

第4章 評価と現状を踏まえた課題

「消費者行政推進計画（令和2（2020）年度～令和4（2022）年度）」において、消費生活相談体制の構築及び「消費者市民社会」の普及、成年年齢引下げに伴う若年者への消費者教育の実施等に取り組み、成果を上げています。引き続き消費者の安心・安全に向けた従来の取組を行う必要があるとともに、消費生活相談の利便性の更なる向上や「消費者市民社会」の考え方について行動変容につなげるための啓発、成年年齢引下げに伴う若年者への継続的な啓発等が課題としてあげられます。

これまでの取組の成果や消費者を取り巻く社会経済環境の変化、国の動向等を踏まえ、今後、対応すべき課題を5つに整理します。

(1) 相談者の属性	各年齢層に応じた消費生活相談の未然防止 相談者の年代別分布を国と比較すると、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。
(2) 成年年齢引下げ	成年年齢引下げによる若年者を狙った消費者被害拡大の懸念 「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られていますが、これは未成年者を対象とする制度であることから、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。
(3) 高齢者の被害状況	消費者被害額が大きい高齢相談者への対応 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4億7,896万2千円となり、最も高額で、高齢者が消費生活において多大な被害を受けています。
(4) 相談内容の複雑化	社会のデジタル化等による相談内容の複雑化 インターネット通販に関する消費生活相談は、電子商取引の増加、キャッシュレス決済の普及に加え、新型コロナウイルス感染症等の影響により、過去10年間で増加傾向にあります。それに伴い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ることから、1件あたりにかかる相談対応が増えており、相談内容が複雑化しています。
(5) SDGs	持続可能な開発目標に対応した消費者意識の醸成 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、浸透されていない状況にあり、消費者の意識を醸成する必要があります。