

第 12 次横浜市消費生活審議会

第 2 回施策検討部会

議事次第

令和元年 7 月 19 日(金) 15 時 00 分から
関内中央ビル 5 階 特別会議室

1 開 会

2 議 題

- (1) 会議録確認者の選出について
- (2) 若年者の相談分析について
- (3) 市立高校家庭科教員へのアンケート結果について
- (4) その他

3 閉 会

【配布資料】

- | | | |
|-----|---|----------------------------------|
| 資 料 | 1 | 第 12 次横浜市消費生活審議会施策検討部会委員名簿 |
| 資 料 | 2 | 若年者の相談分析について |
| 別 紙 | 1 | 平成 28 年度消費生活相談の動向（抜粋版） |
| 別 紙 | 2 | 2019. 6 国民生活 特集「若者の消費者トラブルを防ぐには」 |
| 資 料 | 3 | 市立高校家庭科教員へのアンケート結果について |

第12次横浜市消費生活審議会施策検討部会委員名簿

令和元年7月10日現在

No	区分	委員氏名	所 属
1	事業者	えのもと ひでお 榎本 英雄	一般社団法人 横浜市工業会連合会 会長
2	事業者	さとう よしつぐ 佐藤 喜次	公益社団法人 消費者関連専門家会議 ACAP研究所長
3	学識	しろた たかこ 城田 孝子	神奈川県弁護士会
4	学識	たなか まこと 田中 誠	神奈川県弁護士会
5	事業者	ながお じゅんじ 長尾 淳司	一般社団法人 日本クレジット協会 総務企画部長
6	消費者	ほしの てつはる 星野 哲東	市民委員
7	学識	ほそかわ こういち 細川 幸一	日本女子大学家政学部 教授
8	学識	むら ちずこ 村 千鶴子	東京経済大学 現代法学部 教授・弁護士
9	消費者	もちづき ようすけ 望月 陽介	横浜市消費生活推進員 港北区副区代表

敬称略：五十音順

オブザーバー

No	委員氏名	所 属
1	おおき ともひろ 大木 節裕	公益財団法人 横浜市消費者協会 常務理事
2	おおさわ よしてる 大澤 吉輝	公益財団法人 横浜市消費者協会 事務局長兼総務課長 横浜市消費生活総合センター センター長
3	えんどう ひろき 遠藤 広樹	教育委員会事務局指導部高校教育課 首席指導主事
4	ふじもと たかや 藤本 貴也	教育委員会事務局指導部高校教育課 主任指導主事

若年者の相談分析について

1. 第1回部会でいただいたご意見に基づく相談分析の結果について

(1) 18歳、19歳の相談が少なく、20歳になると一気に相談が増える理由は何か？

【結果】(別紙1)平成28年度消費生活相談の動向(抜粋版)より

成人を迎えることで、親権者の同意なく自分の意思で契約できるようになり、契約の機会が増加することや年齢が増加するにつれて行動範囲が広がるとともに、消費活動の幅が広がることが要因の一つであると推察される。

(参考1)

- 未成年者は、アダルトサイトやオンラインゲームなどのネット関連の相談が中心だが、20歳を超えると「不動産貸借」「エステサービス」「インターネット接続回線」「携帯電話サービス」など実際に契約当事者として契約し、トラブルに遭っていることが分かる。
(P30, 31 / 表 20・21)
- 20歳代では、販売形態別にみると、店舗販売、訪問販売(アポイントやキャッチ)、マルチ・マルチまがいでのトラブル増が未成年者に比べ増加する。(P32 / 図 25)
- 20歳代では、支払方法別にみると、クレジットカード等の販売信用の割合が未成年者に比べ増加する。(P34 / 図 28)
- 20歳代では、販売方法・手口等でみても、未成年者に比べ、実際の契約行為に絡み、問題の多い勧誘を受ける割合が増える。(P37, 38 / 表 23・24)

(2) 18歳、19歳の相談のうち、「親の同意がある契約」と「親の同意がない契約」に解決率等の違いはあるのか？

【結果】

センターの相談記録からは、統計的な数値を出すことはできない。
(相談記録に、同意の有無についての記載が、必ずしもあるわけではないため)

- ※ 消費生活相談の情報が登録されているP I O-N E Tでは、相談員が相談を登録する際、あらかじめ指定されたキーワードを付与することになっている。未成年者の相談については、「同意の有無」というキーワードはないため、統計的な数値を調べることは難しい。
その他、「未成年者契約」というキーワードが設定されており、「未成年の契約であることが問題になっている」場合に付与する決まりとなっている。

(参考2) 18歳・19歳のうち、「未成年者契約」のキーワードが付与されている相談件数

	平成29年度	平成28年度	平成27年度	平成26年度	平成25年度
KW付与あり	100件(44%)	98件(35%)	89件(28%)	75件(26%)	55件(19%)
全相談件数	225件	279件	317件	284件	291件

(参考3) 「未成年者契約」のキーワードが付与されている相談事例

高校生の娘が、3月初めに私に無断でデオドラントクリームをネット通販で購入した。代金はコンビニ払いだがまだ支払っていない。しかし高校生には高価なので業者にキャンセルを申し出た。しかし、往復の送料と手数料を負担するよう案内されたが、納得できない。商品は未開封なうえに通販サイトには返品を受け付けると記載されている。

(参考4) 「未成年者契約」のキーワードが付与されていない相談事例

ネット通販で自転車を注文し代金を振込みしたが、商品が届かない。後から、ネットには業者が詐欺業者との書き込みがあるのに気付いた。業者の電話番号は不明で、口座名義人名は中国人のようだった。

(3) 18歳、19歳と20歳の相談解決率に違いはあるのか？

【結果】

相談の約9割は、「助言」で終了しているため、統計的な数値として「解決率」を示すことは難しい。

2. 「未成年者取消権」について、助言をした相談（平成 30 年度の相談）について

【表1】「未成年者取消権」について、助言した件数とその割合

契約者年齢	相談件数	うち「未成年者取消権」を助言した件数	「未成年者取消権」を助言した割合
11 歳以下	27	12	44.4%
12-14 歳	50	31	62.0%
15-17 歳	121	63	52.1%
18 歳	72	31	43.1%
19 歳	88	29	33.0%
計	358	166	46.4%

※ 「処理結果概要」に「未成年」「取消」「取り消」の文字列が含まれるもの。

【表2】(未成年者取消を助言した166件について)

販売形態ごとの件数とその割合

販売形態	件数	割合
店舗購入	21	12.7%
訪問販売	5	3.0%
通信販売	131	78.9%
マルチ・マルチまがい	4	2.4%
電話勧誘販売	2	1.2%
不明・無関係	3	1.8%
計	166	100.0%

・「店舗購入」や「通信販売」など、本来であれば、取消しが難しい契約の場合に、「未成年者取消権」について助言している割合が多い。

【表3】

(「未成年者取消権」を助言した166件について)

商品役務別件数

商品役務名	件数
デジタルコンテンツ	54
健康食品	29
基礎化粧品	10
他の化粧品	10
エステティックサービス	5
その他	58
計	166

・商品役務別では、デジタルコンテンツ（情報商材）のほか、健康食品や化粧品などの定期購入に関する相談について、「未成年者取消権」を助言していることが多い。

(参考5)「未成年者取消権」により、解決できた相談事例

ア 転売ビジネスの解約について

【相談事例】

19才の大学生である。中学校時代の友人に呼び出され、転売ビジネスのノウハウを提供するデジタルコンテンツの購入契約を交わして、初回1万円の登録料と2年の契約期間でコンテンツ利用料として毎月2万円を支払う契約を交わした。支払いのうち登録料10,800円は、直接友人に支払ったが、それ以降は毎月決済代行会社にクレジットカードで支払うことになっていた。業者Aから提供される情報の中には、中国の輸入代行業者名Bもあり、私が中国の商品を選択し、その商品を代行業者Bが代金を支払って受け取り、検品後に日本に送ることになっていた。その後、商品代金に代行業者Bの手数料を上乗せして、決済代行会社経由で支払うことになっている。ところが代行業者Bは、私が選んだ商品を発送せず、一向に約束を守らないので、その旨を業者Aに申し出て、決済代行会社の決済を止めるように求めたが何も対応してくれない。業者Aも代行業者Bも信用できないので、解約したい旨を申し出て返金を求めたが応じてくれない。また契約書面には、契約期間中の解約には129,600円かかると記載されている。どうしたら良いか教えて欲しい。

【センターの処理】

相談者は未成年者だったため、相談者から業者A宛に未成年者契約取消通知を送付し返金を求めることとした。ところが後日、未成年者契約取消通知が宛先不明で戻ってきたとの報告があった。業者Aの連絡先がわからなかったため、センターから決済代行業者に架電して、未成年者契約取消通知が戻ってきて返金されないことを伝え、業者Aの連絡先を教えるよう求めたところ、連絡先は教えられないが決済代行業者から業者Aにセンターに電話するよう伝えるとのことだった。後日、業者Aからセンター宛に連絡があり、未成年者契約取消通知が返送されてきたことを伝えたところ、契約取消と返金に応じるとの回答があり、その後相談者より口座に返金されたとの報告があった。

イ 定期購入となっていた化粧品の解約について

【相談事例】

未成年の息子は、ネット広告に「スターターキットコース500円」と記載されていた化粧品を試してみようと思い購入したと言う。後日、商品が届き、コンビニ振込みで支払ったが、約1週間後に同じ化粧品セットの通常サイズが届いた。息子が販売サイトに問い合わせると、「スターターキットコースは、以後4ヶ月分のご利用をお約束頂いております。」と言われ、改めてネットの広告を確認すると、小さな文字で「4回以上の購入が必要である」と記載されていたが、申込み時には気が付かなかったと言う。通常サイズの価格は1ヶ月分7,200円だが、息子は定期購入であると分かっていたら、申込みはしなかったと言うので、2回目に届いた通常サイズの化粧品を返品し、解約したい。

【センターの処理】

契約当事者が親権者の同意を得ずに契約し、契約金額が小遣いの範囲を超えていると思われるのであれば、事業者に未成年者契約取消通知を記録に残る方法で送付するよう伝えた。

後日、相談者が夫と連名で事業者に未成年者契約取消通知を送付した。その後、相談者から電話があり、「無事、解約できました。」とのことで、相談終了とする。

平成28年度 消費生活相談の動向

横浜市消費生活総合センター

【本編】



平成 28 年度分析テーマ

第 2 章 若者の消費生活相談

第2節 若者相談に多い商品・役務

1. 未成年者に多い商品・役務

未成年者は、「アダルト情報サイト」が第1位で184件、「オンラインゲーム」が第2位で42件、内容が不明確な有料サイト使用料を請求されるなどの「デジタルコンテンツ一般」が3位で33件、1位の「アダルト情報サイト」が、断然相談件数が多い。

過去5年間の件数の推移をみると、『スマホから初回500円の健康食品や化粧品を申し込んだら4回の定期購入だった』など「健康食品」や「基礎化粧品」の定期購入に関する相談が平成27年度以降増加している。（【表20】参照）

【表20】契約当事者が未成年者の商品・役務別上位15位 (単位：件【対平成24年度増減率(%)】)

順位	商品・役務名	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
1	アダルト情報サイト ※1	352	404	380	300	184 【▲47.7】
2	オンラインゲーム ※1	44	41	42	36	42 【▲4.5】
3	デジタルコンテンツ一般 ※1	35	27	19	50	33 【▲5.7】
4	健康食品	3	7	7	27	21 【600.0】
5	テレビ放送サービス	6	9	9	9	13 【116.7】
6	不動産貸借	6	12	3	6	12 【100.0】
6	出会い系サイト ※1	29	16	8	15	12 【▲58.6】
8	基礎化粧品	1	1	0	7	11 【1000.0】
8	携帯電話サービス	16	13	6	8	11 【▲31.3】
8	コンサート	4	6	3	8	11 【175.0】
11	野菜飲料	0	0	1	2	10 【-】
11	役務その他サービス	7	0	4	12	10 【42.9】
13	商品一般	5	6	4	10	8 【60.0】
14	他の玩具・遊具	0	1	4	1	6 【-】
14	エステサービス	2	5	5	5	6 【200.0】
14	他のデジタルコンテンツ ※1	17	16	6	13	6 【▲64.7】

※1 は「デジタルコンテンツ」の下位キーワード

注1 「デジタルコンテンツ一般」は、内容が不明確な有料サイト利用料の架空請求等に関する相談

注2 「商品一般」は、商品の特定が出来ない／身に覚えのない架空請求等に関するもの

注3 「役務その他サービス」は、サービス業のうち「金融・保険」「運輸・通信」「教育」「教養・娯楽」「保健・福祉」「外食・食事宅配」「冠婚葬祭」「家事」などのサービスに該当しない役務に関するもの

注4 「他のデジタルコンテンツ」は、「SNS」「古いサイト」「懸賞サイト」「ダウンロードしたセキュリティソフト」等に関する相談

2. 20 歳代に多い商品・役務

20 歳代は、「不動産貸借」が第 1 位で 175 件、「アダルト情報サイト」が第 2 位で 150 件、内容が不明確な有料サイト使用料を請求されるなどの「デジタルコンテンツ一般」が 3 位で 121 件となっている。

未成年者と比べると、架空請求関連の相談割合が減り「不動産貸借」「エステサービス」「インターネット接続回線」「携帯電話サービス」など実際の契約に関連する相談が増加している。

（【表 21】参照）

【表 21】契約当事者が 20 歳代の商品・役務別上位 15 位 （単位：件【対平成 24 年度増減率（%）】）

順位	商品・役務名	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	平成 28 年度
1	不動産貸借	205	182	148	170	175 【 ▲14.6】
2	アダルト情報サイト ※1	218	265	330	278	150 【 ▲31.2】
3	デジタルコンテンツ一般 ※1	117	67	60	113	121 【 3.4】
4	エステサービス	89	125	97	91	93 【 4.5】
5	他のデジタルコンテンツ ※1	29	24	22	34	67 【 131.0】
6	インターネット接続回線	40	28	39	86	62 【 55.0】
7	商品一般	50	41	49	62	57 【 14.0】
8	携帯電話サービス	55	46	46	51	56 【 1.8】
9	役務その他サービス	19	20	35	40	46 【 142.1】
9	出会い系サイト ※1	84	58	59	59	46 【 ▲45.2】
11	モバイルデータ通信	22	28	23	47	38 【 72.7】
11	医療サービス	28	26	32	23	38 【 35.7】
11	健康食品	25	20	31	47	38 【 52.0】
14	四輪自動車	30	34	25	37	35 【 16.7】
15	フリーローン・サラ金	54	56	39	35	32 【 ▲40.7】

※1 は「デジタルコンテンツ」の下位キーワード

注 1 「デジタルコンテンツ一般」は、内容が不明確な有料サイト利用料の架空請求等に関する相談

注 2 「他のデジタルコンテンツ」は、「SNS」「古いサイト」「懸賞サイト」「ダウンロードしたセキュリティソフト」等に関する相談

注 3 「商品一般」は、商品の特定が出来ない／身に覚えのない架空請求等に関するもの

注 4 「役務その他サービス」は、サービス業のうち「金融・保険」「運輸・通信」「教育」「教養・娯楽」「保健・福」「外食・食事宅配」「冠婚葬祭」「家事」などのサービスに該当しない役務に関するもの

第3節 若者相談に多い販売形態

1. 販売形態別割合

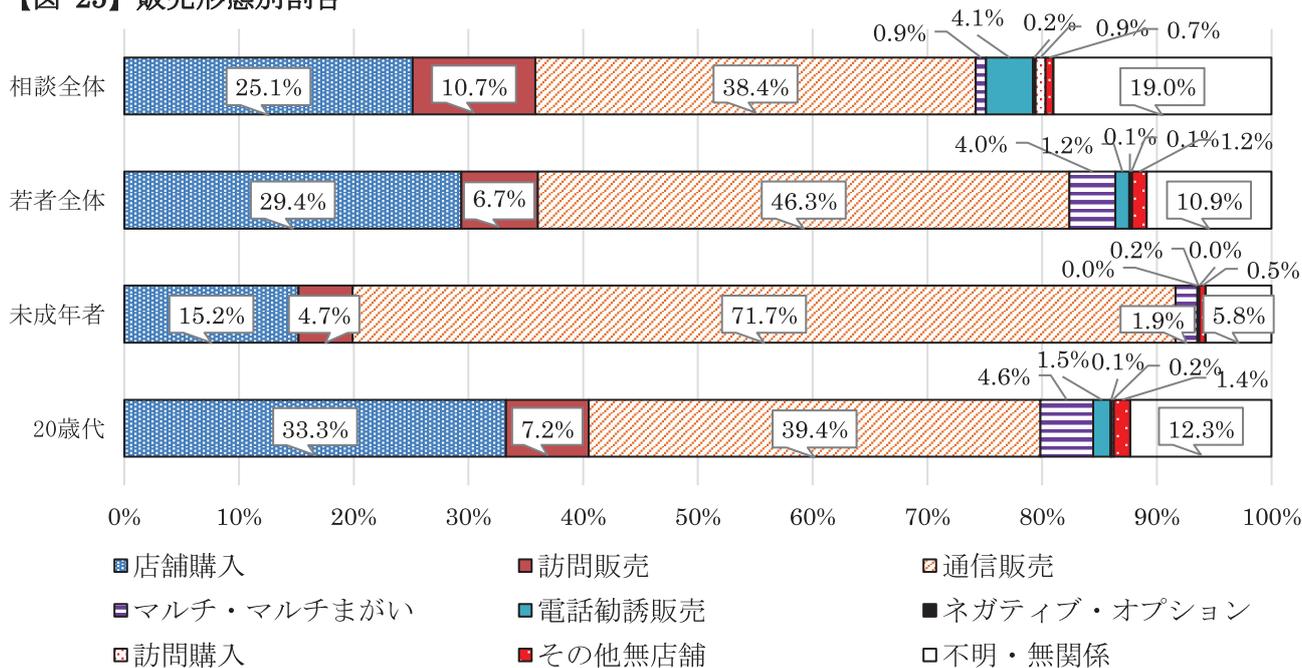
平成28年度の相談について、販売形態別の割合を相談全体と若者全体及び年代別で比較した。

ア. 若者全体では、相談全体と比較すると「店舗購入」「通信販売」「マルチ・マルチまがい」の割合が高くなっており、「訪問販売」「電話勧誘販売」の割合が低くなっている。

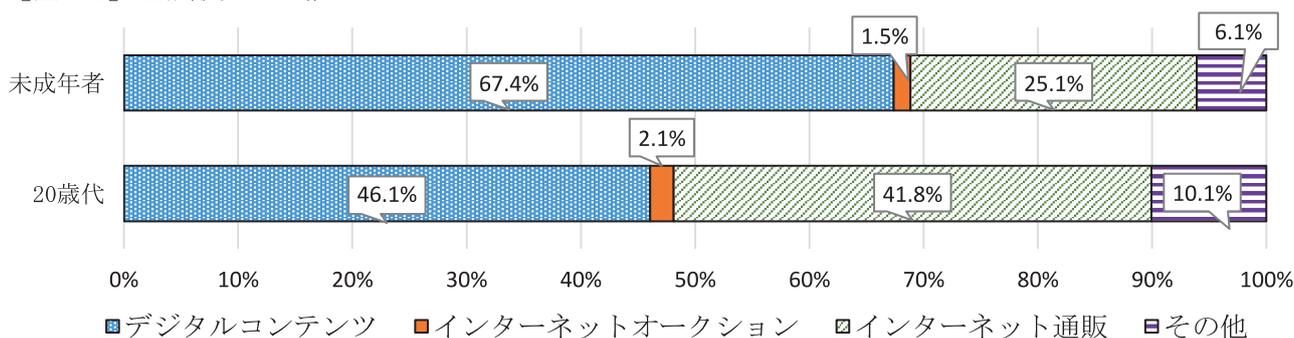
イ. 未成年者では、「通信販売」の割合が特に高くなっている。通信販売の内訳を見ると、「デジタルコンテンツ」が67.4%を占めており、次いで「インターネット通販」が25.1%となっている。

ウ. 20歳代では、相談全体と比較すると不動産貸借やエステサービスなどの「店舗購入」や、「マルチ・マルチまがい」の割合が高くなっている。「通信販売」の割合は相談全体とほぼ同じとなっており、通信販売の内訳を見ると未成年者に比べ「デジタルコンテンツ」の割合が低くなり、「インターネット通販」の割合が高くなっている。（【図25】【図26】参照）

【図25】販売形態別割合



【図26】通信販売の内訳



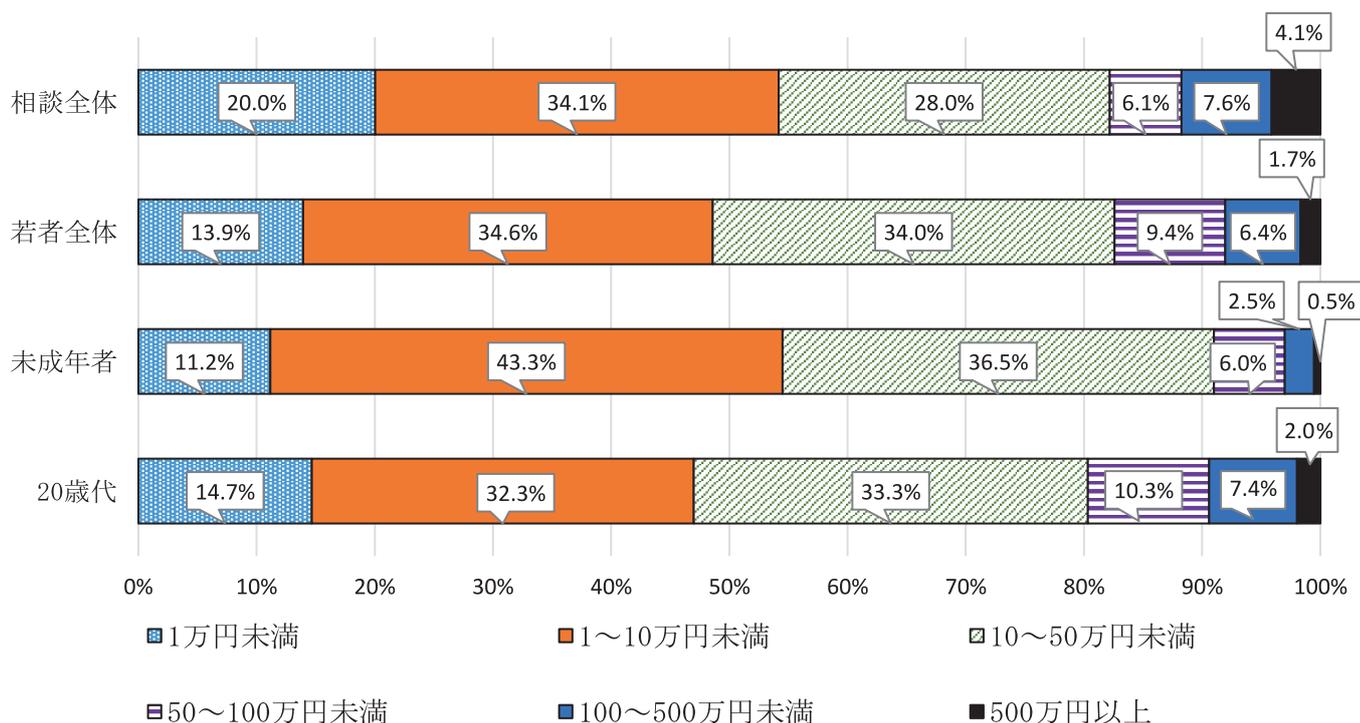
注1 その他に、カタログ通販、テレビショッピング、不明を含む。

2. 契約購入金額

平成 28 年度の相談について、契約購入金額の割合を相談全体と若者全体及び年代別で比較した。

- ア. 未成年者では、契約購入金額「1～10 万円未満」「10～50 万円未満」の相談が相談全体と比べて多くなっており、契約金額 50 万円未満の相談が約 90%を占めている。
- イ. 20 歳代では、相談全体と比較すると「10～50 万円未満」「50～100 万円未満」の割合が高くなっており、「1 万円未満」「500 万円以上」の割合が低くなっている。（【図 27】参照）

【図 27】 契約購入金額別割合



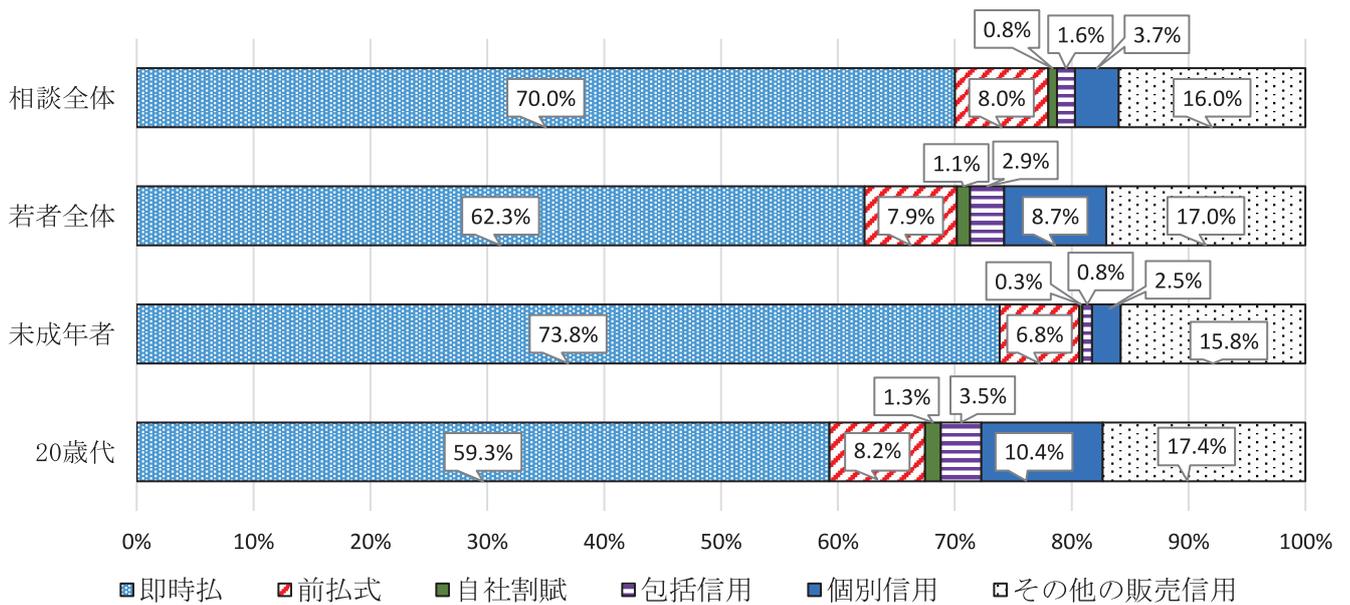
(不明等を除く)

3. 支払方法

平成 28 年度の相談について、支払方法の割合を相談全体と若者全体及び年代別で比較した。

- ア. 未成年者では、相談全体と比較すると「即時払」の割合が高くなっており、「自社割賦」「包括信用」「個別信用」「その他の販売信用」などの、販売信用（クレジット）の割合が低くなっている。
- イ. 20 歳代では、相談全体と比較すると「自社割賦」「包括信用」「個別信用」「その他の販売信用」などの、販売信用（クレジット）の割合が高くなっており、中でもエステサービスの分割払いなどで利用される「個別信用」の割合が高くなっている。「即時払」の割合は、低くなっている。（【図 28】参照）

【図 28】支払方法別割合



(不明等を除く)

- 注1 「即時払」商品等の受け取りと同時に一括払い。(例) 通常の現金での買い物、月払いの保険料、家賃、新聞代、月謝等。
- 注2 「前払式」商品等の受け取り前に全額か一部を支払う方式。(例) プリペイドカード、回数券での前払。
- 注3 「自社割賦」消費者、販売者の二者間、2か月以上3回以上の分割払い。
- 注4 「包括信用」消費者、販売者、信販会社の三者間、2か月越の立替払いで、クレジットカードを利用したもの。
- 注5 「個別信用」消費者、販売者、信販会社の三者間、2か月越の立替払いで、クレジットカードを利用しないもの。
- 注6 「その他の販売信用」「ローン提携販売」、翌月一括払いやコンビニ後払い等「2か月内払い」、ボーナス払いや手形等「他の販売信用」を含む。

第4節 若者相談に多い販売方法・手口などの特徴

1. 若者全体の特徴

平成28年度の相談について、若者相談が占める割合が高い販売方法・手口と、主な商品・役務名を示した。以下、ア.～キ.のような特徴がみられる。

- ア. 売買契約の際に無理やりサラ金等から借金させたりクレジット契約を組ませる「クレ・サラ強要商法」は、相談全体の90%以上を若者が占めている。7位の「長時間勧誘」や11位の「夜間勧誘」など、強く勧められると断れないという傾向がある。
- イ. 「キャッチセールス」「アポイントメントセールス」等も、若者が相談全体の60%以上を占めており、商品の購入や契約の意識がないままトラブルに巻き込まれる場合が多い。
- ウ. 「マルチ・マルチまがい」取引に関する相談が、約52%と多くなっている。
- エ. 「紹介販売」に関連する相談が、約45%と多くなっている。
- オ. 「サイドビジネス商法」や「アフィリエイト」など、内職や副業に関する関心が高い。
- カ. 「SNS」をきっかけにして消費行動を起こす事が多い。
- キ. 美容に関心が高く、痩身エステや脱毛などの「美容医療」の相談が多い。
- ク. フリマアプリやオークションサイトなどインターネットを利用した「個人間売買」などの相談が多い。 (【表22】参照)

【表22】若者の相談が占める割合の多い販売方法・手口等

順位	販売方法・手口等	若者相談が占める割合	若者の相談件数	相談全体	主な商品・役務名 ◆代表的な相談事例
1	クレ・サラ 強要商法	91.2%	52	57	デジタルコンテンツ、他の内職・副業、パソコンソフト ◆会社の同僚が、オンラインカジノのアフィリエイト契約をし、消費者金融で借金して代金を支払ったようだ。クーリング・オフしたいが、業者の住所が不明だ。どうしたらよいか。
2	キャッチ セールス	65.6%	21	32	エステサービス、ミネラルウォーター ◆街頭でお試しエステを勧められ、体験を受けたら、高額のコースを契約させられた。クーリング・オフしたい。
3	アポイントメン トセールス	61.5%	56	91	デジタルコンテンツ、ネックレス、商品一般 ◆昨日、アンケートに答えてくれた人に電話をしていると連絡があり、男性用の財布を見に行くと、女性二人から長時間勧誘され、断り切れずにクレジットで高額なネックレスを契約してしまった。クーリング・オフしたい。
4	マルチ・マルチ まがい	51.7%	107	207	商品一般、デジタルコンテンツ ◆友人から投資情報データ(50万円)を購入して投資すれば簡単に儲けることができ、このシステムを知人に紹介し、契約成立になれば5万円のマージンが入り儲かると説明され契約したが、儲からないので解約したい。

順位	販売方法・手口等	若者相談が占める割合	若者の相談件数	相談全体	主な商品・役務名 ◆代表的な相談事例
5	紹介販売	44.8%	30	67	他の内緒・副業、 脱毛エステ ◆友人の紹介で脱毛エステの契約をした。肌トラブルのため解約を申し出たが高額な一時金払いを請求され解約拒否された。どうすればよいか。
6	サイドビジネス商法	43.5%	150	345	デジタルコンテンツ 、他の内職・副業、商品一般 ◆起業のノウハウを伝授するとSNSで呼びかけられ、会って情報商材を購入したが自分が期待した内容ではなかった。返金してほしい。
7	長時間勧誘	41.7%	40	96	結婚式 、中古分譲マンション、ネックレス ◆ブライダルフェアに参加し、「今日中に契約していただくと割引がある」と長時間の勧誘を受け契約をしてしまった。両親から日程のことで反対され、次の日にキャンセルを申し出ると高額なキャンセル料を請求された。
8	SNS	37.4%	136	364	デジタルコンテンツ、他の内職・副業、 コンサート ◆SNSで知り合った人にコンサートチケットを譲ってもらうことにした。代金を電子マネーで支払った後、相手と連絡が取れない。
9	アフィリエイト	35.7%	20	56	他の内職・副業、 デジタルコンテンツ ◆無料メルマガでネットビジネスの無料セミナーを知り参加した。アフィリエイトの情報商材とサポートを契約したが解約したい。
10	美容医療	35.1%	34	97	医療サービス ◆美容クリニックで脂肪を分解する注射のお試しを受けに行った。全体的にやった方がいい、モニターになると割引が出来る等と勧誘され、その日に高額なクレジットを組んだ。解約したい。
11	夜間勧誘	34.8%	31	89	テレビ放送サービス、結婚式、 新築(中古)分譲マンション ◆15時間にわたり投資用中古マンションの執拗な勧誘を受けたため手付金を払ってしまった。解約して返金を求めたい。
12	個人間売買	31.3%	72	230	コンサート、財布類、携帯電話、 腕時計 ◆スマホのフリマアプリを使って古いブランド時計を購入した。届いた商品を開封したら中身が空っぽだった。返金してほしい。

※1 契約当事者が 29 歳以下の相談のうち、販売購入形態、内容等キーワードが 20 件以上のものを抽出し、若者相談が占める割合が相談全体の 30% 以上のものについて、割合の多い順に表示している。

※2 複数選択可能なため、「内容等キーワード」件数の計は相談件数と一致しない。

販売方法・手口等	説明
クレ・サラ強要商法	売買契約の際に無理やりサラ金等から借金させたりクレジット契約を組ませたりする商法。
キャッチセールス	駅や繁華街の路上で呼び止めて喫茶店や営業所に連れて行き、応じるまで開放しない雰囲気の中で商品・サービスの契約をさせるもの。

販売方法・手口等	説明
アポイントメントセールス	「景品が当たった」などと販売目的を隠し、あるいは「特別に選ばれた」などと有利な条件を強調して電話等で喫茶店や営業所などへ呼び出し、商品やサービスを契約させるもの。
マルチ・マルチまがい	商品・サービスを契約して、会員となったものが新規会員を勧誘し、その新規会員がさらに別の会員を勧誘するという連鎖によって事業組織を拡大していく取引形態で、商品の販売や新規会員を勧誘によりマージンが入る仕組み
紹介販売	人を紹介することによって販売を拡大する販売システム。(マルチ取引と判別がつかないものも含む)
サイドビジネス商法	「内職・副業(サイドビジネス)になる」「脱サラできる」などをセールストークに何らかの契約をさせる商法。
長時間勧誘	長時間執拗に勧誘し商品・サービスの契約をさせるもの。
SNS	ソーシャルネットワーキングサービスを利用して、商品やサービスの勧誘等をするもの。
アフィリエイト	メールやブログ、ホームページに広告を掲載し、アクセスや売り上げがあがるとそのうちの一部が報酬として支払われるもの。
美容医療	疾病の治療のためではなく、身体の美化を主目的とした医療サービス(例)美容整形等
夜間勧誘	夜遅くまで勧誘し商品・サービスの契約をさせるもの。
個人間売買	純粋な個人間の取引(例)フリマアプリやネットオークション取引等

2. 未成年者の特徴

未成年者の相談に多い販売方法・手口などの特徴としては、「インターネットで、「無料動画」などの広告をクリックしたところ、アダルト情報サイトの有料会員に登録され高額な会員料金を請求された。」などの、インターネットに関連するキーワードが上位を占めています。(【表 23】参照)

【表 23】未成年者の相談が占める割合の多い販売方法・手口等

順位	販売方法・手口等	未成年者が占める割合	未成年者の相談件数	相談全体	◆代表的な相談事例
1	ワンクリック請求	11.3%	191	1,696	◆中学生の息子がスマホで検索をしていたら、有料サイトに登録され代金を請求されたようだ。どうすべきか。
2	ポルノ・風俗	10.8%	193	1,787	◆スマートフォンで無料アダルトサイトを見ていて動画再生しようとしたら、登録となり料金を請求された。
3	個人間売買	9.1%	21	230	◆フリマアプリで財布を購入し代金を支払ったが、商品が届かない。
4	SNS	6.0%	22	364	◆SNSを通じてライブのチケットを購入し代金は指定された口座に振り込んだが、チケットが届かない。
5	電子広告	5.4%	350	6,462	◆未成年の娘が親に内緒で500円の豊胸サプリをネットで注文した。お試し購入だと思ったら定期購入だったのでキャンセルしたい。

※1 契約当事者が19歳以下の相談のうち、販売購入形態、内容等キーワードが20件以上のものを抽出し、未成年者の相談が相談全体に占める割合が、多い順に表示している。

※2 複数選択可能なため、「内容等キーワード」件数の計は相談件数と一致しない。

販売方法・手口等	説明
ワンクリック請求	メールやホームページにおいて、クリックする前に利用料金・利用規約等について明確な説明がない、又は事実と異なる説明によりクリックを促し、即座に「登録完了」などの表示をして金銭を支払わせようとする手口
ポルノ・風俗	「アダルト情報サイト」利用がきっかけでトラブルになった場合のキーワード

3. 20 歳代の特徴

20 歳代の相談に多い販売方法・手口などの特徴としては、未成年者とは大きく違い、「クレ・サラ強要商法」「サイドビジネス商法」など、実際の契約行為に絡む相談が多くなっている。「SNS」などのネット上のつながりだけでなく、「アポイントメントセールス」「マルチ・マルチまがい」「長時間勧誘」など問題の多い勧誘を受ける割合も、社会人経験の浅い 20 歳代で高くなっている。（【表 24】参照）

【表 24】20 歳代の相談が占める割合の多い販売方法・手口等

順位	販売方法・手口等	20 歳代が占める割合	20 歳代の相談件数	相談全体	◆代表的な相談事例
1	クレ・サラ強要商法	86.0%	49	57	◆友人に誘われ起業家育成セミナーの契約をした。消費者金融で借金をして代金を払ったが解約したい。
2	アポイントメントセールス	58.2%	53	91	◆ジュエリーデザイナーを名乗る若い女性から電話があり店に出向いたところ、断り切れず高額なネックレスを購入してしまった。解約したい。
3	マルチ・マルチまがい	46.4%	96	207	◆友人の紹介で基礎化粧品のマルチ組織に加入して、クレジットカードで化粧品代金を支払ったが、儲かるとは思えないので解約したい。
4	長時間勧誘	41.7%	40	96	◆突然訪問してきた事業者から長時間執拗な勧誘を受け、投資用マンションの購入に同意してしまった。断りたい。
5	サイドビジネス商法	40.9%	141	345	◆お金を稼ぐ方法を教えるという広告を見て、起業の為のコンサルティングサービスの契約をしたが、解約して返金してほしい。

※1 契約当事者が 20 歳代の相談のうち、販売購入形態、内容等キーワードが 20 件以上のものを抽出し、20 歳代の相談が相談全体に占める割合が、多い順に表示している。

※2 複数選択可能なため、「内容等キーワード」件数の計は相談件数と一致しない。

特集

若者の消費者トラブルを防ぐには —受け手の立場から考える“伝わる情報発信”—

特集
1

座談会 若者に聞く！ 知りたい情報・伝わる情報

若者の消費者被害防止のため、自治体や公的機関がウェブサイトやSNSで発信する情報は、若者に届いているのでしょうか。どのような情報発信をすれば効果的に若者に伝わるか、そのヒントを探りました。

参加者



Hさん(社会人2年目の女性)
職業はコピーライター。話題の映画を見たり気になったお店を訪ねるのが好き。

Fさん(社会人2年目の女性)
ネット広告の運用に従事。料理、お菓子づくりが趣味。



Tさん(社会人3年目の男性)
仕事はIT系の企画職。読書やゲームが好き。

Sさん(社会人2年目の男性)
ネットワーク関連の仕事(技術職)に従事。パソコンやインターネットが好き。

情報収集に紙媒体は使わない

—皆さんは普段、どのような媒体で情報を得ているの？

Fさん もう99%パソコンですね。

Tさん 紙媒体は、ほとんど見ない。

Sさん 僕はもう情報は完全にネット。

Fさん たまに業界雑誌とかは会社で読んだりするけど。紙媒体のものをそもそも買わない。

Sさん 本も全部電子書籍を買っちゃう。紙は邪魔だし、買いに行くのも面倒だから、中身がどうより、もう物体としてあんまり持ちたくない。

Tさん 趣味で本を読むから、本は結構ある。ただ雑誌とか新聞とかは電子版だし、情報収集は全部ネット。

— だいたい1日どのくらいSNSとかネットを見てる？

Fさん 通算で1~2時間。YouTubeが多いかな。

Hさん 分かる。YouTubeは延々と見てる。お薦めが出てくるからどんどん再生していつて。

Tさん 多分、1時間から2時間。

Sさん テレビみたいな感覚で、Twitterを表示したり動画を再生しながら何かしてるかな。

Hさん (よく使うSNSは)Instagramとか。

Fさん TwitterとInstagramしかない。

Hさん Facebookはたまに開くけど、古い記事が上がってきたり、投稿の多い人の書き込みが多くて情報が見にくいというか、更新のされ方が独特で、そんなに見ない。

Tさん あとNewsPicksとか。最近はLINEもニュースが流れてきたりとか。

— 自分で書き込んだり、投稿したりは？

Hさん Twitterに1週間に数回するかな。

Fさん Twitterだけ1週間に何回か。

Tさん 投稿しないでほぼ見てる側かも。

Sさん 学生の頃は結構ツイートしてたかな。

Fさん コメントはたまに。

Hさん リツイート*1のほうの方が気軽にできる。

詳しい長文よりも、 簡潔な情報を見比べる

— どんな情報をよく見る？

Tさん 漫画かな。Twitterとかでも最近漫画がひたすら投稿されてて。

Hさん あとイラストとか。

Fさん 新しくできたカフェの新商品とか。好き

*1 他のユーザーのツイートを引用して、自分のアカウントから発信すること。

特集 若者の消費者トラブルを防ぐには

—受け手の立場から考える“伝わる情報発信”—

特集
1

《座談会》若者に聞く！ 知りたい情報・伝わる情報

な某ファッションアカウントめっちゃ見る。

Hさん 私の情報源はほとんどそこ。化粧品とか好きなブランドのアカウントをフォローしておいて、新商品が出たらすぐキャッチできる状態にしてる。美容にすごい詳しい人をTwitterでフォローしていると、「こういう商品がお薦め」とか情報が流れてくるから、そういうのを見てる。企業よりは個人をフォローするかな。

Tさん 有名なインフルエンサー^{*2}のフォローから始めて、その友人とつながって……コメント欄にその人達を書いたコメントが一通り出てくる。コミュニティを見ているような感じ。

Fさん あと口コミめっちゃ見る。良いも悪いも全部見てから買う。裏事情も若干知っているから。

Hさん 例えば、化粧品の口コミサイトとか。——情報は、文字とか写真、動画とか、アニメとかどういう形式が好み？

Fさん 化粧品だったらYouTubeで「使ってみた」という動画を見るし、口コミも見るし、Twitterで評判を何か調べたり、何でもする。

Sさん 情報を調べるとき、長文のブログとかはもう見ない。1人の人が詳しく書いてるものよりも、10人が簡潔に書いているものを見るかな。

Hさん そうだね。数を見るほうが多いかも。あと長文を読むのが面倒くさい。文章の量が多かったら「ああ、もういいかな」みたいな。

——どのくらいの量だと読まない？

Tさん **Fさん** 1スクロール超えると読まない。

高校生から大学生になるときのほうが変化は大きかった

——少し話題が変わるんだけど、未成年じゃなくなったときってどんな感想を持った？ 未成年の契約取り消しができなくなるとか、意識したことはある？

Fさん 全然ない。

Tさん お酒が買いやすくなったぐらい。

Hさん 関係あるのって、バイトを始めるとか、

何か契約を結ぶときとかくらいだったし。

Fさん 高校生から大学生になるときのほうが大きかったと思う。

Sさん クレジットカードが使えるようになったのが大きかった気がする。

——学校の授業とかで消費生活に関連する知識って教わった？

Hさん 中高あたりで多分、クーリング・オフは勉強したかな。

Tさん あと返品については超やるけど、他は。

Hさん カラコンの事故はニュースで見たかも。——将来的にするだろう契約については？

Fさん 家とか？ 保険の掛け捨てとか確定申告とか高校で教えてほしかった。

——未成年者の行った法律行為は取り消すことができる、とかについては？

Tさん 聞いたことはあるな、みたいな。

Sさん 簡単な冊子とかが配られたかもしれないけど、多分記憶に残らないよね。

——（『くらしの豆知識^{*3}』を渡して）これはどうかな？

Hさん こういうの教科書だったら役に立つと思います。

行政機関のアカウントは自らアクセスしない

——うちみたいな公的機関や行政機関のアカウントってフォローしたことある？

Sさん 正直、ないかな。

Fさん 何かとつきにくいというか、見ても、「あ、うん」みたいな。

Tさん 用事があって調べて、たまたま出てきて、そこで情報を収集することはあっても、フォローして定期的に見るみたいなことはないな。

Sさん 何かあってから見に行くって感じ。確定申告の時期に税務署のサイトとか。

——くまモンとかのゆるキャラがきっかけでちょっと見てみようって思ったりは？

Fさん フォローまではしないかな。

*2 世間の消費行動に大きな影響を与える人のこと。

*3 <http://www.kokusen.go.jp/book/data/mame.html>

特集 若者の消費者トラブルを防ぐには

—受け手の立場から考える“伝わる情報発信”—

特集
1

《座談会》若者に聞く！ 知りたい情報・伝わる情報

Tさん 僕はゆるキャラが面白ければ見る。
——例えば島根県消費者センターで、「だまされないゾウくん」というキャラクターを使って、SNSで啓発*4してるんだけど。

Hさん (ページを見て) すごい。ちょっとこれは記憶に残る……！



Tさん 「消費生活センター」とかだけより絶対いい。

Hさん これはじわじわくる*5。キャラがあったほうが、とっつきやすさは絶対あるし！

Tさん 「全部有り難く読んでるばおよ」とか、すごい面白い。

Sさん これは好きだな。

——他にも例えば某家電メーカーのアカウントの中の人みたいなものはどう？

Hさん あのアカウントの人は面白いよね。すごいバズってる*6。

Tさん ほかの企業同士で会話したり。某計測機のメーカーとめっちゃ仲いい。

——そういうアカウントってやり取りすることはある？

Tさん それこそ気に入ったときに、「いいね!」とかすることはあるけど。

Fさん でもリプライとかはしない。

Hさん コメントは結構、ハードルが高いよね。みんなが見てるし、ちょっと。

消費生活センターに電話するのは最終手段 まずは自分で調べる

——ものを買うときとか、SNSを含めて相談する相手っている？ 高額だから親に少し話そうかなとか。

Hさん パソコンとかは買いたってなったときは、多分詳しい子には聞きに行ったりする。親も分かんないし。

Fさん 店員さんに聞いちゃう。

Tさん 家族とか友人より、専門家とか知識があ

る人に聞くんだよね。

——そういう専門家の助言だと受け入れやすい？

Sさん 誰がしゃべっているかによるかな。

Fさん その人の肩書次第というか。

Sさん そうそう。情報を見るときって、「この人はこう言ってるんだな」という視点で見ると、複数を見比べて調べたり。

——消費生活センターに相談したことはある？ もしくはまわりにそういう人はいた？

Hさん 私の会社の同期の子が一人暮らしなんだけど、「うちの回線に乗り換えたら安くなる」みたいな押し売りが来て契約しちゃったことがあって。使ってみたらすごい通信速度が悪くて、解約金も6~7万すると。最初はネットで色々検索して、それで消費生活センターに結局連絡して解決したって話を聞いたことがある。私も一人暮らしで近くに親もいなかったら、多分そういう窓口で電話するかも。

Fさん あとは、被害額が大きいかどうかかな。1万を超えたら、絶対に死ぬまで戦う。

Hさん 1万円を超えると、やっぱり痛いかな。そういえば私の行ってるヨガで「2カ月間半額」みたいなキャンペーンがあるんだけど、条件があつたり、解約すると料金が上乗せされたり、システムが分かりづらかった。

Tさん あと家を借りたとき、事故物件なのに書類に書いてあるだけで、しかも1年住むと翌年賃上げになるとか全然説明されなかった友達もいた。

——相談するか自分で解決するか、判断基準がある感じかな。消費生活センターとかには電話しづらい？

Tさん まあ電話するって大ごとなんですよ。

Fさん 最終手段みたいな。

Tさん 体調不良とかと一緒に、おなかが痛かったら取りあえずトイレに行くし、最初から救急車は呼ばないのと同じかな。取りあえず自分か

*4 Twitter https://twitter.com/Shimane_CIC Facebook <https://www.facebook.com/Shimane.CIC/>

*5 しばらく見ているうちにだんだん笑いがこみ上げてくること *6 爆発的に話題が拡散するさま

特集 若者の消費者トラブルを防ぐには

—受け手の立場から考える“伝わる情報発信”—

特集
1

《座談会》若者に聞く！ 知りたい情報・伝わる情報

ら調べて、それで3,000円とか少額だったら泣き寝入りしたこともあるし。

Hさん なんか知り合いが被害にあって「自分も気をつけよう」みたいな感じになることはあるけど。

——消費生活センターというものがあること自体は知っていた？

Hさん それ自体は勉強して知ってた。

Fさん 多分、みんな知っているけど使ったことがないだけ。

Sさん 僕はまず「自分で調べよう」と思う。そこは多分世代のギャップがあるんじゃないかな。むしろ調べずに人に聞くのってどうなの？ っと思うぐらい。

トラブルにあったとき、具体的に何をすればよいか知りたい

——例えば興味を持って見たページに、関連した啓発情報が広告で出てきたら見る？

Fさん 対象とする人に合った広告じゃないとあんまり効果はないんじゃないかな。ターゲットをあえて絞ったほうが効果が高いと思う。

Sさん それより、調べに行ったときにすぐ欲しい情報につながるほうがありがたい。あとページの見出しは「〇〇センター」とかよりも「こんなときはこうする」みたいなほうがいいかも。

Hさん 自分を助けてくれそうな見出しを、みんな多分クリックするし。

Fさん 実際自分と同じインシデントを体験している人のほうが何か信頼感があって。その人が解決に至ったまでのプロセスを書いてくれるものは、消費生活センターに「私たちに相談すれば大丈夫ですよ」と言われるよりも参考にする。それと、PDFじゃなくてページに直接記載してすぐ見れるほうがいいかな。ワンクリックして開けるか開けないかって、結構そこで見るかやめるか変わってきちゃう。

Hさん 多分トラブルがあったときって一刻も早く情報が出てきてほしいみたいなものもある。あ

とは「188」とか、電話番号をタップすればそのまま発信できるようにしてほしい。

Sさん Twitterだとアカウント名も、「〇〇センター」とかじゃなくて、「1人暮らしお悩みQ&A集」とかにしたらどうかな。

——若者向けの専用のアカウントにして、そこにどんどん載せるとか？

Hさん あと画像にしておけばTwitterから保存できるから、何かあったときに見れる。

——画像で保存することは多い？

Fさん 結構多い。あと調べてスクショ*7もする。——面白いと感じたら、その画像をTwitterで上げることもある？

Hさん あると思う。

——チャットで相談できたほうがいい？

Sさん チャットじゃなくていいと思う。

Hさん FAQみたいないろいろと情報が書いてあるものがあったら、すごい助かる。

Fさん ただ文字が多いと、絶対に読まない。解説とかを求めているんじゃないくて、どうしたらいいのかを求めているから。「これはこうこう、こういう理由でこうなっているんですけども」という説明を見るより、「ここに電話してこういうことをこういう人に相談してください」みたいな、具体的な実行動の解決先を載せてくれたほうがありがたいな。

Tさん あとはスマホで見たときに字が小さいと、回答があったとしても、探すのが面倒。

Fさん ウェブサイトも使いやすいように、動線をもうちょっと改善したり、実際に画像とかバナーを作ってトラブルのカテゴリー別に分けただけで、全然見え方が違うんじゃないかな。多分スマホを想定して作っていないのも多いし。

Tさん 相談したい項目、トラブルの種類をポチッと押したら展開するとかのほうが若者的にはうれしい。

Hさん 若者的に言うと、わがままだけど、やっぱりスマホで見る人が多いからね。

*7 スクリーンショットの略。表示されている画面の内容を画像として保存すること。

市立高校家庭科教員へのアンケート結果について

【概 要】

市立高校（9校）の家庭科教員を対象に、家庭科における消費者教育に関するアンケート調査を実施（回答：20名）

【アンケート項目】

1. 現在、行っている消費者教育に関する授業について

- 1-1. 家庭科の授業で消費者教育分野を教える時期 < P. 1 >
- 1-2. 家庭科における、消費生活分野の授業に関する生徒の興味・関心 < P. 1 >
- 1-3. 家庭科で、消費生活分野を扱う授業の時間数 < P. 2 >
- 1-4. 家庭科における、消費生活分野の授業で使用している教材 < P. 2 >
- 1-5. 1-3の授業以外で、消費者教育に関し取り組んでいること < P. 3 >

2. 家庭科の授業における、講師派遣や講座の利用状況について

- 2-1. 市、企業、団体等の講座（講師派遣）等の利用状況 < P. 4 >
- 2-2. 講座の主体や内容を知ったきっかけ < P. 4 >
- 2-3. 2-2の講座内容について < P. 5 >
- 2-4. 講座等を利用しなかった理由 < P. 5 >

3. 学習教材について

- 3-1. 今後、授業で使いたい教材 < P. 6 >
- 3-2. 消費者教育に関する教材で希望するテーマ < P. 7 >

4. 消費者教育の現状認識や課題等について

- 4-1. 生徒の消費者被害の把握方法について < P. 8 >
- 4-2. 消費者教育の必要性と現状について < P. 8 >
- 4-3. 成年年齢の引下げを踏まえた消費者教育推進の課題 < P. 9 >

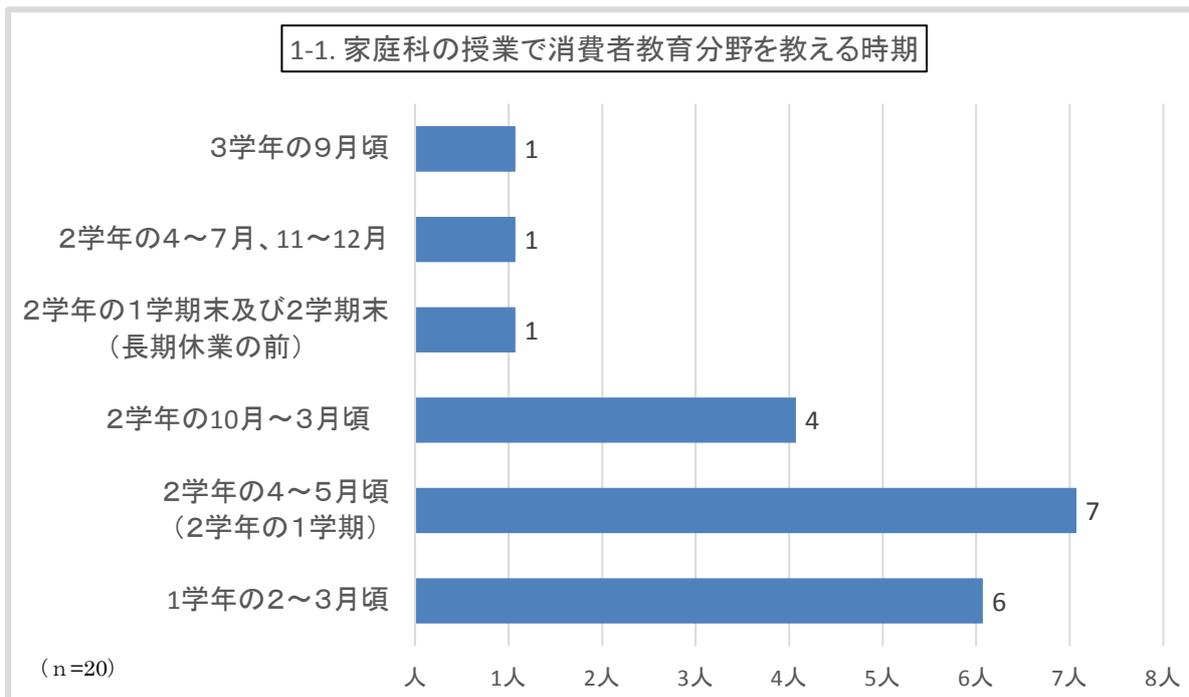
5. 消費者行政への要望・意見について

- 5-1. 消費者行政への要望や御意見について < P. 10 >

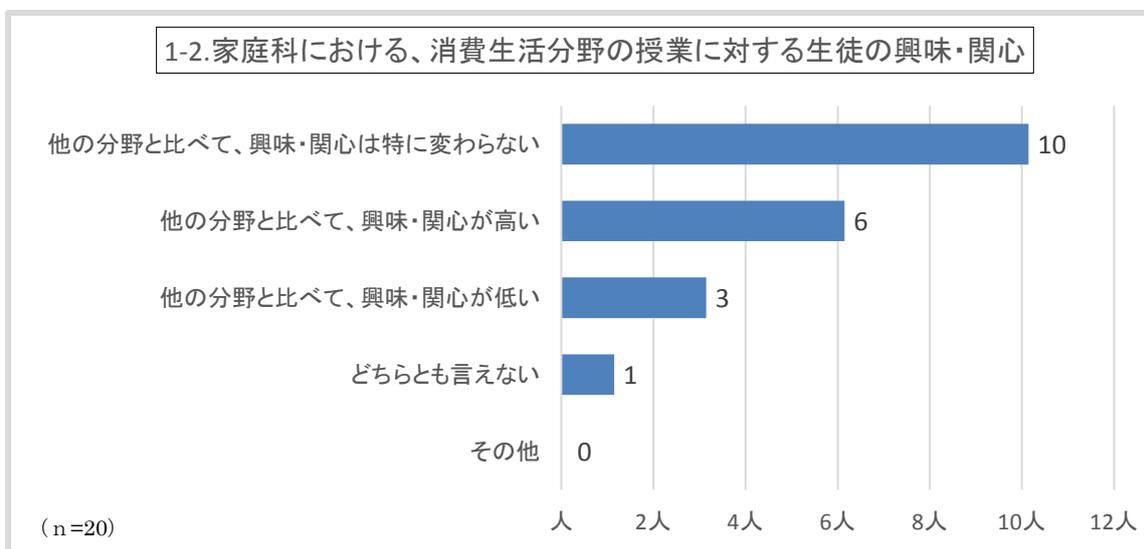
【アンケート集計結果】

次ページ以降

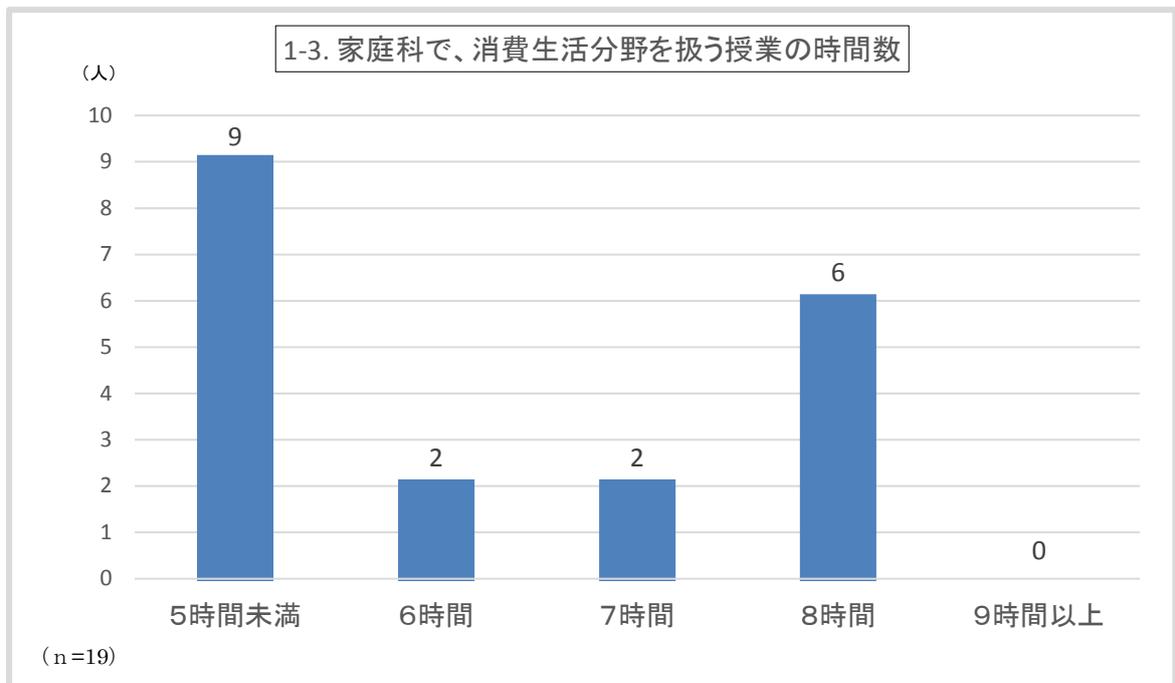
1. 現在、行っている消費者教育に関する授業について



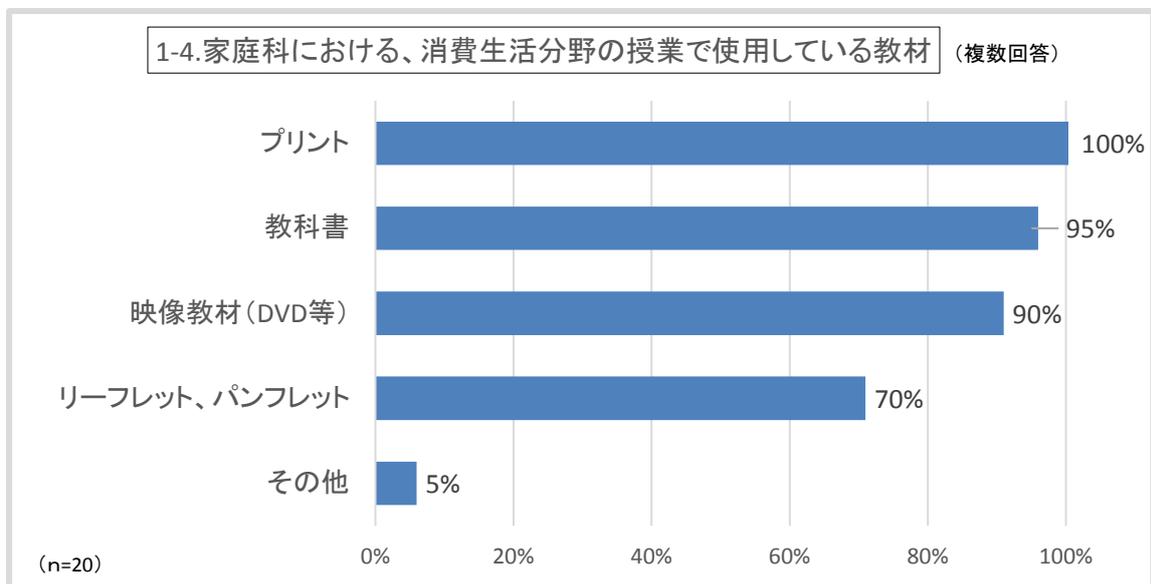
・「2学年の4月～5月（1学期）」、「1学年の2月～3月頃」、「2学年の10月～3月」の回答が多く、ほとんどの高校で、18歳になる前に消費者教育分野に関する授業を実施していることがわかる。



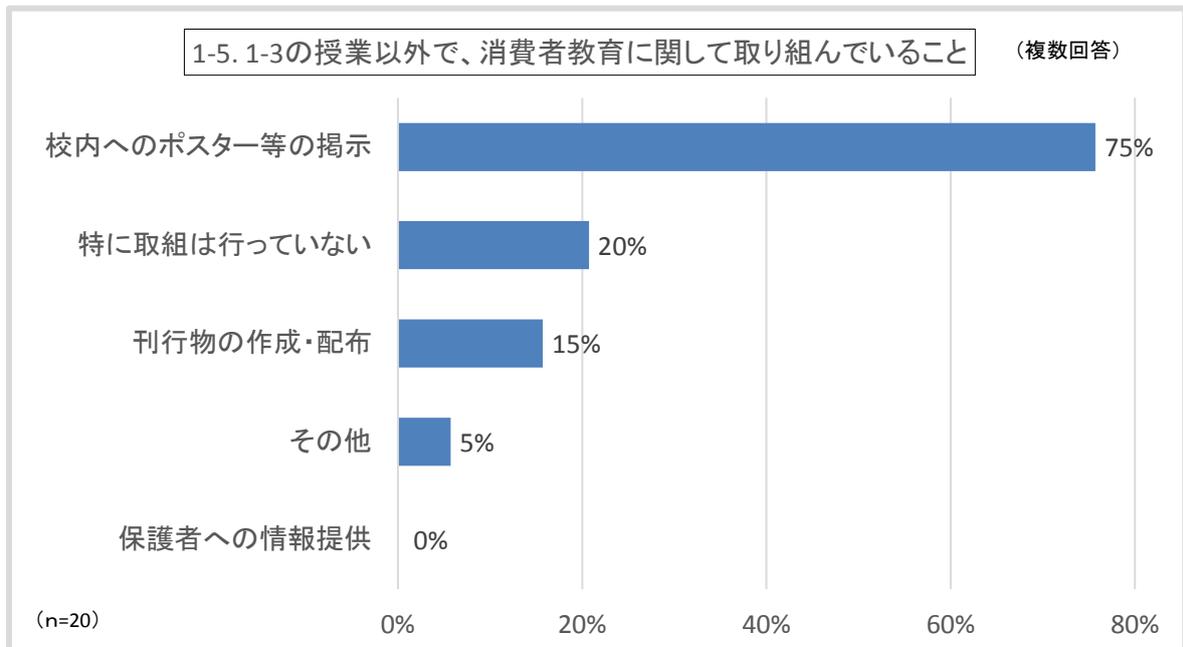
・半数が「他の分野と比べて、興味・関心は特に変わらない」とした一方、6人が「他の分野と比べて、興味・関心が高い」と回答
 ・また、「興味関心に個人差を感じられる。」との意見もあった。



- ・半数が「5時間未満」と回答
- ・一方で、次に多い回答が「8時間」となっており、学校によって状況が異なることがわかる。

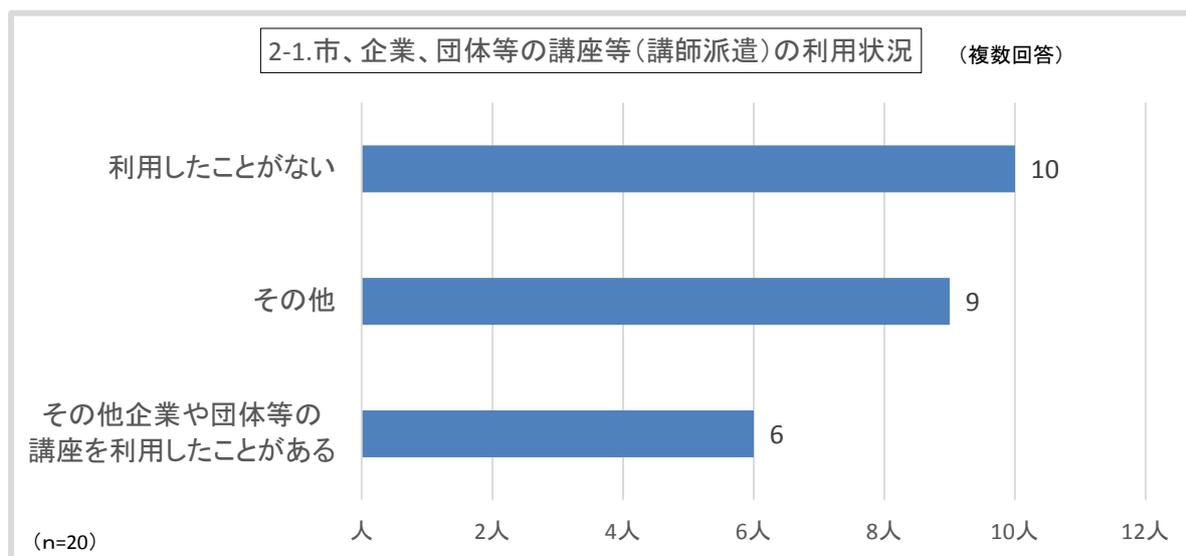


- ・「プリント」、「教科書」、「映像教材 (DVD等)」の使用についてはほとんどの方が使用していると回答
- ・「その他」として『クレジットカードの申込書』を使用している」という回答もあった。

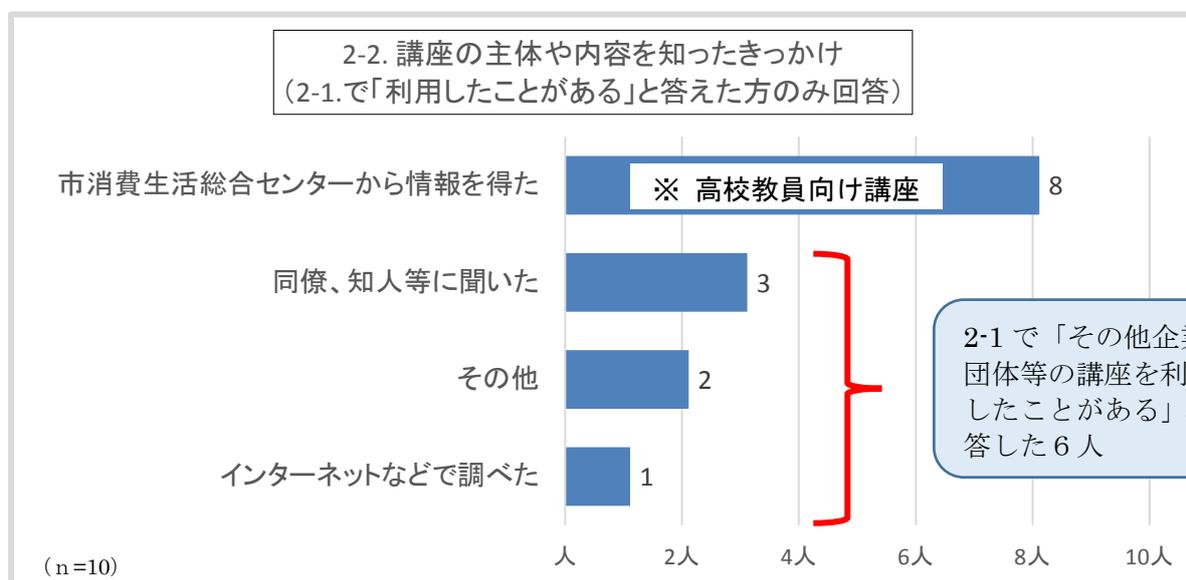


- ・「校内へのポスター等の掲示」という回答が一番多く、それ以外の回答も含めると、8割の方が何らかの取組を行っているという回答している。
- ・「その他」として、「他の教科の方で消費者教育関係を取り入れてもらっている」との回答もあった。

2. 家庭科の授業における、講師派遣や講座の利用状況について



- ・半数が「利用したことがない」と回答
- ・「その他」は、本市消費生活総合センターが講師を務めた、高校教員向け消費者教育講座（※30.8.20：教育課程協議会、H30.12.6：家庭科研究会）への参加（授業での利用ではない）
- ・「その他企業や団体等の講座を利用したことがある」と回答したのは6人



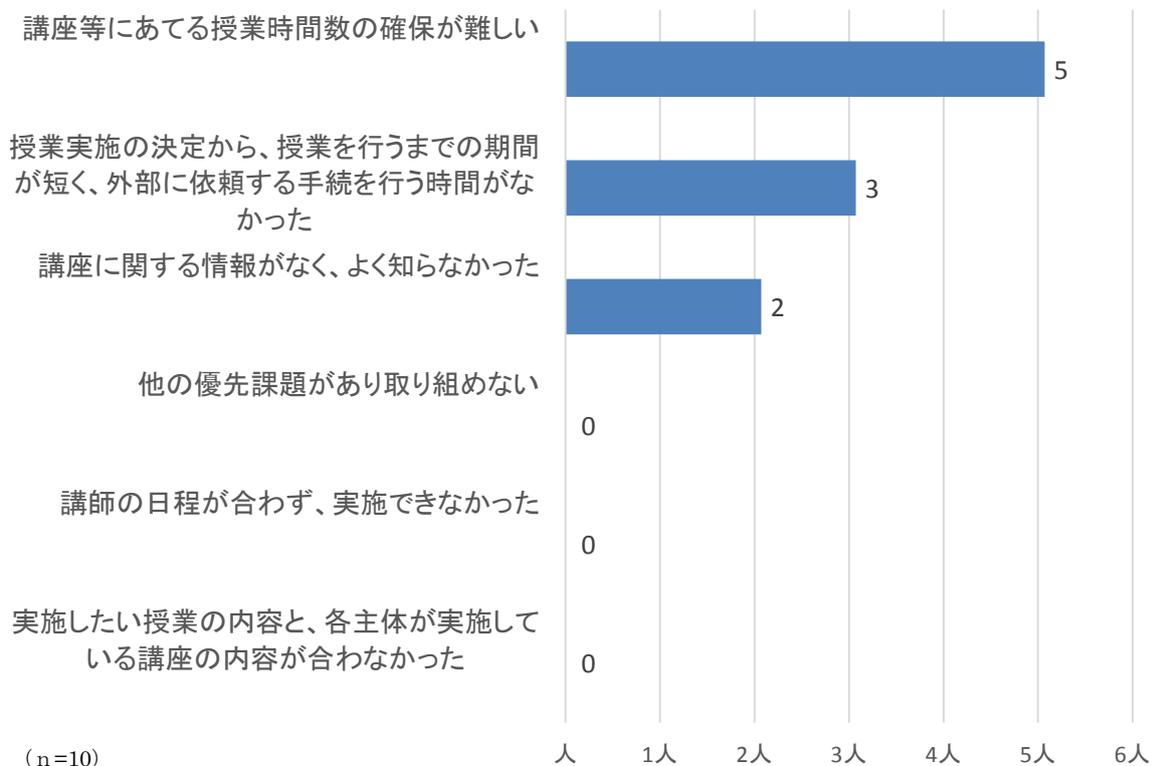
- ・「その他企業や団体等の講座を利用したことがある」と回答した方は、「同僚、知人等に聞いた」や「インターネットなどで調べた」と回答
- ・「その他」として、「学校に講座のお知らせが届いた」、「夏季休業前に団体から送られてきたパンフレットを見た」という回答があった。

2-3. 2-2 の講座内容について
(2-1 で「利用したことがある」と答えた方のみ回答)

【派遣団体や講座の内容】

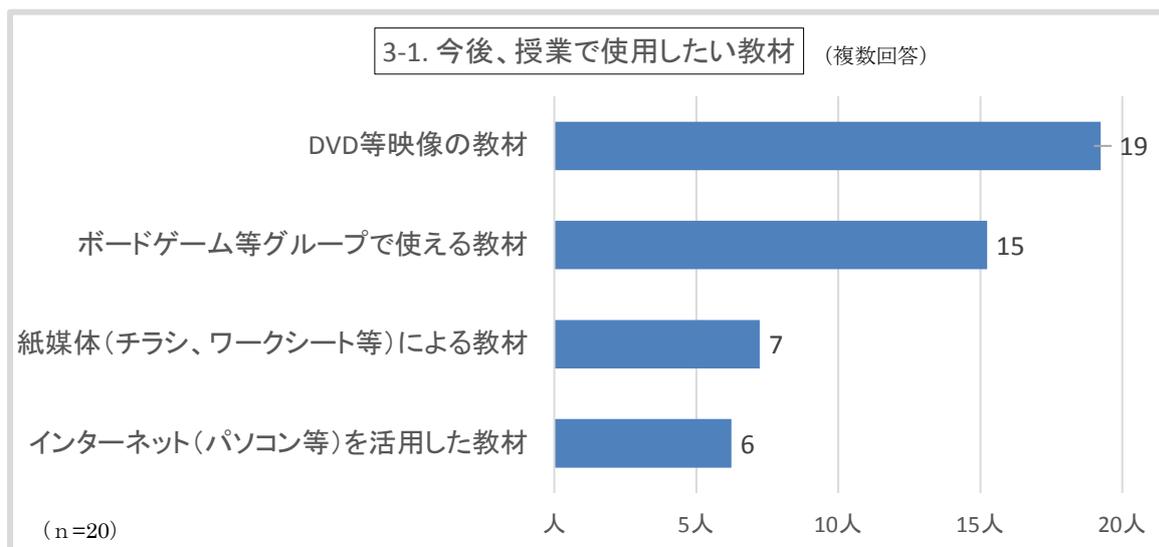
- ・公益財団法人 生命保険文化センター（講座内容不明）
- ・金融広報委員会（ファイナンシャルプランに関すること、赤字家計の再生に関すること）

2-4. 講座等を利用しなかった理由(2-1.で「利用したことがない」と回答した理由)



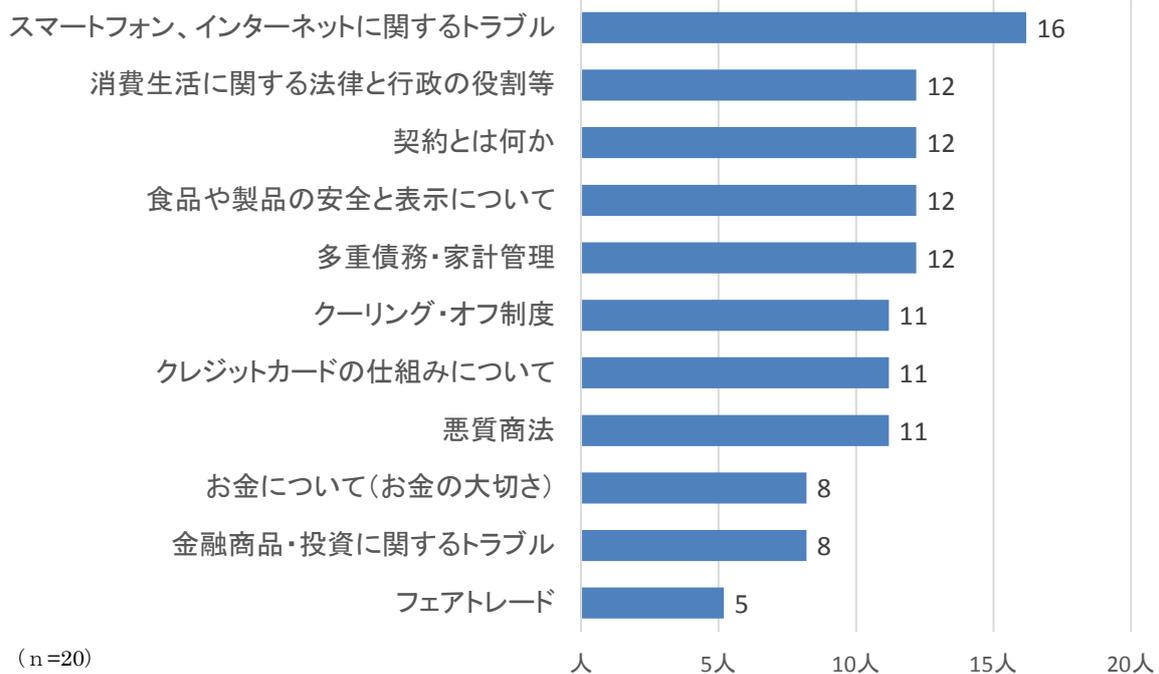
- ・講座を利用したことがないと回答した方のうちの半数が、「講座等にあてる授業時間数の確保が難しい」と回答
- ・「その他」として、「初任のためまだ、利用したことがない」、「3部制のため授業で取り入れるのには難しいと思われる。」との回答があった。

3. 学習教材について



- ・「DVD等映像の教材」については、ほとんどの方が回答
- ・次いで、「ボードゲーム等グループワークで使える教材」と回答した人が多かった。
- ・「その他」として、「リスクな心理傾向を知るためのグループワーク」という回答があった。

3-2. 消費者教育に関する教材で希望するテーマ (複数回答)



- ・「スマートフォン、インターネットに関するトラブル」と回答した人が一番多かった。
- ・次いで、「消費生活に関する法律と行政の役割等」、「契約とは何か」、「食品や製品の安全と表示について」、「多重債務・家計管理」と回答した人が多かった。
- ・「その他」として、「自分の収入に見合った、身の丈に合った暮らしと消費を考えさせる授業」という回答があった。

(参考) インターネットに関するトラブル ～個人間売買により加害者となるリスク～

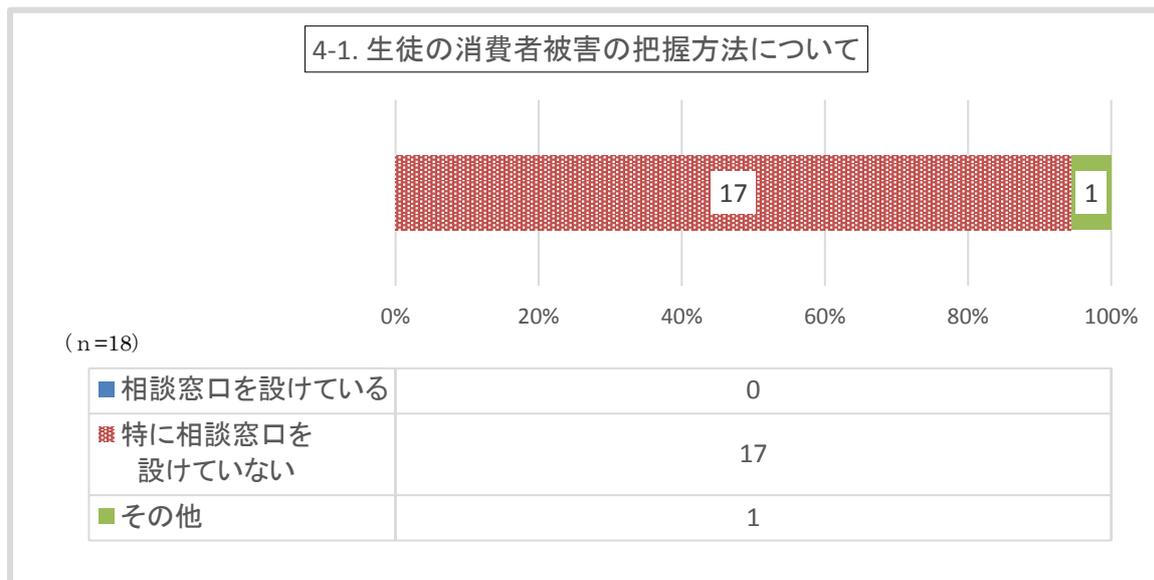
・インターネット上で個人同士が商品や役務を取引できるフリマアプリやフリマサイト等、フリーマーケットサービス（以下、フリマサービス）の利用が消費者の間で広がっている。相談内容を見ると、商品を購入した消費者から「商品が届かない」「壊れた商品・偽物等が届いた」等の相談などが寄せられている。

<出典：独立行政法人 国民生活センター 平成 30 年 2 月 22 日 報道資料>

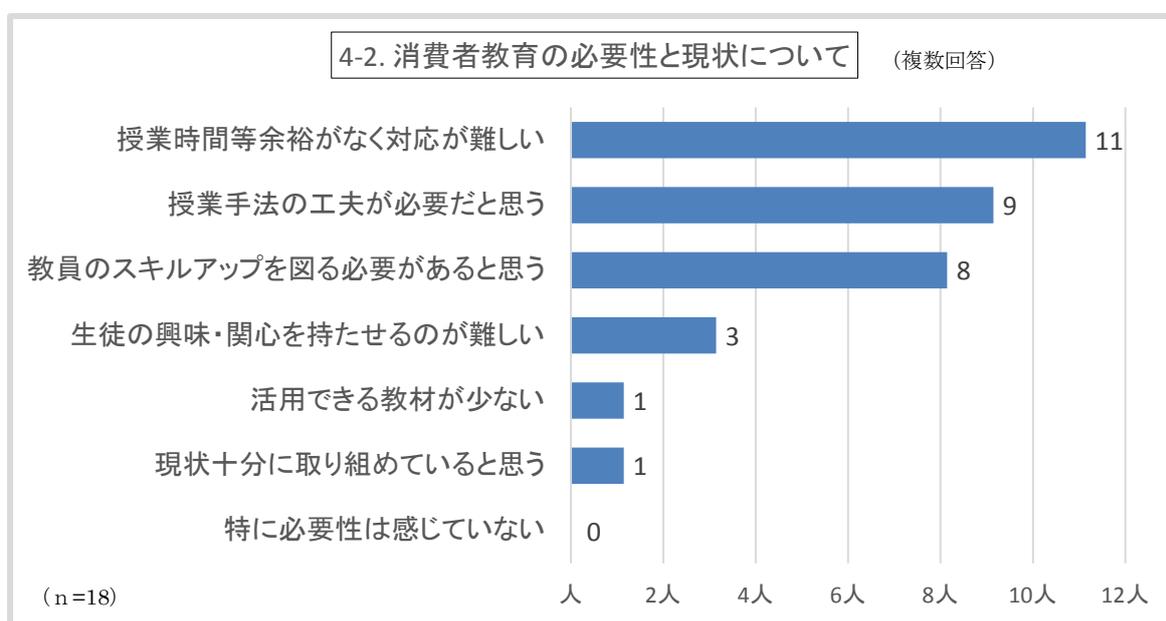
・一方、奈良県警は 2017 年 9 月にフリマサービスで、コンピューターウイルスの入手方法に関する情報を出品していたとして、中学 2 年生の男子生徒を児童相談所に通告し、この中学生から情報を購入していた 14 歳～19 歳の少年 4 人も、あわせて書類送検をした。

このように、出品する内容（化粧品や医薬品など）によっては、知らぬ間に加害者になってしまうというリスクも潜んでいる。

4. 消費者教育の現状認識や課題等について



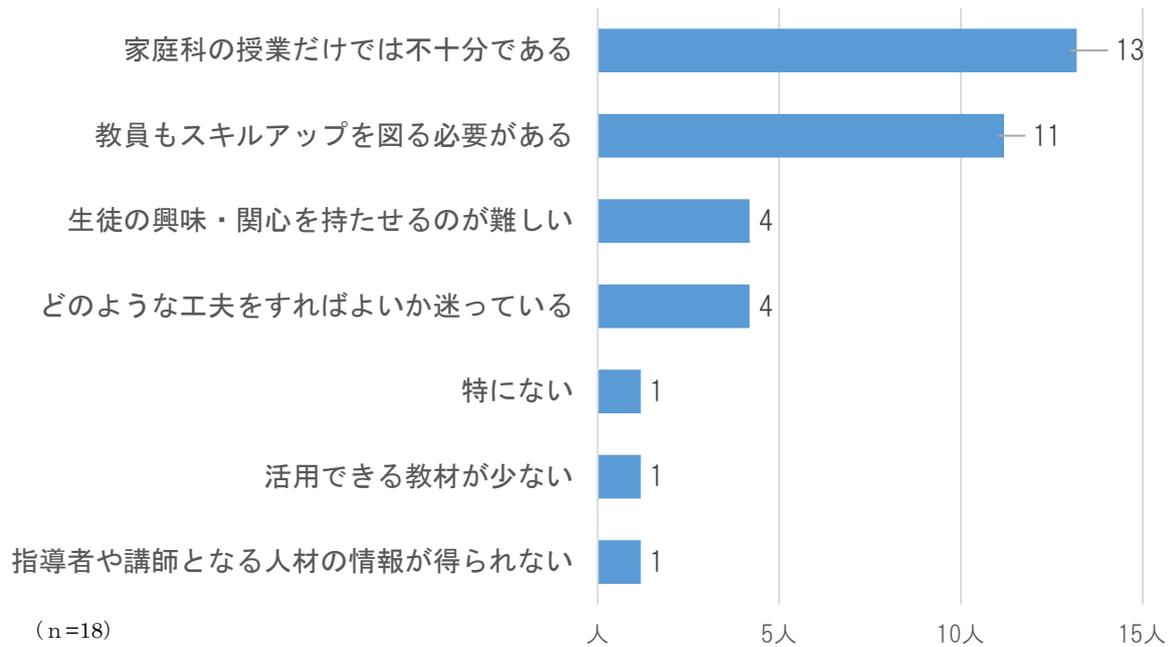
- ・「特に相談窓口を設けていない」と回答した人がほとんどだった。
- ・「その他」として、「授業で知ることが多い」という回答があった。



- ・「授業時間等余裕がなく対応が難しい」という回答が半数以上あった。
- ・次いで、「授業手法の工夫が必要だと思う」、「教員のスキルアップを図る必要があると思う」という回答が多かった。
- ・「その他」として、「今よりも時間が欲しいが、なかなか取れない」、「家庭科の内容は豊富でなかなか消費者教育の確保が厳しい現状がある」という回答があった。

4-3. 成年年齢の引下げを踏まえた消費者教育推進の課題

(複数回答)



- ・「家庭科の授業だけでは不十分である」と回答した人が多かった。
- ・次いで、「教員もスキルアップを図る必要がある」と回答した人が多かった。
- ・「その他」として、「特にクレジットカードの多重債務は実感がわからない」、「これまでも成人後の生活を意識させ、授業を行ってきているが、高校在校中に成人となり、責任が生まれることを十分意識させていきたいと考える」との回答があった。

5. 消費者行政への要望・意見について

5-1. 消費者行政への要望・御意見について

【教材や情報に関するご意見】

- ・キャッシュレス化への対応に関する資料・情報（スマホ決済の仕組みなど）が欲しい。
- ・クレジットカードの仕組みや利用上の注意、落とし穴などがまとまったDVDがあると嬉しい。
- ・若者向けのクレジットカード利用について、現状に合ったDVDが欲しい。



クレジットの正しい理解のために

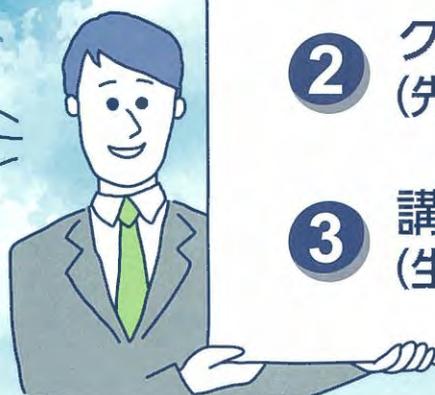
家庭科・社会科の先生へ クレジット教育支援活動のご案内

① クレジット教育用教材の提供

無料

② クレジットに関する勉強会
(先生方、学校教育関係者対象)

③ 講師派遣
(生徒、先生方、学校教育関係者対象)



キャッシュレス化が加速する社会へ羽ばたく生徒さんたち

金銭教育の一環として、キャッシュレスの代表的な支払い手段であるクレジットの基礎を理解する。そして「契約意識」を身につけ、自立した消費者として行動できるよう勉強する。日本クレジット協会では、上記3本柱で、先生方、学校教育関係者をサポートしています。

✔ クレジットカードと電子マネー、デビットカードの特徴は？

✔ 学習指導要領の改訂にどう対応しようかな？

✔ 18歳成人に向けて、どう教えようかな？

✔ 外部講師を無料で呼べないかな？

✔ クレジットのトラブルに巻き込まれないためには、どう教えようかな？

✔ 視聴覚教材は、ないかな？



詳細は
こちら



一般社団法人

日本クレジット協会

クレジット教育センター

認定割賦販売協会 認定個人情報保護団体

〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町14番1号 住生日本橋小網町ビル6階
TEL:03-5643-0011(代) FAX:03-5643-0081 E-mail:shoko@jcredit.jp
URL:https://www.j-credit.or.jp/

教材費・
送料無料

1 クレジット教育用教材の提供

協会からの提案

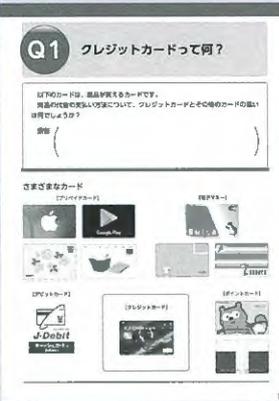
グループワークや
アクティブラーニングなどにも

クレジットワークブック (P.3 1)

&

クレジットワークブック 解説 (P.3 5)

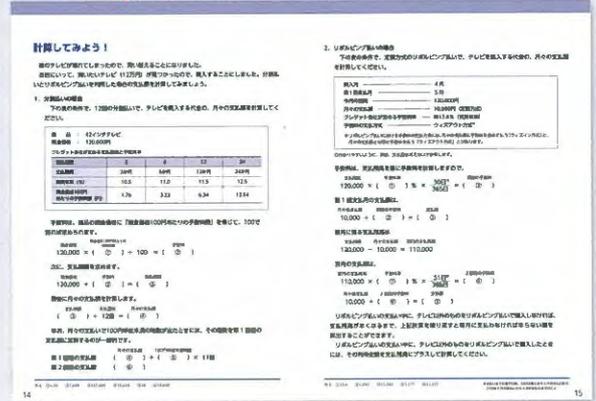
クレジットワークブック



クレジットワークブック 解説



先生用は解説付き



クレジットカードと、電子マネー、デビットカードの違いを切り口に、各カードの特徴を中学生、高校生に分かりやすく説明していきます。

分割払いの手数料が
どれくらいか計算してみる
ページもあります。

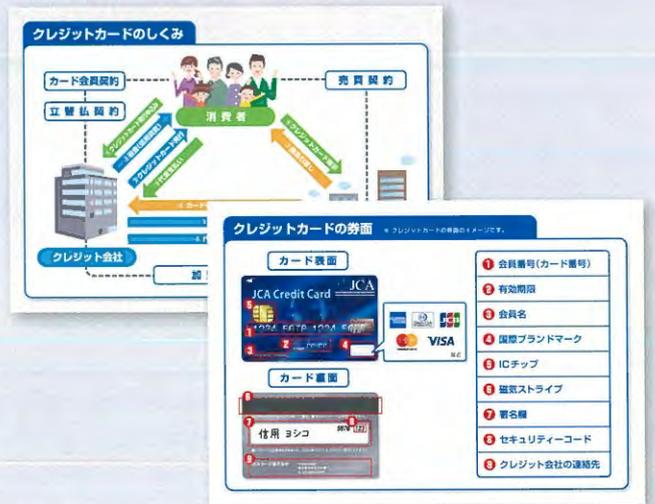
● 教材の使い方 組合せの例:三者間契約の説明 三者間契約ポスター×カード見本×利用伝票見本



カードに触れたことのない生徒も、直接手にすることで、実感しやすくなります。

掲示用「三者間契約ポスター」(P.3 7)

基本となるクレジットの三者間契約を説明。裏面は、クレジットカード券面の仕様説明。



生徒配布用のサンプル教材 (P.3 3と4)

新教材

クレジットカード実寸大の見本。生徒が手にして聞くことで、実感しやすくなります。



- ①カード見本(実寸大) 裏面の署名欄には、署名が可能。
- ②カード利用伝票の見本 ミシン目で切り離せ、伝票の記載項目も掲載。

● クレジット教育用教材一覧

<p>1 生徒用</p> <p>クレジットワークブック [第三版]</p> <p>生徒用の書き込み型ワークブック。(A4判-18ページ)</p> 	<p>2 生徒用</p> <p>くれじっと入門 [第四版]</p> <p>生徒配布用の基礎教材。Q&Aも掲載。(A4判-18ページ)</p> 	<p>3 生徒用</p> <p>クレジットカード見本</p> <p>実物大のクレジットカード見本。</p>  <p>新教材</p>	<p>4 生徒用</p> <p>利用伝票見本</p> <p>カード利用時の伝票の見本。右半分は、項目説明があり。</p>  <p>新教材</p>				
<p>5 先生用</p> <p>クレジットワークブック解説 [第四版]</p> <p>生徒用「クレジットワークブック」の解説本。各設問の解答と解説を掲載。(A4判-34ページ)</p> 	<p>6 先生用</p> <p>先生のためのクレジット教育実践の手引き [第六版]</p> <p>先生の参考用教材。クレジットについて詳しく解説(A4判-52ページ)</p> 	<p>7 三者間契約ポスター 黒板掲示用</p> <p>表面は、クレジットの契約関係の三者間の図。裏面は、クレジットカード券面の説明。(B3判-表裏)</p>  					
<p>8 風の惑星～GALE (ゲール)～ 視聴覚教材DVD</p> <p>ストーリー仕立てで、クレジットの使い方を解説。(本編33分、ケーススタディ13分)</p>  <table border="1"> <tr> <td>本編</td> <td>1.クレジットの主な特徴 2.クレジットの使い方 3.利用上の留意点</td> </tr> <tr> <td>ケーススタディ</td> <td>1.暗証番号の決め方 2.困ったときの相談先 3.カードの貸し借りは禁止 4.カードをなくしたら 5.利用明細の金額が異なっていたら 6.クレジットを利用するときの注意点</td> </tr> </table>		本編	1.クレジットの主な特徴 2.クレジットの使い方 3.利用上の留意点	ケーススタディ	1.暗証番号の決め方 2.困ったときの相談先 3.カードの貸し借りは禁止 4.カードをなくしたら 5.利用明細の金額が異なっていたら 6.クレジットを利用するときの注意点	<p>9 視聴覚教材DVD</p> <p>クレジット博士と学ぶクレジットカード入門</p> <p>クレジットカードの基本をアニメーションで解説。(本編38分)</p> 	<p>10 マンガ読本</p> <p>ナオキとカナのクレジット青春メモリー</p> <p>社会人1年目の主人公がクレジットの利用方法を学んでいくマンガ読本。(A4判-16ページ)</p> 
本編	1.クレジットの主な特徴 2.クレジットの使い方 3.利用上の留意点						
ケーススタディ	1.暗証番号の決め方 2.困ったときの相談先 3.カードの貸し借りは禁止 4.カードをなくしたら 5.利用明細の金額が異なっていたら 6.クレジットを利用するときの注意点						

貸出機器 「クレジットカード決済用モバイル端末」…端末貸出は無料(返送時の送料は、ご負担ください)。ご希望の方は、協会までお問合せください。

●各教材は、当協会HPIにも掲載しています。動画の視聴、教材のダウンロード(PDF)も可能です。

<https://www.j-credit.or.jp/education/school/provide.html>

2 クレジットに関する勉強会(先生方、学校教育関係者対象)

参加費無料

毎年、夏休み期間を中心に、実施しています。2018年度は、約200名の先生方に、ご参加いただきました。2019年度の勉強会は、別紙「クレジットに関する勉強会(先生方、学校教育関係者対象)」をご覧ください。

- 主な内容**
- ①クレジットに関する基礎知識
 - ②利用上の留意点
 - ③質疑応答
 - カードデモ端末体験など



3 講師派遣(生徒、先生方、学校教育関係者対象)

1 中学校、高等学校、大学など

主な項目:クレジットの基礎知識、利用方法、
利用上の留意点

その他:「クレジット会社の主な業務」など、商業的視
点を踏まえたテーマなど、出来る限り学校
のご希望に沿って講義します。



2 先生の研修会(家庭部会等)

左記生徒向けの項目をベースに、より詳しく説明しま
す。要望に応じて消費者相談事例なども説明します。

活用:教育委員会、教育センター等の研修会、家庭
部会など。



授業・講演の テーマ例

中学2年生:「18歳になったときに、クレジットカードと、どう付きあうか」

中学3年生:「クレジットカードの仕組みを知ろう」

高校2年生:「クレジットの仕組みや注意点を知って、金銭感覚を養おう」

高校3年生・卒業生研修:「卒業後の生徒達がクレジットのトラブルに巻き込まれないために」

教育センター研修:「新学習指導要領実施に向けたクレジットの勉強会」

家庭部会勉強会:「キャッシュレス社会の歩き方」

生徒さんの声

VOICE

- 正しく使えば、便利だと思った(中学生)。
- 電子マネーとの違いが、理解できた(中学生)。
- 大人になる前に聞いておいてよかった(高校生)。
- クレジットは便利そうだが、使いすぎには気をつけようと思った(高校生)。

先生方の声

VOICE

- リボ払い・分割払い(支払方式の違い)の説明に困っていたが、ヒントを得た。
- カードのサイン(署名)の意味が、理解できた。
- 具体的な相談事例の説明があり、参考になった。
- スマホ本体の契約にクレジットが使われているのを初めて知った。

よくある 質問

Q1 講師派遣の費用は、無料ですか?

A1 派遣費用(講演料、交通費、宿泊費)は、原則無料です。資料の印刷と、会場(設備含む)は、ご用意ください。



Q2 いつまでに、依頼すればよいですか?

A2 希望日時(土日祝日除く)の2ヵ月前までに、別紙「講師派遣の申込書」をご送付ください。講演テーマ、スケジュール等によっては、お受けできない場合もあります。

そのほかクレジット教育に関する案内は、
協会ホームページをご覧ください。

<https://www.j-credit.or.jp/education/>

日本クレジット協会 クレジット教育

検索



一般社団法人日本クレジット協会は、クレジット関連会社・団体 約940社で構成するクレジットに関する総合団体で、割賦販売法に基づく認定割賦販売協会及び個人情報保護法に基づく認定個人情報保護団体です。
前身の日本クレジット産業協会から合わせると約30年、クレジット教育・金銭教育の普及・充実を目指して、学校での「クレジット教育支援活動」を実施しています。

参加費無料

クレジットに関する勉強会 (先生方、学校教育関係者対象)

毎年夏休み期間に開催

日本クレジット協会の学校教育担当者が、クレジットの基礎を中心に、中学、高校の授業などで、生徒さん達に伝えたい内容やポイントを、説明します。

先生方の知識や、授業作りの参考にお役立てください。

(下記日程とは別に、家庭部会などでの個別開催も可能です。お気軽にお問合せください。)

内容

- ①クレジットに関する基礎知識
 - ②利用上の留意点
 - ③質疑応答
- カードデモ端末機
体験など



先生方の声

- ・「分割払い」と「リボルビング払い」の違いの図がわかりやすく、説明の参考になった。
- ・スマホ決済とクレジットカードの関連が、理解できた。授業の引き出しが増えた。
- ・グループワークに使える教材ももらえて、授業に活用できそう。

VOICE



地区	日程 14:00-16:30	会場	住所	アクセス
札幌	7月26日(金)	TKP札幌カンファレンスセンター	札幌市中央区北3条西3丁目1-6 札幌小暮ビル	市営地下鉄 さっぽろ駅徒歩2分 JR札幌駅南口徒歩5分
福島	7月26日(金)	ホテル福島グリーンパレス	福島市太田町13-53	福島駅西口徒歩2分
東京①	7月23日(火)	日本クレジット協会	中央区日本橋小網町14-1 住生日本橋小網町ビル6階	人形町駅A2出口徒歩4分 水天宮前駅8番出口徒歩6分
東京②	8月5日(月)	日本クレジット協会	中央区日本橋小網町14-1 住生日本橋小網町ビル6階	人形町駅A2出口徒歩4分 水天宮前駅8番出口徒歩6分
千葉	8月22日(木)	TKP千葉駅東口ビジネスセンター	千葉市中央区新町1-20 江澤ビル 4階	JR千葉駅東口徒歩4分 京成千葉駅京成東口徒歩4分
横浜	8月20日(火)	TKP横浜駅西口カンファレンスセンター	横浜市神奈川区鶴屋町2-24-1 横浜谷川ビルディングANNEX	JR横浜駅西口徒歩5分 市営地下鉄横浜駅西口徒歩5分
福井	8月8日(木)	福井市地域交流プラザ	福井市手寄1丁目4-1 AOSSA5階	JR福井駅東口徒歩1分 えちぜん鉄道福井駅徒歩1分
静岡	8月21日(水)	静鉄ホテルプレジオ静岡駅南	静岡市駿河区南町13-21	JR静岡駅南口徒歩2分
名古屋	8月9日(金)	TKP名古屋駅前カンファレンスセンター	名古屋市中村区名駅2-41-5 CK20名駅前ビル	市営地下鉄名古屋駅 1出口徒歩3分 JR名古屋駅桜通口徒歩7分
大阪	8月7日(水)	TKPガーデンシティ東梅田	大阪市北区曾根崎2丁目11-16 梅田セントラルビル	大阪メトロ東梅田駅6番出口徒歩1分 阪神本線梅田駅東改札徒歩4分
神戸	8月8日(木)	TKP神戸三宮カンファレンスセンター	神戸市中央区御幸通6丁目1-12 三宮ビル東館	JR三ノ宮駅東口徒歩5分 市営地下鉄三宮駅東出口徒歩7分
広島	8月1日(木)	TKPガーデンシティPREMIUM広島駅前	広島市南区大須賀町13-9 ペルヴェオフィス広島	JR広島駅南口徒歩2分 広島電鉄広島駅徒歩3分
高松	7月31日(水)	高松センタービル	高松市寿町2-4-20	JR高松駅徒歩10分 ことでん高松築港駅徒歩6分
福岡	8月1日(木)	TKPガーデンシティ博多新幹線口	福岡市博多区博多駅中央街5-14 福さ屋本社ビル	JR博多駅 筑紫口徒歩1分 市地下鉄博多駅筑紫口徒歩1分
熊本	8月2日(金)	TKPガーデンシティネストホテル熊本	熊本市中央区辛島町4-39 ネストホテル熊本	熊本市電辛島町駅徒歩5分

クレジットに関する勉強会 参加申込書

1. 参加希望地区

13:45～受付、14:00～16:30まで

▼ 参加希望地区に○印をお付けください

参加希望	開催地	日程	参加希望	開催地	日程
<input type="checkbox"/>	札幌	7月26日(金)	<input type="checkbox"/>	名古屋	8月9日(金)
<input type="checkbox"/>	福島	7月26日(金)	<input type="checkbox"/>	大阪	8月7日(水)
<input type="checkbox"/>	東京①	7月23日(火)	<input type="checkbox"/>	神戸	8月8日(木)
<input type="checkbox"/>	東京②	8月5日(月)	<input type="checkbox"/>	広島	8月1日(木)
<input type="checkbox"/>	千葉	8月22日(木)	<input type="checkbox"/>	高松	7月31日(水)
<input type="checkbox"/>	横浜	8月20日(火)	<input type="checkbox"/>	福岡	8月1日(木)
<input type="checkbox"/>	福井	8月8日(木)	<input type="checkbox"/>	熊本	8月2日(金)
<input type="checkbox"/>	静岡	8月21日(水)			

各開催日の2週間前が締切日です

参加申込み

- FAXまたはメールの受領をもって、申込完了となります(当方より、受講証は送付しません)。
- 最少開催人数5名に満たない場合は、中止となります。中止の際は、開催1週間前までに連絡しますので、連絡のつくTEL等をご記入ください。

2. 参加者

勤務先・学校名			
所在地	〒	都道府県	市区郡町
TEL			FAX
氏名			担当教科 家庭科・社会科・その他()

3. その他 (校長先生宛の案内文書が必要な場合、宛名等ご記入ください。)

--

- <注意事項等>
- ・参加証明書は、当日配布します。
 - ・ご記入いただいた個人情報は、クレジット教育支援活動に関する連絡事務に利用します。

お問合せ

一般社団法人 日本クレジット協会
クレジット教育センター

〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町14番1号 住生日本橋小網町ビル6階
TEL:03-5643-0011(代) FAX:03-5643-0081 E-mail:shoko@jcredit.jp

クレジット教育用教材申込書

1. クレジット教育用教材申込

教材の種類		教材名 (〇数字は、活動案内 P.3 の教材の番号)	必要部数
生徒用	ワークブック	①クレジットワークブック (第三版) ※申込単位 50 部	
	テキスト	②くれじっと入門 (第四版) ※申込単位 50 部	
	見本	③クレジットカード・④利用伝票見本のセット ※申込単位 50 部単位 ※カード・利用伝票は、セットでの申込みに限定	
先生用	ワークブック 解説書	⑤クレジットワークブック解説 (第四版)	
	解説書	⑥先生のためのクレジット教育実践の手引き (第六版)	
掲示用		⑦三者間契約ポスター ※1 校につき 1 枚まで	
視聴覚教材 DVD		⑧風の惑星～GALE (ゲール)～ ※1 校につき 1 枚まで	
		⑨クレジット博士と学ぶクレジットカード入門 ※1 校につき 1 枚まで	
マンガ読本		⑩ナオキとカナのクレジット青春メモリー ※申込単位 50 冊	

- ※1 お申込み受領後、お届けまでに、3～4 週間いただく場合があります。
 ※2 在庫に限りがありますので、なくなり次第終了する場合があります。
 ※3 複数のお申込みや、数が多い場合は、梱包が分かれる場合があります。

2. 教材送付先

学校・勤務先	
学校所在地	〒 _____ 都道 市区 府県 郡町
TEL	
担当教科	家庭科 ・ 社会科 ・ その他 ()
氏名	

※上記の個人情報は、お申込みの教材等の発送、クレジット教育支援活動の連絡事務に利用します。
 ※本申込書は学校・教育機関向けのものです。それ以外の方は、別途お問い合わせください。

<お申込み、ご連絡先>

一般社団法人日本クレジット協会 クレジット教育センター (消費者・広報部内)
 〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町 14 番 1 号 住生日本橋小網町ビル 6 階
 TEL : 03-5643-0011 (代) FAX : 03-5643-0081 Email : shoko@jcredit.jp

講師派遣申込書

1. 講師派遣のご希望内容

希望日時 (原則、平日のみ)	第1希望	令和 年 月 日 () ~
	第2希望	令和 年 月 日 () ~
	第3希望	令和 年 月 日 () ~
参加人数 (予定)	名	属性 (学年、学科)
開催会場	会場名	
	所在地	〒 都道府県 市区郡町
	TEL	
	最寄駅	駅 (駅からの交通手段 徒歩・バス・タクシー 分)
開催趣旨・目的		
希望テーマ 時間・内容等		
その他のご要望		

2. お申込者情報

学校・勤務先		
所在地	〒 都道府県 市区郡町	
連絡先	TEL	
	Email	
担当教科	家庭科 ・ 社会科 ・ その他 ()	
氏名		

※上記の個人情報は、お申込みに基づく資料・教材等の発送、クレジット教育支援活動の連絡事務に利用します。
※本申込書は学校・教育機関向けのもので、それ以外の方は、別途お問い合わせください。

<お申込み、ご連絡先>

一般社団法人日本クレジット協会 クレジット教育センター(消費者・広報部内)
〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町14番1号 住生日本橋小網町ビル6階
TEL: 03-5643-0011 (代) FAX: 03-5643-0081 Email: shoko@jcredit.jp