

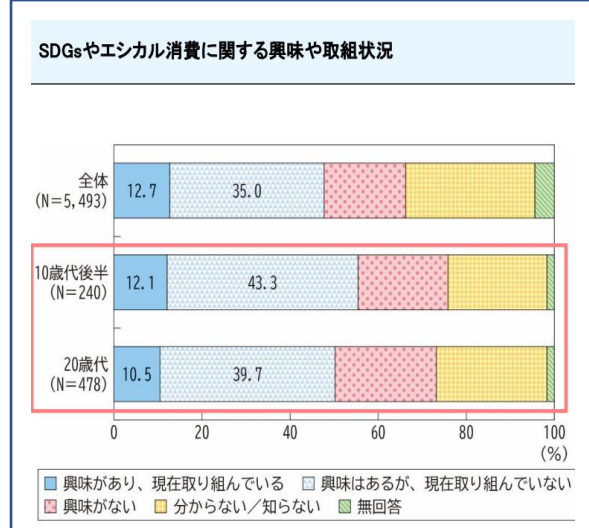
消費者白書のデータを読み解こう

出典 資料1、2：令和4年版消費者白書 資料3～15：令和5年版消費者白書

※赤字は生徒の実際の解答例

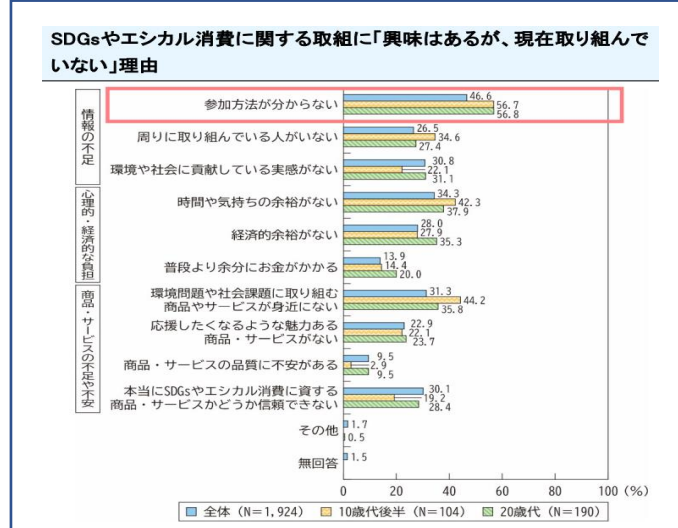
ワーク1 資料1、2から読み取れる情報を□に挙げ、「」内に用語を入れよう。

資料1



若者の4割はSDGsやエシカル消費に興味はあるが、実際の取組をしていない。

資料2



若者の興味はあるが取組をしていない理由の第1位は「参加方法が分からない」

資料5

65-74歳		75-84歳		85歳以上	
順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数
1	商品一般	7,462	1	商品一般	5,374
2	アダルト情報	2,504	2	役務その他サービス	1,841
3	役務その他サービス	2,194	3	携帯電話サービス	1,383
4	携帯電話サービス	1,732	4	他の健康食品	1,151
5	フリーローン・サラ金	1,715	5	光ファイバー	1,072
6	光ファイバー	1,661	6	屋根工事	1,038
7	電気	1,383	7	電気	1,036
8	他の健康食品	1,336	8	修理サービス	998
9	修理サービス	1,176	9	アダルト情報	883
10	賃貸アパート	1,058	10	フリーローン・サラ金	803

65-74歳		75-84歳		85歳以上	
順位	商品・サービス	件数	順位	商品・サービス	件数
1	商品一般	7,449	1	商品一般	5,863
2	他の健康食品	1,849	2	他の健康食品	1,925
3	乳液	1,659	3	携帯電話サービス	1,402
4	携帯電話サービス	1,641	4	修理サービス	1,341
5	化粧品クリーム	1,353	5	役務その他サービス	1,055
6	修理サービス	1,292	6	電気	1,037
7	役務その他サービス	1,260	7	新聞	1,005
8	ファウンデーション	1,189	8	屋根工事	971
9	電気	1,033	9	乳液	712
10	フリーローン・サラ金	1,004	10	金融関連サービスその他	707

高齢者全体で健康食品が上位のほか、年齢層が高くなるほど住宅修理関連が上位になる。65～74歳の女性では化粧品が上位になっている。

高齢者の消費生活相談の傾向には「年齢層により消費者トラブルの違い」がみられる。

若者のSDGs等への取り組みを促進するには「参加方法が分かりやすいこと」が必要。

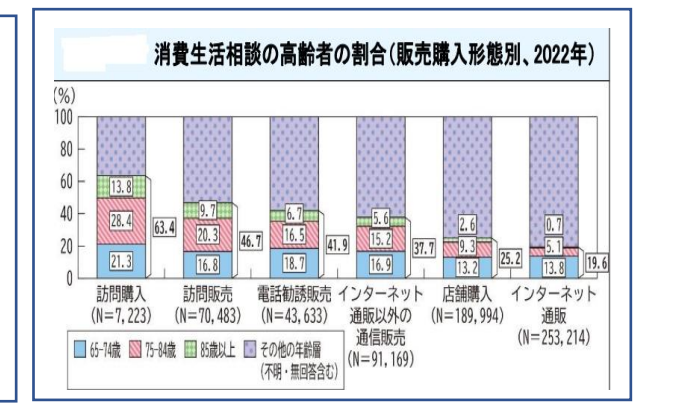
ワーク2 資料3、4、5から読み取れる情報を□に挙げ、「」内に用語を入れよう。

資料3



高齢者の消費生活相談は、1年間で25万件程度。

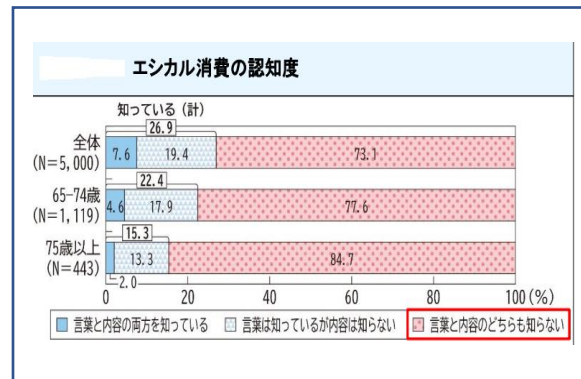
資料4



消費生活相談は、訪問購入や訪問販売で高齢者の占める割合が高い傾向。

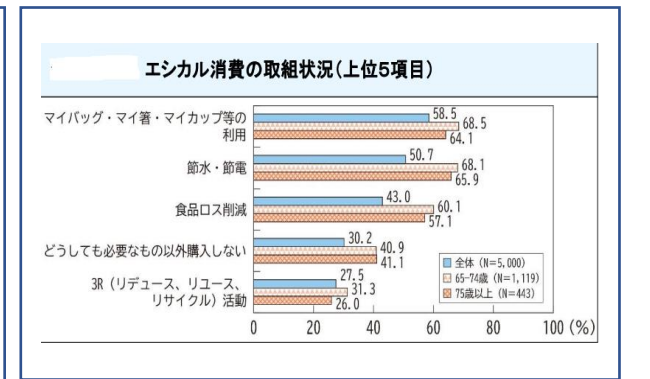
ワーク3 資料6、7から読み取れる情報を□に挙げ、消費者問題に関して何が言えるか考えよう。

資料6



エシカル消費という言葉を知らない人が多い。

資料7



高齢者のエシカル消費につながる身近な取組は活発。

「世代による取組状況の違いを踏まえてエシカル消費を推進していくことが重要」

ワーク4 任意の資料を3つ選び、消費者問題に関して、何が言えるか考えよう。

選んだ資料【8】と読み取った情報

高齢者は健康への不安を感じている。

選んだ資料【12】と読み取った情報

インターネット通販の広告等で実際に購入等につながったり困ったりしたことは、75歳では「解約が分かりにくい」や「勝手に不要なオプションがセットになっていた」が上位。

選んだ資料【15】と読み取った情報

高齢者は複数のサイトからの情報収集や口コミや評価で気を付けている割合が低く、事前調査が十分ではない可能性。

言えること

「 **高齢者の中には、デジタルリテラシーに課題がある人が存在し、インターネット通販での「健康食品」のトラブルに巻き込まれやすくなるおそれがある** 」

ワーク5 ワーク4の「言えること」への対応として、できそうなことを2つの視点から考えよう。
実現可能なものであること。

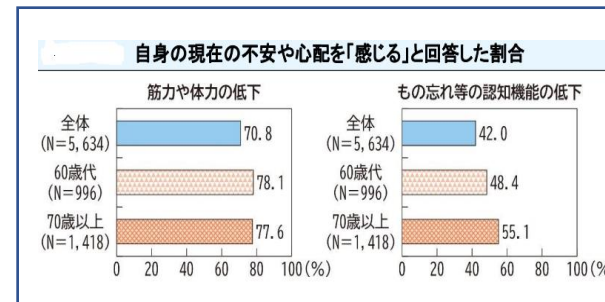
政府や地方公共団体ができそうなこと

**高齢者に関する健康食品に特化して、消費者トラブルに関するCMをだす。
CMなら、デジタルリテラシーに課題がある人にも伝わるはず。**

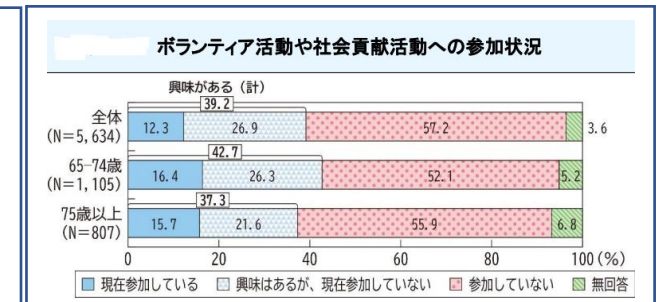
あなたができそうなこと

**消費者トラブルで問題になっている企業を調べ、その商品を買わないようにする。
また、そのことを家族にも伝えたい。**

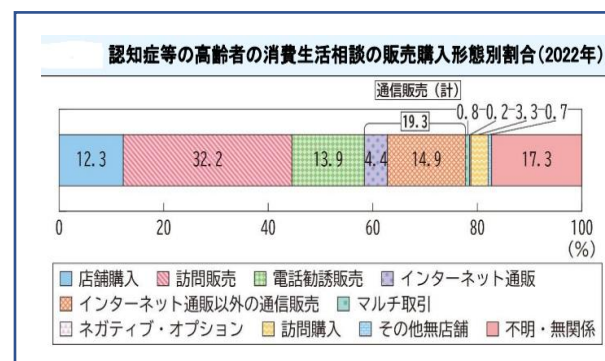
資料8



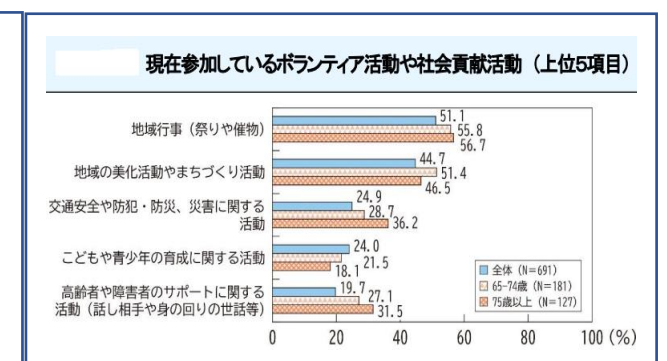
資料9



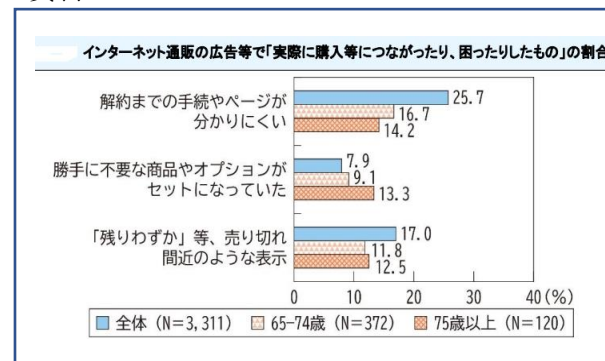
資料10



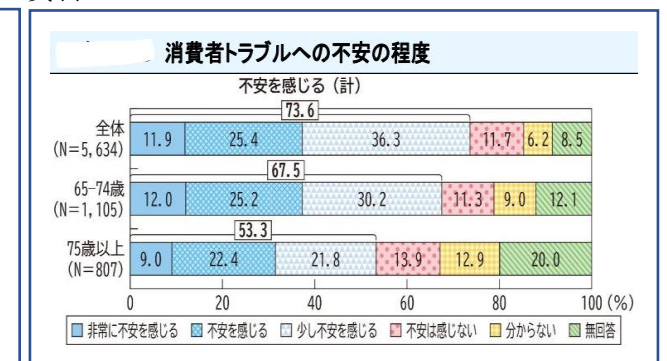
資料11



資料12



資料13



資料14

高齢者の性質と消費者トラブルとの関連

- ・健康に関する不安の高さ
- ・一人暮らしの高齢者の増加(孤独・孤立)
- ・認知症患者や判断力が低下した人の増加
- ・積極的な対応をしなくなる傾向(後述)
- ・消費者トラブルへの不安は低く、購入前の調査を十分に行わない傾向
- ・デジタルデバインドやデジタルリテラシーの課題

資料15

