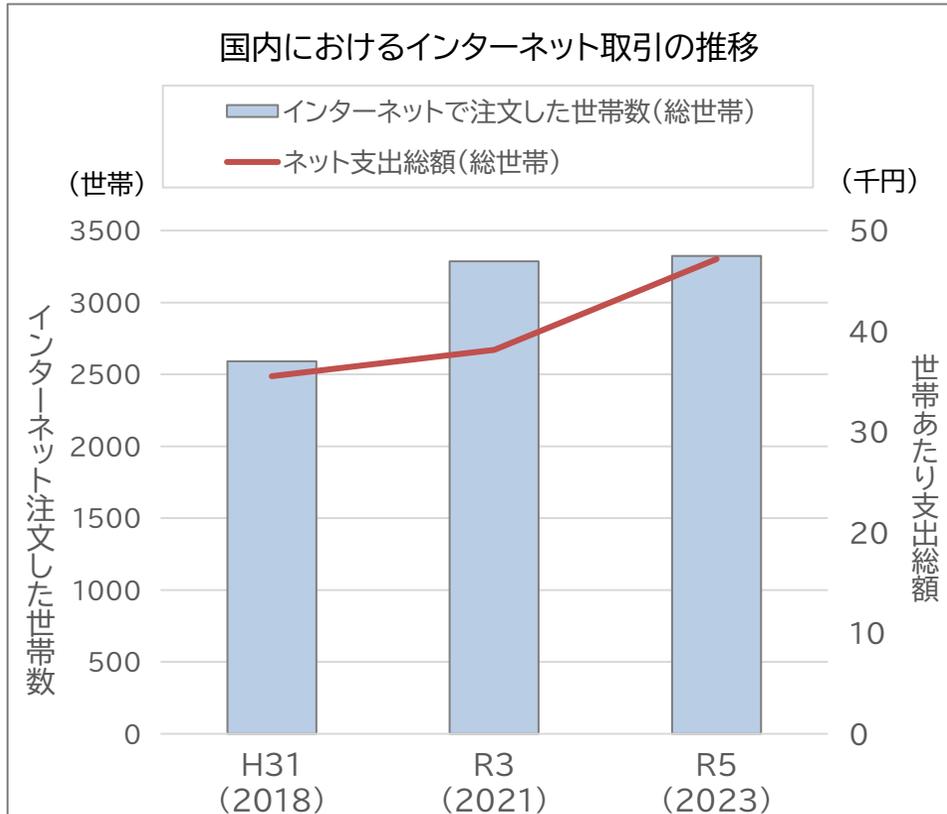


第2章 消費生活を取り巻く現状

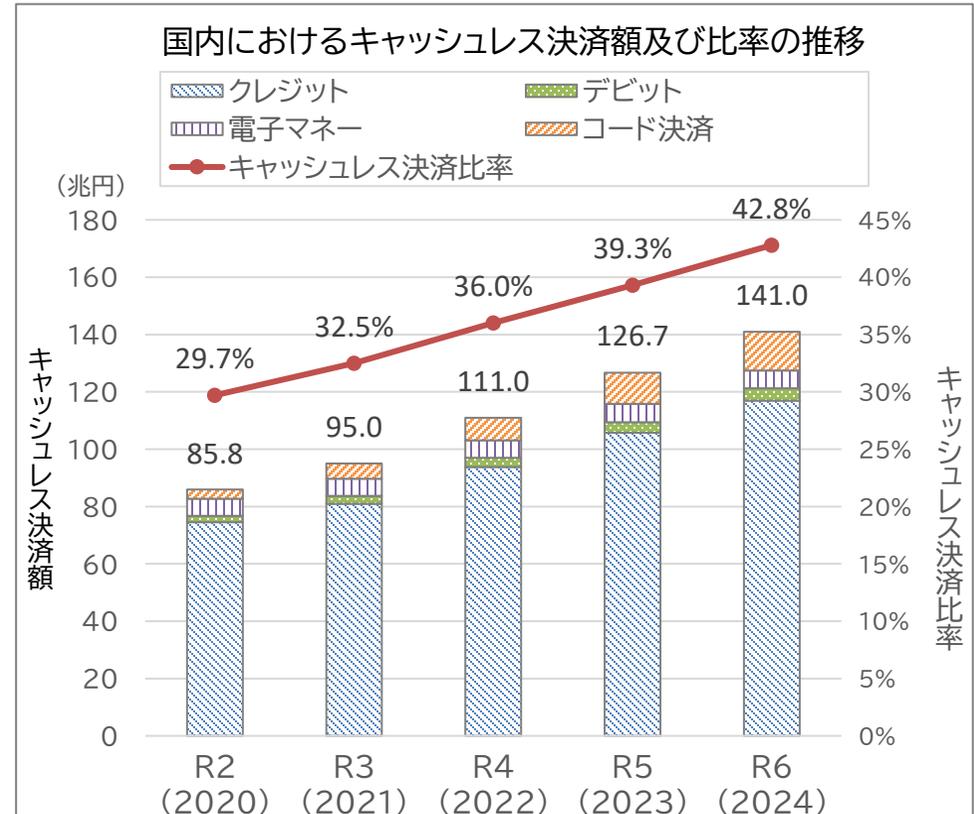
1 消費生活を取り巻く環境の変化

(1) 消費生活におけるデジタルの浸透・拡大

- ・日常生活のデジタル化が進み、国内のモバイル端末保有率は約87%、インターネット利用率は約86%、SNS利用率は約82%となっています（20歳以上の40,592世帯を対象とした総務省「令和6年通信利用動向調査」による）。国内のBtoC-EC（消費者向け電子商取引）及びCtoC-EC（個人間電子商取引）の市場規模も拡大しています。これに伴い、決済方法が現金からキャッシュレスへの移行が進み、令和6（2024）年のキャッシュレス決済比率は42.8%（141.0兆円）と近年大幅に増加しました。
- ・ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）については、全般的に若年層の利用率が高い傾向にありますが、幅広い年齢層に利用が拡大しています。



(参考)総務省「家計消費状況調査」



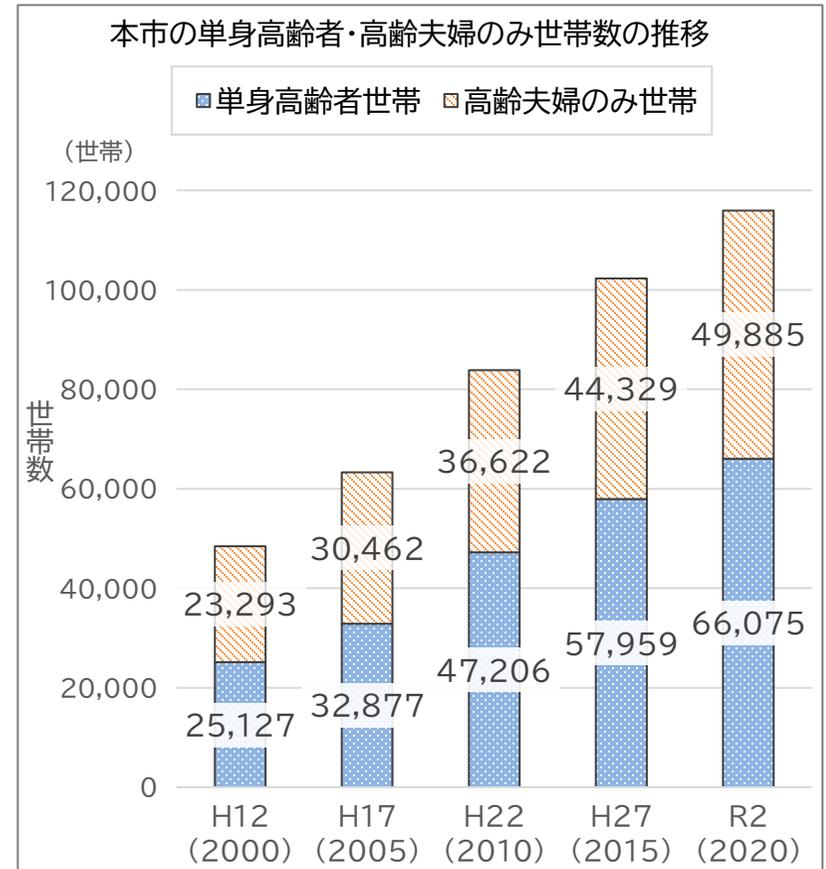
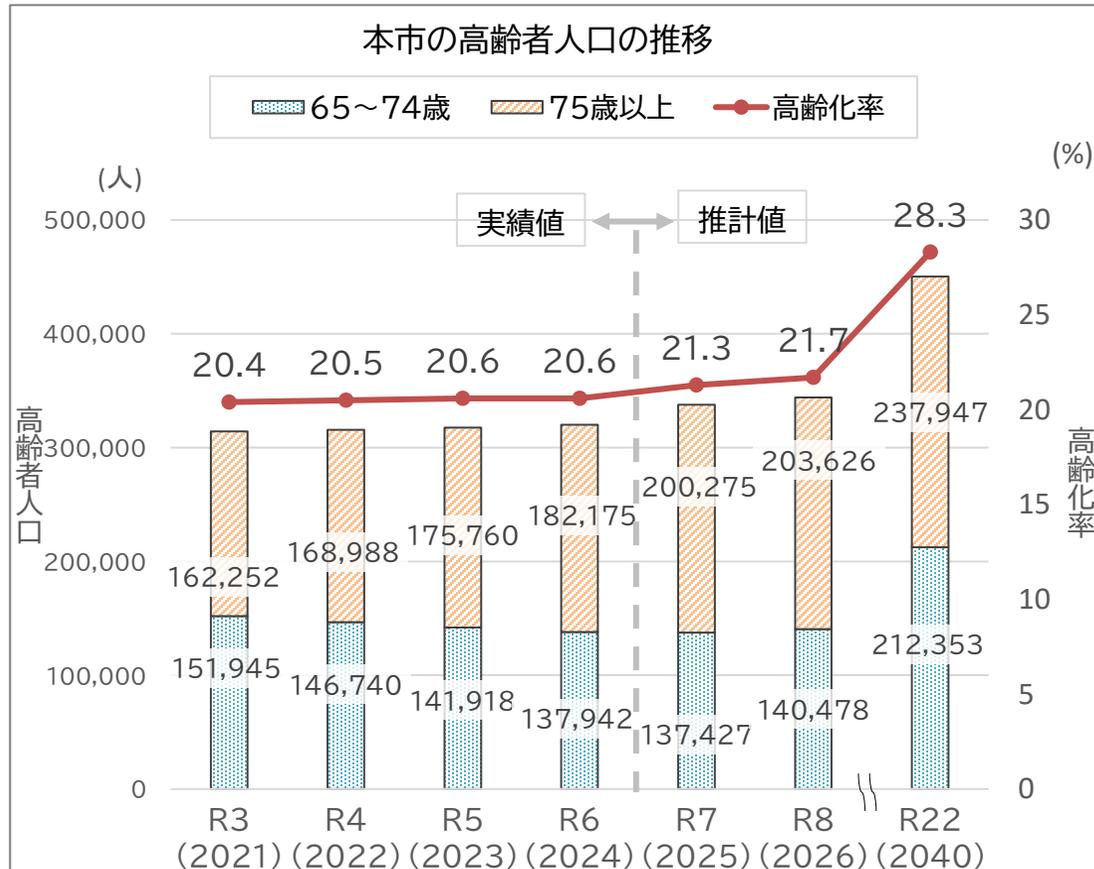
(資料)経済産業省「2024年のキャッシュレス決済比率を算出しました」 4

第2章 消費生活を取り巻く現状

1 消費生活を取り巻く環境の変化

(2) 高齢化の進行と高齢者単独世帯の増加

- ・本市は21大都市(政令指定都市・東京都区部)の中で高齢化率が最も低いものの、高齢者人口及び高齢者世帯数は、いずれも年々増加を続けています。今後もますます高齢化は進み、75歳以上の後期高齢者数は、令和7年度中に約20万人を超え、高齢化率は、令和22年度に28%を超える推計となっています。
- ・高齢化の進行に伴い、本市の単身高齢者及び高齢夫婦のみの世帯数はいずれも増加傾向にあり、令和2年国勢調査によると、本市では高齢者の5人に1人(6.6万人)が単独世帯となっています。



(資料)川崎市「第9期・川崎市高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画」
令和2年国勢調査の結果をもとに住民基本台帳の年齢別移動人口を増減して推計した「川崎市令和6年度年齢別人口」より作成

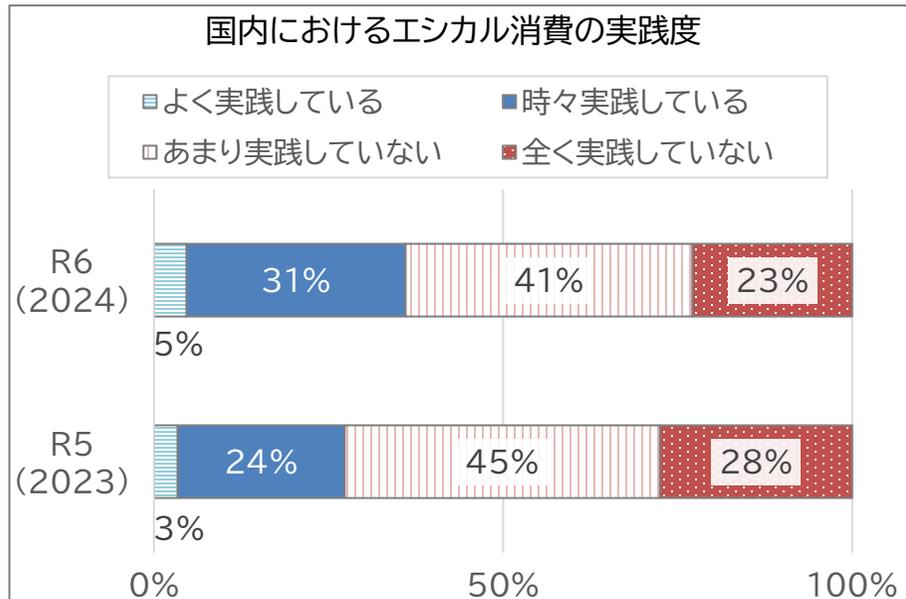
(資料)川崎市-令和2年国勢調査

第2章 消費生活を取り巻く現状

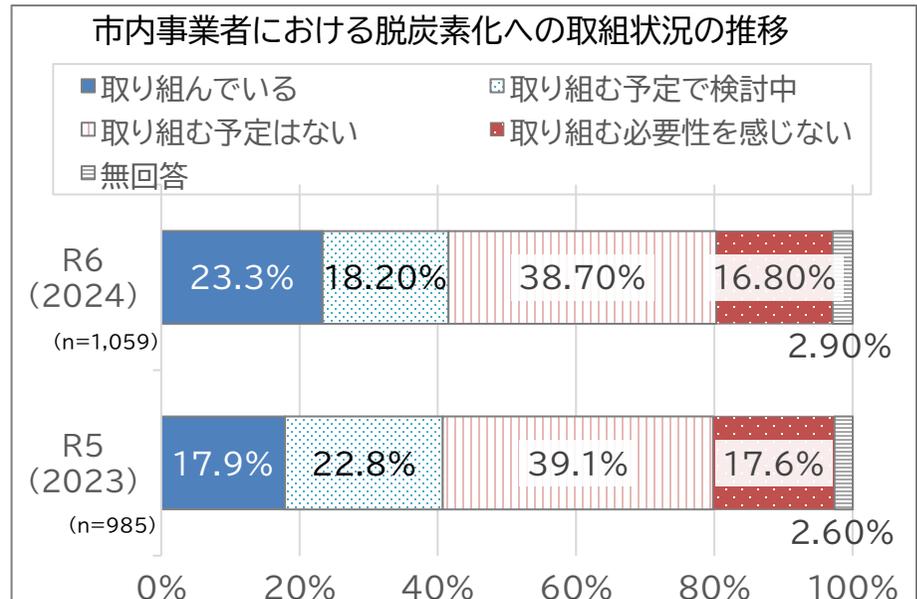
1 消費生活を取り巻く環境の変化

(3) 持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり

- ・平成27(2015)年9月、国連サミットにおいて全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」の中の国際目標である「持続可能な開発目標(SDGs)」への社会的な取組が進んでおり、本市も令和元(2019)年7月、国から「SDGs未来都市」に選定されました。
- ・また、本市は令和5(2023)年度の「1人1日当たりのごみ排出量」が政令指定都市の中で最少となりました。以前は普通ごみとして焼却されてきたプラスチック製品を含む、プラスチック資源としての一括回収等の取組による更なる資源化の推進など、持続可能な社会の実現に向けて、消費者と事業者が連携・協力して循環型社会の取組を推進しています。また、市内事業者における脱炭素化への取組状況について、令和6(2024)年度の調査では「取り組んでいる」、「取り組む予定で検討中」の合計は41.5%であり、前年と比較して0.8ポイント増加しています。
- ・SDGsの17のゴールのうち、特に「つくる責任・つかう責任」に関連する、人や社会、環境に配慮した消費行動である「エシカル消費(倫理的消費)」について、令和6(2024)年度の国内のエシカル消費の認知度は27.4%、エシカル消費の実践度は36.1%となっています。取り組んでいない理由としては、「どれがエシカル消費につながる商品やサービスかわからない」、「経済的余裕がない」、との回答が多くなっています。



(資料)消費者庁「令和6年度第3回消費生活意識調査結果」



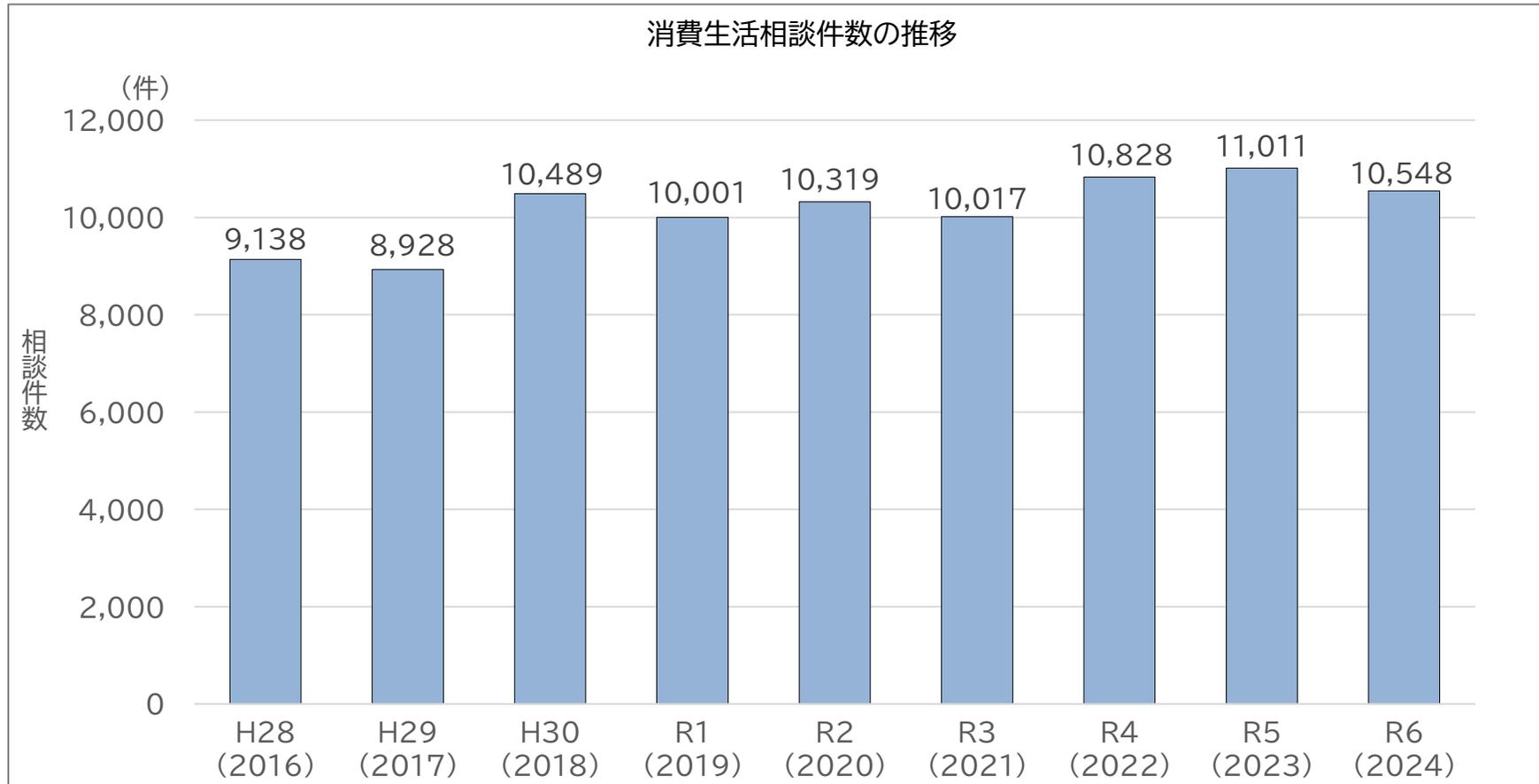
(資料)川崎市「川崎市内中堅・中小企業経営実態調査」

第2章 消費生活を取り巻く現状

2 消費生活相談等の状況

(1) 相談件数の推移

- ・本市における令和6(2024)年度の消費生活相談件数は10,548件であり、平成30(2018)年度以降は、7年連続で1万件を上回る高い水準で推移しています。
- ・更に、消費生活相談にたどり着かない潜在的な消費者トラブルの存在も想定されます。



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

第2章 消費生活を取り巻く現状

2 消費生活相談等の状況

(2) 相談内容

・消費生活相談の内容について、商品・役務(サービス)別で分類すると、「商品一般」が989件で令和6(2024)年度の相談件数1位であり、スマホに不審な電話がかかってきた、クレジットカードが不正に利用されたなどのほか、不審な請求や心当たりのない荷物が届いたなどの相談が多く寄せられました。

相談内容(商品・役務の上位品目)

(令和6(2024)年度)

順位	商品・役務	件数	事例
1	商品一般	989	クレジットカードの明細に、利用した覚えのない決済がある。利用していないので請求を取り消してほしい。
2	不動産貸借	627	長年住んだ賃貸アパートを退去したが、高額な原状回復費用を請求され納得できない。
3	役務その他 サービス	586	「ガス給湯器の無料点検に行く」という電話があり了承したが不審なので断りたい。業者と連絡がつかず不安。
4	工事・建築	398	分電盤無料点検に来た事業者から勧められ、分電盤取換え工事の契約をしたが、クーリング・オフしたい。
5	医療サービス	324	クリニックで脱毛5回コースを契約し、代金をクレジットカード分割払いで支払中だ。クリニックが倒産したため、請求を止めてほしい。
6	他の健康食品	296	定期購入のダイエットサプリメントを初回限りで解約しようとしたら、高額な解約料を請求され困惑。
7	修理サービス	233	トイレが詰まり、ネットで検索したサイトに修理をしてもらったが、あまりにも高額で納得がいかない。減額希望。
8	インターネット 接続回線	193	「光回線が今より安くなる」と電話勧誘を受けて申込みをしてしまったが、不審なのでキャンセルしたい。
9	携帯電話サービス	176	高齢の母が携帯電話の契約をしてその後解約したが、端末に付与していた補償サービスが解約できていなかった。返金を求めたい。
10	基礎化粧品	171	いつでも解約可能な美容液を契約していたが、効果が感じられず解約を申し出たら回数に縛りがある定期購入になっていた。解約希望。

第2章 消費生活を取り巻く現状

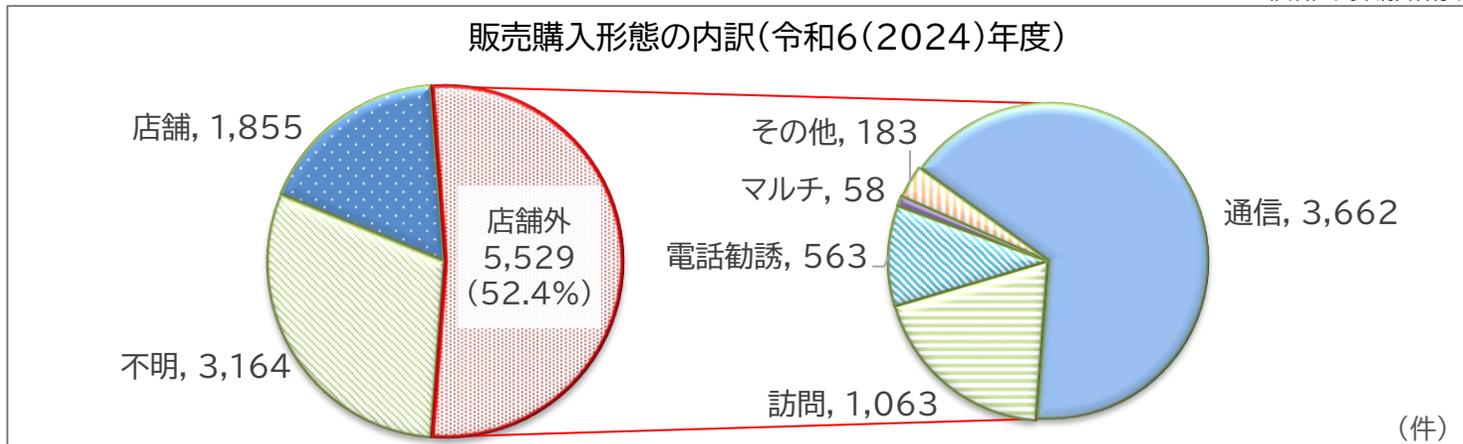
2 消費生活相談等の状況

(3) 販売購入形態別の相談件数

- ・販売購入形態の内訳としては、新型コロナウイルス感染症の感染拡大等があった令和2(2020)年以降、店舗外購入が全体の半数以上を占める高い水準となっています。
- ・令和6(2024)年度の「店舗外購入」の合計は5,529件で、全体の52.4%を占めており、「店舗外購入」の内訳では、「通信販売」、「訪問販売」、「電話勧誘販売」の順で多くなっています。



(資料)川崎市消費者行政センター調べ



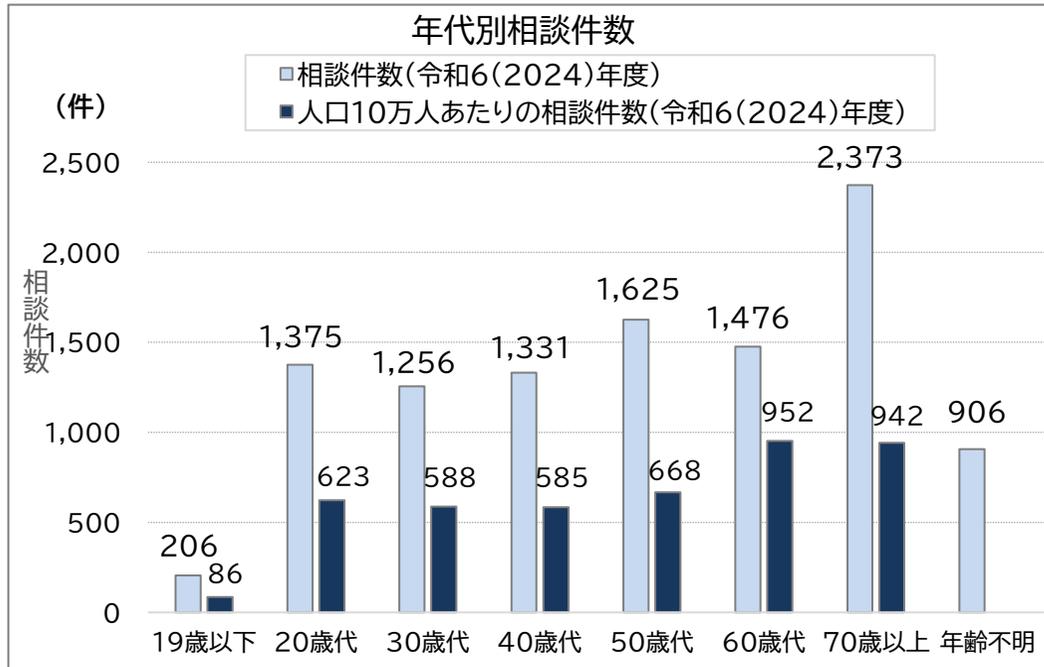
(資料)川崎市消費者行政センター調べ

第2章 消費生活を取り巻く現状

2 消費生活相談等の状況

(4) 年代ごとの相談件数

- ・65歳以上の高齢者からの相談は増加傾向にあり、令和6(2024)年度の65歳以上の高齢者の相談件数は3,068件で、相談件数全体の約3割を占めています。高齢者は、認知機能の低下、デジタル格差などにより、消費者トラブルに巻き込まれやすい状況にあると考えられます。認知症等の高齢者では、本人以外からの相談が多く、本人はトラブルに遭っているという認識が低いため、問題が顕在化していないケースが推測されます。
- ・29歳以下の若年者について、令和4(2022)年4月の民法の改正により、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられました。18歳と19歳の消費者が未成年取消権を行使できなくなったことに伴う消費者トラブルの増加が懸念されましたが、本市及び国内ともに相談件数の顕著な変化は見られませんでした。しかし、若年者は社会生活上の経験不足等から、悪質商法などのトラブルに遭いやすい傾向があり、一定数の相談が寄せられています。



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

若年者の商品・役務の上位品目

順位	商品・役務	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)
1	不動産貸借	137	149	148
2	医療サービス	38	80	134
3	エステティックサービス	370	179	80
4	商品一般	53	52	74
5	他の内職・副業	37	75	72

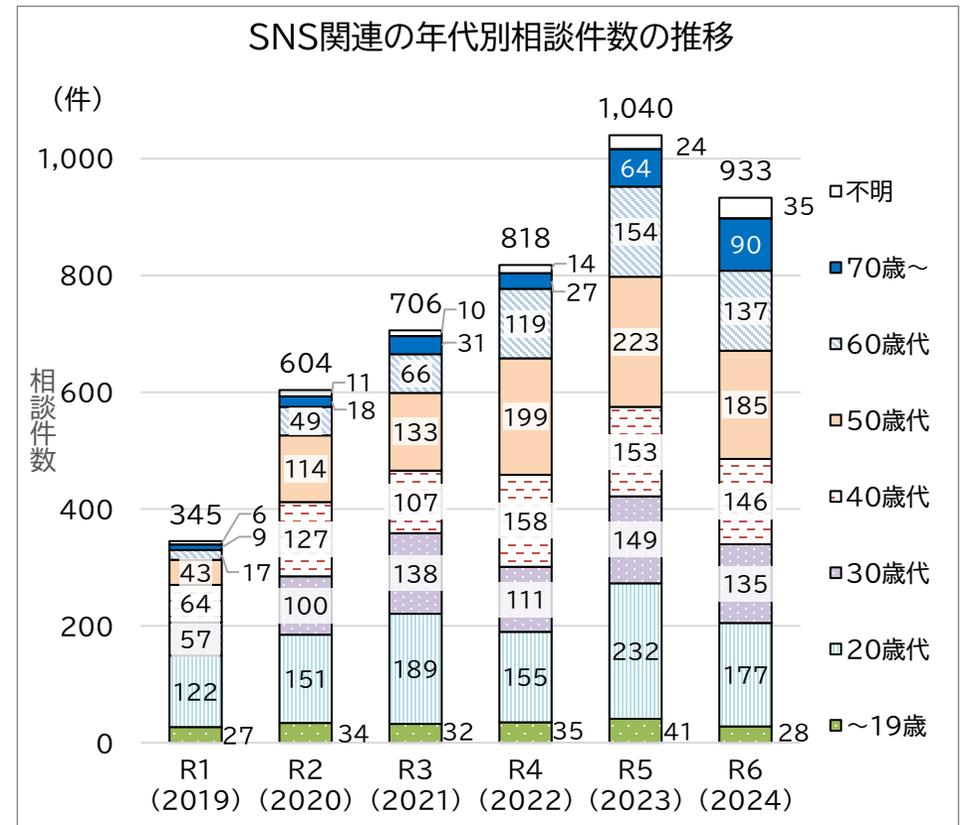
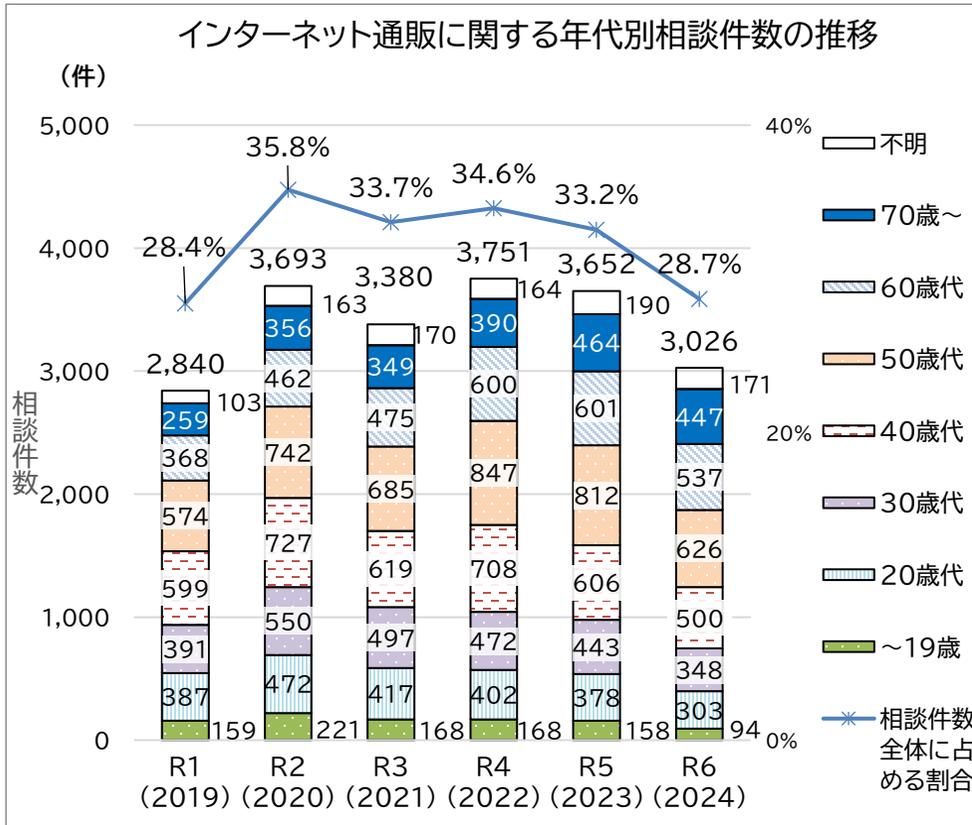
(資料)川崎市消費者行政センター調べ

第2章 消費生活を取り巻く現状

2 消費生活相談等の状況

(5) デジタル取引の普及による消費者問題の複雑化・深刻化

- ・デジタル取引の活発化に伴い、インターネット通販に関する相談件数は、3,000件台の高い水準で推移しています。また、SNSをきっかけとした相談件数は全世代で年々増加傾向にあります。
- ・定期購入への自動移行や、わかりづらい解約方法など、消費者が想定しなかったケースに関する相談も増加し、特に中高年に多くみられます。
- ・本人も周囲も気づかないまま被害が埋もれる恐れのある事案もあり、すべての世代の誰もが消費者トラブルに遭遇する可能性があります。



第2章 消費生活を取り巻く現状

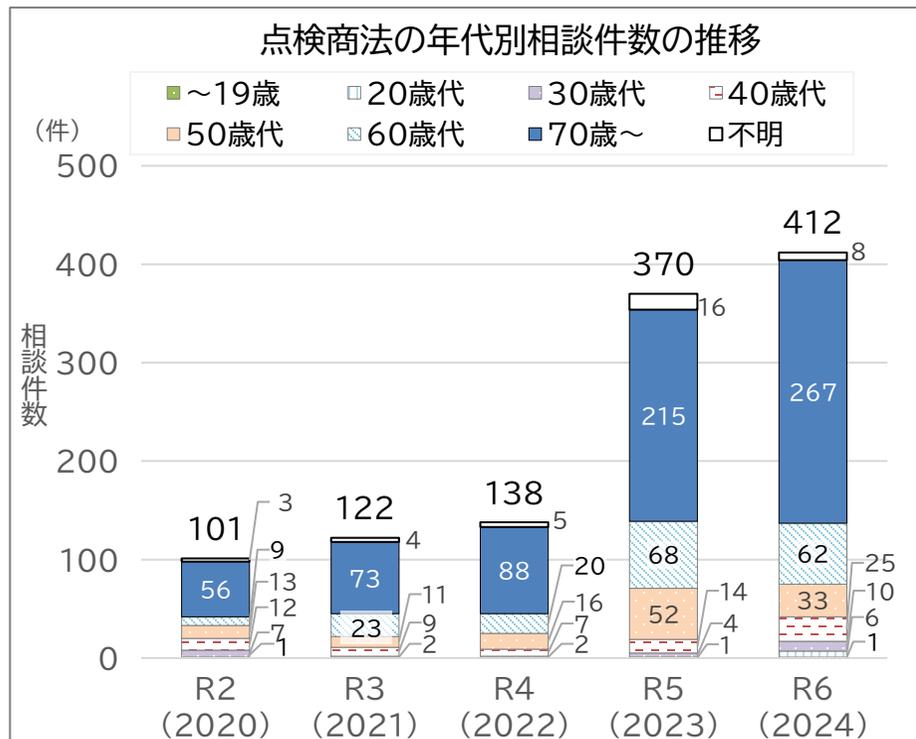
2 消費生活相談等の状況

(6) 点検商法等に関する相談の状況

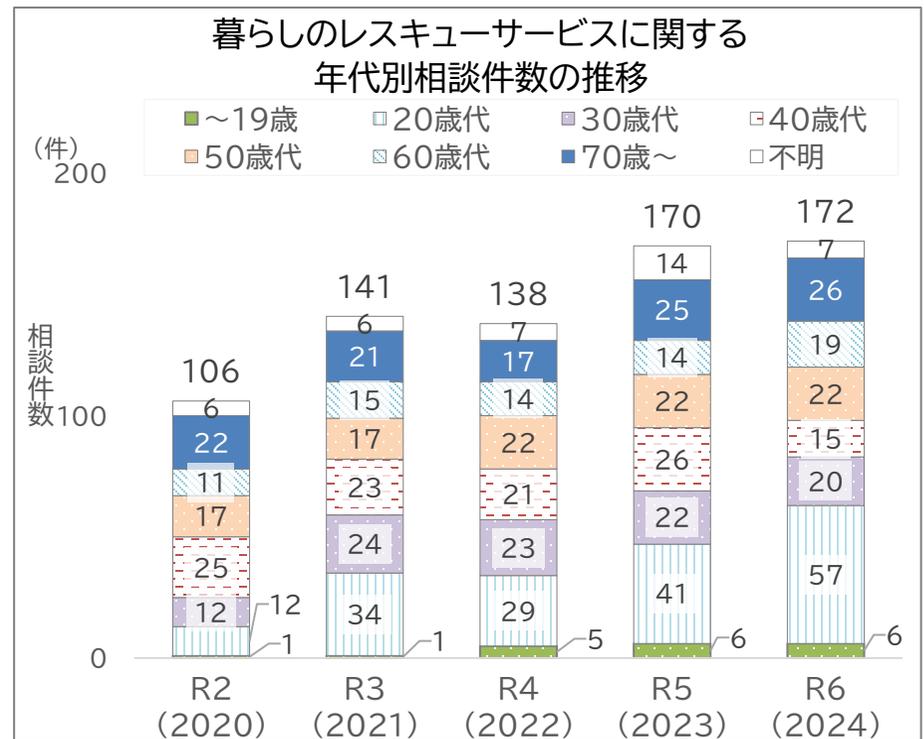
- 点検商法*に関しては、相談件数が増加傾向にあり、特に70歳以上が突出して多く、屋根、給湯器、分電盤など、年度によって品目が移り変わる傾向があります。

*点検商法:「点検」を口実に消費者宅を訪問し、消費者の不安をあおる等の手段を用いて、リフォーム工事や商品交換、駆除作業等の高額な契約を締結させる悪質商法

- トイレや水漏れ、鍵の修理などのレスキューサービスでは、訪問業者による意図しない高額契約が問題となっています。幅広い年代から相談が増加しており、トイレ修理や害虫駆除等が高額になる傾向があります。



(資料)川崎市消費者行政センター調べ



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

第2章 消費生活を取り巻く現状

3 消費者行政に関する国の動向

(1) 国が定める消費者基本計画

国においては、消費者政策の計画的な推進を図るため、「消費者基本法」第9条に基づき、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「消費者基本計画」を平成17(2005)年から5年ごとに策定しています。

第5期消費者基本計画(令和7(2025)年度から令和11(2029)年度までの5年間)においては、デジタル技術の飛躍や社会構造の変化等に伴う消費者の取引環境の急激な変化に対応するため、安全・安心な消費生活の確保のもと、以下を目指すべき社会の姿として設定しています。

目指すべき社会の姿

消費者が信頼できる公正な取引環境の確保

- 複雑・巧妙化する消費者トラブルに対する、包括的な規制や予防・救済の観点を含めた対策の在り方の検討
- 行政と事業者等の協働による、悪質な事業者が市場から排除される仕組みの形成

すべての世代における「消費者力」の実践

- 消費者市民社会の実現に向けた消費者教育の推進
- 消費者と事業者のコミュニケーションの深化

持続可能で包摂的な社会の実現

- どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる体制の維持強化
- 誰一人取り残されることなく、安心して安全な消費生活を営むことができる社会の構築

(2) 関係法令の主な改正等

□ 消費者契約法 一部改正 [令和5(2023)年6月1日施行]

「消費者契約法」では、事業者の不当な勧誘行為に影響されて消費者の契約に係る意思表示に瑕疵を生じさせ、契約を締結した場合において、消費者に契約に係る意思表示の取消を認める規定を設けています。消費者被害が多様化し、勧誘することを告げずに退去困難な場所に同行して勧誘する事案や、契約締結の相談のための連絡を威迫する言動を交えて妨害する事案等、既存の規定では被害救済が困難な消費者被害の実態に照らし、これらの行為が取消権に係る不当な勧誘行為として追加されました。

□ 不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法) 一部改正 [令和6(2024)年10月1日施行]

「景品表示法」では、不当表示等の疑いがある行為をした事業者に対し、自主的な取組を促進するため、早期是正や再発防止策等を積極的に行う場合は、措置命令等の適用を受けないこととすることで、迅速に問題を改善する制度が新設されました。また、違反行為を行い行政処分を受けたにもかかわらず、くり返し違反行為を行う事業者や、表示内容について根拠を有していないことを認識したまま表示を行うなど、故意に優良誤認表示・有利誤認表示を行う悪質な事業者が存在すること等から、違反行為に対する抑止力を強化するため、課徴金納付命令を10年以内に受けたことがある事業者に対する課徴金額の加算や、行政処分にとどまらず直接罰する規定が新設されました。