

1 消費者をめぐる現状と課題

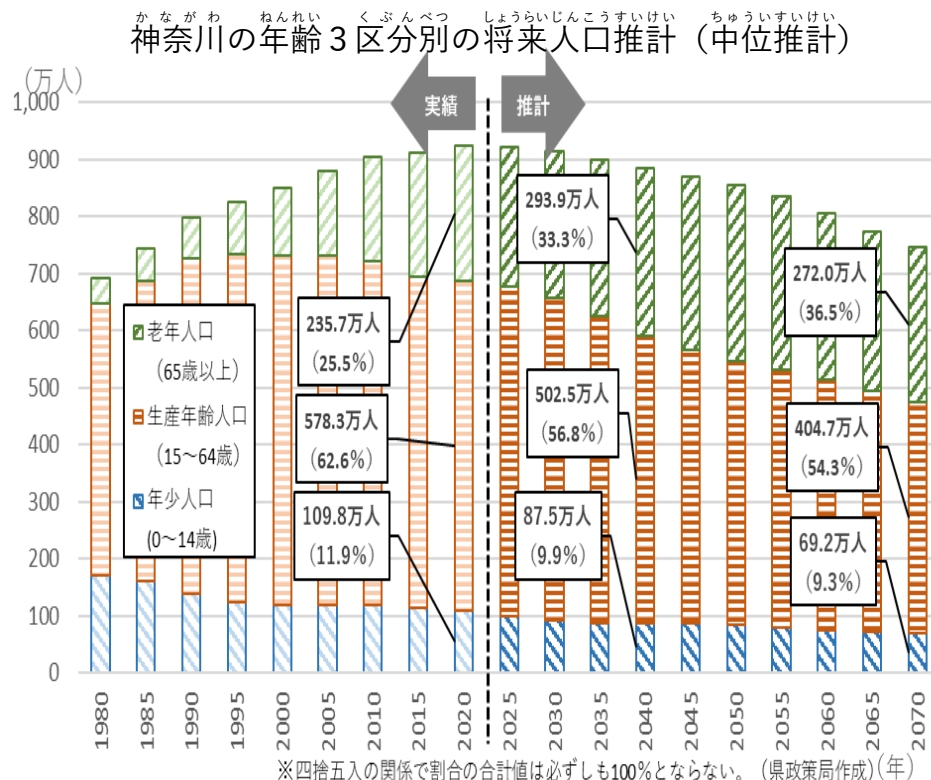
(1) 消費者別の特徴

ア 高齢者

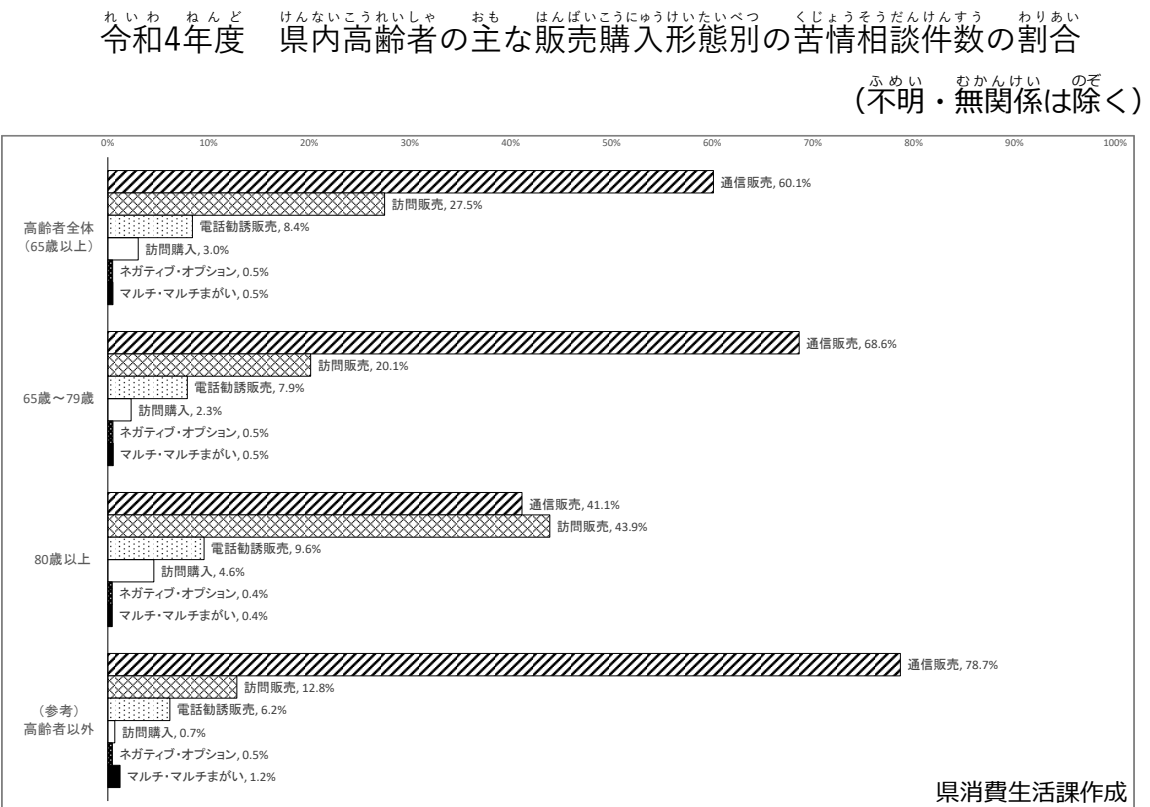
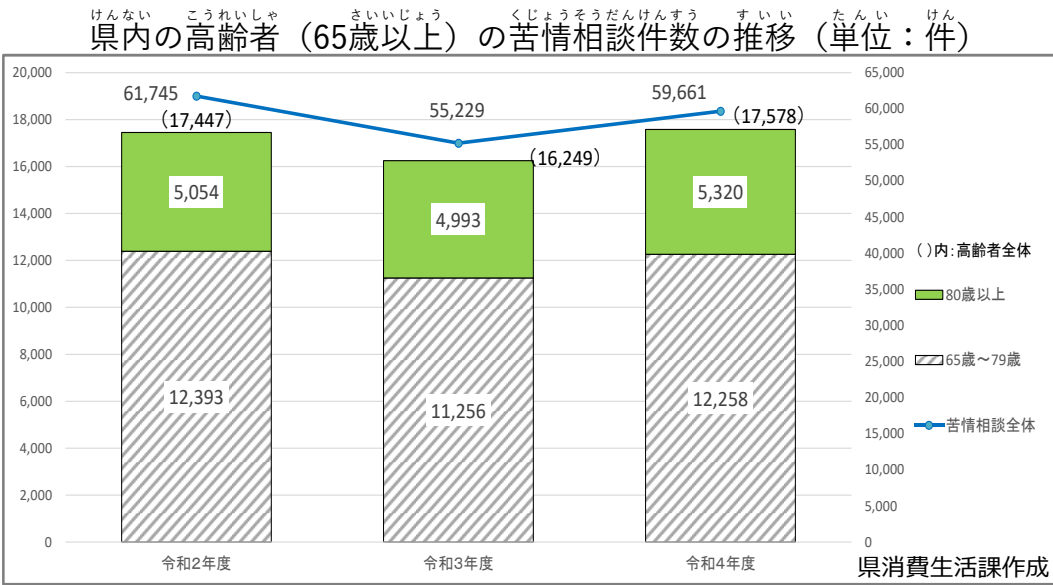
神奈川の高齢化率（65歳以上人口の占める割合）は、2020年には25.5%でしたが、県の将来人口推計（中位推計）では、2040年には33.3%、2070年には36.5%になることが見込まれています。また、日常的に相談できる相手が限られる、ひとり暮らしの高齢者が増えると、トラブルに遭いやすくなることも懸念されます。

県内の消費生活相談における、65歳以上の高齢者が契約当事者となっている苦情相談件数は、年間17,000件程で推移しており、令和4年度の苦情相談全体に占める割合は3割近くとなっています。高齢者の相談の特徴として、「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」など自宅で消費者トラブルに遭う割合が他の世代と比べて高くなっており、これらの割合はより高齢になるほど増加する傾向があること、他の世代と比べて平均既支払額（実際に支払ってしまっている金額の平均）が高いことが挙げられます。

高齢者が安全・安心な消費生活を送ることができるよう、消費生活相談や消費者教育の充実のほか、地域での見守り体制の構築など、総合的な取り組みが必要です。



注：ウェブサイトから引用した資料は清書時に閲覧日を追記予定



県内の高齢者の苦情相談における平均既支払額（単位：千円）

年齢区分	令和4年度	令和3年度
高齢者	822	804
高齢者以外	545	613

県消費生活課作成

注：ウェブサイトから引用した資料は清書時に閲覧日を追記予定

イ 若者

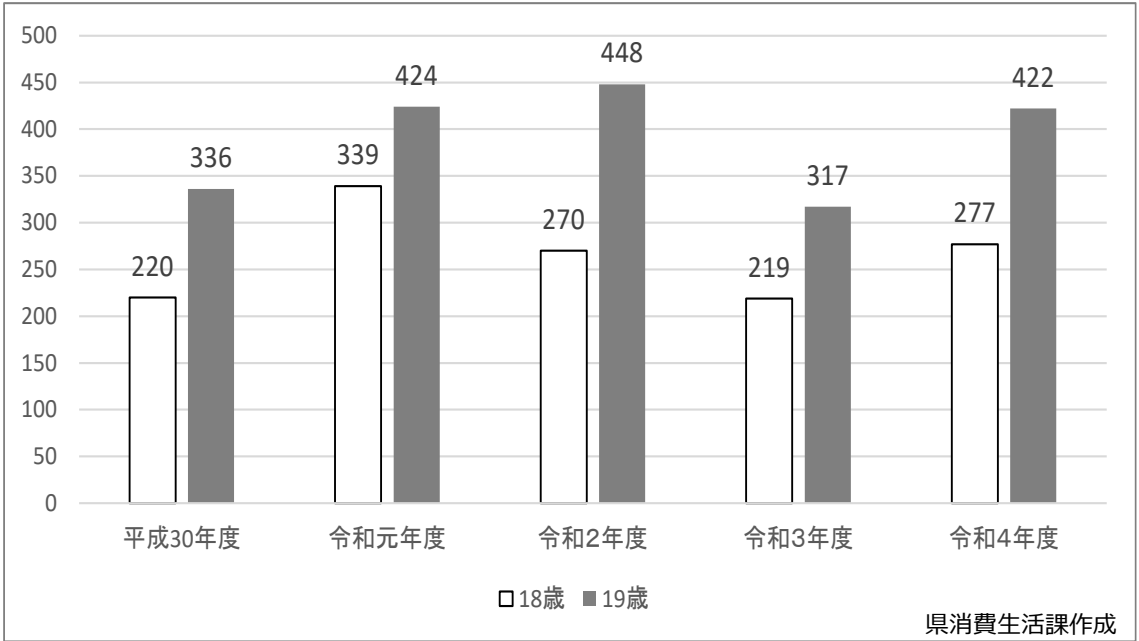
新たに成人となった18歳・19歳が契約当事者となっている苦情相談件数は、過去5年間では、18歳は200件から300件台、19歳は300件から400件台で推移しており、令和4年度は、18歳が277件、19歳が422件でした。

消費者トラブルの傾向を見ると、脱毛エステ、痩身エステ等の「エステティックサービス」や医療脱毛、整形手術等の「医療サービス」といった「美容関連」、アフィリエイト副業等の「他の内職・副業」や副業サポート契約等の「役務その他サービス」といった「副業」に関する相談が多く寄せられました。

成年年齢の引下げにより、18歳・19歳の若者が、自身の判断で携帯電話、ローン、クレジットカードなどの契約ができるようになった一方で、未成年であることを理由とした契約の取消しができなくなったことから、消費者被害の深刻化が懸念されます。

成年年齢に達する若者が、契約等について正しい判断ができるよう教育現場と連携した消費者教育の充実が必要です。

県内の契約当事者年代別苦情相談件数の推移（単位：件）



注：ウェブサイトから引用した資料は清書時に閲覧日を追記予定

県内の18歳・19歳における品目別苦情相談件数（単位：件）

順位	品目	令和4年度	令和3年度	前年度比	品目の説明
		[699]	[536]	130.4%	
1	エステティックサービス	137	24	570.8%	
2	商品一般	38	28	135.7%	架空請求等の商品を特定できない相談
3	異性交際関連サービス	36	36	100.0%	出会い系サイト等に関する相談
4	化粧品	31	35	88.6%	
5	医療サービス	25	11	227.3%	
6	他の内職・副業	17	16	106.3%	アフィリエイト(※)等に関する相談
7	修理サービス	16	8	200.0%	屋根、トイレ、エアコン、スマートフォン等の修理に関する相談
8	不動産貸借	15	15	100.0%	
9	役務その他サービス	14	10	140.0%	副業サポート契約等に関する相談
10	アダルト情報	13	18	72.2%	

県消費生活課作成

※アフィリエイト

消費者が作成したホームページやブログ等で商品・役務等の宣伝を書き、あるいは広告主(企業等)の広告を掲載することで商品等の売上げにつながった場合等に、売上げの一部を報酬として得るビジネスの形態のこと

注：ウェブサイトから引用した資料は清書時に閲覧日を追記予定

ウ 障がい者

県内の消費生活センターに寄せられる苦情相談の内容は複雑・多様化しており、消費者トラブルの未然防止、相談窓口機能の充実、より悪質な事業者による消費者被害への対応が求められています。とりわけ、障がい者に関連すると思われる相談（相談者からの申告又は相談員の確認により把握したもの）は、年間概ね600件前後となっています。そのうち、本人以外から寄せられる相談はおおよそ4割を占めています。

障がい者の消費者トラブルの未然防止のためには、障がい者本人に加えて、障がい者を見守る方を対象とした講座の開催や、地域と連携した見守り体制構築の支援など、障がい者を身近でサポートする方とともに施策を進めることが重要です。また、消費生活相談員への障がい者理解のための研修など、相談窓口機能の充実に向けた取り組みや、障がいの特性に配慮した消費生活相談体制の整備、関係機関と連携した消費者被害への取り組みも重要です。

県は、県議会の議決を経て「ともに生きる社会かながわ憲章」を定め、「当事者目線の障害福祉」の推進に取り組んできました。取り組みを進める中で、一人ひとりの立場に立って、その望みや願いを尊重し、支援者や周りの人が工夫しながら支援することで、障がい者のみならず障がい者に関わる人々の喜びにつながり、その実践こそが「当事者目線の障害福祉」であるとの考えに至りました。消費者の施策にあっても、誰もがその人らしく安全・安心な消費生活を送れるよう、障がい当事者の意見を積極的に施策に取り入れるなど、障がい者の立場に立った取り組みが必要です。

障がい者に関係すると思われる相談の相談者の属性 単位：件

区 分		令和2年度		令和3年度		令和4年度	
本人からの相談 (相談者と契約者が同じ)		373	61.2%	356	59.8%	370	58.7%
本人以外からの相談 (相談者と契約者は別の人)		234	38.4% (100.0%)	237	39.8% (100.0%)	258	41.0% (100.0%)
内 訳	団体等（ヘルパー、地域包括支援センターなど）	39	(16.7%)	51	(21.5%)	38	(14.7%)
	家族・知人	195	(83.3%)	186	(78.5%)	220	(85.3%)
不 明 等		2	0.3%	2	0.3%	2	0.3%
合 計		609	100.0%	595	100.0%	630	100.0%

県消費生活課作成

注：ウェブサイトから引用した資料は清書時に閲覧日を追記予定

エ 外国につながる消費者

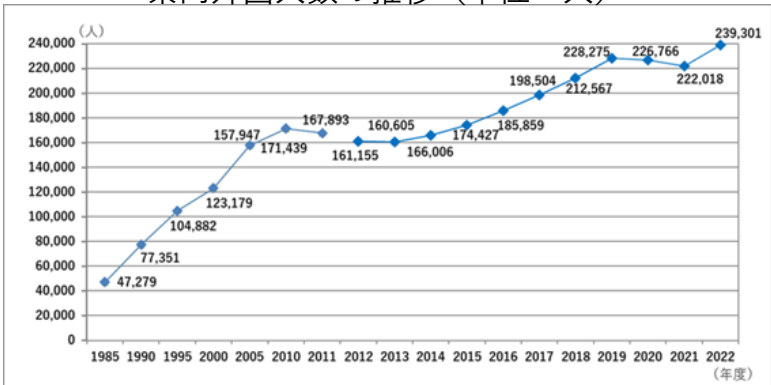
神奈川県^{かながわけん}の外国人^{がいこくじん}数は、概ね^{おおよそ}増加傾向^{ぞうかけいこう}にあり、2023年^{ねん}1月^{がつ}には239,301人^{にん}で、県総人口^{けんそうじんこう}に占める割合^{わりあい}は約2.6%に及んでいます。また、日本^{にほん}を訪れた外国人旅行者^{がいこくじんりょこうしゃ}は、2019年^{ねん}には3,000万人^{まんにん}を超え、神奈川県^{かながわけん}の外国人延べ宿泊者数^{がいこくじんのしゆくはくしゃすう}は325万人泊となりました。2020年以降^{ねんいこう}は新型コロナウイルス感染症^{しんがたコロナウイルスかんせんしょう}の影響^{えいこう}で大きく減少^{けいしょう}しましたが、2023年以降^{ねんいこう}は、急速^{きゅうそく}に回復^{かいふく}していくことが予想^{よそう}されます。

県内^{けんない}の消費生活センター^{しょうひせいかつ}に寄せられた相談^{そうだん}のうち、多言語支援^{たげんごしえん}が必要な消費者^{ひつようしょうひしゃ}が契約当事者^{けいやくとうじしゃ}となっている相談^{そうだん}を商品別^{しょうひんべつ}にみると、「不動産賃借^{ふどうさんちんしゃく}」、「インターネット接続回線^{せつぞくかいせん}」や「携帯電話^{けいたいでんわ}」の占める割合^{わりあい}が高い傾向^{けいこう}にあります。文化^{ぶんか}と言葉^{ことば}の壁^{かべ}により契約内容^{けいやくないよう}の理解^{りかい}が難しいこと^{むずかしいこと}が要因^{よういん}で、日常生活^{にちじょうせいかつ}を送るための基礎的^{きそてき}な契約^{けいやく}においても問題^{もんだい}を抱えていることが考えられます。

今後^{こんご}、増加^{ぞうか}が見込まれる、外国籍県民^{みこがいこくせきけんみん}や訪日外国人旅行者^{ほうにちがいこくじんりょこうしゃ}など多言語での支援^{たげんごしえん}が必要な消費者^{ひつようしょうひしゃ}のトラブル^{たいらう}の対応^{たいおう}のためには、専門^{せんもん}の相談窓口^{そうだんまどぐち}など各機関^{かくきかん}との連携^{れんけい}の強化^{きょうか}が必要です。

県内外国人^{けんないがいこくじん}数の推移^{すい}（単位：人）

県国際課作成



注：2011年度までは外国人登録法に基づく外国人登録者数、2012年度以降は住民基本台帳上の外国人^{だいちょうじょうがいこくじん}数です。制度上対象^{せいどじょうたいしょう}が一部異なるため、単純^{たんじゆん}に比較^{ひかく}することはできません。

外国につながる消費者からの相談が多い主な商品 (%)

商品カテゴリ	多言語支援が必要な消費者の相談に占める割合	消費生活相談全体に占める割合（参考）
不動産賃借	13.3%	4.4%
インターネット接続回線	5.5%	2.5%
携帯電話サービス	5.2%	2.1%
他の健康食品	2.7%	2.0%
携帯電話	2.2%	0.7%

県消費生活課作成

注：ウェブサイトから引用した資料は清書時に閲覧日を追記予定

(2) 社会全体の状況

ア 社会のデジタル化

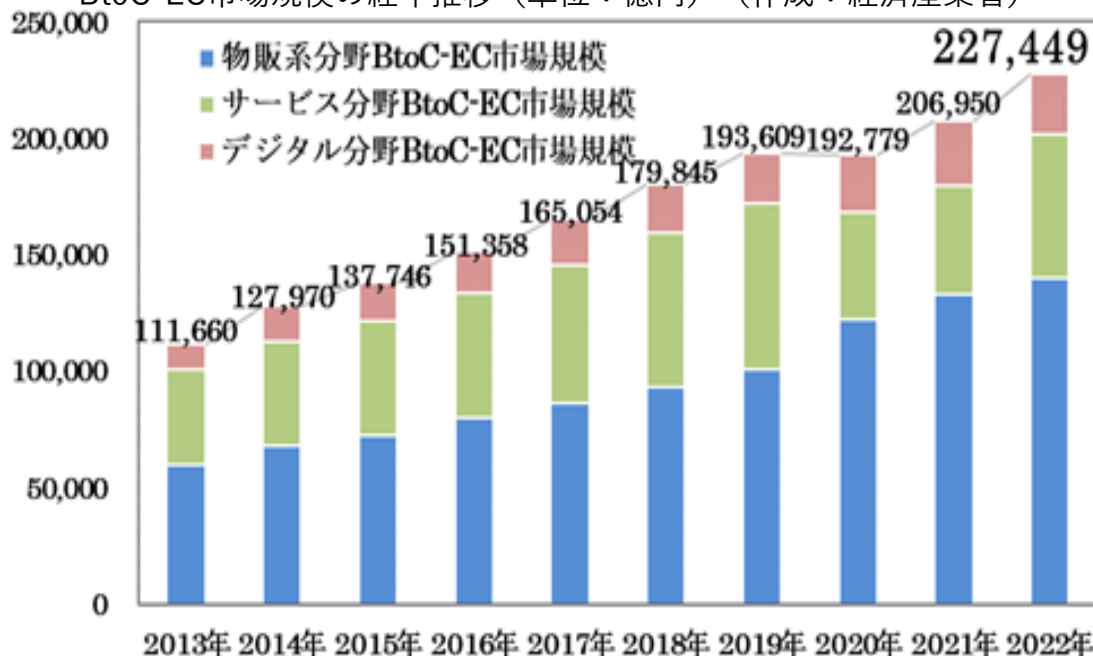
経済産業省によると、令和4年の日本国内の BtoC-EC（消費者向け電子商取引）市場規模は、22.7兆円となっており、年々増加傾向にあります。また、キャッシュレス決済比率は年々増加しており、社会のデジタル化が進展していることがうかがえます。

インターネットやアプリを介して行う取引に関する苦情相談は、世代を問わず増加しており、近年は高齢者からも多く寄せられています。例えば、「インターネットで無料終活セミナーに参加したら高額なセミナーの契約になっていた」、「遠隔操作や画面共有アプリで借金や振り込みをさせられた」といった相談事例があります。中には、海外サイトだと気づかずにインターネットで取引を行い、商品が届かない、模倣品が届いたといったトラブルもあります。

デジタル化の進展に伴う新たな消費者トラブルに対する啓発が必要です。こうした消費者教育の実施には、デジタルの特性を活かした情報発信の視点も重要です。

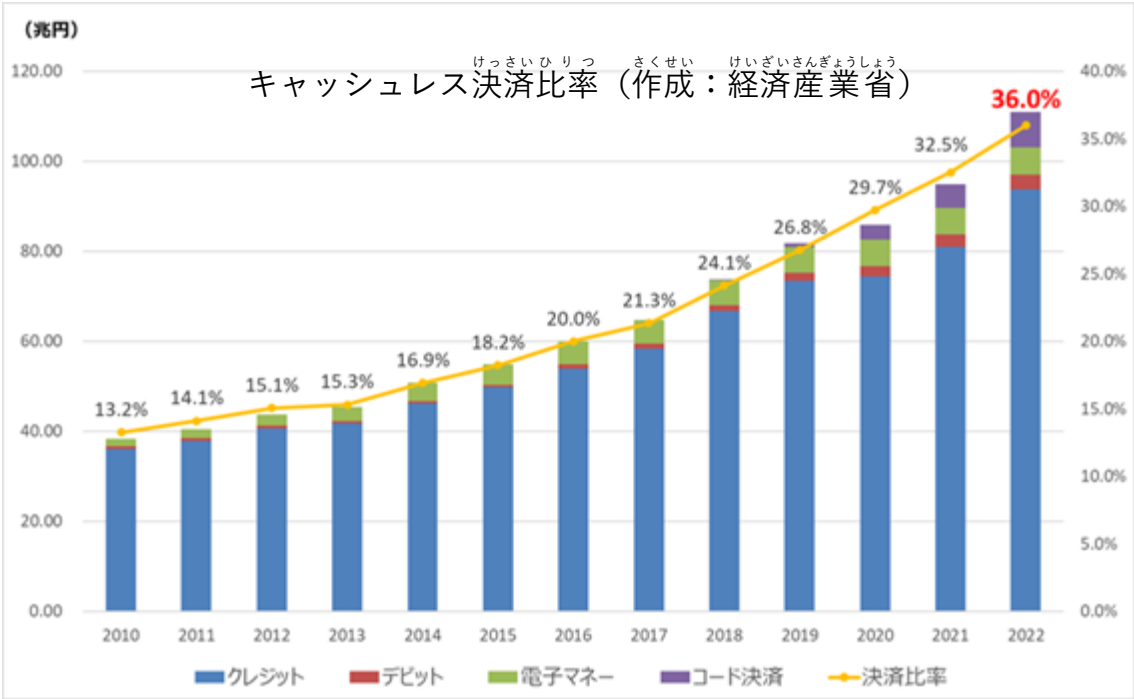
消費者庁では、デジタル技術を活用した消費生活相談の実施を検討しており、県も相談を実施する主体の一員として、消費者庁や関係機関と調整しながら、対応を進める必要があります。

BtoC-EC市場規模の経年推移（単位：億円）（作成：経済産業省）



出典：経済産業省ウェブサイト (<https://www.meti.go.jp/press/2023/08/20230831002/20230831002.html>)

注：ウェブサイトから引用した資料は清書時に閲覧日を追記予定



出典：経済産業省ウェブサイト (<https://www.meti.go.jp/press/2023/04/20230406002/20230406002.html>)

県内の苦情相談における販売方法・手口別件数（単位：件）

順位	令和4年度				令和3年度				令和2年度			
	全体		高齢者		全体		高齢者		全体		高齢者	
	販売方法・手口	件数	販売方法・手口	件数	販売方法・手口	件数	販売方法・手口	件数	販売方法・手口	件数	販売方法・手口	件数
1	電子商取引	20,971	電子商取引	4,497	電子商取引	18,251	電子商取引	3,339	電子商取引	21,402	電子商取引	3,662
2	家庭訪販	5,159	家庭訪販	2,779	家庭訪販	5,665	家庭訪販	2,874	家庭訪販	5,298	家庭訪販	2,651
3	SNS(※)	4,470	電話勧誘	1,530	電話勧誘	3,553	電話勧誘	1,591	電話勧誘	3,494	電話勧誘	1,738
4	電話勧誘	3,414	点検商法	904	無料商法	3,403	点検商法	771	無料商法	1,671	身分詐称	700
5	身分詐称	1,512	身分詐称	826	身分詐称	1,170	身分詐称	553	架空請求	1,528	架空請求	698

※「SNS」については、令和4年度から販売方法・手口に追加した。

県消費生活課作成

注：ウェブサイトから引用した資料は清書時に閲覧日を追記予定

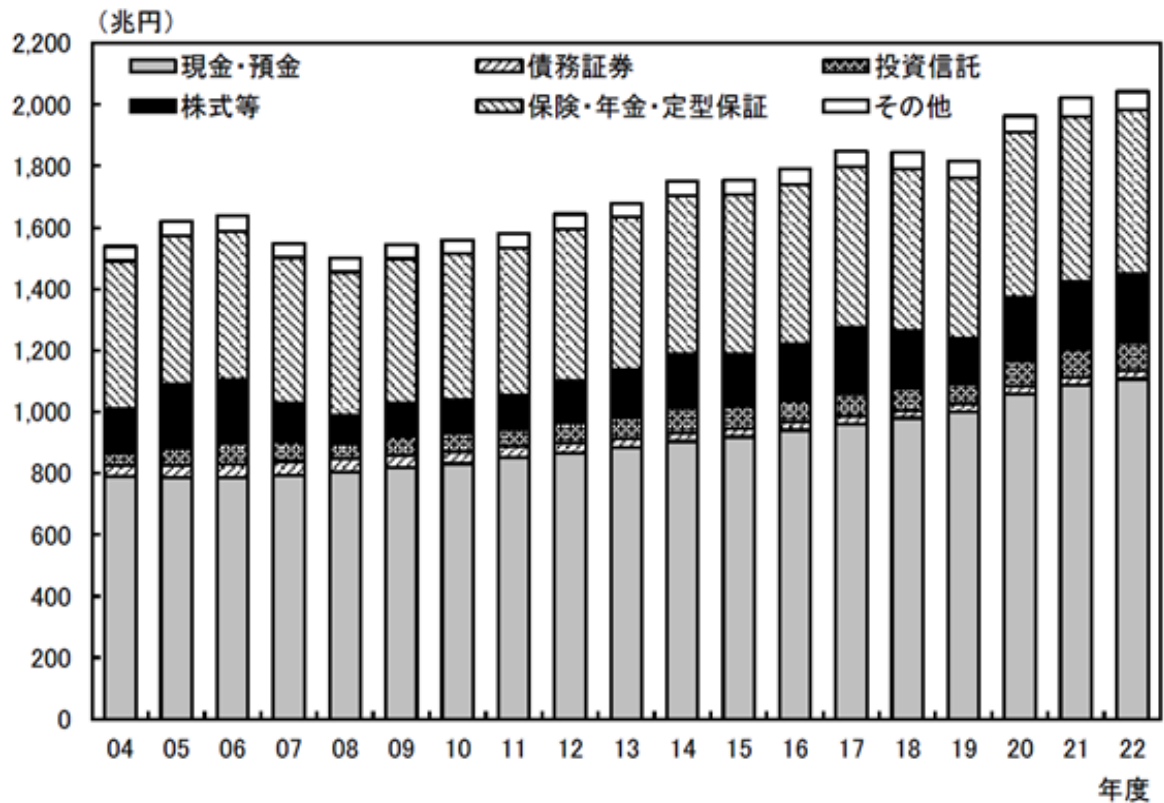
イ 家計のための金融経済教育

消費者の消費活動は、社会経済全体に大きな影響を与えています。日本銀行「資金循環統計（速報）（2023年第1四半期）」によると、家計の金融資産は、2022年3月時点で 2,000兆円を超えており、その内訳を見ると、「現金・預金」が 54.2%、「保険・年金・定型保証」が 26.2%、「株式等」が 11.0%となっています。

令和4年4月から高等学校の家庭科で金融経済教育が必修となったことや、令和4年11月には、国が「金融経済教育の充実」を柱の1つに掲げた「資産所得倍増プラン」を決定し、令和6年4月には、「金融経済教育推進機構」が設立されるなど、金融経済教育をより一層進めるための環境の整備が進められています。

金融経済教育を進める上では、若者には、お金の使い方や金銭管理を通じた将来の生活設計などが、年齢が進むにつれて、金融商品トラブルの防止、負債と資産のバランスやセカンドライフの準備・老後の金銭管理などが、テーマとして求められます。幅広い世代に対応した金融に関する消費者教育が重要です。

家計の金融資産残高の推移



出典：日本銀行「資金循環統計（速報）（2023年第1四半期）」参考図表

注：ウェブサイトから引用した資料は清書時に閲覧日を追記予定

ウ 消費者トラブルの複雑・多様化

消費生活センターには、次々と新たな商品やサービスに関する相談が寄せられています。

2022年には、いわゆる霊感商法に注目が集まり、法人等による寄附の不当な勧誘が法律で禁止されるなど、全国的に関心が高まりました。

また、詐欺的な悪質商法が巧妙な手口で次々と新たな被害者を生んでおり、消費生活相談機能や消費者教育の充実のほか、警察や市町村等とも連携した総合的な対策が急務です。

さらに、製品による重大事故など、商品やサービスの安全・安心に関する問題が依然として多数発生しています。消費者が、様々な商品やサービスについて正確な知識を身に付けられるよう、県や事業者が適切な情報提供をしていくことなどが求められます。

消費者問題に関する 2022年の 10大項目

- 18歳から大人に 4月から改正民法施行
- SNS やマッチングアプリをきっかけに 詐欺的トラブル目立つ
- 海産物の送り付け商法 高齢者の割合も高く
- ウクライナ情勢を悪用 詐欺やトラブル発生
- 霊感商法 対策検討会で提言まとめる
- 生活必需品の値上げ相次ぐ 急激な円安も
- 新型コロナウイルス感染症の一般用抗原定性検査キット初承認、ネットでの購入も
- 再発、子どもの誤飲事故 折りたたみ式踏み台による負傷事故も
- 消費者契約法・消費者裁判手続特例法 通常国会で改正
- 消費生活相談のデジタル化 アクションプランを公表

出典：国民生活センターウェブサイト「消費者問題に関する 2022年の 10大項目」

(https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20221209_1.html)

注：ウェブサイトから引用した資料は清書時に閲覧日を追記予定

エ 非常時の安全・安心な消費生活の確保

新型コロナウイルス感染症の感染拡大の中では、一時的に品薄となった生活関連物資の高額転売や、感染症への根拠のない予防効果を謳った商品の販売、不確かな情報に影響を受けた物資の買いだめが行われるなど、安全・安心な消費生活に混乱が生じました。

その他にも、地震や台風、大雪などの自然災害が起きると、それに関連した消費者トラブルの相談が寄せられます。直接被災した人からの住宅の修理工事などに関するものや、旅行や航空サービスのキャンセルに関するものなど、自然災害によって直接的・間接的に生じたトラブルのほか、自然災害を口実・きっかけとして、不要なサービス等を勧誘する事例も多くみられます。

このように、誰もが、非常時に便乗した商品やサービスによって、消費者トラブルに遭遇する可能性があります。非常時でも、消費者が合理的に判断し行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることが必要です。

被災地域は特に注意！災害後の住宅修理トラブル	
事例1	「すぐに直さなければ雨漏りする」と2時間以上、しつように工事を勧めてきた
事例2	「今直さないと大変なことになる」と不安をあおられ屋根修理工事を契約した
事例3	先月の雪害により雨どいが壊れていると言われ、保険金の申請サポート契約をした
事例4	台風で壊れたのであれば自己負担なく修理できると訪問を受けた

県消費生活課作成

オ 持続可能な社会

2015年9月に国連の「持続可能な開発サミット」で持続可能な開発目標（SDGs）が採択されて以降、世界的に持続可能な社会の形成への理解が深まっています。

より多くの人々が、持続可能な社会の形成についての理解をさらに深め、主体的・能動的に学び行動することは、誰もが心豊かに、よりよく暮らせるよう、一人ひとりが積極的に参加する社会（消費者市民社会）を形成するための気運を醸成するものと期待されます。例えば、人や社会、環境に配慮した商品やサービスを選ぶ、思いやりのある消費行動（エシカル消費）の普及啓発など、県の消費者施策も、持続可能な社会の形成を目指して、関連部局と連携しながら実施していく必要があります。