

3 消費者教育の課題

芦屋市の現状と、本計画策定に先立ち、令和元年6月に実施した「消費生活トラブルに関するアンケート調査」結果から、次の課題に取り組む必要があることがわかりました。

(1) 消費生活相談の周知・啓発

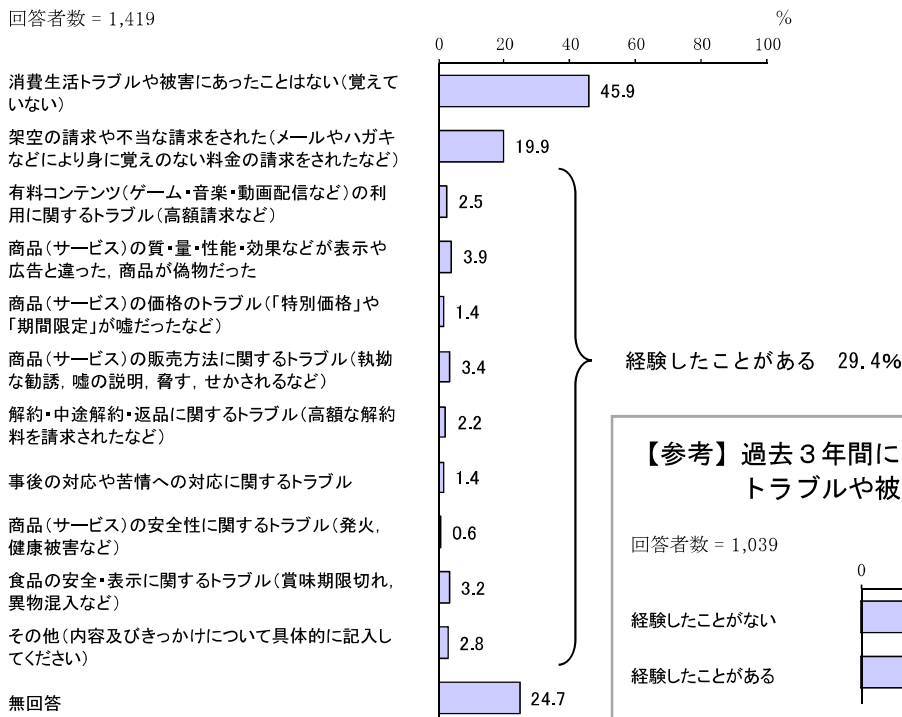
アンケート調査では、過去3年間に消費生活トラブルや被害にあったことがある人が約3割となっており、前回調査と比較すると消費生活トラブルにあったことがある人は増加しています。そのうち、「どこにも相談したことがない」と回答した人は4割を超え、また、前回調査からも増加しています。

どこにも相談しなかった理由として、「どこにも相談していいかわからなかったから」と回答している人は11.9%と、前回調査からは減ってはいるものの、未だ適切な解決につながっていない人がいることがわかります。前回調査において、消費生活センターの認知度が低かったことから、さまざまなイベントや出前講座などで、相談窓口の周知を行ってきました。しかしながら、今回の調査においても、消費生活センターで契約トラブルなどの相談業務をしていることを知っている人は43.6%と、前回調査と単純比較できない部分はあるものの、あまり変わらない結果となりました。また、年代別でみると、60歳代では60.1%と、他の年代と比べるとやや高いものの、10歳代、20歳代では30%未満と低い状況で、消費生活トラブルの早期発見・解決のためにも、相談窓口の更なる周知が必要です。

また、相談しなかった理由として、「相談するほどのことではないと思ったから」と回答した人が65.0%、「自分で解決できた（解決しようと思った）から」と回答した人が19.2%、他にも自分に責任がある、相談しても解決策はない、面倒など、諦めている人も見受けられます。消費生活センターで受け付けた相談は、国のデータベースに登録し、事業者指導や法改正等につながることもあるほか、県下や市内において注意喚起情報として提供するなど、消費生活トラブルの未然防止にもつながるため、「大したことはない」と思う内容であっても、相談しないのではなく、未然に防ぐことができた消費生活トラブルとして消費生活センターへ情報提供等することが、地域の消費生活トラブルを未然に防止し、よりよい社会の形成につながるという認識を広めていく必要があります。

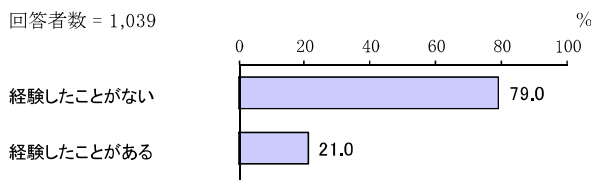
過去3年間にあった、消費生活トラブルや被害経験〈複数回答〉

回答者数 = 1,419



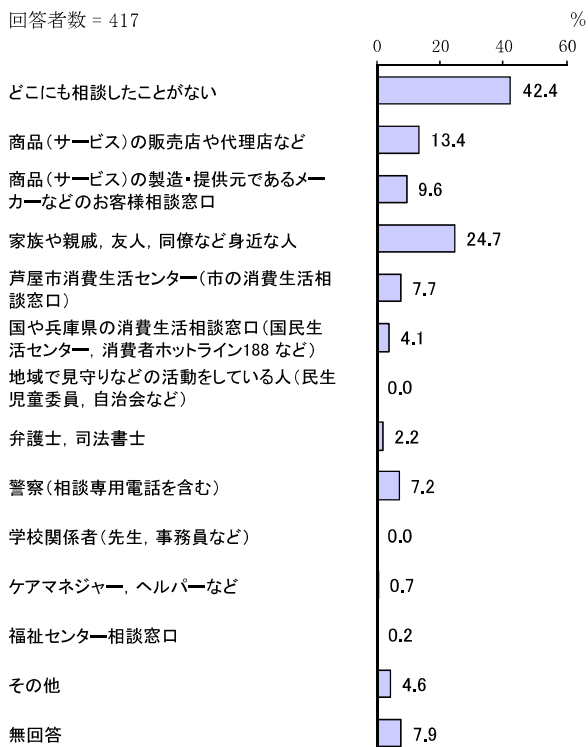
【参考】過去3年間にあった、消費生活トラブルや被害経験の有無(前回調査)

回答者数 = 1,039



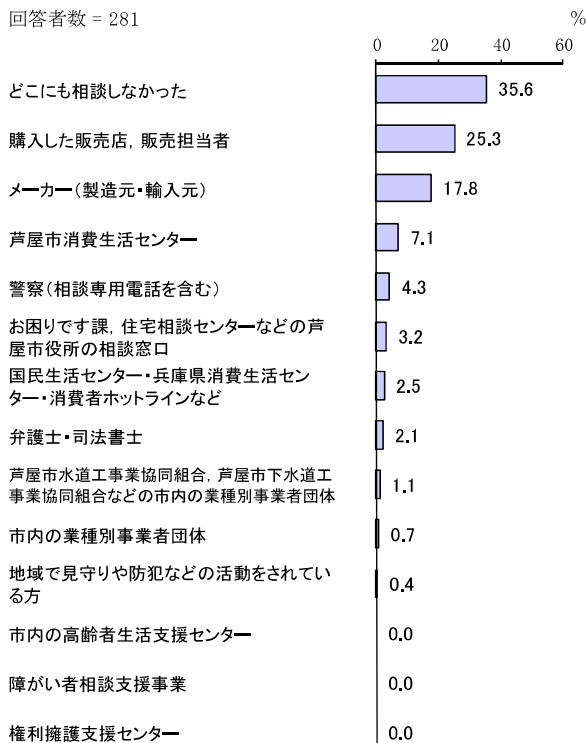
トラブル・被害にあったときの相談先〈複数回答〉

回答者数 = 417



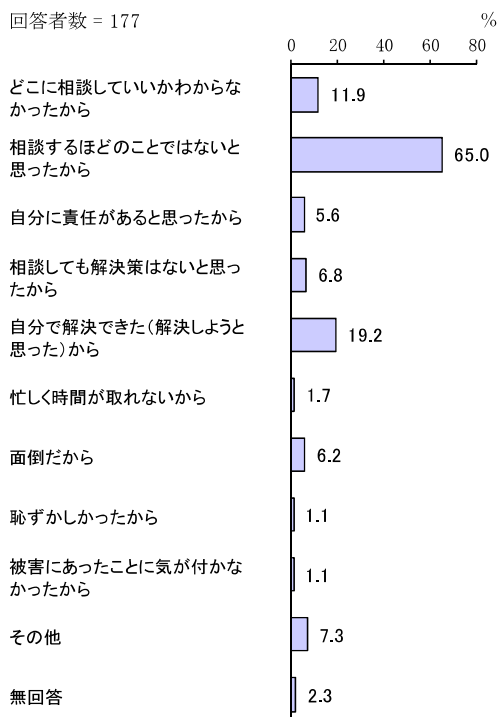
【参考】トラブル・被害にあったときの相談先(前回調査)

回答者数 = 281



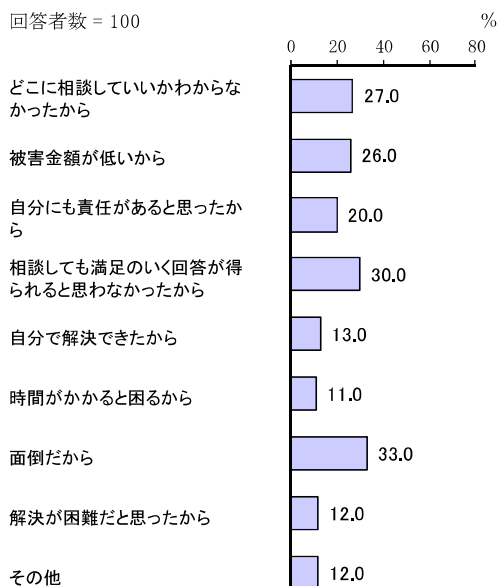
どこにも相談したことがない理由〈複数回答〉

回答者数 = 177



【参考】どこにも相談したことがない理由 (前回調査)

回答者数 = 100



コラム

契約トラブルなどで困ったときは、 芦屋市消費生活センターへご相談ください

■消費生活センターの役割

事業者は、消費者に比べ、情報量や交渉力があることが多く、その差によりトラブルになることがあります。そんな時、消費生活センターでは、消費者からの相談を受け付け、解決に向けてアドバイスなどを行います。

■どんなことが相談できるの？

買い物やサービスを受けたときに、事業者との間で、契約のトラブルになった
 (例) 電話で勧誘され、不用品を買わされた
 (例) エステの中途解約に事業者が応じない
 など

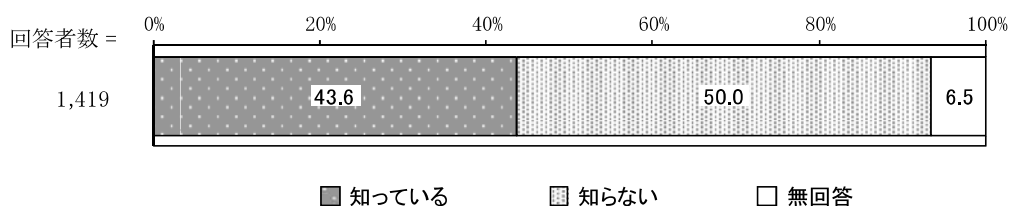
■次のようなことはセンターで対応できません…

- ×事業者の指導 (芦屋市には権限がありません)
- ×接客態度が悪いのでどうかしてほしい (違う店を選びましょう)
- ×個人間トラブルの相談 (中古品の売買などは、個人の責任で行いましょう)
- ×事業者からの相談 (弁護士等へ相談ください) など

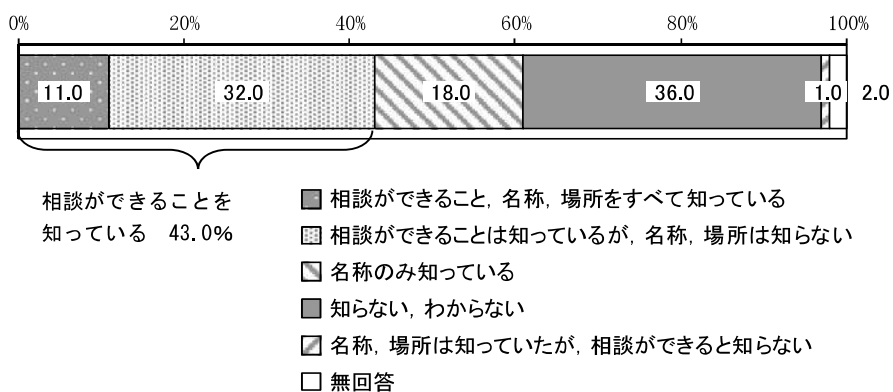
■芦屋市消費生活センター

芦屋市公光町 5-10 公光分庁舎南館 1 階
 相談電話：0797-38-2034
 相談受付：平日 9 時～12 時、12 時 45 分～16 時
 ※土日祝は消費者ホットライン#188*へ

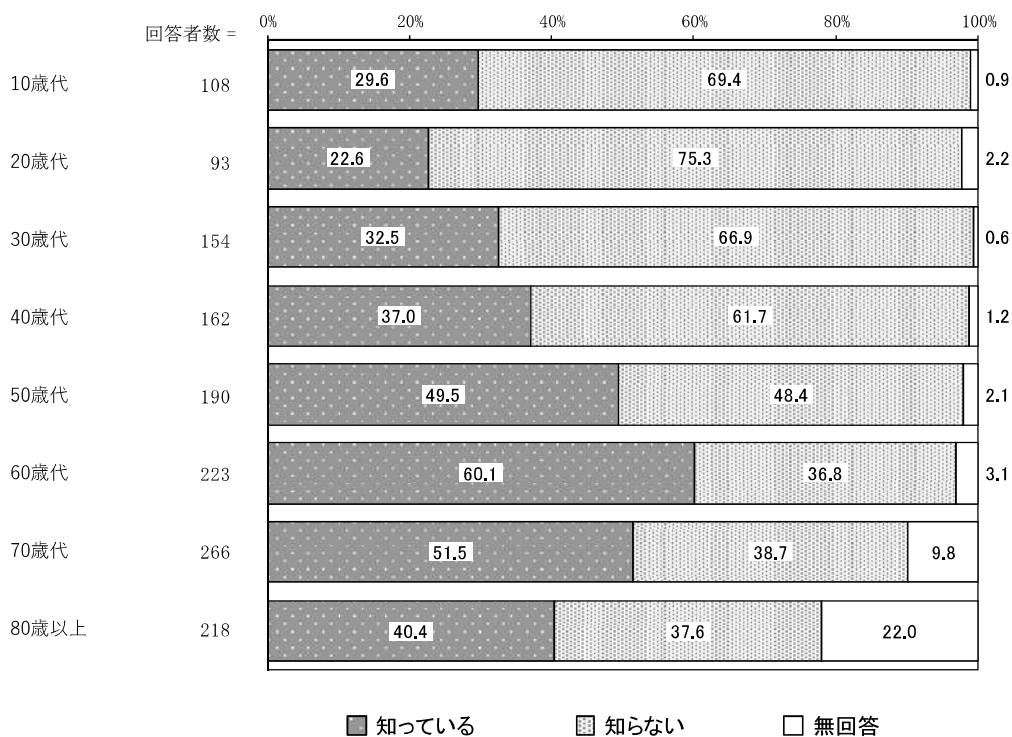
消費生活センターで契約トラブルなどの相談業務をしていること



【参考】消費生活センターで契約トラブルなどの相談業務をしていること（前回調査）



【年齢別】消費生活センターで契約トラブルなどの相談業務をしていること



(2) 消費生活トラブルの未然防止，トラブルにあった場合の対応強化

アンケート調査で、消費生活トラブルにあったと回答した人のうち、自分自身で事業者などに連絡し解決を図ろうとする人や、家族や友人などの身近な人へ相談する人も1割から2割います。また、どこにも相談しなかった理由として、自分で解決できると思ったと回答している人もおり、消費生活センターなどの専門的な窓口相談するのではなく、自分で解決しようと思う消費者もいることから、相談窓口の周知だけではなく、消費者として必要な知識を身につけられるよう、消費者教育を実施することが重要です。

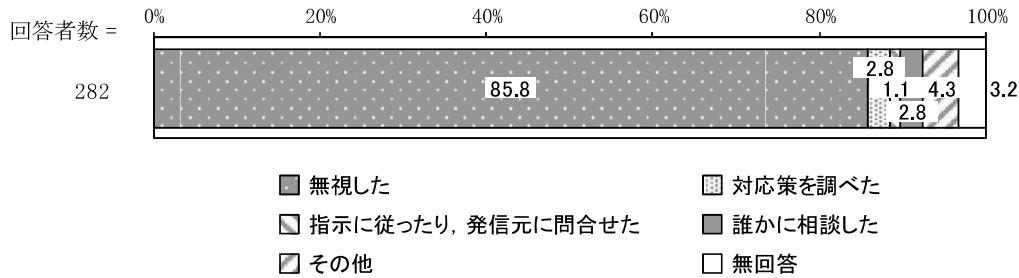
経験したことがある消費生活トラブルとしては、「架空の請求や不当な請求*をされた（メールやハガキなどにより身に覚えのない料金の請求をされたなど）」の割合が19.9%と最も高く、各年代共通してみられ、特に30歳代から60歳代では、2割を超えています。その時の対応としては「無視した」と回答した人が85.8%と最も高く、ある程度対応策が浸透していることがうかがえますが、「指示に従ったり、発信元に問合せた」人も1.1%おり、被害にあった可能性もあることから、引き続き啓発が必要であると考えられます。

【年齢別】過去3年間にあった、消費生活トラブルや被害経験〈複数回答〉

単位：%

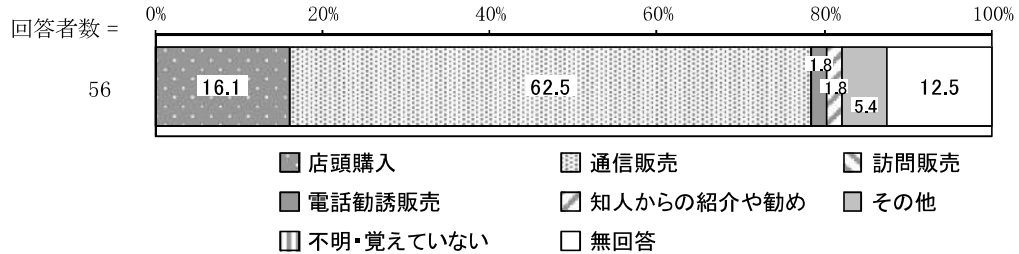
区分	有効回答数(件)	消費生活トラブルや被害にあったことはない(覚えていない)	架空・不当な請求をされた(メールやハガキによる身に覚えのない請求)	有料コンテンツ(ゲーム・動画配信など)利用に関するトラブル(高額請求)	商品の質・量・性能・効果などが表示や広告と違った・商品が偽物だった	別価格(期間限定)が嘘だったなど	商品(サービス)の価格のトラブル(「特別価格」期間限定)が嘘だったなど	商品(サービス)の販売方法に関するトラブル(執拗な勧誘・嘘の説明など)	商品(サービス)の中途解約・返品に関するトラブル(高額な解約料を請求されたなど)	事後の対応や苦情への対応に関するトラブル	商品(サービス)の安全性に関するトラブル(発火、健康被害など)	食品の安全・表示に関するトラブル(賞味期限切れ、異物混入など)	その他	無回答
10歳代	108	54.6	15.7	3.7	2.8	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	4.6	0.9	22.2
20歳代	93	49.5	18.3	2.2	6.5	1.1	3.2	4.3	2.2	1.1	4.3	4.3	4.3	20.4
30歳代	154	44.8	26.6	2.6	5.8	2.6	3.2	1.9	0.6	0.6	2.6	3.9	3.9	18.8
40歳代	162	46.9	25.3	1.2	1.9	—	2.5	1.9	1.9	—	1.9	1.9	1.9	18.5
50歳代	190	35.3	33.2	3.7	6.3	3.7	5.8	3.2	2.6	1.1	6.3	3.7	3.7	19.5
60歳代	223	41.7	21.5	4.5	4.5	1.3	7.2	2.2	1.3	0.4	2.7	4.0	4.0	22.9
70歳代	266	50.0	13.5	1.9	3.4	0.8	1.1	1.9	0.8	0.4	2.6	2.3	2.3	29.7
80歳以上	218	48.2	8.7	0.9	1.8	0.9	2.3	1.8	1.4	0.5	1.8	1.8	1.8	36.7

架空の請求や不当な請求をされた時の対応

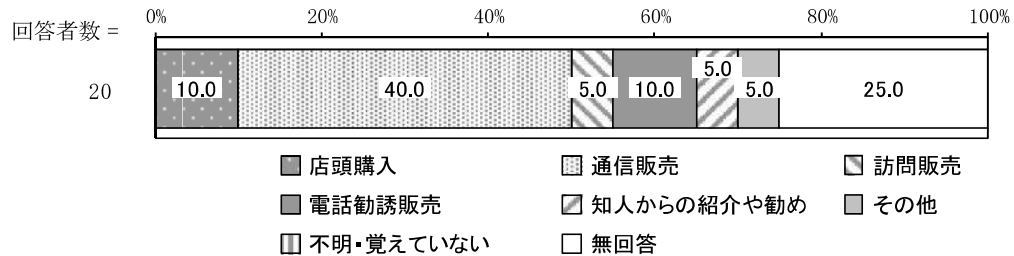


また、「通信販売」で購入した場合に「商品の質・量・性能・効果などが表示や広告と違った、商品が偽物だった」「特別価格や期間限定など価格のトラブル」にあっていく人が多く、いつでもどこでも購入できるといった利便性などが先行した結果、購入の際に消費者として確認すべきことなどが浸透していない可能性があります。

商品（サービス）の質・量・性能・効果などが表示や広告と違った、商品が偽物だった

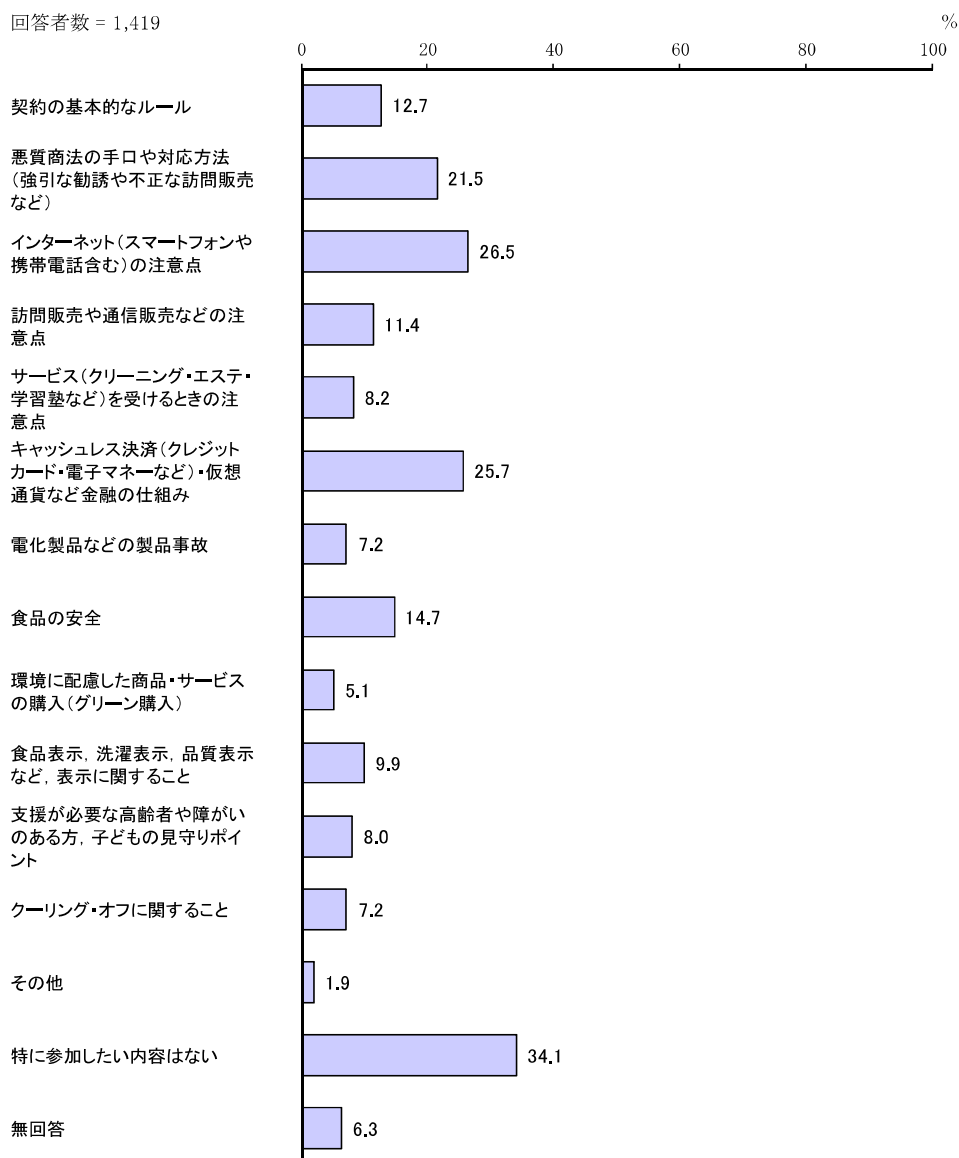


商品（サービス）の価格のトラブル



架空請求のトラブルなどは、1回で高額な被害になることも多く、消費者一人一人が知識を身につけ、消費生活トラブルを事前に回避し、また消費生活トラブルにあったときに対処できる力を身につけることが重要です。そのためにも、引き続きセミナーや出前講座を実施する必要があり、特にトラブルが多い通信販売や悪質商法の手口をはじめ、アンケート調査において希望の多かったインターネットやキャッシュレス決済といった高度情報通信ネットワーク社会の発展により起こりうるトラブルなどをテーマとし、社会情勢にあわせた消費者教育の推進を図る必要があります。

消費生活センターで実施するセミナー、イベントなどの希望〈複数回答〉



(3) 子ども・若者への消費者教育の推進

10歳代、20歳代は、どの年代でも共通して多かった「架空の請求や不当な請求をされた」というトラブルのほか、「食品の安全・表示に関するトラブル」や「有料コンテンツ*の利用に関するトラブル」、「商品の質・量・性能・効果などが表示や広告と違った、商品が偽物だった」というトラブルにあります。

消費生活トラブルや被害にあわないために日頃注意していることとして、「クーリング・オフできるか確認している」が10歳代では7.4%、20歳代では11.8%と他の年代に比べて低く、一方で「返品や解約について、契約前に確認している」は10歳代では25.0%、20歳代では19.4%と、クーリング・オフに比べると気を付けている人が多いことから、「クーリング・オフ」という制度や用語を知らない可能性も考えられます。また、オンラインショッピングなどを利用するときには、事業者情報や支払方法を確認し、あやしいサイトを見極めることもトラブルの予防策として有効ですが、「通信販売などで購入するとき、事業者情報や支払方法などを確認している」人も少ないことから、消費者として必要な知識が不足していることにより、トラブルにあっていることが考えられます。

【年齢別】消費生活トラブルや被害にあわないように注意していること〈複数回答〉

単位：%

区分	有効回答数(件)	要がないときはきっぱり断る	本当に必要な契約(購入)かよく考え、必要がないときはきっぱり断る	知らない電話には出ない(とりあえず留守番電話にし、知人からの電話にのみ出る)	高額なもの契約は、その場で決めずによく考え、必要に応じ家族や友人に相談する	契約書や申込書の内容をよく確認してから契約(購入)する	クーリング・オフできるかどうか確認している	返品や解約について、契約(購入)前に確認している	通信販売で購入するときに、事業者の所在地や連絡先、支払方法などを確認している	個人情報にはむやみに教えないようにしている	クレジットカードの管理に注意し、計画的に使用している	怪しいサイトやメールは、見ない、開かない、返信しない	TVや新聞等、報道の情報に注意している	訪問販売お断りステッカーを貼って予防している	その他	無回答
10歳代	108	39.8	65.7	36.1	24.1	7.4	25.0	18.5	63.9	17.6	57.4	13.9	2.8	5.6	1.9	
20歳代	93	61.3	65.6	34.4	32.3	11.8	19.4	11.8	45.2	37.6	61.3	11.8	—	—	2.2	
30歳代	154	71.4	54.5	52.6	44.8	24.7	31.2	24.0	50.0	36.4	63.0	16.2	0.6	0.6	1.9	
40歳代	162	65.4	58.0	51.9	43.8	22.2	30.2	29.0	50.6	41.4	71.6	27.2	2.5	0.6	1.2	
50歳代	190	65.8	54.7	45.8	40.0	24.7	25.3	38.4	53.7	45.3	70.0	37.4	2.6	3.7	1.6	
60歳代	223	64.1	53.4	36.3	31.8	23.3	24.2	30.5	60.5	42.2	70.0	43.5	2.2	3.6	1.3	
70歳代	266	58.6	48.9	27.4	27.1	19.9	23.7	24.8	52.3	42.9	55.3	49.6	2.6	4.5	4.5	
80歳以上	218	60.1	43.6	32.1	28.9	21.1	18.8	20.6	48.2	37.6	40.4	45.9	5.0	4.1	7.3	

また、10歳代、20歳代では、消費生活トラブルにあった場合、身近な人へ相談する人が多く3割を超えている一方で、どこに相談していいかわからなかった人も多くみられ、適切な相談窓口につながっていない恐れがあります。

今後、民法改正により成年年齢が18歳に引き下げられると、知識や社会経験の少ない若者が保護者の同意なく自らの意思で契約し、その契約に対して責任を負うこととなります。今まで以上に多くの若者がトラブルにあう可能性があり、子ども・若者への消費者教育の推進が課題となっています。

【年齢別】トラブル・被害にあったときの相談先〈複数回答〉

単位：％

区分	有効回答数(件)	どこにも相談したことがない	商品(サービス)の販売店や代理店など	メーカーなどのお客様相談窓口	商品(サービス)の製造・提供元である	家族や親戚、友人、同僚など身近な人	芦屋市消費生活センター	国や兵庫県の消費生活相談窓口	地域で見守りなどの活動をしている人	弁護士、司法書士	警察(相談専用電話を含む)	学校関係者(先生、事務員など)	ケアマネジャー、ヘルパーなど	福祉センター相談窓口	その他	無回答
10歳代	25	56.0	4.0	8.0	32.0	—	4.0	—	—	—	8.0	—	—	—	—	4.0
20歳代	28	50.0	7.1	7.1	35.7	3.6	—	—	—	—	—	—	—	—	—	3.6
30歳代	56	55.4	16.1	12.5	21.4	7.1	—	—	—	—	5.4	—	—	—	3.6	—
40歳代	56	50.0	16.1	7.1	25.0	3.6	3.6	—	1.8	1.8	—	—	—	—	1.8	3.6
50歳代	86	45.3	11.6	11.6	22.1	7.0	7.0	—	7.0	9.3	—	1.2	—	—	5.8	9.3
60歳代	79	27.8	22.8	7.6	27.8	8.9	7.6	—	1.3	7.6	—	—	—	—	10.1	8.9
70歳代	54	38.9	11.1	11.1	16.7	5.6	—	—	1.9	5.6	—	1.9	1.9	5.6	18.5	—
80歳以上	33	24.2	3.0	9.1	27.3	27.3	6.1	—	—	—	21.2	—	3.0	—	—	12.1

【年齢別】どこにも相談したことがない理由〈複数回答〉

単位：％

区分	有効回答数(件)	どこにも相談していいかわからなかったから	相談するほどのことではないと思っただから	自分に責任があると思っただから	相談しても解決策はないと思っただから	自分で解決できた(解決しようと思っただから)	忙しく時間が取れないから	面倒だから	恥ずかしかったから	被害にあったことに気が付かなかったから	その他	無回答
10歳代	14	35.7	57.1	14.3	7.1	14.3	—	14.3	14.3	—	—	—
20歳代	14	—	71.4	—	7.1	35.7	—	7.1	—	—	7.1	—
30歳代	31	9.7	83.9	6.5	6.5	19.4	—	3.2	—	—	3.2	—
40歳代	28	10.7	78.6	3.6	7.1	17.9	—	3.6	—	—	—	3.6
50歳代	39	10.3	64.1	—	2.6	12.8	7.7	10.3	—	5.1	7.7	—
60歳代	22	4.5	36.4	9.1	4.5	40.9	—	4.5	—	—	13.6	4.5
70歳代	21	23.8	61.9	9.5	19.0	9.5	—	4.8	—	—	14.3	—
80歳以上	8	—	37.5	12.5	—	—	—	—	—	—	25.0	25.0

コラム

クーリング・オフ＝無条件で契約を解除すること

本来、一度結んだ契約は、お互いを守るのがルール。でも不意のセールスなどで、じっくり考える時間がないまま、契約してしまった場合、一定期間内であれば、無条件で契約を解除できる制度があります。

クーリング・オフできる取引		期間
訪問販売	家庭訪問やキャッチセールスなど	8日間
電話勧誘販売	電話勧誘	8日間
特定継続的役務提供	エステ・学習塾など	8日間
訪問購入	訪問買取	8日間
連鎖販売	マルチ商法	20日間
業務提供誘引販売	内職商法・モニター商法など	20日間

※期間は、契約書面を受け取った日を起算日

■ネット通販はクーリング・オフ対象外
自分でよく見て、よく考えて、購入できるオンラインショッピングなどの通信販売は、クーリング・オフできません。

そのかわり、「返品特約」といって、「到着後8日以内なら返品可」「未開封の場合のみ返品可」など、事業者はどういった条件なら返品できるか等を決め、表示する必要がありますので、それに従うことによって、返品できる場合もあります。

契約する前には本当に必要なものか、よく考えて購入することが大切です。