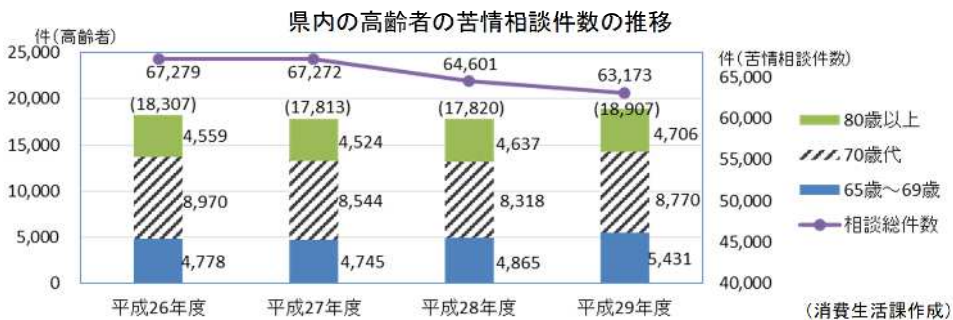
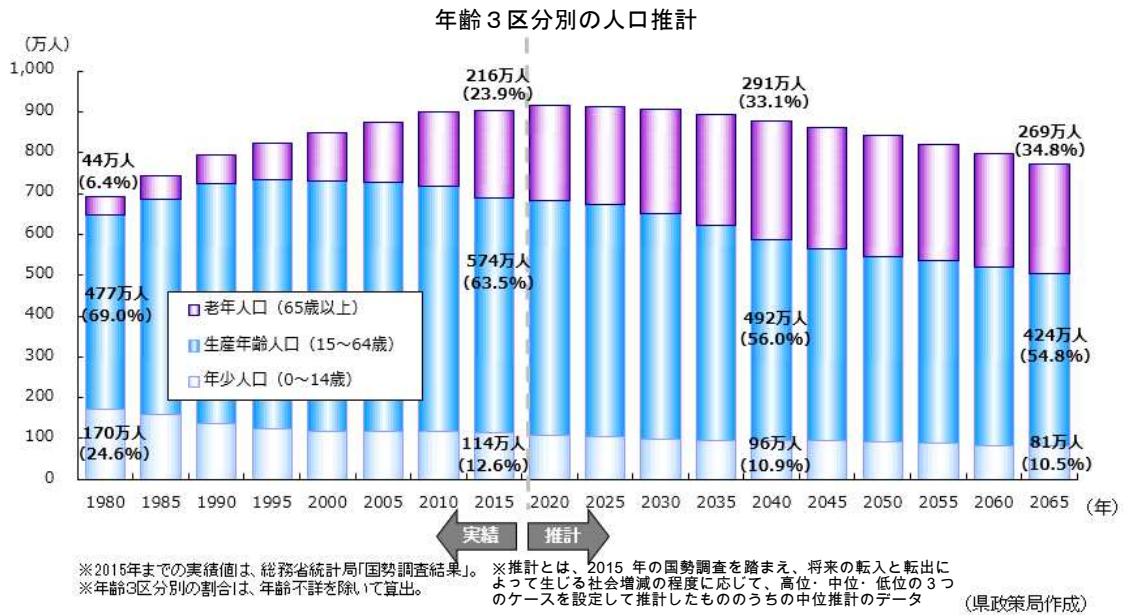


## 現行「かながわ消費者推進指針（改定版）」改定以降の社会状況の変化等

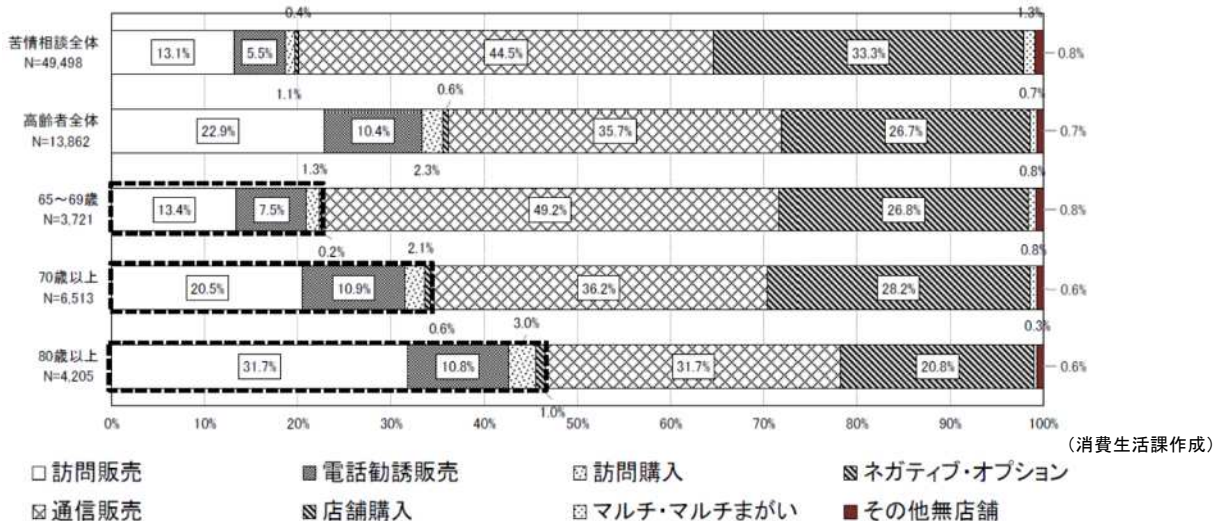
### ◇高齢化の加速

神奈川県の高齢人口（65歳以上の人口）の割合は、2015年には23.9%でしたが、2040年には33.1%となり、2065年には34.8%になると見込まれています。

消費生活相談における高齢者の苦情相談件数は、年間18,000件程度ですが、全体に占める割合は3割近くを占めています。高齢者の相談の特徴としては、年代が上がるにつれ、「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」「ネガティブ・オプション（いわゆる送り付け商法）」の割合が上昇しているといった傾向の他、他の世代と比べて契約金額や支払金額が大きいことが挙げられます。



「高齢者」の苦情相談 販売購入形態別割合（不明・無関係は除く）※平成29年度





「訪問販売」にかかる苦情相談件数は、年間 6,000 件を超え高止まりの状況にあり、直近の統計によると、65 歳以上の高齢者がその約半数を占める状況にあります。

本県では、平成 30 年 3 月に、事業者団体とともに県内から悪質な勧誘をなくしていくことを知事自ら宣言する「悪質な訪問販売撲滅！かながわ宣言」を行い、事業者の自主的な取組みを促す機運を醸成し、県内被害の未然防止につなげる取組みを進めているところですが、**引き続き、高齢者の消費者被害の未然防止に向けた取組みの強化が必要です。**

### 「悪質な訪問販売撲滅！かながわ宣言」

#### 1. 趣旨

高齢者に消費者被害が多い「訪問販売」に関して、事業者団体とともに県内から悪質な勧誘をなくしていくことを知事自ら宣言することにより、事業者の自主的な取組みを促す機運を醸成し、県内被害の未然防止につなげる。

#### 2. 宣言

##### (1) 宣言団体（8 事業者団体）

公益社団法人日本訪問販売協会、一般社団法人全日本冠婚葬祭互助協会、神奈川県ケーブルテレビ協議会、神奈川県新聞販売組合、京浜新聞販売組合、公益社団法人かながわ住まいまちづくり協会、神奈川県生活協同組合連合会、一般社団法人生命保険協会神奈川県協会

##### (2) 宣言の内容

県の宣言	県は、悪質な訪問販売から県民を守る施策を推進することを宣言します。
事業者 団体の 宣言	<p>(共通の宣言)</p> <p>私たちは、法令を遵守し、適正な勧誘を行うための取組を進めることを宣言します。</p> <p>(個別の宣言)</p> <p>上記の共通の宣言の下、訪問販売に関する自主行動基準を定め、販売員への指導、教育を行うことや、独自の相談窓口を設け、消費者からの相談等に取り組みでいくことなど、各団体の取組に応じ個別に宣言</p>

#### 3. 主な取組み

##### (1) 意見交換会

県、宣言団体及び消費者団体による意見交換会などを通じ、県と各団体との個別の連携や、宣言団体全体の連携を推進し、消費者被害者の未然防止に向けた効果的な取組を検討、実施していく。

##### (2) 県と事業者団体との個別の連携

宣言団体が行う訪問販売関係法令に関する研修を、県と協力して開催するほか、宣言団体と消費生活センターとで苦情相談の状況について共有する。

##### (3) 事業者団体全体の連携

宣言実施時に使用した共通のデザインを県、宣言団体及び加盟事業者が活用することで、取組をさらにアピールし、神奈川県では健全な事業者しか訪問販売ができないという機運を醸成する。

##### (4) 県の施策推進

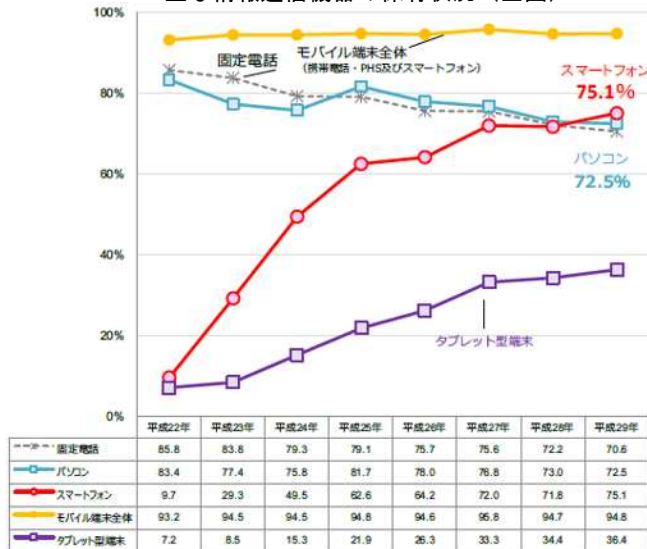
- ・訪問販売注意喚起シール、クリーニング・オフはがき等の啓発資料等を作成、配付
- ・特定商取引法に関する法律や県消費生活条例に基づく行政処分や行政指導を実施

## ◇ICT（情報通信技術）化の進展

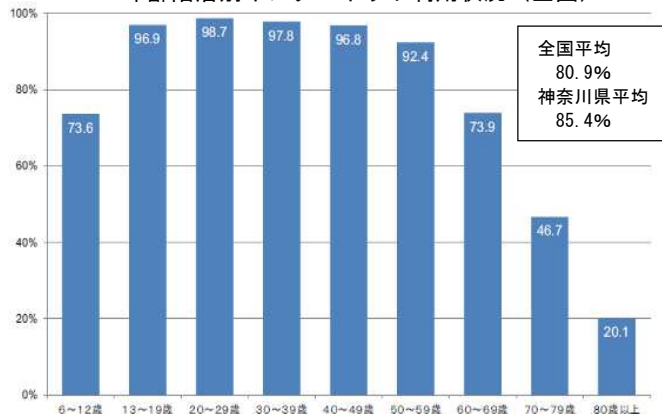
通信利用動向調査によると、スマートフォン等の情報通信機器の保有状況は上昇し続けており、モバイル端末全体では9割以上の保有率となっています。インターネット利用者の割合は、13歳～59歳の各年齢階層において、90%を超えており、全国平均は80.9%、神奈川県平均85.4%となっています。また、二人以上の世帯におけるインターネットショッピングの利用率は、34.3%に達していることから、ICTが日常生活の中に浸透しているといえます。

こうしたネット社会の進展により、いつでも手軽にショッピングができるというメリットがある一方で、新たな消費者被害の発生というデメリットもあります。電子商取引に関する苦情相談は、スマートフォンの普及に伴い、若者から高齢者まで幅広い世代から寄せられる傾向にあることから、**ICT化の進展に伴う消費トラブルに対する消費者教育が必要です。また、消費者教育の実施についてはICTの特性を活かした情報発信の視点も重要です。**

主な情報通信機器の保有状況（全国）

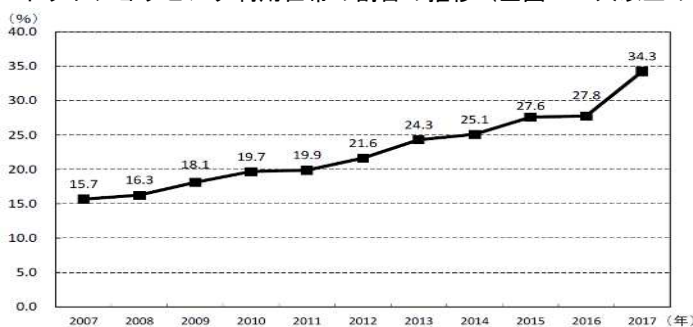


年齢階層別インターネット利用状況（全国）



（総務省 平成29年度 通信利用動向調査）

ネットショッピング利用世帯の割合の推移（全国・二人以上の世帯）



（総務省 平成29年度 通信利用動向調査）

販売方法・手口別の県内苦情相談件数・上位5位（全体・高齢者・若者）

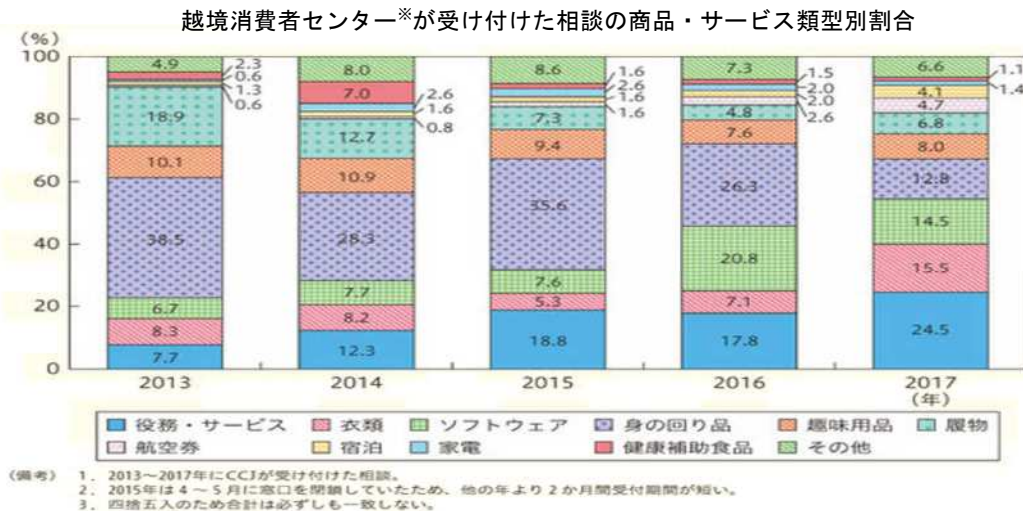
全体				高齢者				若者			
順位	販売方法・手口	平成29年度	平成28年度	順位	販売方法・手口	平成29年度	平成28年度	順位	販売方法・手口	平成29年度	平成28年度
1	電子商取引	18,126	20,947	1	電子商取引	3,331	3,727	1	電子商取引	2,640	3,144
2	家庭訪販	5,809	5,877	2	家庭訪販	3,116	3,064	2	SNS	543	432
3	電話勧誘	4,952	5,404	3	電話勧誘	2,629	2,845	3	サイドビジネス商法	393	388
4	身分詐称	3,758	1,287	4	身分詐称	1,681	669	4	家庭訪販	353	349
5	無料商法	1,625	2,238	5	点検商法	499	478	5	無料商法	277	362

（消費生活課作成）

## ◇グローバル化の進展

経済社会のグローバル化の進展に伴い、消費生活においてもグローバル化が進んでいます。世界中の国や地域から輸入された多くの商品に囲まれて日常生活を送っており、また、個人でもインターネットショッピングで海外サイトをとおして取引をすることもあります。**こうした取引に伴うトラブルに対する注意喚起を図るとともに、トラブルが生じた際には相談による適切なアドバイスが必要です。**

本県在住の外国人数は、増加の一途をたどっており、2017年度には198,504人で県総人口に占める割合は2.2%に及んでいます。また、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に伴い、開催地ともなっている本県に滞在する外国人も増える見込まれることから、**外国人の消費者問題への対応のため、各機関との連携の強化が必要です。**

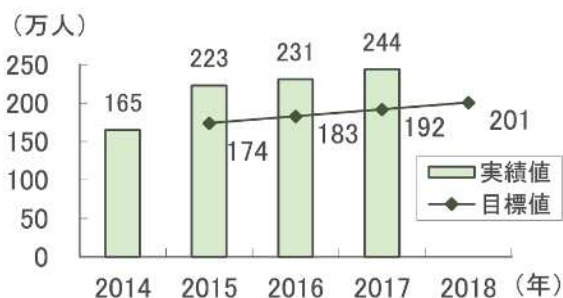


※海外の事業者との間での取引でトラブルにあった消費者のための相談窓口。独立行政法人国民生活センターが運営。



・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数  
(なお、2012年度までは12月31日現在、2013年度以降は1月1日現在のデータ)

## 外国人旅行者の訪問者数（神奈川県）



(観光庁訪日外国人消費動向調査、日本政府観光局(JINTO)調査)

## ◇SDGsの策定

持続可能な開発目標（SDGs）は2015年9月に国連の「持続可能な開発サミット」で採択され、17の持続可能な開発目標を達成することにより「誰一人取り残さない」社会の実現に向けて実施に取り組むものになっています。

SDGs についての理解を促し、より多くの人々がSDGs に関する情報を得、また、主体的・能動的に学び行動することは、SDGs の達成につながり、それはまた、消費者市民社会の形成に参画する消費者を育成するものと期待されることから、消費者庁では、SDGs の達成に貢献しうる施策として、以下の施策に取り組んでおり、**県の消費者施策においても、SDGs の理念の下に実施して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

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>エ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、食品ロスの削減、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>



## ◇民法改正による成年年齢下げ

成年年齢の引下げにより、18歳から単独でローン契約やクレジット契約、携帯電話の契約などを締結することが可能となり、これまでのように、18歳・19歳が未成年であることを理由に契約の取消ができなくなります。

全国の若者の消費生活相談件数は、18歳・19歳の相談件数と比べ、20歳から相談件数が増加しています。若者の消費者被害の傾向を見ると、20歳からマルチ取引やエステサービスなどの相談が増加し、契約購入金額も増加する傾向にあります。

**18歳で大人になることを、子どもたちが理解し、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強化が必要です。**

【参考：改正民法（第4条中「二十歳」を「十八歳」に改める）を溶け込み】

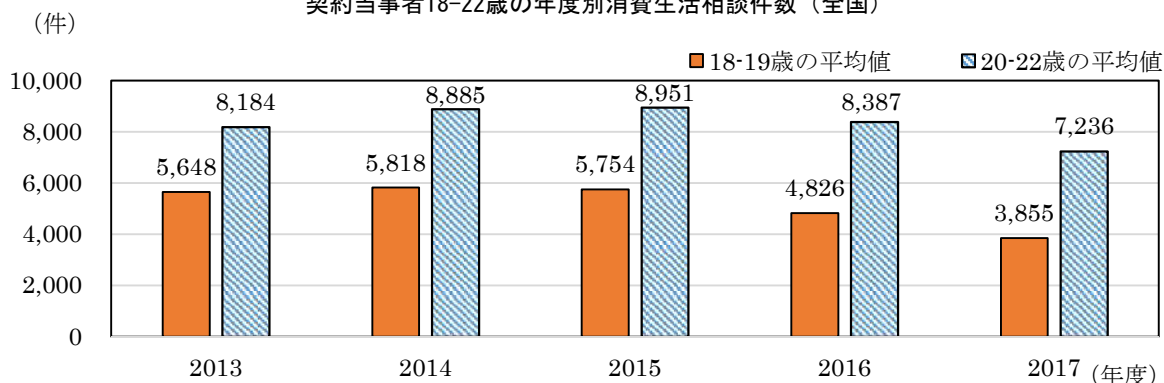
第4条 年齢十八歳をもって、成年とする。

第5条 未成年者が法律行為をするには、その法定代理人の同意を得なければならない。

ただし、単に権利を得、又は義務を免れる法律行為については、この限りでない。

二 前項の規定に反する法律行為は、取り消すことができる。

契約当事者18-22歳の年度別消費生活相談件数（全国）



（消費者庁「平成30年版消費者白書」）

※PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）に登録された消費生活相談情報（2018年3月31日までの登録分）

- ・ 20歳～22歳で相談件数が増える商品・役務  
 男性：マルチ取引、フリーローン、サラ金 など  
 女性：エステ、医療サービス など
- ・ 契約購入金額の平均も20歳以降に増加  
 18歳 男性：約16万円、女性：約16万円  
 19歳 男性：約21万円、女性：約17万円  
 20歳～22歳 男性：約39万円、女性：約27万円

（消費者委員会 成年年齢引下げ対応検討ワーキング・グループ報告書）

消費者教育の推進に関する文部科学省の施策について

小学校・中学校・高等学校	大学等
<p><b>学習指導要領の充実</b>                      中央教育審議会答申（H28.12.21）を踏まえ、関連する各教科等（社会科、公民科、家庭科、技術・家庭科等）において、引き続き消費者教育に関する内容を規定するとともに、現行の規定に加え、内容を更に充実</p> <p>○<u>小学校学習指導要領の改訂（平成29年3月31日公示）【主な充実部分】</u>                      （社会科）                      ・販売の仕事が消費者の多様な願いを踏まえ売り上げを高めるよう、工夫して行われていること                      （家庭科）                      ・買い物の仕組み、売買契約の基礎                      ・物や金銭の使い方と買い物について、消費者の役割が分かること</p> <p>○<u>中学校学習指導要領の改訂（平成29年3月31日公示）【主な充実部分】</u>                      （社会科〔公民的分野〕）                      ・個人や企業の経済活動における役割と責任                      （技術・家庭科〔家庭分野〕）                      ・購入方法や支払い方法の特徴が分かること                      ・計画的な金銭管理の必要性について理解すること                      ・クレジットなどの三者間契約</p> <p>○<u>高等学校学習指導要領の改訂（平成30年3月30日公示）【主な充実部分】</u>                      （公民科〔公共〕）                      ・多様な契約及び消費者の権利と責任                      （家庭科〔家庭基礎〕）                      ・契約の重要性、消費者保護の仕組みについて理解すること                      ・責任ある消費について考察し、工夫すること</p>	<p>○<u>学生に対する消費者教育等の実施</u>                      ・各大学の自主的・自律的な判断による消費者教育に関する授業科目等の開設等                      ・ガイダンスや学生相談等において消費者トラブルやその対処方法について啓発</p> <p>○<u>消費者被害防止に関する通知</u>                      ・消費者庁や国民生活センター等が把握する消費者トラブル事例等について、各大学等に通知</p> <p>○<u>各種会議等での普及・啓発</u>                      ・消費者基本計画等を踏まえ、消費者教育の推進等の積極的な取組について、学生支援、教務の担当者が集まる会議で周知等を実施</p> <p>○<u>取組の普及・啓発</u>                      ・消費者教育に関する取組状況調査を実施し、先進事例を普及・啓発</p>

（平成30年度 都道府県等消費者行政担当課長会議資料）

## ◇多様化・複雑化する消費者問題、商品やサービスに対する不安

先に述べたICT化の進展などを背景とした消費者トラブルのみならず、仮想通貨やキャッシュレス決済、シェアリングエコノミー、フリマサイトでの個人間取引等、商品及びサービスの取引形態が大きく変化し、それに伴い消費者問題も多様化、複雑化しています。消費生活相談の内容は多岐にわたっており、次々と新たな商品及びサービスに関する相談が寄せられている状況です。

こうした事例も含め、詐欺的な悪質商法も横行しており、今後もこうした状況に対応していくため、**消費生活相談対応や消費者教育の充実をはじめ、総合的な対策が必要となっています。**

また、食品偽装や、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、食品をはじめとする様々な商品及び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。**

販売方法・手口別の苦情相談上位10位（時系列）

順位	販売方法・手口	主な品目	過去4年間の件数の推移 (H26=100)				順位	販売方法・手口	主な品目	過去4年間の件数の推移 (H26=100)																																																												
	件数		H26	H27	H28	H29		件数		H26	H27	H28	H29																																																									
1	電子商取引	①デジタルコンテンツ8,517 ②健康食品1,300 ③化粧品775					6	サイドビジネス商法	①デジタルコンテンツ332 ②他の内職・副業167 ③ビジネス教室48																																																													
	18,126		945	140	2	家庭訪販		①工事・建築1,296 ②テレビ放送サービス519 ③新聞452						7	利殖商法	①ファンド型投資商品229 ②デジタルコンテンツ133 ③他のデリバティブ取引50					5,809	746	51	3	電話勧誘	①インターネット接続回線967 ②商品一般439 ③山林177					8	点検商法	①工事・建築386 ②修理サービス49 ③駆除サービス48					4,952	733	117	4	身分詐称	①商品一般1,446 ②デジタルコンテンツ1,355 ③インターネット接続回線118					9	二次被害	①山林220 ②デジタルコンテンツ93 ③別荘地55					3,758	685	65	5	無料商法	①デジタルコンテンツ472 ②工事・建築110 ③インターネット接続回線72					10	次々販売	①工事・建築123 ②デジタルコンテンツ80 ③山林28			
2	家庭訪販	①工事・建築1,296 ②テレビ放送サービス519 ③新聞452					7		利殖商法	①ファンド型投資商品229 ②デジタルコンテンツ133 ③他のデリバティブ取引50																																																												
	5,809		746	51	3	電話勧誘		①インターネット接続回線967 ②商品一般439 ③山林177					8	点検商法	①工事・建築386 ②修理サービス49 ③駆除サービス48					4,952	733	117	4	身分詐称	①商品一般1,446 ②デジタルコンテンツ1,355 ③インターネット接続回線118					9	二次被害	①山林220 ②デジタルコンテンツ93 ③別荘地55					3,758	685	65	5	無料商法	①デジタルコンテンツ472 ②工事・建築110 ③インターネット接続回線72					10	次々販売	①工事・建築123 ②デジタルコンテンツ80 ③山林28					1,625	558	108														
3	電話勧誘	①インターネット接続回線967 ②商品一般439 ③山林177					8		点検商法	①工事・建築386 ②修理サービス49 ③駆除サービス48																																																												
	4,952		733	117	4	身分詐称		①商品一般1,446 ②デジタルコンテンツ1,355 ③インターネット接続回線118					9	二次被害	①山林220 ②デジタルコンテンツ93 ③別荘地55					3,758	685	65	5	無料商法	①デジタルコンテンツ472 ②工事・建築110 ③インターネット接続回線72					10	次々販売	①工事・建築123 ②デジタルコンテンツ80 ③山林28					1,625	558	108																															
4	身分詐称	①商品一般1,446 ②デジタルコンテンツ1,355 ③インターネット接続回線118					9		二次被害	①山林220 ②デジタルコンテンツ93 ③別荘地55																																																												
	3,758		685	65	5	無料商法		①デジタルコンテンツ472 ②工事・建築110 ③インターネット接続回線72					10	次々販売	①工事・建築123 ②デジタルコンテンツ80 ③山林28					1,625	558	108																																																
5	無料商法	①デジタルコンテンツ472 ②工事・建築110 ③インターネット接続回線72					10		次々販売	①工事・建築123 ②デジタルコンテンツ80 ③山林28																																																												
	1,625		558	108																																																																		

(消費生活課作成)

## 消費者問題に関する2018年の10大項目

- ・増え続ける 「架空請求」に関する相談 ハガキだけではなく、封書で届くことも
- ・深刻化する 原野商法の二次被害トラブル
- ・仮想通貨などのトラブル目立つ 不正流出事件 事業者への行政処分も
- ・広がる 個人間取引 フリマサービスなど
- ・改正医療法施行 医療機関のウェブサイト等も広告規制の対象に
- ・「オーナー商法」や「シェアハウス投資」でのトラブルが相次ぐ
- ・成人式当日に連絡とれず「はれのひ」 多くの若者が被害に
- ・民法改正 「18歳成人」2022年から
- ・今年も発生 こどもの誤飲事故
- ・大規模自然災害が頻発した1年 豪雨災害での「消費者トラブル110番」開設など

(国民生活センター発表資料)

#### ◇災害発生に関連する消費者トラブル等

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。相談の内容は、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の他、旅行や航空サービスのキャンセルに関するものなど、自然災害によって間接的に発生したトラブルに加えて、自然災害を口実・きっかけとして勧誘する事例も多くみられます。

たとえ、直接罹災しなくとも、災害に便乗した消費者トラブルに遭遇する可能性は誰にでもあります。**災害その他非常の事態においても、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促進することが必要です。**

自然災害にみる消費者トラブルー被災した住宅の修理トラブルから、便乗商法までー

- 【事例 1】屋根の無料点検後、そのまま放置すると雨漏りすると言われ高額な契約をさせられた
- 【事例 2】賃貸アパートの雨漏りで家具が使い物にならなくなった
- 【事例 3】豪雨で雨漏りし修理してもらったがさらにひどくなった
- 【事例 4】大雪でカーポートが壊れたが、もともとの施工が悪かったのではないか
- 【事例 5】台風のため航空機が欠航したが業者と連絡がつかない
- 【事例 6】台風のためキャンプ場の予約を解約したら高額な解約料を請求された
- 【事例 7】屋根の修理工事を火災保険の保険金の額で行うと言う業者が信用できない
- 【事例 8】アンケートに答えたら補償金が受け取れると言われた
- 【事例 9】「あなたの個人情報が見え、自宅が避難場所になっている」という劇場型勧誘
- 【事例 10】高齢者施設の入居権の買い取り代金を立て替えたが、犯罪だと言われお金を請求された

(国民生活センター発表資料)