

## 第2章 広島県における消費生活の現状と課題

### 1 これまでの取組

第1次基本計画は、平成22(2010)年度から平成26(2014)年度を計画期間とし、4つの基本的方向と8つの重点目標を定め、100の施策について、毎年度、実施内容を評価することにより進行管理を行ってきました。

なかでも、「消費者被害に巻き込まれやすい高齢者と若年者に対する取組」と「事業者指導体制」については、取組を強化してきました。

#### 【主な成果】

##### (1) 基本的方向Ⅰ 消費者被害の防止と救済

複雑・困難化する消費相談に迅速かつ的確に対応できるよう、県では相談員のレベルアップ研修会や弁護士等との連携による専門家相談を実施するとともに、市町の相談員に対する助言のための専用電話の設置、巡回相談等の実施、ICT(情報通信技術)を活用したWeb会議や知識・ノウハウの共有システムの構築等により、市町の相談窓口の機能強化に努めてきました。

また、商品・サービス、食品の安全・安心の確保に向けては、事業者指導専門員の配置等により悪質事業者への指導体制を強化するとともに、適正な表示等に向けた助言・指導を実施しました。

##### (2) 基本的方向Ⅱ 自主的・合理的な行動ができる消費者づくり

県民自らが消費者トラブルを回避し、安全・安心な暮らしを確保することができるよう、学習機会の拡大や消費生活に関する情報をきめ細かく提供するなど、様々な啓発活動を展開しました。

特に、高齢者の消費者被害が急増していることから、高齢者等<sup>(※)</sup>に対する見守り支援事業の開始等により、支援者の消費者被害に対する意識の醸成に努めました。

また、若者に関しては、テレビCMやSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を利用した啓発活動により、平成25(2013)年度から開始したメール相談は増加しています。

これらの取組により、対処すべき課題として掲げた「消費者被害に遭った際、何もしなかった人の割合」は減少しました。

※ 「高齢者等」とは、高齢者に加え、身体障害、知的障害、精神障害や、認知症高齢者等の判断能力が不十分な人を含みます。

【消費者被害に遭った際、何もしなかった人の割合】

年 度	H21	H24	H26
目標値	—	—	20%
実 績	29%	14.5%	—

出典：広島県消費者団体連絡協議会「2012年度意識調査報告書」

(3) 基本的方向Ⅲ 県民の消費者行政施策への参画

消費者団体等が行っている消費生活に関する啓発活動等に対して支援を行い、自主的な活動の促進に努めました。

また、消費者団体や弁護士会等との意見交換会を実施し、消費者行政への県民の意見の反映を図りました。

(4) 基本的方向Ⅳ ネットワークの構築

消費者の安全・安心な暮らしの確保に向けて、県庁内の関係部局や市町との連携強化を図り、様々な消費者施策を推進しました。

また、国の機関や近隣県・県警との連携を強化し、悪質事業者に対する行政処分を合同で行うなど、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めました。

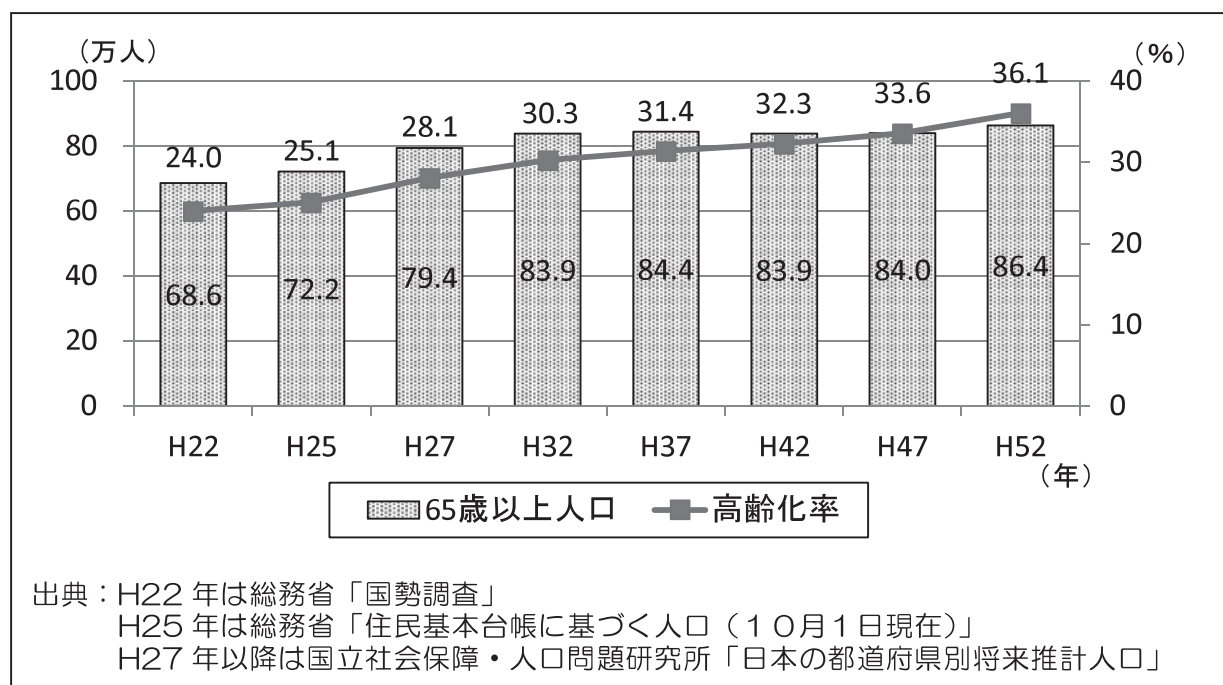
## 2 消費者を取り巻く現状と課題

### (1) 社会経済情勢の変化

#### ア 高齢化の進展

- 医療技術の進歩等によって平均寿命が延びる中、本県における高齢者（65歳以上）の人口は年々増加しており、総人口に占める高齢者の割合（高齢化率）は、平成25（2013）年度には25%を超えました。
- さらに、国立社会保障・人口問題研究所の「日本の都道府県別将来推計人口」推計によると、平成32（2020）年には30%を超すと見込まれ、高齢化は急速に進展しています。

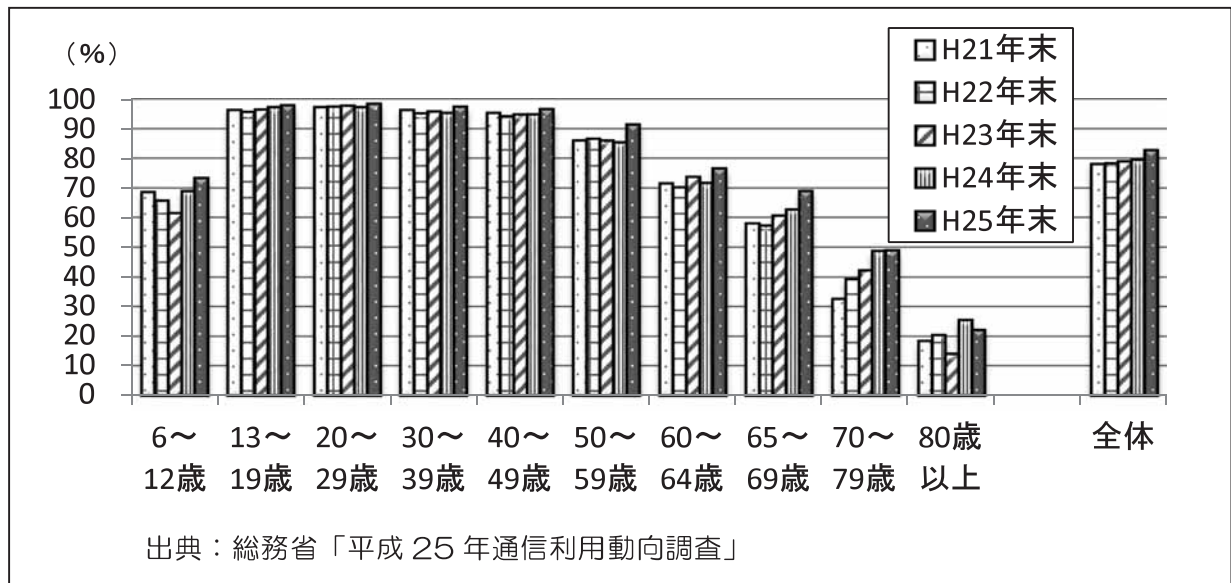
高齢者人口及び高齢化率の推移（広島県）



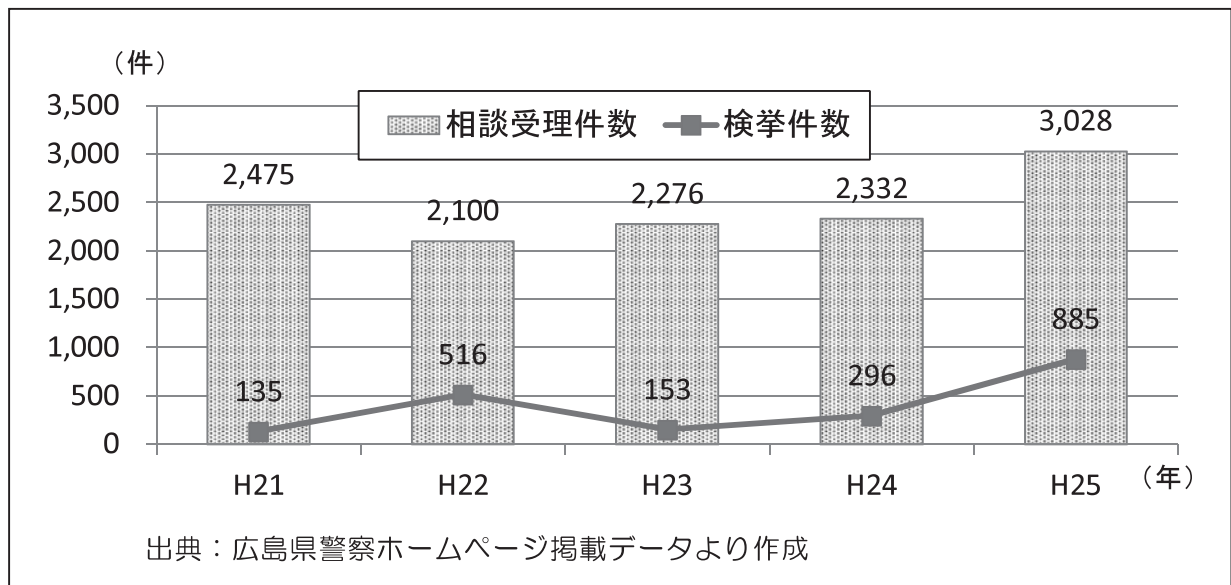
#### イ 高度情報化の進展

- 携帯電話やパソコン等の電子通信機器の急速な普及により、国内でのインターネットの個人利用率はおよそ8割にのぼります。特に、最近では高齢層での利用率が急速に伸びています。
- 一方で、インターネットは便利な通信手段である反面、匿名性が高いことから、消費者トラブルやサイバー犯罪が増加しているほか、個人情報の流出等の問題も生じています。

### 年齢階級別インターネット利用率の推移（全国）



### サイバー犯罪の相談受件数及び検挙件数（広島県）



### ウ 規制緩和，消費生活の国際化の進展

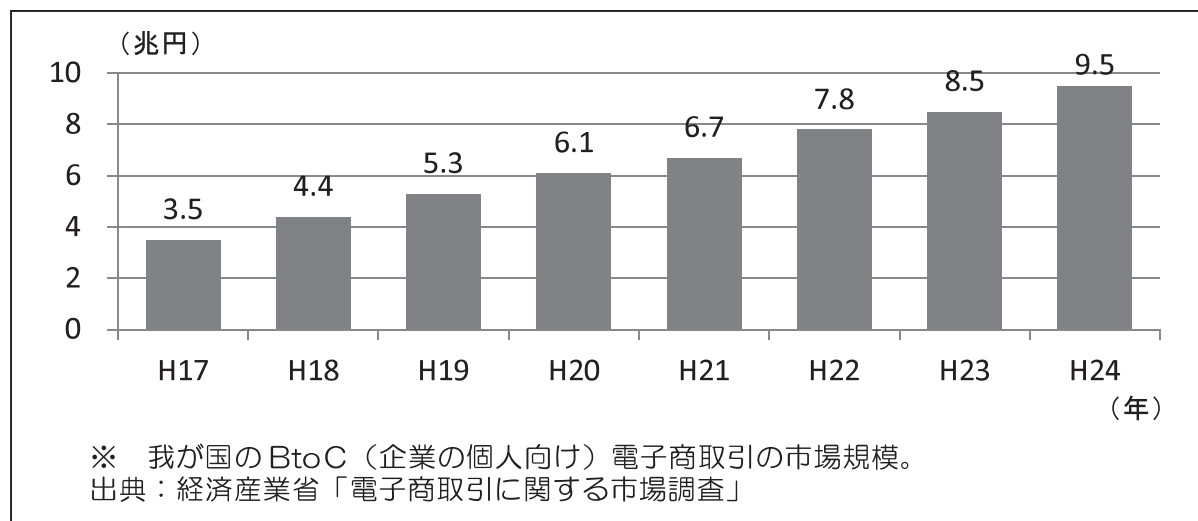
- 規制緩和は，新たな商品・サービスの提供をもたらし，消費者の利益が増進され，選択の機会が広がる一方，消費者にも，自己に最適な商品・サービスを選択するために，自ら関連する知識や情報を得る努力が求められるようになりました。
- また，国際化の進展によって，食料品，衣料品，電気製品等の様々な商品が我が国に輸入され，流通しています。

さらに，インターネット等を通じて消費者が自ら海外から商品を直接購入することも容易になりました。しかし，これに伴って商習慣や制度，安全基準の違い等により，輸入品の安全性や品質の問題等商品に関するトラブルが増えています。

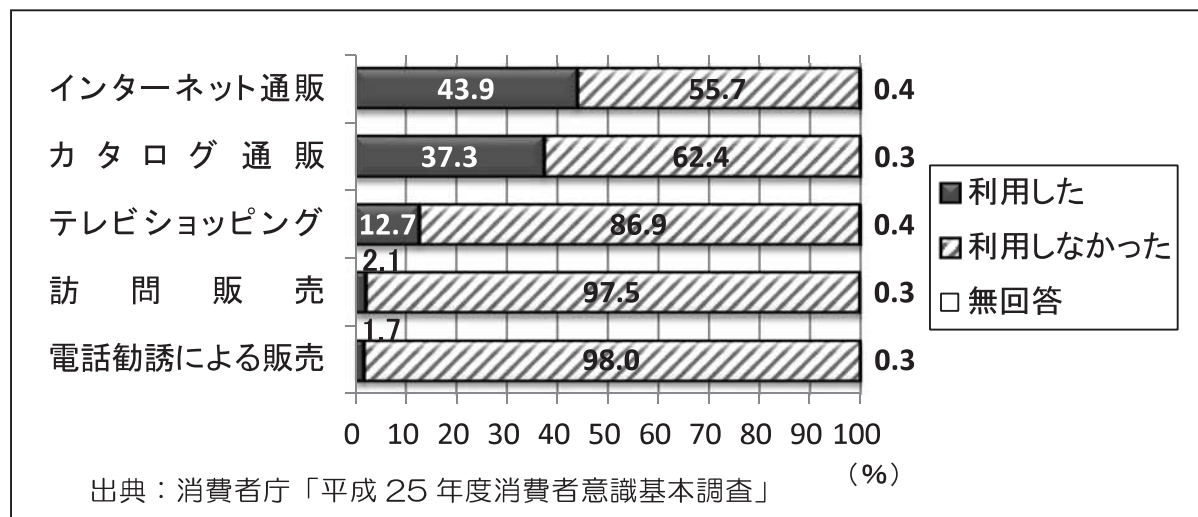
## エ 取引形態の多様化

- インターネットや携帯電話を利用して、希望する商品・サービスを選び、クレジットカードや電子マネー等で代金を決済する取引形態が急速に普及しており、消費者は手元に現金がなくても希望する商品・サービスがいつでも手に入るなど、消費者の利便性や快適性は飛躍的に向上しています。
- 経済産業省の「電子商取引に関する市場調査」によると、電子商取引の市場規模は、平成 17（2005）年の 3.5 兆円から平成 24（2012）年は 9.5 兆円と年々大きくなっており、消費者庁の「平成 25 年度消費者意識基本調査」では、この 1 年間でインターネット通販を利用した人は 43.9% にのぼります。
- しかし、インターネット通販等においては、実際の商品を確認することなく取引が行われることが多く、届いた商品やその引き渡しに関するトラブルが生じています。

### 電子商取引（全国）



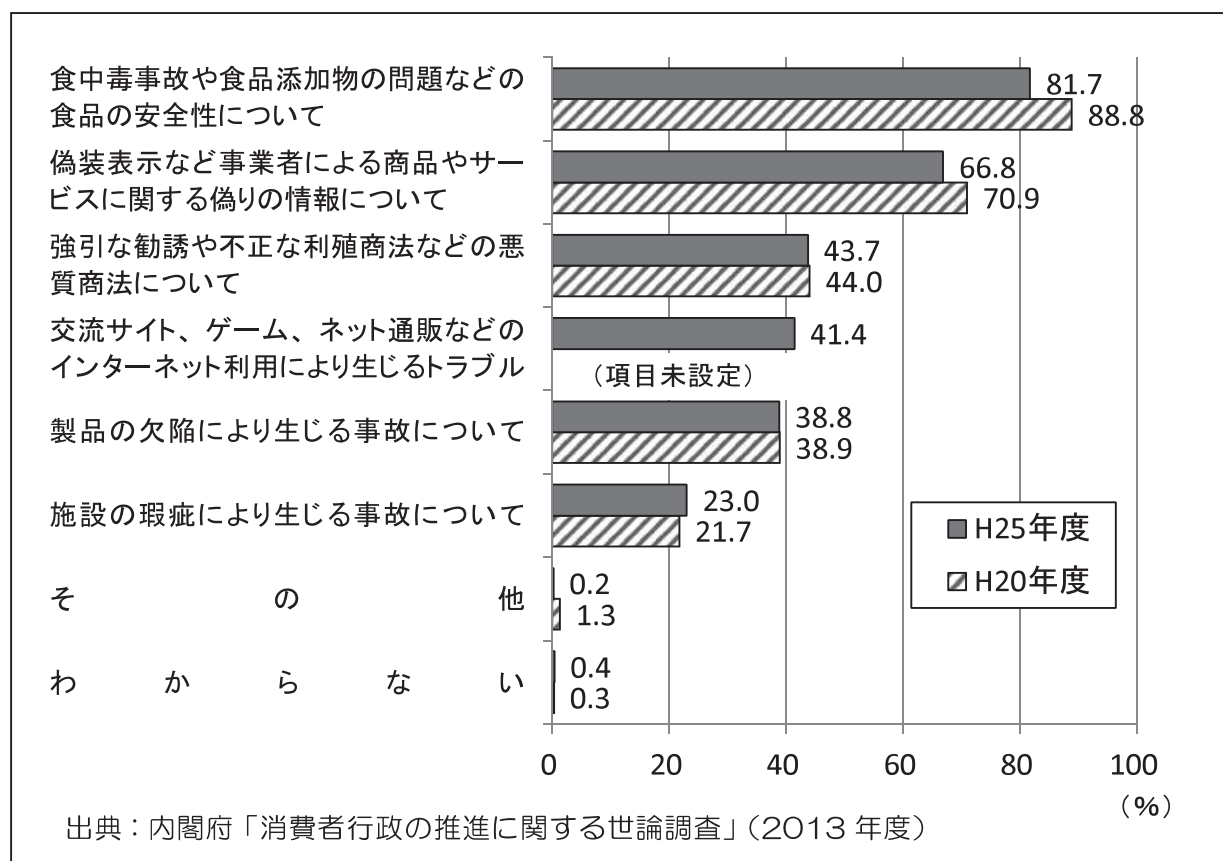
### 1 年間に利用した販売形態別の利用者割合（全国）



## オ 環境，食等に対する関心の高まり

- エネルギーや資源を大量に消費し，食品ロスやごみ等膨大な量の廃棄物を排出する現在の消費生活は，環境にも大きな影響を与えています。  
このため，県内の消費者団体等では環境問題への様々な取組が行われています。
- また，近年，食品偽装表示，冷凍食品農薬混入事案等食品をめぐる消費者問題が繰り返し発生しています。平成 25（2013）年に全国的に発生した食品偽装表示を契機に，県内においても消費者の関心が高まり，表示に関する相談件数も増加しました。
- 内閣府が平成 25（2013）年度に実施した「消費者行政の推進に関する世論調査」によると，「食中毒事故や食品添加物の問題などの食品の安全性」，「偽装表示など事業者による商品やサービスに関する偽りの情報」の問題について関心が，特に高くなっています。

消費者問題の中で関心のある分野について（複数回答）（全国）





## (2) 広島県における消費生活相談体制の状況

- 本県の相談体制は、昭和 46（1971）年度に県立消費生活センター、昭和 48（1973）年度に消費生活センター福山支所、同三次支所を開設し、昭和 60（1985）年度に生活センターに改称した後、平成 13（2001）年度に、生活センターを本庁組織に統合し、現在の消費生活課内に相談窓口を開設し、相談業務を行っています。
- 県内の市町の状況は、昭和 49（1974）年度に広島市が消費生活センターを開設した後、平成 22（2010）年度までに、県内 23 市町全てに相談窓口が開設されました。その後の4年間に、相談員数や相談窓口の開設日数、PIO-NET<sup>(※)</sup> 設置市町数も増加しました。
- しかし、平成 25（2013）年度の状況をみると、相談員が 1 人体制の市町は 16 市町、開設日数が週 4 日以下の相談窓口は 9 市町となっており、窓口機能が十分といえない市町も存在します。
- また、県が平成 25（2013）年度に実施した市町相談員の意識調査によると、回答した相談員の 86%が相談技術に個人差があると認識しています。これは、経験年数、相談件数、一緒に働く相談員数等が要因であると考えられます。
- このため、県では、相談員の研修、市町窓口と県相談員を直接電話で結ぶ「ヘルプデスク」の設置、巡回相談、ICT を活用した共同相談等の実施など、市町の支援を行っています。
- さらに、複雑で高度な専門性が必要な分野の相談が増えていることから、弁護士等の専門家相談を実施しています。
- なお、相談員によるあっせんが不調に終わった場合には、様々な ADR（裁判外紛争解決手続）を活用して事案解決に取り組んでいます。広島県消費者苦情処理委員会においても平成 25(2013)年度に調停を 1 件行いました。

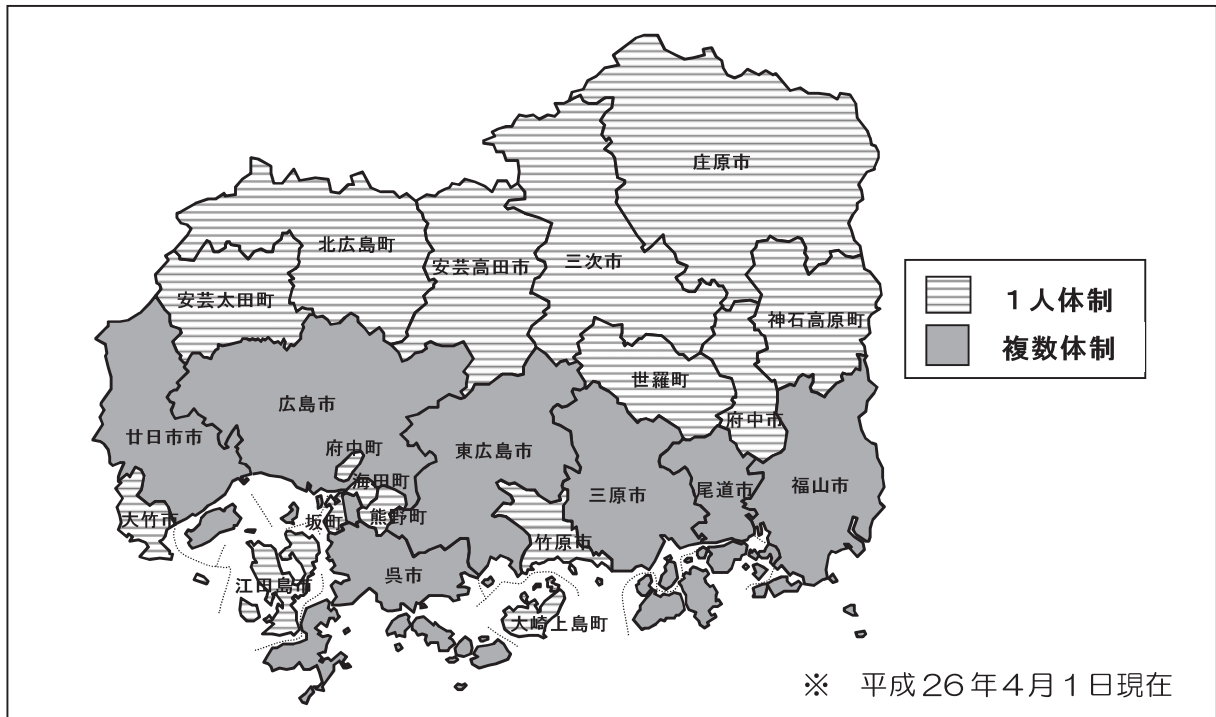
### 消費生活相談窓口の開設日数及び PIO-NET 設置に関する市町の状況（広島県）

開催日数	週6日	週5日	週4日	週2日	週1日	隔月1日
市町数 (うち PIO-NET 設置市町数)	1 市 (1 市)	9 市 4 町 (8 市 2 町)	2 市 (2 市)	2 市 1 町 (1 市)	3 町 ( - )	1 町 ( - )

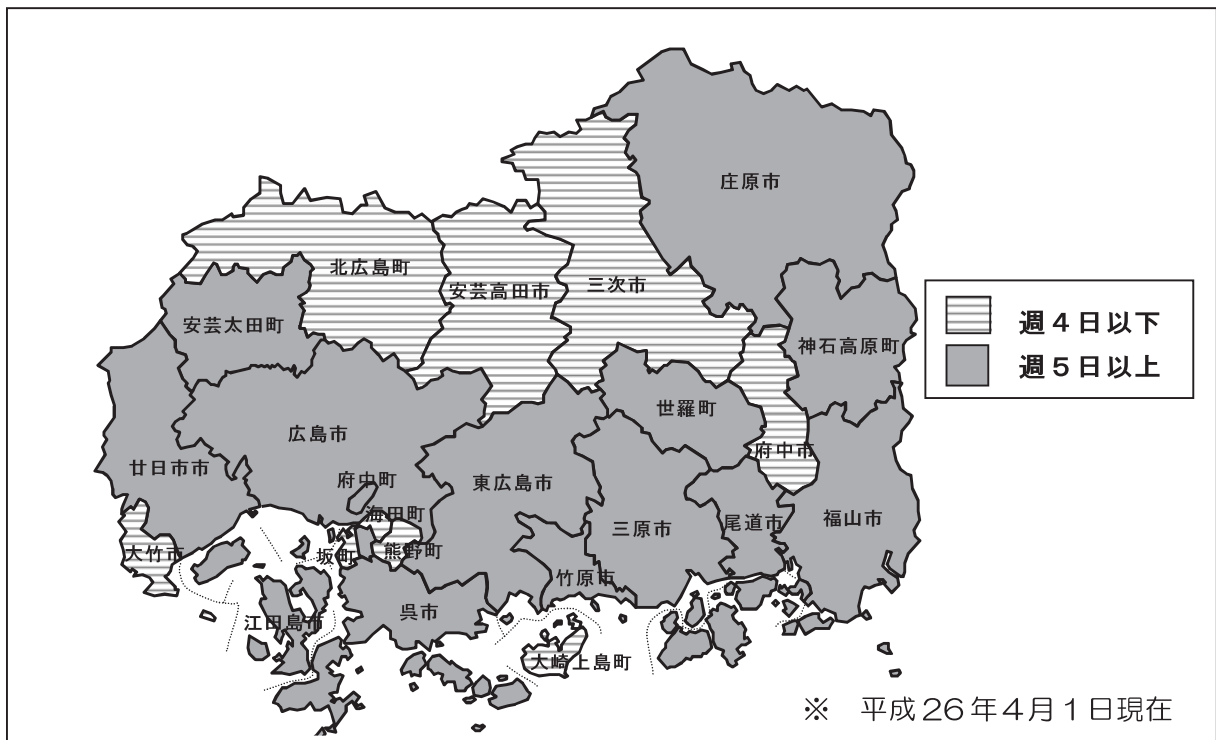
#### ※ PIO-NET（パイオネット）

全国消費生活情報ネットワーク・システムのことで、独立行政法人国民生活センターのデータベースと都道府県等の消費生活センターとを専用回線で結び、相談情報を集約するシステムである。端末を設置している各中央省庁や各消費生活センター等では、相談事例等が検索でき、新たな被害の把握や類似相談の解決、県民への広報等に活用している。PIO-NET の端末を置くためには、専門の消費生活相談員を置くなど一定の条件がある。

市町別消費生活相談体制の人数（広島県）



市町別消費生活相談窓口の開設日数（広島県）



課題

県内の消費生活相談体制の更なる充実強化

○ 県民が、いつでも、どこの消費生活相談窓口でも同様のサービスを受けることができ、複雑・困難な相談に的確に対応できる体制整備が必要です。

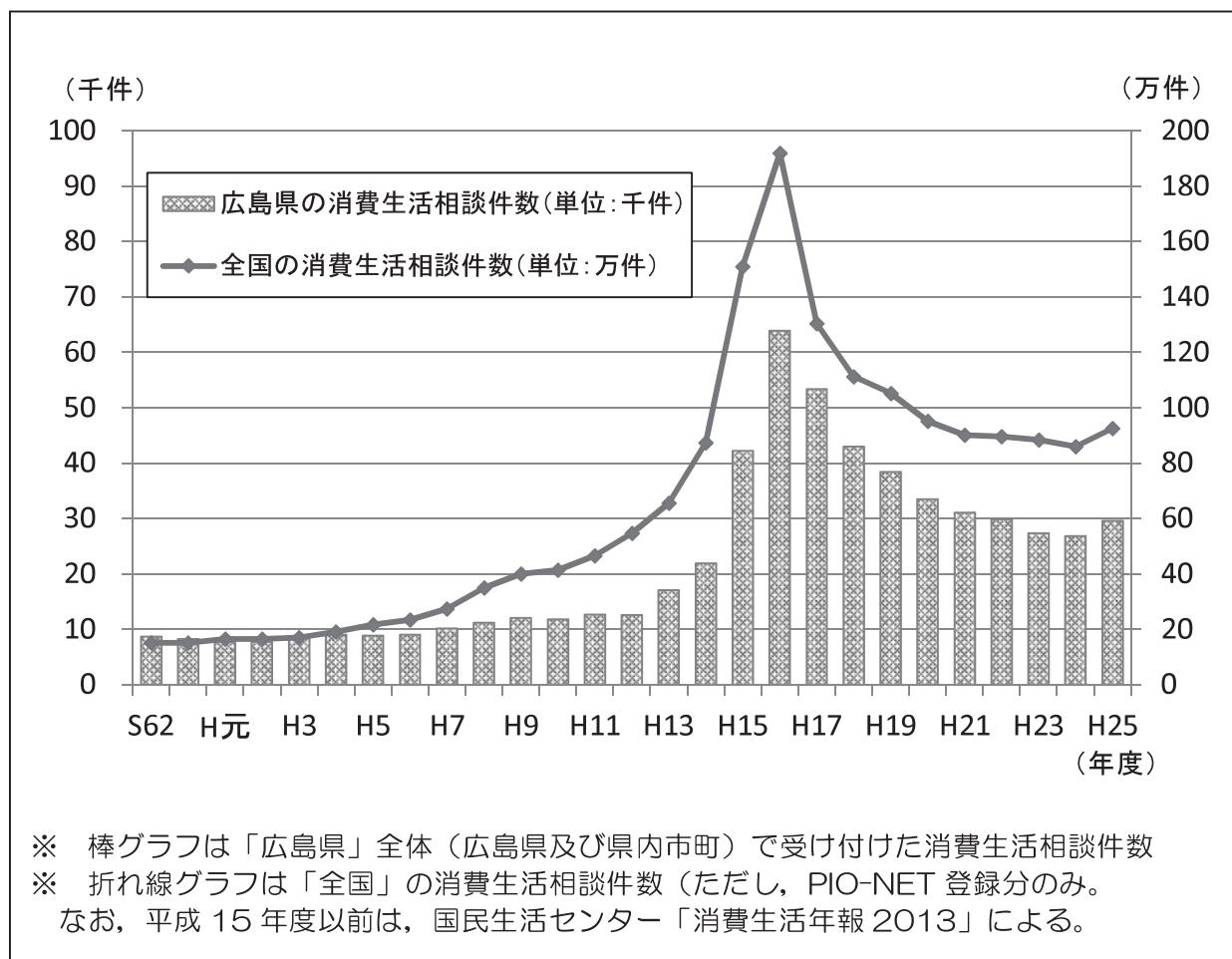


### (3) 広島県における消費生活相談の状況

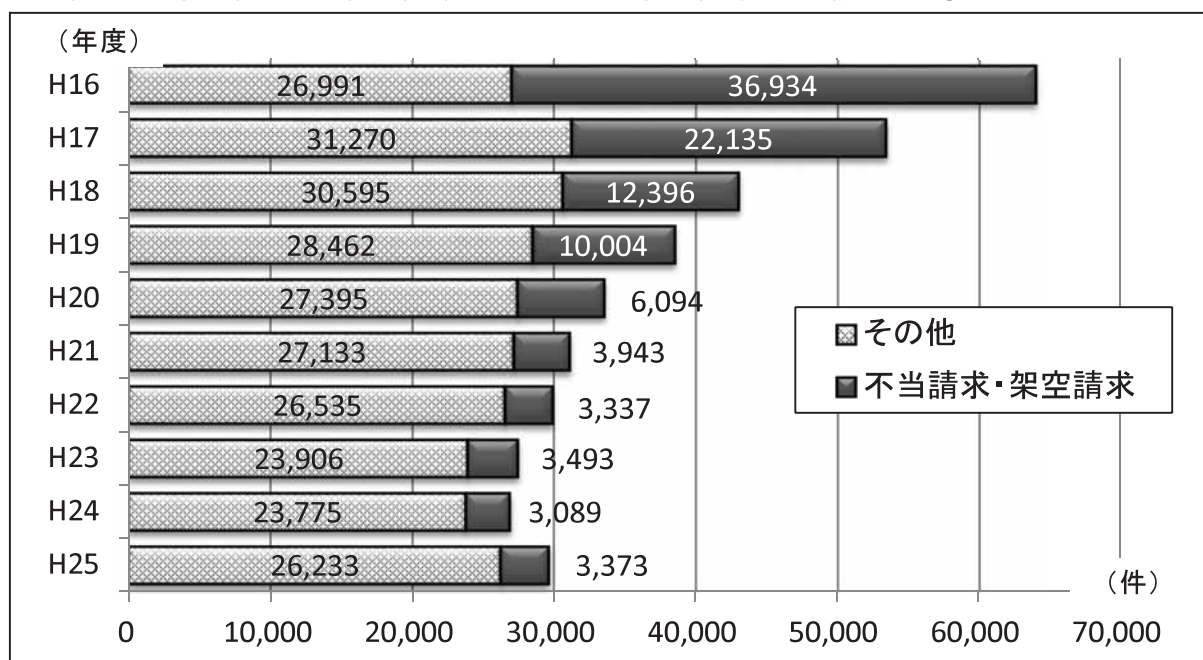
#### ア 相談件数

- 平成 25 (2013) 年度に県及び市町で受けた相談件数は、29,606 件で、平成 16 (2004) 年度以降減少し続けていた相談件数が 9 年振りに増加に転じましたが、近年は、概ね減少傾向にあります。これは、全国の相談件数の傾向とも一致しています。
- 相談件数が平成 16 (2004) 年度以降減少し続けた要因は「不当請求・架空請求」に関する相談が大幅に減少したことによるものです。
- 一方で、「不当請求・架空請求」以外の「その他の相談」は、多少の増減はあるものの、平成 16 (2004) 年度以降、ほぼ横ばいで推移しています。

消費生活相談件数（広島県及び全国）



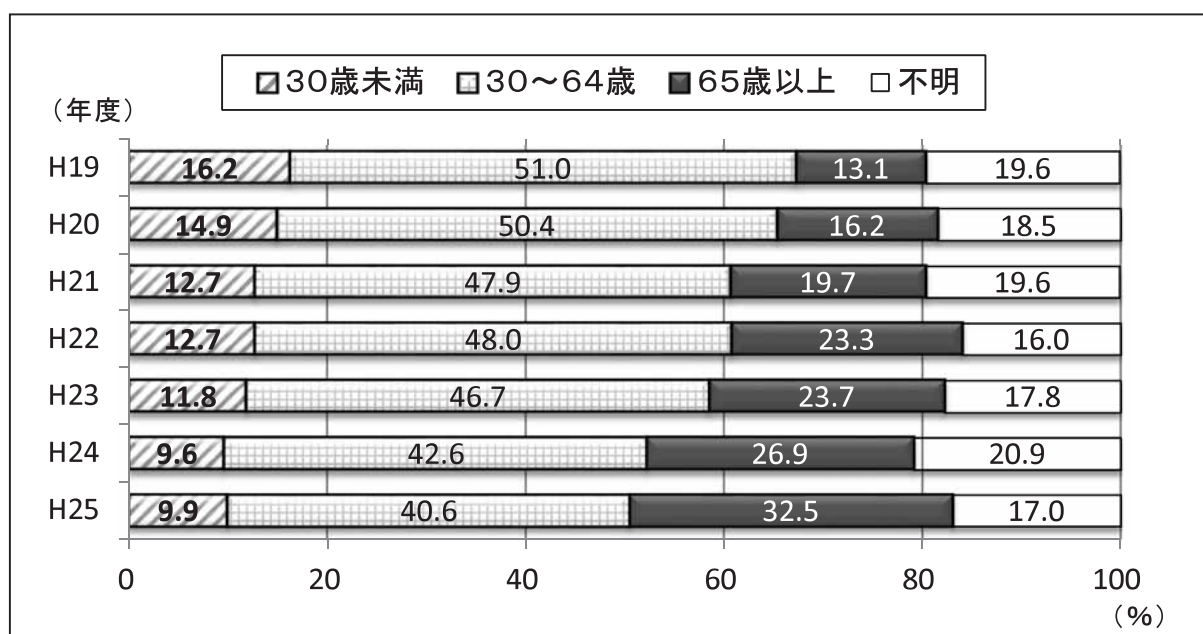
## 不当請求・架空請求の相談件数とその他の相談件数の推移（広島県）



### イ 契約当事者の年齢

- 契約当事者の年齢別の相談状況をみると、65歳以上の高齢者の占める割合は、平成19（2007）年度の13.1%から、平成25（2013）年度には32.5%まで増加した一方、若者（30歳未満）については、減少傾向にあり、平成25（2013）年度は9.9%となっています。

## 相談における契約当事者の年齢別割合（広島県）



## ウ 相談内容

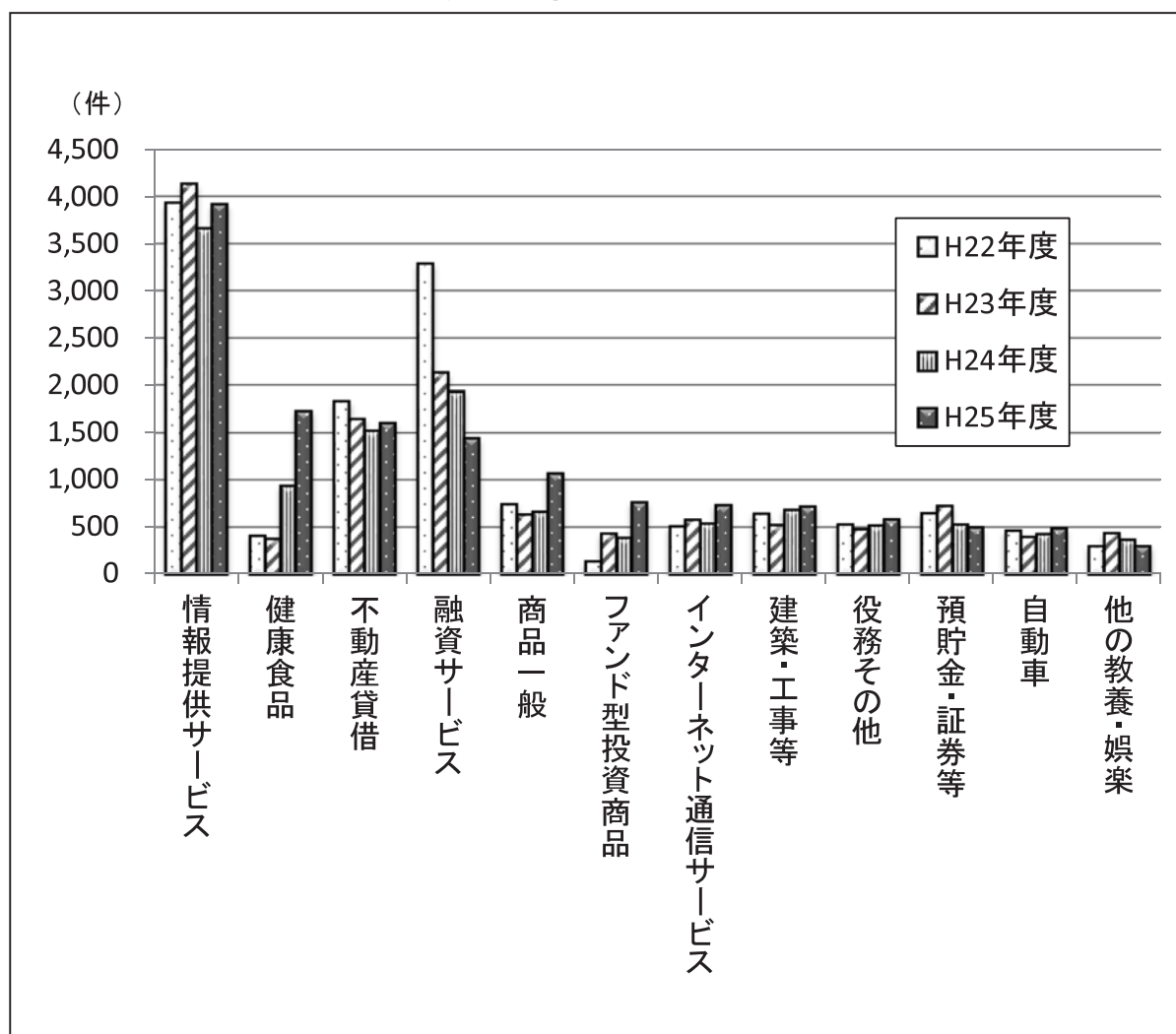
- 平成 22（2010）～25（2013）年度の商品・サービス別の相談状況をみると、「情報提供サービス」に関する相談が特に多い傾向にあります。その大半は、ワンクリック請求等の「不当請求・架空請求」に関するものです。

これまで「情報提供サービス」に次いで多かった「融資サービス」に関する相談は大幅に減少していますが、依然として上位を占めています。

「健康食品」に関する相談は平成 24（2012）年度以降、急増しています。その主な要因は「健康食品の送り付け商法」にかかるものですが、平成 25（2013）年度の下期では、大きく減少しています。

このように、年によって相談件数が大きく変動するものがある一方、上位を占める「不動産貸借」、「インターネット通信サービス」、「建築・工事等」に関する相談件数は、いずれも大きな変動はありません。

主な商品・サービス別相談件数（広島県）



## エ 年代別の傾向

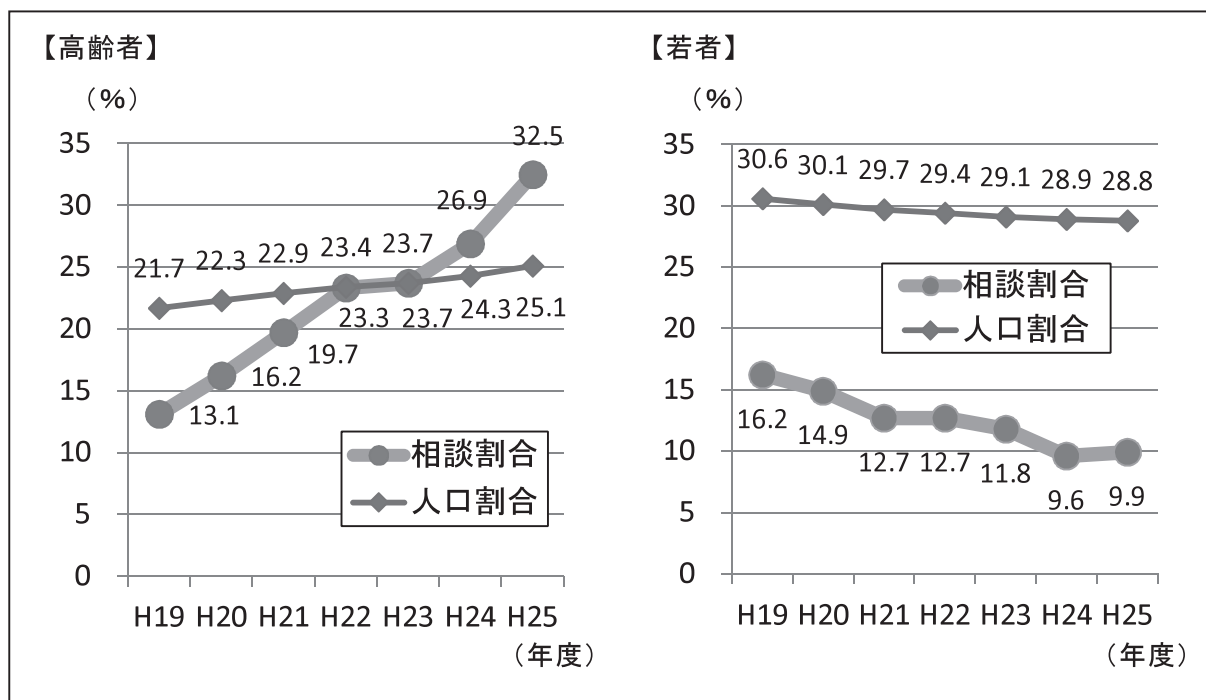
### (高齢者)

- 本県では、総人口に占める高齢者の割合以上に高齢者の相談割合が著しく増加しています。
- 商品・サービス別の相談状況を見ると、平成 25 (2013) 年度では、「健康食品」、「ファンド型投資商品」に関する相談が多くなっています。
- また、販売等方法別の相談状況を見ると、「電話勧誘販売」、「訪問販売」の占める割合が比較的高くなっています。このような形態の販売方法は、高齢者をターゲットとしたものが多いと考えられます。

### (若者)

- 若者 (30 歳未満) については、相談窓口の認知度が他の年代に比べて低いことが特徴です。
- 少子化に伴い、総人口に占める若者の割合は低下しています。  
全相談に占める若者の相談割合も減少傾向にあり、全体の約 1 割にとどまっています。
- 商品・サービス別の相談状況を見ると、他の世代に比べて「情報提供サービス」に関する事案の割合が著しく高く、販売等の方法をみても、「通信販売」にかかる相談が 5 割を超えています。  
これは、インターネット、携帯電話等の高度情報化の進展が、他の年代よりも大きく影響していることによるものと考えられます。

総人口、全相談件数に占める高齢者、若者の割合 (広島県)



平成 25 年度 年代別, 商品・サービス別消費生活相談件数の割合 (広島県) (単位: %)

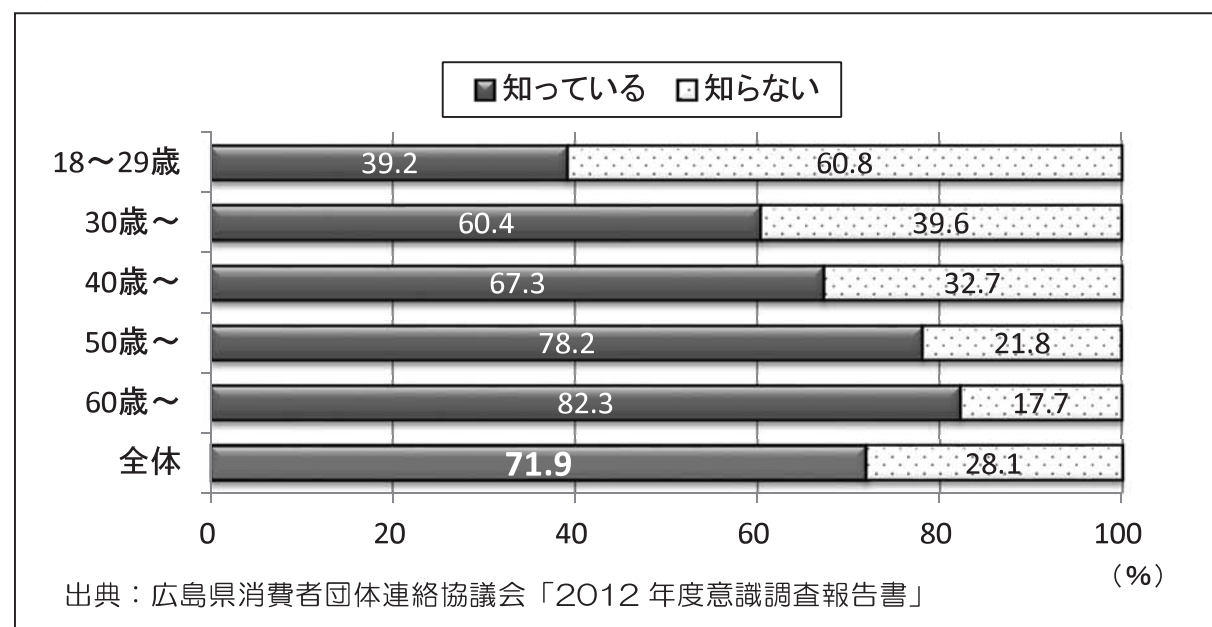
順位	65歳以上		30歳未満		全体	
①	健康食品	17.8	情報提供サービス	36.8	情報提供サービス	16.5
②	ファンド型投資商品	7.4	理美容	6.1	健康食品	7.2
③	商品一般	6.4	不動産貸借	5.5	融資サービス	4.7
④	情報提供サービス	5.3	融資サービス	4.8	商品一般	4.5
⑤	預貯金・証券等	4.7	自動車	3.5	不動産貸借	4.5
	その他	58.4	その他	43.3	その他	62.6

平成 25 年度 年代別, 販売等の方法別消費生活相談の件数 (広島県) (単位: %)

順位	65歳以上		30歳未満		全体	
①	電話勧誘販売	32.9	通信販売	51.7	通信販売	28.6
②	店舗購入	15.5	店舗購入	25.5	店舗購入	23.7
③	通信販売	15.4	訪問販売	4.3	電話勧誘販売	15.7
④	訪問販売	12.0	マルチ・マルチまがい	3.4	訪問販売	8.0
⑤	ネガティブオプション	3.0	電話勧誘販売	2.4	マルチ・マルチまがい	1.4
	その他	21.2	その他	12.7	その他	22.6

※ PIO - NET に登録された相談件数のみ

消費生活相談窓口の年代別認知度 (広島県)



課題

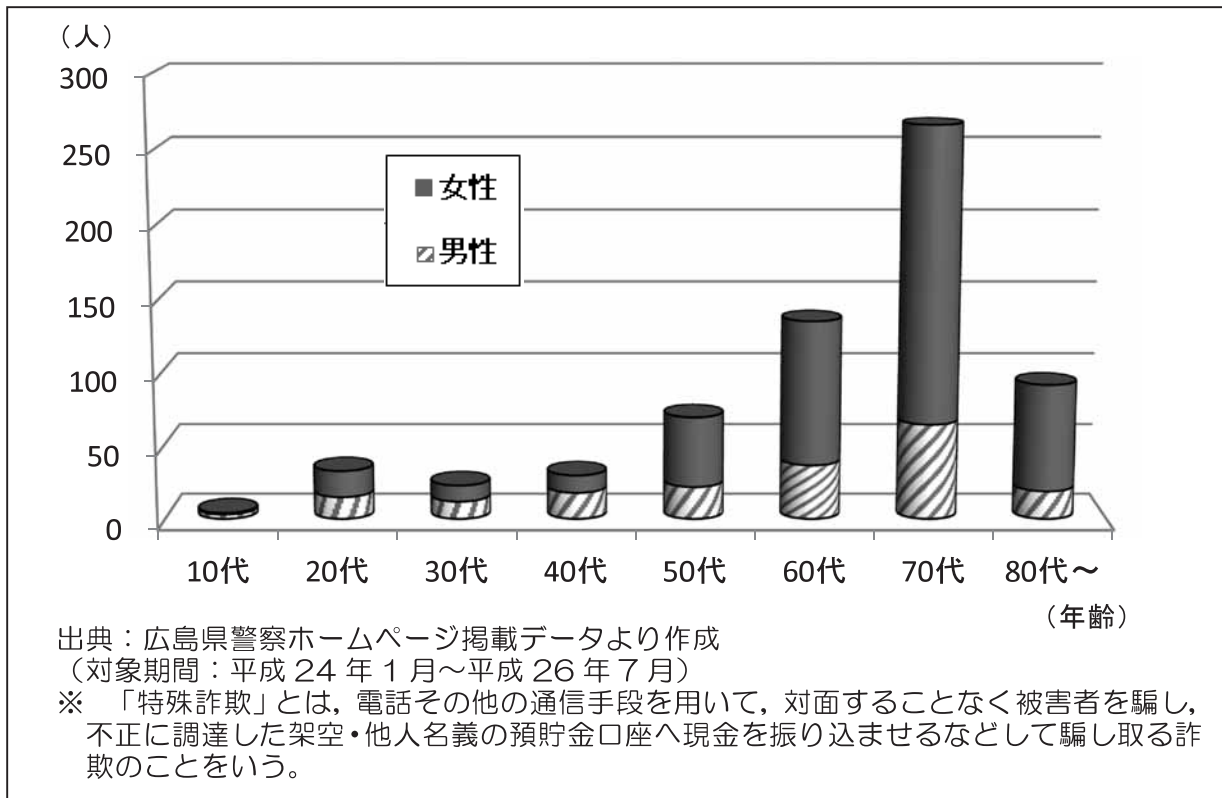
増加する高齢者被害への対応と潜在化する若者被害への対応

- 高齢者に対する消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、高齢者自身に対する働きかけと、高齢者の見守り体制を充実強化する必要があります。
- 若者に対して相談窓口を周知し、消費者トラブルに遭ったときには相談するよう働きかける必要があります。

#### (4) 広島県における事業者指導等の状況

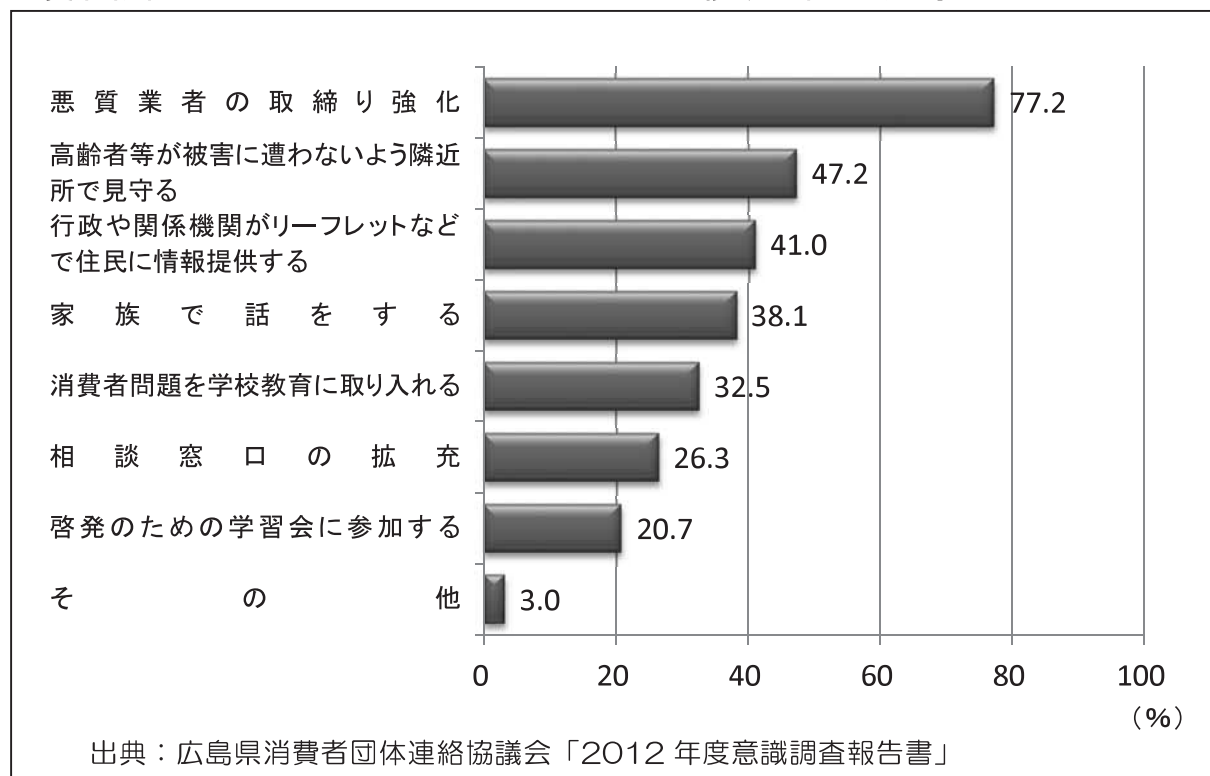
- 県内で発生している特殊詐欺による被害は、特に高齢者を中心に後を絶ちません。
- 広島県消費者団体連絡協議会の「2012 年度意識調査報告書」によると、「消費者被害をなくすために必要なこと」として、「悪質事業者の取締強化」を約8割の人が挙げています。
- 本県では、事業者指導専門員を配置して、事業者に対する指導体制を強化し、悪質事業者に対しては行政処分を実施しています。
- また、平成 25 (2013) 年度には、不適正な食品表示に関する問題が相次いだことから、景品表示法に関する事業者指導件数が倍増しました。

特殊詐欺被害者数 (広島県)





消費者被害をなくすために必要だと思うこと（複数回答）（広島県）



特定商取引法及び条例に基づく事業者指導の状況（広島県）

（単位：件）

	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度
事業者指導（※1）	207	218	245	247	203
業務改善要請（※2）	9	12	9	6	10
行政処分（※3）	1	1	0	2	1

景品表示法に基づく事業者指導の状況（広島県）

（単位：件）

	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度
事業者指導（※1）	36	33	31	27	55

- ※1 「事業者指導」とは、事業者に対して、口頭により法令違反のおそれのある行為について、改善や法令遵守を指導したものなどをいう。
- ※2 「業務改善要請」とは、法令に違反する程度が悪質であるなどの場合に、文書により業務の改善を要請し、事業者から改善内容の報告を求めるものをいう。
- ※3 「行政処分」とは、特定商取引法に基づく指示又は業務停止命令をいう。

**課題**

**商品・サービスの取引や表示等の適正化に向けた事業者への指導強化**

- 消費者が商品等を適切に選択できる機会を確保するためには、事業者に対して適正な情報を提供するように指導を強化していく必要があります。

## (5) 広島県における消費者教育の状況

### ア 消費者教育推進法の施行

- 社会の高齢化，グローバル化，情報化，サービス化が進むにつれ，消費者が身につけておくべき知識は日々変化しており，消費生活に関する教育の充実の必要性が高まる中，消費者教育を総合的かつ一体的に推進することを目的として，平成24（2012）年に「消費者教育推進法」が施行されました。
- この法律に基づく「消費者教育の推進に関する基本的な方針」では，「被害に遭わない消費者，合理的意思決定ができる自立した消費者にとどまらず，社会の一員として，よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成」することが重要であるとされています。

### イ 消費者教育に関する状況

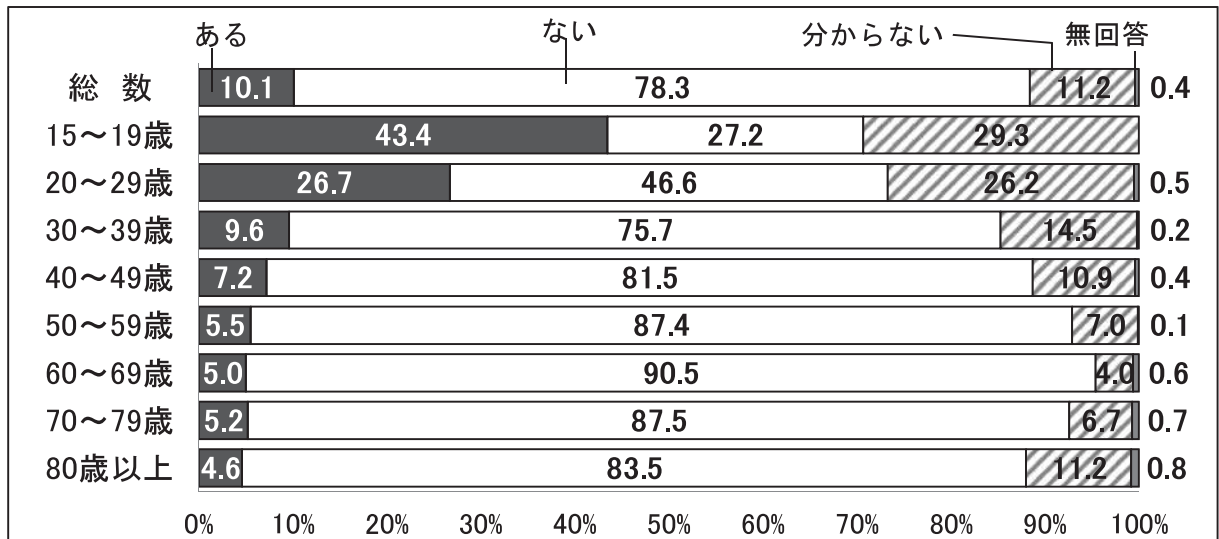
- 消費者庁の「平成25年度消費者意識基本調査」によると，消費者教育・啓発の受講経験があると答えた人の割合が約1割と低い状況になっています。

内訳をみると，年代毎に大きな差がみられ，10，20歳代は「ある」と答えた人の割合がそれぞれ43.4%，26.7%と高いのに対し，50歳以上では5%前後にとどまっています。
- 消費者教育・啓発の受講機会は，「小中学校，高等学校の授業」が56.1%で最も多く，次に16.8%の「職場での講演会・勉強会等」となっています。

ただし，「小中学校，高等学校の授業」を内訳でみると，20歳代では84.0%であるのに対し，60歳代では4.3%となっています。

一方，「地域での講習会，勉強会等」は14.8%ですが，20歳代では1.2%であるのに対し，60歳代では40.6%に上るなど，受講機会は年代により大きく異なっています。

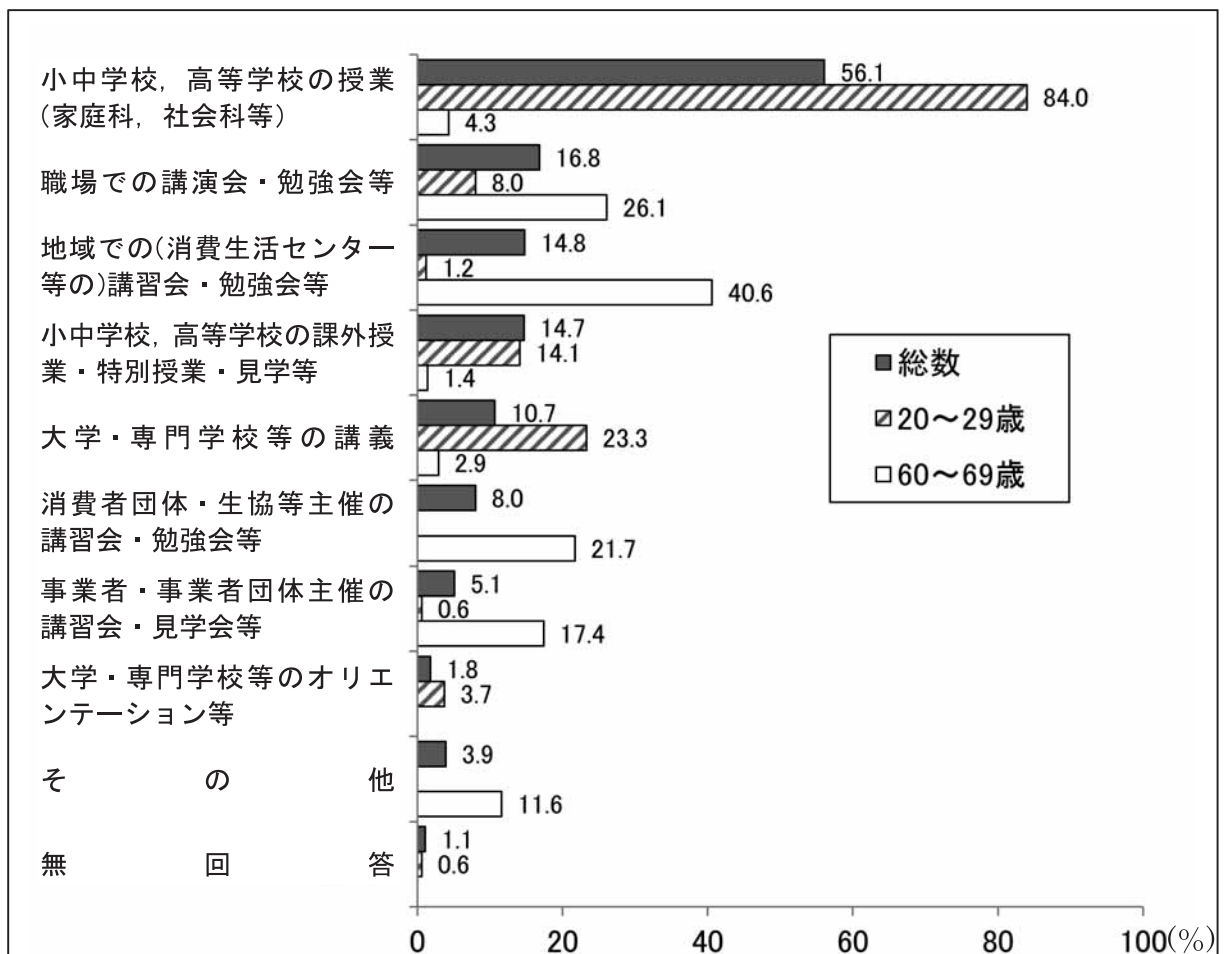
消費者教育・啓発の受講経験の有無（全国）



出典：消費者庁「平成 25 年度消費者意識基本調査」より作成

※ 端数処理の関係で合計値が合わない場合がある。

消費者教育・啓発の受講経験があると回答した人の受講機会（全国，複数回答）



出典：消費者庁「平成 25 年度消費者意識基本調査」より作成

## ウ 広島県の状況

- これまでも本県では、「第1次基本計画」において、「学習機会の拡大、消費生活に関する情報提供の充実」等の施策を通じ、「消費者の自立支援」に取り組んできました。
- 市町に対しては、啓発講座への講師派遣や講師のあっせん、啓発資料等の提供等の支援を行っており、平成 25（2013）年度は県内 23 市町中 21 市町で講座等が開催されました。
- その他にも、消費者団体等、様々な団体において様々な啓発講座等を実施していますが、その取組は十分に周知されているとは言えない状況にあります。

### 県・市町開催の啓発講座等の実施状況（広島県）

年 度	H21 年度	H22 年度	H23 年度	H24 年度	H25 年度
実施自治体	県, 21 市町	県, 19 市町	県, 22 市町	県, 21 市町	県, 21 市町
回 数	281 回	272 回	260 回	340 回	344 回
県	17 回	21 回	15 回	19 回	19 回
市町	264 回	251 回	245 回	321 回	325 回

出典：広島県消費生活課「消費者行政の概要」平成 22 年度～平成 26 年度より作成

#### 課題

##### 消費者の自立支援に向けた消費者教育の充実・強化

- 消費者自らが、被害回避や被害対処のための能力を身に付けるための消費者教育の充実・強化を図ることが必要です。