

(3) 幼稚園・小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等における消費者教育に関する調査

調査目的 北九州市における消費者教育推進のため、幼児期から成人期（特に若者）におけるライフステージ毎に、消費者教育の現状や課題、意識、ニーズ等についてアンケート調査を行いました。

調査期間 令和6年7月 2日～7月 31日

調査対象等

ライフ ステージ	各期の特徴 (国が示している 「消費者教育の体 系イメージマッ プ」を参考)	調査対象	発送数 (件)	回答数 (件)	回答率 (%)
幼児期	様々な気付きの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心を持ち、それを取り入れる時期	保育所 保育園 幼稚園 こども園	281	144	51.2
小学生期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	公立小学校 私立小学校 市立特別支援学校	138	43	31.2
中学生期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	公立中学校 私立中学校 市立特別支援学校	80	13	16.3
高校生期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	公立高校 私立高校 市立特別支援学校 国立高専	45	26	57.8
成人期 (特に若者)	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	大学 短期大学	12	9	75.0
合 計			556	235	42.3

【幼稚園等】

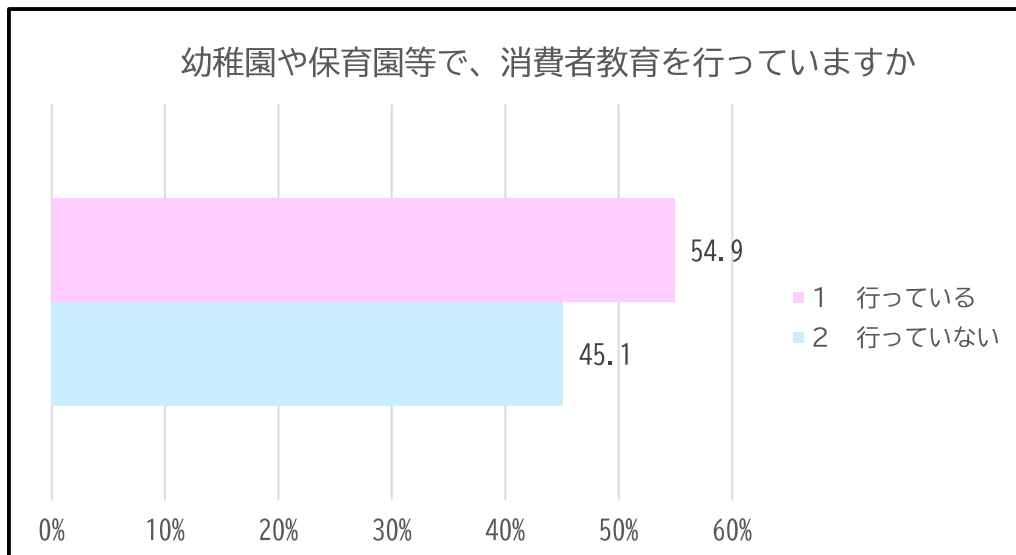
① 消費者教育を行っていますか

- ・全体では、「行っている」(54.9%)が、「行っていない」(45.1%)を、約10ポイント上回っています。

【図表52】幼稚園や保育園等で、消費者教育を行っていますか

質問項目	回答数	割合(%)
1 行っている	79	54.9
2 行っていない	65	45.1
計	144	100.0

【図表53】



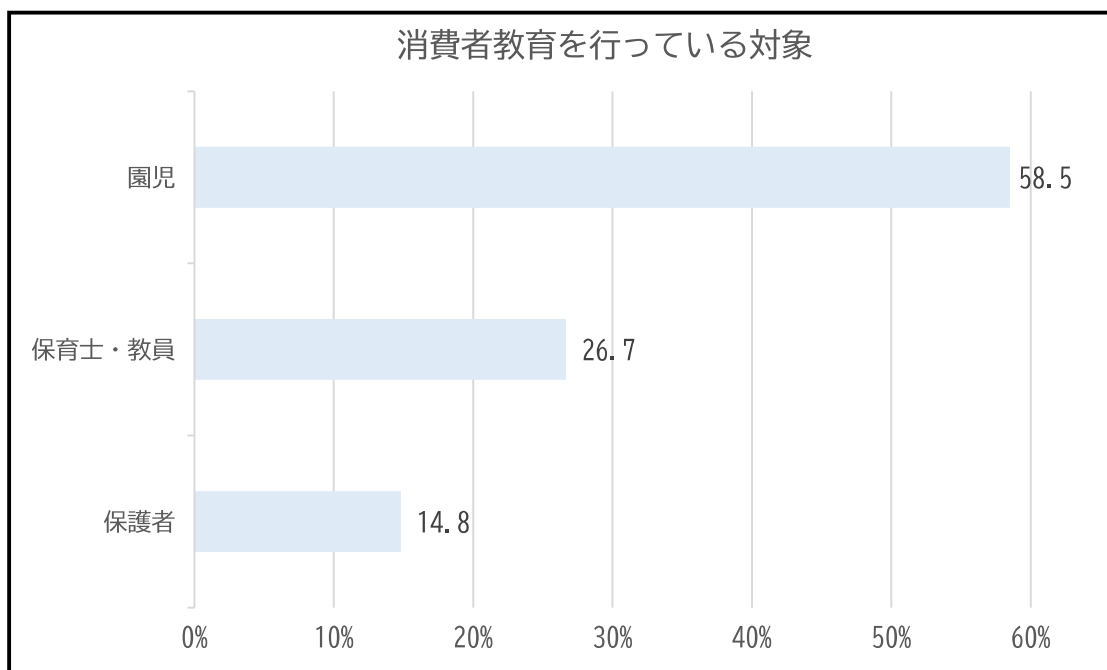
② 消費者教育を行っている対象者は誰ですか

- ・全体では、「園児」(58.5%)、「保育士・教員」(26.7%)、「保護者」(14.8%)の順となっています。

【図表 5 4】消費者教育を行っている対象

質問項目	回答数	割合 (%)
1 園児	79	58.5
2 保育士・教員	36	26.7
3 保護者	20	14.8
計	135	100.0

【図表 5 5】



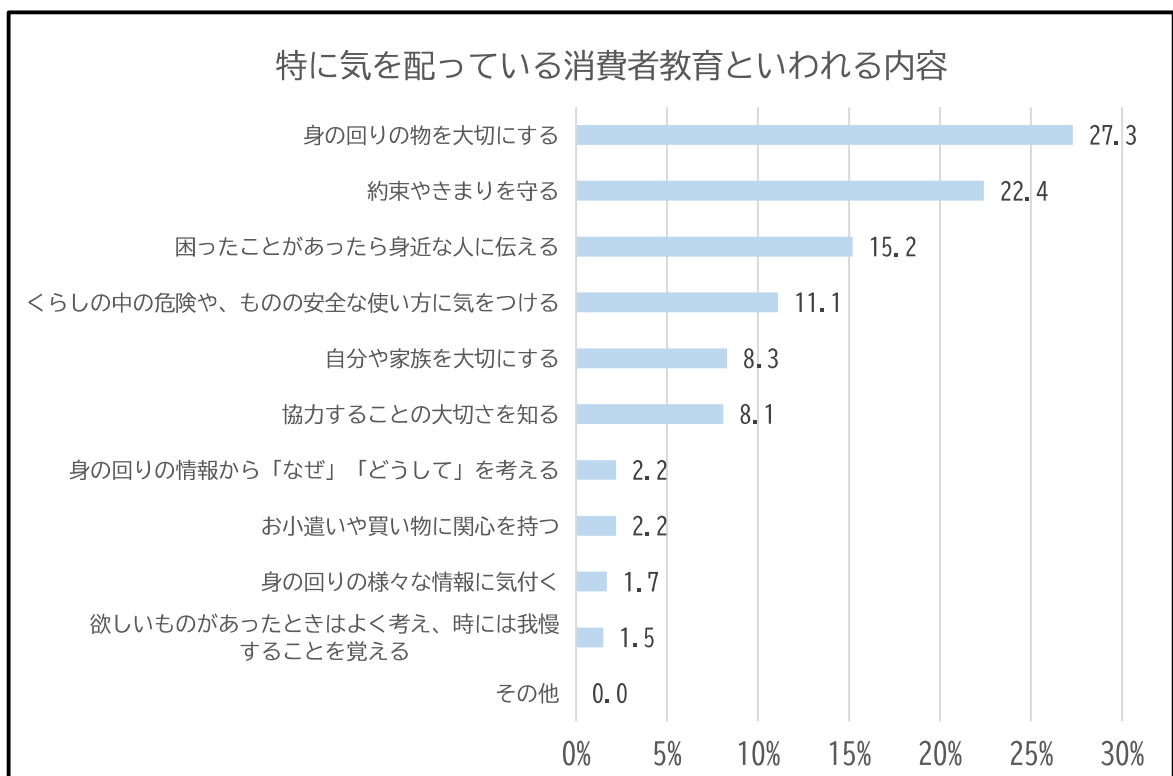
③ 消費者教育の内容で特に気を配っている項目について

- ・特に気を配っているのは、「身の回りの物を大切にする」(27.3%)、「約束やきまりを守る」(22.4%)、「困ったことがあったら身近な人に伝える」(15.2%)の順となっています。

【図表 5 6】 特に気を配っている消費者教育といわれる内容

質問項目	回答数	割合 (%)
1 身の回りの物を大切にする	111	27.3
2 約束やきまりを守る	91	22.4
3 困ったことがあったら身近な人に伝える	62	15.2
4 暮らしの中の危険や、ものの安全な使い方に気をつける	45	11.1
5 自分や家族を大切にする	34	8.3
6 協力することの大切さを知る	33	8.1
7 身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考える	9	2.2
8 お小遣いや買い物に関心を持つ	9	2.2
9 身の回りの様々な情報に気付く	7	1.7
10 欲しいものがあつたときはよく考え、時には我慢することを覚える	6	1.5
11 その他	0	0.0
計	407	100.0

【図表 5 7】



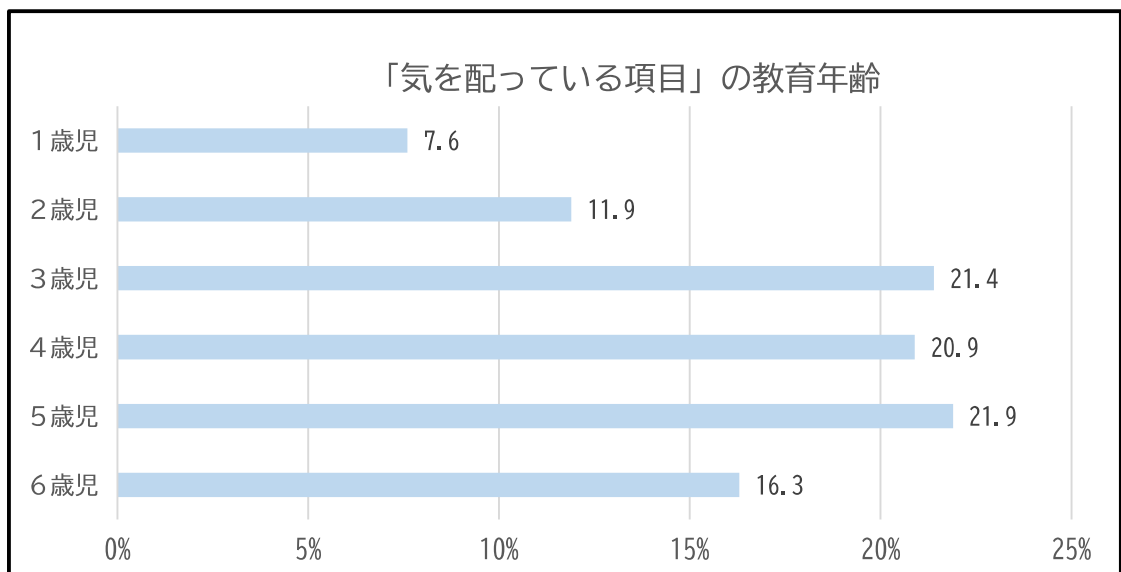
④「気を配っている項目」の教育年齢について

- ・教育年齢としては、「5歳児」(22.0%)が最も多く、次いで「3歳児」(21.4%)、「4歳児」(20.9%)の順となっており、3歳児から5歳児にかけて、重点が置かれていることが分かります。なお「6歳児」については、小学校就学年齢との関係で数値が低くなっているものと考えられます。

【図表58】 「気を配っている項目」の教育年齢

質問項目	回答数	割合 (%)
1 1歳児	28	7.6
2 2歳児	44	11.9
3 3歳児	79	21.4
4 4歳児	77	20.9
5 5歳児	81	21.9
6 6歳児	60	16.3
計	369	100.0

【図表59】



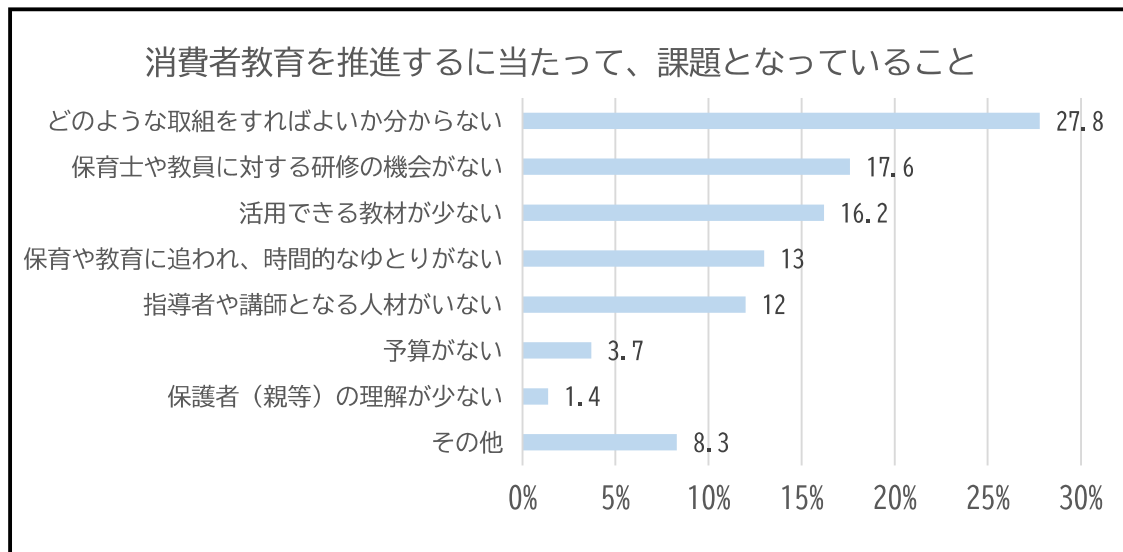
⑤ 消費者教育を推進するための課題について

- ・課題としては、「どのような取組をすればよいか分からない」(27.8%)、「保育士や教員に対する研修の機会がない」(17.6%)、「活用できる教材が少ない」(16.2%)の順でした。

【図表 6 0】 消費者教育を推進するための課題

質問項目	回答数	割合(%)
1 どのような取組をすればよいか分からない	60	27.8
2 保育士や教員に対する研修の機会がない	38	17.6
3 活用できる教材が少ない	35	16.2
4 保育や教育に追われ、時間的なゆとりがない	28	13.0
5 指導者や講師となる人材がいない	26	12.0
6 予算がない	8	3.7
7 保護者（親等）の理解が少ない	3	1.4
8 その他	18	8.3
計	216	100.0

【図表 6 1】



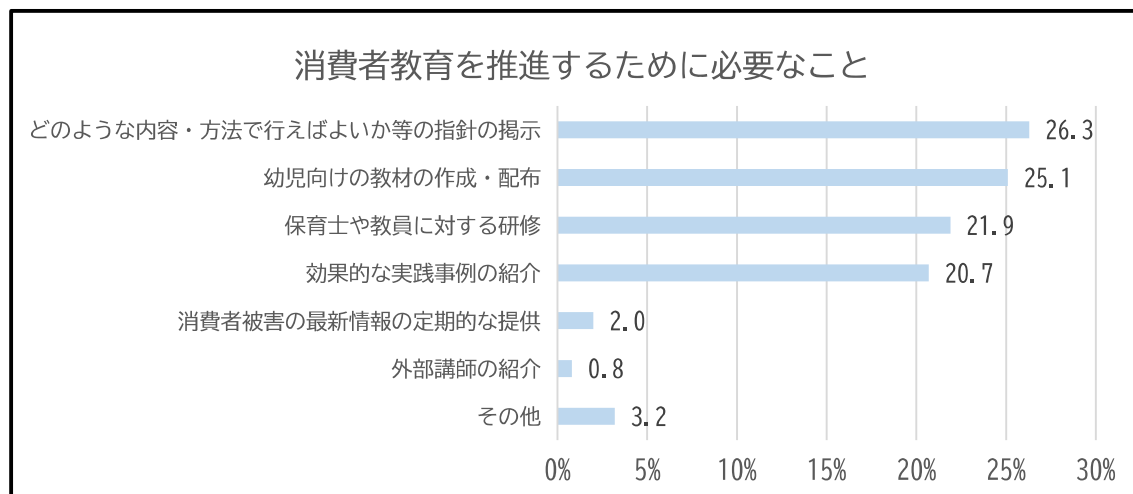
⑥ 消費者教育を推進するために必要なことについて

・必要なこととしては、「どのような内容・方法で行えばよいか等の指針の掲示」(26.3%)、「幼児向けの教材の作成・配布」(25.1%)、「保育士や教員に対する研修」(21.9%)、「効果的な実践事例の紹介」(20.7%)の順でいずれも20%台の数値を示しました。

【図表 6 2】 消費者教育を推進するために必要なこと

質問項目	回答数	割合(%)
1 どのような内容・方法で行えばよいか等の指針の掲示	66	26.3
2 幼児向けの教材の作成・配布	63	25.1
3 保育士や教員に対する研修	55	21.9
4 効果的な実践事例の紹介	52	20.7
5 消費者被害の最新情報の定期的な提供	5	2.0
6 外部講師の紹介	2	0.8
7 その他	8	3.2
計	251	100.0

【図表 6 3】



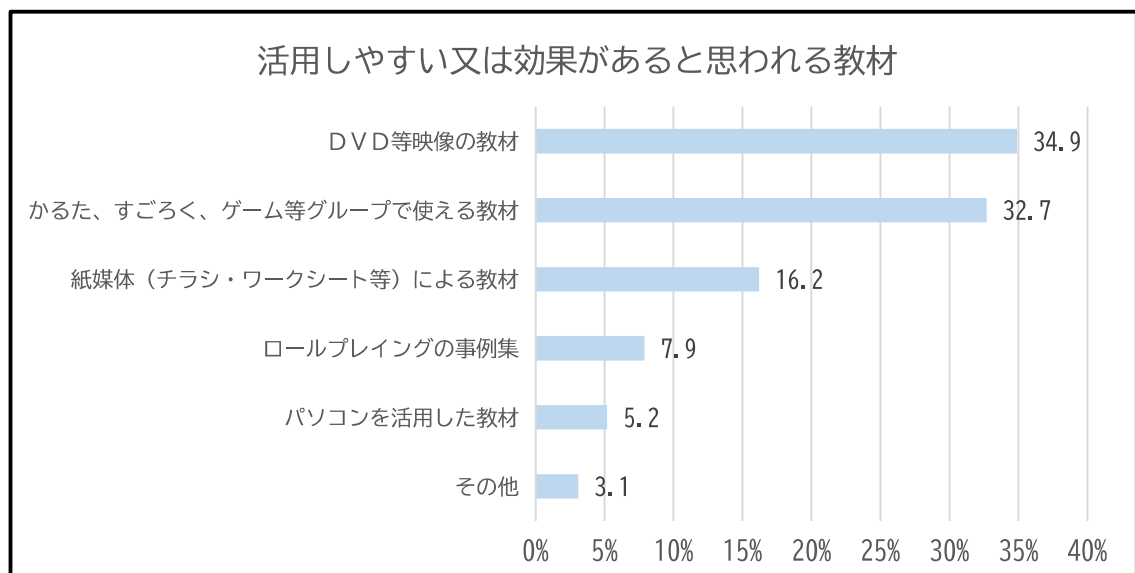
⑦ 消費者教育を推進するために、活用しやすい又は効果がある教材について

- ・活用しやすい、効果がある教材としては、「DVD等映像の教材」(34.9%)、「かるた、すごろく、ゲーム等グループで使える教材」(32.8%)、「紙媒体（チラシ・ワークシート等）による教材」(16.2%)の順となっています。

【図表 6 4】活用しやすい又は効果があると思われる教材

質問項目	回答数	割合(%)
1 DVD等映像の教材	80	34.9
2 かるた、すごろく、ゲーム等グループで使える教材	75	32.7
3 紙媒体（チラシ・ワークシート等）による教材	37	16.2
4 ロールプレイングの事例集	18	7.9
5 パソコンを活用した教材	12	5.2
6 その他	7	3.1
計	229	100.0

【図表 6 5】



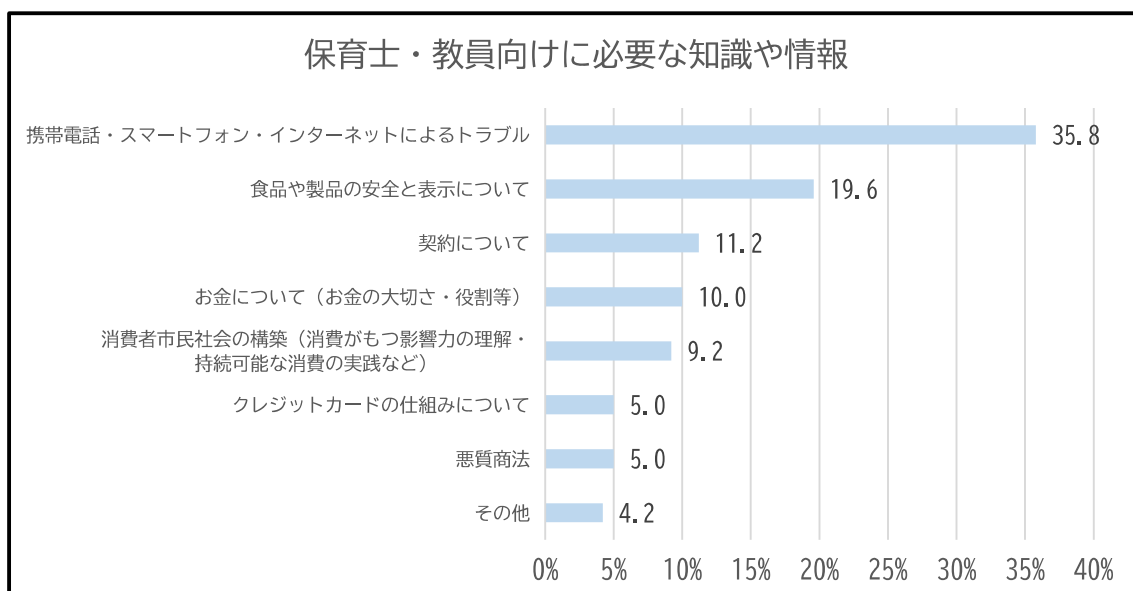
⑧ 消費者教育に関する保育士・教員向けに必要な知識や情報について

- ・必要な知識や情報としては、「携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブル」(35.8%)が突出しており、次いで「食品や製品の安全と表示について」(19.6%)、「契約について」(11.3%)の順となっています。

【図表 6 6】保育士・教員向けに必要な知識や情報

質問項目	回答数	割合(%)
1 携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブル	86	35.8
2 食品や製品の安全と表示について	47	19.6
3 契約について	27	11.2
4 お金について（お金の大切さ・役割等）	24	10.0
5 消費者市民社会の構築（消費がもつ影響力の理解・持続可能な消費の実践など）	22	9.2
6 クレジットカードの仕組みについて	12	5.0
7 悪質商法	12	5.0
8 その他	10	4.2
計	240	100.0

【図表 6 7】



【小・中・高等学校・高専】

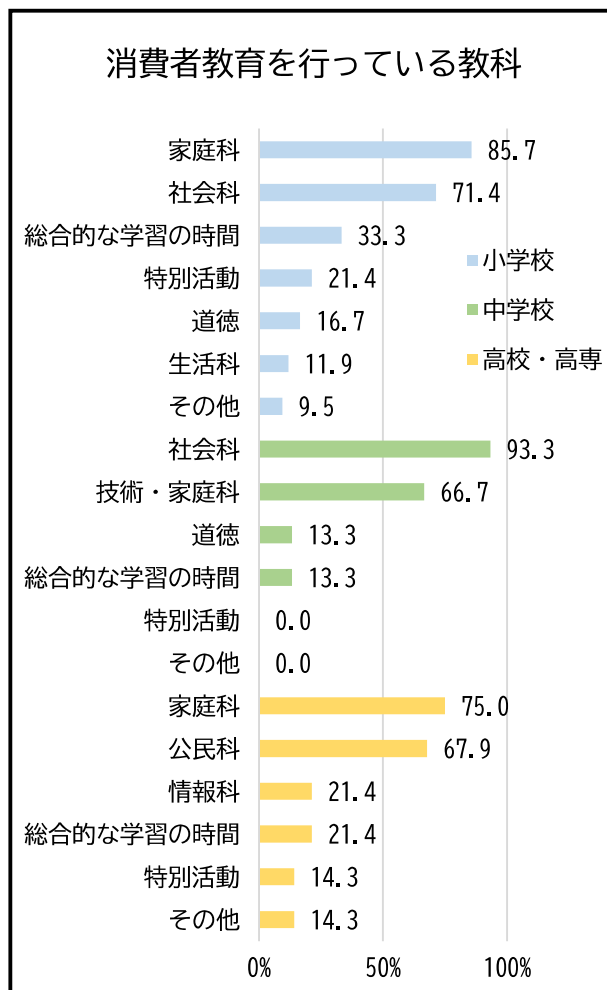
① 消費者教育を行っている教科について

- ・各学校の1位と2位は、小学校では、「家庭科」(85.7%)、「社会科」(71.4%)、中学校では、「社会科」(93.3%)、「技術・家庭科」(66.7%)、高校では、「家庭科」(75.0%)、「公民科」(67.9%)の順となっており、それぞれの学校では、これらの2教科で大半を占めています。
- ・その他で比率が高い教科は、小学校では「総合的な学習の時間」(33.3%)や「特別活動」(21.4%)が、中学校では「道徳」(13.3%)と「総合的な学習の時間」(13.3%)が多く、高校では、普通高校や商業高校・工業高校などの実業高校があり、「情報科」(21.4%)と「総合的な学習の時間」(21.4%)が3位となっています。

【図表68】消費者教育を行っている教科

質 問 項 目	小 学 校		中 学 校		高 校 ※	
	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)
1 社会科	30	71.4				
2 生活科	5	11.9				
3 家庭科	36	85.7				
4 道徳	7	16.7				
5 総合的な学習の時間	14	33.3				
6 特別活動	9	21.4				
7 その他	4	9.5				
計	105					
1 社会科			14	93.3		
2 技術・家庭科			10	66.7		
3 道徳			2	13.3		
4 総合的な学習の時間			2	13.3		
5 特別活動			0	0.0		
6 その他			0	0.0		
計			28			
1 公民科					19	67.9
2 家庭科					21	75.0
3 情報科					6	21.4
4 総合的な学習の時間					6	21.4
5 特別活動					4	14.3
6 その他					4	14.3
計					60	

【図表69】



※高等専門学校も含む

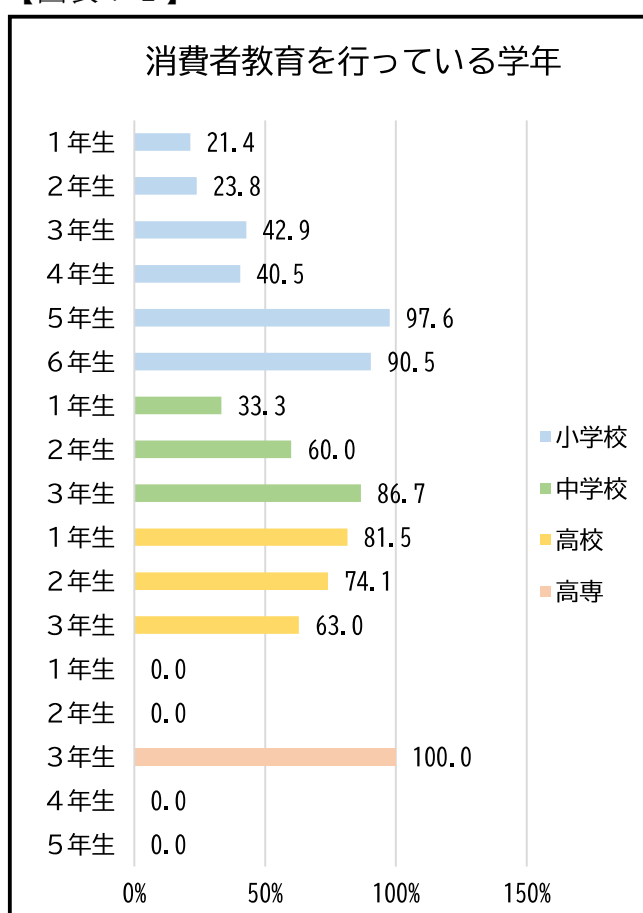
② 消費者教育を行っている学年について

- ・小学校では、「5年生」(97.6%)、「6年生」(90.5%)と高学年で多く授業が行われています。次いで「3年生」(42.9%)、「4年生」(40.5%)の順で、「1年生」と「2年生」の割合は20%台となっています。
- ・中学校では、「3年生」(86.7%)が突出して高く、義務教育の最終学年として必要な知識の学習をという状況の表れだと考えられます。次いで「2年生」(60.0%)、「1年生」(33.3%)の順となっています。
- ・高校では、「1年生」(81.5%)、「2年生」(74.1%)、「3年生」(63.0%)の順となっています。
- ・高等専門学校では、「3年生」(100.0%)で、授業が行われています。

【図表70】消費者教育を行っている学年

質問項目	小学校		中学校		高校		高専	
	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)
1 1年生	9	21.4						
2 2年生	10	23.8						
3 3年生	18	42.9						
4 4年生	17	40.5						
5 5年生	41	97.6						
6 6年生	38	90.5						
計	133							
1 1年生			5	33.3				
2 2年生			9	60.0				
3 3年生			13	86.7				
計			27					
1 1年生					22	81.5		
2 2年生					20	74.1		
3 3年生					17	63.0		
計					59			
1 1年生							0	0.0
2 2年生							0	0.0
3 3年生							1	100.0
4 4年生							0	0.0
5 5年生							0	0.0
計							1	

【図表71】



③ 消費者教育の授業内容について

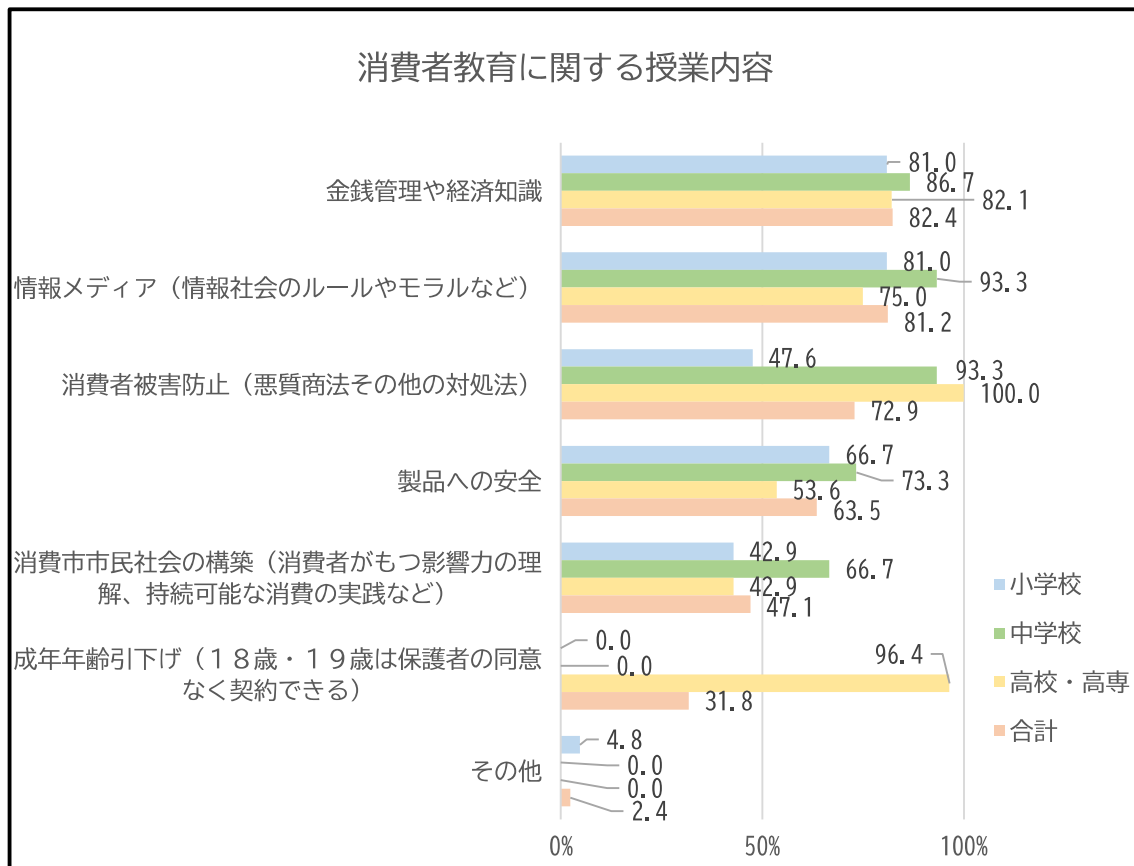
- ・全体の授業内容のベスト 3 は、「金銭管理や経済知識」(82.4%)、「情報とメディア（情報社会のルールやモラルなど）」(81.2%)、「消費者被害防止（悪質商法その他の対処法）」(72.9%)の順で、いずれも高い数値を示しています。
- ・授業内容の「消費者被害防止（悪質商法その他の対処法）」は、小学校(47.6%)に比べ、中学校(93.3%)、高校(100.0%)が高い数値となっています。
- ・高校・高等専門学校で質問項目に提示した授業内容の「成年年齢引下げ」は、96.4%と非常に高い数値となっています。
- ・こうした状況は、学齢が上がるにつれて、スマートフォン等の情報通信機器の所有率が急激に上がり、それに伴う情報モラルの問題や、ゲーム等の課金による多額請求、ワンクリック詐欺等への早急かつ現実的な対応が必要になっていることからではないかと考えられます。
- ・また、「消費者市民社会の構築（消費がもつ影響力の理解、持続可能な消費の実践など）」は、小学校(42.8%)、中学校(66.7%)、高校(42.9%)と、いずれも約5割が授業に取り組まれています。

【図表 7 2】消費者教育に関する授業内容

質 問 項 目	小 学 校		中 学 校		高 校 ※		合 計	
	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)
1 金銭管理や経済知識	34	81.0	13	86.7	23	82.1	70	82.4
2 情報メディア（情報社会のルールやモラルなど）	34	81.0	14	93.3	21	75.0	69	81.2
3 消費者被害防止（悪質商法その他の対処法）	20	47.6	14	93.3	28	100.0	62	72.9
4 製品への安全	28	66.7	11	73.3	15	53.6	54	63.5
5 消費市市民社会の構築（消費者がもつ影響力の理解、持続可能な消費の実践など）	18	42.9	10	66.7	12	42.9	40	47.1
6 成年年齢引下げ（18歳・19歳は保護者の同意なく契約できる）	0	0.0	0	0.0	27	96.4	27	31.8
7 その他	2	4.8	0	0.0	0	0.0	2	2.4
計	136		62		126		324	

※高等専門学校も含む

【図表 7 3】



④ 教科書以外に使用した教材の有無について

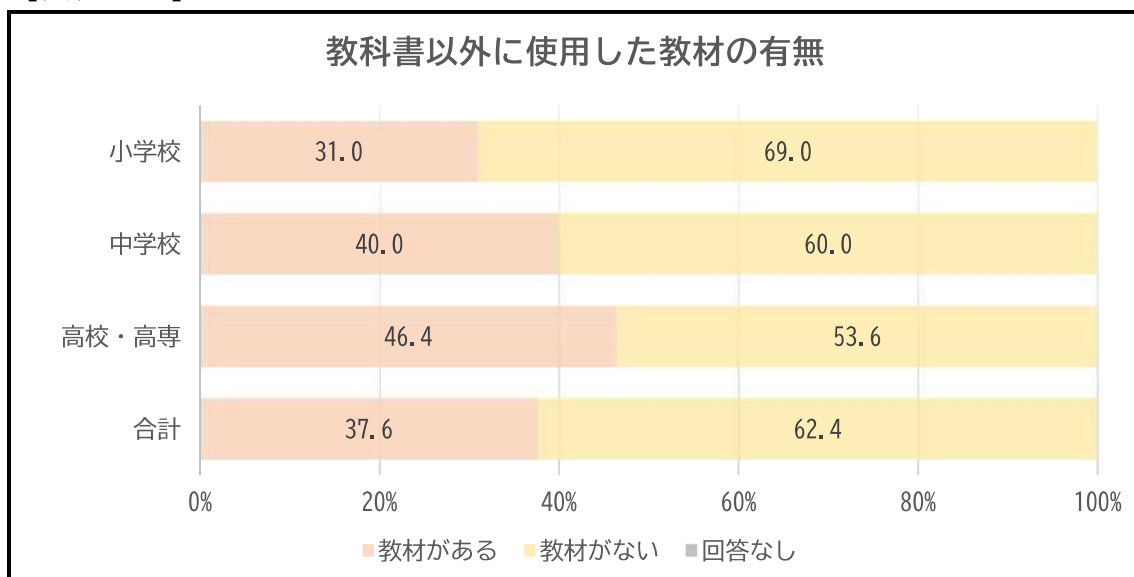
- ・全体では、「ない」(62.4%)が、「ある」(37.6%)を大きく上回っています。また、「ある」と答えた割合は、小学校(31.0%)、中学校(40.0%)、高校(46.4%)と学齢が上がるにつれて高くなっています。
- ・小学校では、「ない」(69.0%)が、「ある」(31.0%)を大きく上回っています。「ある」と答えた具体的な教材は、「北九州市教育委員会作成・ネットトラブル等防止啓発資料」、「まなびポケット net モラル」、「警察からの配布物」等となっています。
- ・中学校では、「ない」(60.0%)と「ある」(40.0%)の割合の差は、小学校より小さくなっています。「ある」と答えた具体的な教材は、「市ホームページ・消費者トラブルの最新情報」、「消費者教育ポータルサイト」、「消費者教育パンフレット」等となっています。
- ・高校も、「ない」(53.6%)が「ある」(46.4%)を上回っています。「ある」と答えた具体的な教材は、「インターネットサイト」、「福岡県消費生活センターDVD」、「リーフレット」等でした。
- ・中学校や高校においては、インターネットサイトでの消費者教育の教材が活用されています。

【図表 7 4】教科書以外に使用した教材の有無

質 問 項 目	小 学 校		中 学 校		高 校 ※		合 計	
	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)
1 教材がある	13	31.0	6	40.0	13	46.4	32	37.6
2 教材がない	29	69.0	9	60.0	15	53.6	53	62.4
3 回答なし	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
計	42	100.0	15	100.0	28	100.0	85	100.0

※高等専門学校も含む

【図表 7 5】



⑤ 外部講師の活用の有無について

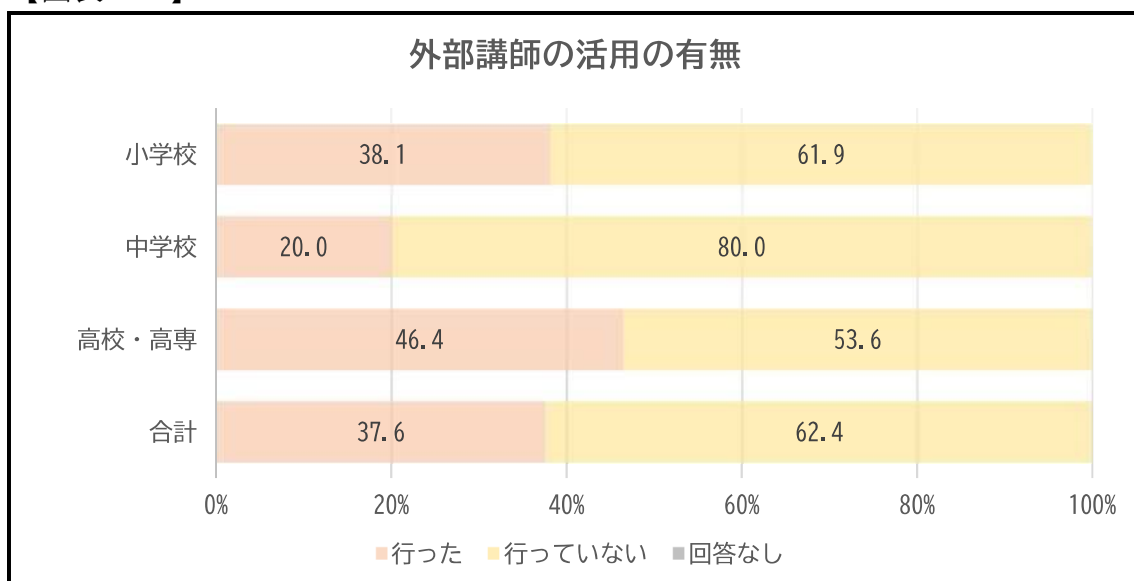
- ・全体では、外部講師による授業を「行っていない」(62.4%)が、「行った」(37.6%)を大きく上回っています。また、「行った」と答えた割合は、高校(46.4%)、小学校(38.1%)、中学校(20.0%)の順でした。
- ・「行った」と答えた具体的な内容は、小学校では、「税務署職員による租税教室」、「ネット非行防止教室」「環境局職員によるSDGsの学習」等でした。中学校では、「生命保険会社担当者によるライフサイクルゲーム」「ネットトラブル防止等、規範意識について」等でした。高校では、「携帯電話会社担当者によるインターネットトラブルマナー」、「弁護士、司法書士による講話」、「消費生活センターからの講師の派遣」等でした。

【図表 7 6】外部講師の活用の有無

質 問 項 目	小 学 校		中 学 校		高 校 ※		合 計	
	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)
1 行った	16	38.1	3	20.0	13	46.4	32	37.6
2 行っていない	26	61.9	12	80.0	15	53.6	53	62.4
3 回答なし	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
計	42	100.0	15	100.0	28	100.0	85	100.0

※高等専門学校も含む

【図表 7 7】



⑥ 消費者教育を推進するための課題について

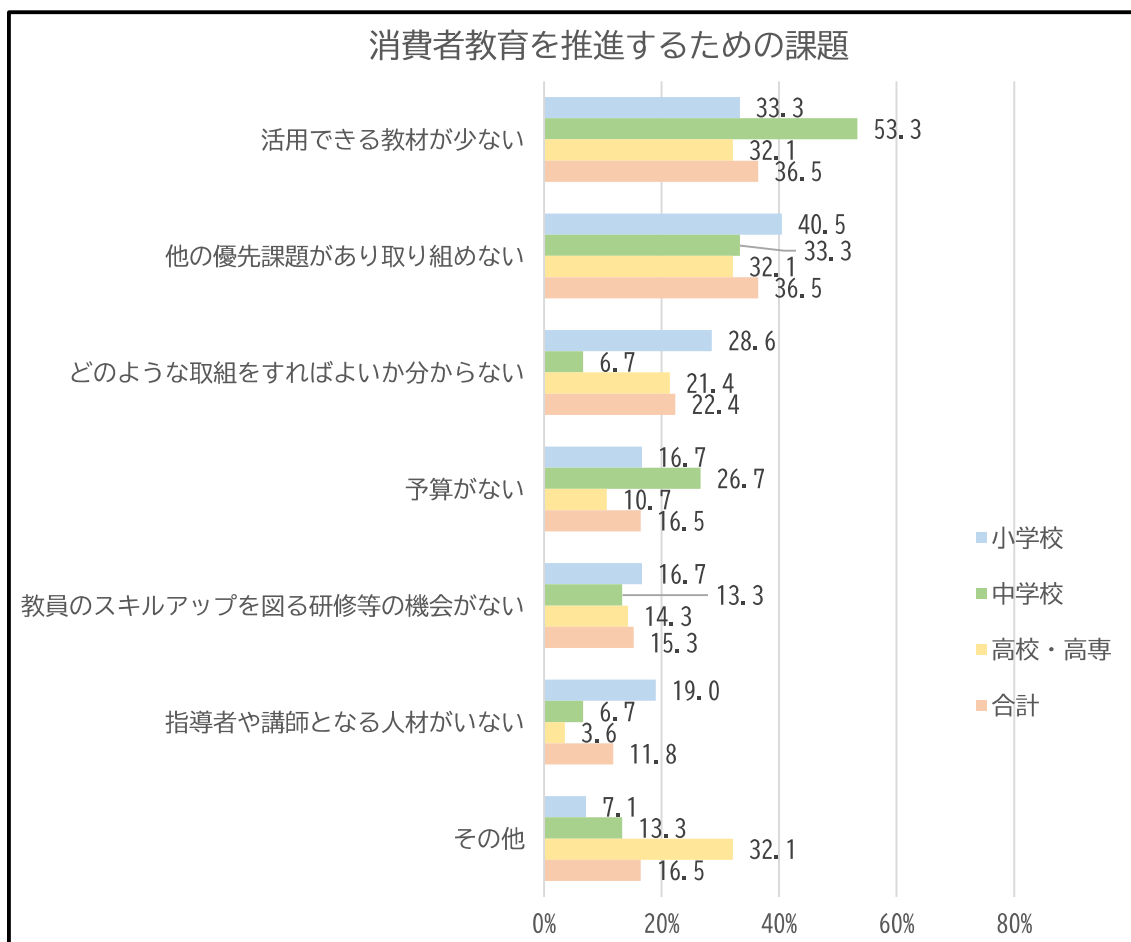
- ・課題として、全体で突出しているのは、「他の優先課題があり取り組めない」(36.5%)、「活用できる教材が少ない」(36.5%)、となっています。
- ・「どのような取組をすればよいか分からない」では、小学校で28.6%、高校で21.4%と高くなっています。
- ・「指導者や講師となる人材がいない」では、小学校で19.0%となっていますが、中学校6.7%、高校3.6%と学齢が高くなるにつれて、その割合は低くなっています。

【図表 7 8】消費者教育を推進するための課題

質 問 項 目	小 学 校		中 学 校		高 校 ※		合 計	
	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)
1 活用できる教材が少ない	14	33.3	8	53.3	9	32.1	31	36.5
2 他の優先課題があり取り組めない	17	40.5	5	33.3	9	32.1	31	36.5
3 どのような取組をすればよいか分からない	12	28.6	1	6.7	6	21.4	19	22.4
4 予算がない	7	16.7	4	26.7	3	10.7	14	16.5
5 教員のスキルアップを図る研修等の機会がない	7	16.7	2	13.3	4	14.3	13	15.3
6 指導者や講師となる人材がいない	8	19.0	1	6.7	1	3.6	10	11.8
7 その他	3	7.1	2	13.3	9	32.1	14	16.5
計	68		23		41		132	

※高等専門学校も含む

【図表 7 9】



⑦ 消費者教育を推進するために必要なことについて

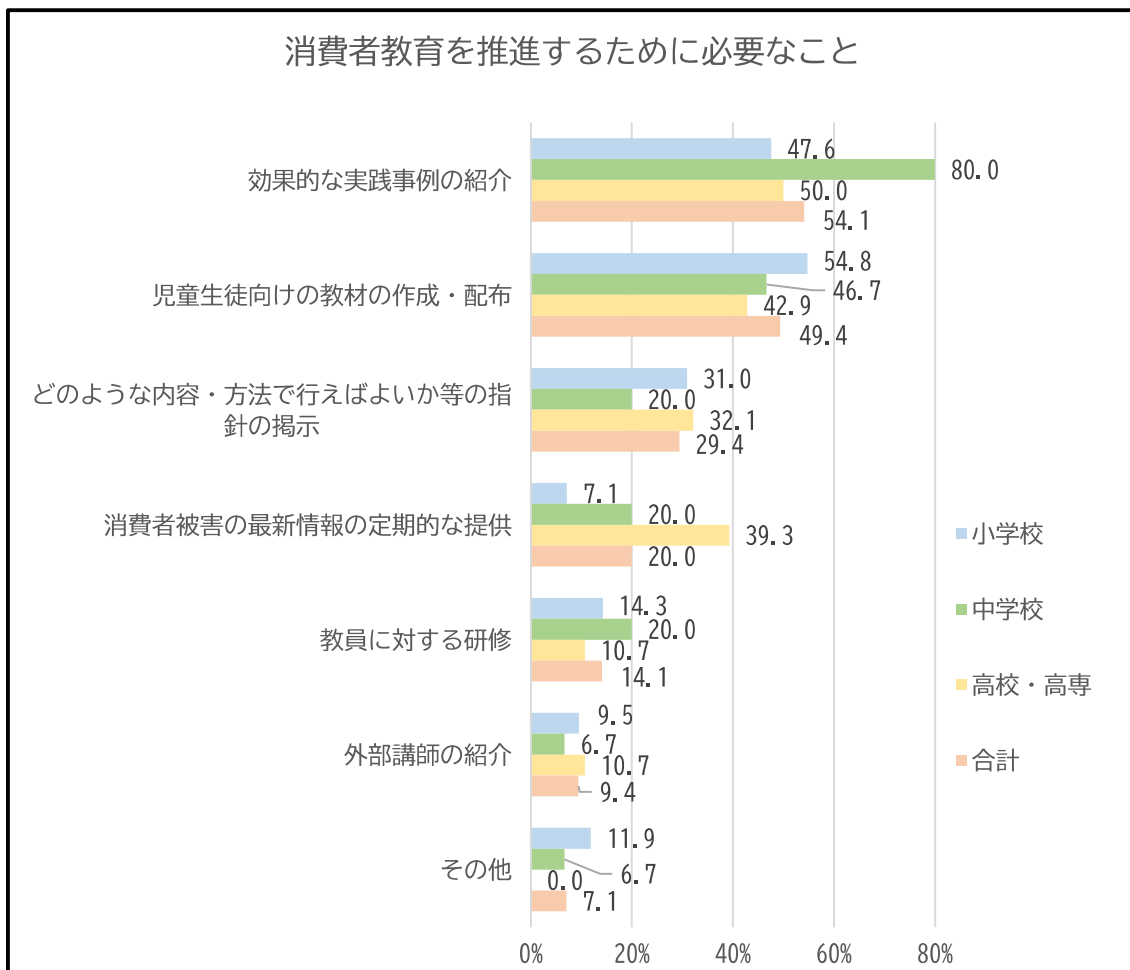
- ・推進のために必要なことは全体として、「効果的な実践事例の紹介」(54.1%)、「児童・生徒向けの教材の作成・配布」(49.4%)が約5割となっており、特に中学校においては「効果的な実践事例の紹介」が80.0%と突出しています。

【図表80】消費者教育を推進するために必要なこと

質 問 項 目	小 学 校		中 学 校		高 校 ※		合 計	
	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)
1 効果的な実践事例の紹介	20	47.6	12	80.0	14	50.0	46	54.1
2 児童生徒向けの教材の作成・配布	23	54.8	7	46.7	12	42.9	42	49.4
3 どのような内容・方法で行えばよいか等の指針の揭示	13	31.0	3	20.0	9	32.1	25	29.4
4 消費者被害の最新情報の定期的な提供	3	7.1	3	20.0	11	39.3	17	20.0
5 教員に対する研修	6	14.3	3	20.0	3	10.7	12	14.1
6 外部講師の紹介	4	9.5	1	6.7	3	10.7	8	9.4
7 その他	5	11.9	1	6.7	0	0.0	6	7.1
計	74		30		52		156	

※高等専門学校も含む

【図表81】



⑧ 授業等で活用しやすい、効果があると思われる教材について

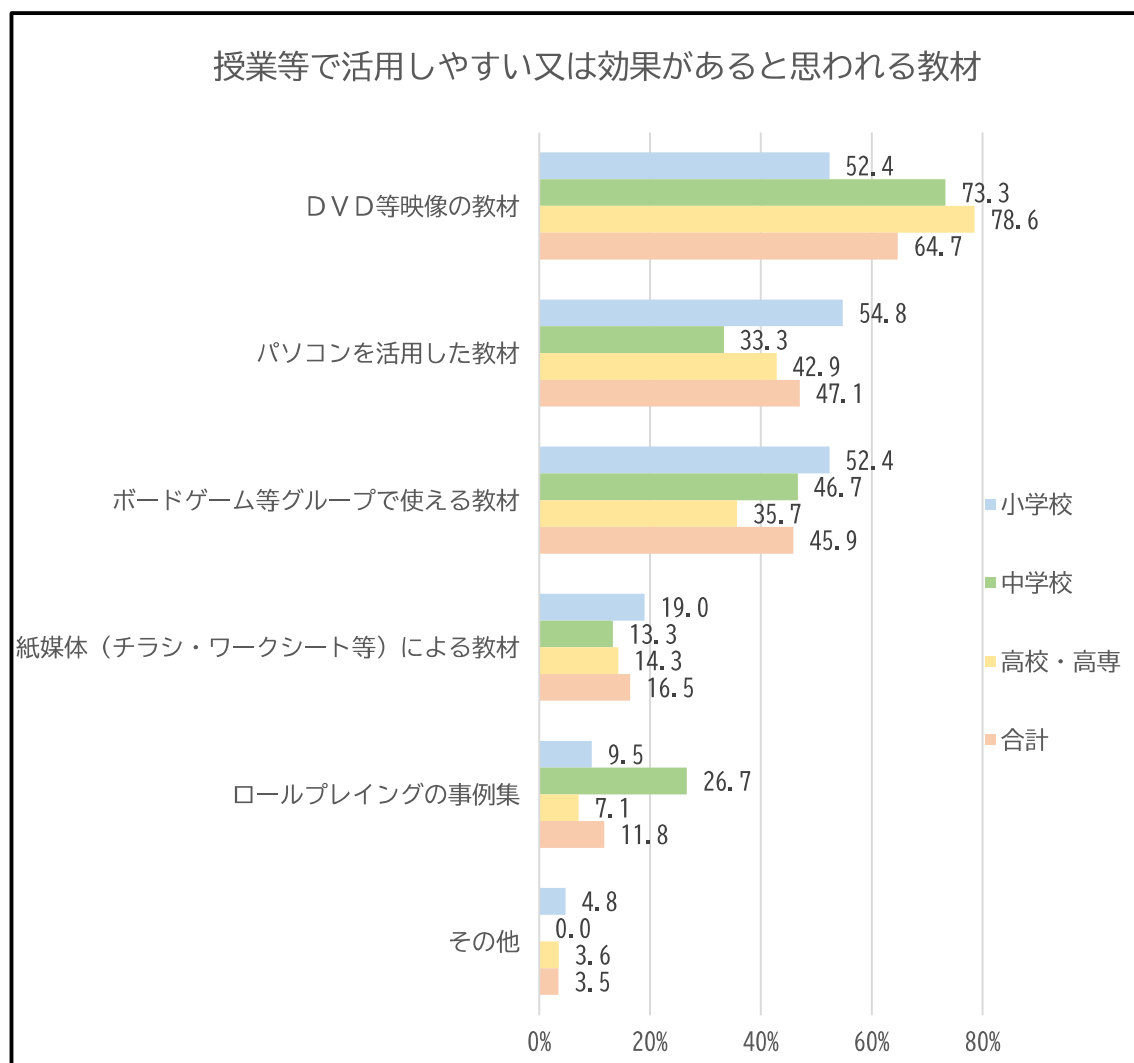
- ・活用しやすい課題があると思われる教材は、全体として、「DVD等映像の教材」(64.7%)がいずれの学齢でも高い数値を示し、次に「パソコンを活用した教材」(47.1%)、「ボードゲーム等グループで使える教材」(45.9%)の順となっています。このことから、視聴覚に訴える教材が最も活用しやすいことがうかがえます。

【図表 8 2】授業等で活用しやすい又は効果があると思われる教材

質 問 項 目	小 学 校		中 学 校		高 校 ※		合 計	
	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)
1 DVD等映像の教材	22	52.4	11	73.3	22	78.6	55	64.7
2 パソコンを活用した教材	23	54.8	5	33.3	12	42.9	40	47.1
3 ボードゲーム等グループで使える教材	22	52.4	7	46.7	10	35.7	39	45.9
4 紙媒体（チラシ・ワークシート等）による教材	8	19.0	2	13.3	4	14.3	14	16.5
5 ロールプレイングの事例集	4	9.5	4	26.7	2	7.1	10	11.8
6 その他	2	4.8	0	0.0	1	3.6	3	3.5
計	81		29		51		161	

※高等専門学校も含む

【図表 8 3】



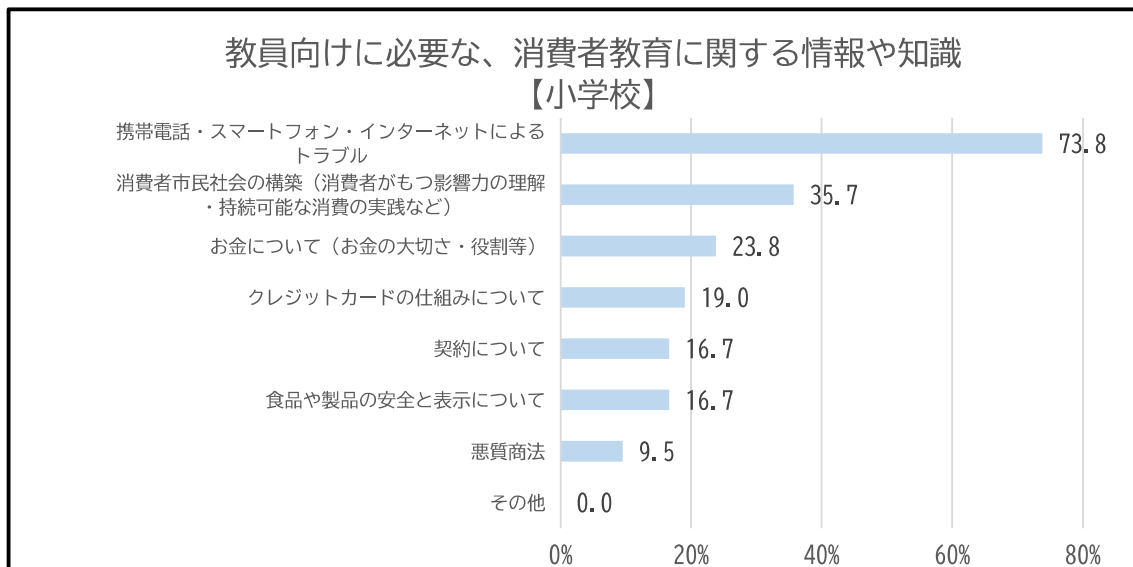
⑨ 教員向けに必要な、消費者教育に関する情報や知識について

- ・情報や知識では、全体として、「携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブル」（小学校 73.8%、中学校 46.7%、高校 75.0%）が、いずれの学校においても 1 位で、中学校においては「消費者市民社会の構築（消費者がもつ影響力の理解・持続可能な消費の実践など）」が 46.7%の同率 1 位となっています。

【図表 8 4】教育向けに必要な、消費者教育に関する情報や知識【小学校】

質 問 項 目	小 学 校	
	回答数	割合(%)
1 携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブル	31	73.8
2 消費者市民社会の構築（消費者がもつ影響力の理解・持続可能な消費の実践など）	15	35.7
3 お金について（お金の大切さ・役割等）	10	23.8
4 クレジットカードの仕組みについて	8	19.0
5 契約について	7	16.7
6 食品や製品の安全と表示について	7	16.7
7 悪質商法	4	9.5
8 その他	0	0.0
計	82	

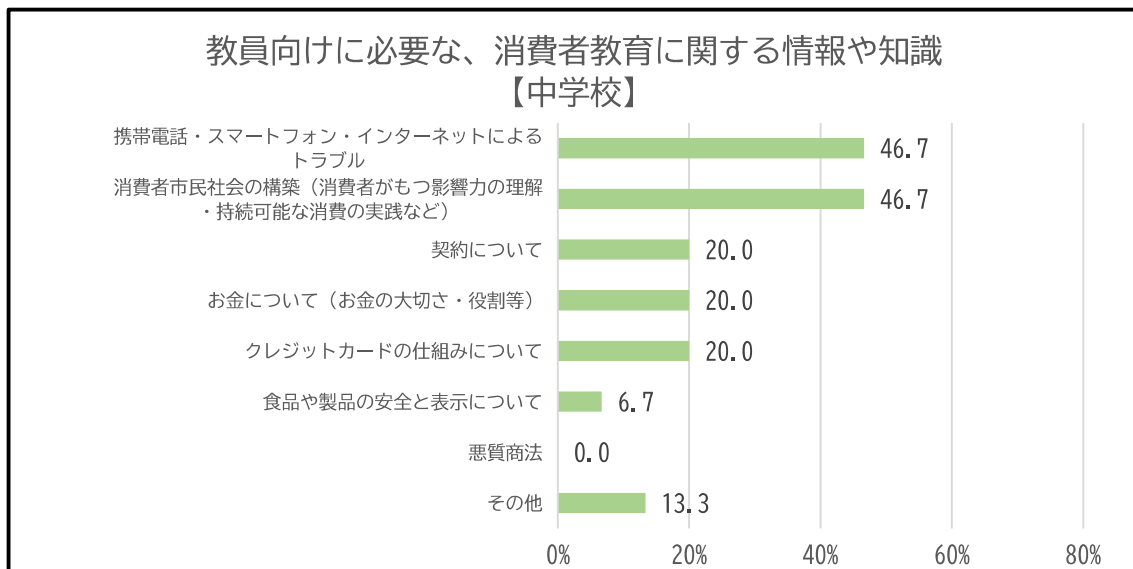
【図表 8 5】



【図表 8 6】教育向けに必要な、消費者教育に関する情報や知識【中学校】

質 問 項 目	中 学 校	
	回答数	割合(%)
1 携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブル	7	46.7
2 消費者市民社会の構築（消費者がもつ影響力の理解・持続可能な消費の実践など）	7	46.7
3 契約について	3	20.0
4 お金について（お金の大切さ・役割等）	3	20.0
5 クレジットカードの仕組みについて	3	20.0
6 食品や製品の安全と表示について	1	6.7
7 悪質商法	0	0.0
8 その他	2	13.3
計	26	

【図表 8 7】

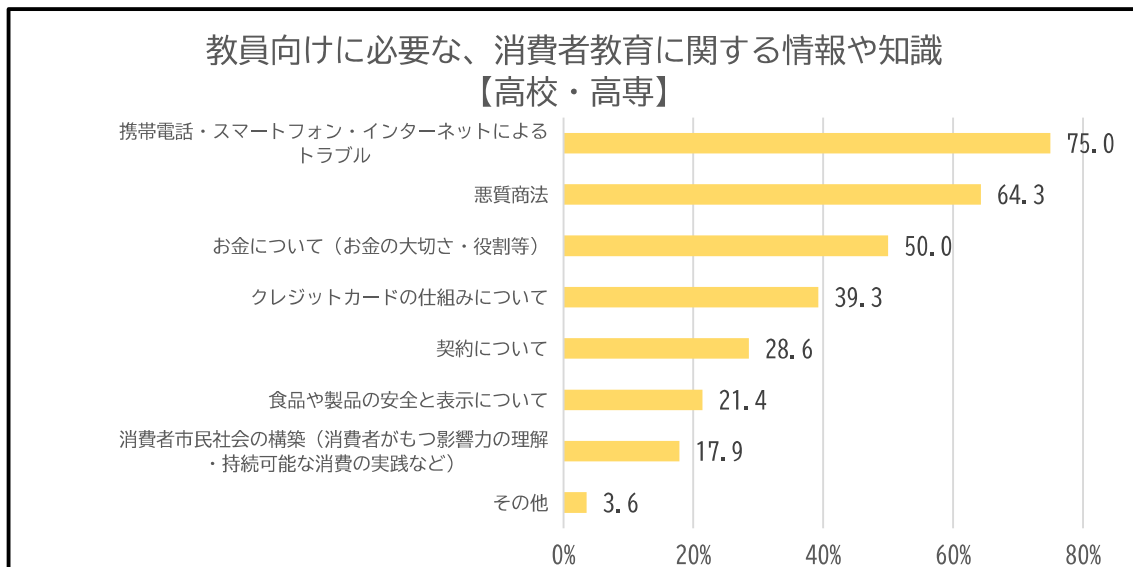


【図表 8 8】 教員向けに必要な、消費者教育に関する情報や知識【高校】

質 問 項 目	高 校 ※	
	回答数	割合(%)
1 携帯電話・スマートフォン・インターネットによるトラブル	21	75.0
2 悪質商法	18	64.3
3 お金について（お金の大切さ・役割等）	14	50.0
4 クレジットカードの仕組みについて	11	39.3
5 契約について	8	28.6
6 食品や製品の安全と表示について	6	21.4
7 消費者市民社会の構築（消費者がもつ影響力の理解・持続可能な消費の実践など）	5	17.9
8 その他	1	3.6
計	84	

※高等専門学校も含む

【図表 8 9】



⑩ 消費者教育において、特に身に付けさせたい領域について

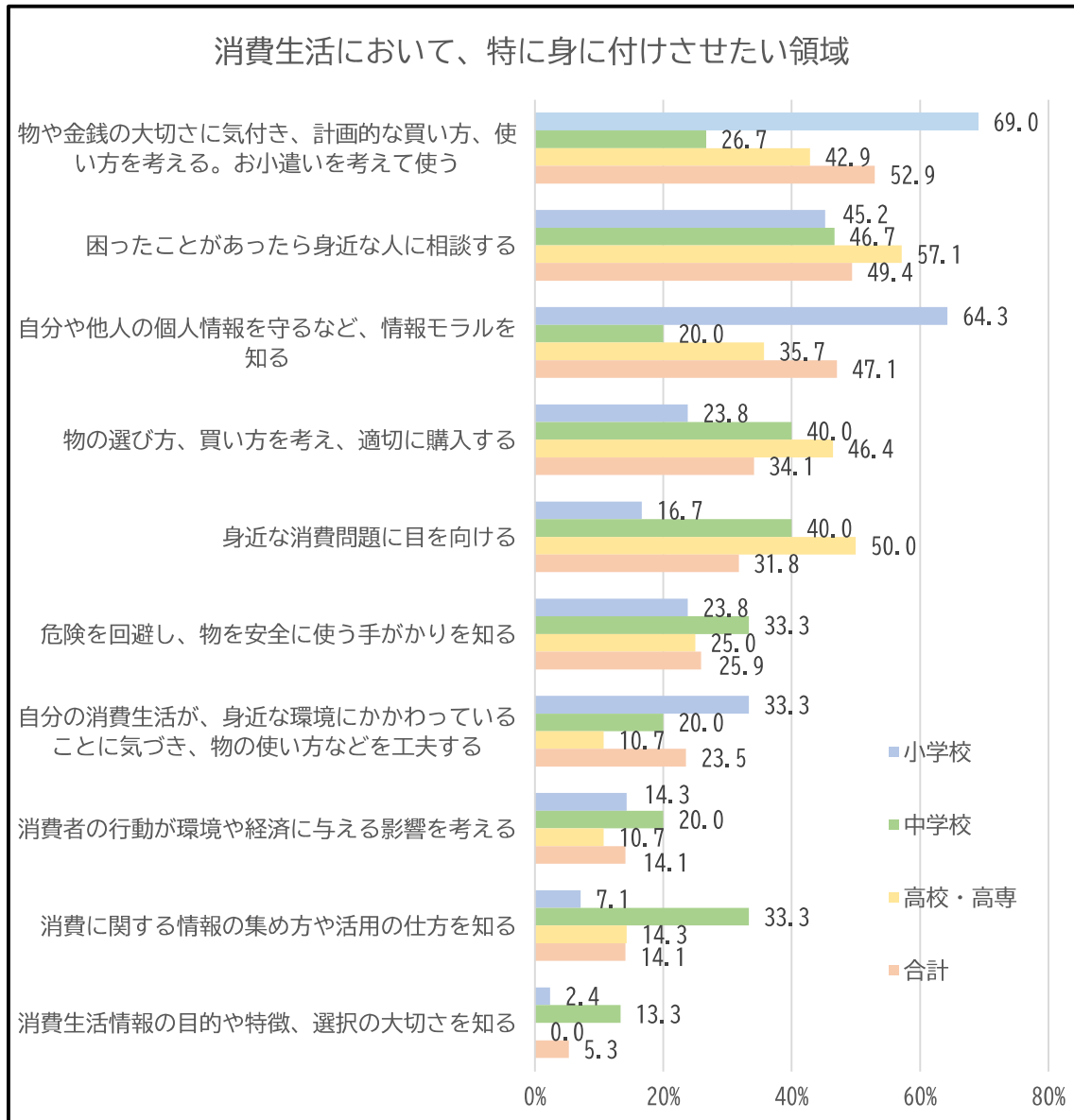
- ・特に身に付けさせたい領域では、全体として、「物や金銭の大切さに気付き、計画的な買い方、使い方を考える。お小遣いを考えて使う」(52.9%)、「困ったことがあったら身近な人に相談する」(49.4%)、「自分や他人の個人情報を守るなど、情報モラルを知る」(47.1%)と続いています。

【図表 9 0】消費者教育において、特に身につけさせたい領域

質 問 項 目	小 学 校		中 学 校		高 校 ※		合 計	
	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)	回答数	割合(%)
1 物や金銭の大切さに気付き、計画的な買い方、使い方を考える。お小遣いを考えて使う	29	69.0	4	26.7	12	42.9	45	52.9
2 困ったことがあったら身近な人に相談する	19	45.2	7	46.7	16	57.1	42	49.4
3 自分や他人の個人情報を守るなど、情報モラルを知る	27	64.3	3	20.0	10	35.7	40	47.1
4 物の選び方、買い方を考え、適切に購入する	10	23.8	6	40.0	13	46.4	29	34.1
5 身近な消費問題に目を向ける	7	16.7	6	40.0	14	50.0	27	31.8
6 危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知る	10	23.8	5	33.3	7	25.0	22	25.9
7 自分の消費生活が、身近な環境にかかわっていることに気づき、物の使い方などを工夫する	14	33.3	3	20.0	3	10.7	20	23.5
8 消費者の行動が環境や経済に与える影響を考える	6	14.3	3	20.0	3	10.7	12	14.1
9 消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知る	3	7.1	5	33.3	4	14.3	12	14.1
10 消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知る	1	2.4	2	13.3	0	0.0	3	5.3
計	126		44		82		252	

※高等専門学校も含む

【図表 9 1】



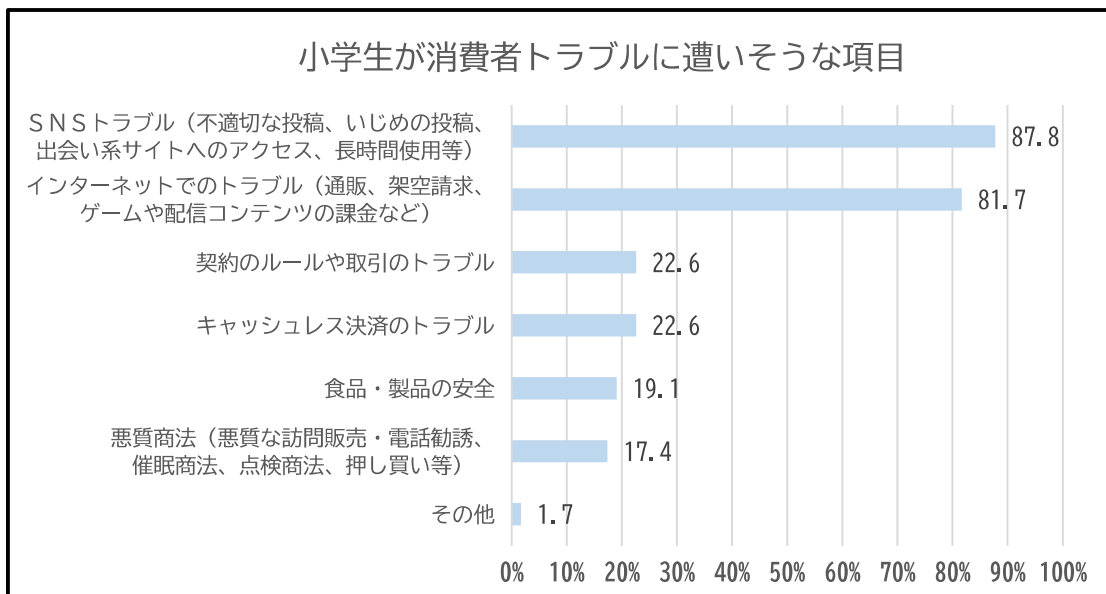
⑪ 小学生が消費者トラブルにあいそうな項目について

- ・トラブルにあいそうな項目としては、「SNS トラブル（不適切な投稿、いじめの投稿、出会い系サイトへのアクセス、長時間使用等）」(87.8%)、が最も多く、次いで「インターネットでのトラブル（通販、架空請求、ゲームや配信コンテンツの課金など）」(81.7%)となっています。

【図表 9 2】 小学生が消費者トラブルにあいそうな項目

質問項目	回答数	割合 (%)
1 SNSトラブル（不適切な投稿、いじめの投稿、出会い系サイトへのアクセス、長時間使用等）	101	87.8
2 インターネットでのトラブル（通販、架空請求、ゲームや配信コンテンツの課金など）	94	81.7
3 契約のルールや取引のトラブル	26	22.6
4 キャッシュレス決済のトラブル	26	22.6
5 食品・製品の安全	22	19.1
6 悪質商法（悪質な訪問販売・電話勧誘、催眠商法、点検商法、押し買い等）	20	17.4
7 その他	2	1.7
計	291	

【図表 9 3】



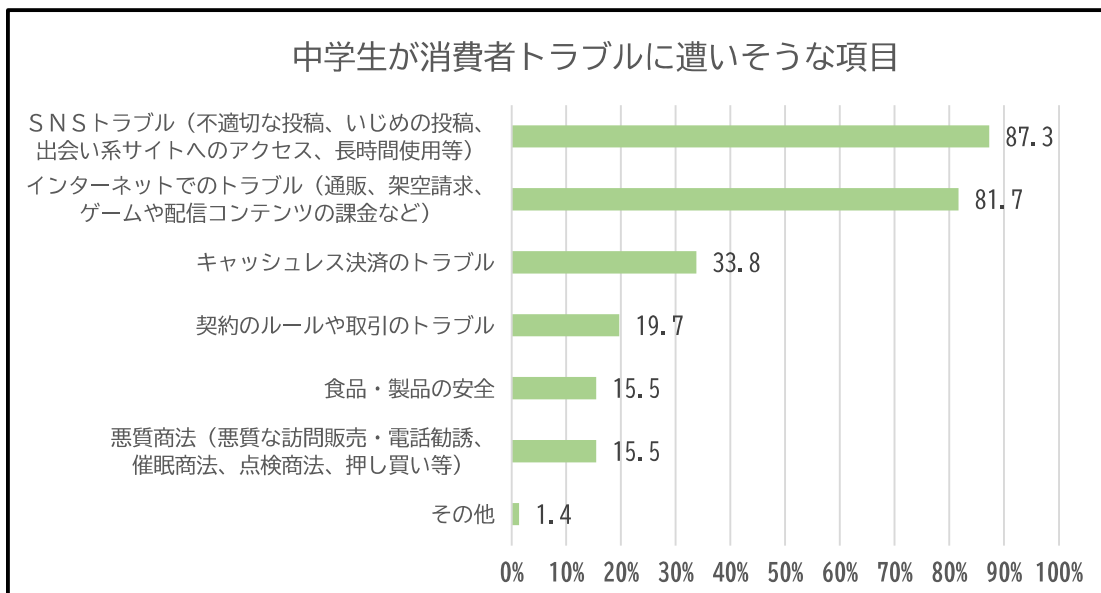
⑫ 中学生が消費者トラブルにあいそうな項目について

- ・トラブルにあいそうな項目としては、「SNS トラブル（不適切な投稿、いじめの投稿、出会い系サイトへのアクセス、長時間使用等）」（87.3%）、が最も多く、次いで「インターネットでのトラブル（通販、架空請求、ゲームや配信コンテンツの課金など）」（81.7%）となっています。

【図表 9 4】 中学生が消費者トラブルにあいそうな項目

質問項目	回答数	割合 (%)
1 SNSトラブル（不適切な投稿、いじめの投稿、出会い系サイトへのアクセス、長時間使用等）	62	87.3
2 インターネットでのトラブル（通販、架空請求、ゲームや配信コンテンツの課金など）	58	81.7
3 キャッシュレス決済のトラブル	24	33.8
4 契約のルールや取引のトラブル	14	19.7
5 食品・製品の安全	11	15.5
6 悪質商法（悪質な訪問販売・電話勧誘、催眠商法、点検商法、押し買い等）	11	15.5
7 その他	1	1.4
計	181	

【図表 9 5】



⑬ 高校生が消費者トラブルにあいそうな項目について

- ・トラブルにあいそうな項目としては、「SNS トラブル（不適切な投稿、いじめの投稿、出会い系サイトへのアクセス、長時間使用等）」と「インターネットでのトラブル（通販、架空請求、ゲームや配信コンテンツの課金など）」が各 71.6%と最も多く、次いで「成年年齢引下げ（18歳、19歳は保護者の同意なく契約できる）」(59.7%)となっています。

【図表 9 6】 高校生が消費者トラブルにあいそうな項目

質問項目	回答数	割合 (%)
1 SNSトラブル（不適切な投稿、いじめの投稿、出会い系サイトへのアクセス、長時間使用等）	48	71.6
2 インターネットでのトラブル（通販、架空請求、ゲームや配信コンテンツの課金など）	48	71.6
3 成年年齢引下げ（18歳、19歳は保護者の同意なく契約できる）	40	59.7
4 キャッシュレス決済のトラブル	20	29.9
5 契約のルールや取引のトラブル	14	20.9
6 悪質商法（悪質な訪問販売・電話勧誘、催眠商法、点検商法、押し買い等）	14	20.9
7 食品・製品の安全	2	3.0
8 その他	0	0.0
計		

【図表 9 7】

