

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

I 消費者を取り巻く現状

近年、消費者を取り巻く社会情勢は、超高齢社会の到来、高度情報化社会、国際化の進展等によって大きく変化しています。

また、総務省情報通信統計データベースによれば、平成27（2015）年度末時点での「携帯電話・PHSの加入契約数」は1億6,048万件近くにまで上っており、全国民に対する普及率は126.3%と一人2台の時代に突入しています。特にスマートフォンの急速な普及は、インターネットを活用した商取引の増加に拍車をかけ、消費者の利便性は飛躍的に向上し、様々な商品やサービスが提供され、その選択肢も大幅に拡大しています。

その一方で、商品やサービスの形態や販売方法が複雑かつ多様化しており、消費者がその取引に必要な知識を十分に持つことや、契約条件を十分理解することが困難になるなど消費者と事業者の間にある情報量・交渉力の格差が拡大し、消費者被害に陥るリスクが高まっています。

特に超高齢社会の到来に伴う高齢者世帯の増加等により、高齢者が複雑な内容を十分に理解できないまま契約したり、巧みな言葉につられ次々と必要以上に契約を繰り返してしまうという被害が発生しています。

また、若年層においてもスマートフォン等携帯端末の普及により、いつでもどこでもインターネットにアクセスが可能となり、ウェブコンテンツの増加に伴って、様々な場で消費者トラブルに巻き込まれるリスクが拡大しています。

「高齢者の家族と世帯」の現状

65歳以上の高齢者について子供との同居率をみると、昭和55（1980）年にほぼ7割であったものが、平成11（1999）年に50%を割り、平成26（2014）年には40.6%となっており、子供との同居の割合は大幅に減少している。一人暮らし又は夫婦のみの世帯については、ともに大幅に増加しており、昭和55（1980）年には合わせて3割弱であったものが、平成16（2004）年には過半数を超え、平成26（2014）年には55.4%まで増加している。

出典：『高齢社会白書（平成28年度版）』（内閣府）

このような背景の中で、本市の消費生活相談件数は、増加傾向にあり、平成27(2015)年度は前年度と比較して0.9%増の8,849件(図1)で、主な増加の要因としては、年代を問わず「デジタルコンテンツ」(注1)に関する相談が年々増え続けていることなどが考えられます。また、高齢者を狙った悪質商法によるトラブルのリスクが年々拡大し、60歳以上が契約の当事者となる相談件数が全体の約3割(図2)を占めています。

商品や提供される役務(サービス)別に消費生活相談の内容を分類(図3)すると、1位の「デジタルコンテンツ」は、架空請求を含む不当請求に関するものが多く、平成21(2009)年度に定義付けをされて以来常に1位となっています。通信サービス及びインターネット通販に関する苦情相談件数(図4)も、携帯端末の普及やインターネット環境等の充実とともに増加しています。

(注1) デジタルコンテンツ：インターネットを通じて得られる情報に限る。情報を得る媒体は、パソコン、携帯電話、スマートフォン、タブレットなど端末の種類は問わない。アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム、その他情報サイト、内容の特定できないサイト利用料についてなど。

図1 消費生活相談の取扱件数の推移



図2 平成27年度 契約当事者の年代性別相談件数

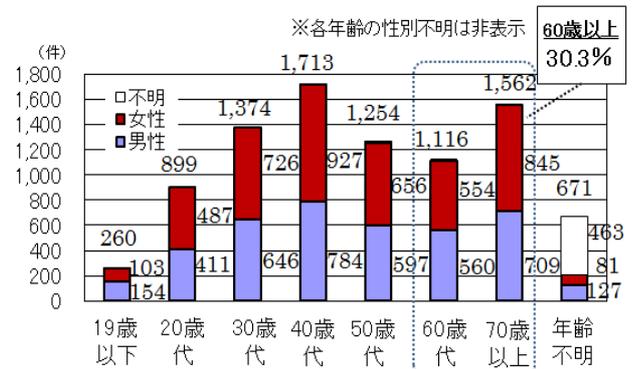
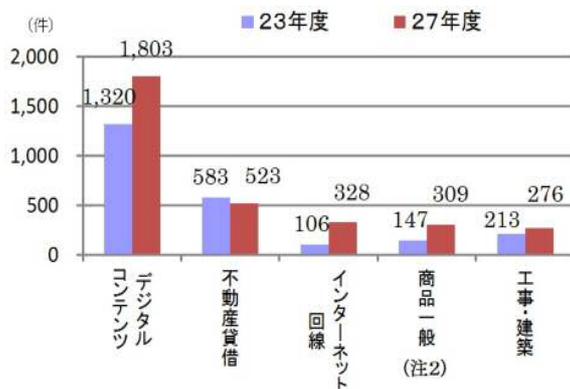
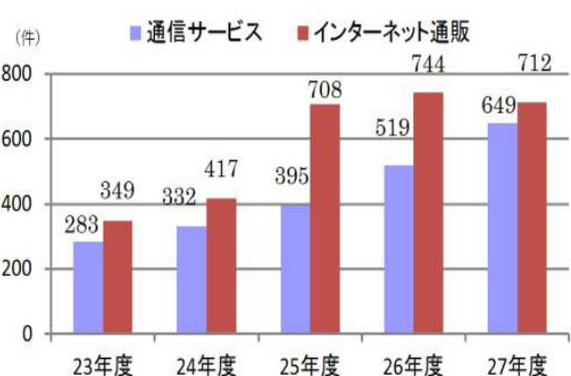


図3 平成27年度 商品・役務別相談件数上位品目



(注2) 商品一般:その商品が何なのか消費者が把握できず、商品分類が特定できないもの。

図4 通信サービス及びインターネット通販に関する苦情相談件数



※「通信サービス」は、「インターネット接続回線」「モバイルデータ通信」「携帯電話サービス」「他のネット通信関連サービス」に関するもの、「インターネット通販」は、商品別分類が「商品」の範囲であり、分類表の改正に伴い、平成26年度までは「パソコンソフト」を除いたもの。

II 対応すべき課題

国は、関係法令等の整備などにより消費者保護のルールを強化するための新たな制度等を導入し、消費者行政を推進しています。

本市としても、携帯端末の多機能化やインターネットの普及に伴う消費者トラブルや高齢者被害の増加等の状況を踏まえた取組が求められている中で、複雑化・多様化する消費生活相談に迅速かつ的確に対応していく必要があります。

また、商品やサービスの形態や販売方法などが複雑かつ多様化していることから、市民が安心して商取引ができる適切な環境の確保に努めるとともに、引き続き市民からの関心の高い「食の安全性」の確保等についても取り組んでいく必要があります。

さらに消費者が自ら考え適切に判断することにより、安全・安心な消費生活を送れるよう、消費者の自立に向けた「被害に遭わない消費者」や「合理的な意思決定ができる消費者」を育成する取組も求められています。

特に、相談件数が多く被害が深刻化する可能性が高い高齢者等については、これまで以上に関係機関との連携を図り被害の未然防止や拡大防止に努める必要があります。

また、消費者教育の点からは、消費者が個人のことだけでなく、自らの消費行動が将来にわたって内外の社会、経済、環境に影響を及ぼしうることを自覚し、社会全体のことを考えて消費生活を送る「消費者市民社会」の形成に向けて、消費者の積極的な参画を促進するための消費者教育が求められています。