

## 第2章 消費者を取り巻く現状と課題

### 1 本市における消費生活相談の状況

#### (1) 相談件数の推移と相談内容別件数

本市消費生活センターに寄せられた、平成27年度(2015年度)から令和元年度(2019年度)までの消費生活相談件数は、年間1,000件を上回る高い水準で推移しています。

(図表1)

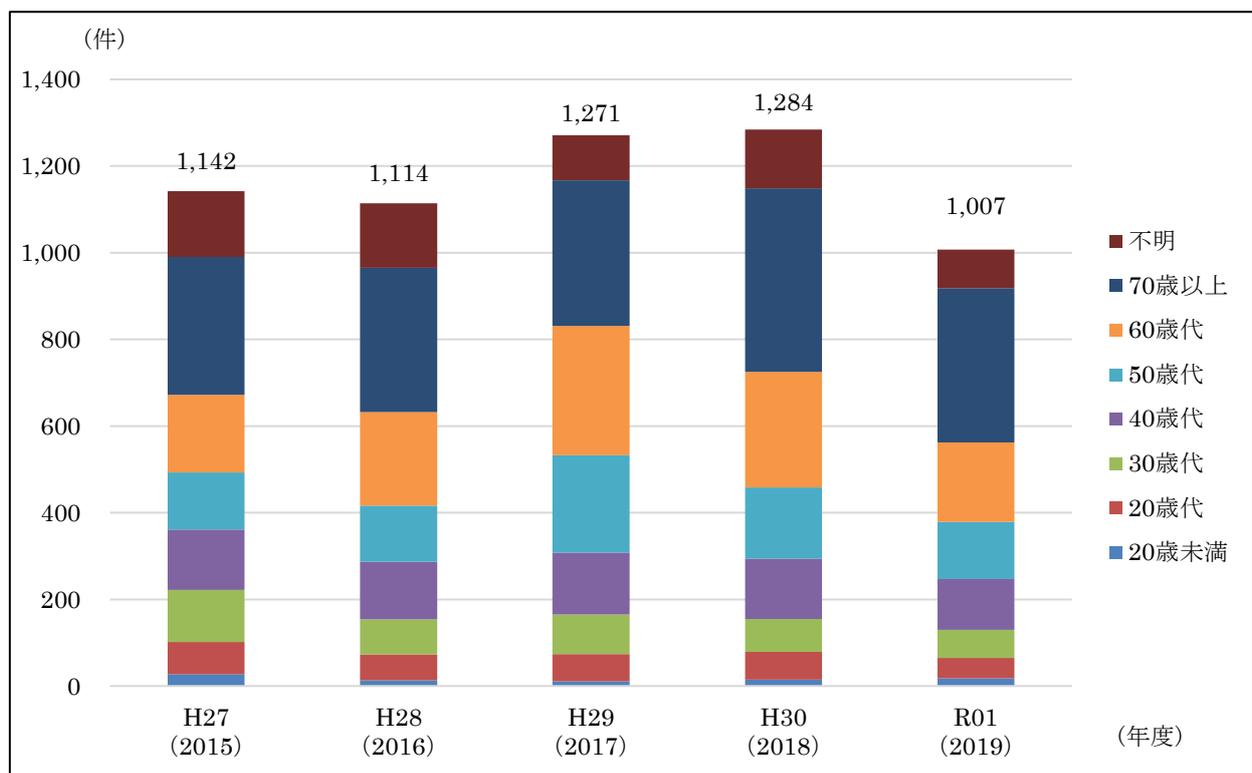
令和元年度(2019年度)の商品別相談受付件数は、郵便・メールなどを使った架空請求を主な内容とする「商品一般」が162件で最も多く全体の約16.1%、続いてインターネット、携帯電話の契約に関する相談などの「運輸・通信サービス」は140件と全体の約13.9%で、この2つの商品で全体の約3割を占めています。

また、「運輸・通信サービス」は近年高い割合を推移している一方、「商品一般」は平成29年度(2017年度)から急激に増加しています。これは架空請求に関する相談件数が急増したことが主因です。(図表2)

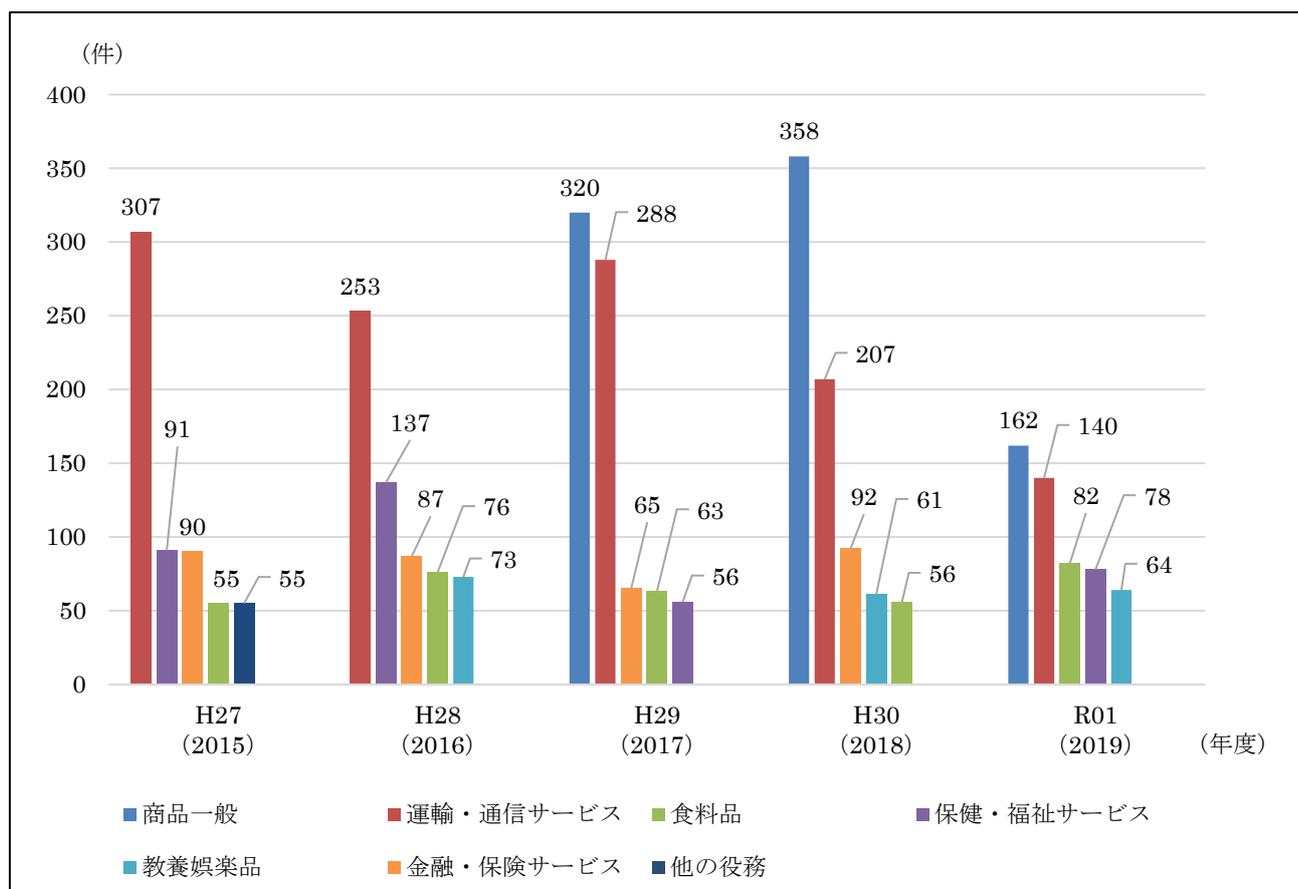
平成27年度(2015年度)から令和元年度(2019年度)における相談の集計を年代別に見ると、59歳以下においては「運輸・通信サービス」が最も多く、そのうち20歳未満では全体の約60.7%を占めています。

また、60歳以上では「商品一般」が最も多く、60歳代では全体の約27.2%を占めています。(図表3)

(図表1) 本市における消費生活相談件数の推移



(図表2) 消費生活相談における商品別受付件数の推移 上位5種



(図表3) 契約者の年代別・商品別の消費生活相談件数 上位3種 (平成27年度～令和元年度集計)

年代 順位	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他・不明	全体
1	運輸・通信サービス 51件	運輸・通信サービス 90件	運輸・通信サービス 120件	運輸・通信サービス 177件	運輸・通信サービス 203件	商品一般 311件	商品一般 314件	運輸・通信サービス 78件	運輸・通信サービス 1,195件
	60.7%	29.1%	27.7%	26.4%	26.0%	27.2%	17.8%	12.5%	20.5%
2	保健衛生品 10件	レンタル・リース・貸借 23件	金融・保険サービス 32件	商品一般 50件	商品一般 173件	運輸・通信サービス 237件	運輸・通信サービス 239件	他の相談 62件	商品一般 917件
	11.9%	7.4%	7.4%	7.5%	22.1%	20.7%	13.5%	9.9%	15.8%
3	教養娯楽品 4件	金融・保険サービス 23件	教養娯楽品 31件	教養娯楽品 47件	金融・保険サービス 63件	保健・福祉サービス 77件	保健・福祉サービス 232件	他の役務 55件	保健・福祉サービス 407件
	4.8%	7.4%	7.2%	7.0%	8.1%	6.7%	13.1%	8.8%	7.0%

## 課題

### 個々の特性に応じた消費者教育の推進

消費者被害を未然に防ぎ、安全で安心な消費生活を営むために、市民一人ひとりがそれぞれの年代で必要とされる消費生活に関する正確な知識や的確な判断力を身に付けて、実際の暮らしの中で活用していくことが大切です。

このため、年齢、性別、障害の有無等、消費者の特性に配慮した消費者教育を行う必要があります。

### インターネットに関する消費者トラブルへの対応強化

デジタル化の進展や電子商取引の拡大により、生活におけるインターネットの利用は定着しており、インターネット等に関する相談は高い割合を推移しています。このため、インターネットを利用する上で身に付けておきたい知識等について広報・啓発を行うとともに、特に児童・生徒や保護者への消費者教育を強化する必要があります。

## (2) 若年者の消費者トラブル

若年者においては、消費生活相談に占める「運輸・通信サービス」の割合が、前述のとおりかなり高いことが挙げられます。

相談内容は、「子どもが知らないうちに、親のクレジットカードでオンラインゲームの課金をしていた。請求を取り消したい。」「SNS で知り合った相手に出会い系サイトに誘導され多額の手続き費用を払ったが、連絡先を交換できない。返金してほしい。」といったものが寄せられています。

また、「初回お試し〇%オフという広告を見て、1 回だけのつもりで健康食品や化粧品品の注文をしたところ定期購入が条件だった。業者に電話してもつながらない。」などという相談も寄せられています。

更に令和 4 年（2022 年）に成年年齢の引き下げがあり、18 歳から未成年であることを理由とした契約の取り消しができなくなります。社会経験が浅い若年者は、事業者等の強引な勧誘や巧みな誘いの手口などにより、消費者トラブルに巻き込まれるおそれがあり、被害金額も高額となる場合があります。

## 課題

### 若年者に対する消費者教育の推進

若年者は社会経験も浅いため、的確な判断能力を身に付け、責任を持って行動できるよう、契約等に関する正しい知識を習得するための教育が必要です。また、令和 4 年（2022 年）4 月 1 日より成年年齢が 18 歳になることから、早い段階での教育が必要です。

### (3) 高齢者の消費者トラブル

高齢者の相談件数の推移を見ると、他の年代と比較して相談件数は多くなっており、60歳以上の相談件数が約半数を占めています。また、平成27年度(2015年度)から平成30年度(2018年度)にかけて、70歳以上の相談件数が急増しました。これは不特定多数に料金未納という葉書などを送付する架空請求が多発したことによります。(図表4)

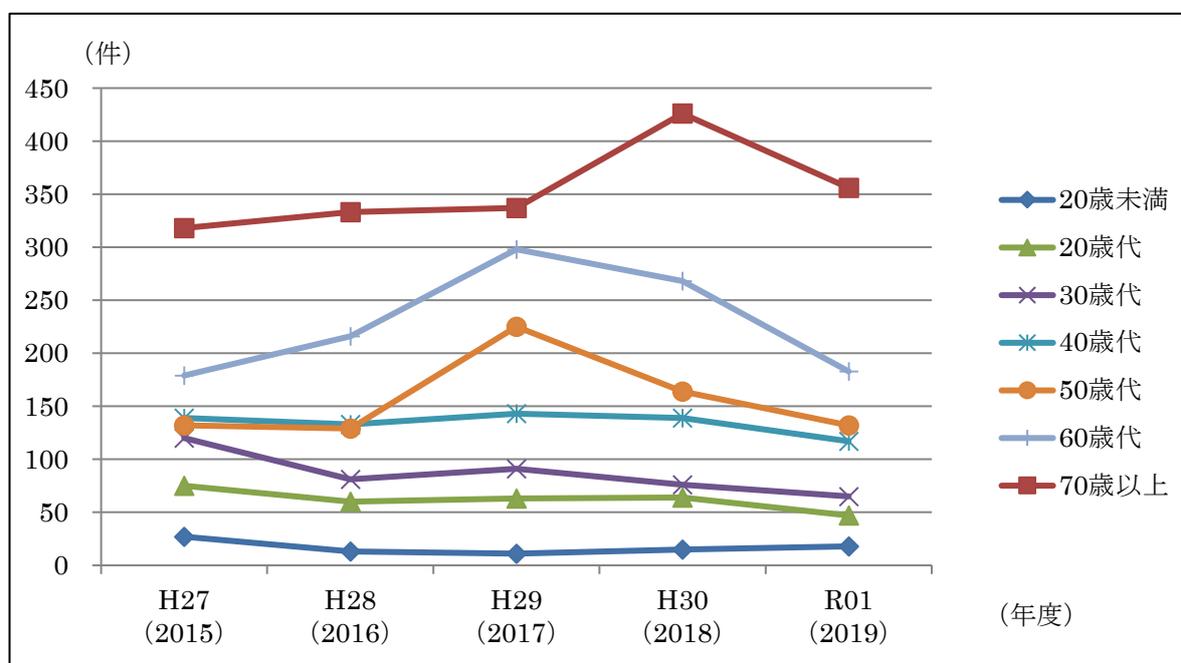
平成27年度(2015年度)から令和元年度(2019年度)の60歳代の商品別の相談件数で最も多いものが、郵便・メールなどを使った架空請求を主な内容とする「商品一般」で311件でした。次いで多いものは、インターネット、携帯電話の契約に関する相談などの「運輸・通信サービス」で237件でした。医療・理美容・エステ・老人福祉・社会保険・駆除サービスの相談を主な内容とする「保健・福祉サービス」が77件で3位となっています。(図表3)

金額で見ると、平成27年度(2015年度)から令和元年度(2019年度)の相談には、1千万円を超える契約・購入金額が62件ありましたが、中でも5千万円を超える相談が3件あり、それは60歳以上の方から寄せられた相談でした。(図表5)

60歳以上の平均契約・購入金額は、他の年代と比較して突出はしていませんが、高額な相談があり、相談件数の多い年代であることから、今後も注意が必要と考えられます。(図表6)

高齢者は、だまされたことに気がつきにくかったり、被害にあっても、「恥ずかしい」「迷惑をかけたくない」「自分が悪い」と誰にも相談しないことが懸念されるため、今後も、高齢者が消費者トラブルに巻き込まれることが危惧されます。

(図表4) 年代別の相談件数推移



(件)

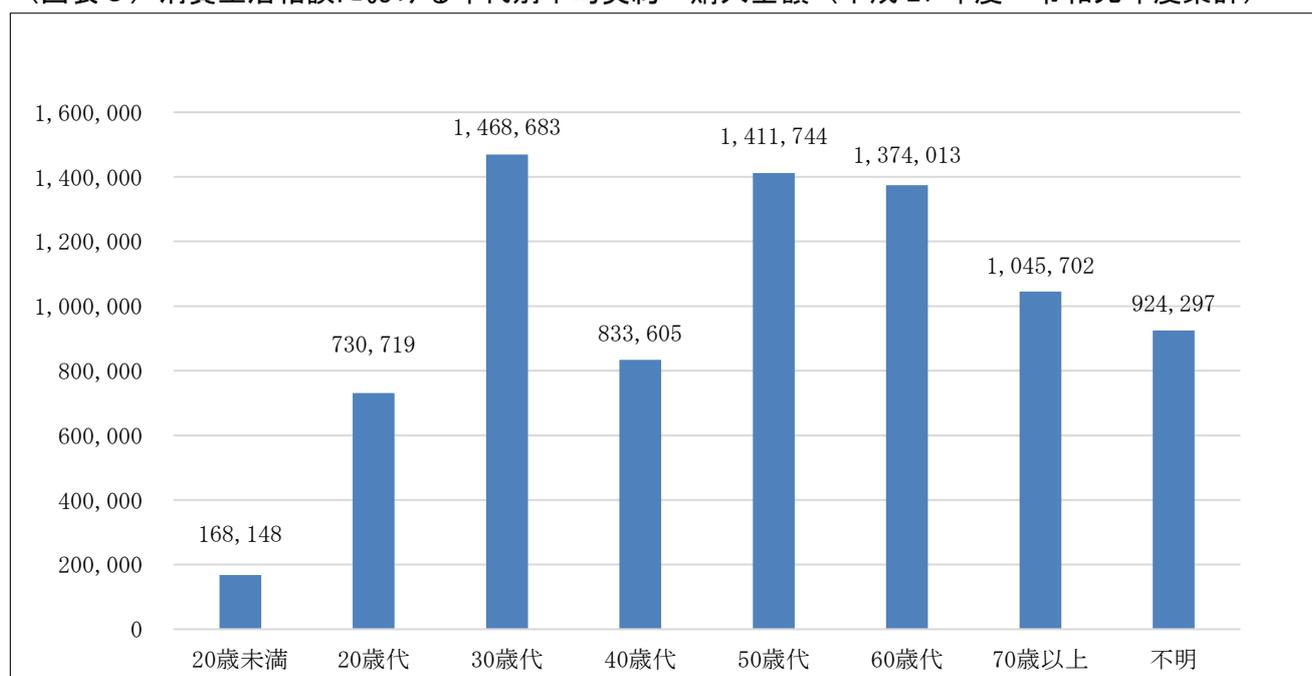
年度 年代	H27 (2015)	H28 (2016)	H29 (2017)	H30 (2018)	R01 (2019)
20歳未満	27	13	11	15	18
20歳代	75	60	63	64	47
30歳代	120	81	91	76	65
40歳代	139	133	143	139	117
50歳代	132	129	225	164	132
60歳代	179	216	298	268	183
70歳以上	318	333	337	426	356

(図表5) 契約・購入金額別 年代別の消費生活相談総件数 (平成27年度～令和元年度集計)

(件)

年代	合計	契約・購入金額別件数										
		1万円未満	1万円以上   5万円未満	5万円以上   10万円未満	10万円以上   50万円未満	50万円以上   100万円未満	100万円以上   500万円未満	500万円以上   1千万円未満	1千万円以上   5千万円未満	5千万円以上   1億円未満	1億円以上	その他不明
20歳未満	84	8	17	10	17	5	1	0	0	0	0	26
20歳代	309	38	41	26	60	20	16	2	3	0	0	103
30歳代	433	54	72	17	52	15	27	3	10	0	0	183
40歳代	671	79	88	33	84	23	29	3	8	0	0	324
50歳代	782	76	75	21	83	26	29	6	13	0	0	453
60歳代	1,144	82	79	30	79	18	29	4	10	1	0	812
70歳以上	1,770	169	116	53	110	25	50	9	11	2	0	1,225
不明	625	45	30	19	45	14	20	2	4	0	0	446
合計	5,818	551	518	209	530	146	201	29	59	3	0	3,572

(図表6) 消費生活相談における年代別平均契約・購入金額 (平成27年度～令和元年度集計)



### 高齢者への情報提供・注意喚起の徹底

高齢者は、「お金」「健康」「孤独」の3つの大きな不安を持っていると言われています。悪質業者はこれらの不安に付け込むケースが見られます。

また、高齢者は自宅にすることが多いため、電話勧誘販売や訪問販売に遭いやすい状況にあります。高齢者への被害情報の提供や注意喚起の取組を強化することが必要です。

### 高齢者の消費者被害の防止

特に生活支援を必要とする高齢者に対しては、高齢者の日常生活を支援している福祉関係者等との連携により、消費者被害の未然・拡大防止に取り組むことが必要です。