

2.

消費生活をめぐる 現状と課題



さいたま市消費生活総合センター
マスコットキャラクター
チョットマッタマン

◎ 文中にある※印のつく語句は、詳しい説明が「用語の解説 57 ページ」にあります。

2 消費生活をめぐる現状と課題

(1) 消費者行政の現状と消費生活相談の状況

① 国の消費者施策の動向

平成21年9月に消費者行政の司令塔となる^{*}消費者庁と、消費者行政に対して監視機能を有する第三者機関として^{*}消費者委員会が設置されました。また平成24年10月には生命身体事故等の原因等を調査する^{*}消費者安全調査委員会が設置され、急速に変化する社会情勢に対応し、消費者被害の防止に向けた法改正や体制整備等、様々な取組が進められてきました。

近年では、平成27年に国連サミットで^{*}「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択されたことを受け、SDGsの理念である「誰一人取り残さない」持続可能な社会の実現に向けて、高齢者の消費者被害の防止、^{*}エシカル消費（倫理的消費）の普及・促進等に取り組んでいます。

また、令和4年4月に^{*}成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることによる消費者被害拡大を防止するために、若年者への消費者教育推進の取組を進めています。

『主な消費者関連法の改正状況』

- ・平成16年 6月 消費者基本法 施行（消費者保護基本法を大幅改正）
- ・平成21年 9月 消費者庁及び消費者委員会設置法 施行
- ・平成21年 9月 ^{*}消費者安全法 施行（消費者事故情報の通知・集約）
- ・平成21年12月 改正^{*}特定商取引に関する法律 施行（指定商品等の原則廃止）
- ・平成22年 6月 改正^{*}貸金業法 完全施行
- ・平成22年12月 改正^{*}割賦販売法 施行（支払可能見込額調査の義務付）
- ・平成24年12月 消費者教育の推進に関する法律 施行（^{*}消費者市民社会の形成）
- ・平成25年 2月 改正特定商取引に関する法律 施行（訪問購入を規制）
- ・平成25年 4月 改正消費者安全法 施行（すき間事案を規制）
- ・平成25年 6月 ^{*}食品表示法 成立（食品表示の一元化）
- ・平成27年 4月 食品表示法 施行
- ・平成28年 4月 改正消費者安全法 施行（消費者教育の推進他）
- ・平成29年12月 改正特定商取引に関する法律 施行（通信販売の広告の規制他）
- ・令和元年 6月 改正消費者契約法 施行（故意による不利益事実の不告知取消）
- ・令和元年 10月 ^{*}食品ロスの削減の推進に関する法律 施行

② さいたま市の消費者施策の動向

本市では、市民の消費生活の安定と向上を図るため、平成18年3月に「さいたま市消費生活条例」を制定し、平成20年7月に「さいたま市消費生活基本計画」、平成26年4月に「第2期基本計画」を策定しました。

国では平成24年12月に「消費者教育の推進に関する法律」が施行され、消費者教育推進計画の策定が市町村の努力義務とされました。本市ではすでに第2期基本計画の中で消費者教育の推進について取り組んでおりましたが、さいたま市消費生活審議会（消費者教育推進法第20条第1項に基づく、*消費者教育推進地域協議会を兼ねる。）の審議を経て、平成29年3月に「さいたま市消費者教育推進計画」を策定しました。

第3期基本計画は、第2期基本計画の理念を継承し、同時に期間満了となる消費者教育推進計画を統合して、一体的に消費者施策を推進するために策定するものです。また、さいたま市全体で取り組む「持続可能な開発目標（SDGs）」の視点を取り入れつつ、第3期基本計画期間中に施行される、成年年齢引下げへの対応も考慮して計画を策定します。

③ さいたま市における消費生活相談の状況

本市は、首都東京に隣接する埼玉県の県庁所在地で、県内唯一の政令指定都市です。東北・北海道、上越・北陸新幹線が集まる交通の要所であり、東日本の玄関口として、重要な位置づけを担っています。

人口は、平成30年9月に130万人を超え、首都圏有数の大都市として発展してきました。

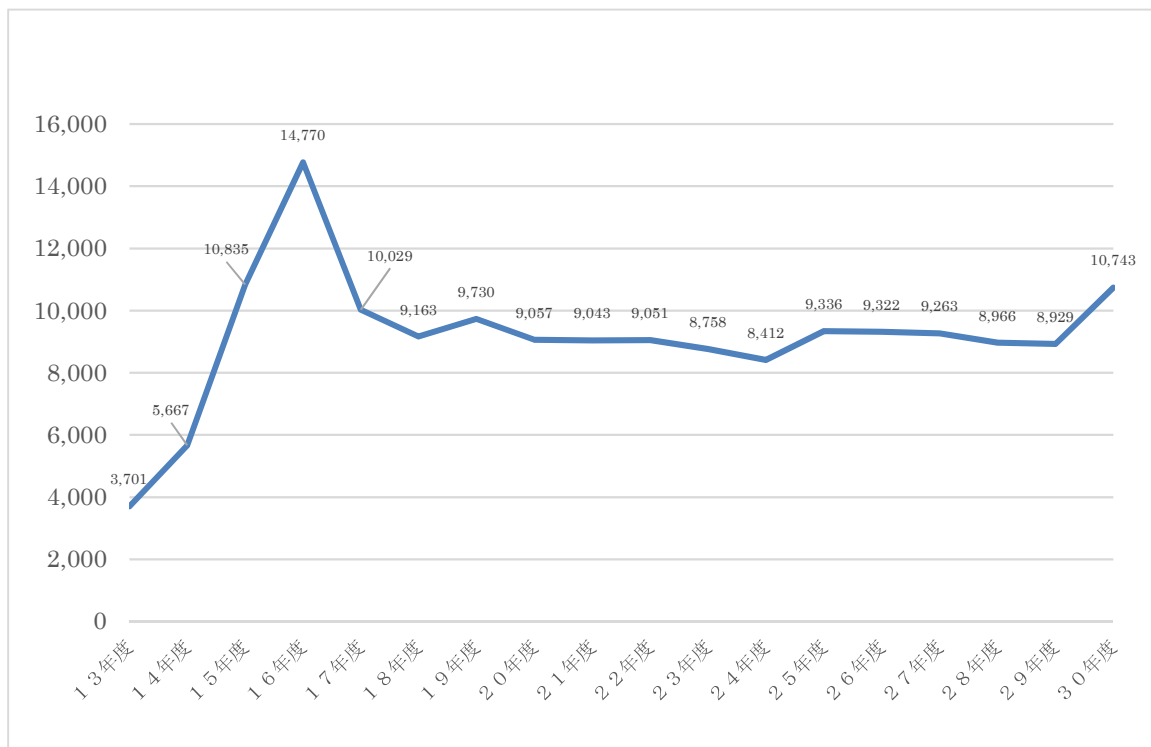
既に超高齢社会を迎える中で、高齢化率（65歳以上人口が総人口に占める割合）は平成27年の22.8%から、令和12年には約27.3%になる見通しです。

こうした背景を反映し、本市の消費生活相談へ寄せられる高齢者からの相談件数も多く、その内容も多様化しています。

ア 相談件数の推移

本市に寄せられた平成13年度から平成30年度までの消費生活相談の件数は、架空請求による相談の増加により、全体の相談件数が急増しました。その後一旦減少傾向をたどりましたが、平成25年度に再び増加に転じました。その後は平成29年度まで、年間約9,000件と高止まりで推移していましたが、平成30年度に再び架空請求の相談が増加し、10,743件に達しました。

図1 さいたま市の消費生活相談件数の推移（平成16年以前は旧岩槻市分含まず）（件）



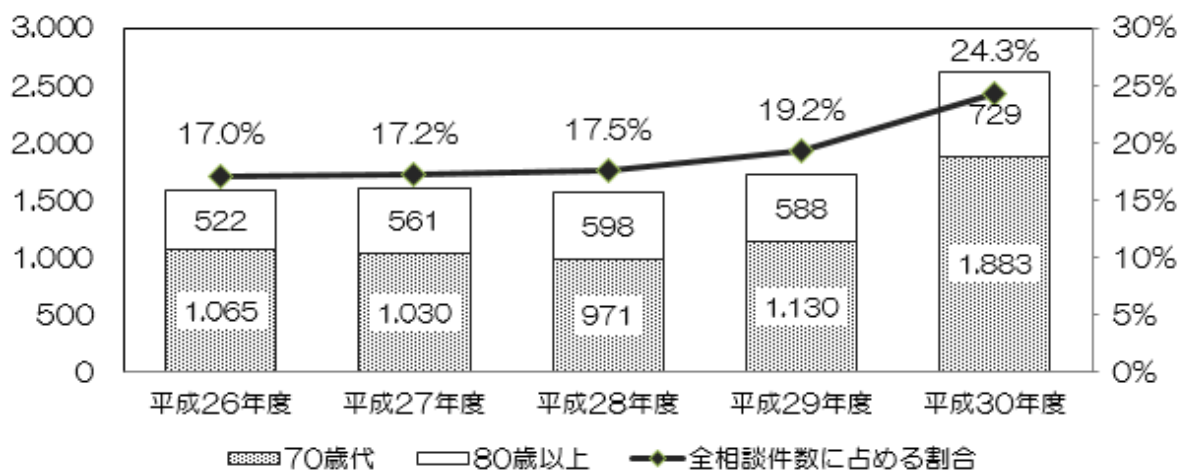
イ 契約当事者の年代別件数の推移

70歳以上からの相談が最も多く、次に60歳代以上の相談と続きます。(図2)
 また、70歳以上の相談件数は、平成30年度には2,612件で、平成29年度より894件増加し、約1.5倍になりました。また、相談全体に占める比率も24.3%と上昇し、超高齢社会の進展に伴い70歳代以上の割合は増加傾向にあります。(図3)

図2 契約当事者年代別件数 (件)

年齢件数	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
20歳未満	262	257	196	156	179
20歳代	878	877	861	701	750
30歳代	1,238	1,180	1,112	864	868
40歳代	1,603	1,632	1,466	1,312	1,269
50歳代	1,226	1,262	1,231	1,345	1,581
60歳代	1,193	1,140	1,176	1,565	2,071
70歳以上	1,587	1,591	1,569	1,718	2,612
その他・不明	1,335	1,324	1,355	1,268	1,413
合計	9,322	9,263	8,966	8,929	10,743

図3 高齢者の相談件数と構成比の推移 (件)



ウ 相談内容の推移

平成28年度まで相談内容件数が1位だった「デジタルコンテンツ」を抜いて平成29年度には「商品一般」が1位になりました。さらに、平成30年度には平成29年度と比べ件数が約2倍になっています。(図4)これは、公的機関を装い実在しない料金名を使い、支払がないため訴訟を起こすと不安をあおって騙す、架空請求はがき等によるもので、50歳代以上で1位になっています。(図5)

また、2位の「デジタルコンテンツ」は、総合有料サイトや、アダルト情報サイト等の利用料金の架空・不当請求に関する相談が大半を占めています。年代別でみると、20歳未満から40歳代で1位になっています。(図5)

全体的に見ると、5年間の相談内容の順位の変動はありますが、上位5位が同じ内容になっています。(図4)

また、共通する相談が多い中、20歳未満では「健康食品」や「コンサート」、20歳代では「エステティックサービス」、70歳以上では「工事・建築」が上位に入っていることが特徴的です。(図5)

図4 相談内容件数(平成26年度～平成30年度・上位5位) (件)

順位	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
1	デジタルコンテンツ 1,788	デジタルコンテンツ 1,976	デジタルコンテンツ 1,679	商品一般 1,272	商品一般 2,585
2	不動産貸借 463	不動産貸借 441	不動産貸借 469	デジタルコンテンツ 1,192	デジタルコンテンツ 1,217
3	商品一般 442	工事・建築 348	商品一般 348	不動産貸借 396	不動産貸借 419
4	工事・建築 268	商品一般 344	工事・建築 307	工事・建築 282	工事・建築 333
5	インターネット 接続回線 221	インターネット 接続回線 245	インターネット 接続回線 253	インターネット 接続回線 221	インターネット 接続回線 260

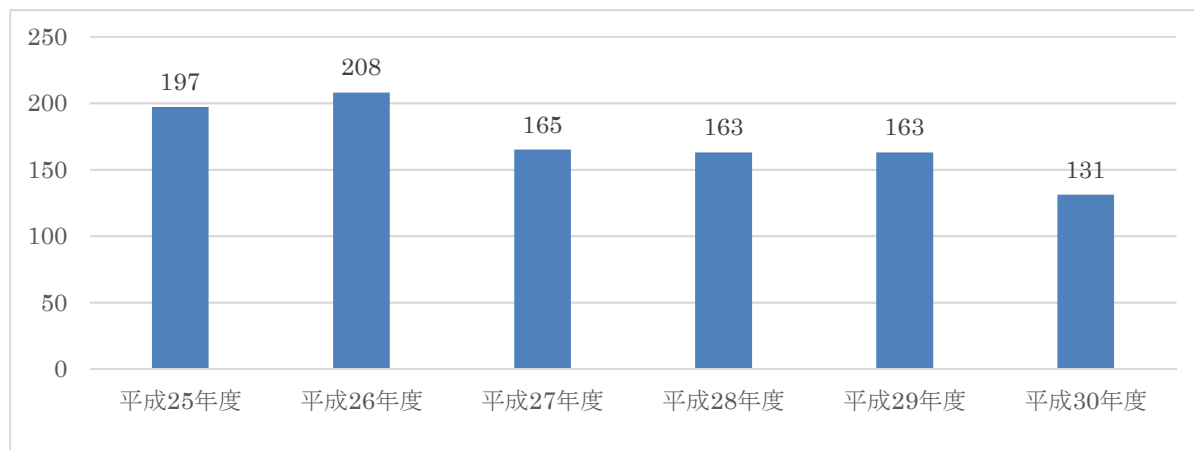
図5 契約当事者年代別相談内容(商品・役務別)件数(平成30年度・上位5位) (件)

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	無回答 (未入力)
1	デジタル コンテンツ 62	デジタル コンテンツ 112	デジタル コンテンツ 108	デジタル コンテンツ 195	商品一般 373	商品一般 975	商品一般 844	商品一般 200
2	他の 健康食品 10	不動産貸借 59	不動産貸借 75	商品一般 98	デジタル コンテンツ 228	デジタル コンテンツ 241	デジタル コンテンツ 206	不動産貸借 93
3	コンサート 9	エステ ティック サービス 38	商品一般 56	不動産貸借 73	不動産貸借 55	インター ネット 接続回線 51	工事・建築 138	相談その他 74
4	商品一般 8	商品一般 31	インター ネット 接続回線 25	工事・建築 32	工事・建築 38	工事・建築 45	インター ネット 接続回線 76	デジタル コンテンツ 70
5	相談その他 5	他の内職・ 副業 23	携帯電話 サービス 18	インター ネット 接続回線 29	相談その他 32	不動産貸借 26	修理 サービス 53	工事・建築 57

エ 危害・危険に関する相談件数の推移

生命、身体又は財産に重大な影響を及ぼす危害・危険に関わる相談は、全体に占める割合は1～2%と多くはありませんが、深刻な結果をもたらすこともあることから、これを未然に防ぐ対応が強く求められます。

図6 危害・危険に関する相談件数 (件)



オ 危害・危険に関する相談内容

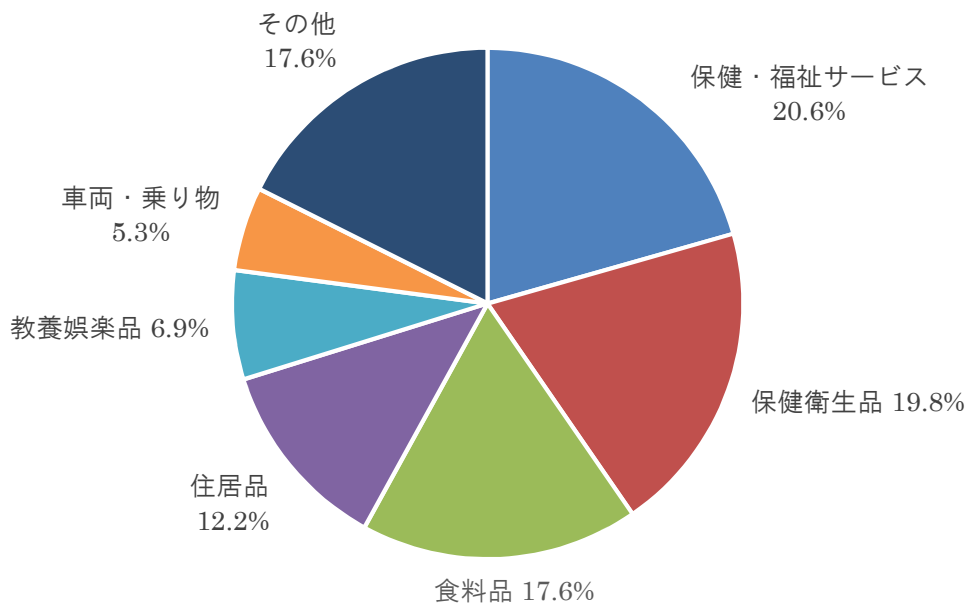
危害・危険に関する相談のうち「保健・福祉サービス」が最も多く、具体的相談内容としてはエステで炎症が生じた、美容整形で痛みや腫れの症状がでた等です。

「保健衛生品」で多い相談は化粧品であり、皮膚トラブルが主なものです。

「食料品」では、食品を摂取したことによる体調不良や、サプリメント等の健康食品の相談が目立ちます。

「住居品」では、家電製品の製品不良や、家具の使用溶剤による健康被害の相談等があります。

図7 危害・危険に関する相談内容（平成30年度）



カ 表示・広告に関する相談件数

表示・広告に関する相談件数は、全体の約6%を占めており、ここ数年間ほぼ一定しています。

ここでは、表示・広告に関する相談を、商品・サービス区分別に件数の多いものから取り上げていきます。

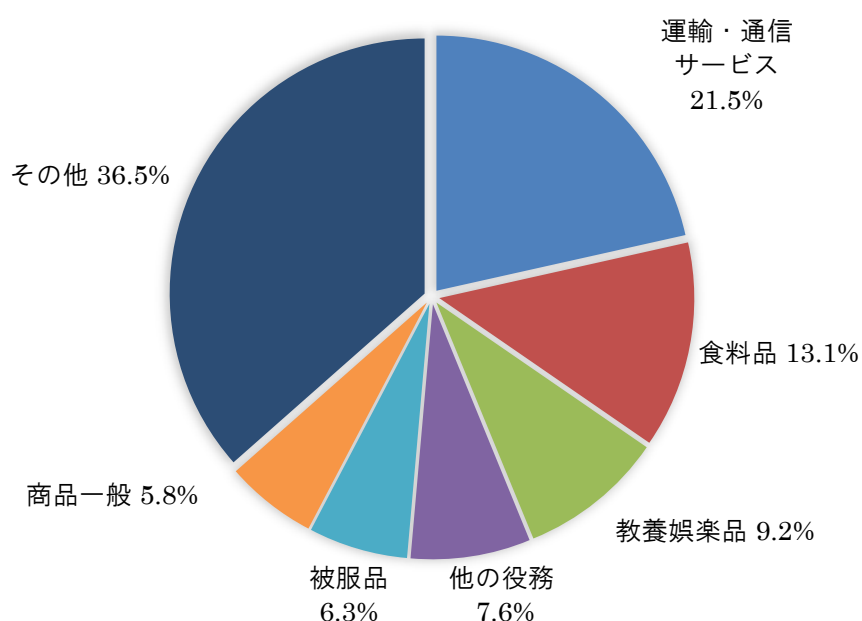
最も件数が多いのは「運輸・通信サービス」で、パソコンや携帯電話の有料サイトやメールによる架空・不当請求に関する相談が過半数を占めており、「無料と表示されていた、もしくは有料の表示のないサイトを閲覧したら料金を請求された」といった相談が多く寄せられています。

続いて2番目に多いのが「食料品」で、食品に対して、不適切・不親切な表示に対する苦情等が多く寄せられています。

3番目に多いのが「教養・娯楽品」です。教養講座・教室の広告等についての相談が寄せられています。

表示・広告は消費者が商品・サービスを選択する上で重要で、多くの場合唯一の判断基準となっていますが、消費者自らがその真偽を判断することは極めて困難であることから、適法・適正な表示がなされているか、しかるべき監視を行い、不適切なものは指導・改善していく必要があります。

図8 表示・広告に関する相談件数の商品・サービス区分別割合（平成26年度～平成30年度平均）



キ 出前講座の実施状況

消費生活センターでは、図9～図11のとおり、各申込者の要望を受けて、様々な対象者別、内容別に出前講座を実施しております。申込者の内訳では、公民館、高齢者団体、学校、福祉関係団体等からの申し込みが多くなっています。

対象者の内訳で最も多いのは高齢者で、全講座の半分以上が高齢者向けとなっています。その他、学生、障害者、福祉関係者といった特定対象者向けと、広く一般向けの講座があります。講座内容は、悪質商法に関するものが過半数を占めますが、消費者問題を生じる恐れのある中、広い分野を対象とし、経済・社会の変化に即応したテーマを取り上げています。

図9 出前講座の申込者種別割合 (平成26年度～平成30年度 全390回)

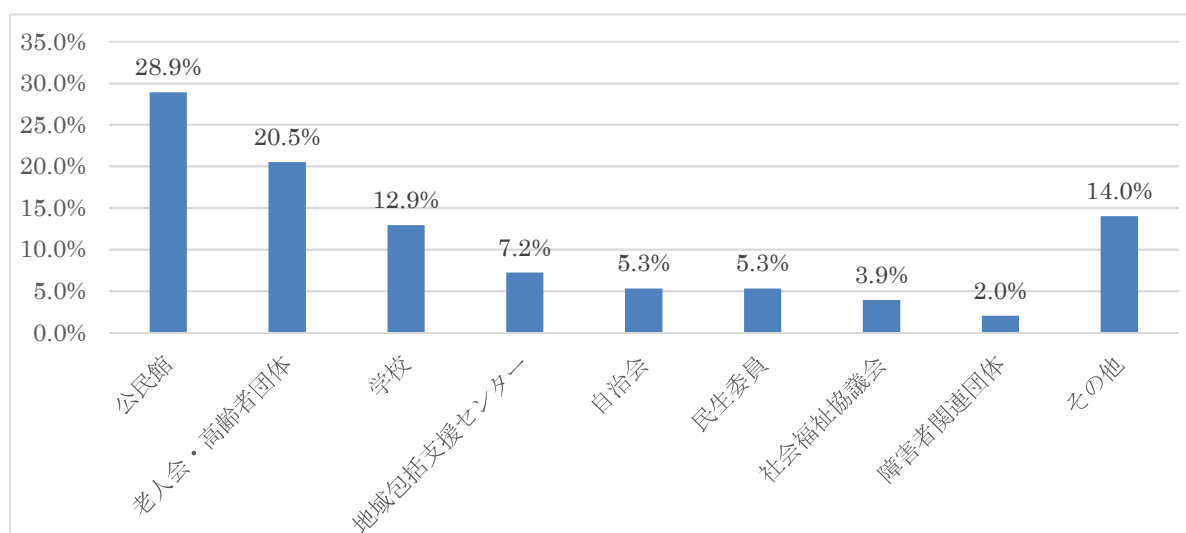


図 10 対象者別割合

(平成 26 年度～平成 30 年度 全 390 回)

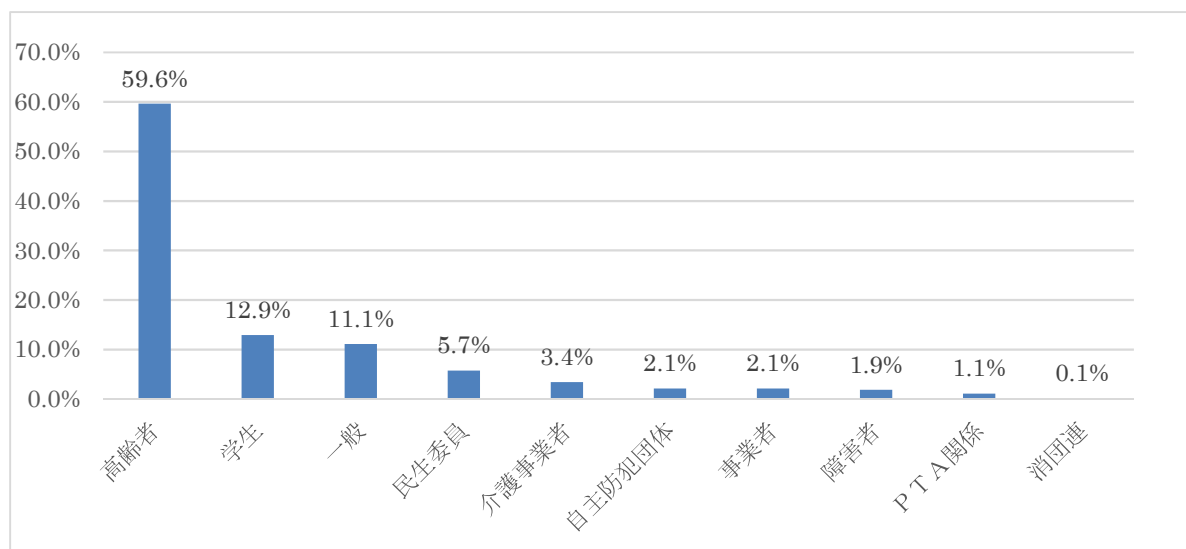
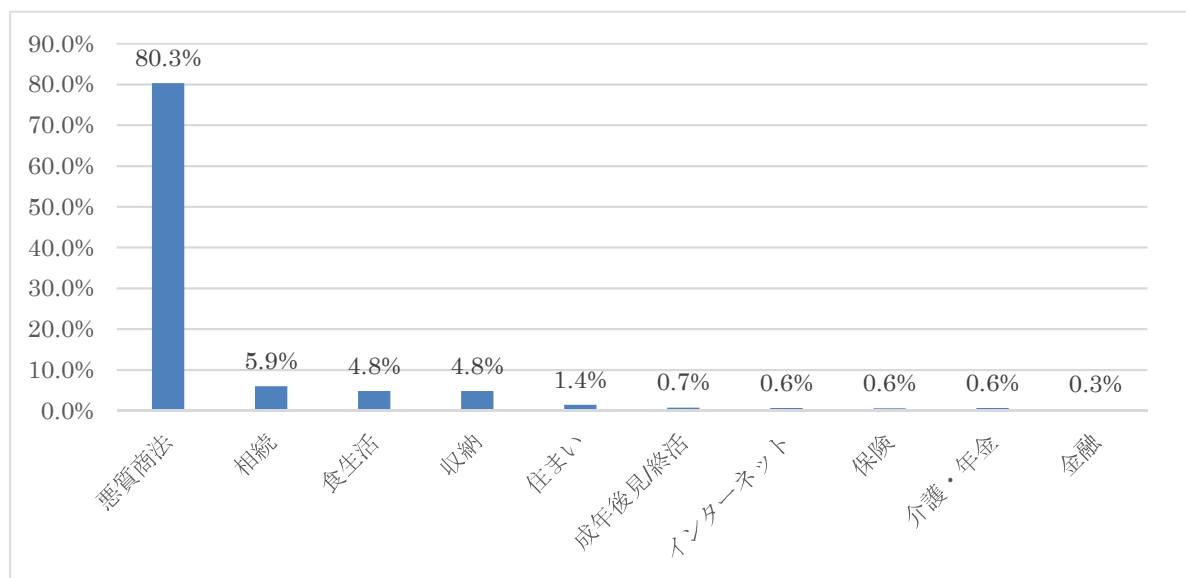


図 11 講座内容別割合

(平成 26 年度～平成 30 年度 全 390 回)

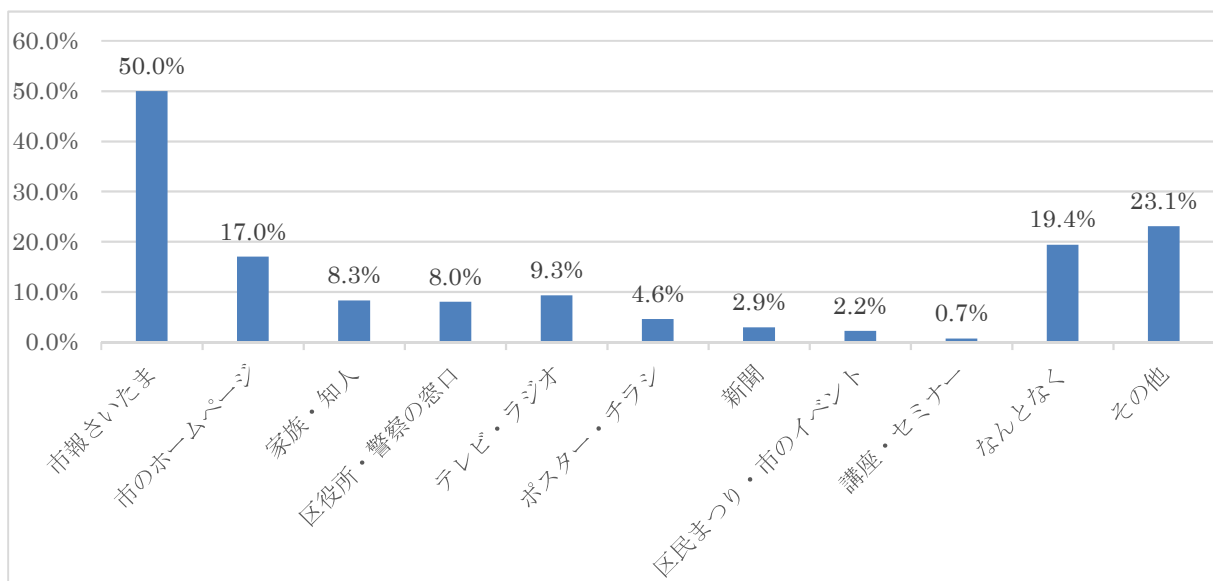


ク 消費生活に関する情報提供の状況

商品・サービスの多様化、取引形態の変化、高齢社会の進行等、消費者を取り巻く状況は日々変化しており、消費者が自立して主体的に行動することができるようにするためには、必要な情報が必要とされる消費者に確実に届くよう、効果的な情報発信が求められています。

消費生活センターでは、消費生活に関する最新の情報を随時ホームページに掲載して情報提供を行っている他、市報をはじめ、ラジオ・新聞等、様々なメディアを活用して各種の情報提供や消費生活センターの周知を図っています。また消費生活センター発行の「くらしの情報」をはじめ、消費者被害防止啓発CMを作り YouTube で公開しています。その他、出前講座・セミナーの開催、各種リーフレットの作成・配布、啓発用の図書・DVDの貸し出し、消費生活に関するパネルの展示等を実施し、様々な形での情報提供を行っています。

図 12 消費生活センター認知のきっかけ



平成 29 年度 ※さいたま市インターネット市民意識調査による (複数回答有)

(2) 消費者を取り巻く環境の変化に伴う課題

① 高齢化の進行に伴う高齢者支援の推進

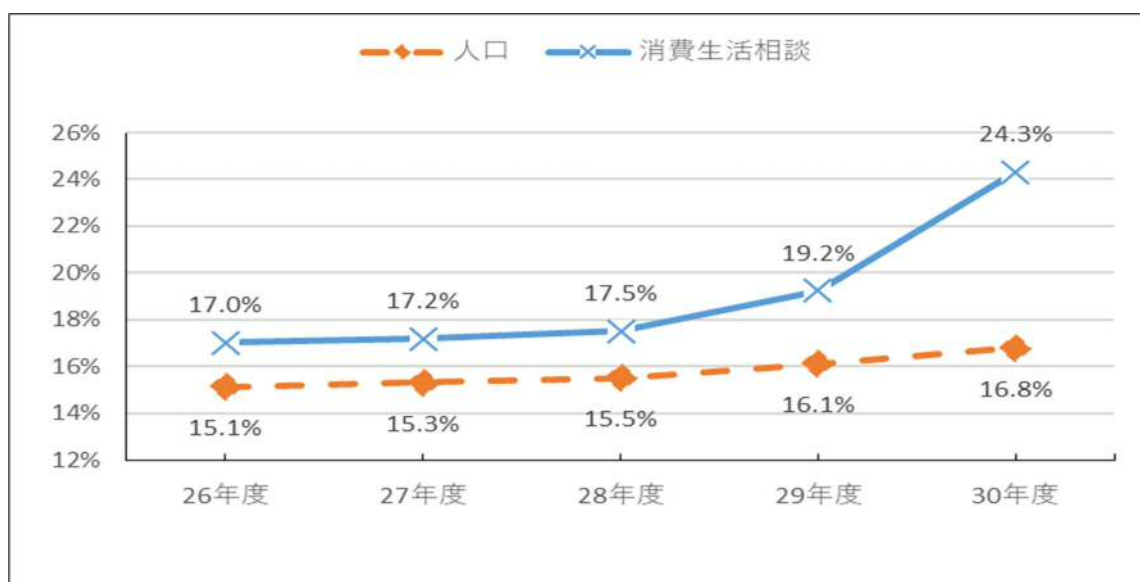
本市の老年人口は増え続け、高齢化率は平成27年の22.8%から、令和12年には27.3%に増加し、令和27年には3人に1人が65歳以上になる見通しです。

また、年代別の相談件数は、70歳以上の高齢者の相談が最も多く、次に60歳代の相談が多くなっています。(図2：7ページ)

さらに、70歳以上の相談は人口比率以上に件数が多く、高齢者が他の年代よりも消費者被害に巻きこまれるケースが多いことがわかります。

今後も引き続き、高齢者を消費者被害から守るための支援が重要となります。

図13 70歳以上の人口比率と相談件数の比率



② 成年年齢引下げを踏まえた消費者教育の推進

民法の改正により、令和4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、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。

今後も引き続き、成年年齢引下げを見据えた消費者教育が重要となります。

③ 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は、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。これにより企業と個人間の※電子商取引（BtoC-EC）の市場規模が年々拡大すると共に、フリマサービス等による個人間での※電子商取引（CtoC-EC）も急増しています。

また、キャッシュレス決済の普及等、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。

その一方で、インターネット通販等の電子商取引に関するトラブルや、電子商取引に伴う消費者同士のトラブル等、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。

④ 「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

平成27年の国連サミットで「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、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、平成28年12月に持続可能な開発目標（SDGs）実施指針を策定し、「エシカル消費」の普及啓発や、食品ロス削減等に取り組んでいます。

また、SDGsの目標12「つくる責任 つかう責任」において、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等が掲げられています。

このことから、本市においても、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。