

成年年齢引下げを見据えた環境整備について

～全国消費生活相談員協会の
消費者教育の取り組み～



平成30年11月1日

公益社団法人 全国消費生活相談員協会

阿部 美雪

全国消費生活相談員協会（全相協）の紹介



■ 設立

- 1977年 「国民生活センターの消費生活相談員養成講座修了者の会」として発足、消費者問題の専門家集団
- 1987年 社団法人 全国消費生活相談員協会（経済企画庁所管、現在消費者庁）
- 2007年 適格消費者団体（内閣総理大臣認定）
- 2012年 公益社団法人全国消費生活相談員協会

■ 会員

全国の自治体等の消費生活相談窓口勤務する消費生活相談員を主な会員としている 約2000名
全国に7支部

■ 事務所

本部事務所 東京都中央区
関西事務所 大阪市
北海道事務所 札幌市



全相協の主な活動



- 全国3カ所の事務所で「週末電話相談」を開設
- 必要に応じて全支部で「電話相談110番」を実施
- 適格消費者団体として、事業者の不当勧誘、不当表示
不当条項等に対して差止請求や改善要望
- 消費生活相談員のレベルアップのための各種研修
- 「消費者問題出前講座」の実施
- 行政機関からの委託による消費生活相談・啓発活動
- 各省庁、業界団体、事業者等との意見交換、また、各種委員会等において消費者の声を伝える消費者委員としての活動

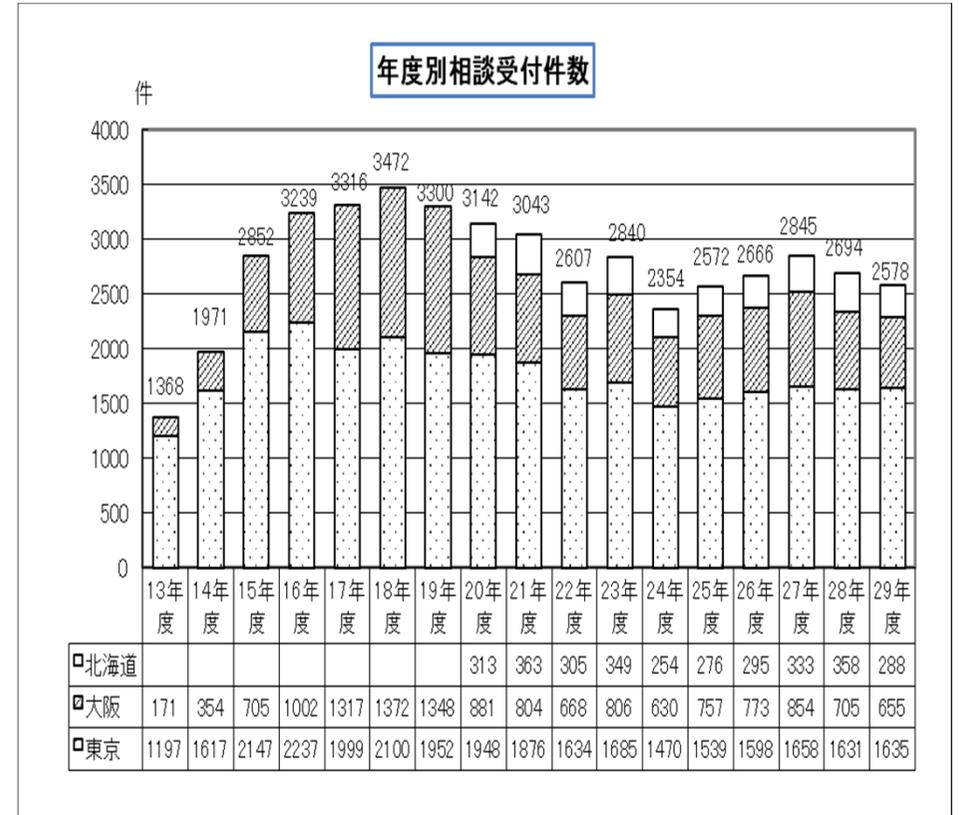
全相協週末電話相談 2017年度は2578件

■消費者被害の救済・被害の予防として

週末電話相談

- ・1998年4月より開始
- ・相談で得られた 情報を基に、消費者被害の救済・被害の予防、啓発や消費者教育を行っている。

- ・「週末電話相談報告書」及び主な相談事例をまとめた冊子「こんな相談ありました!!」を毎年作成し、消費者啓発消費者教育に役立てている。





若者の相談はインターネット利用に関するものが中心

図表 I-1-3-8 若者の商品・サービス別上位相談件数（2017年）

男性					
15-19歳		20-24歳		25-29歳	
件数		件数		件数	
1	アダルト情報サイト	1,022	賃貸アパート	1,082	賃貸アパート
2	デジタルコンテンツ(全般)	432	デジタルコンテンツ(全般)	974	デジタルコンテンツ(全般)
3	オンラインゲーム	353	アダルト情報サイト	935	フリーローン・サラ金
4	テレビ放送サービス(全般)	306	フリーローン・サラ金	884	アダルト情報サイト
5	ビジネス教室	269	商品一般	743	商品一般
6	他のデジタルコンテンツ	239	普通・小型自動車	591	光ファイバー
7	出会い系サイト	180	出会い系サイト	523	普通・小型自動車
8	商品一般	175	他のデジタルコンテンツ	506	他のデジタルコンテンツ
9	賃貸アパート	148	光ファイバー	472	携帯電話サービス
10	普通・小型自動車	102	他の内職・副業	404	出会い系サイト

女性					
15-19歳		20-24歳		25-29歳	
件数		件数		件数	
1	他の健康食品	567	脱毛エステ	2,084	賃貸アパート
2	アダルト情報サイト	525	デジタルコンテンツ(全般)	1,255	脱毛エステ
3	デジタルコンテンツ(全般)	474	賃貸アパート	1,125	デジタルコンテンツ(全般)
4	テレビ放送サービス(全般)	191	出会い系サイト	926	商品一般
5	他のデジタルコンテンツ	186	アダルト情報サイト	764	出会い系サイト
6	コンサート	184	他のデジタルコンテンツ	666	他のデジタルコンテンツ
7	脱毛剤	179	他の健康食品	656	他の健康食品
8	商品一般	155	商品一般	592	アダルト情報サイト
9	出会い系サイト	153	痩身エステ	454	フリーローン・サラ金
10	賃貸アパート	146	モバイルデータ通信	443	モバイルデータ通信

黄色 : デジタルコンテンツ 黄緑色 : 一人暮らしがきっかけとなり得るもの
 緑色 : 借金に関するもの 青色 : 自動車に関するもの ピンク色 : 美容に関するもの

(備考) 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2018年3月31日までの登録分）。
 2. 品目は商品キーワード（小分類）。

・若者の相談は、性別、年齢層を問わず、インターネット利用に関する者が多い。

・20歳代の男性では、「フリーローン・サラ金」についての相談が多くなっている

・SNSで知り合った人から「必ずもうかる」と勧誘され、消費者金融等で多額の借入れをして情報商材等を購入したが儲からない等

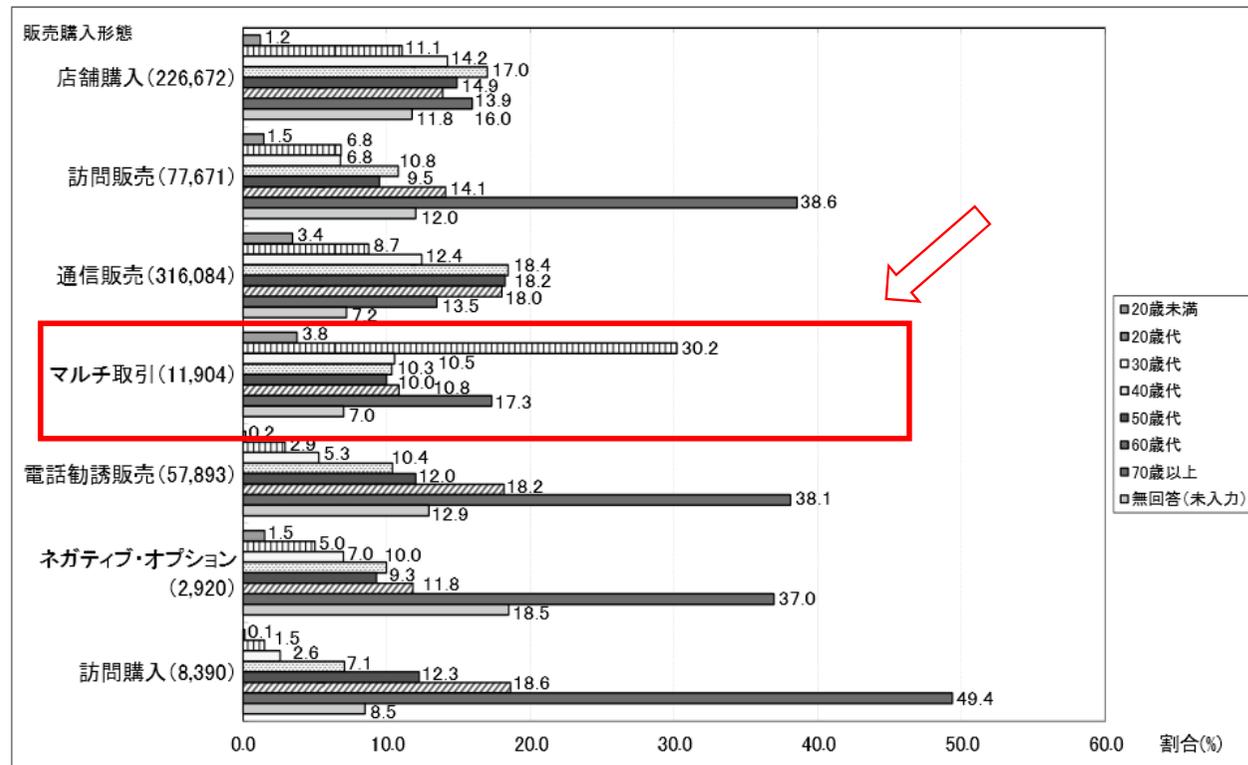
※20歳未満、20歳代、30歳代、40歳代は 相談割合は減少

若者のマルチ取引に関する相談



PIO-NETにみる消費生活相談—全国のデータから—

図8 主な販売購入形態別にみた契約当事者年代割合（2017年度）



・「マルチ取引」に関する相談は2016年度に件数が減少したものの、2017年度は増加した

・契約当事者の年代別では20歳代の相談が30.2%を占めている。

・商品・役務等でみると「ファンド型投資商品」の相談が件数、割合ともに増加した。

(注1) 表中の割合は各形態別の全体数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

(注2) 「訪問販売」には「家庭訪販」「アポイントメントセールス」「SF商法」「キャッチセールス」などが含まれる。

消費生活年報2018

若者のトラブル事例 1 (週末電話相談室から)



- ① 一人暮らしの娘(20歳大学生)が、マルチ商法に関わり、クレジットカード払いで浄水器やシャンプーなどの商品を大量に買っている。未成年者の時に私が保証人となり、クレジットカードを持たせていた。今は借金がかさみ困っている。何とかやめさせたい。(50歳 女性 給与所得者)
- ② 路上で声をかけられモデルのスカウトされた。お金はかからないと言っていたが、レッスンを受けるよう勧められて半年間15万円の契約をし、クレジットカード10回払いにした。その後36万円かかるが所属モデルにならないかと言われ、払えないと断ると20万円がいいと言われ承諾したが高額で払えないのでやめたい(21歳 女性 大学生)
- ③ 友人に食事に誘われて行くと、貸会議室で開かれていた、オンラインカジノのビジネスセミナーだった。オンラインカジノサイトに登録し会員になるとカジノで遊べ、勧誘した人が会員になると利益になると勧められた。登録料は20万円だったので持ち合わせがないと断ったが、キャッシングして払うよう言われ、断り切れず入会した。(24歳 男性 給与所得者)

若年者のトラブル事例 2（週末電話相談室から）

- ④ 1か月半間前にネットで調べたクリニックで脱毛エステを契約した。5回で25万円で個別クレジット契約の24回払い。1度施術を受けたが高額な契約のため、昨日契約を伝えると1回の施術と違約金で75000円と言われた。その後個別クレジットの解約料を含め82000円と言われた。説明の度に違約金が解変わり納得できない。
(23歳 女性 給与所得者)
- ⑤ 痩身スモーザーのキャンペーンをネット広告で見て、6食100円なので購入し、商品が届いた。しかし、昨日、業者から、定期購入の契約になっていて、商品を配送したというメールが来た。そのような表示は見えていない。解約したい。
(28歳 女性 無職)
- ⑥ 結婚式場の説明会に行き、当日契約をしたら割引になると言われて契約をした。だが2軒目の式場の方が良かったので、翌日キャンセルをしたいと伝えると予約金30万円を払うように言われた。約款では契約成立後のキャンセル料は予約金30万円となっている。ほとんど何もサービスを受けていないのに30万円も払うことに納得できない。
(25歳 男性 給与所得者)

若年者の消費者トラブルの特徴



若者がトラブルに遭うのは

「知識」「社会経験」「お金(資力)」が乏しい

- ①20歳直後から勧誘される。
- ②SNSなどバーチャルな人間関係を信用しやすい。
- ③インターネットは駆使しても広告や情報の真偽を確かめない。
- ④契約に関する知識が乏しい。
- ⑤誰にも相談しない
- ⑥その場の雰囲気や周囲の空気感を壊さないようにする気持ちが強く、事業者からの勧誘をきっぱり断ることができない。
- ⑦借金をして支払っている。

➡返済できなくなり相談する

消費生活相談の目的 相談対応



■目的 機能

- ① 消費者支援 ⇒ 情報格差、交渉力格差の是正
- ② 消費者が適切な選択あるいは自主交渉できるように助言、情報提供をする。
- ③ 消費者被害回復のためにあっせん交渉をする。
- ④ 消費生活センターより適切な処理ができる機関を紹介する。
- ⑤ 今後の被害の未然防止のために啓発をする。

■相談対応

①未成年者の契約

未成年者取消権の活用 →立証が簡易 そのため、悪質な事業者への抑止効果がある。

②成人の契約

特定商取引法や消費者契約法の活用

→ 取引方法や要件の検討

→ 事業者に交渉、説得を行う →聴き取る力、説明力、交渉力、説得力、調整力等が必要

- ### ③最近は、一度支払ってしまった場合、被害回復が困難なケースが多くなっているが、若年者の多くは弁護士委任や、裁判までは望まない。

若者の消費者被害防止・被害回復のために必要な手当て



① 消費者教育

- ・教員自身の指導方法、教材の活用方法の習得
- ・消費者教育を実施できる環境の整備
- ・地域の学校と消費生活センター等との連携
- ・適切な消費者教育コーディネーターの設置
- ・教育の現場における外部の専門家の活用の仕組みを整備
- ・消費者庁・文科省・法務省・金融庁の連携
- ・自治体と教育委員会との連携
- ・行政・消費者団体・事業者団体等との連携

② 特定商取引法・消費者契約法等のさらなる整備

③ 事業者による年齢や状況に応じた配慮

全相協の消費者教育の取り組み 1



■消費者問題出前講座 高齢者の見守り講座

- ・2001年に内閣府からの委託事業として「消費者問題出前講座」を開始
- ・平成13年9月から平成26年度まで、延べ講座件数、約2万件、延べ受講者数は、82万5000人に達した。

■全相協消費者講座

- ・2015年より自主事業として無料の講座を展開。
3年間で944件 4万6千人の受講者があった。
- ・本年度も開催中。

■消費者教育コーディネーター講座 見守りサポーター講座他

- ・自治体、消費者団体から多数依頼があり開催している

全相協の消費者教育の取り組み 2



■消費者啓発・消費者教育用冊子等の作成と講座の実施

様々な冊子・DVD・紙芝居・書籍・リーフレットを作成

・DVD作成

「まさととめぐみのおこづかいを考えよう」小学生高学年を対象とする金銭教育

「若者の契約トラブルしまった！困った！だまされた！？」ーネットトラブル・マルチ商法ー

・冊子・紙芝居等作成

「ぼくもしょうひしゃ わたしも消費者」、「ごみから見つめるエコ

ライフ」、「育てよう消費者知力ー家庭でできる10才からの消費者教育」、「法を学ぼう・はじめの・一歩 正義をさがそう」

「親子で学ぼう消費者教育 上手なお金の使い方 実践ワーク集」

紙芝居「もりのだんごやさん」「契約の達人」他

■SNS(Twitter)での情報発信

2018年1月から、若者・一般消費者への情報発信を開始



2017 全相協 消費者教育研究所を設立



■消費者教育研究所の目的

- ・消費生活相談現場に立脚した地に足の着いた消費者教育を実施する。
- ・すべての年代や問題を対象とする教材作成、人材育成、情報発信をする。
- ・本協会の消費者教育の体系化・理論化を進めていく

■今年度の消費者教育研究所の活動

- ・若年層の消費者教育・啓発の充実
成年年齢引下げを見据えて若年層の消費者教育の強化
- ・学校との連携の強化
- ・小学生、中学生、障がい者見守り向け教材作成
- ・シンポジウム等の開催・参加

会員消費者教育の実態調査 全相協が目指す消費者教育の方向性を明確にする

- ・対象は本協会会員 1962人 ・回収 499人 25.4%
- ・調査時期 2018年1月15日～2月20日

啓発・消費者教育の実施内容（現職 409人 勤務している消費生活センター等で行っている内容）

- ・「出前講座」の実施が約90%と高く、センター等が独自に開催する「消費生活講座」が70%程度
- ・学校や福祉など関連機関との連携は40%と少ない

消費者教育の拠点化

- ・消費生活センターが消費者教育の拠点と位置付けられていることを、90%以上の人が認識している
- ・現時点で消費生活センターがその役割を果たしていると回答した人はわずか15.0%であった

拠点化に必要なこと(自由記載)

- ・教育機関等の関係機関とのさらなる連携の強化
- ・消費生活センターの職員・相談員など人員面での充足

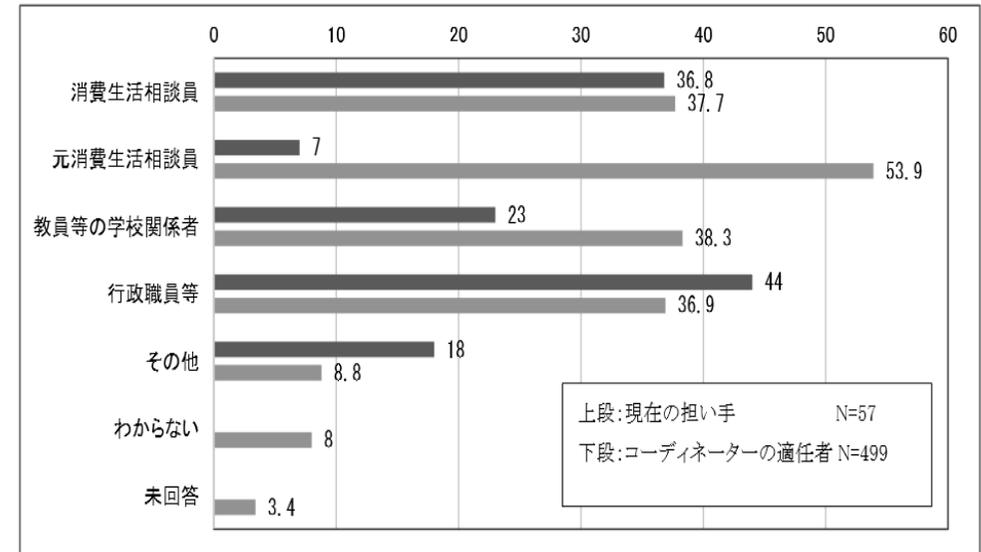
消費者教育コーディネーターについて

- ・消費者教育コーディネーターの設置は6.8%と低い
- ・消費者教育コーディネーターの適任者として消費生活相談員関係者がよいと思っていることが覗える

コーディネーターの設置を進めるための方策 (自由記載)

- ・位置づけや役割を明確にする。
- ・コーディネーターの存在や役割を周知させる
- ・コーディネーターの設置を法的に義務化し、都道府県に100%設置する
- ・国が積極的に予算化し設置を促す
- ・活躍している実例をあげて促先進例等情報提供が必要

図IV-2 コーディネーター担い手と適任者と思う人の比較 (複数回答) 単位: %



学校における消費者教育の推進

- ①学校における消費者教育と消費生活相談員の関わりについて、
「もっと積極的に進めたい」が34%、「進めていく必要はあるが難しい」が59%で、
両意見を合計すると学校における消費者教育の必要性を90%以上の人が感じている
- ②「難しさ」として、
- ・取り組んでいる自治体もあるが、多くの自治体において消費者教育への理解がないため、予算・人員等、実施する体制ができていない。
 - ・相談員が少ないため、交代で研修に出ることも難しい。消費者教育のための時間的余裕がない。
 - ・学校・教員間で理解や取り組みの格差が大きい
 - ・教育委員会の理解や協力が得られないことなどがあった。

本協会における消費者教育推進のための活動



1 成年年齢引き下げに向け、消費者被害の防止を図る

- ・中学生・高校生、大学生向けの消費者教育の実施、教員との連携
- ・自治体、教育関係者、教育委員会、学校等に積極的に働きかけを行う
特に市町村レベルへのアプローチ
- ・会員が質の高い講座を実施していけるように、教材作成や講座手法の研修を提供
- ・教員向けの消費者教育講座
 - ・新入社員研修等、事業者との連携・啓発活動

2 消費者教育コーディネーターの育成

- ・消費者教育コーディネーターの本来の役割を果たせる人材の育成
- ・消費者教育コーディネーターの役割についてのマニュアル作成
- ・自治体における消費者教育コーディネーターの設置と地位の確保の働きかけ
- ・消費生活コーディネーター育成講座の全国展開



ご清聴ありがとうございました