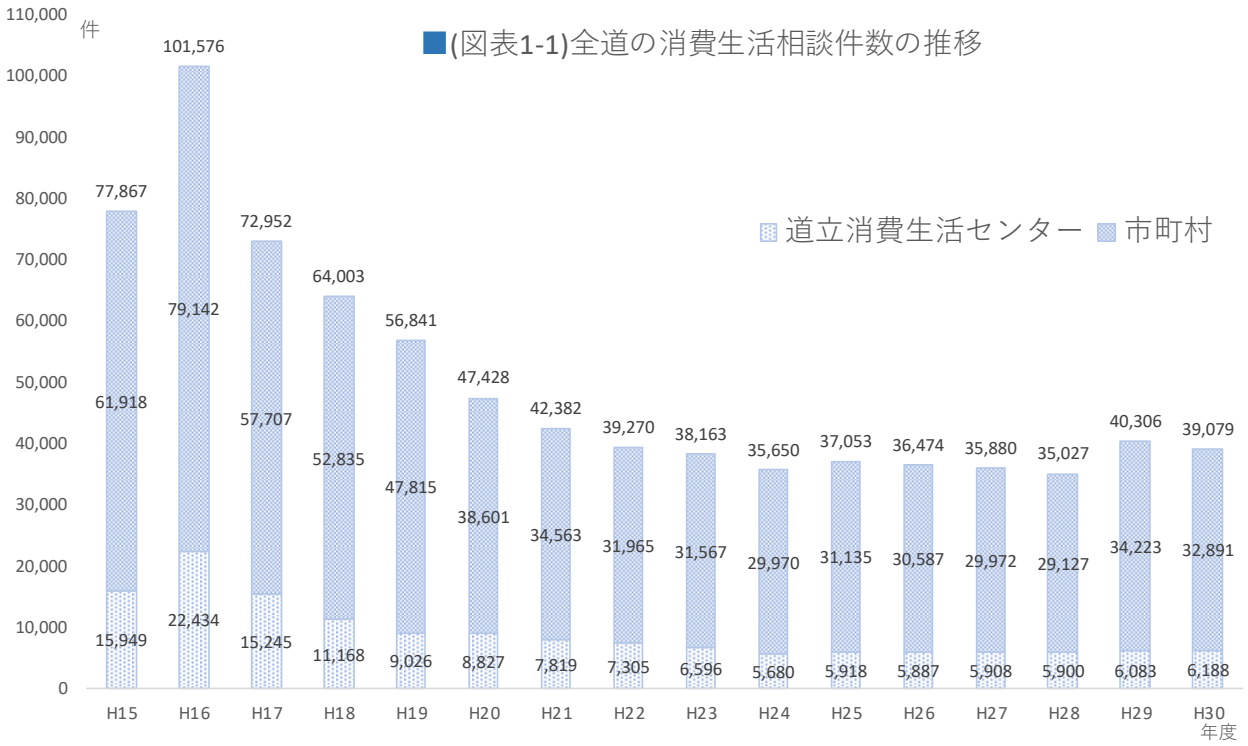
第２章　消費生活を取り巻く現状

1　消費者被害の現状

近年増加している消費生活相談件数

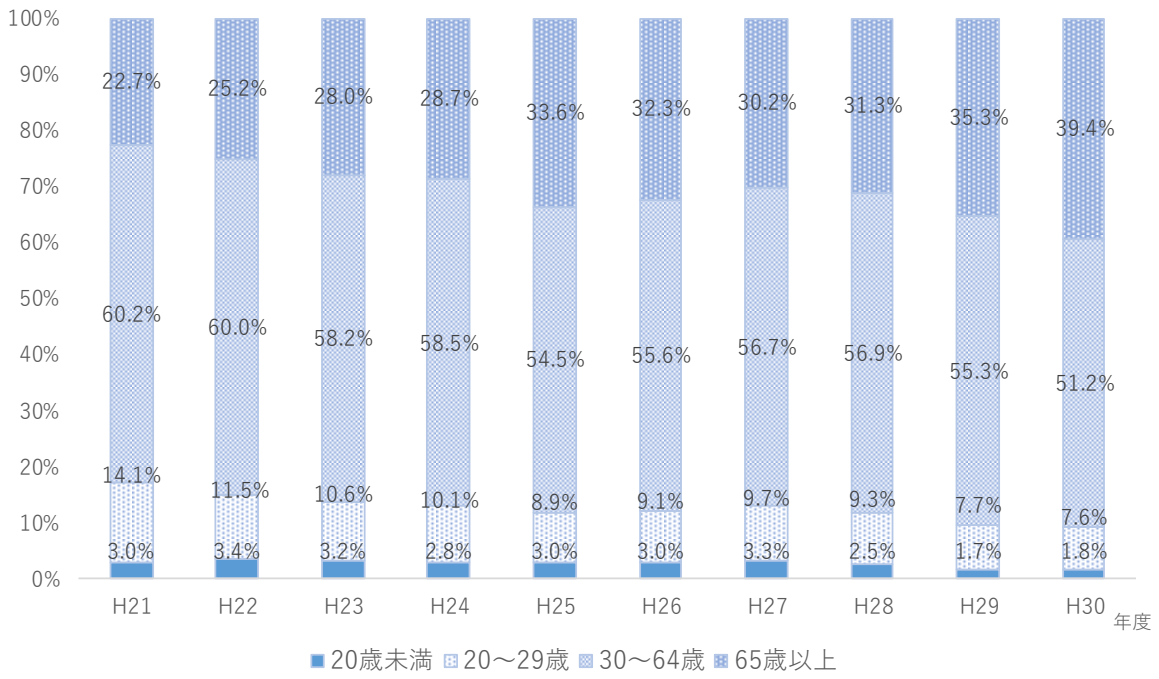
近年の消費生活相談件数の推移を全道でみると、架空請求･不当請求に関連した相談の急増により 10 万件を超えた平成 16 年度（2004 年度）をピークに平成 24 年度（2012 年度）まで減少傾向が続き、その後平成 28 年度（2016 年度）まで 3 万 5,000 件前後で推移しましたが、平成 29 年度（2017 年度）には 4 万件を超え、平成 30 年度（2018 年度）は約 3 万 9,000 件となりました。（図表 1-1）



資料出所：北海道消費生活相談窓口実態調査結果から作成

特に近年、携帯電話やスマートフォン、タブレット等の移動端末の普及により、インターネットの利用が幅広い年代に浸透し、通信関係の相談が多数を占めていることに加え、はがき等を媒体とした架空請求に関する、主に 65 歳以上の高齢者からの相談件数が増加傾向で推移しています。消費生活相談に係る契約当事者の年代別でみると、契約当事者が 65 歳以上の相談件数の割合が拡大を続け、平成 30 年度（2018 年度）には約 4 割に達している反面、20 歳未満及び 20～29 歳の相談件数の割合はいずれも低下傾向で推移しており、両区分を合わせて 29 歳以下としても、近年は全体の 1 割を割り込んでいます。（図表 1-2）

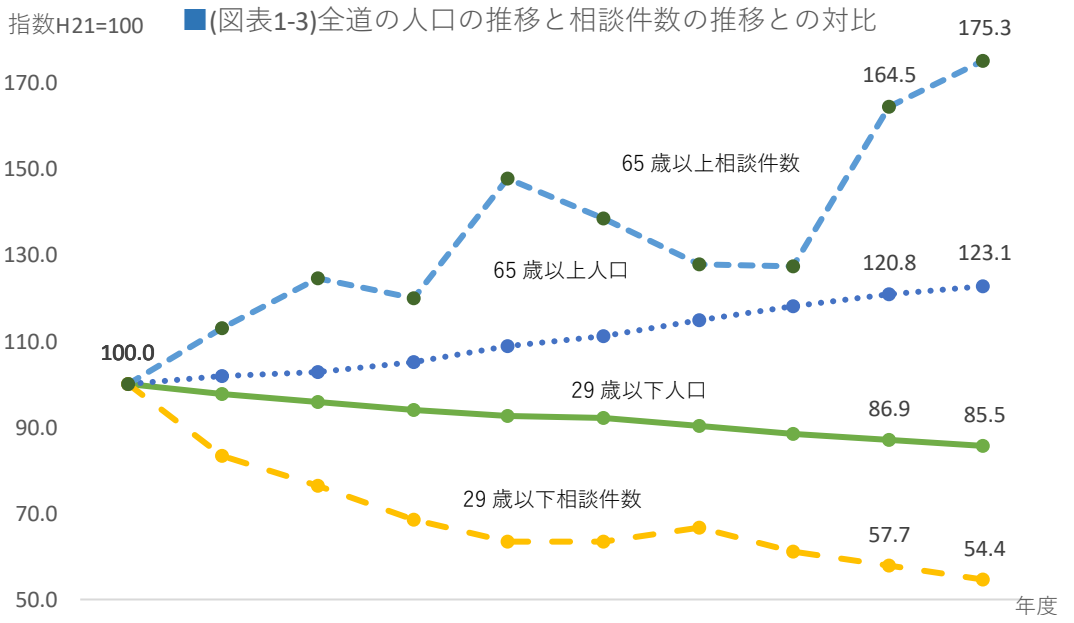
■(図表1-2)全道の消費生活相談に係る契約当事者年代別割合の推移



資料出所：全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）*に登録された消費生活相談情報（令和２年３月 10 日現在。以下同じ。）から作成。年齢不明は総件数から除外して構成比を算出している。

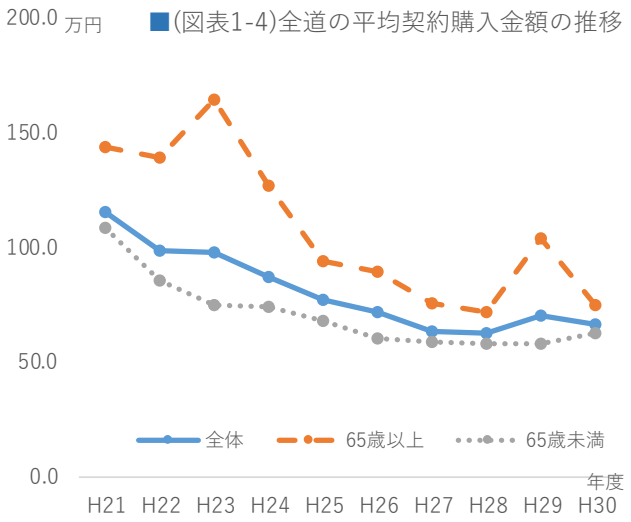
平成 21 年度（2009 年度）を 100 として 65 歳以上と 29 歳以下の相談件数と人口を指数化した数値をみると、65 歳以上では人口の増加率よりも相談件数の増加率が高いのに対し、29 歳以下では人口の減少率よりも相談件数の減少率が高いことがわかります。（図表 1-3）

■(図表1-3)全道の人口の推移と相談件数の推移との対比

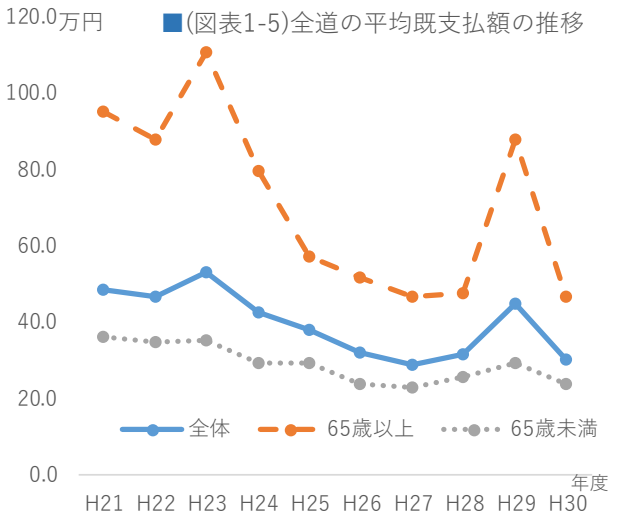


資料出所：相談件数は PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成。人口は住民基本台帳人口（道総合政策部）から作成。平成 21 年（2009 年）を 100 として指数化した数値の推移。

消費生活相談 1 件あたりの平均契約購入金額や平均既支払額の推移をみると、全体としては減少傾向にありますが、65 歳以上の相談者に係る金額は 65 歳未満の相談者に係る金額を常に上回っており、既支払額では 2 倍程度となっています。高齢者の消費者被害が特に深刻であることを表しています。（図表 1-4 及び 1-5）



資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成



資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

商品･サービス別の消費者被害の傾向

この 5 年間の商品･サービス別消費生活相談件数を全道でみると、次のとおり消費者被害の傾向があります。（図表 1-6）

○　平成 29 年度（2017 年度）以降「商品一般」が急増し、相談件数で最多となりました。この増加が、相談件数全体を大きく押し上げているものと考えられます。

これは、はがきによる架空請求に関する相談が、平成 29 年度（2017 年度）以降、急激かつ大幅に増加したことによるものと考えられます。架空請求に関する相談件数は、特に 65 歳以上の相談の増加が著しく、手口としては、はがきにより法務省や裁判所など国の機関名などを騙り、「裁判をする」などの不安をあおるような文面を用い、記載されている電話番号へ連絡させるよう誘導するものです。（図表 1-7 及び 1-8）

○　平成 26 年度（2014 年度）から 28 年度（2016 年度）までは「放送･コンテンツ等」が最多であり 6,000 件程度で推移しましたが、平成 29 年度（2017 年度）から減少しています。これは、アダルト情報サイト等のデジタルコンテンツに関する相談が減少していることによるものですが、相談件数の水準としては依然として高水準となっています。

○　インターネット接続回線やプロバイダ契約、携帯電話･スマートフォンの契約など、「インターネット通信サービス」及び「移動通信サービス」に係る相談件数が、高水準で推移しました。

○　「レンタル･リース･貸借」に関する相談はこの 5 年間 2,300 件程度の件数で推移しており、賃貸借契約をしている集合住宅等から退去する際のトラブルが依然として多数発生しているものとみられます。

○　「健康食品」に関する相談件数は、特にインターネット通販での定期購入による解約トラブルが急増し、平成 26 年度（2014 年度）の件数と比べ平成 30 年度（2018 年度）には約 1.6 倍に増加しています。

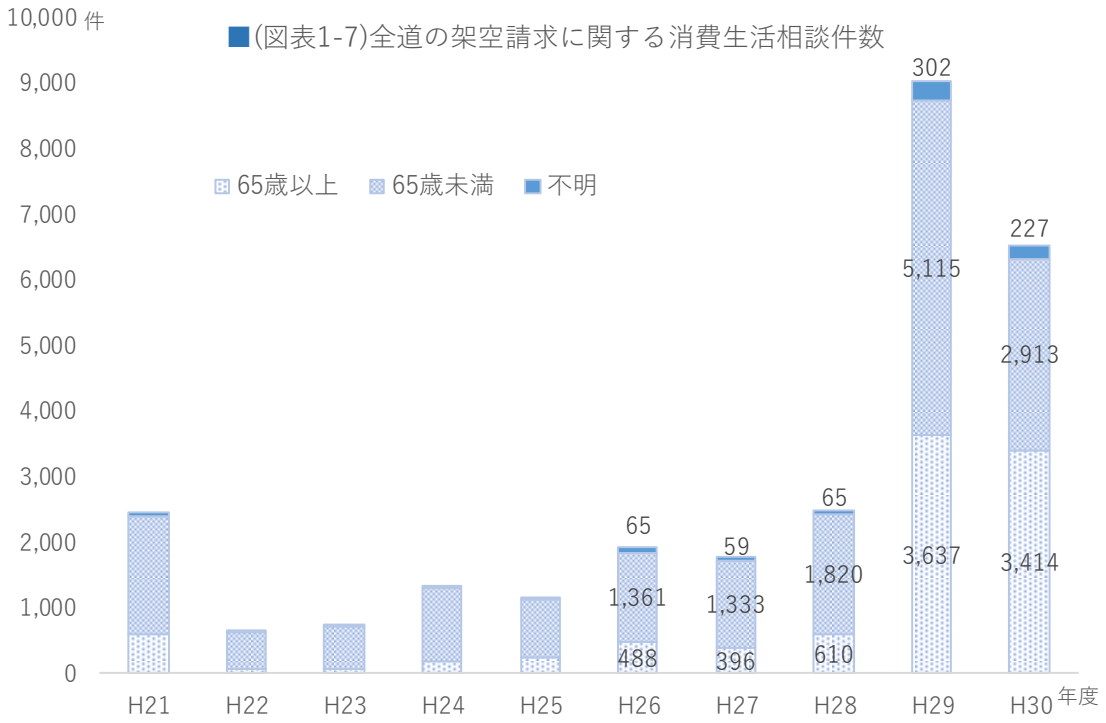
以上を総合すると、第 2 次計画期間中の傾向としては、架空請求関係の急増に加え、インターネットに関連するサービス（特にデジタルコンテンツやインターネット接続回線･携帯電話サービス等）に関しての相談が上位を占めているといえます。

■(図表 1-6)全道の商品･サービス別消費生活相談件数（上位 10 位）（注）

順位	平成26年度（2014年度）		平成27年度（2015年度）		平成28年度（2016年度）		平成29年度（2017年度）		平成30年度（2018年度）		
	商品・サービス名	件数	商品・サービス名	件数	商品・サービス名	件数	商品・サービス名	件数	商品・サービス名	件数	構成比
1	放送・コンテンツ等	6,085	放送・コンテンツ等	6,080	放送・コンテンツ等	6,331	商品一般	7,162	商品一般	7,110	19.4%
2	レンタル・リース・貸借	2,236	レンタル・リース・貸借	2,312	レンタル・リース・貸借	2,298	放送・コンテンツ等	5,950	放送・コンテンツ等	3,959	10.8%
3	商品一般	1,669	インターネット通信サービス	2,049	インターネット通信サービス	1,512	レンタル・リース・貸借	2,207	レンタル・リース・貸借	2,229	6.1%
4	インターネット通信サービス	1,495	商品一般	1,265	商品一般	1,414	インターネット通信サービス	1,437	インターネット通信サービス	1,848	5.0%
5	工事・建築・加工	1,147	役務その他	1,060	役務その他	1,310	健康食品	1,313	健康食品	1,342	3.7%
6	融資サービス	1,046	移動通信サービス	996	健康食品	1,138	移動通信サービス	1,068	移動通信サービス	990	2.7%
7	役務その他	1,030	工事・建築・加工	994	移動通信サービス	1,019	自動車	1,036	役務その他	984	2.7%
8	健康食品	853	健康食品	930	工事・建築・加工	1,021	工事・建築・加工	1,003	自動車	982	2.7%
9	自動車	848	融資サービス	902	自動車	1,086	役務その他	969	工事・建築・加工	982	2.7%
10	移動通信サービス	808	自動車	855	融資サービス	899	融資サービス	768	融資サービス	865	2.4%

資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

注：図表 1-6 の「商品・サービス名」欄の名称について、代表的な商品・サービスは以下のとおり。
放送・コンテンツ等　：有料情報サイト等デジタルコンテンツ、テレビ放送サービス
レンタル・リース・賃借　：集合住宅等の賃貸借契約
インターネット通信サービス：光ファイバー通信
移動通信サービス　：携帯電話やスマートフォン等の通信サービス
工事・建築・加工　：戸建住宅等の工事等の契約
融資サービス　：フリーローン、サラ金

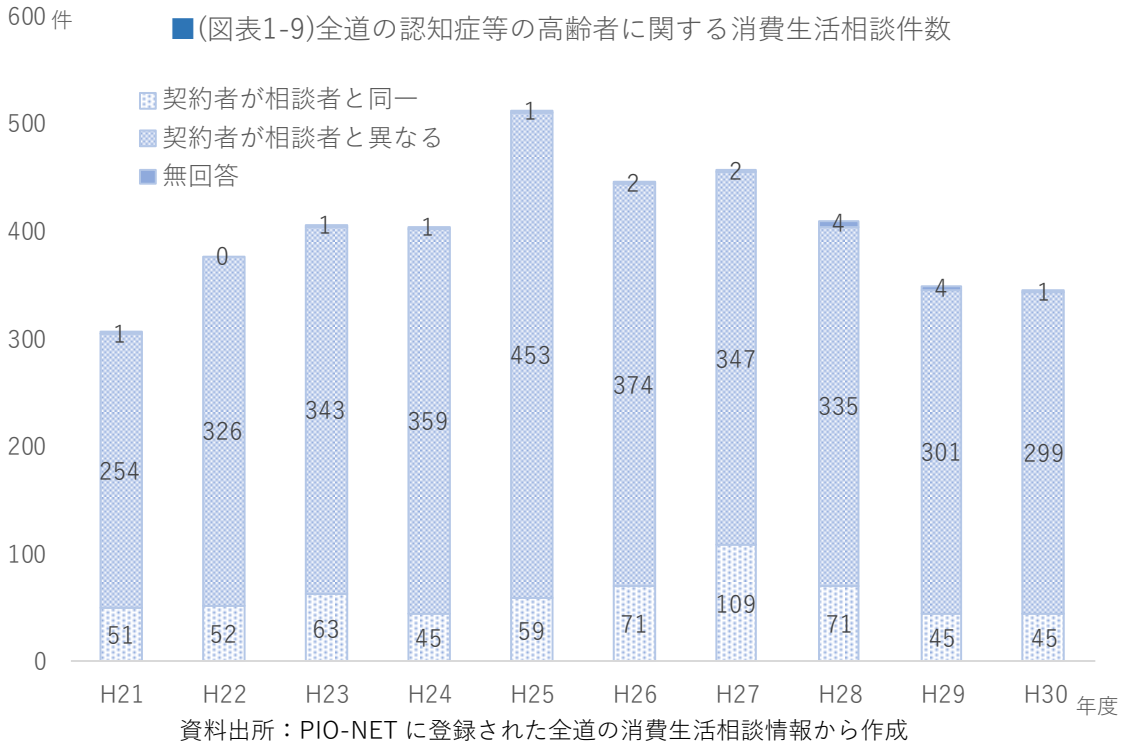


資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

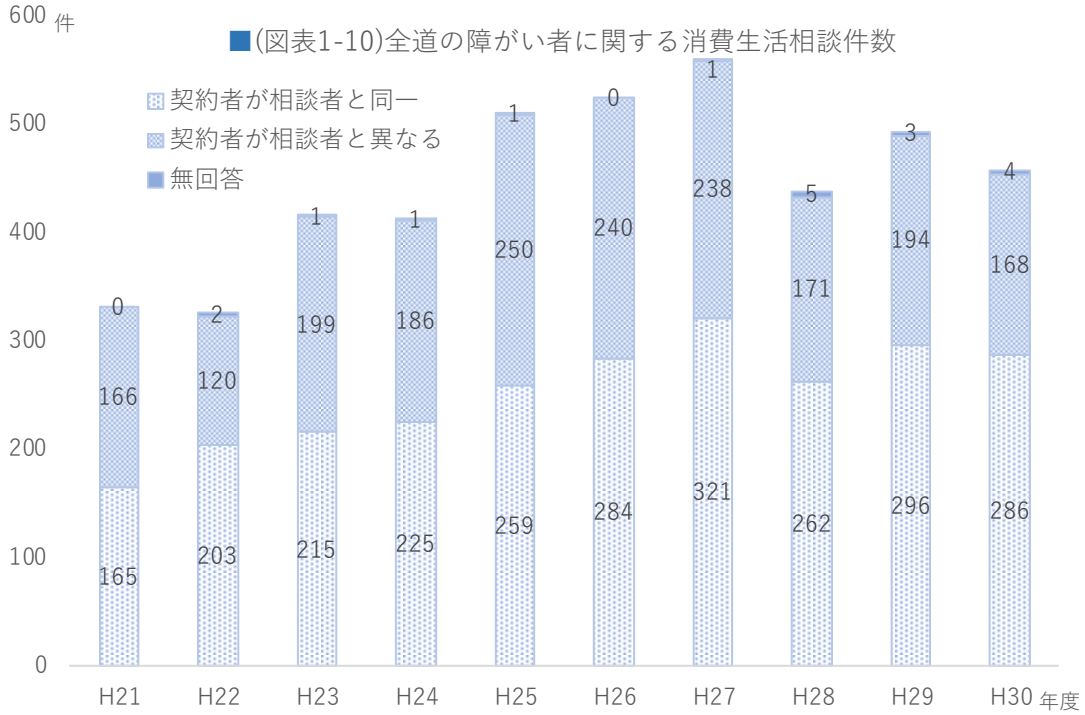
資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

認知症等の高齢者や障がい者等の消費生活相談状況

65 歳以上の高齢者の消費生活相談件数は増加（図表 1-3 参照）していますが、認知症等の高齢者及び障がい者に関する消費生活相談件数は、近年、減少傾向を示しています。また、契約当事者本人から寄せられる相談は少なく、特に認知症等の高齢者では 8 割以上が本人以外からの相談です。認知症など判断力が不十分な高齢者は消費者被害に遭っているという認識が低く、問題が潜在化しやすい傾向があるため、周囲の見守りが必要です。（図表 1-9 及び 1-10）



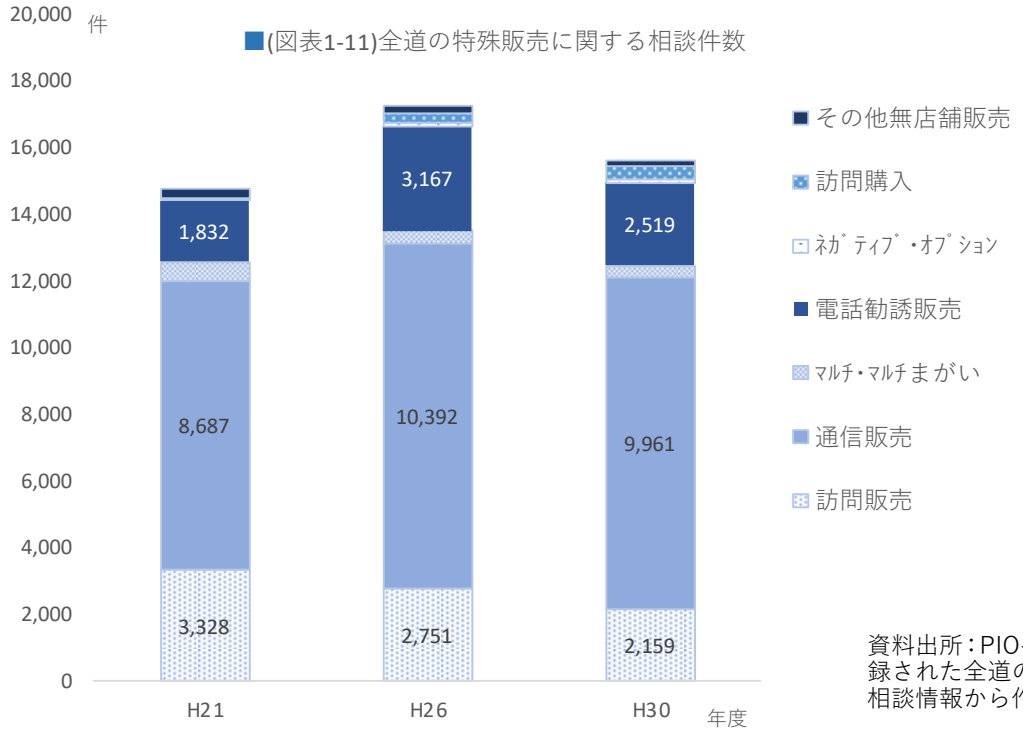
資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成



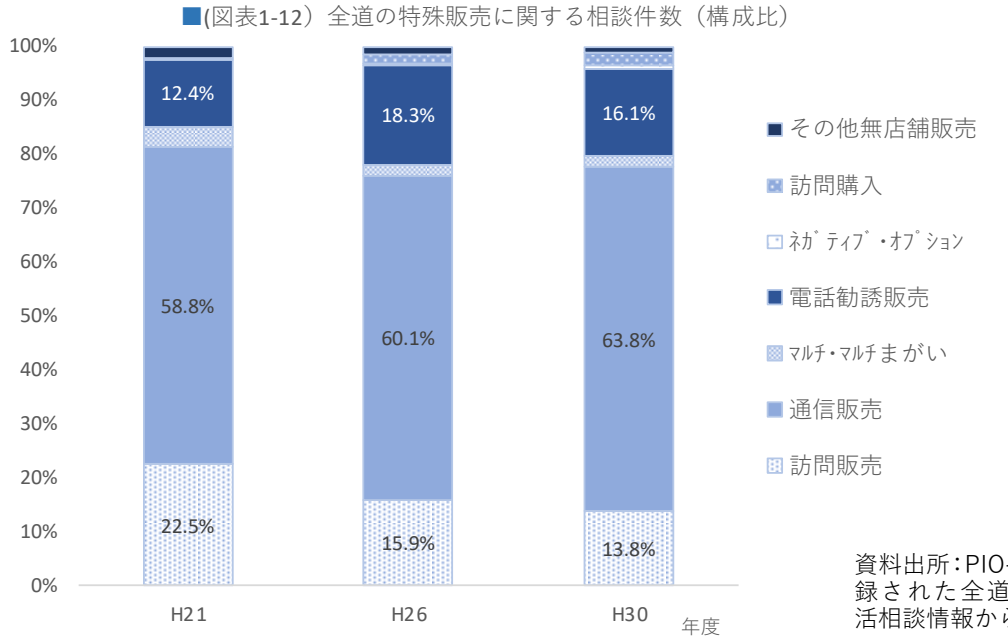
資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

特殊販売に関する消費生活相談傾向

訪問販売*や通信販売*、電話勧誘販売*等の特殊販売*に関する消費生活相談件数の推移をみると、最も相談件数が多いのは通信販売であり、特殊販売全体の 6 割を超え、その割合も拡大傾向にあります。その反面、訪問販売に関する相談は減少傾向で推移しており、全体に占める割合も縮小しています。電話勧誘販売は一時的に増加傾向を示したものの直近では減少しています。（図表 1-11 及び 1-12）



資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成



資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

消費生活相談件数を契約当事者の年代別にみると、訪問販売、電話勧誘販売、ネガティブ・オプション*、訪問購入*では 60 歳代以上の高齢者層の相談が大きなウェイトを占める反面、マルチ・マルチまがい取引*では 20 歳代の若年層の相談割合が高くなっています。また、通信販売は、すべての年代の消費者から相談が寄せられています。（図表 1-13）

■(図表 1-13)全道の特殊販売の形態別契約当事者年代別消費生活相談件数（平成 30 年度(2018 年度)）

（単位：件、％）

販売購入形態	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	その他・不明	計
訪問販売	30	104	132	179	191	311	975	237	2,159
	1.4%	4.8%	6.1%	8.3%	8.8%	14.4%	45.2%	11.0%	100.0%
通信販売	385	883	1,092	1,834	1,904	1,753	1,527	583	9,961
	3.9%	8.9%	11.0%	18.4%	19.1%	17.6%	15.3%	5.9%	100.0%
マルチ・マルチまがい取引	5	116	36	38	43	35	48	13	334
	1.5%	34.7%	10.8%	11.4%	12.9%	10.5%	14.4%	3.9%	100.0%
電話勧誘販売	3	54	104	250	289	500	970	349	2,519
	0.1%	2.1%	4.1%	9.9%	11.5%	19.8%	38.5%	13.9%	100.0%
ネガティブ・オプション	4	7	9	9	7	18	45	13	112
	3.6%	6.3%	8.0%	8.0%	6.3%	16.1%	40.2%	11.6%	100.0%
訪問購入	0	10	14	33	31	55	206	29	378
	0.0%	2.6%	3.7%	8.7%	8.2%	14.6%	54.5%	7.7%	100.0%
その他無店舗販売	1	18	21	19	21	22	52	8	162
	0.6%	11.1%	13.0%	11.7%	13.0%	13.6%	32.1%	4.9%	100.0%
特殊販売全体	428	1,192	1,408	2,362	2,486	2,694	3,823	1,232	15,625
	2.7%	7.6%	9.0%	15.1%	15.9%	17.2%	24.5%	7.9%	100.0%

資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

近年、高齢者層の通信販売に係る相談が増加しており、テレビショッピングのほかに、パソコンや携帯電話・スマートフォン等の普及により、それらを介したインターネット通販等に係わる相談が増加していることが背景とみられます。一方で、29 歳以下においては、以前は多かった架空請求やワンクリック詐欺*などの内容での通信販売の相談件数は大きく減少しています。（図表 1-14 及び 1-15）

■(図表 1-14)全道の通信販売に係る契約当事者別相談件数（平成 21 年度(2009 年度)と平成 30 年度(2018 年度)の比較）

(単位:件)

年齢層	20 歳未満	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上	その他・不明	計
平成 21 年度	668	1,459	2,012	1,627	1,023	823	754	321	8,687
平成 30 年度	385	883	1,092	1,834	1,904	1,753	1,527	583	9,961

資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

■(図表 1-15)全道の通信販売相談件数の伸び率（平成 21 年度(2009 年度)→平成 30 年度(2018 年度)）への寄与度

年齢層	29 歳代以下	30～59 歳	60 歳代以上	その他・不明	全体
伸び率	-9.9%	1.9%	19.6%	3.0%	14.7%

資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

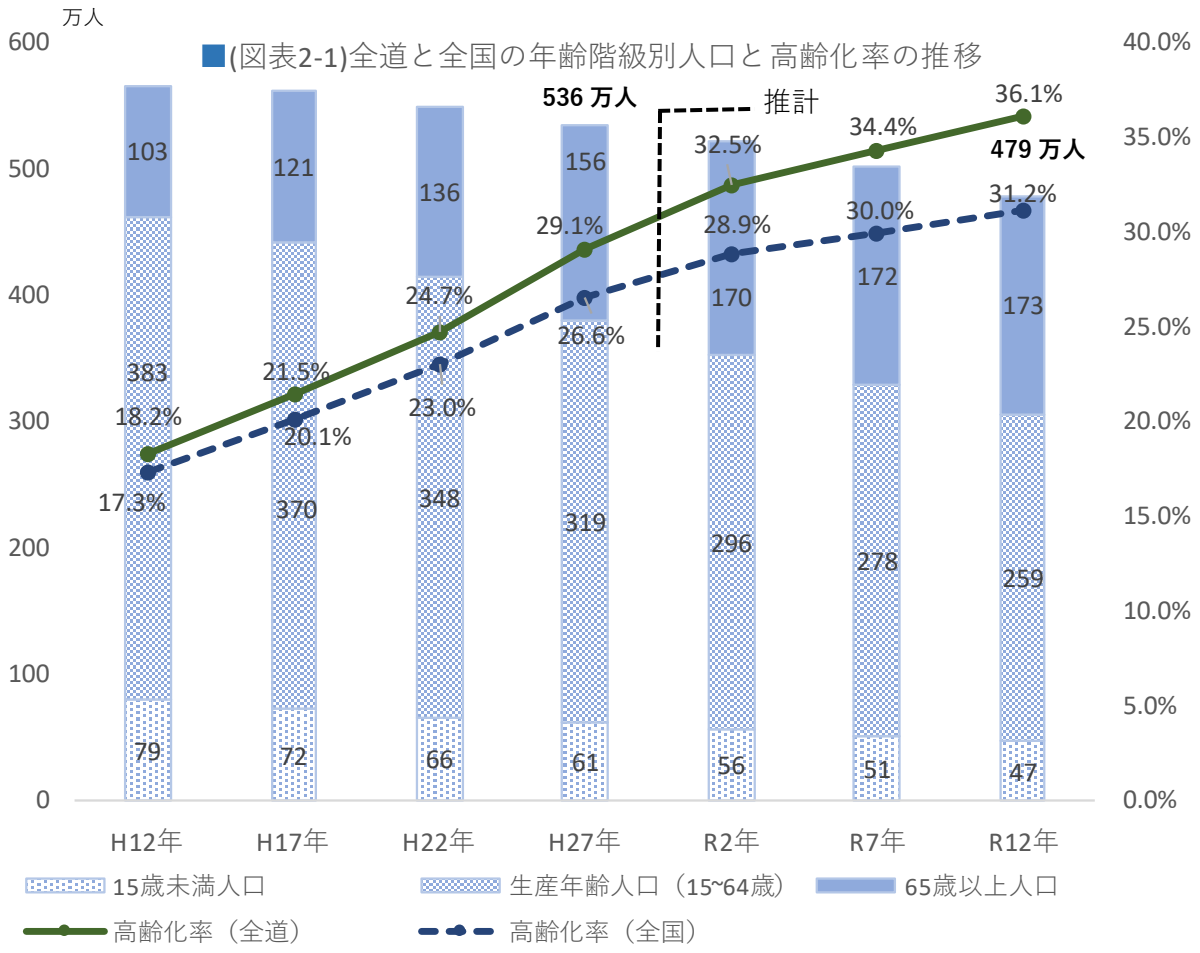
2 消費者を取り巻く社会環境の変化

（1）人口減少と高齢化・在住等外国人の増加

全国を上回るスピードで進む人口減少と高齢化

本道の人口は減少局面に入っており、全国を上回るスピードで高齢化も進んでいます。

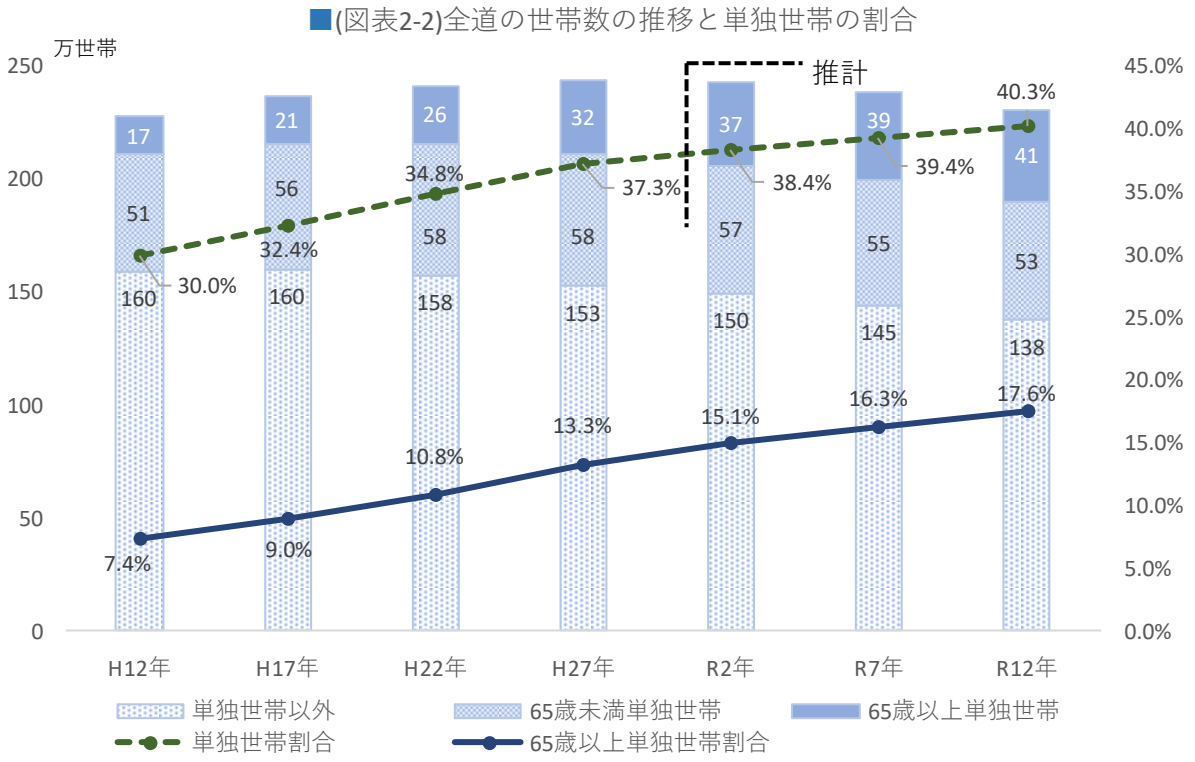
国立社会保障・人口問題研究所による将来人口の推計によると、令和 12 年（2030 年）までには生産年齢人口*が大きく減少して、本道の総人口が 479 万人まで減少する中で、65 歳以上の人口は 173 万人に増加し、高齢化率は 36.1%に達するものと推計されています。（図表 2-1）



資料出所：平成 27 年（2015 年）以前は「国勢調査」（総務省）、令和 2 年（2020 年）以降は「日本の地域別将来推計人口」（国立社会保障･人口問題研究所）により作成。「高齢化率」は総人口に占める 65 歳以上人口の割合。

また、本道における世帯数は、平成 27 年（2015 年）をピークに減少に転じるものの、65 歳以上の単独世帯だけが増加を続け、令和 12 年（2030 年）には 41 万世帯となるものと推計されています。（図表 2-2）

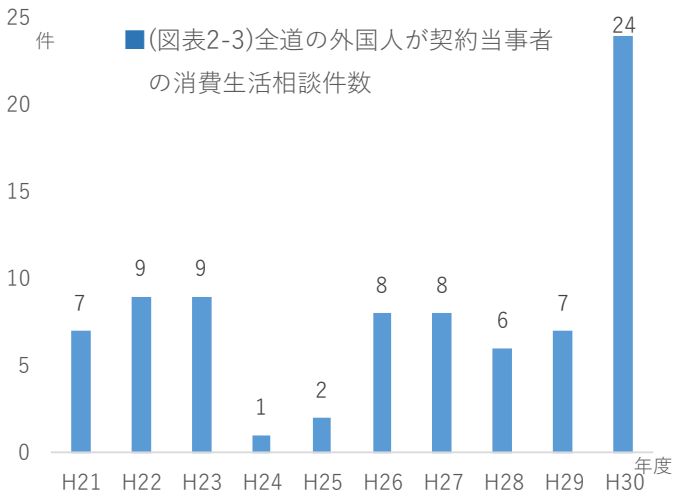
今後、高齢者の単独世帯が増加することにより、家族や周囲の目が届きにくく消費者被害が潜在化する可能性が高まることが懸念されます。



資料出所：平成 27 年（2015 年）以前は「国勢調査」（総務省）、令和 2 年（2020 年）以降は「日本の地域別将来推計人口」（国立社会保障･人口問題研究所）により作成。「高齢化率」は総人口に占める 65 歳以上人口の割合。

訪日又は在住外国人の増加

本道を訪れる外国人や道内に居住する外国人が増加していることに伴い、消費者トラブルの発生も懸念されます。現状としては、外国人を契約当事者とする消費生活相談件数は極めて少ない状況ですが、平成 30 年度（2018 年度）に入り急増しています。（図表 2-3）



資料出所：PIO-NET*に登録された全道の消費生活相談情報から作成

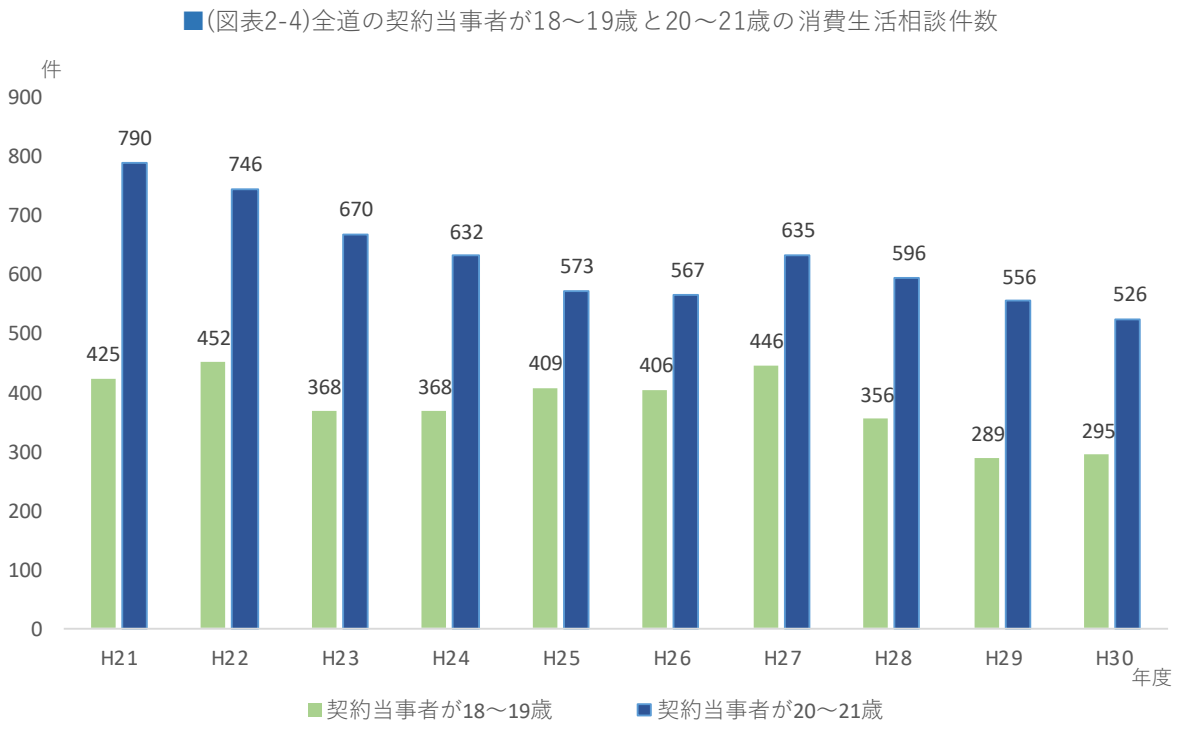
（2）民法改正による成年年齢の引下げ

民法の一部改正の施行により、令和 4 年（2022 年）4 月から、成年年齢が 18 歳に引き下げられます。

民法では、未成年者が法定代理人の同意を得ないでした法律行為は取り消すことができる（未成年者取消権）と定められていますが、成年年齢が 18 歳に引き下げられると、18 歳に達した時点から未成年者取消権を行使できなくなることから、18 歳と 19 歳の若者が新たに悪質事業者のターゲットとされる可能性があります。

近年の消費生活相談件数をみると、18 歳から 19 歳までを契約当事者とする相談と比べ、20 歳から 21 歳までを契約当事者とする相談件数が上回る傾向がみられ、2 倍近くの件数となっている年度もあります。特に 18 歳は、多くの者が高校を卒業し大学等への進学や就職するなど、生活環境が大きく変わる時期でもあります。成年年齢が 18 歳に引き下げられると、この年齢層における消費者被害の拡大と深刻化が懸念されます。（図表 2-4）

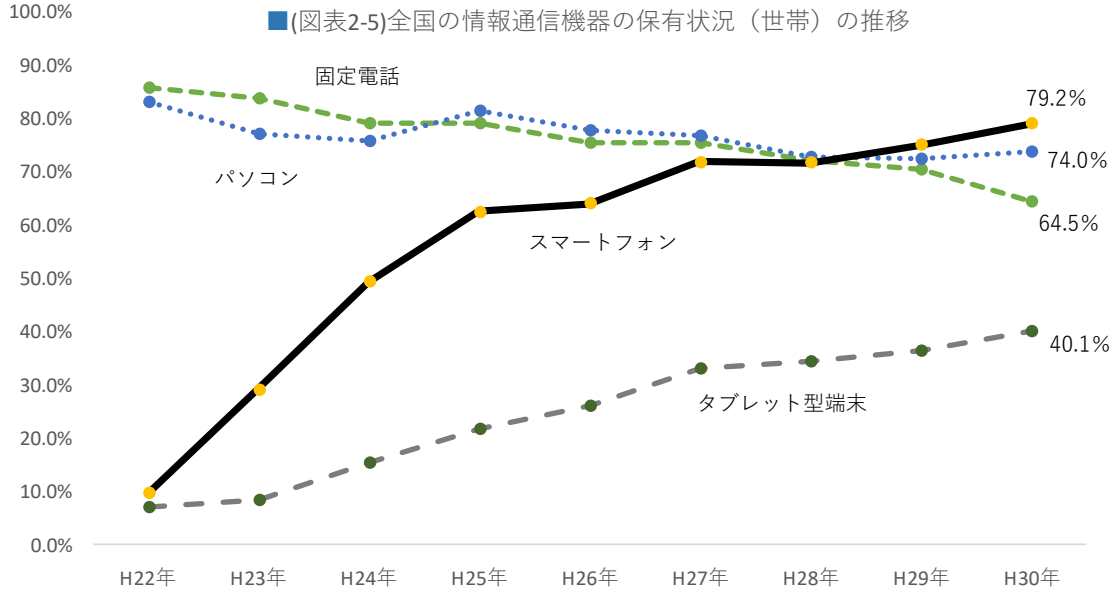
このため、民法の成年年齢の引下げを見据えて、18 歳から 19 歳までを中心とする若年者層に対して、契約をはじめとする消費生活に関する知識や対処能力を身につけるための消費者教育を充実させていく必要があります。



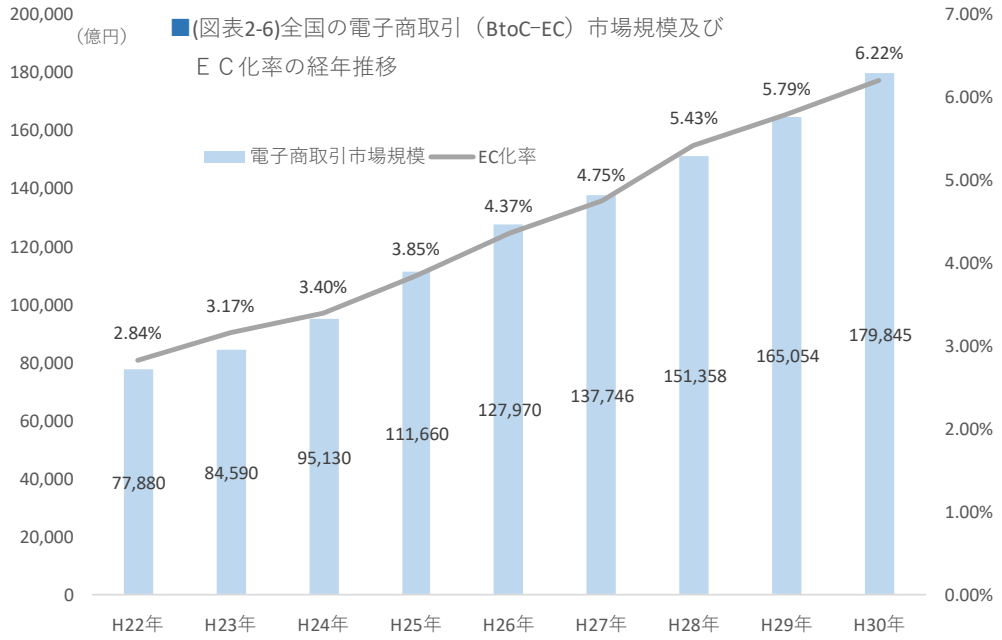
資料出所：PIO-NET*に登録された全道の消費生活相談情報から作成

（3）高度情報通信社会化の進展

近年のインターネットなど情報通信技術の発展は、消費者の生活に大きな変化をもたらしています。スマートフォン、タブレット等の普及や情報通信の技術革新によって、誰もが簡単にインターネット環境にアクセスできるようになり、このような状況を背景に、オンラインサービスを介して、誰もがいつでもどこでも商取引ができる電子商取引*の市場が拡大しています。（図表 2-5 及び 2-6）



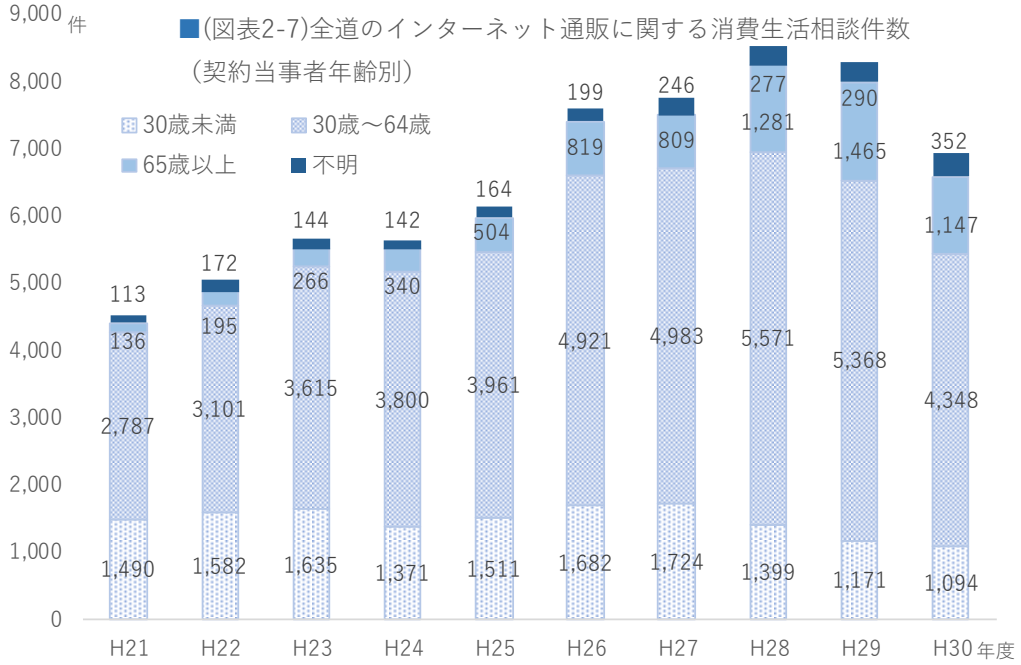
※当該比率は、隔年の世帯全体に占める各情報通信機器の保有割合を示す。
資料出所：通信利用動向調査（総務省）



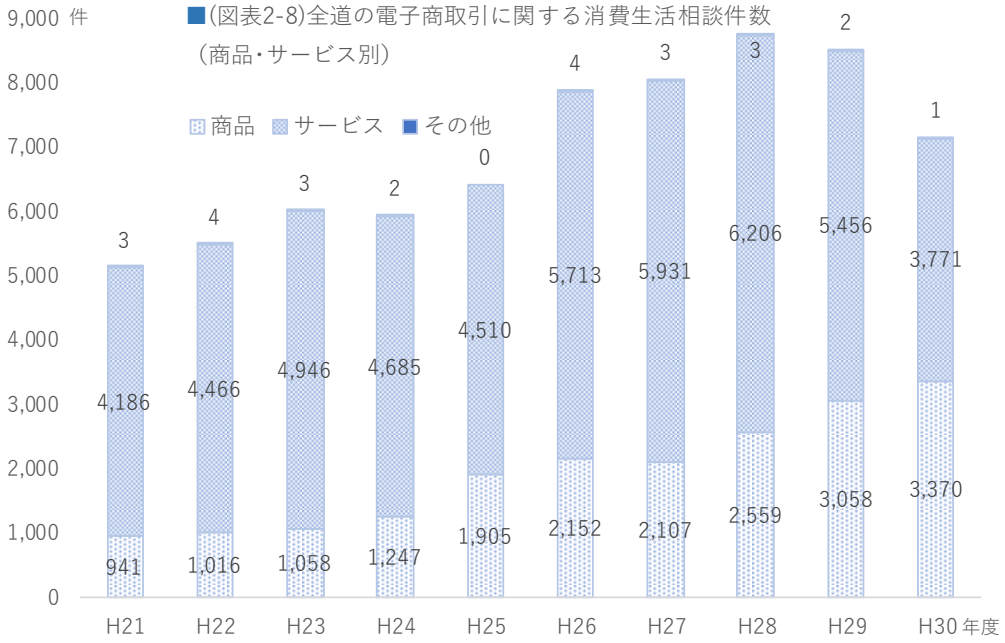
資料出所：平成 30 年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書（経済産業省）
※「電子商取引（B to C-EC）市場規模」は、企業と消費者間での EC（電子商取引）による取引金額を示す。「EC 化率」は、電話、FAX、E メール、相対（対面）等も含めた全ての商取引金額（商取引市場規模）に対する EC 市場規模の割合を示す。

インターネットを介した取引を誰もが手軽にできるようになった結果、インターネット通販に関する消費生活相談件数も全道で近年大きく増加しており、このため、電子商取引に関する消費者トラブルも増加傾向にあり、特に商品の購入に係る消費生活相談件数が近年増加しています。

中でも 30 歳未満の層の相談が減少傾向にある反面、65 歳以上の高齢者層の相談が増加しており、スマートフォンなどの情報通信機器が高齢者層にまで普及した結果、電子商取引においても高齢者の消費者被害が増加しているものとみられます。（図表 2-7 及び 2-8）



資料出所：PIO-NET*に登録された全道の消費生活相談情報から作成



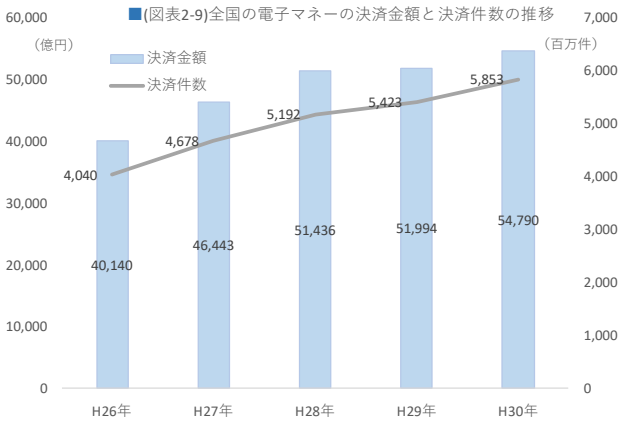
資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

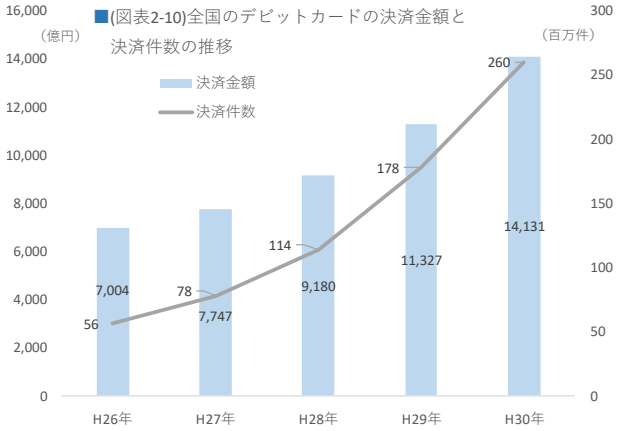
（4）決済手段の多様化･高度化

決済手段の多様化･高度化が進んできており、現金以外での決済の利便性が消費者に認識されるようになったことに伴い、クレジットカードやデビットカード*、電子マネー*、プリペイドカード等の「キャッシュレス決済」に関する消費生活相談が近年大きく増加しています。（図表 2-9～2-13）

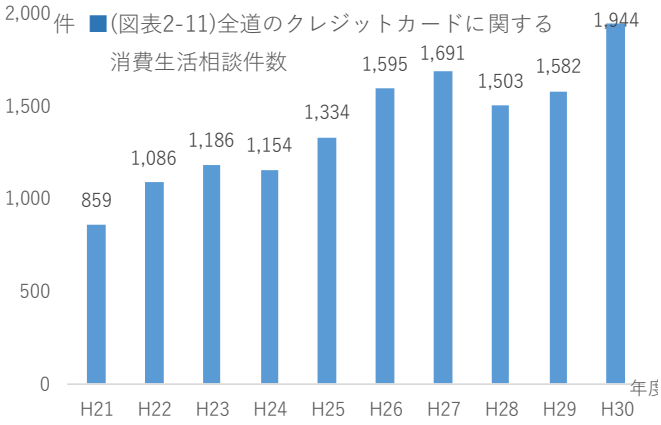
また、近年、支払・資金決済ツールや投資対象として利用される暗号資産（仮想通貨）*に関しても、相談件数が平成 29 年度（2017 年度）以降急増しています。（図表 2-14）

決済手段の多様化･高度化は消費者の利便性の向上に寄与している一方で、カード情報の漏洩や悪用、悪質商法の支払い手段として利用されるなどの消費者被害を発生させています。

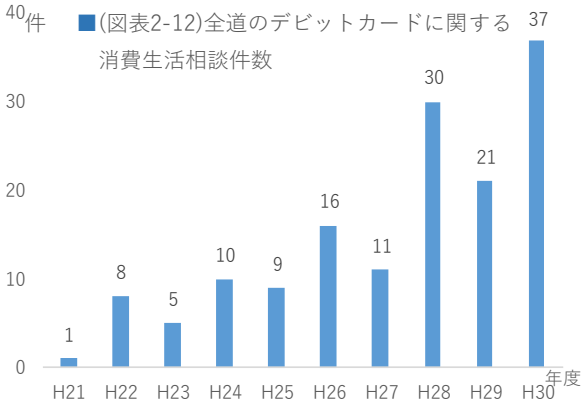




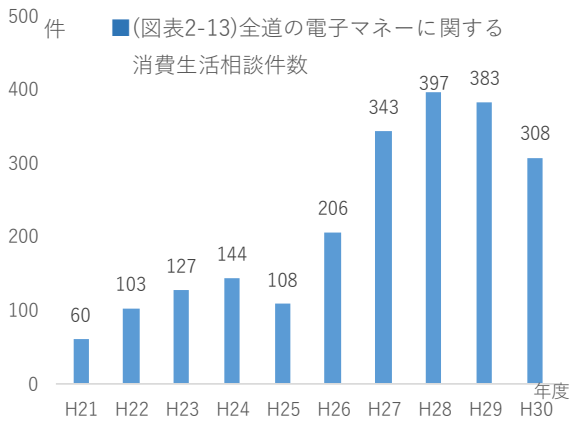
資料出所：決済動向（日本銀行）
※電子マネーは、プリペイド方式のうち IC 型の電子マネーが対象。楽天 Edy、SUGOCA、ICOCA、PASMO、Suica、Kitaca、WAON、nanaco のデータを集計したもの。交通系については、乗車や乗車券購入に利用されたものは含めていない。デビットカードは、本邦にてデビットカードを取り扱っている日本電子決済推進機構（JEPPO）、株式会社ジェーシービー、ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社、銀聯国際日本支社の 4 調査先から提供された係数を集計したもの。国内外の加盟店取引と海外 ATM における利用を含む。国内 ATM における利用は含まない。



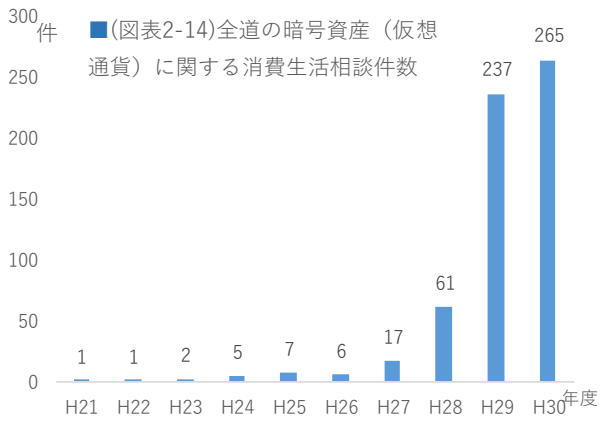
資料出所：PIO-NET*に登録された全道の消費生活相談情報から作成



資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成



資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

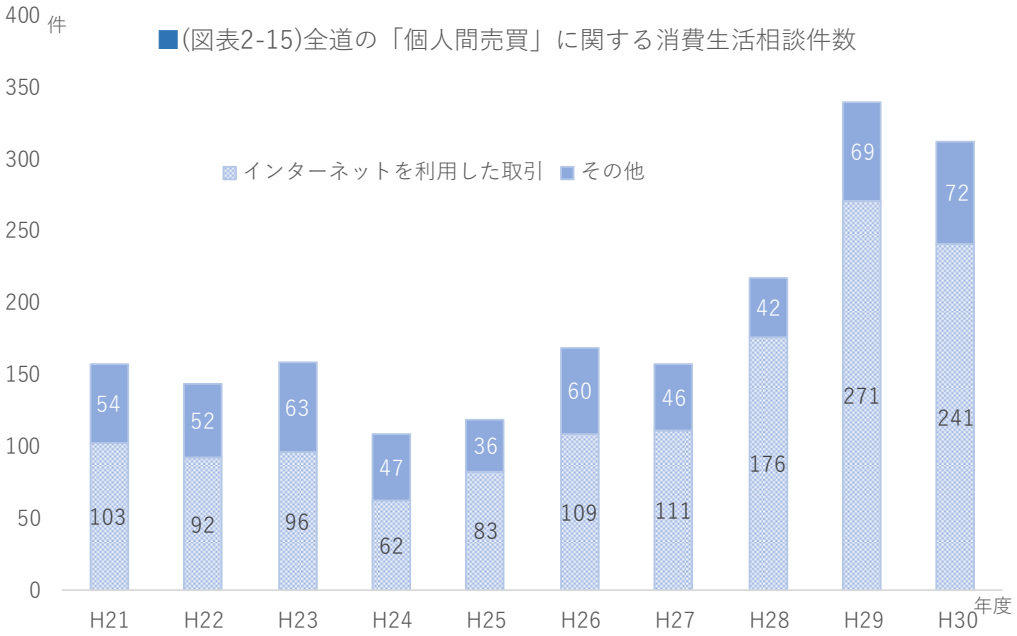


資料出所：PIO-NET に登録された全道の消費生活相談情報から作成

（5）消費者間取引の増加

デジタル化の進展は新たなビジネスモデルを生み出しており、消費者間における取引市場の基盤となるデジタルプラットフォーム*の発展により、フリーマーケットサービス*をはじめとするシェアリングエコノミー*に係る取引も発展し、インターネットを介した個人間売買が容易にできるようになったことに伴い、そのような個人間売買に関する消費生活相談も近年急増しています。（図表 2-15）

しかし、消費者間の取引については、消費者保護を目的とする法制度が適用できず、消費生活センター等によるトラブルの解決が困難であるなど、消費者被害の救済の上で、問題が生じています。



資料出所：PIO-NET*に登録された全道の消費生活相談情報から作成

（6）社会や環境を意識した消費行動

平成 27 年（2015 年）9 月、「国連持続可能な開発サミット」において、17 の目標と 169 のターゲットで構成される持続可能な開発目標（SDGs）*を中核とする「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が採択され、平成 28 年（2016 年）1 月に正式に発効しました。

国際社会では、かけがえのない地球環境を守り、多様性と包摂性のある社会の実現に向けて、この SDGs を共通の指針として掲げ、取組が広がっています。

国は、平成 28 年（2016 年）12 月に「持続可能な開発目標（SDGs）実施指針」を決定し、8 つの優先課題と 5 つの「実施のための主要原則」を掲げており、道も、平成 30 年（2018 年）12 月に、「北海道 SDGs 推進ビジョン」を策定し、オール北海道で SDGs の目標に向けて取り組むこととしています。

SDGs では「持続可能な生産消費形態を確保する」を目標の一つに掲げており、当該目標達成のためのターゲットとして、「世界全体の一人当たりの食料廃棄を半減させ、生産・サプライチェーンにおける食品ロスを減らす」、「廃棄物の発生を大幅に削減」、「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」などが盛り込まれています。

CO_2 排出量の増加による地球温暖化、気候変動やマイクロプラスチック排出による海洋汚染など、消費行動は地球環境に大きな影響を与えており、消費者もまた地球環境に大きな責任を負っているといえます。

消費者は、自らの行動が経済社会や地球環境に与える影響を自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会*」を形成する担い手でもあり、消費者基本計画*（平成 27 年（2015 年）3 月 24 日閣議決定）では、「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会･環境に配慮した消費行動」を「倫理的消費（エシカル消費）*」と称し、社会や環境に対する負担や影響、公平性の確保、持続可能性を意識した消費活動に取り組む必要があるとされています。

今後、道においても、SDGs 目標に沿って消費者市民社会の形成を担う消費者を育成するための消費者教育を推進していくことが必要です。