

第3章 消費者を取り巻く現状

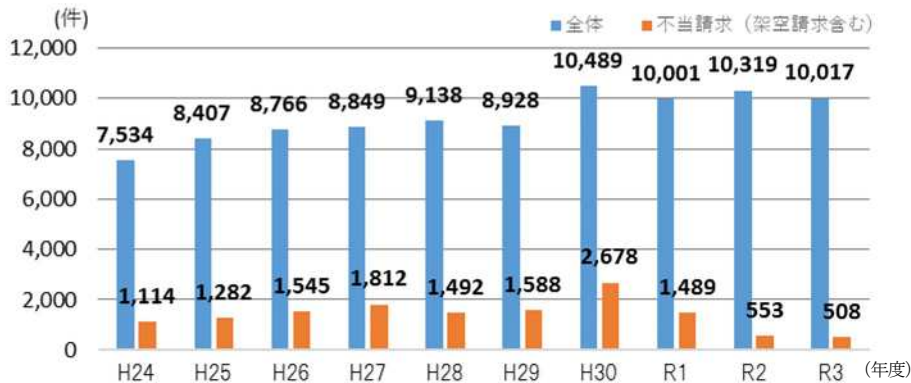
(1) 消費者を取り巻く社会経済環境の変化等

近年、新型コロナウイルス感染症の影響や消費生活のデジタル化、法改正等により、消費者を取り巻く社会経済環境は、大きく変化しています。

① 相談者の属性

本市の消費生活相談件数は、令和3（2021）年度は10,017件で、4年連続で10,000件を上回りました。不当請求（架空請求を含む）に関する相談は、平成30（2018）年度に2,678件に達しましたが、それ以降は減少し、令和3（2021）年度は508件となっています。

消費生活相談の年度別相談件数推移



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

令和3（2021）年度の消費生活相談について属性別にみると、年代別では70歳以上が最も多く、1,952件でした。男女別では、女性（5,091件）が男性（4,318件）を上回りました。

年代別割合を国と比較すると、本市は若い世代の相談割合が多く、また20歳代から60歳代まで概ね同じ相談割合となっています。

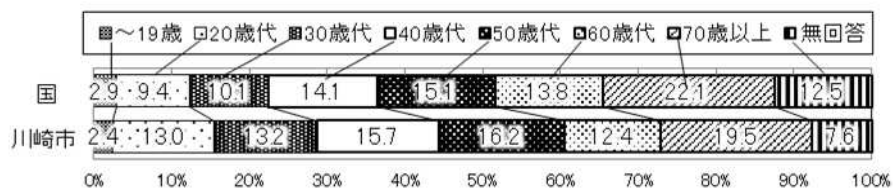
令和3(2021)年度 契約当事者の年代別・性別相談件数



	件数	構成比
男性	4,318	43%
女性	5,091	51%
不明	608	6%
合計	10,017	100%

(資料)川崎市消費者行政センター調べ

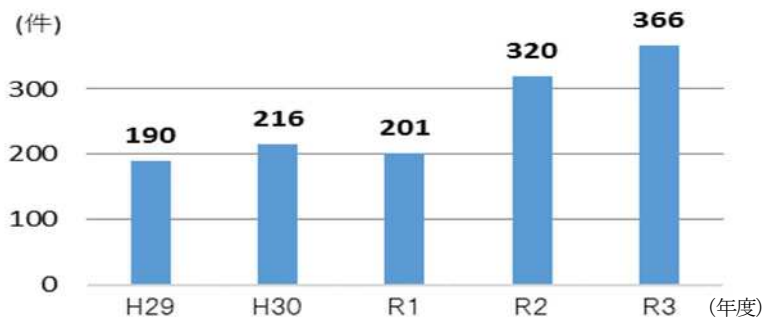
令和3(2021)年度 契約当事者の年代別割合



(資料)川崎市消費者行政センター調べ、消費者庁の資料から作成

相談方法では、デジタル化の進展等に伴い、電子メールによる相談が年々増加しています。電子メール相談は、インターネットに接続可能なパソコン、スマートフォン等があればいつでも相談できる便利なシステムであり、消費者行政センターの開所時間に相談できない消費者も手軽に利用できることが大きな利点となっています。

電子メール相談の相談受付件数推移



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

消費生活相談の内容を、商品や提供される役務(サービス)別に分類すると、令和3(2021)年度は、1位「商品一般」、2位「不動産貸借」となりました。

1位の「商品一般」は、心当たりのない荷物が届いた、メールで身に覚えのない料金を請求されたなどの相談のほか、フィッシング(注1)やクレジットカードの不正利用に関する相談が多く寄せられました。

2位の「不動産貸借」は、賃貸住宅の契約書に関して契約前に説明された条件と違う条件が書かれていた、重要事項説明書と契約書の内容が違っていたなどの契約トラブルに関する相談や、退去費用が高額で納得できないなどの原状回復トラブルに関する相談が多くを占めています。

(注1) フィッシング：偽の電子メールから偽のサイトに接続させたりする方法で、クレジットカード番号、アカウント情報といった重要な個人情報を盗み出す行為

令和3（2021）年度 商品・役務別相談件数上位品目

順位	商品・役務(サービス)	件数	構成比	事 例
1	商品一般	684	6.8%	いろんな事業者名のメールで「不正利用がある」「アカウントをブロックした」との連絡がある。放置してもいいものか。
2	不動産貸借	582	5.8%	賃貸マンションを退去予定の為に契約書面を確認したら、クロスや畳の交換の原状回復の特約があった。この特約は有効か。
3	工事・建築	344	3.4%	同居の父が昼間一人である時に塗装業者の訪問勧誘を受け契約した。クーリング・オフ通知を出したが、戻ってきてしまい困惑。
4	役務その他サービス	283	2.8%	パソコンについて「初回500円」の質問サイトに質問した。1回限りのつもりが、その後も4,500円の請求を受けている。解約したい。
5	修理サービス	251	2.5%	ネットの広告を見て事業者にトイレの詰まりの修理を要請したところ、高額な修理代を請求され支払った。減額希望。
6	他の健康食品	229	2.3%	1回限りの購入だと思って申し込んだ筋肉増強サプリメントが定期購入だと分かったので、2回目以降を解約したい。
7	インターネット接続回線	223	2.2%	月額料金が安くなると電話で勧誘され、光回線と光電話の契約をしたが、オプションが多数付く高額な契約だったので解約したい。
8	携帯電話サービス	200	2.0%	携帯電話ショップで機種変更しようとしたら、別の機種も勧められてスマートフォン2台を契約してしまったが、1台解約したい。
9	基礎化粧品	180	1.8%	電話勧誘を受けた定期購入の美容液を注文したが、肌がかゆくなったので解約、返品をした。2回目の商品が送られてきて不審だ。
10	異性交際関連サービス (出会い系サイト・アプリ)	175	1.7%	メールから誘導されて登録したサイトで支援金受取のために高額の費用を支払ったが、サクラサイトのような。返金してほしい。

(資料)川崎市「令和3年度消費生活相談年報」

消費生活相談の内容を年代別にみると、令和3（2021）年度は、19歳以下では「インターネットゲーム」が1位、20歳代、30歳代では「不動産貸借」が1位、40歳代、50歳代、60歳代、70歳以上では「商品一般」が1位となりました。

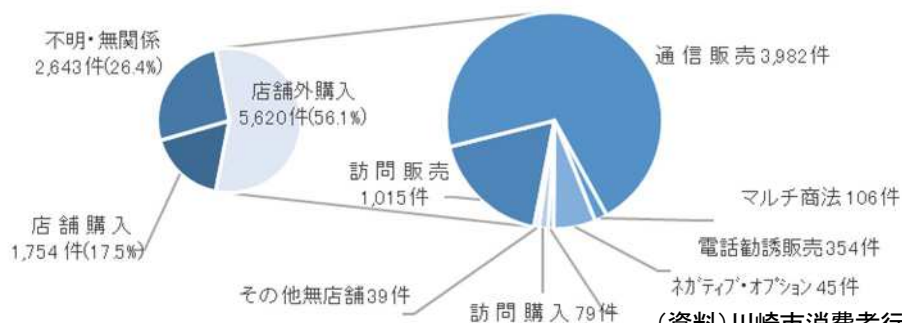
令和3（2021）年度 年代別・商品等順位

年代	1位	2位	3位	4位	5位	件数
19歳以下	インターネット ゲーム 61	他の化粧品 28	他の健康食品 16	異性交際関連 サービス (出会い系サイト・アプリ) 11	商品一般 10	240
20歳代	不動産貸借 136	他の内職・副業 70	電気 60	異性交際関連 サービス (出会い系サイト・アプリ) 52	エステティック サービス 48	1,302
30歳代	不動産貸借 167	商品一般 50	インターネット 接続回線 45	修理サービス 35	役務その他 サービス 27	1,327
40歳代	商品一般 113	不動産貸借 101	他の健康食品 43	工事・建築 35	修理サービス (同4位) 35	1,569
50歳代	商品一般 96	不動産貸借 61	携帯電話 サービス 53	他の健康食品 46	頭髮用化粧品 (同4位) 46	1,624
60歳代	商品一般 108	基礎化粧品 44	役務その他 サービス 41	工事・建築 39	他の健康食品 34	1,241
70歳以上	商品一般 168	工事・建築 155	役務その他 サービス 76	修理サービス 58	他の健康食品 53	1,952
年代不明	商品一般 104	不動産貸借 47	工事・建築 43	役務その他 サービス 32	広告代理 サービス 29	762
全体	商品一般 684	不動産貸借 582	工事・建築 344	役務その他 サービス 283	修理サービス 251	10,017

(資料)川崎市「令和3年度消費生活相談年報」

販売購入形態では、令和3（2021）年度は、店舗外購入（特殊販売）が5,620件と多く、全体の56.1%を占めており、内訳では、1位「通信販売」、2位「訪問販売」となっています。

令和3（2021）年度 販売購入形態



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

② 成年年齢引下げ

令和4（2022）年4月には改正民法の施行により、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられました。民法では、未成年者が法定代理人の同意を得ずに行った法律行為については、「未成年者取消権」により取り消すことができると定めていますが、これは未成年者を対象とする制度であることから、「未成年者取消権」の適用が17歳以下となっており、新たに成年となった18歳、19歳は、この「未成年者取消権」を行使することができなくなりました。若年者は、契約に関する知識や経験が不足していることが多くあり、契約内容について十分に理解できないまま契約を交わしてしまう恐れがあります。

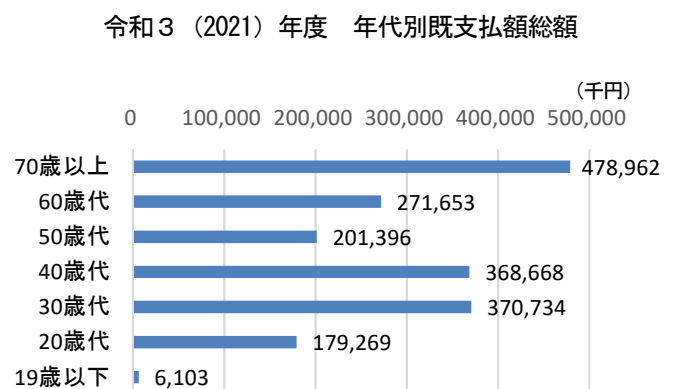
また、若年者は社会変化の影響を受けやすい傾向にあることから、今後、成年になったばかりの若年者をターゲットとした消費者トラブルが拡大する恐れがあります。

③ 高齢者の被害状況

令和3（2021）年度に寄せられた消費生活相談1件当たりの平均金額をみると、請求された又は契約した金額である平均契約購入金額は87万3,252円、実際に支払った金額である平均既支払額は74万8,206円となり、いずれも前年度と比べて増加しました。

消費生活相談全体の既支払額の総額を年代別にみると、令和3（2021）年度は「70歳以上」が約4億7,896万2千円となり、高齢者における被害総額が最も高額になっております。

本市の65歳以上の高齢者人口は、令和7（2025）年頃までの間に人口割合が21%を超え、超高齢社会が到来すると想定されるとともに、令和32（2050）年頃には約47.5万人に達すると想定されています。（「川崎市総合計画第3期実施計画の策定に向けた将来人口推計(更新版)」）今後、高齢者の増加に伴い、消費者トラブルの更なる増加や深刻化が懸念されます。



④ 相談内容の複雑化

ICTの高度化により、社会のデジタル化・グローバル化が進み、インターネット通販やキャッシュレス決済等が社会に浸透してきました。店舗で対面、現金決済が主流だった時代から、個人が海外から商品やサービスを直接購入できる時代となり、消費者にとっては、利便性が高まる一方で、消費形態が複雑化され、その中のトラブルの在り方も多岐にわたっています。

また、令和2（2020）年以降、新型コロナウイルス感染症の影響により、人との接触機会を減らすことが求められ、「新しい生活様式」が普及したことで、ライフスタイルは大きく変化しました。それに伴い、消費者の意識や消費行動も変化してきています。特に、インターネット通販に関する消費生活相談件数は、過去10年間で増加傾向にあります。

インターネットの普及や新型コロナウイルス感染症等の影響による電子商取引の増加やキャッシュレス決済の普及により、インターネット関連のトラブルの増加が見られます。



（資料）川崎市消費者行政センター調べ

令和3（2021）年度に受け付けた相談の結果については、「助言（自主交渉）」が6,778件（67.7%）、「その他情報提供」が1,942件（19.4%）、あっせん（注2）解決が968件（9.7%）、あっせん不調が222件（2.2%）となっています。

〔（注2） あっせん：センターが相談者と事業者との間に入り、双方の意見を聞くなどして、話し合いによる解決を図るもの〕

令和3（2021）年度 処理結果

（令和4（2022）年5月31日現在）

	件数	内容
他機関紹介	18	消費生活センターの業務範囲ではない相談のため本来の相談機関を紹介したもの。
助言(自主交渉)	6,778	現に発生している消費者トラブルに対して、センターがあっせんの労をとらなくても相談者が自主交渉することで解決する可能性があり、かつ自主解決の努力がなされていない相談に対し、自主交渉の方法をアドバイスしたもの。
その他情報提供	1,942	まだ具体的なトラブルは発生しておらず「この事業者は信用できるか」といった相談に対応したもの。あるいは、具体的なトラブルが発生しており最終的に他機関を紹介しても業務範囲内としてアドバイスや情報提供したもの。（センターが相談者に代わって事業者に連絡をし、相談者の疑問点や苦情内容の単なる状況確認のみを行い、それを相談者に伝えるのみで相談が終了したものも含める。）もしくは、あっせん以外の処理で「助言(自主交渉)」に該当しないもの。
あっせん解決	968	あっせんにより、「契約どおり履行」「全面解約・取消」「返金」「交換・代替品」「修理・補修」「損害賠償・治療費」「解決・見舞金」「一部解約・取消」のほか、損害賠償が物品でなされた、謝罪の意味で物品が手渡された、解約交渉したところ当初の契約内容を変更して新たな契約をした、などの解決をみたもの。
あっせん不調	222	あっせんをしたにもかかわらず解決をみなかったもの。また、あっせんにより消費者被害の救済が十分なされても、解決案内容について消費者がそれ以上の解決の結果を望んだもの。
処理不能	23	相談者と連絡がとれなくなった、事業者と連絡がとれなくなったなどの理由で処理できなかったもの。
処理不要	6	相談者が単に情報提供だけで、処理を望んでいない、またセンターがあっせん等をする前に、相談者が相談を取下げたもの。
継続処理中	60	
合計	10,017	

（資料）川崎市「令和3年度消費生活相談年報」

消費生活相談の解決に至るまでの総対応数について過去5年間の推移をみると、本市は増加傾向にあります。介在している事業者が複数あることなどにより、解決に至るまでの対応時間・回数が増加しており、相談内容が複雑化しています。

消費生活相談件数・総対応数の推移



（資料）川崎市消費者行政センター調べ

令和3（2021）年度に被害の未然防止やその回復が図られた救済金額は約7億9百万円で、前年度と比べて約1.7倍に増加しました。

救済金額の推移

（令和4(2022)年5月31日現在）

年度	件数	救済金額
令和元(2019)年度	1,082件	674,073,417円
令和2(2020)年度	1,317件	423,282,512円
令和3(2021)年度	1,386件	709,358,378円

（資料）川崎市消費者行政センター調べ

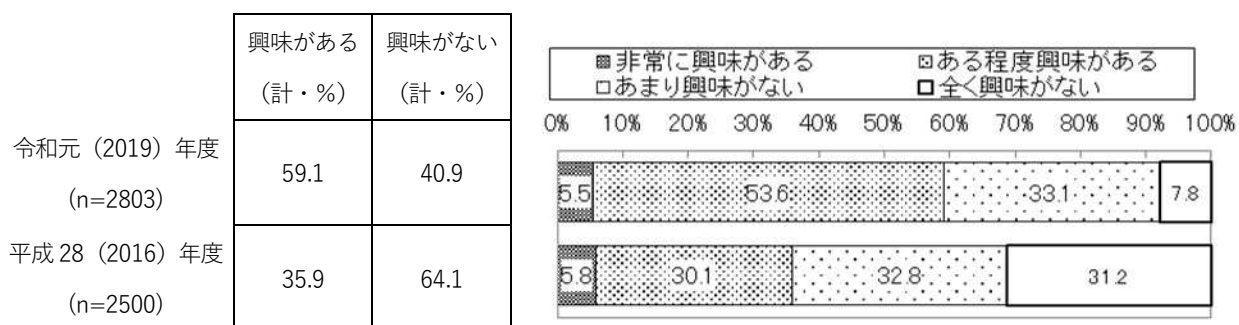
⑤ SDGs

国際社会に目をむけますと、平成27（2015）年9月、国際連合において「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が全会一致で採択され、「持続可能な開発目標（SDGs）」として17のゴール（目標）が掲げられました。この目標は先進国と途上国が共に取り組むべき国際目標とされています。本市も平成31（2019）年2月にSDGs推進に関する基本的な方針として「川崎市持続可能な開発目標（SDGs）推進方針」を策定し、同年7月には国から「SDGs未来都市」に選定されました。

消費生活においてもこのSDGsに貢献するため、消費者一人ひとりが今必要な消費だけではなく、未来を大切にする消費が求められています。持続可能で多様性と包摂性のある社会に向け、消費生活において、エコ商品、サステナブルファッション等のエシカル消費の取組が進んでいます。

しかし、エシカル消費に関する消費者意識調査で興味がない人が未だに4割を占めています。

エシカル消費の興味度



（資料）消費者庁「倫理的消費（エシカル消費）」に関する消費者意識調査報告書

「消費者市民社会」とは 『消費者一人ひとりが、消費を自分の満足のためだけでなく、周りの人々や将来生まれる世代、社会や経済情勢、地球環境などに広く影響を及ぼすということを認識して消費生活を行い、社会の発展と改善に積極的に参加する社会』を意味します。

具体的な消費生活行動としては、環境負荷ができる限り少ない商品を選んで購入する【エシカル消費】、発展途上で生産されたもので、適正な価格で公正に取引された商品を購入する【フェアトレード商品の選択】、地域の経済や伝統文化を支える商品を購入する【地産地消】、余分なモノを購入しない（サービスを断る）【大量消費・破棄の是正】などがあります。

○消費者市民社会と持続可能な開発目標（SDGs）

国においては、「消費者市民社会」を目指し、ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進は、エシカル消費の普及・啓発活動や食品ロスの削減、消費者志向経営の推進などと共に「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に貢献する施策としています。

「持続可能な開発目標（SDGs）」の17のゴール（目標）のうち、消費者庁が推進する「消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成」に関わる施策では、関連するSDGsを9つ挙げています。



(資料)消費者庁 HP

(2) 国の動向

① 国が定める消費者基本計画

国においては、「消費者基本法」第9条に基づき、消費者政策の推進に関する基本的な計画として「消費者基本計画」を策定しています。

「消費者基本計画」は、長期的に講ずべき消費者政策の大綱及び消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項を定めた計画です。

② 令和3（2021）年度における消費者基本計画の変更点

第1期の「消費者基本計画」は平成17（2005）年に策定され、令和元（2019）年度までに第3期15年間にわたり、本計画に基づいて消費者政策を展開してきました。そして、直近では、令和元（2019）年度に第4期として策定しました。

その後、新型コロナウイルス感染症の影響及びコロナ禍における「新しい生活様式」の実践に伴い、消費生活のデジタル化が加速するなど、消費者を取り巻く社会経済環境が大きく変化しました。これに的確に対応して消費者政策を推進するため、「新しい生活様式」の実践に関する記述を追加すべく、令和3（2021）年6月15日の閣議決定で「消費者基本計画」を変更しました。

◆変更点【「新しい生活様式」の実践に関する記述を追加】

- ア 消費者被害の防止
- イ 消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の
変革促進
- ウ 「新しい生活様式」の実践その他多様な課題への機動的・集中的な対応
- エ 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施
- オ 消費者行政を推進するための体制整備

③ 令和4（2022）年度における消費者基本計画工程表改定の主なポイント

国においては、「消費者基本計画」に基づき、消費者政策を検証可能な形で体系的・包括的に推進するため、具体的な施策の工程表を策定しています。

毎年度工程表を改定し、実績及びK P I（重要業績評価指標）の最新値の追加、今後の取組予定の時点更新、必要な施策の追加や充実強化等を実施しています。

◆改定の主なポイント

ア 消費者被害の防止の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・「消費者契約法」、「消費者裁判手続特例法」による消費者被害の防止・救済の強化（改正法成立） ・消費者安全調査委員会の設置10周年を契機とした調査の拡充や発信強化
イ デジタル社会における消費者保護	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活相談のデジタル化の推進（P I O－N E T※改革）
ウ SDGsに貢献する消費者・事業者の取組・協働の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・エシカル消費の普及に係る取組強化 ・事業者が消費者と共創・協働して社会価値を向上させる消費者志向経営の推進
エ 成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・若年者主体活動の推進、親世代等への啓発 ・成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育の推進

※P I O－N E T（パイオネット）：Practical Living Information Online Network Systemの略、全国消費生活情報ネットワークシステム

④ 関係法令の改正及び成立

いわゆる靈感商法や法人等からの不当な寄附の勧誘等による被害の救済を図るため、令和4（2022）年12月に「消費者契約法」及び「独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律」の改正、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」が成立しました。

◆改正、成立の主なポイント

ア 「消費者契約法」の改正	<ul style="list-style-type: none"> ・靈感等による告知を用いた勧誘に対する取消権の拡大 ・靈感等による告知を用いた勧誘に対する取消権の行使期間の伸長
イ 「独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律」の改正	<ul style="list-style-type: none"> ・独立行政法人国民生活センターの役割強化
ウ 「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」の成立	<ul style="list-style-type: none"> ・寄附の勧誘に関する規制等 ・違反に対する行政措置・罰則 ・寄附の意思表示の取消し ・債権者代位権の行使に関する特例 ・関係機関による支援等