より抜粋・加工

靈感商法関連の取組⑤

- 地方自治体における高齢者、障害者等の消費者を見守るためのネットワーク設置を推進。
- ガイドブックやチラシ等、見守り活動に資する情報を提供し、被害の未然・拡大防止、早期発見・解決を図っている。

見守りネットワーク (消費者安全確保地域協議会)



高齢者・障害者・孤独孤立しがちな者等の 見守り、啓発活動

見守りネットワークの充実・強化により、消費者被害を早期発見、未然防止

○地域の関係者（行政、団体、事業者、ボランティア）の連携強化による、より効果的な見守り

○地域における積極的な啓発活動、注意喚起

○消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）設置自治体数：**404自治体**（令和4年8月末時点）

今後の消費者教育の取組方針（案）

○「消費者力」強化のための教材検討会（仮）の開催

- ・消費生活に関する基本的な知識や批判的思考力を身に付けられるよう、初級、中級、上級の３段階で消費者力を測定・強化するための教材を検討・作成

○多いトラブル事例について、その手口や対処法に関する教材の充実

- ・学校向け出前講座事業における内容の充実
- ・令和４年度事業者向け消費者教育教材開発事業への反映
- ・高齢者向け教材の拡充
- ・動画教材等の作成
- ・オンラインセミナーの実施 等

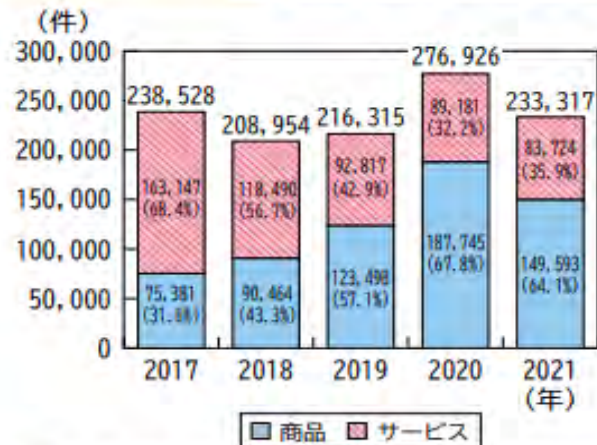
○関係省庁や関係団体等と連携した啓発の強化

- ・大学生協や見守りネットワーク等と連携し、若者、高齢者等に啓発パンフレット等を配布（庁内関係課と連携）

○2021年の消費生活相談件数は85.2万件。最近注目される消費者問題として、インターネット通販、定期購入が高水準で推移、SNS関連が増加している。

図表 I-1-4-3

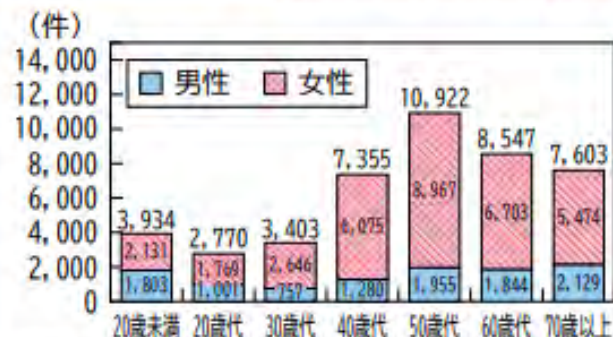
「インターネット通販」に関する消費生活相談件数の推移(商品・サービス別)



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。

図表 I-1-4-6

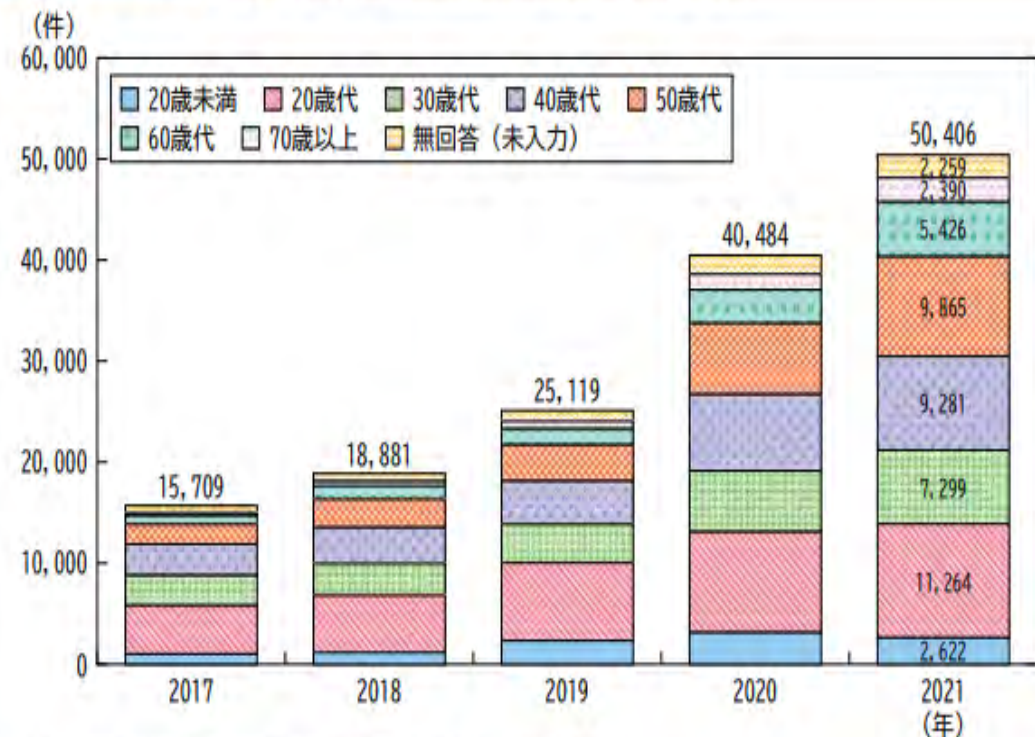
「定期購入」に関する消費生活相談件数(性別・年齢層別・2021年)



(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。
2. 通信販売での健康食品等の「定期購入」に関する相談件数。
3. 不明・無回答(未入力)を除いて集計。

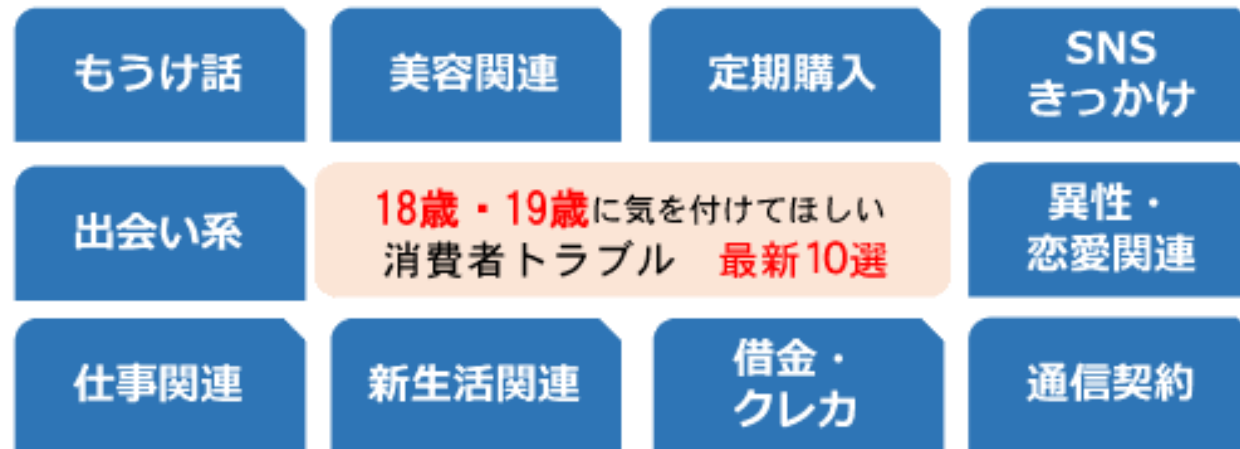
図表 I-1-4-9

SNS関連の消費生活相談件数の推移(年齢層別)



(備考) PIO-NETに登録された消費生活相談情報(2022年3月31日までの登録分)。

○若者の消費者トラブルでは、副業等のもうけ話や美容に関するものが多くなっている。



18歳・19歳に気を付けてほしい消費者トラブル 最新10選

1. 副業・情報商材やマルチなどの**"もうけ話"**トラブル
2. エステや美容医療などの**"美容関連"**トラブル
3. 健康食品や化粧品などの**"定期購入"**トラブル
4. 誇大な広告や知り合った相手からの勧誘など**"SNSきっかけ"**トラブル
5. 出会い系サイトやマッチングアプリの**"出会い系"**トラブル
6. デート商法などの**"異性・恋愛関連"**トラブル
7. 就活商法やオーディション商法などの**"仕事関連"**トラブル
8. 賃貸住宅や電力の契約など**"新生活関連"**トラブル
9. 消費者金融からの借り入れやクレジットカードなどの**"借金・クレカ"**トラブル
10. スマホやネット回線などの**"通信契約"**トラブル

(出展)国民生活センター「18歳から“大人” 18歳・19歳に気を付けてほしい消費者トラブル 最新10選」[2022年2月28日:公表]より抜粋