

第2章 消費生活をめぐる現状と課題

第2章 消費生活をめぐる現状と課題

1 消費生活をめぐる最近の状況

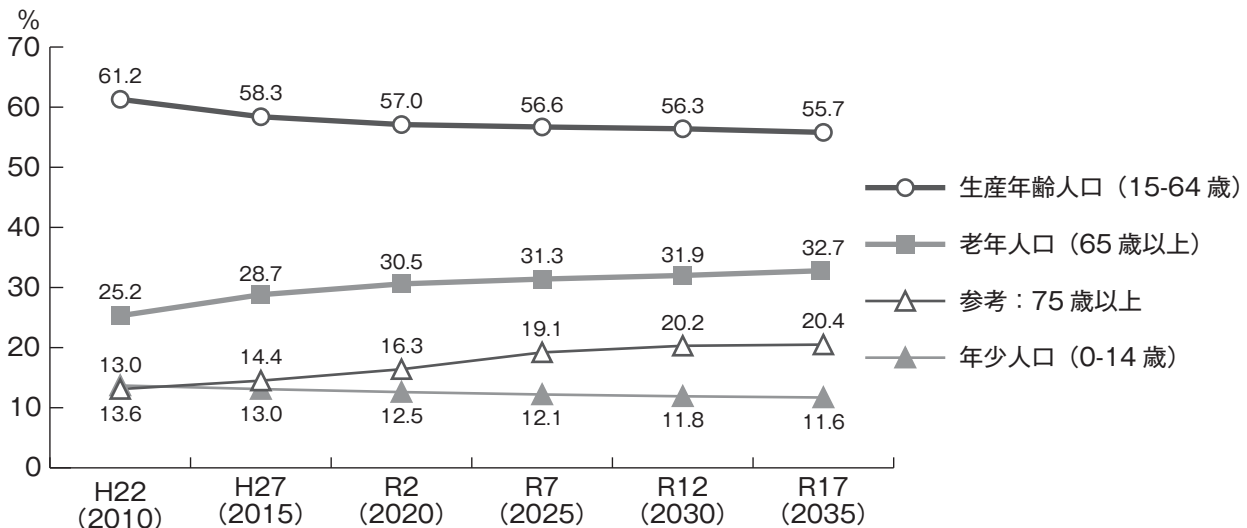
(1) 社会状況

① 高齢化の進行及び高齢者単独世帯の増加

令和2(2020)年1月1日の住民基本台帳では、本県の人口は約190万人で、平成27(2015)年から約3万6千人減少しています。一方、65歳以上の人口は約57万人で、約2万9千人増加しています。

今後も65歳以上の割合は増加し、令和7(2025)年には31.3%まで増加すると推計されています。

[図1 岡山県年齢3区分別人口構成の推移]



国立社会保障・人口問題研究所：日本の地域別将来推計人口（平成30(2018)年推計）

世帯数に占める高齢者単独世帯の割合も増加傾向にあります。県内の高齢者単独世帯は、平成22(2010)年の7万6千世帯から令和7(2025)年には10万世帯に達し、その後も増加すると推計されており、家族や周囲の目が届きにくくなった高齢者を巻き込んだ消費者トラブルの増加が懸念されます。

② 民法改正による成年年齢の引下げ

成年年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法が、平成30(2018)年6月に成立し、令和4(2022)年4月から施行されます。

この成年年齢引下げに伴い、新たに成年となる18歳、19歳の方の積極的な社会参加が促される一方で、未成年者取消権が行使できなくなることによる消費者被害が増加することが懸念されます。



未成年者取消権（未成年者契約の取消し）

未成年者は判断能力が十分でないことから法律で保護されており、民法で「未成年者が法定代理人の同意を得ずにした法律行為は取り消すことができる」とされています。

令和4（2022）年の成年年齢引き下げにより、保護される年齢も引き下げられます。

③ 在留外国人等の増加

近年、観光等を目的とする訪日外国人の数は大幅に増加しています。

また、県内在留外国人数は、令和元（2019）年末の時点で約3万2千人で、前年末に比べ約3千人増加し、過去最高を更新しました。

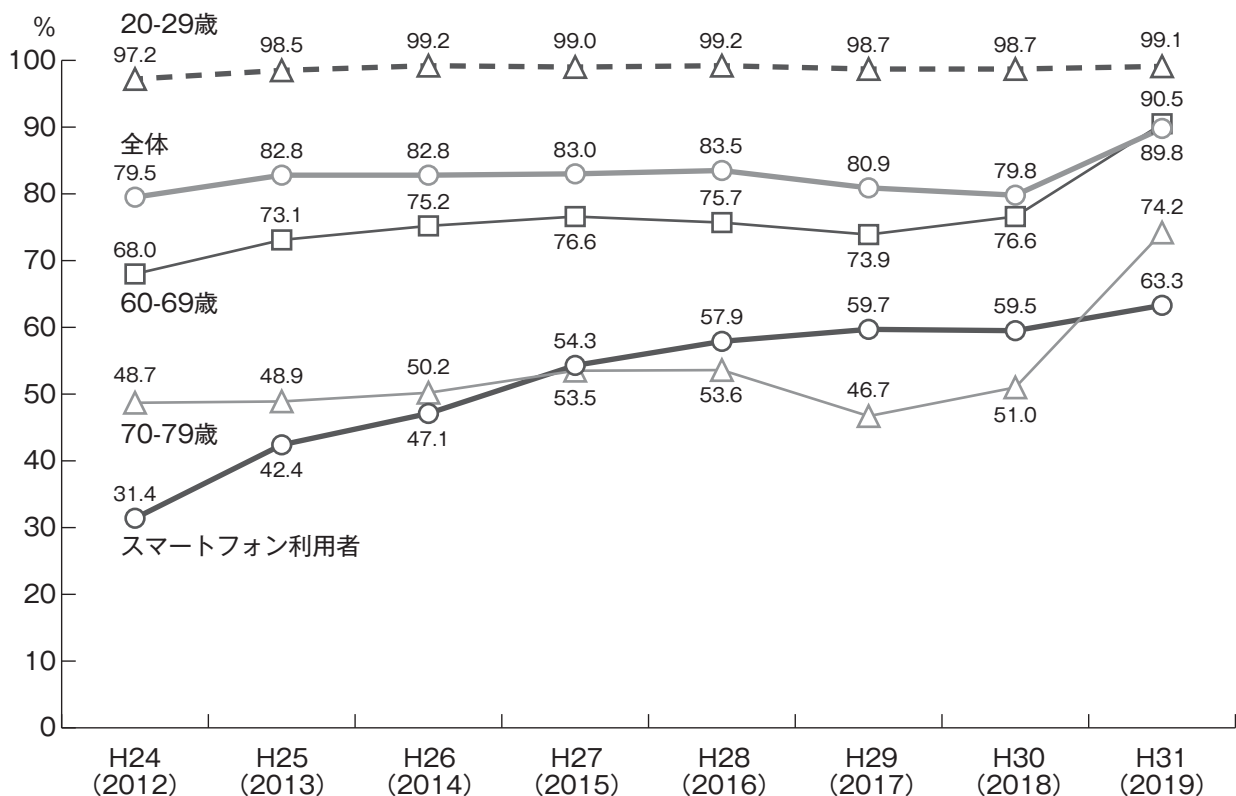
外国人は、文化や言語の違い等により消費者トラブルにあいやすい傾向にあると考えられるため、外国人の消費者トラブルが増加していくことが懸念されます。

④ 取引形態の多様化

[高度情報通信社会の進展]

近年の情報通信技術の進歩はめざましく、令和元（2019）年のインターネットの利用者の割合は89.8%と、9割に迫っており、高齢者を含め幅広い年齢層で普及してきています。また、スマートフォンの個人の保有割合も増加傾向にあり、令和元（2019）年には67.6%となっています。

【図2 インターネットの利用状況の推移（個人）】



総務省：「令和元年通信利用動向調査」

スマートフォン等を利用することで、誰もが、いつでも、どこでも、手軽に商品やサービスを購入することができるようになりましたが、インターネットの匿名性や操作の手軽さ等を悪用した詐欺等に利用されることがあり、消費者トラブルが発生した際も解決が困難となる場合も多くなっています。

[取引の多様化]

情報通信技術の進歩により、インターネットオークションやフリマアプリなどが普及し、消費者同士が売り手と買い手になって個人間取引を行うケースが増えており、それに伴って新たな消費者トラブルも増加しています。

[グローバル化の進展]

近年では、インターネットを通じて消費者が海外の事業者や個人と直接取引を行うことが可能となり、グローバル化が進展していると言えます。

海外との取引で消費者トラブルが発生した場合は、法律、商習慣、文化、言語の違いなどから、解決が困難となることが懸念されます。

[キャッシュレス化の推進]

決済手段については、クレジットカード、電子マネー、デビットカード、プリペイドカード、QRコード決済など多くの種類があり、消費者の利便性の向上に寄与している一方で、カード情報の漏洩や、プリペイドカードが詐欺の支払い手段として悪用されるなどの事例も発生しています。

⑤ 自然災害の頻発化・激甚化、新型コロナウイルス感染症の拡大

本県は、一般に災害の少ない県と言われていますが、大雨等による被害は毎年のように発生しています。特に、平成30年7月豪雨は、本県がこれまでにほとんど経験したことの無い規模の災害になりました。災害発生直後は、被災者の生活基盤が崩れ、生活関連物資の入手が困難になるなど、消費生活が深刻な影響を受けるため、これに便乗した悪質商法等が多発する傾向にあります。

また、新型コロナウイルス感染症が国内外で拡大するなかで、消費者の不安な気持ちにつけ込む悪質商法やトラブルが増加していることにも留意する必要があります。

⑥ 持続可能な社会の実現に向けた取組

平成27(2015)年9月、国連の「持続可能な開発サミット」において「持続可能な開発目標(SDGs: Sustainable Development Goals)」が全会一致で採択されました。SDGsは、2030年までの国際目標であり、17の目標を達成することにより、「誰一人取り残さない持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現」に向けて取り組むものです。SDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」では、事業者任せでなく消費者自らが意識を持ち、行動することが前提となっています。

本県においても、消費者施策を推進するに当たって、この国際目標に留意し、関係部局

と連携して取り組んでいく必要があります。









持続可能な開発目標（SDGs）の推進と消費者政策



持続可能な開発目標(SDGs)の推進と消費者政策

2015年9月に国連の持続可能な開発サミットで採択された「持続可能な開発目標(SDGs)」は、経済・社会・環境をめぐる広範な課題について、全ての関係者の役割を重視し、「誰一人取り残さない」世界の実現を目指す国際目標です。消費者庁は、この国際目標の達成に寄与するため、安全・安心で豊かに暮らすことができる社会を実現するという使命の下、消費者基本計画に基づき、様々な施策を推進しています。

消費者基本計画における主な施策

①消費者の安全の確保	②表示の充実と信頼の確保	③適正な取引の実現	④消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成	⑤消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備	⑥国や地方の消費者行政の体制整備
<p>事故の未然防止、発生時の拡大防止など消費者の安全の確保に向けて、消費者事故の情報収集・公表や消費者への注意喚起に取り組んでいます。</p>	<p>景品表示法の普及啓発・厳正な運用、食品表示による適正な情報提供・関係法令の厳正な運用などに取り組んでいます。</p>	<p>高齢化、情報化の進展など消費者を取り巻く環境の変化を踏まえ、取引の適正化に向けた対応を図っています。</p>	<p>Eシカル消費の普及啓発を始め、ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進を図るとともに、食品ロス削減、消費者志向経営の推進などに取り組んでいます。</p>	<p>消費者の被害救済のための体制の充実を図るとともに、高度情報通信社会やグローバル化の進展に対応した消費者利益の擁護・増進を図っています。</p>	<p>消費者庁が消費者行政の司令塔の役割を果たすとともに、どこに住んでも質の高い相談を受けられる体制整備や高齢者等の見守りネットワークの構築に取り組んでいます。</p>
<p>〈関連するSDGs〉</p> 	<p>〈関連するSDGs〉</p> 	<p>〈関連するSDGs〉</p> 	<p>〈関連するSDGs〉</p> 	<p>〈関連するSDGs〉</p> 	<p>〈関連するSDGs〉</p> 

SDGs 17 の目標




1 貧困をなくそう

2 飢餓をゼロに

3 すべての人に健康と福祉を

4 質の高い教育をみんなに

5 ジェンダー平等を実現しよう

6 安全な水とトイレを世界中に

7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに

8 働きがいも経済成長も

9 産業と技術革新の基盤をつくろう

10 人や国の不平等をなくそう

11 住み続けられるまちづくりを

12 つくる責任つかう責任

13 気候変動に具体的な対策を

14 海の豊かさを守ろう

15 陸の豊かさも守ろう

16 平和と公正をすべての人に

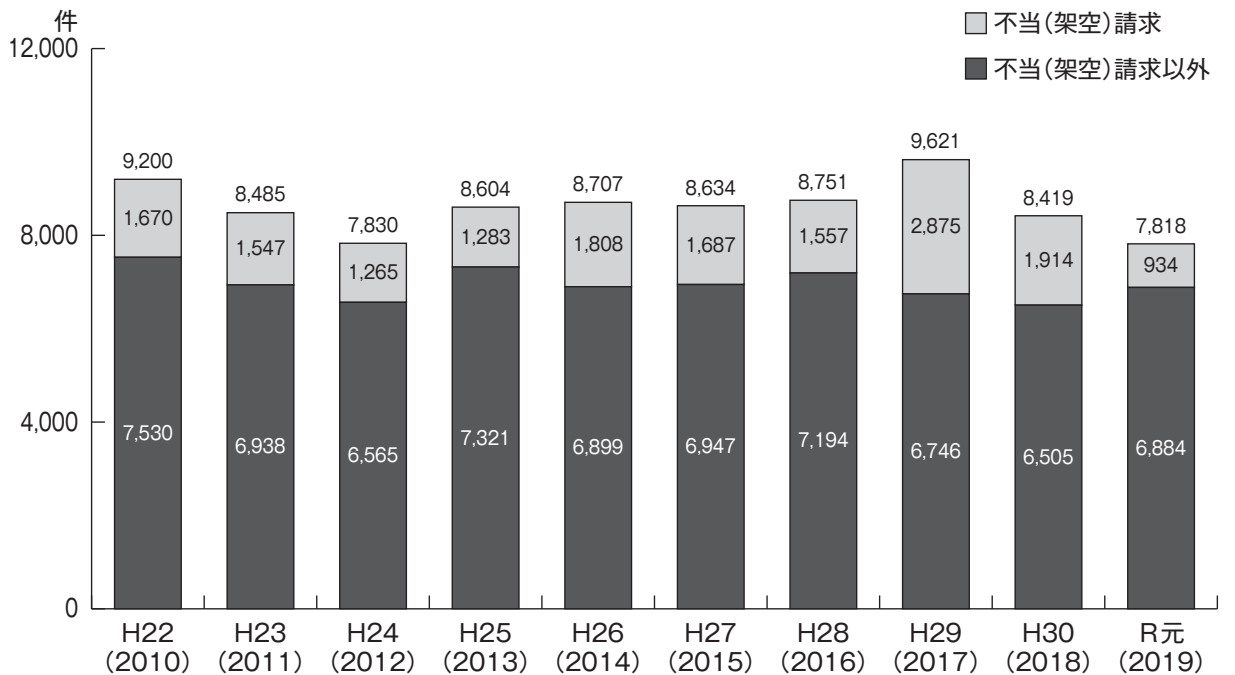
17 パートナーシップで目標を達成しよう

(消費者庁HPより)

(2) 県消費生活センターの相談状況

県消費生活センターで受け付けた消費生活相談件数は、平成27(2015)年度から増加傾向にあり、平成29(2017)年度は9,621件まで増加しましたが、平成30(2018)年度から減少に転じ、令和元(2019)年度は7,818件でした。このうち、60歳以上は2,978件、29歳以下が752件、障害のある人は190件、外国人は12件でした。

[図3 岡山県消費生活センター相談件数の推移]



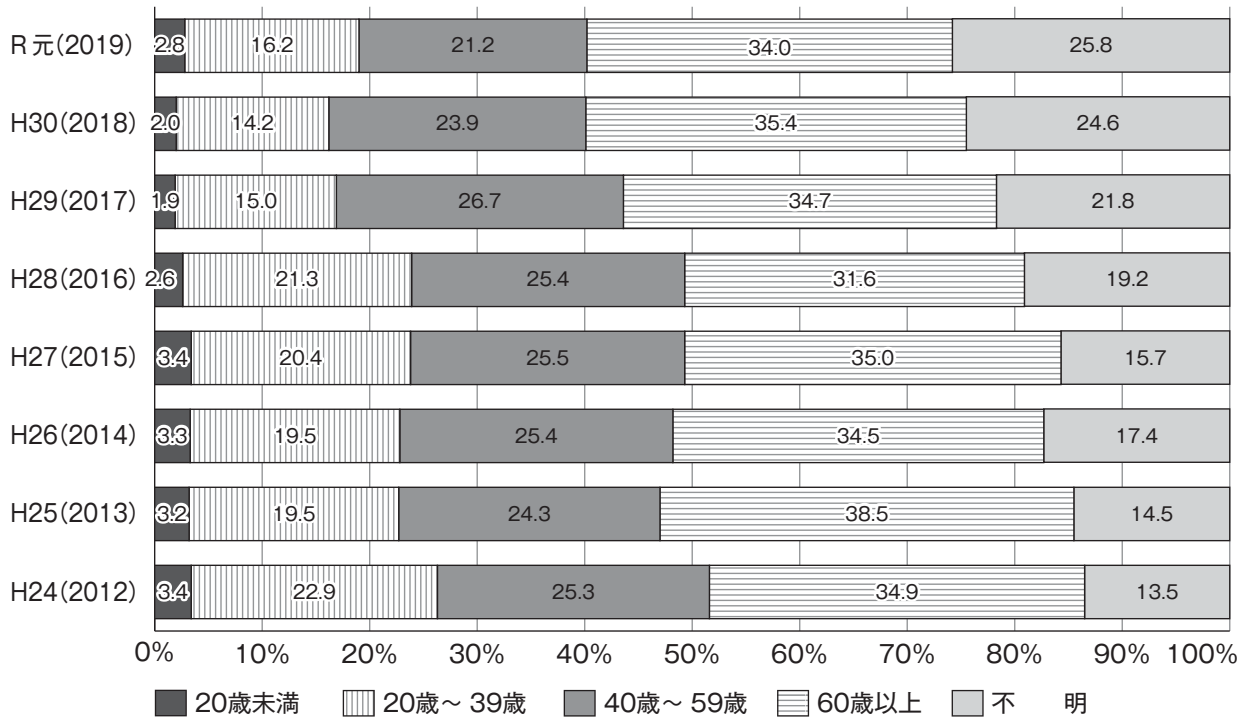
県消費生活センター資料

不当(架空)請求の相談件数は、平成29(2017)年度をピークに減少しています。

令和元(2019)年度の不当(架空)請求を内容別に見ると、「商品一般(商品特定しないかたちでの架空請求はがき等)」が578件(61.9%)、「放送・コンテンツ等(ワンクリック請求など)」が341件(36.5%)で、この二つがほとんどを占めています。

契約当事者の年代別の相談件数は、平成29(2017)年度を除き、平成22(2010)年度から令和元(2019)年度までは70歳以上の区分が最も多くなっています。60歳以上の割合も平成23(2011)年度以降、全体の3割を超えており、高齢者を契約当事者とする相談の割合が高い状況にあります。

[図4 年代別相談割合の推移]



県消費生活センター資料

令和元(2019)年度の販売購入形態別の相談件数の割合は、「通信販売」(28.3%)が最も高く、次いで「店舗購入」(16.3%)となっています。「訪問販売」は、平成22(2010)年度は1,025件(11.1%)でしたが、令和元(2019)年度は509件(6.5%)と減少傾向にあります。

令和元(2019)年度で見ると、契約当事者の年齢が60歳以上である相談の割合が高いものとして、「訪問購入」(66.7%)、「電話勧誘販売」(52.3%)、「訪問販売」(42.0%)などが挙げられます。高齢者は比較的自宅にいる時間が長いことから、これらのトラブルに会いやすい傾向があると考えられます。

契約当事者の年齢が29歳以下である相談の割合が比較的高いものとして、「マルチ的販売」(38.5%)、「通信販売」(18.48%)などが挙げられます。

相談の契約購入金額の平均額を年代別に見ると、令和元(2019)年度は、70歳以上が765千円、60歳代が1,037千円となっており、高齢者から寄せられる相談の深刻さが推測されます。

(3) 県民の消費生活に関する意識

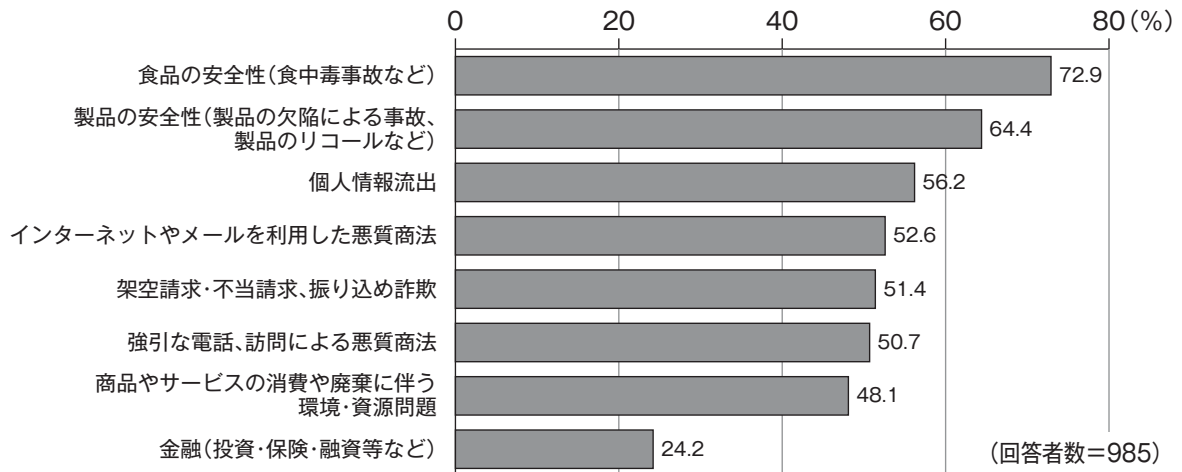
令和2(2020)年に実施した「消費生活に関する県民意識調査」の結果は、次のとおりです。

[調査概要]

調査対象：18歳以上の県内在住者2,500名（層化二段無作為抽出）
 調査方法：郵送による調査票の配布・回収
 調査期間：令和2(2020)年6月5日から24日まで
 有効回答数：1,591票（回収率63.6%）

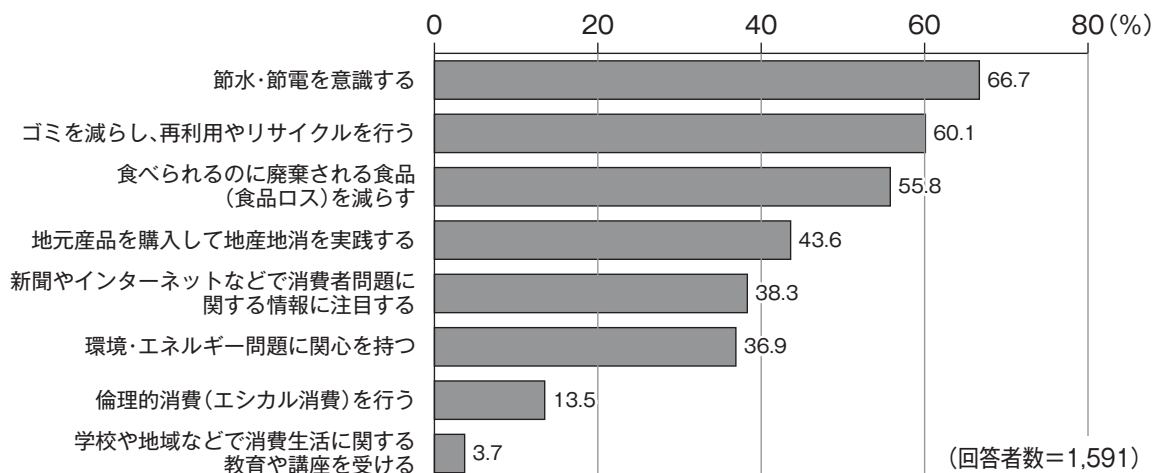
① [関心のある消費者問題の内容（上位8位）]

「食品の安全性」、「製品の安全性」が上位となっています。



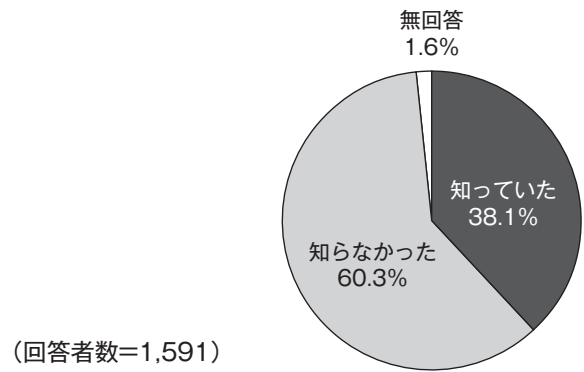
② [日頃の消費生活で行っていること（上位8位）]

「節水・節電を意識する」との回答が最も高くなっています。一方、「倫理的消費（エシカル消費）を行う」は13.5%にとどまっていますが、「食品ロスを減らす」、「地産地消を実践する」など、エシカル消費を実践している人は多くいます。



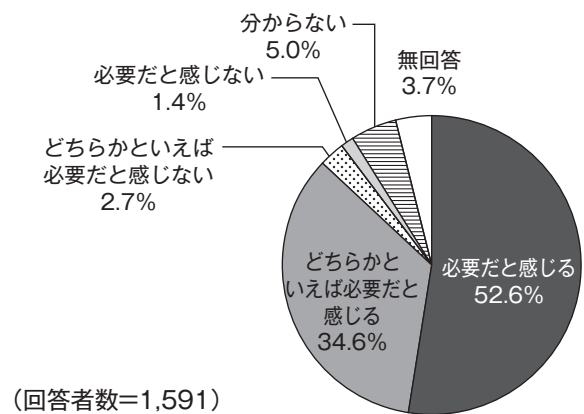
③ [未成年者契約の取消しの認知度]

令和4(2022)年に成年年齢が18歳に引き下げられた後、18歳、19歳の人々が締結した契約は、未成年という理由で取り消すことができなくなることを知っていたのは、38.1%です。



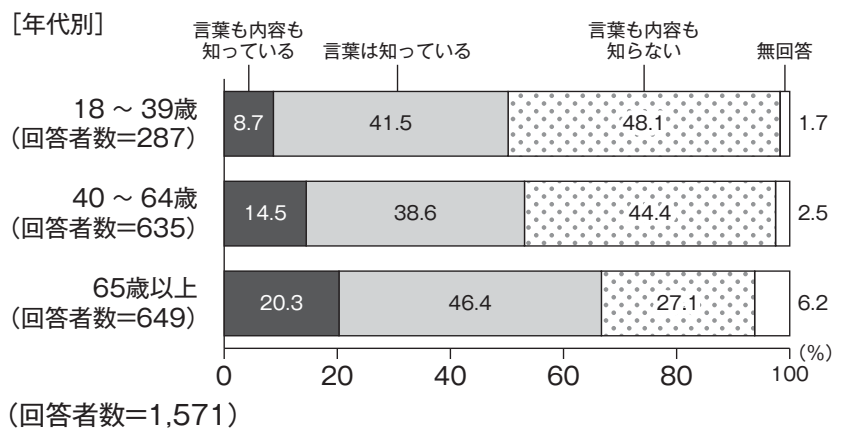
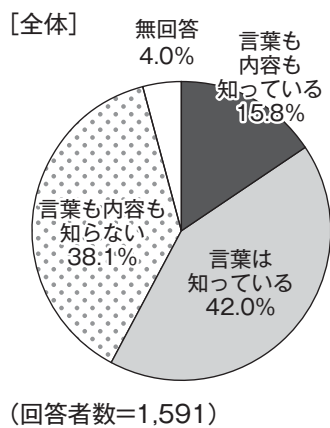
④ [ひとり暮らしの高齢者等の被害を防止するための、地域の方の見守り活動の必要性]

『必要だと感じる』県民の割合(「必要だと感じる」+「どちらかといえば必要だと感じる」)は87.2%となっています。



⑤ [消費者ホットライン188(いやや)の認知度]

『知っている』県民の割合(「言葉も内容も知っている」+「言葉は知っている」)は、57.8%です。



消費者ホットライン「188(いやや)」

消費者ホットラインは、全国共通の3桁の電話番号で、都道府県や市区町村が設置している最寄りの消費生活相談窓口を案内します。

契約、悪質商法等どこに相談してよいか分からない場合には、まずは、局番なしの「188番」へ電話しましょう。

© 岡山県「ももっち」

2 消費者行政の状況

(1) 国の状況

昭和43年(1968)年に、国の消費者政策の基本的な枠組として消費者保護基本法が制定されました。ここでは、消費者は行政に「保護される者」として捉えられていましたが、平成16(2004)年には消費者保護基本法が消費者基本法へと改正され、消費者の位置付けが「保護される者」から「自立した主体」へと変換されました。

平成21(2009)年9月には、消費者行政の司令塔となる消費者庁が発足し、あわせて、独立した第三者機関として、消費者行政全般への監視機能を有する消費者委員会が、内閣府に設置されました。

その後、様々な消費者の被害の発生等に対応して、消費者安全法、特定商取引法、不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法)などの改正のほか、食品表示の制度を一元化する食品表示法制定などの法整備が行われています。

平成24(2012)年12月に消費者教育を総合的・一体的に推進することを目指した消費者教育の推進に関する法律が施行され、平成25(2013)年3月に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定されました。

令和2(2020)年3月には、第4期となる消費者基本計画が策定され、この計画における消費者施策の基本的方向として、高齢者・若年者・障害のある人など消費者の多様な特性に応じたアプローチ、成年年齢の引下げを踏まえた若年者に対する消費者教育の推進、エシカル消費の普及啓発、デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応、災害・感染症拡大時の緊急時対応等を掲げ、消費者施策を強力に推進することとしています。

(2) 県の状況

県では、昭和51(1976)年に、消費者の保護を基本理念とする「岡山県民の消費生活の安定と向上を促進する条例」を制定し、平成17(2005)年には、消費者の権利尊重と自立支援を基本理念とした「岡山県消費生活条例」に全部改正しました。あわせて、同条例に基づき、「岡山県消費生活基本計画」を策定し、県行政の各部門における消費者施策を総合的かつ計画的に推進してきました。

昭和45(1970)年には、岡山県消費生活センターを設置し、消費生活に関する県民からの相談に対応するとともに、知識の啓発、情報の収集・提供に努めてきました。

また、国の交付金の活用等により、市町村消費生活センターの設置支援や、県及び市町村の相談窓口の充実・強化、相談員のレベルアップなどに取り組んできました。

平成26(2014)年3月には「岡山県消費者教育推進計画」を策定し、県消費生活センターを消費者教育の拠点と位置付け、関係機関と連携して県内の消費者教育を推進してきました。

そして、平成31(2019)年3月には、「岡山県消費者教育推進計画」の改定に合わせ、この計画を「第3次岡山県消費生活基本計画」と統合し、消費者施策を一層総合的・効果的に推進しています。

(3) 市町村の状況

県内の市町村においては、国の交付金の活用等により、消費生活専門相談員の配置等による相談機能の強化や啓発活動の充実等に取り組んでいます。

県内の市町村の相談体制の状況を見ると、令和2(2020)年10月現在で消費生活センターを設置しているのは、岡山市、倉敷市、津山市、笠岡市、井原市、総社市、瀬戸内市、赤磐市、真庭市、浅口市で、それ以外の市町村もすべて消費生活相談窓口を設けています。

また、福祉部門等と連携した高齢者等の見守りネットワークづくりや、教育部門等と連携した消費者教育の取組が進められています。

3 「第3次岡山県消費生活基本計画」の取組状況

(1) 主な成果

第3次計画においては、消費者教育の推進等を重点施策に掲げ、各種啓発セミナーの開催等を通じて、合理的で自立的な消費生活に向けた県民意識の醸成が進むとともに、市町村消費生活センターの開設が進むなど、地域における相談体制の強化が図られました。

なお、目標値の達成状況は、次のとおりです。

◎目標値の達成状況

重点施策	目標項目	計画策定時	現状値	目標値 (R2)
1 消費者教育の推進	消費者啓発セミナーの受講者数	6,843人 (H26)	7,917人 (R元)	7,000人/年間
	教員向け消費者教育講座の受講者数	68人 (H26)	92人 (R元) (H27～H30累計278人)	350人 (5年累計)
	実践的な消費者教育教材*1を活用した授業等を実施する公立の高等学校等の割合	—	98.4% (R元)	100%
2 地域における消費者問題解決力の強化	市町村消費生活センターの設置市町村数 ①人口5万人以上の市(6市) ②人口5万人未満の市町村(21市町村)	①4市 ②3市 (H27.10.1)	①5市 ②5市 (R2.10.1)	①6市 ②11市町村以上
	消費生活相談員を配置する市町村数	15市町 (H27.4.1)	14市町 (R2.10.1)	17市町村以上
	市町村消費生活相談窓口の認知度 「名前も業務内容も知っている」とした割合 〔相談したことがある〕を含む。)	25.7% (H25)	23.0% (R2)	30%以上
	「消費者安全確保地域協議会」*2を設置した市(人口5万人以上)の数	0市 (H26)	1市 (R2)	6市
3 悪質な事業者の監視・指導・取締りの強化	全国消費生活情報ネットワークシステム*3を利用して情報収集を行う市町村数	9市 (H27.4.1)	19市町 (R2.10.1)	27市町村

*1 「社会への扉」(消費者庁作成)及び「発達段階別消費者教育教材」(県作成)・「障害のある人向けの消費者教育教材」(県作成)

*2 高齢者等の消費者被害防止や被害の早期発見のために、地域の福祉関係者、事業者、警察等が連携して、必要な情報交換、見守り活動等を行う組織(消費者安全法に規定)

*3 国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情等の相談情報の収集を行うシステム(PIONET:パイオネット)

(2) 今後の課題

目標値の達成状況や県民意識調査の結果等から、県民の消費生活における意識の醸成が進むとともに、地域における相談体制の強化が図られるなど、一定の成果があった一方、次のとおり課題が明らかになりました。

① 消費者被害の防止

消費生活上特に配慮を要する高齢者・障害のある人・若年者や、文化や言語の違う外国人などを狙った悪質商法等による消費者被害は跡を絶たない状況にあります。このような、より配慮の必要な消費者に対しては、その特性を踏まえたきめ細かな対策が必要となっています。

② ライフステージに応じた消費者教育の実施

消費者教育は幼児期から高齢期までの各段階ごとに行われることが重要ですが、大学生、社会人、高齢者等に対しては取組がされにくい状況にあります。消費者が主役となる社会の実現のためには、ライフステージに応じた体系的な消費者教育を実施する必要があります。

③ 若年者への消費者教育の推進

令和4(2022)年の成年年齢引下げにより、18歳・19歳の消費者トラブルが急増することが懸念されています。そのため、若年者が主体的に判断し、責任を持った消費活動が行われるよう、実践的な消費者教育の更なる強化が求められています。