

2 消費生活相談に関する状況

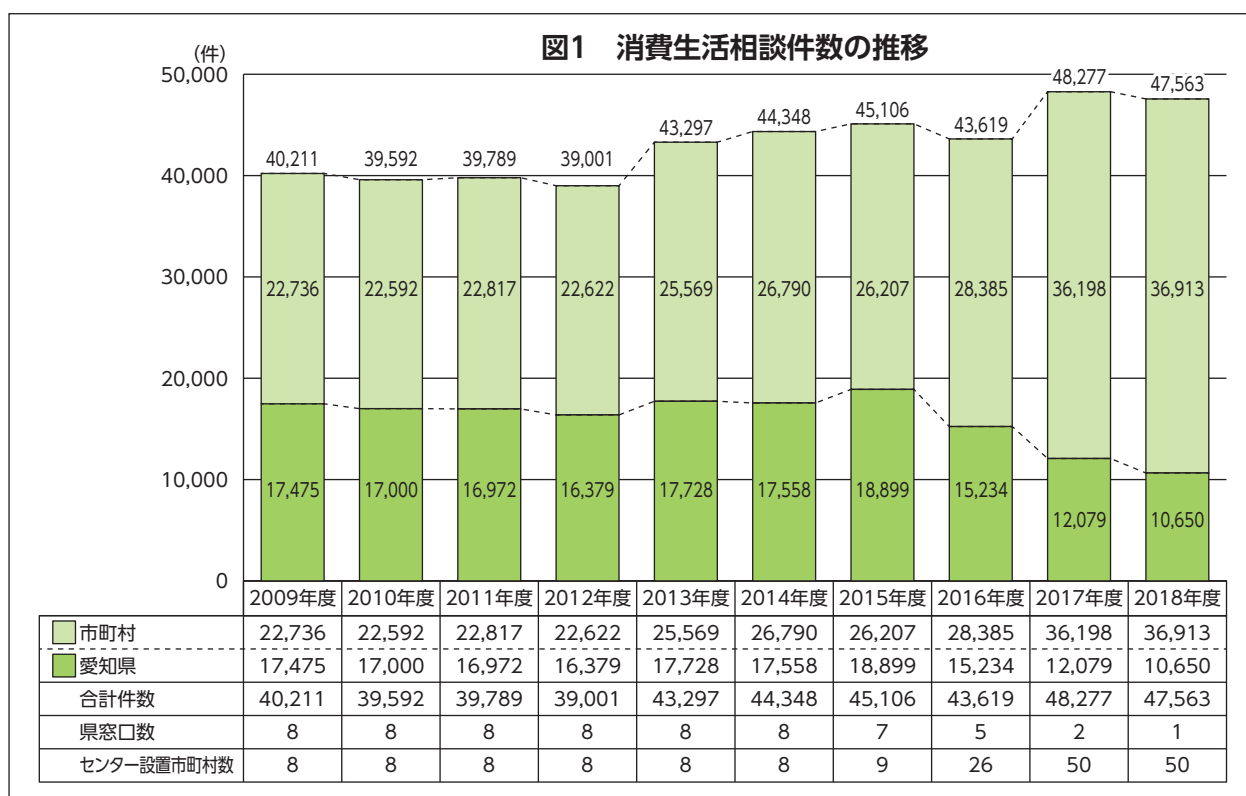
(1) 多様化・複雑化する消費生活相談

県消費生活総合センター及び市町村の消費生活相談窓口は、2018年度に寄せられた消費生活相談件数は、47,563件となり、2012年度の39,001件を底に増加基調となっています。

市町村の消費生活相談窓口で受け付けた相談件数は、消費生活センター^(※)の設置促進とともに増加しており、その割合も全体の4分の3以上を占めるなど、身近な相談窓口である市町村が重要な役割を担っています(図1)。

※ 消費生活センターの設置要件(消費者安全法第10条)

①週4日以上消費生活相談窓口開設 ②専門相談員の配置 ③電子情報処理組織その他の設備(PIO-NET)の配置



商品・サービス別に最も多かったのは、商品を特定できないものや身に覚えのない架空請求などの「商品一般」に関する相談であり、中でも「架空請求ハガキ」に関する相談は、急増した2017年度を更に上回り、全体の15%を占め最多となっています(表1、図2)。

以下、インターネットを利用したアダルトサイトや出会い系サイト、オンラインゲーム等の「デジタルコンテンツ」に関する相談は、依然として多く寄せられているものの、2016年度以降減少に転じています(表1)。

また、「健康食品」や「化粧品」に関する相談も目立っており、特に当該商品に係る定期購入に関する相談が増加しています(表1、図3)。

さらに、「シェアリング・エコノミー^(※1)」に伴う個人間売買の拡大を背景に、「フリ

マサービス^(※2)」に関する相談が、購入者側・販売者側双方から多数寄せられています(図4)。

※1 シェアリング・エコノミー

個人等が保有する活用可能な資産等(スキルや時間等の無形のものを含む。)を、インターネット上のマッチングプラットフォーム(個人(又は法人)と個人(又は法人)とを仲介するために、事業者が運営しているサービス)を介して他の個人等も利用可能とする経済活性化活動

※2 フリマサービス

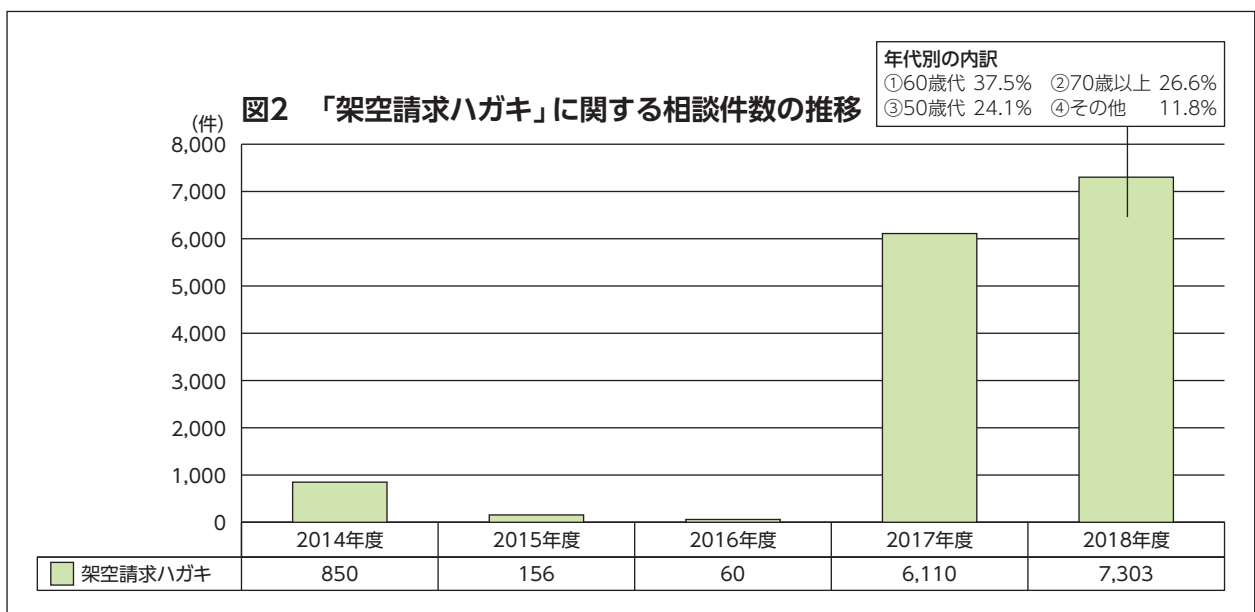
フリマアプリやフリマサイトなど、インターネット上で個人同士が商品等を取引する場を提供するサービス

「商品一般」の内訳
 ・架空請求ハガキ 7,303件
 ・架空請求メール 392件
 ・その他 2,101件

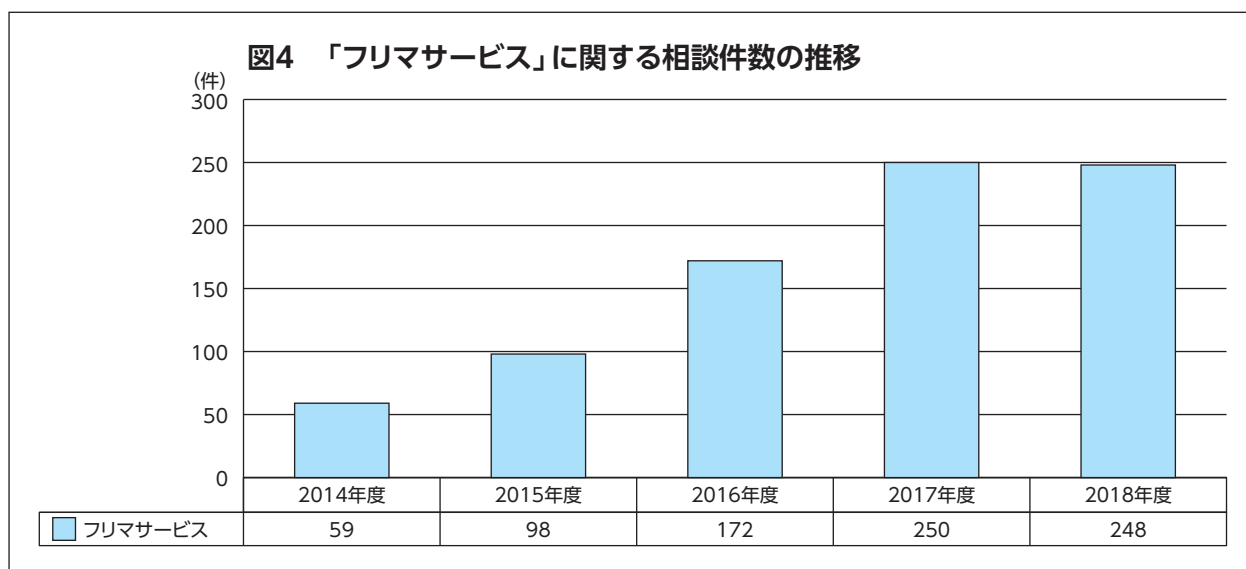
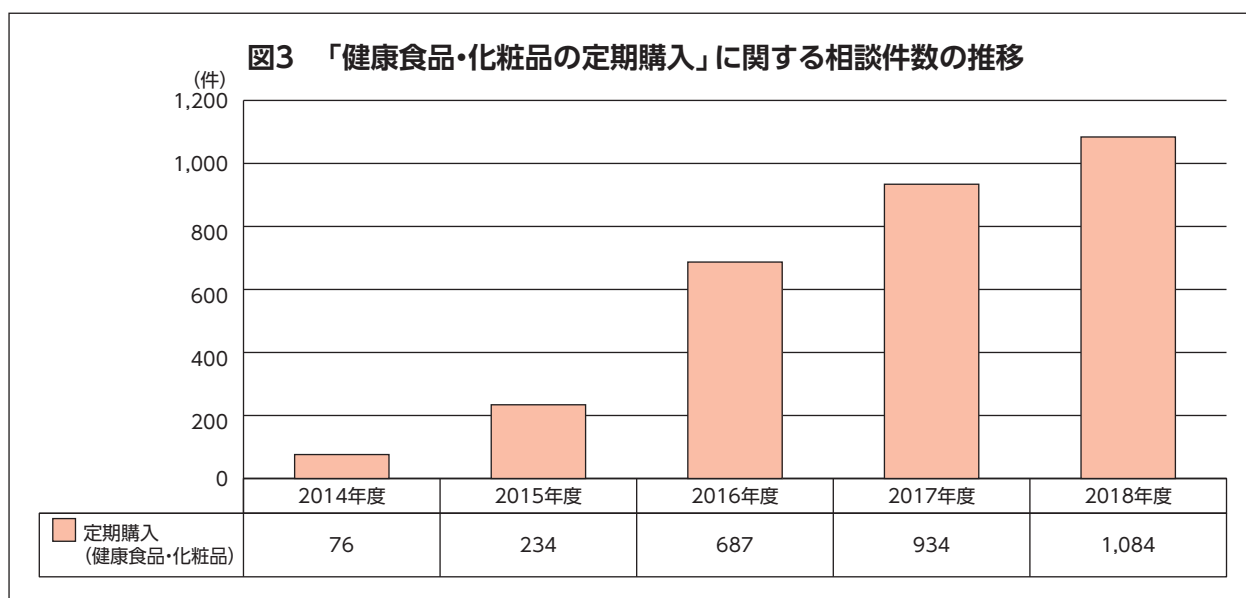
表1 商品・サービス別相談件数の推移

| 順位 | 2014年度 | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 | 前年度比 | |
|----|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|--------|-------|
| | | | | | | 増減数 | 増減率 |
| 1 | デジタルコンテンツ 10,048 | デジタルコンテンツ 10,049 | デジタルコンテンツ 8,954 | 商品一般 8,160 | 商品一般 9,796 | 1,636 | 20.0 |
| 2 | 商品一般 2,379 | 商品一般 1,873 | インターネット接続回線 2,064 | デジタルコンテンツ 7,432 | デジタルコンテンツ 4,980 | -2,452 | -33.0 |
| 3 | フリーローン・サラ金 1,351 | インターネット接続回線 1,819 | 商品一般 1,819 | インターネット接続回線 1,751 | 健康食品 1,646 | 99 | 6.4 |
| 4 | 工事・建築 1,302 | 賃貸アパート 1,671 | 賃貸アパート 1,648 | 健康食品 1,547 | 賃貸アパート 1,554 | 38 | 2.5 |
| 5 | インターネット接続回線 1,295 | フリーローン・サラ金 1,540 | フリーローン・サラ金 1,446 | 賃貸アパート 1,516 | インターネット接続回線 1,494 | -257 | -14.7 |
| 6 | 賃貸アパート 1,082 | 工事・建築 1,473 | 健康食品 1,383 | フリーローン・サラ金 1,358 | 工事・建築 1,427 | 86 | 6.4 |
| 7 | 四輪自動車 766 | 健康食品 930 | 工事・建築 1,347 | 工事・建築 1,341 | フリーローン・サラ金 1,336 | -22 | -1.6 |
| 8 | 健康食品 763 | 携帯電話サービス 835 | 四輪自動車 898 | 四輪自動車 822 | 化粧品 1,065 | 253 | 31.2 |
| 9 | 携帯電話サービス 723 | 四輪自動車 823 | 携帯電話サービス 746 | 化粧品 812 | 携帯電話サービス 849 | 78 | 10.1 |
| 10 | ファンド型投資商品 627 | 修理サービス 584 | 興信所 692 | 携帯電話サービス 771 | 四輪自動車 824 | 2 | 0.2 |

図2 「架空請求ハガキ」に関する相談件数の推移



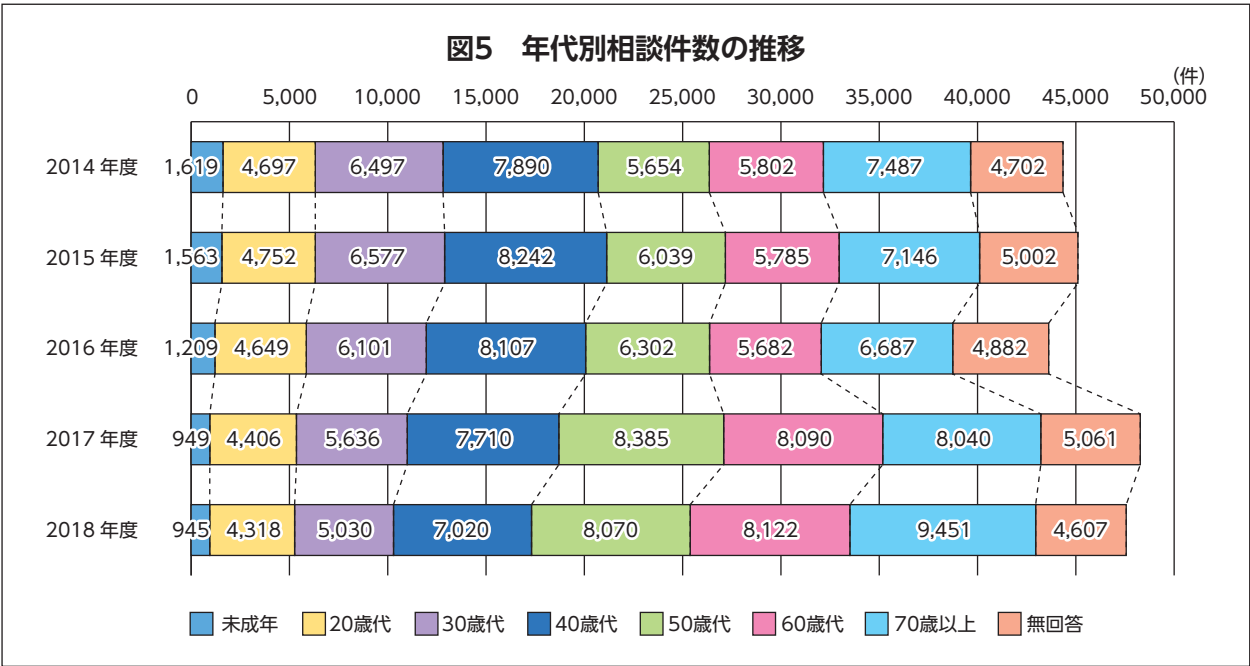
年代別の内訳
 ①60歳代 37.5% ②70歳以上 26.6%
 ③50歳代 24.1% ④その他 11.8%



(2) 契約当事者の年代別相談状況

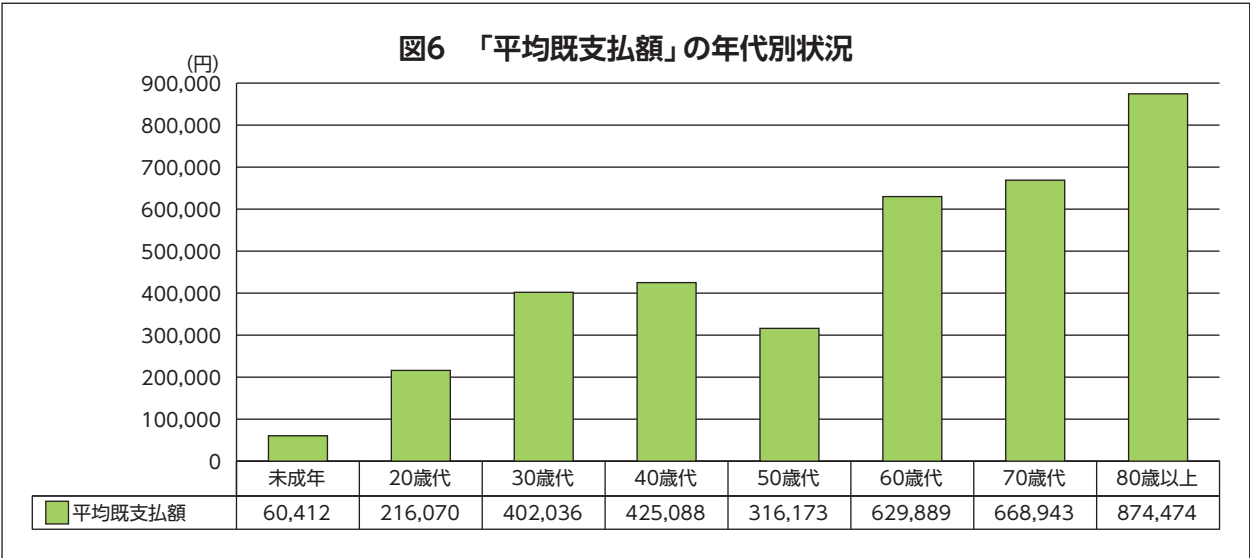
契約当事者の年代別の相談件数は、40歳代以下において減少傾向となる一方で、50歳代以上が総じて増加基調となっています。このうち2017年度、2018年度の増加は、「架空請求ハガキ」の急増の影響によるところが大きくなっています(図5、図2)。

また、2018年度においては、70歳以上の高齢者の増加率(17.5%)が目立って高くなっており、この傾向は、人生100年時代に向け、更に加速することが予想されます(図5)。



(3) 消費者被害の状況

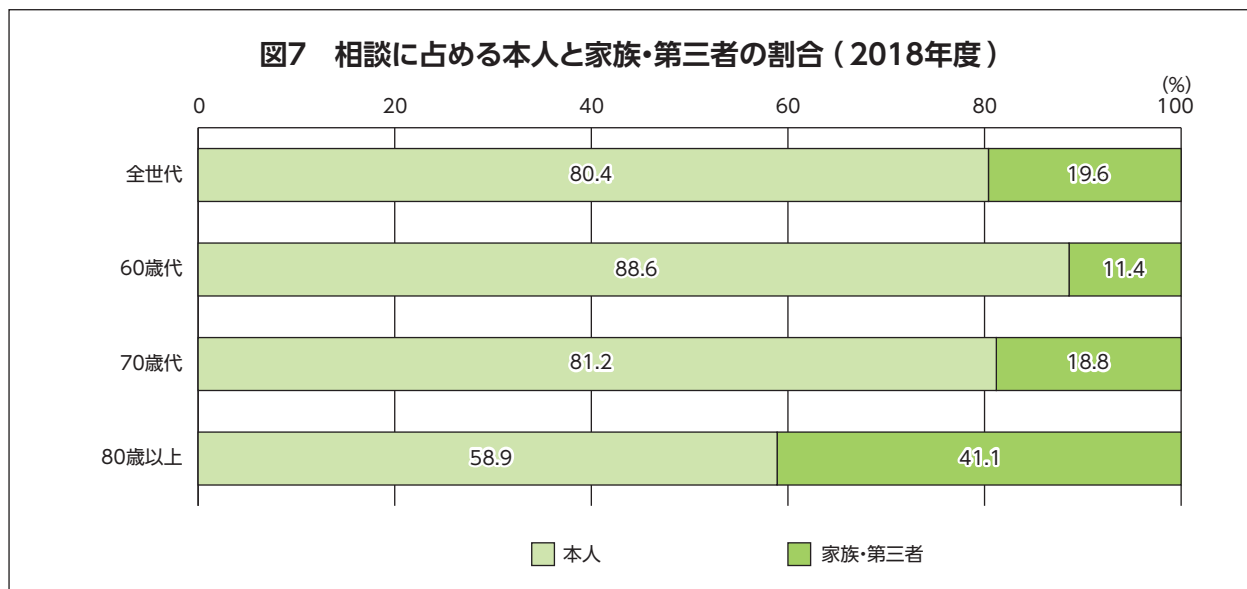
2018年度の年代別の「平均既支払額」を見ると、80歳以上が87万円を超え、他の年代に比べ非常に高額となっており、高齢者の消費者被害の深刻さを表しています(図6)。



(4) 相談者の内訳

2018年度の相談における相談者の割合を年代別に見ると、高齢になるほど、家族・第三者から寄せられることが多くなっています。

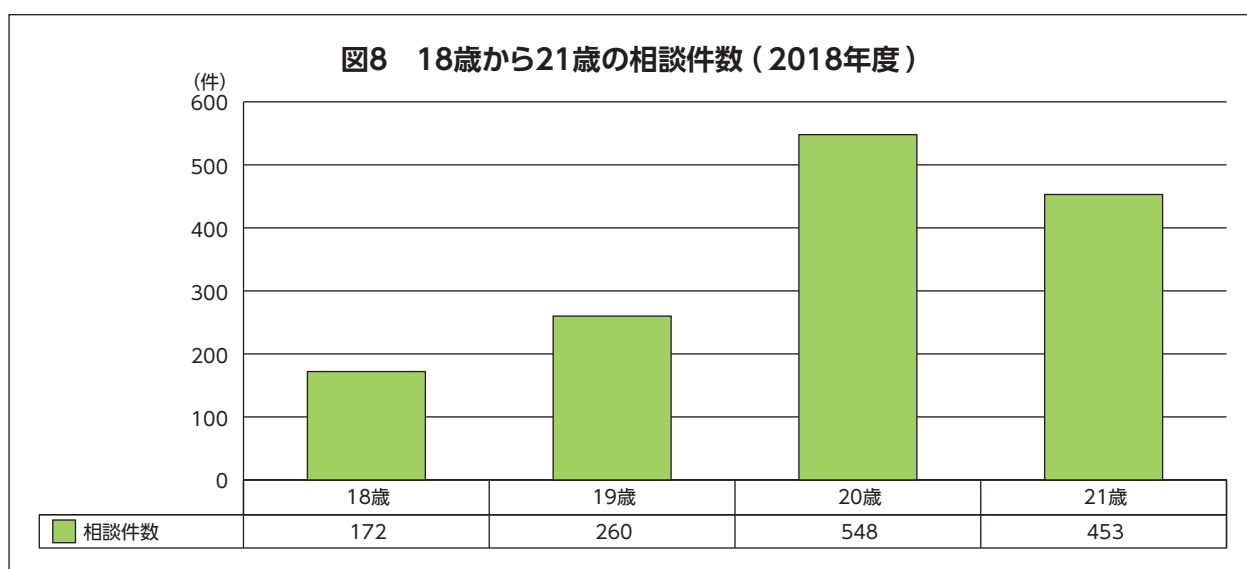
特に、80歳以上では、家族・第三者からの相談が4割を超えており、高齢者を消費者被害から守る家族や周囲の取組の重要性を示しています（図7）。



(5) 18歳から21歳の若年者の相談状況

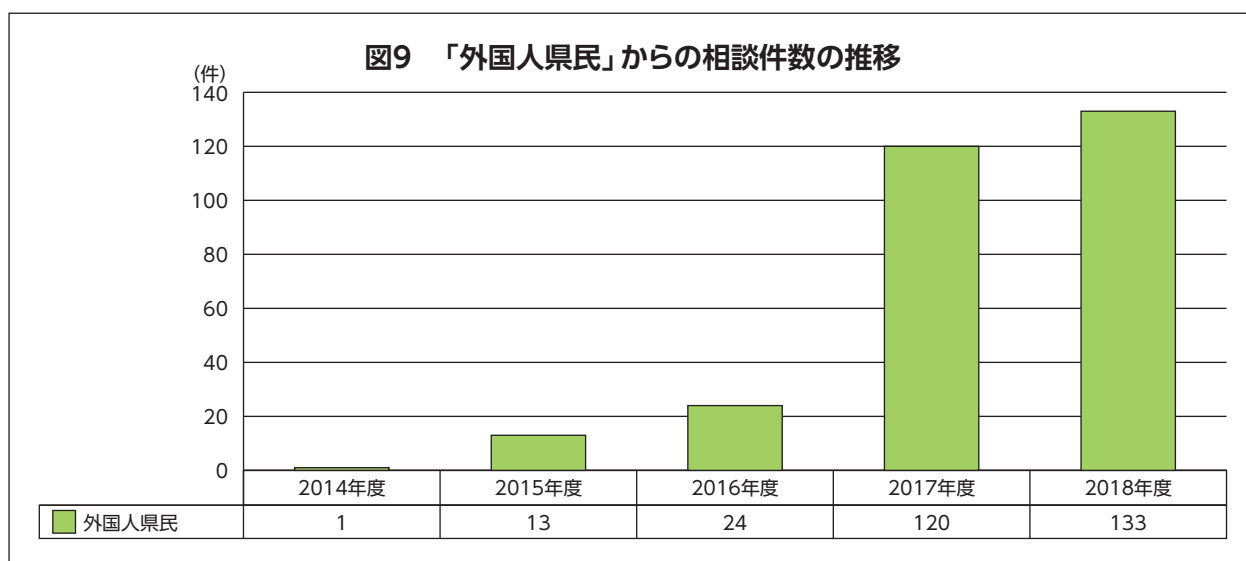
2018年度の相談について、18歳から21歳の相談における20歳、21歳の相談件数は、18歳、19歳の相談件数の2倍以上となっています。これは、事業者と未成年者との契約において、民法の未成年者取消権が抑止力となっていることが一つの要因であると考えられます（図8）。

成年年齢の引下げに伴い、2022年4月以降は、18歳と19歳は未成年者取消権が行使できないため、18歳、19歳の消費者被害が増加するおそれがあります。



(6) 外国人県民の相談状況

外国人県民からの相談は増加傾向にあり、2017年度から急増しています(図9)。

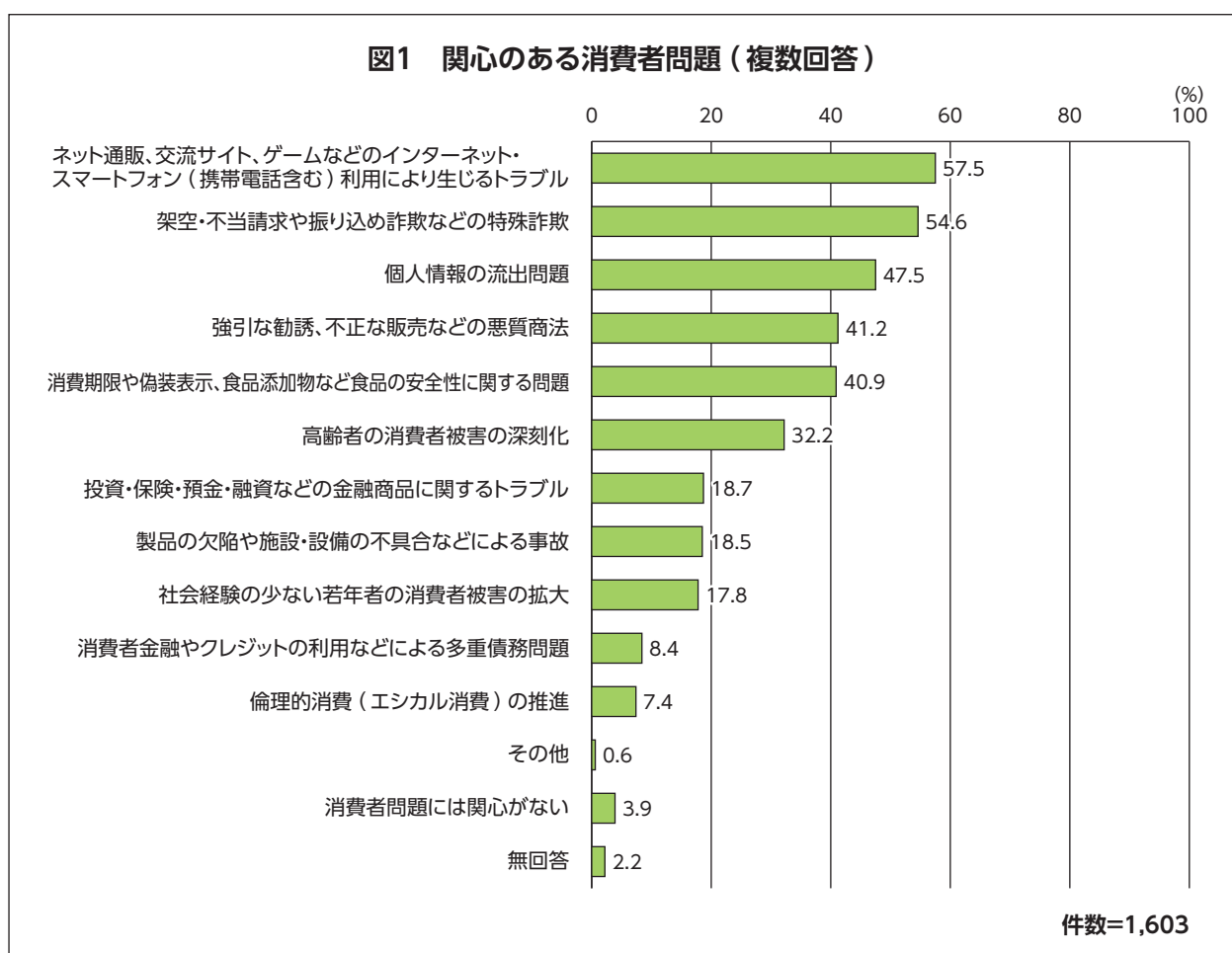


3 県民の消費生活に関する意識

(1) 消費者問題への関心

2018年7月に愛知県が実施した「平成30年度第1回県政世論調査」によると、最も関心がある消費者問題は、「ネット通販、交流サイト、ゲームなどのインターネット・スマートフォン（携帯電話含む）利用により生じるトラブル」（57.5%）であり、消費者向け電子商取引の市場規模が年々拡大するなかで、県民が高い関心を持っていることがうかがえます。また、近年、ハガキ等による架空請求被害が急増していることから、「架空・不当請求や振り込め詐欺などの特殊詐欺」（54.6%）への関心も高くなっています。

一方、「倫理的消費（エシカル消費）の推進」への関心は7.4%にとどまっています（図1）。



(2) 消費者被害の潜在化

ここ1～2年の間に消費者トラブルに遭った経験がある人のうち、51.1%が「どこにも相談しなかった」（図2）と回答しました。その理由としては、3割以上の人が、「被害が小さかったから」、「面倒だったから」と回答していますが、「どこに相談したらいいかわからなかったから」との回答も17.2%ありました（図3）。

図2 消費者トラブルの相談先（複数回答）

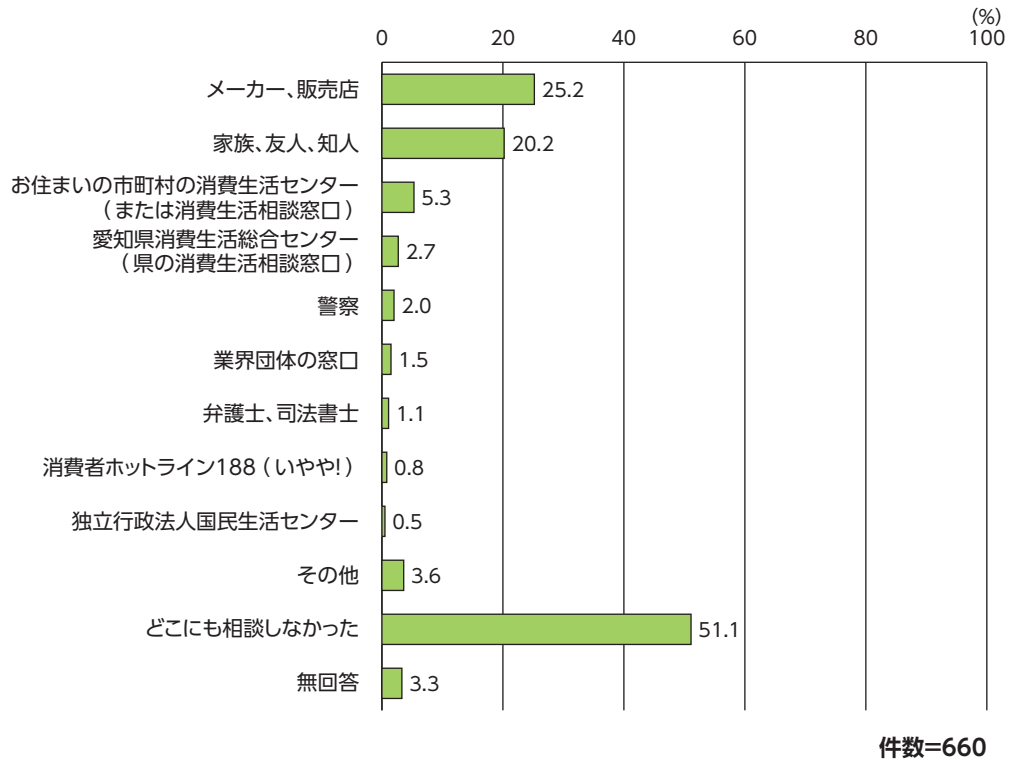
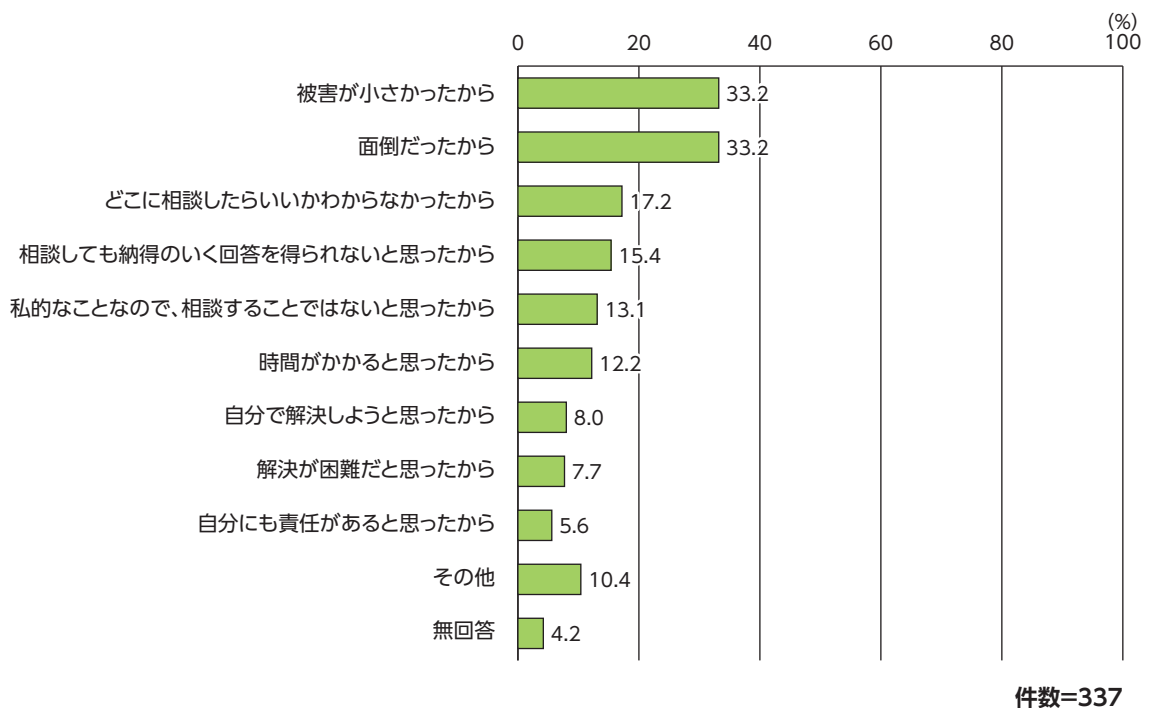


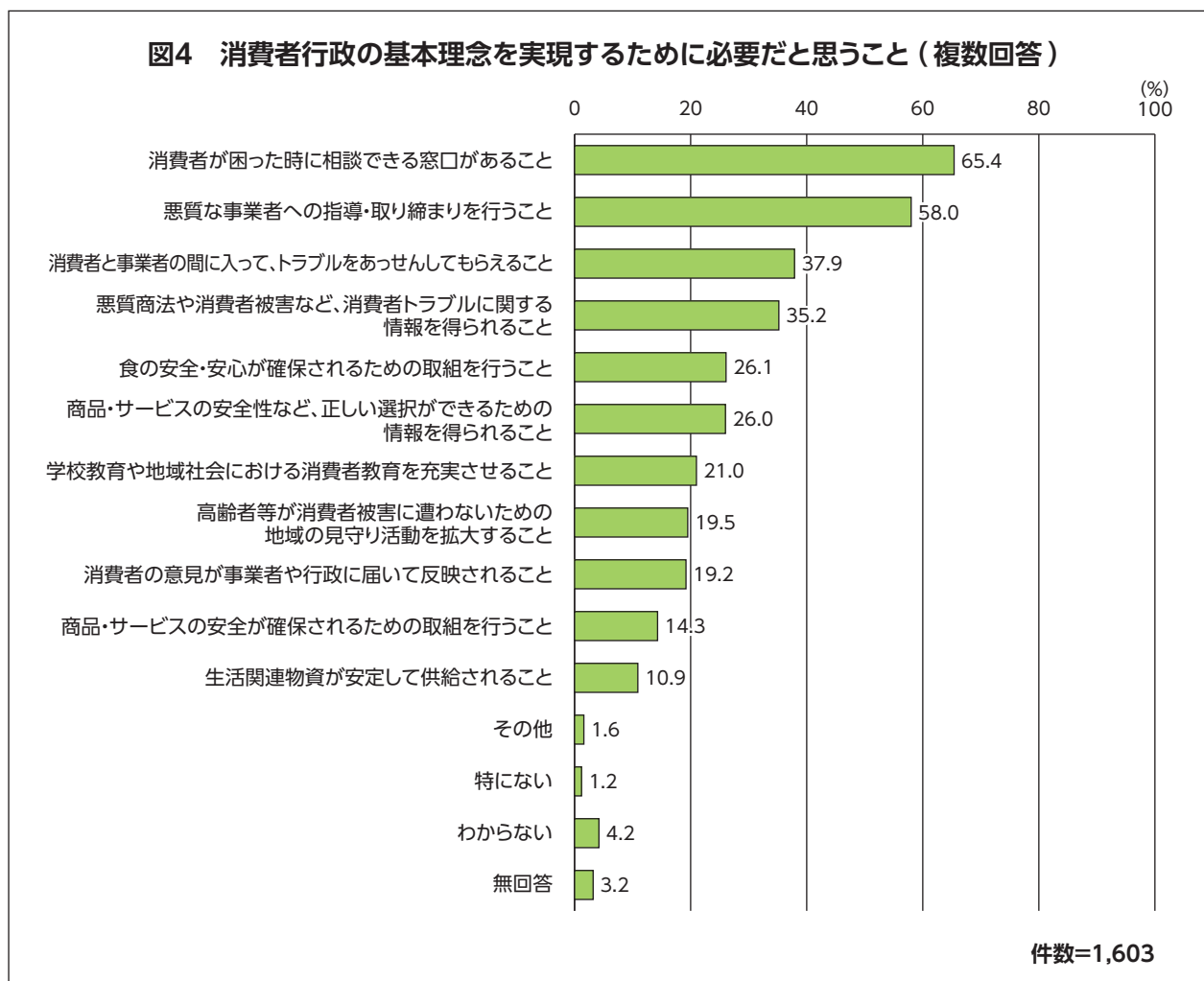
図3 相談しなかった理由（複数回答）



(3) 消費者行政に対する期待

愛知県では、「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現」を基本理念として、消費生活に関する施策（消費者行政）に取り組んでいます。この理念が実現されるために必要だと思うことについては、「消費者が困った時に相談できる窓口があること」（65.4%）という意見が最も多くなりました。

次いで「悪質な事業者への指導・取り締まりを行うこと」（58.0%）、「消費者と事業者の間に入って、トラブルをあっせんしてもらえること」（37.9%）、「悪質商法や消費者被害など、消費者トラブルに関する情報を得られること」（35.2%）、「食の安全・安心が確保されるための取組を行うこと」（26.1%）と続いています。

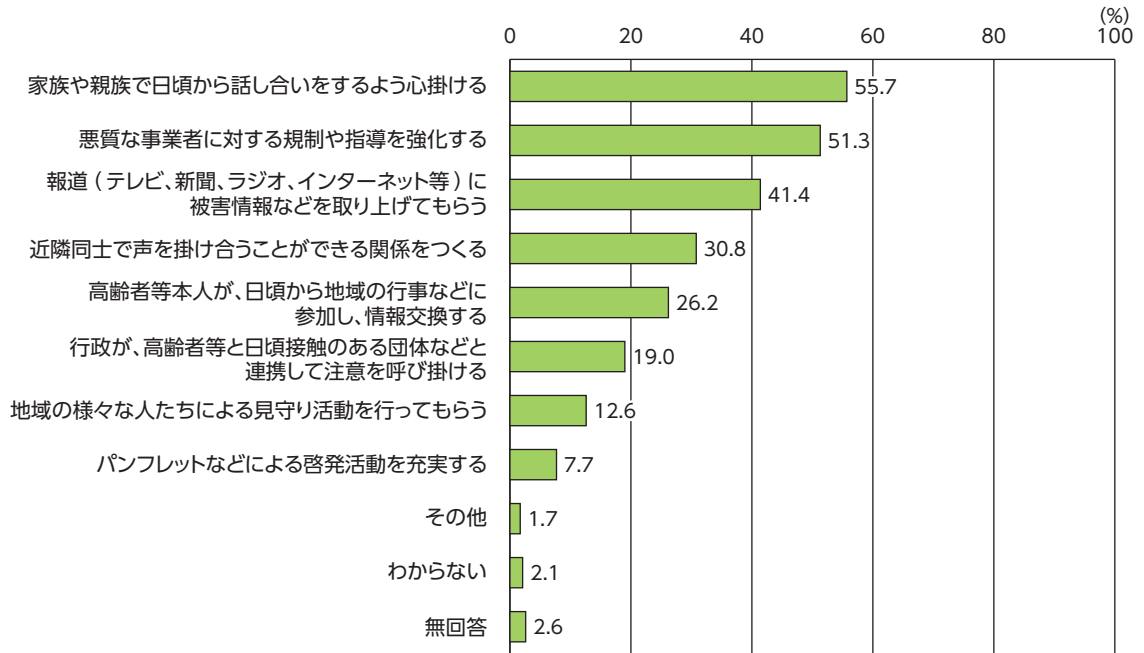


(4) 高齢者等の消費者被害未然防止の対策

高齢者等、消費生活上特に配慮を要する消費者が被害に遭わないためには、どのような対策が有効だと思うかについては、「家族や親族で日頃から話し合いをするよう心掛ける」(55.7%)が最も多く、次いで、「悪質な事業者に対する規制や指導を強化する」(51.3%)が続いています。

一方、「地域の様々な人々たちによる見守り活動を行ってもらおう」との意見は12.6%にとどまっています。

図5 高齢者等の消費者被害未然防止対策で有効だと思うこと(複数回答)

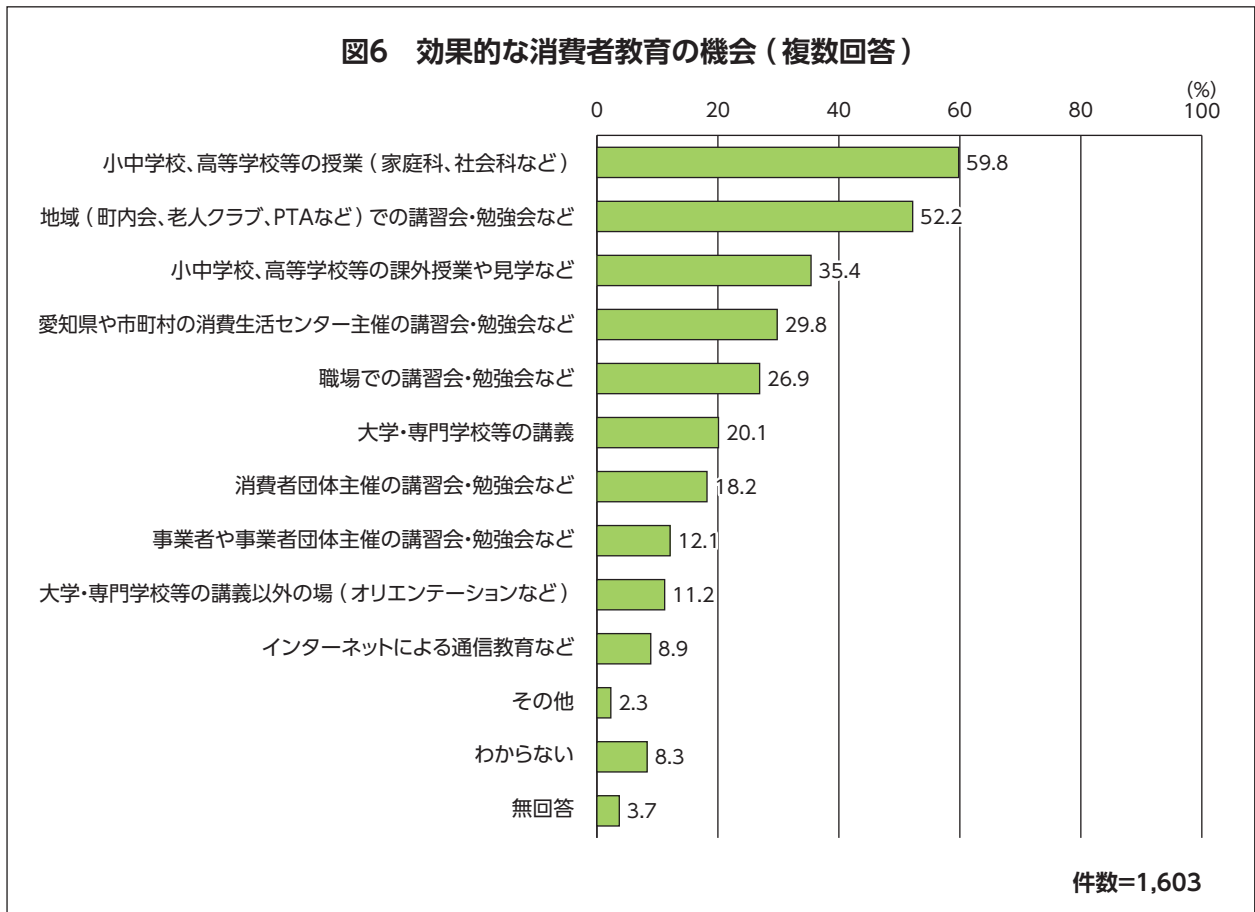


件数=1,603

(5) 効果的な消費者教育

消費者一人一人が、「自立した消費者」であるとともに、「消費者市民社会」の形成に参画していくために、どのような機会を利用して消費者教育が行われると効果的だと思うかについては、「小中学校、高等学校等の授業（家庭科、社会科など）」（59.8%）という意見が最も多くなりました。

次いで、「地域（町内会、老人クラブ、PTA など）での講習会・勉強会など」（52.2%）、
「小中学校、高等学校等の課外授業や見学など」（35.4%）が続いています。



4 消費者を取り巻く環境の変化と課題

(1) 高度情報化・国際化の進展に伴う消費者被害への対応

情報通信技術の発達と、スマートフォンを始めとした情報通信機器・サービスの急速な普及により、インターネット上で、国境や時間の制約を超えて様々な商品・サービスの取引が拡大しています。消費者向け電子商取引（BtoC-EC）の市場規模が年々拡大すると共に、フリマサービス等個人間での電子商取引（CtoC-EC）も急増しています（図1、2）。また、キャッシュレス決済の普及など、決済手段も多様化し、消費者の利便性は大きく向上しています。

一方で、「電子商取引」に関する消費生活相談件数も高水準にあり、2018年度の本県内の「インターネット通販」に関する相談は、相談全体の5分の1を占めています。さらに、個人間の電子商取引に伴う消費者同士のトラブルなど、新たな消費者トラブルも増加しており、高度情報通信社会の進展に伴う消費者トラブルに、的確に対応していく必要があります。

図1 BtoC-ECの市場規模及びEC化率の経年推移

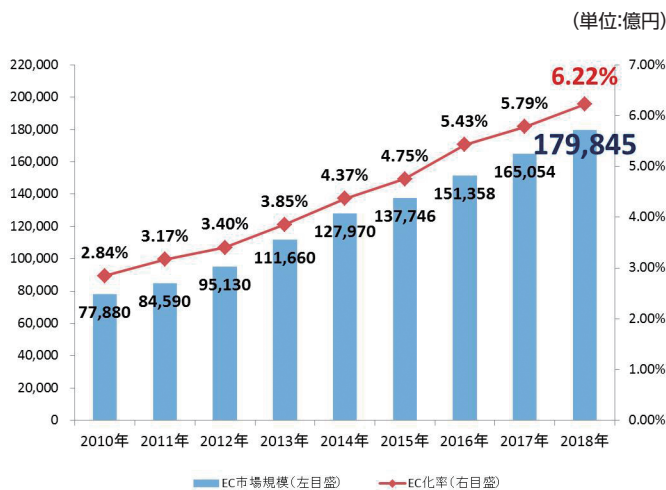
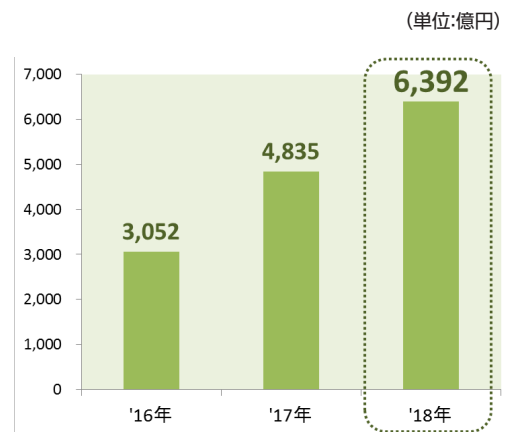


図2 フリマアプリの推定市場規模



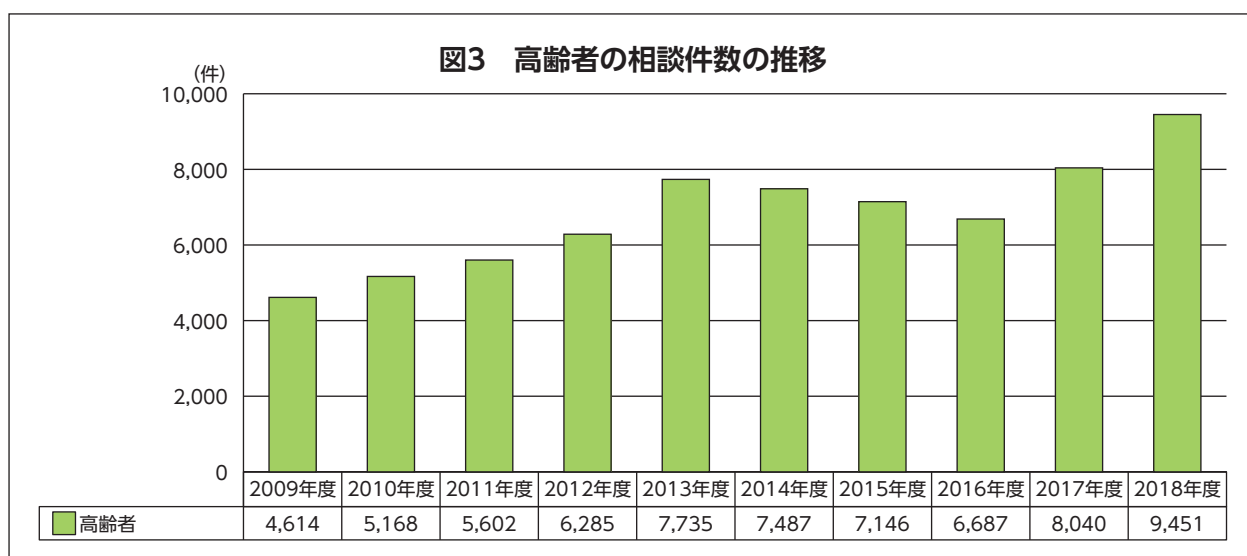
出典(図1、2):平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備(電子商取引に関する市場調査)報告書
(平成31年5月経済産業省商務情報政策局情報経済課)

(2) 高齢者等を消費者被害から守る仕組みづくりの拡充

本県の65歳以上の人口は、平成27(2015)年国勢調査では176万763人(県人口の23.8%)で、平成22(2010)年調査時から26万8678人(18.0%)増加しています。このうち、単独世帯の人口は28万764人(65歳以上人口の15.9%)で、平成22(2010)年調査時から6万3438人(29.2%)増加しており、高齢化、独居化が進んでいます。その後の調査(平成30(2018)年度愛知県人口動向調査結果(推計人口))においても、65歳以上の人口の割合は24.8%となっており、高齢化がさらに進んでいます。

本県の消費生活相談における高齢者（70歳以上）の相談件数は、2016年度まで減少傾向にありましたが、2017年度からは増加に転じており、ハガキによる不当請求の増加など、悪質な手口も目立っています。今後、さらなる高齢化の進行により、高齢者の消費者被害の増加が懸念されます（図3）。

本県では、高齢者、障害者等の消費生活上特に配慮を要する消費者を消費者被害から守るため、第二次計画期間中に、消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会（高齢者等見守りネットワーク）」の設置を促進する取組を進め、2020年2月末までに、12市において地域協議会が設置されています。今後、消費者被害に遭う高齢者等を一人でも少なくするため、地域協議会が未設置の市町村に対しても、設置を積極的に働きかけ、地域ぐるみの取組を県内全域に拡大するとともに、実効性のある見守りが実施される仕組みづくりを拡充していく必要があります。



(3) 成年年齢引下げを踏まえた消費者教育の充実

民法の改正により、2022年4月から成年年齢が18歳に引き下げられることとなりました。これに伴い、18歳から、親の同意を得ずに様々な契約をすることができるようになる一方で、「未成年者取消権」による保護がなくなるため、新たに成人となる18歳、19歳の消費者被害が増加することが懸念されます。

本県では、「消費者教育研究校」として指定した高等学校及び特別支援学校の家庭科や社会科などの授業において、消費者教育の専門家（消費生活相談員等）が講師となり、消費者被害に遭わない、合理的な意思決定のできる消費者の育成を推進してきました。

今後はさらに、成年年齢引下げを見据えて2018年2月に消費者庁、文部科学省、法務省及び金融庁の4省庁が策定した「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」も踏まえながら、若年者に対する消費者教育を充実していく必要があります。

(若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラムの主な取組項目)

- ・ 学習指導要領の徹底
→ 家庭科や社会科等での消費者教育
- ・ 消費者教育教材の開発、手法の高度化
→ 高校生向け消費者教育教材「社会への扉」を活用した授業の実施
- ・ 実務経験者の学校教育現場での活用
→ 「消費者教育コーディネーター」の育成、都道府県への配置

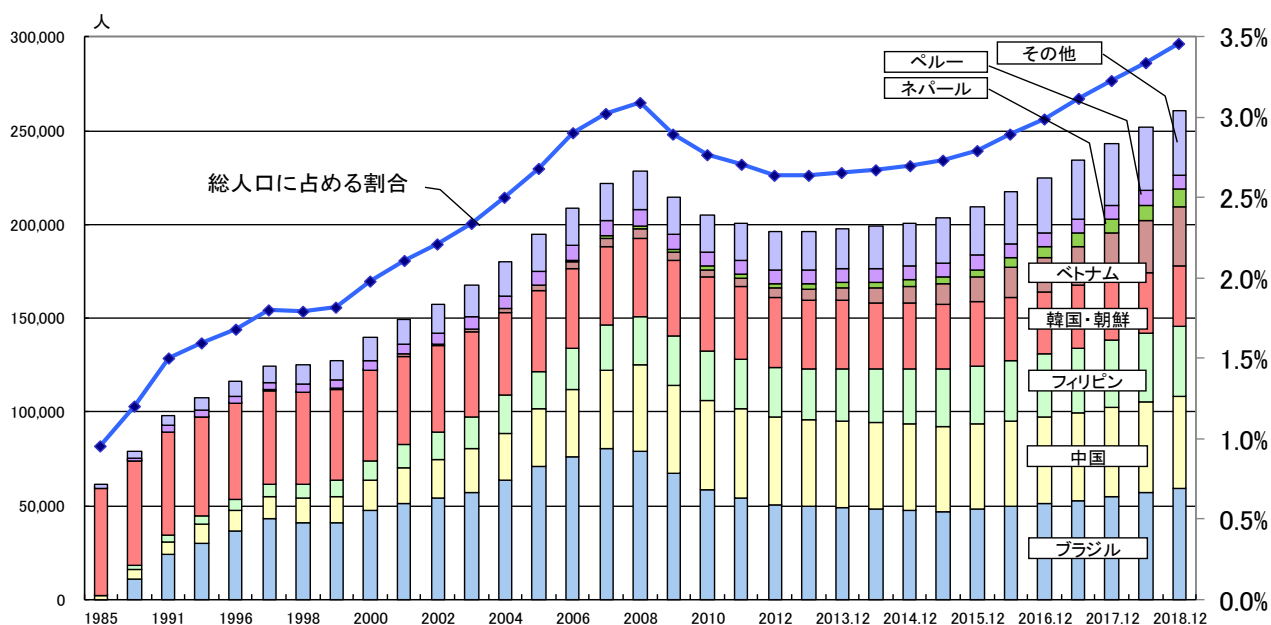
(4) 増加する外国人県民等の消費者被害への対応

本県の外国人県民の数は2013年の19万人から年々増加を続け、2018年には26万人を超えており（図4）、東京都に次いで全国で2番目に多くなっています。

また、近年、我が国を訪れる外国人も増加しており、その消費額も毎年伸びていますが（図5）、本県においても、2013年に約88万人だった訪日外国人旅行者数は、2016年に200万人を超え、2018年には約243万人となっています（図6）。

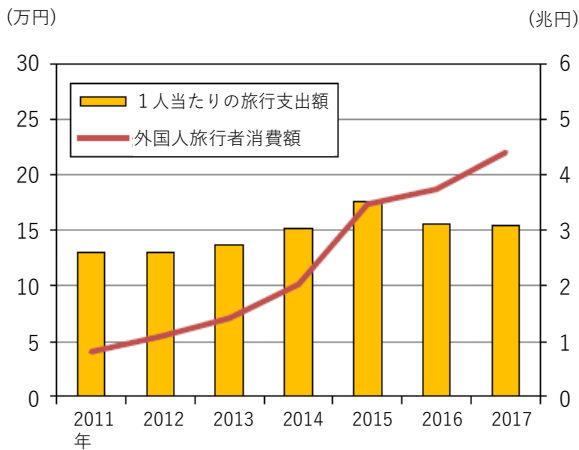
外国人からの消費生活相談については、件数は少ないものの、年々増加傾向にあり、2017年度以降急増しています（前出P.12 図9）。今後も、新たな外国人材の受入れや訪日外国人旅行者の増加に伴い、相談件数が増加することが予想されるため、外国人の消費者被害への対応として、多言語での相談対応を行っていく必要があります。

図4 愛知県内の外国人県民数の推移



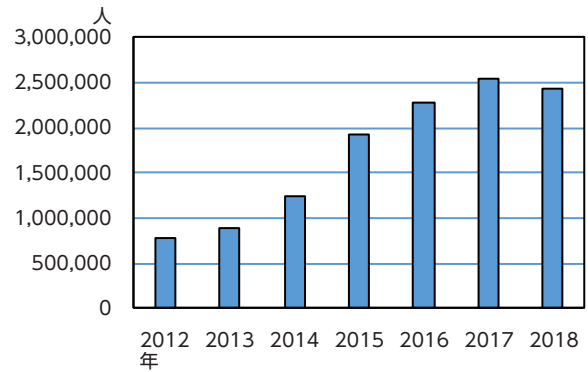
出典：愛知県多文化共生推進室「愛知県内の市町村における外国人住民数の状況（2018年12月末現在）」
（法務省「在留外国人統計」を基に作成）

図5 訪日外国人旅行者による消費額（全国）



出典：国土交通省観光庁「訪日外国人消費動向調査」

図6 愛知県を訪れた訪日外国人旅行者の推移



出典：日本政府観光局（JNTO）の「訪日外客統計調査」の訪日客数の総計に、国土交通省観光庁の「訪日外国人消費動向調査」の都道府県訪問率を乗じて推計

(5) 「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に資する消費者施策の推進

2015年9月の国連サミットで「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択され、「誰一人取り残さない」という理念の下、2030年までに持続可能な社会の実現を目指すことが確認されました。これを受け、国においては、2016年12月に持続可能な開発目標（SDGs）実施指針を策定し、「持続可能で強靱、そして誰一人取り残さない、経済、社会、環境の統合的向上が実現された未来への先駆者を目指す」というビジョンを示し、「エシカル消費」の普及啓発や、食品ロス削減などに取り組んでいます。

SDGsの目標12「つくる責任つかう責任」において、2030年までに人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが掲げられていることから、県においても、「人や社会、環境に配慮した消費行動」である「エシカル消費」の概念を広く県民に啓発し、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進していくことが求められています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



出典：国際連合広報センターHP

(6) 身近な商品・サービス及び暮らしの安全・安心の確保

ア 商品・サービスの安全・安心の確保について

県では、商品・サービスによる危害を防止し、適正な選択が確保できる環境整備に努めており、家庭用品に関する衛生監視・指導や医薬品等取扱者に対する監視・指導、消費生活用製品の安全確保等に取り組んでいます。

さらに、消費者の生命や健康に直接影響する食の安全・安心の確保については、食品の安全性を確保するための監視・指導や、表示の適正化に取り組むとともに、消費生活モニターから提供される情報を、必要に応じて関係局と共有するなど、県の関係局が連携して食の安全管理体制を推進しています。

今後も、国の関係機関等と連携しながら、商品・サービスや食の安全・安心の確保に向けて、事業者等に対する指導、監視機能の充実を図るとともに、消費者及び事業者に対して適切な情報提供を推進していく必要があります。

イ 消費者事故等について

身近な商品等による事故などの消費者被害を未然に防ぐためには、消費者への迅速かつ適切な情報提供が重要です。

消費者庁では、消費者安全法に基づき、関係機関から生命・身体事案、財産事案に関する事故情報を一元的に集約し、その分析・原因究明等を行い、情報提供を行っていますが、県では、これらの情報と、県内の消費生活センター等に寄せられた相談情報を収集・分析し、危険・危害の注意喚起を、速やかにウェブサイト等を通じて広く県民に呼びかけています。

今後も、若年者、高齢者等に対応した効果的な情報発信を行い、より広く県民に対して注意喚起等を行う必要があります。