

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 社会経済状況の変化

(1) 国の動き

消費者を取り巻く環境は、少子高齢化、規制改革や高度情報通信社会の進展、電子商取引の拡大や決済手段の多様化・高度化など大きく変化しており、それに伴う商取引の多様化・複雑化は、新たな消費者トラブル、消費者被害の発生をまねいています。

全国の消費生活相談窓口に寄せられる相談の傾向として、全相談数に占める高齢者の相談割合は増えてきています。こうしたことに対応するため、国においては平成28（2016）年、平成30（2018）年に「消費者契約法」を改正し消費者保護の強化を図るとともに、平成28（2016）年には「特定商取引に関する法律」（以下「特定商取引法」という。）を改正し、悪質な事業者への対応の強化を図ってきました。

また、国においては、消費者が「どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、安全・安心が確保される地域体制」の整備を進めており、平成27（2015）年度から「地方消費者行政推進交付金」制度を創設し、「地方消費者行政強化作戦」に基づき、地方消費者行政の充実・強化に取り組んできました。さらに、平成30（2018）年度からは、「地方消費者行政強化交付金」制度を創設し、「持続可能な開発目標（SDGs）」に関連する施策や社会経済状況の変化に対応した地方消費者行政の体制整備など、重要な消費者政策に積極的に取り組む地方公共団体を支援しています。

(2) 民法改正による成年年齢の引下げ

民法では、法定代理人の同意なく未成年者が単独で行った法律行為については、法定代理人が取り消すことができます（未成年者取消権）。

20歳になった若年者（成人）に注目すると、消費生活相談件数は未成年者と比べて多くなっており、それらの相談の中には、未成年者取消権による保護がなくなる満20歳を迎えた直後に、悪質な事業者のターゲットとなった事例もみられます。

平成30（2018）年に民法が改正され、令和4（2022）年4月から成年年齢が18歳に引き下げられます。この成年年齢引下げに伴い、18歳から単独で契約行為が行えるようになる一方で、これまで未成年ということで保護されていた18歳、19歳の若年者が、保護の対象から外れることになるため、消費者被害の未然防止、拡大防止に向け、学校等における消費者教育の取

組を強化していく必要があります。

(3) 学習指導要領の改訂

平成29(2017)年には、小・中学校の学習指導要領が改訂され、小学校の社会科、家庭科で、また、中学校の社会科(公民的分野)、技術・家庭科(家庭分野)で消費者教育に関する内容が充実されました。さらに、平成30(2018)年には、高等学校の学習指導要領が改訂され、成年年齢の引下げをふまえ、公民科、家庭科等において消費者教育に関する内容の充実が図られました。今後、小学校においては令和2年度より、中学校においては移行期間を経て令和3年度より、高等学校においては移行期間を経て令和4年度より、新たな学習指導要領に基づく体系的な消費者教育の実施が求められます。

(4) 高度情報通信社会の進展

情報通信技術の高度化等によるパソコンやタブレット型端末、スマートフォン等の情報通信機器の急速な普及は、消費者のライフスタイルに大きな変化をもたらしています。

このような高度情報通信社会の進展により、インターネットは、事業活動だけでなく日常生活でも欠くことのできないものとなり、消費者は自宅に居ながらにして手軽に商品やサービスを購入できるようになりました。

この結果、全世代にわたりインターネットを利用した通信販売や架空請求トラブルに巻き込まれるケースが後を絶ちません。

さらに、IoT^{※4}や人工知能(AI)等の新技術を活用した新たなビジネスの登場や電子マネーや暗号資産(仮想通貨)^{※5}の利用、キャッシュレス決済の普及等決済手段の多様化・高度化が進むなど、消費者の利便性が高まる一方で、新たな消費者トラブルの発生が懸念されます。

こうしたことから新たな消費者被害に対応するため、国や県、市町が役割分担し、一体となって消費者行政に取り組んでいくとともに、安全で安心できる消費生活を確保するためには、消費者団体、事業者団体等と連携し、幅広く啓発活動を行う必要があります。

(5) 「持続可能な開発目標(SDGs)」達成への貢献

「持続可能な開発目標(SDGs)」は、平成27(2015)年9月に国連の「持続可能な開発サミット」で採択された令和12(2030)年までの国際目標です。SDGsでは、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、開発途上国のみならず先進国も

実施に取り組むものになっています。

SDGsの目標12では「つくる責任・つかう責任」が掲げられ、世界全体の一人当たりの食料廃棄の半減や人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが盛り込まれています。

全ての人は消費者であり、消費者の活動規模は社会経済活動全体の中で大きな割合を占めていることから、公正・健全な社会と安全・安心な消費生活の実現を図る消費者施策の取組を通じて、SDGsの達成に貢献することが求められます。

【持続可能な開発目標（SDGs）】

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



SDGs ポスター（出展：国際連合広報センターホームページ）

【消費者施策とSDGsの関連】

消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行う倫理的消費（エシカル消費）の普及・啓発は、SDGsの目標「12. つくる責任・つかう責任」に関連する取組です。

また、消費者施策は、SDGsの目標「1. 貧困をなくそう」、「4. 質の高い教育をみんなに」、「17. パートナiershipで目標を達成しよう」との関連が強く、これらの目標達成に貢献するものです。

※倫理的消費（エシカル消費）については、P.49、P50「コラム」参照

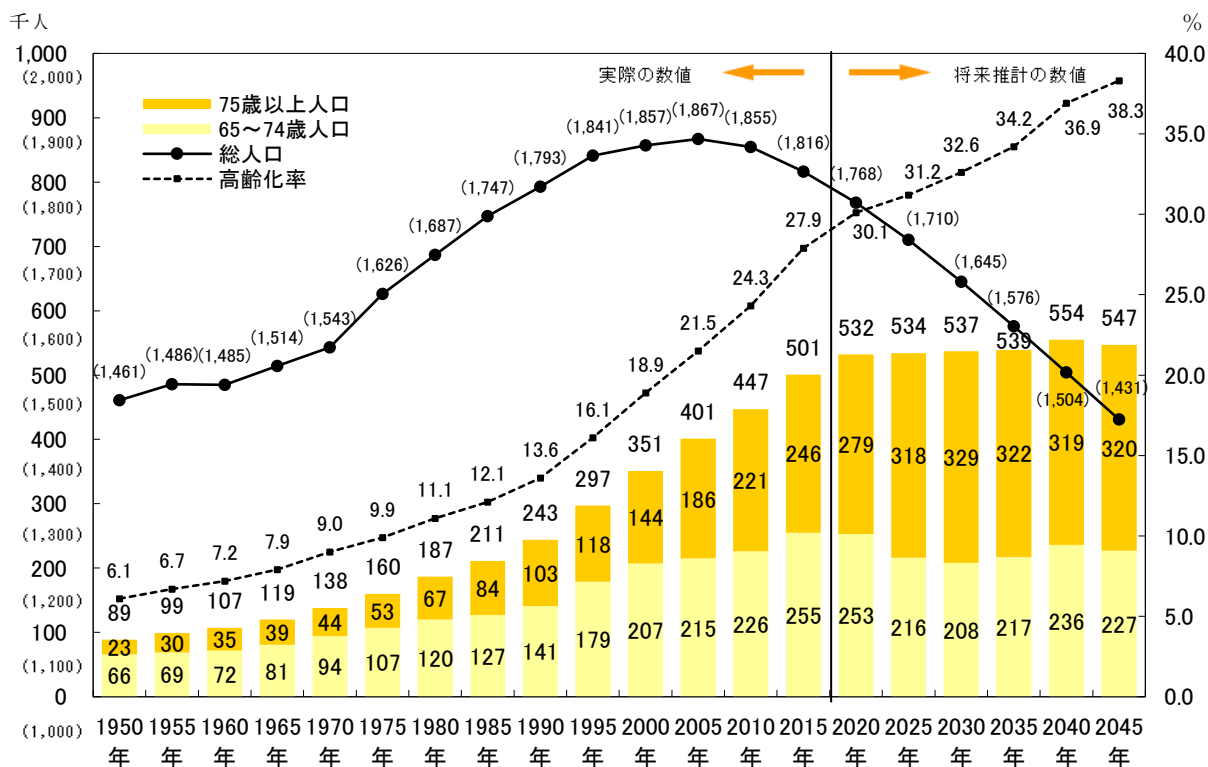


2 三重県における消費生活をめぐる現状と課題

(1) 高齢化の進展

三重県の総人口に占める高齢者(65歳以上)人口の割合は、平成27(2015)年には27.9%でしたが、年々増加し、令和2(2020)年には30%を超え、令和17(2035)年には34.2%、令和27(2045)年には38.3%となり、およそ4割が高齢者になると推計されています。

三重県の高齢化の推移と将来推計



資料：2015年以前は総務省統計局「国勢調査」、2020年以後は国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成30年3月推計）」から作成

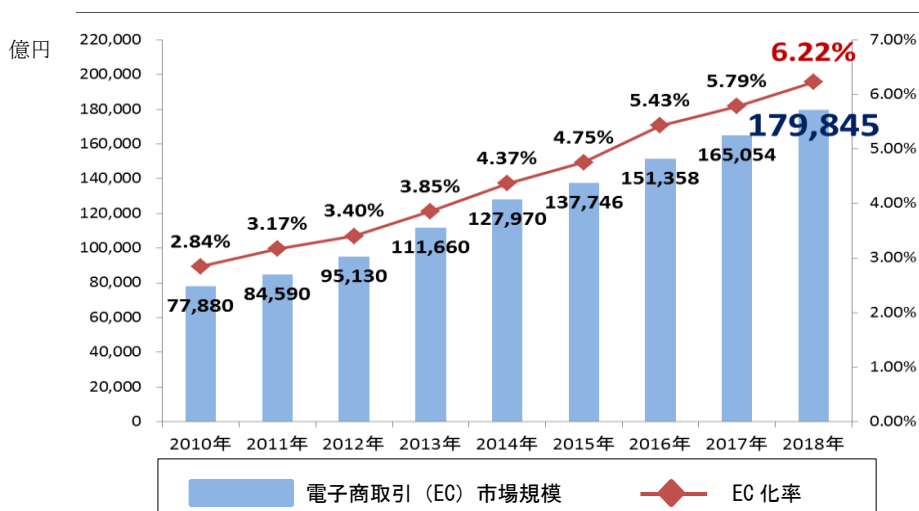
また、国立社会保障・人口問題研究所の『日本の世帯数の将来推計』（平成30(2018)年調査）によれば、三重県の高齢者人口に占める一人暮らしの世帯の割合は、平成27(2015)年の16.3%から、令和17(2035)年には20.0%となり、高齢者の5人に1人は一人暮らしになると推計されています。

このようなことから、高齢者の消費者トラブル防止のための啓発を一層進めるとともに、消費者に身近な市町における相談体制及び見守り体制の充実に向けた取組が求められます。

(2) インターネット社会の急激な進展

日本国内の消費者向けの電子商取引の市場規模は年々増加してきており、平成22(2010)年の7.8兆円から平成30(2018)年には18兆円となり、8年間で約2.3倍となっています。

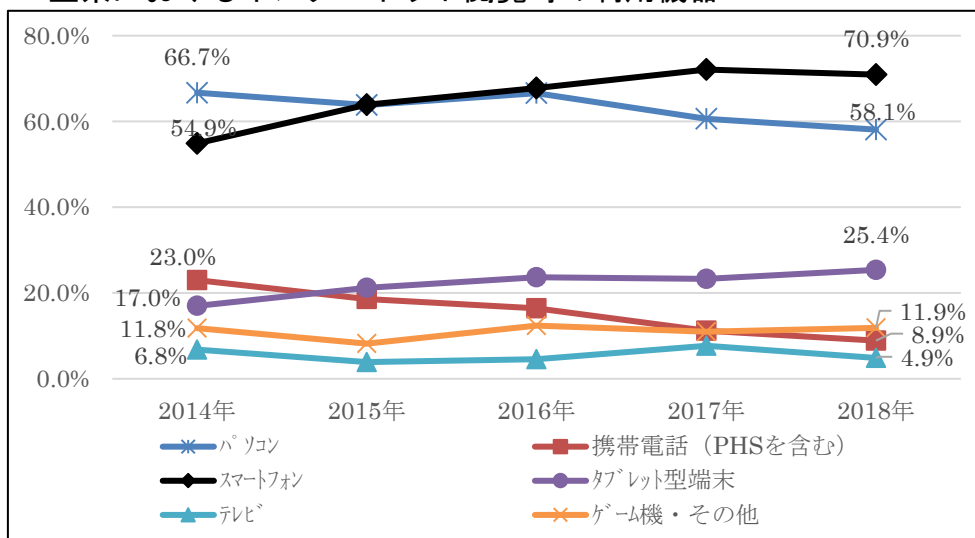
消費者向け電子商取引市場規模の推移



資料：「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」（経済産業省）から作成

このような中で、総務省「通信利用動向調査」によると、三重県においてインターネットを閲覧する際にスマートフォンを利用する人の割合は平成26(2014)年の54.9%から平成30(2018)年には70.9%に増加しており、パソコンを上回る結果となっています。また、タブレット型端末についても利用する人の割合が増加しています。スマートフォンやタブレット型端末の利用により、いつでも、どこでも、手軽に商品やサービスの購入が可能となっています。

三重県におけるインターネット閲覧時の利用機器



資料：平成30年「通信利用動向調査」（総務省）から作成

また、三重県教育委員会事務局が実施した、平成30年度「スマートフォン等の使用に関する実態調査」によれば、小学生の39.3%、中学生の72.2%、高校生の98.2%が、自分専用の携帯電話やスマートフォンを所持して使用していると回答しており、若年者にもスマートフォン等が普及していることがわかります。

スマホ（携帯電話やスマートフォン）の所持率

	小学生	中学生	高校生
自分専用のスマホを所持して使用している	39.3%	72.2%	98.2%
自分は所持していないが、保護者・友だち等のスマホを借りて使用している、または使用したことがある	50.7%	20.7%	0.6%
自分は所持しておらず、使用したこともない	10.0%	7.1%	1.2%

資料：平成30年度「スマートフォン等の使用に関する実態調査」（三重県教育委員会事務局）から作成

このようなことから、インターネット社会に潜む危険性について、若年者から高齢者に至るまで、さまざまな手段を用いて啓発を行うほか、民法の成年年齢引下げに伴い、若年者に対する知識と意識の向上を図るための消費者教育の強化が求められます。

(3) 外国人住民の増加

平成30（2018）年12月末現在の三重県の外国人住民数は50,612人で、前年より2,947人（6.2%）増加し、平成26（2014）年から5年連続で増加しました。

また、三重県の総人口に占める外国人住民の割合は、「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数」（総務省）によると平成31（2019）年1月1日現在で2.78%であり、全国順位は第4位となっています。

「出入国管理及び難民認定法」の改正に伴い、平成31（2019）年4月に在留資格「特定技能」が創設されたことから、今後さらに外国人住民が増加することが予想されます。

このようなことから、外国人住民の消費者トラブルの未然防止・拡大防止に向け、市町や関係機関と連携し、多言語に対応した相談や啓発活動を実施することが求められます。

3 三重県における消費生活相談の状況

(1) 三重県消費生活センターにおける消費生活相談の状況

三重県消費生活センターでは、消費生活に関する問合せや消費者トラブルの苦情を受け付け、解決に向けた助言やさまざまな情報を提供しています。

① 相談件数の推移（受付件数）

三重県消費生活センターで受け付けた相談件数は、平成26（2014）年度は4,056件でしたが、平成30（2018）年度は2,586件であり、減少傾向にあります。

平成29（2017）年度には3,056件と前年度に比べて増加しましたが、これは、訴訟をほのめかす、はがきによる架空請求の増加が主な要因です。

(表1) 三重県消費生活センターにおける相談受付件数の推移（件）

項目	H26	H27	H28	H29	H30
相談受付件数	4,056	2,753	2,487	3,056	2,586
対前年度増減	▲274	▲1,303	▲266	569	▲470
増減率（%）	▲6.3	▲32.1	▲9.7	22.9	▲15.4
問合せ	194	176	145	139	99
架空請求	947	621	526	870	472
その他相談	2,915	1,956	1,816	2,047	2,015

② 年代別苦情相談件数の推移

契約当事者の年代別苦情相談件数をみると、平成26（2014）年度は、30歳代以上は500件から600件台と、ほぼ横並びとなっています。

しかし、平成30（2018）年度には30歳代及び40歳代の割合が減少し、50歳代以上の割合が増加しました。特に60歳代以上の高齢者の相談件数に占める割合は年々増加しており、平成30（2018）年度には40%を超えました。

一方、未成年者や20歳代の若年者の相談件数は少ないですが、20歳代の相談件数は未成年者のおよそ3倍となっており、その要因の一つとして、成人を契機に消費者トラブルに巻き込まれるケースが考えられます。

（表2）契約当事者の年代別苦情相談件数の推移（件）

	H26	H27	H28	H29	H30
未成年	141 (3.7)	99 (3.8)	64 (2.7)	49 (1.7)	45 (1.8)
20歳代	328 (8.5)	216 (8.4)	205 (8.8)	187 (6.4)	141 (5.7)
30歳代	526 (13.6)	296 (11.5)	285 (12.2)	250 (8.6)	204 (8.2)
40歳代	690 (17.9)	466 (18.1)	394 (16.8)	452 (15.5)	358 (14.4)
50歳代	581 (15.0)	434 (16.8)	384 (16.4)	558 (19.1)	419 (16.8)
60歳代	584 (15.1)	395 (15.3)	415 (17.7)	624 (21.4)	462 (18.6)
70歳以上	606 (15.7)	400 (15.5)	337 (14.4)	467 (16.0)	542 (21.8)
不明	405 (10.5)	271 (10.5)	258 (11.0)	330 (11.3)	316 (12.7)
合計	3,861	2,577	2,342	2,917	2,487

（表2）の苦情相談件数は（表1）の相談受付件数から問合せ（H26年度は「個人情報のみの苦情」1件を加える。）を除いた件数です。

表中の（ ）内は構成比（%）

③ 販売方法別苦情相談件数の推移

販売方法別の苦情相談件数をみると、いずれの年度においても通信販売に関する相談が最も多く、次に店舗販売に関する相談が多くなっています。スマートフォン等の利用により、手軽に商品やサービスが購入できる一方で、店舗販売などに比べ、消費者トラブルになるケースが多いことが伺えます。

また、訪問販売、電話勧誘販売やマルチ商法※6など、その他の販売方法については、平成26（2014）年度に比べ平成30（2018）年度の相談件数は減少しているものの、相談件数に占める割合に大きな変化はなく、依然として多くの消費者がトラブルに巻き込まれている現状があります。

（表3-1）販売方法別苦情相談件数の推移（件）

項目	H26	H27	H28	H29	H30
通信販売	1,422 (36.8)	1,003 (38.9)	943 (40.3)	985 (33.8)	789 (31.7)
店舗販売	1,064 (27.6)	720 (27.9)	658 (28.1)	675 (23.1)	623 (25.1)
訪問販売	446 (11.6)	290 (11.3)	240 (10.2)	292 (10.0)	249 (10.0)
電話勧誘販売	372 (9.6)	223 (8.7)	187 (8.0)	174 (6.0)	155 (6.2)
マルチ商法	53 (1.4)	57 (2.2)	48 (2.0)	50 (1.7)	42 (1.7)
訪問購入	23 (0.6)	18 (0.7)	22 (0.9)	21 (0.7)	21 (0.8)
ネットショップ ※7	13 (0.3)	13 (0.5)	11 (0.5)	17 (0.6)	12 (0.5)
その他無店舗 販売	20 (0.5)	22 (0.9)	15 (0.6)	11 (0.4)	17 (0.7)
不明等	448 (11.6)	231 (9.0)	218 (9.3)	692 (23.7)	579 (23.3)
合計	3,861	2,577	2,342	2,917	2,487

（表3-1）の苦情相談件数は（表1）の相談受付件数から問合せ（H26年度は「個人情報のみの苦情」1件を加える。）を除いた件数です。

表中の（ ）内は構成比（％）

なお、60歳代以上における販売方法別の苦情相談件数をみると、平成26(2014)年度には店舗販売が通信販売を上回っていましたが、平成27(2015)年度以降は通信販売の方が多くなっています。

また、全年代に比べると、通信販売や店舗販売の相談割合が低く、訪問販売、電話勧誘販売や訪問購入の相談割合が高くなっています。これは、他の年代と比べて在宅機会が多いことによるものと考えられます。

(表3-2) 60歳代以上における販売方法別苦情相談件数の推移 (件)

項目 (上位5項目)	H26	H27	H28	H29	H30
通信販売	294 (24.7)	219 (27.5)	252 (33.5)	279 (25.6)	255 (25.4)
店舗販売	304 (25.5)	199 (25.0)	202 (26.9)	207 (19.0)	218 (21.7)
訪問販売	196 (16.5)	134 (16.9)	92 (12.2)	127 (11.6)	120 (12.0)
電話勧誘販売	202 (17.0)	102 (12.8)	93 (12.4)	83 (7.6)	77 (7.7)
訪問購入	15 (1.3)	13 (1.6)	12 (1.6)	14 (1.3)	16 (1.6)
60歳以上の相談件数 (総数)	1,190	795	752	1,091	1,004

(表3-2)は平成30年度の上位5項目にあわせて表記しています。

表中の()内は構成比 (%)

④ 商品・役務別苦情相談件数の推移

商品・役務別苦情相談件数をみると、平成26(2014)年度から平成28(2016)年度までは、デジタルコンテンツ※₈に関する相談が最も多くありましたが、平成29(2017)年度からは、商品の特定されない架空請求等の商品一般が急増しています。これは、訴訟をほのめかす、はがきによる架空請求が急増したためです。

また、健康食品や化粧品に関する相談が増加しています。

(表4-1) 商品・役務別苦情相談件数の推移 (件)

項目(上位10項目)	H26	H27	H28	H29	H30
商品一般	182	85	78	517	401
デジタルコンテンツ	895	624	519	467	254
健康食品	76	59	72	86	106
工事・建築	161	88	72	108	89
不動産貸借	113	71	77	87	75
化粧品	39	36	34	51	73
ファンド型投資商品※ ₉	75	20	26	30	68
インターネット接続回線	155	140	129	94	58
フリーローン・サラ金	85	60	61	52	55
携帯電話サービス	56	35	39	48	50

(表4-1)は平成30年度の上位10項目にあわせて表記しています。

平成30（2018）年度における年代別の商品・役務別苦情相談件数をみると、40歳代以下はデジタルコンテンツに関する相談が最も多くなっており、その割合は年代が下がるほど高くなっています。特に未成年においてはその割合が4割程度と極めて高くなっています。また、50歳代以上は商品一般に関する相談が最も多くなっています。

（表4-2）平成30（2018）年度 年代別の商品・役務別苦情相談件数

	未成年	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代以上	団体・不明
1	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	商品一般	商品一般	商品一般	商品一般
	17	26	31	45	80	137	102	32
	37.78	18.44	15.20	12.57	19.09	29.65	18.82	10.13
2	携帯電話サービス	四輪自動車	化粧品	商品一般	デジタルコンテンツ	デジタルコンテンツ	ファンド型投資商品	電気
	3	9	13	39	51	50	33	17
	6.67	6.38	6.37	10.89	12.17	10.82	6.09	5.38
3	テレビ放送サービス	不動産貸借	不動産貸借	健康食品	化粧品	インターネット接続回線	健康食品	リースサービス
	3	8	9	20	18	15	31	16
	6.67	5.67	4.41	5.59	4.30	3.25	5.72	5.06
4	健康食品	エステティックサービス	商品一般	化粧品	健康食品	健康食品	工事・建築	広告代理サービス
	2	5	8	16	16	15	26	14
	4.44	3.55	3.92	4.47	3.82	3.25	4.80	4.43
5	学習教材	健康食品	フリーローン・サラ金	不動産貸借	フリーローン・サラ金	工事・建築	デジタルコンテンツ	工事・建築
	1	5	8	16	14	15	24	14
	2.22	3.55	3.92	4.47	3.34	3.25	4.43	4.43
6	運動靴	フリーローン・サラ金	工事・建築	複合サービス会員	携帯電話サービス	ファンド型投資商品	新聞	健康食品
	1	5	7	14	13	14	17	11
	2.22	3.55	3.43	3.91	3.10	3.03	3.14	3.48
7	紳士・婦人洋服	他の内職・副業	インターネット接続回線	四輪自動車	工事・建築	携帯電話サービス	インターネット接続回線	不動産貸借
	1	5	7	11	13	12	15	11
	2.22	3.55	3.43	3.07	3.10	2.60	2.77	3.48
8	パソコンソフト	工事・建築	健康食品	工事・建築	不動産貸借	不動産貸借	修理サービス	デジタルコンテンツ
	1	4	6	10	13	9	12	10
	2.22	2.84	2.94	2.79	3.10	1.95	2.21	3.16
9	不動産貸借	ふとん類	エステティックサービス	フリーローン・サラ金	修理サービス	化粧品	化粧品	インターネット接続回線
	1	4	4	10	11	8	11	9
	2.22	2.84	1.96	2.79	2.63	1.73	2.03	2.85
10	自動車運転教習所	化粧品	四輪自動車	携帯電話サービス	ファンド型投資商品	テレビ放送サービス	固定電話サービス	固定電話サービス
	1	3	3	8	8	8	9	5
	2.22	2.13	1.47	2.23	1.91	1.73	1.66	1.58
その他	14	67	108	169	182	179	262	177
	31.11	47.52	52.94	47.21	43.44	38.74	48.34	56.01
計	45	141	204	358	419	462	542	316
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

上段 商品名

中段 件数

下段 構成比（%）

(2) 三重県内の市町における消費生活相談の状況

県内全ての市町(29市町)において消費生活相談窓口が設置されており、県民のより身近な場所で消費生活に関する相談が受けられる体制が整備されています。また、県内6市において消費生活センターが設置されているほか、5市3町において相談窓口消費生活相談員を配置するなど、相談業務の充実が図られています。

この結果、市町における相談受付件数は増加傾向であり、県における相談受付件数と合わせ、県内全体の相談受付件数は、おおむね1万件程度となっています。

①市町における消費生活相談体制

消費生活センターの設置(6市)

R2.1.1現在

	開設年月	相談員数	相談時間	
四日市市	S47.6	3名	週5	平日9:00~12:00 13:00~16:00
鈴鹿・亀山地区 広域連合	H18.4	3名	週5	平日9:00~12:00 13:00~16:00
津市	H19.1	7名 (1日3名)	週5	平日9:00~12:00 13:00~16:00
伊勢市	H22.10	3名	週5	平日9:00~12:00 13:00~16:00
松阪市	H23.9(H31 .4センター化)	2名	週5	平日9:00~12:00 13:00~16:00

消費生活相談員の配置(5市3町)

R2.1.1現在

	配置年月	相談員数	相談員駐在時間	
桑名市	H19.6	3名 (1日1名)	週5	平日10:00~12:00 13:00~15:00
鳥羽市	H20.4	1名	週2	月・金曜日9:00~12:00 13:00~16:00
いなべ市	H21.10	1名	週3	月・水・金曜日9:00~16:00
明和町	H22.10	1名	月1	第2火曜日10:00~12:00 13:00~15:00
名張市	H23.4	2名	週5	平日8:30~17:15
伊賀市	H23.4	1名	週5	平日9:00~12:00 13:00~16:00
東員町	H23.6	1名	月2	第2・4月曜日9:00~12:00
玉城町	H23.7	1名	週1	水曜日9:00~12:00 13:00~16:00

消費生活センター設置6市を除く

②市町を含めた県内における相談受付件数の推移

	H26	H27	H28	H29	H30
市町における相談件数	7,331	7,443	7,088	8,458	7,819
県における相談件数	4,056	2,753	2,487	3,056	2,586
県内全体の相談件数合計	11,387	10,196	9,575	11,514	10,405

(3) 県と市町との連携強化

社会経済状況の変化に伴い、三重県消費生活センターや市町消費生活センター・消費生活相談窓口における相談が高度化、複雑化しています。

消費生活の安全の確保のため、三重県消費生活センターの専門性を確保し、消費者被害救済のための相談に迅速かつ適切に対応するとともに、市町を含む消費生活相談員の資質向上等を図り、県内どこに住んでいても質の高い相談が受けられるよう、広域連携も含めた市町における消費生活センターの設置促進を図るなど、県と市町との連携を強化し、県全体の相談対応能力の向上を図ることが求められます。