

令和 8 年 2 月 5 日

## 令和 7 年度第 4 回消費生活意識調査結果について

### 1. 調査の目的とテーマ

「消費生活意識調査」では、消費者の意識や行動、消費者問題等について、その時々  
のテーマで随時調査を実施しています。令和 7 年 12 月は、「消費者教育」を中心に調査  
を行いました。

### 2. 調査の方法

全国の 15 歳以上の男女 5,000 人を対象に、インターネットによるアンケート調査を  
実施。

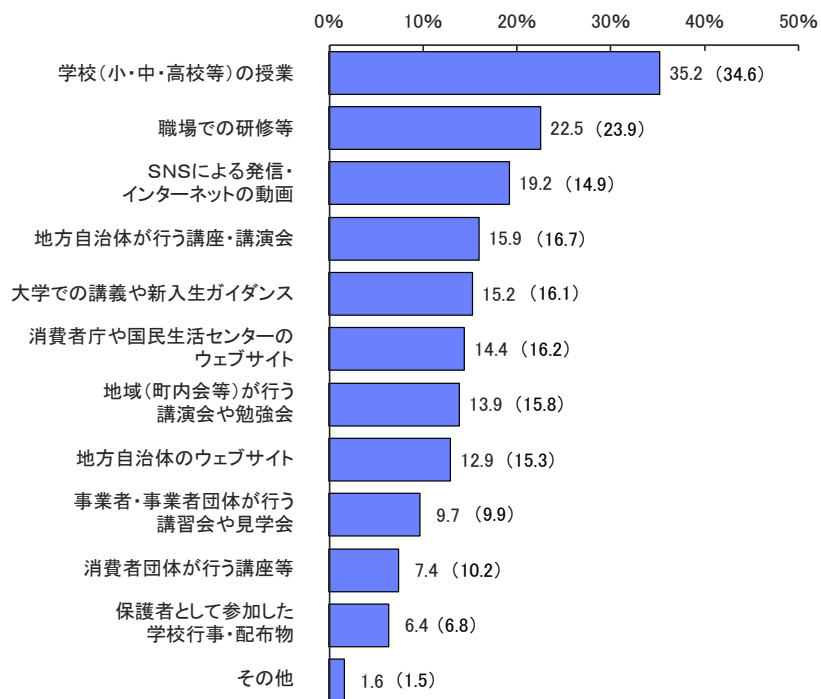
### 3. 調査結果のポイント

※図表の括弧内の数値は、昨年の調査の数値。

#### (1) 『消費者教育』を受けた機会について

消費生活や消費者問題に関する「消費者教育」を受けたことがあると回答した人（866  
人）に「消費者教育」を受けた機会について聞いたところ、「学校（小・中・高校等）の  
授業」と回答した人の割合は 35.2%と最も高く、次いで「職場での研修等」が 22.5%、  
「SNS による発信・インターネットの動画」が 19.2%となった。

図 1 「消費者教育」を受けた機会



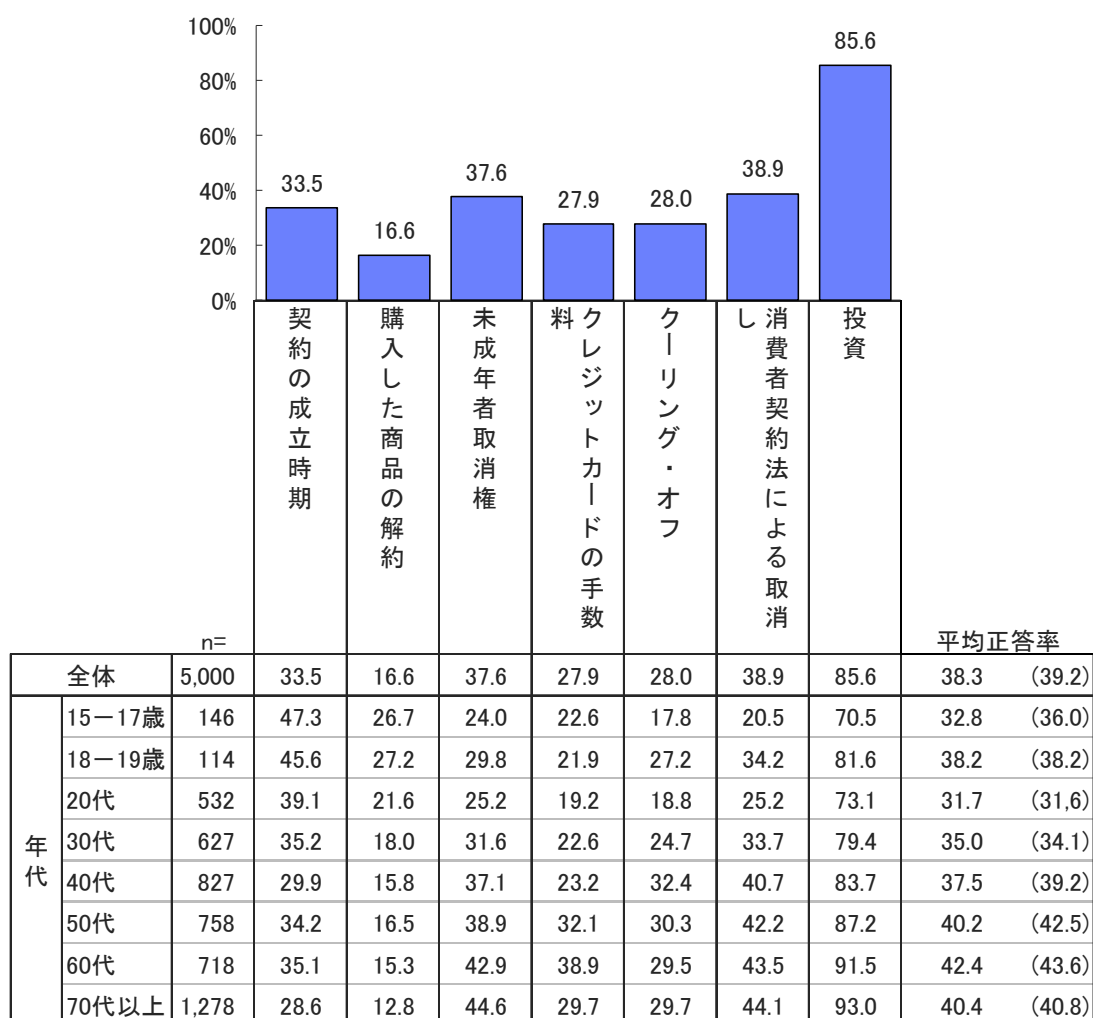
今年：n=866  
昨年：n=821

## （２）「消費生活に関する知識」について

消費生活に関する知識の正誤問題それぞれについて、完全正答率<sup>1</sup>（以下「正答率」という。）の全設問（全 7 問<sup>2</sup>）の平均は 38.3%であった。設問ごとの正答率をみると、最も基本的な知識の一つである「契約の成立時期」については全体では 33.5%だったところ、15～17 歳は 47.3%、18～19 歳は 45.6%と全体より高かった。

なお、全設問の正答率の平均を年代別にみると、20 歳代が 31.7%と最も低かった。

図 2 設問ごとの正答率



<sup>1</sup> 正誤問題それぞれについて、正しい選択肢を全て選び、かつ誤った選択肢を選んでいない回答者（完全正答者）の割合。

<sup>2</sup> 消費者教育の授業において、消費者庁が 2017 年 3 月に作成した消費者教育冊子教材「社会への扉」で扱われている消費生活に関する基礎知識に基づき構成。「社会への扉」は、主に高校生を対象としており、成年年齢の引下げの動きも踏まえ、成人として消費生活を送る上で、最低限必要な知識を習得し、消費者トラブルに遭ったときには適切な行動に結びつけることができる実践的な能力を育むことを目的として作成。

### （３）「過去１年間に実際に遭った消費者トラブルの内容」について

過去１年間に実際に消費者トラブルに遭ったことがあると回答した人 20.1%（1,003人）について、具体的なトラブルの内容として、「商品の機能・品質やサービスの質が期待より大きく劣っていた」と回答した人の割合が45.1%と最も高くなった。次いで「表示・広告と実際の商品・サービスの内容が大きく違っていた」と回答した人の割合が25.1%、「思っていたよりかなり高い金額を請求された」が20.1%となった。

図３－１ 過去１年間に消費者トラブルに遭った人の割合

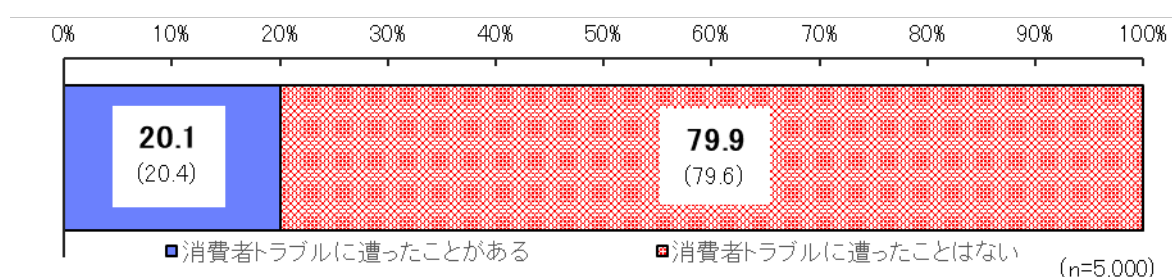
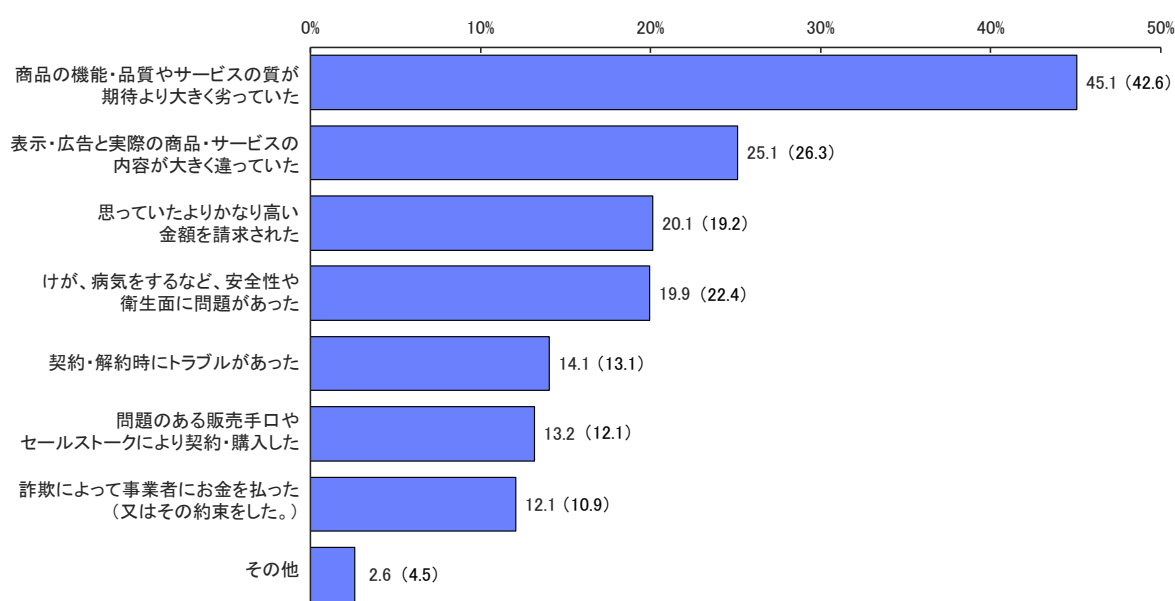


図３－２ 過去１年間に実際に遭った消費者トラブル内容



今年：n=1,003  
昨年：n=1,018

※複数回答

#### (4)「消費者トラブルに遭った際の相談先」について

(3)で消費者トラブルに遭ったと回答した人(1,003人)のうち、どこ(誰)かに相談した人71.9%(721人)について、相談先は、「地方自治体の消費生活センター・相談窓口」と回答した人の割合が31.9%と最も高く、次いで「国民生活センター」が28.8%、「商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店や代理店等」が27.3%となった。

図4-1 消費者トラブルに遭った際に相談をした人の割合

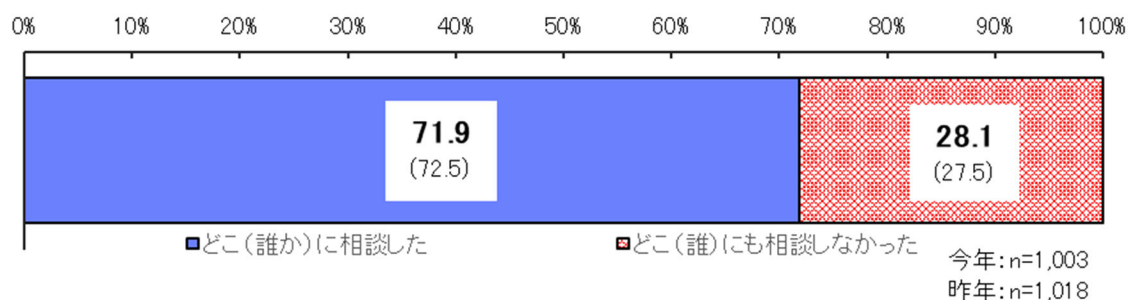
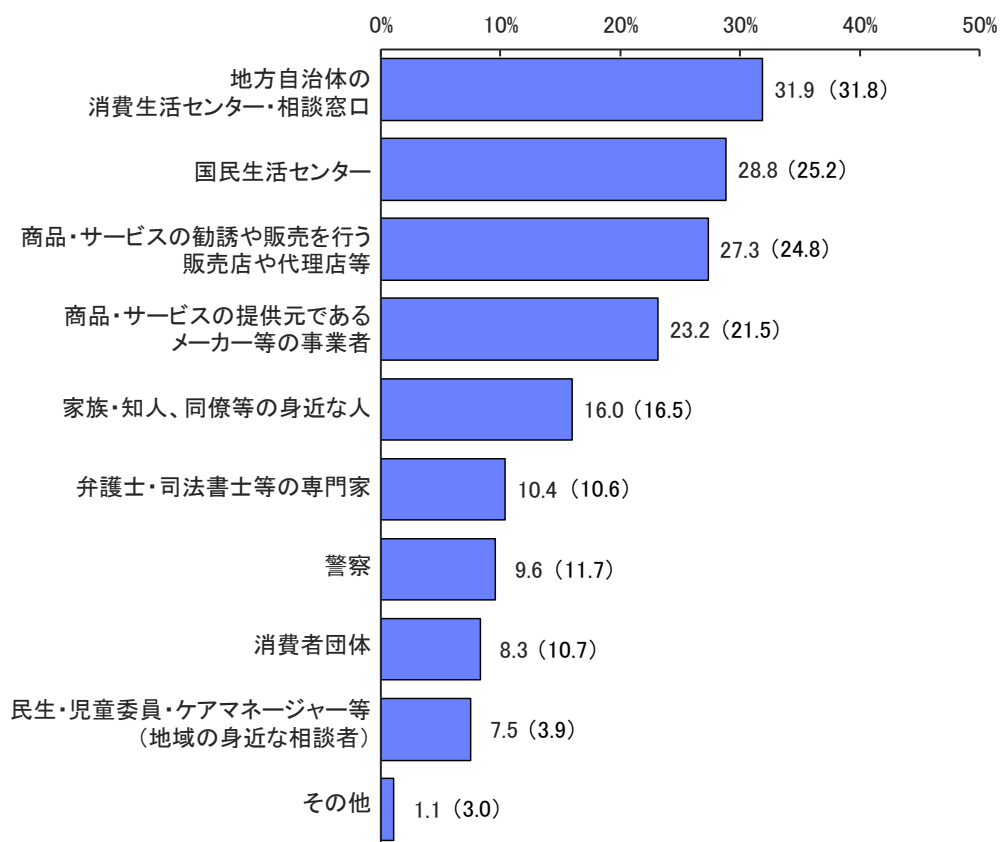


図4-2 消費者トラブルに遭った際の相談先



今年:n=721

昨年:n=738

※複数回答

## （５）「オンラインショッピングで思っていたものと違う商品が届いた時の対応」について

オンラインショッピングで思っていたものと違う商品が届いたことがあると回答した人 47.3%（2,363 人）について、「すぐに販売者に連絡を取り交換・返品を求めた」と回答した人の割合は 42.9%となっており、次いで「インターネット通販サイト事業者に連絡を取り交換・返品を求めた」が 35.4%となった。また、交換・返品を求める等の行動をしたことがある人の割合は 66.1%<sup>3</sup>であった。

図 5－1 オンラインショッピングで思っていたものと違う商品が届いた人の割合

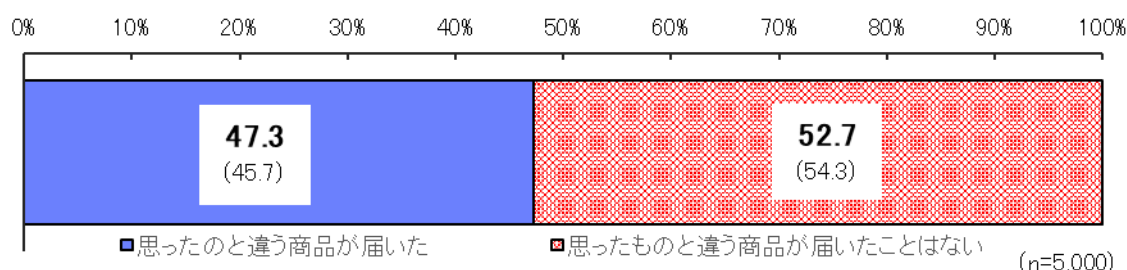
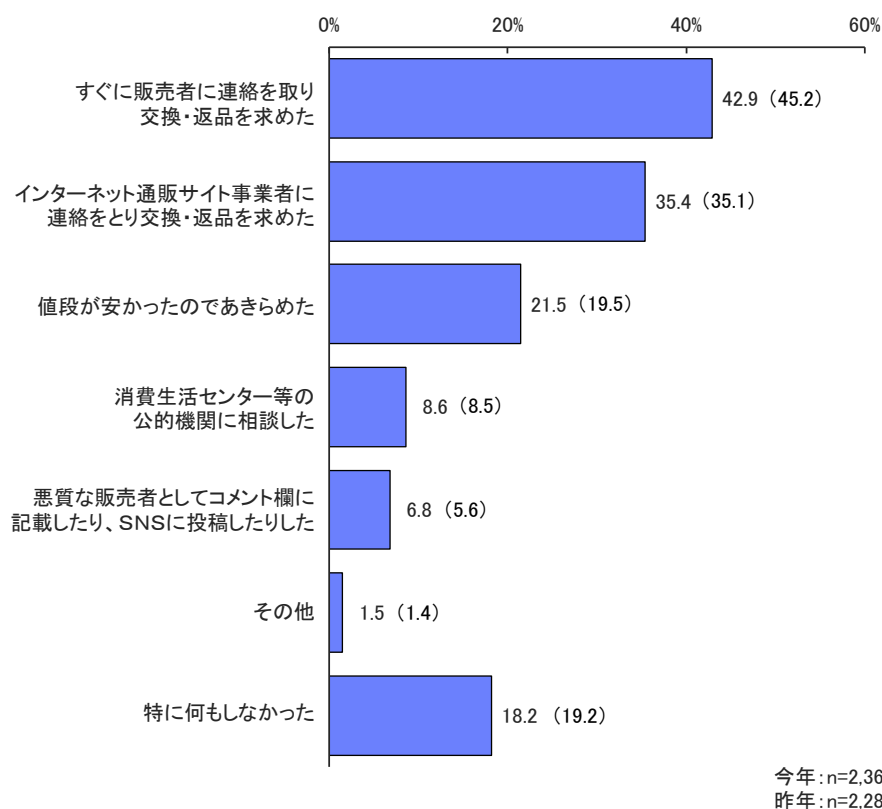


図 5－2 オンラインショッピングで思っていたものと違う商品が届いた時の対応



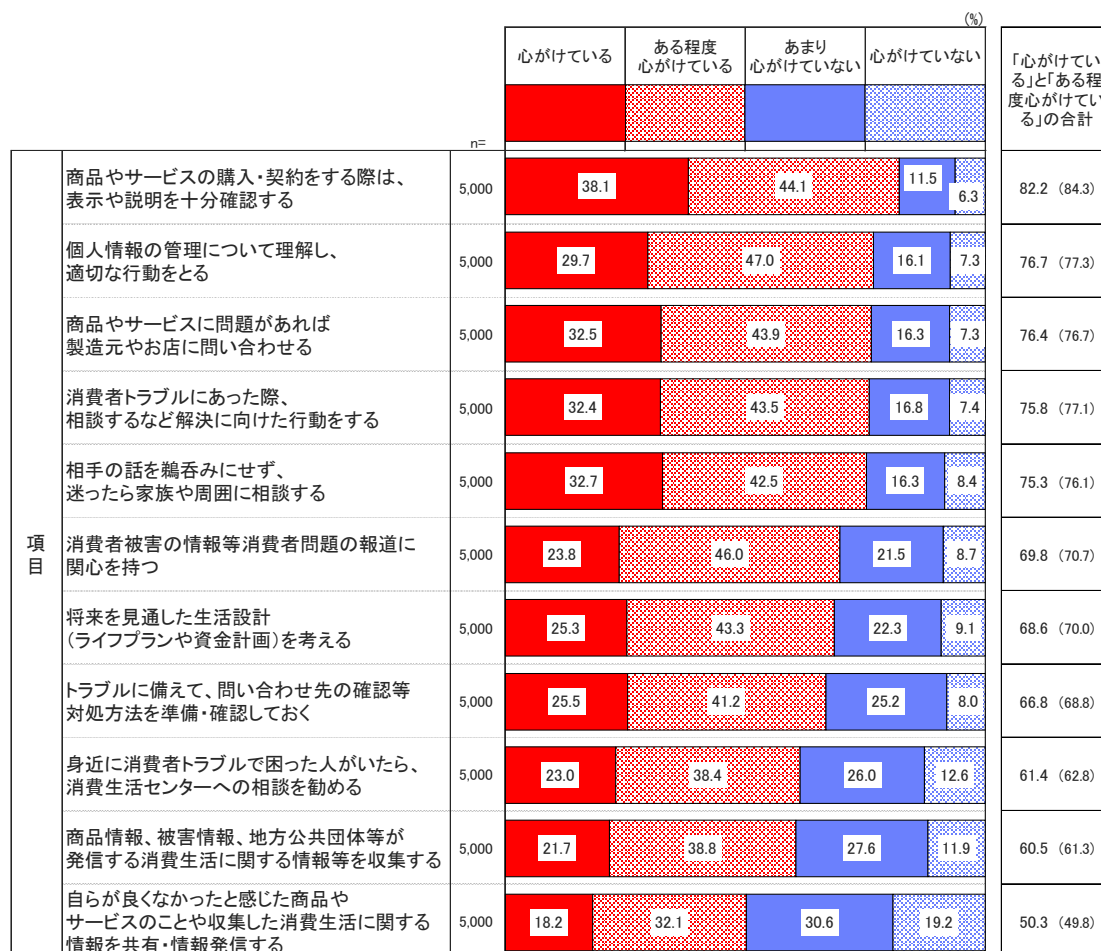
※複数回答

<sup>3</sup> 「思ったものと違う商品が届いたことはない」と回答した人を除いた回答者(2,363 人)のうち、「すぐに販売者に連絡を取り交換・返品を求めた」、「インターネット通販サイト事業者に連絡を取り交換・返品を求めた」、「消費生活センター等の公的機関に相談した」、「悪質な販売者としてコメント欄に記載したり、SNS に投稿したりした」のいずれかと回答した人の割合。

## （６）「消費者として心がけている行動」について

消費者として心がけている（「心がけている」と「ある程度心がけている」のいずれか）と回答した行動について、「商品やサービスの購入・契約をする際は、表示や説明を十分確認する」が最も多く 82.2%となっていた。次いで「個人情報の管理について理解し、適切な行動をとる」が 76.7%となった。

図 6 消費者として心がけている行動



### 調査に関する問合せ先

消費者庁参事官（調査研究・国際担当）

TEL：03(3507)9330（直通）

### 内容に関する問合せ先

消費者庁消費者教育推進課

TEL：03(3507)7566（直通）