

第2章 消費生活をめぐる現状と課題

第2章 消費生活をめぐる現状と課題

1 消費生活をめぐる最近の状況

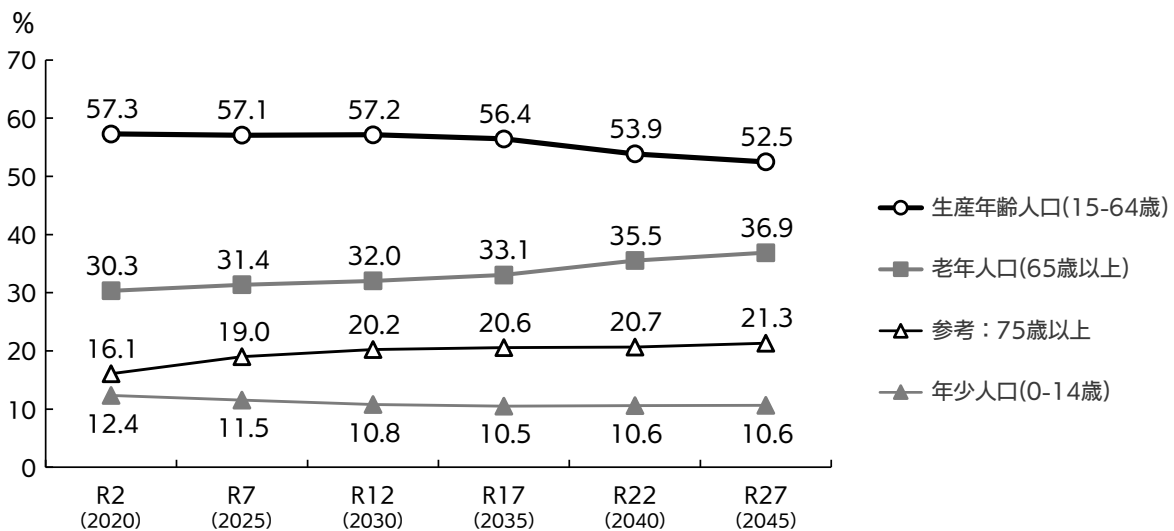
(1) 社会状況

① 高齢化の進行及び高齢者単独世帯の増加

令和7(2025)年1月1日の住民基本台帳では、本県の人口は約184万人で、令和2(2020)年から約6万8千人減少しています。一方、65歳以上の人口は約58万人で、約2千人増加しています。

今後も総人口に占める65歳以上の割合は増加し、令和17(2035)年には33.1%まで増加すると推計されています。

【図1 岡山県年齢3区分別人口構成の推移】



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（令和5(2023)年推計）

世帯数に占める高齢者単独世帯の割合も増加傾向にあります。県内の高齢者単独世帯は、令和2(2020)年の10万8千世帯から令和17(2035)年には13万5千世帯になり、その後も増加すると推計されており、家族や周囲の目が届きにくくなった高齢者を巻き込んだ消費者トラブルの増加が懸念されます。

また、令和12(2030)年には、65歳以上の高齢者の7人に1人が認知症と診断され、軽度認知障害(MC I: Mild Cognitive Impairment)を含めると3人に1人が有病となるとの研究結果も示されており、消費生活に配慮を要する消費者の拡大が見込まれます。

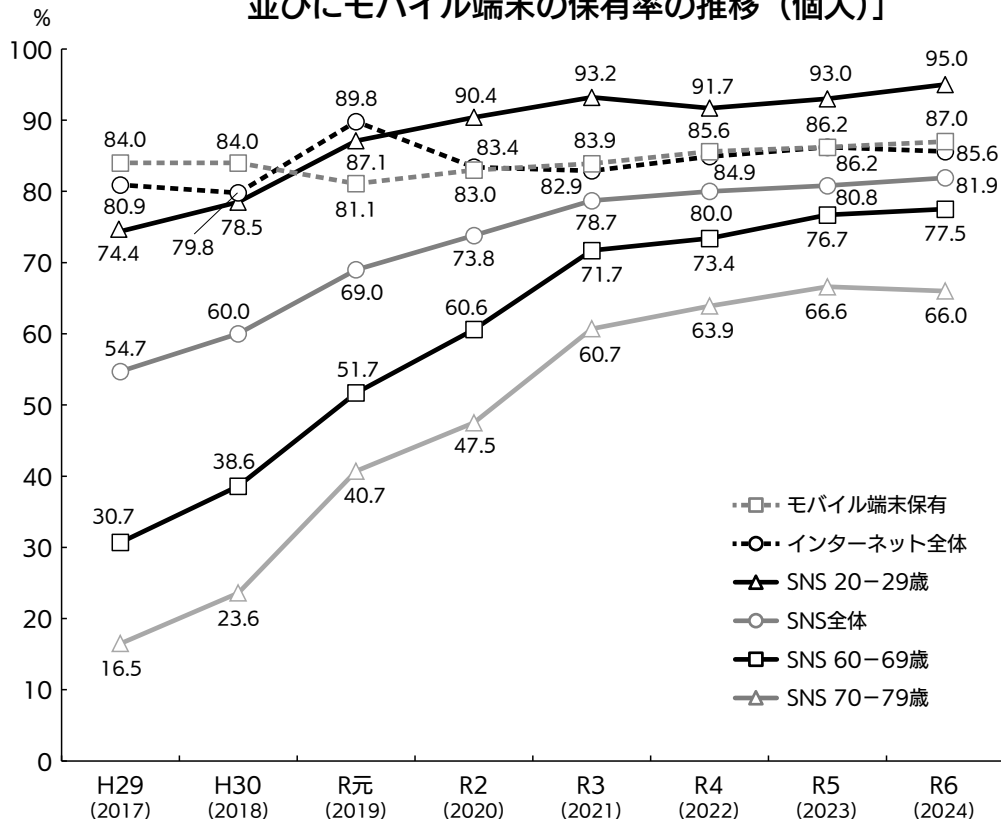
② デジタル化の急速な進展、取引環境の複雑化・多様化

[デジタル技術の浸透]

デジタル化の進展により、令和6(2024)年のモバイル端末(携帯電話及びスマートフォンを含む。)の個人の保有割合は87.0%となっています。また、インターネットの利

利用者の割合は全体で85.6%と9割に迫っており、SNSの利用も高齢者層を含め拡大しています。

〔図2 SNS及びインターネットの利用状況
並びにモバイル端末の保有率の推移（個人）〕



(注) インターネット利用者の割合について、令和元(2019)年調査は調査票の設計が一部例年と異なっている。
総務省：令和6年通信利用動向調査

〔取引環境の多様化〕

インターネット取引では、誰もが、いつでも、どこでも、手軽に商品やサービスを購入することができる一方、情報量の膨大さ、商品・サービスや取引・決済手段の選択肢の過多等により、消費者トラブルにあう可能性が高くなることが懸念されます。また、インターネット取引の匿名性やSNS、デジタル技術を悪用した詐欺等の犯罪の手口が多様化・巧妙化しています。

インターネットオークションやフリマアプリなどが普及し、消費者同士が売り手と買い手になって個人間取引を行うケースが増えており、それに伴って新たな消費者トラブルも増加しています。

〔決済手段の多様化〕

クレジットカード、電子マネー、デビットカード、プリペイドカード、二次元コード決済、後払い決済といった決済手段の多様化は、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、プリペイドカードが詐欺の支払い手段として悪用されるなどの事例も発生しています。

[グローバル化の進展]

近年では、インターネットを通じて消費者が海外の事業者や個人と直接取引を行うことが可能となっています。しかし、海外の製品は安全性や衛生面の基準等の違いにより、消費者トラブルにつながる可能性があります。

海外との取引で消費者トラブルが発生した場合は、法律、商習慣、文化、言語の違いなどから、解決が困難となることが懸念されます。

③ 在留外国人等の増加による消費の拡大

訪日外国人旅行者の数はコロナ禍による減少から回復し、令和6(2024)年には過去最高となっており、訪日外国人旅行者の消費額も拡大しています。

また、県内在留外国人数は、令和2(2020)年末の約3万1千人から、令和6(2024)年末には約3万9千人となり、過去最高となりました。

外国人は、法律、商慣行、習慣、言語の違い等により消費者トラブルにあいやすい傾向にあると考えられるため、外国人の消費者トラブルが増加していくことが懸念されます。

④ 自然災害の激甚化・頻発化等に伴う緊急時の対応

本県は、一般に災害の少ない県と言われていますが、大雨等による被害は毎年のように発生しています。特に、平成30(2018)年7月豪雨は、本県がこれまでにほとんど経験したことの無い規模の災害になりました。災害発生直後は、被災者の生活基盤が崩れ、生活関連物資の入手が困難になるなど、消費生活が深刻な影響を受けるため、これに便乗した悪質商法等が多発する傾向にあります。

また、新型コロナウイルス感染症の拡大時には、一部の生活関連物資の買い占めやインターネット上での高額転売のほか、消費者の不安な気持ちにつけ込む悪質商法やトラブルも見られました。自然災害等の緊急時には、消費者の判断力が一時的に低下し、冷静さを欠いた消費行動が誘引される恐れがあるため、正確で迅速な情報発信を行う必要があります。

⑤ 持続可能な社会の実現に向けた取組の拡がり

平成27(2015)年9月、国連の「持続可能な開発サミット」において「持続可能な開発目標(SDGs: Sustainable Development Goals)」が全会一致で採択されました。SDGsは、令和12(2030)年までの国際目標であり、17の目標を達成することにより、「誰一人取り残さない持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現」に向けて取り組むものです。SDGsの12番目の目標「つくる責任 つかう責任」では、事業者任せでなく消費者自らが意識を持ち、行動することが前提となっています。

本県においても、消費者施策を推進するに当たって、この国際目標に留意し、SDGs達成年限の令和12(2030)年に向けて、関係部局と連携して取り組んでいく必要があります。

持続可能な開発目標(SDGs)の推進と消費者政策

持続可能な開発目標(SDGs)の推進と消費者政策












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「持続可能な開発目標(SDGs)」は、経済・社会・環境をめぐる広範な課題について、全ての関係者の役割を重視し、「誰一人取り残さない」世界の実現を目指す国際目標です。消費者庁は、この国際目標の達成に寄与するため、安全・安心で豊かに暮らすことができる社会を実現するという使命の下、消費者基本計画に基づき、様々な施策を推進しています。

消費者基本計画における主な施策					
①消費者の安全の確保	②表示の充実と信頼の確保	③適正な取引の実現	④消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成	⑤消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備	⑥国や地方の消費者行政の体制整備
<p>事故の未然防止、発生時の拡大防止など消費者の安全の確保に向けて、消費者事故の情報収集・公表や消費者への注意喚起に取り組んでいます。</p>	<p>景品表示法の普及啓発・厳正な運用、食品表示による適正な情報提供・関係法令の厳正な運用などに取り組んでいます。</p>	<p>高齢化、情報化の進展など消費者を取り巻く環境の変化を踏まえ、取引の適正化に向けた対応を図っています。</p>	<p>Eシカル消費の普及啓発を始め、ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進を図るとともに、食品ロスの削減、消費者志向経営の推進などに取り組んでいます。</p>	<p>消費者の被害救済のための体制の充実を図るとともに、高度情報通信社会やグローバル化の進展に対応した消費者利益の擁護・増進を図っています。</p>	<p>消費者庁が消費者行政の司令塔の役割を果たすとともに、どこに住んでも質の高い相談を受けられる体制整備や高齢者等の見守りネットワークの構築に取り組んでいます。</p>
〈関連するSDGs〉	〈関連するSDGs〉	〈関連するSDGs〉	〈関連するSDGs〉	〈関連するSDGs〉	〈関連するSDGs〉
					



消費者庁ホームページより

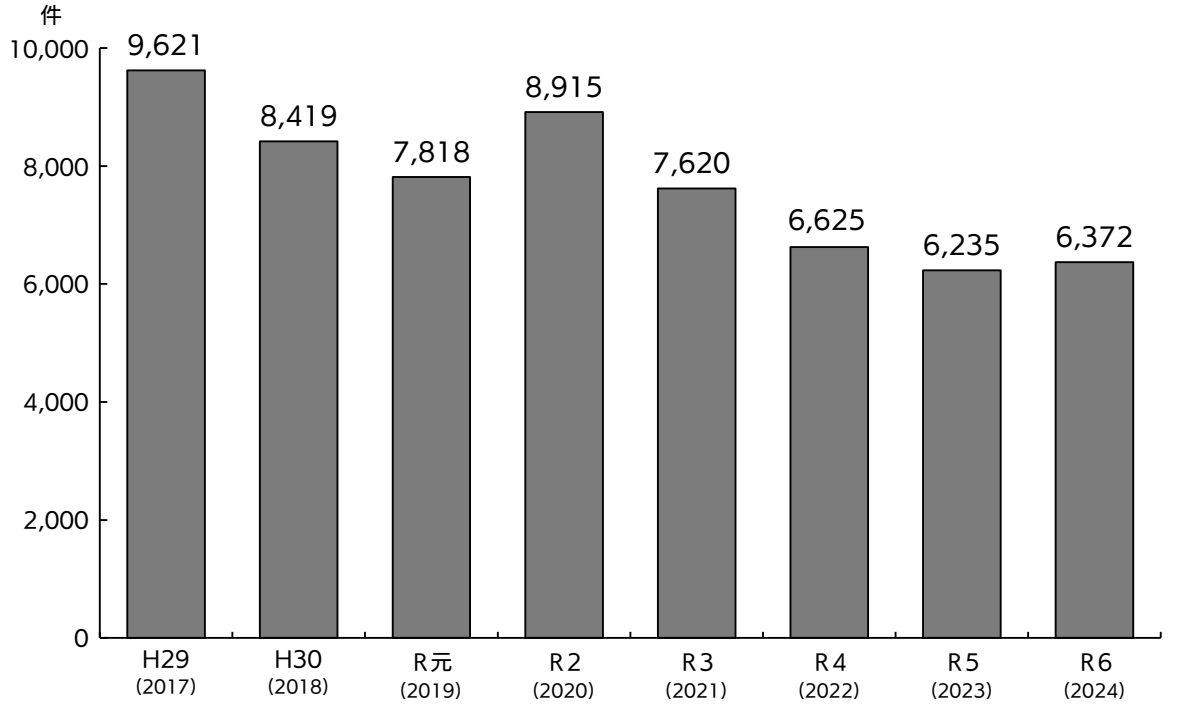
SDGs 17の目標

<p>1 貧困をなくそう</p> 	<p>2 飢餓をゼロに</p> 	<p>3 すべての人に健康と福祉を</p> 	<p>4 質の高い教育をみんなに</p> 	<p>5 ジェンダー平等を実現しよう</p> 
<p>6 安全な水とトイレを世界中に</p> 	<p>7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに</p> 	<p>8 働きがいも経済成長も</p> 	<p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p> 	<p>10 人や国の不平等をなくそう</p> 
<p>11 住み続けられるまちづくりを</p> 	<p>12 つくる責任 つかう責任</p> 	<p>13 気候変動に具体的な対策を</p> 	<p>14 海の豊かさを守ろう</p> 	<p>15 陸の豊かさを守ろう</p> 
<p>16 平和と公正をすべての人に</p> 	<p>17 パートナーシップで目標を達成しよう</p> 			

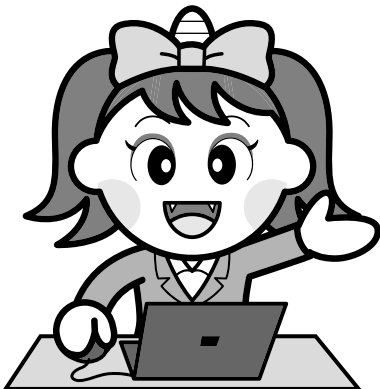
(2) 県消費生活センターの相談状況

県消費生活センターで受け付けた消費生活相談件数は、令和2(2020)年度は、新型コロナウイルス感染症関連の相談が増加したことにより、一時的に増加していますが、近年は6千から7千件の間で推移しており、令和6(2024)年度は6,372件でした。このうち、60歳以上は2,271件、29歳以下が573件、障害のある人は141件、外国人は16件でした。

[図3 岡山県消費生活センター相談件数の推移]

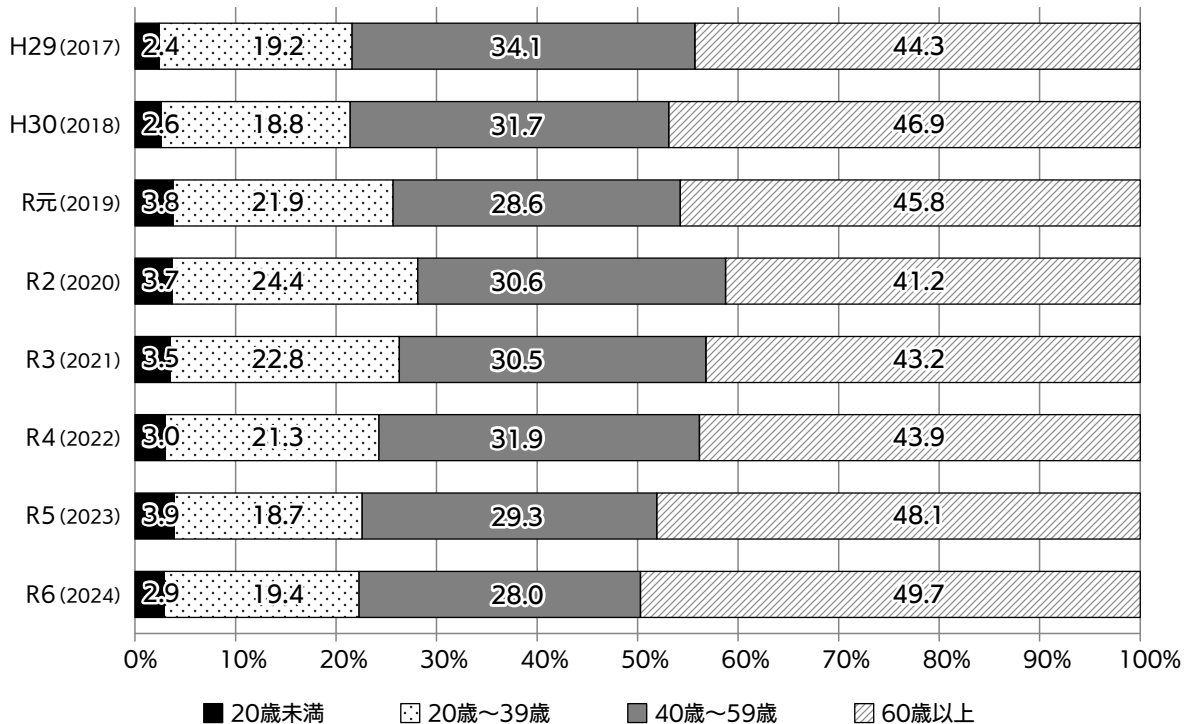


県消費生活センター資料



契約当事者の年代別の相談件数は、60歳以上の割合が全体の約半数を占めており、高齢者を契約当事者とする相談の割合が高い状況にあります（年齢不明分を除く。）。

【図4 年代別相談割合の推移】



県消費生活センター資料

令和6(2024)年度の販売購入形態別の相談件数の割合は、「通信販売」(33.7%)が最も高く、次いで「店舗購入」(14.8%)、「訪問販売」(6.9%)、「電話勧誘販売」(5.5%)となっています。

令和6(2024)年度で見ると、契約当事者の年齢が60歳以上である相談の割合が高いものとして、「訪問購入」(68.1%)、「訪問販売」(44.5%)があり、高齢者は比較的自宅にいる時間が長いことから、これらのトラブルにあいやすい傾向があると考えられます。また、「ネガティブオプション」についても57.2%と割合が高くなっています。

契約当事者の年齢が29歳以下である相談の割合が比較的高いものとして、「マルチ的販売」(27.8%)、「その他無店舗購入」(22.3%)などが挙げられます。

近年、インターネットやスマートフォン、SNS等に関連する相談が増えており、令和6(2024)年度では相談件数全体の57.1%を占めています。そのうちSNS関連は相談件数全体の11.6%で年々増加しています。

相談の契約購入金額の平均額を年代別に見ると、令和6(2024)年度は、70歳以上が433千円、60歳代が699千円となっており、高齢者から寄せられる相談の深刻さが推測されます。

(3) 県民の消費生活に関する意識

令和6(2024)年に実施した「消費生活に関する県民意識調査」の結果は、次のとおりです。

[調査概要]

調査対象：18歳以上の県内在住者2,500名（層化二段無作為抽出）

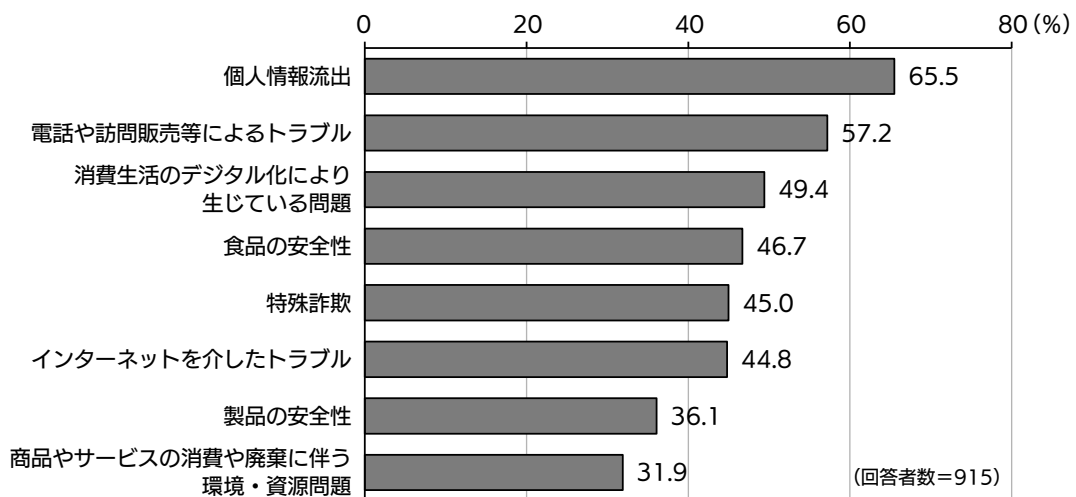
調査方法：郵送配布/郵送・Web回収

調査期間：令和6(2024)年10月25日から11月15日まで

有効回答数：1,396票（回収率55.8%）

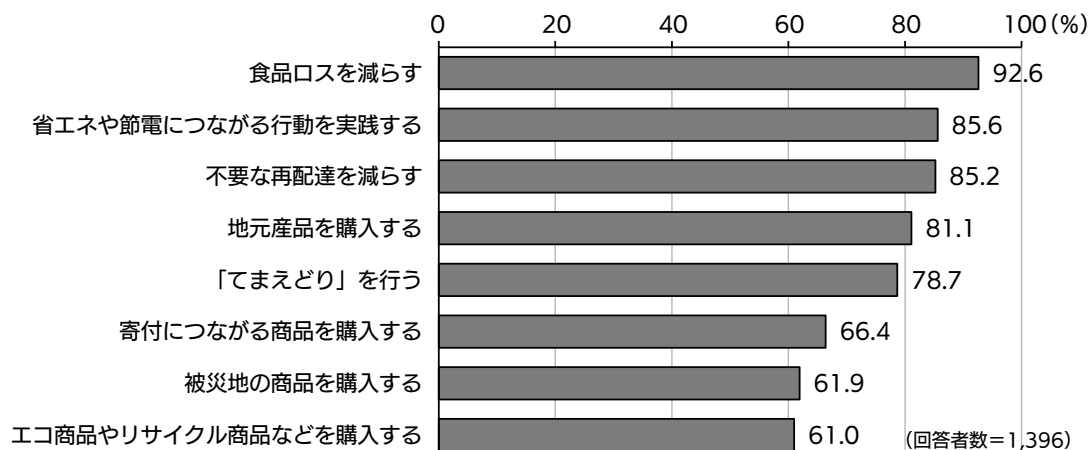
① [関心のある消費者問題の内容（上位8位）]

「個人情報流出」、「電話や訪問販売等によるトラブル」が上位となっています。一方、「商品やサービスの消費や廃棄に伴う環境・資源問題」は31.9%にとどまっています。



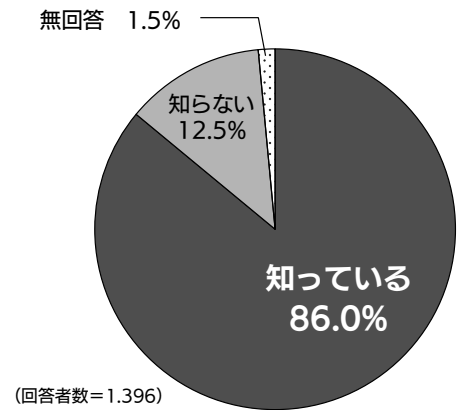
② [エシカル消費など、人、地域、社会や環境に配慮した取組の実践状況（上位8位）]

「食品ロスを減らす」が最も高く、次いで「省エネや節電につながる行動を実践する」、「不要な再配達を減らす」となっています。



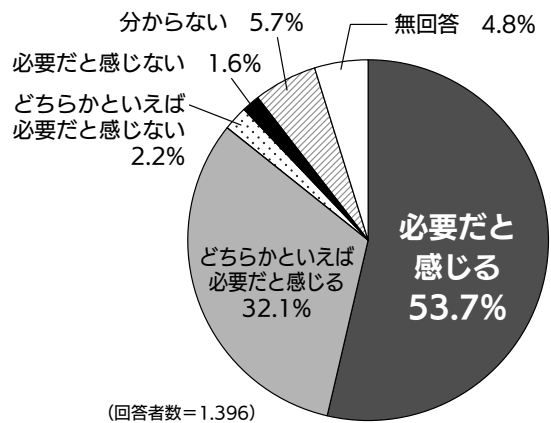
③ [カスタマーハラスメントの認知度]

カスタマーハラスメント（顧客等からの暴行、脅迫、ひどい暴言、不当な要求等の著しい迷惑行為）という言葉や話題を知っていたのは、86.0%です。



④ [高齢者や障害のある人への地域における見守り活動の必要性]

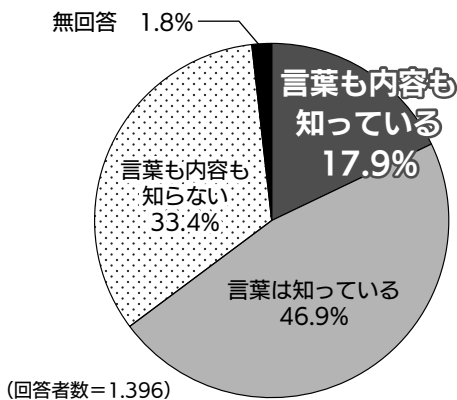
『必要だと感じる』県民の割合（「必要だと感じる」+「どちらかといえば必要だと感じる」）は85.8%となっています。



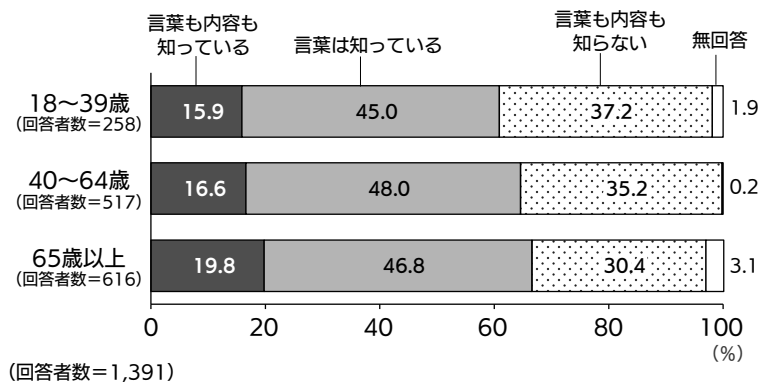
⑤ [消費者ホットライン188（いやや）の認知度]

『知っている』県民の割合（「言葉も内容も知っている」+「言葉は知っている」）は、64.8%です。

[全体]



[年代別]



消費者ホットライン「188（いやや）」

消費者ホットラインは、全国共通の3桁の電話番号で、都道府県や市区町村が設置している最寄りの消費生活相談窓口を案内します。

契約、悪質商法等どこに相談してよいか分からない場合には、まずは、局番なしの「188番」へ電話しましょう。



消費者庁
消費者ホットライン188
イメージキャラクター イヤナン

2 消費者行政の状況

(1) 国の状況

昭和43(1968)年に、国の消費者政策の基本的な枠組として消費者保護基本法が制定されました。ここでは、消費者は行政に「保護される者」として捉えられていましたが、平成16(2004)年には消費者保護基本法が消費者基本法へと改正され、消費者の位置付けが「保護される者」から「自立した主体」へと変換されました。

平成21(2009)年9月には、消費者行政の司令塔となる消費者庁が発足し、あわせて、独立した第三者機関として、消費者行政全般への監視機能を有する消費者委員会が、内閣府に設置されました。

消費者庁では、様々な消費者の被害の発生等に対応して法整備を行い、平成24(2012)年12月には、消費者教育を総合的・一体的に推進することを目指した消費者教育の推進に関する法律が施行され、平成25(2013)年3月に「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定されました。

昨今、高齢化・デジタル化等、消費者を取り巻く取引環境が大きく変化し、従来の消費者概念や消費者が有する脆弱性に対する捉え方を見直し、消費者政策の価値規範に関する考え方を転換させることが必要となっています。こうした状況を受け、令和7(2025)年3月には、第5期となる消費者基本計画が策定され、「消費者が信頼できる取引環境」、「『消費者力』の実践」及び「誰一人取り残されることのない社会の構築」により、安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現並びにウェルビーイングの向上を目指し、消費者施策を強力に実施することとしています。

(2) 県の状況

県では、昭和51(1976)年に、消費者の保護を基本理念とする「岡山県民の消費生活の安定と向上を促進する条例」を制定し、平成17(2005)年には、消費者の権利尊重と自立支援を基本理念とした「岡山県消費生活条例」に全部改正しました。あわせて、同条例に基づき、「岡山県消費生活基本計画」を策定し、県行政の各部門における消費者施策を総合的かつ計画的に推進してきました。

昭和45(1970)年には、岡山県消費生活センターを設置し、消費生活に関する県民からの相談に対応するとともに、知識の啓発、情報の収集・提供に努めてきました。

また、国の交付金の活用等により、市町村消費生活センターの設置支援や、県及び市町村の相談窓口の充実・強化、相談員のレベルアップなどに取り組んできました。

平成26(2014)年3月には「岡山県消費者教育推進計画」を策定し、県消費生活センターを消費者教育の拠点と位置付け、関係機関と連携して県内の消費者教育を推進してきました。

そして、平成31(2019)年3月には、「岡山県消費者教育推進計画」の改定に合わせ、この計画を「第3次岡山県消費生活基本計画」と統合し、令和3(2021)年3月には「第4次岡山県消費生活基本計画」を策定して、消費者施策を一層総合的・効果的に推進しています。

(3) 市町村の状況

県内の市町村においては、国の交付金の活用等により、消費生活専門相談員の配置等による相談機能の強化や啓発活動の充実等に取り組んでいます。

県内の市町村の相談体制の状況を見ると、令和7(2025)年10月現在で消費生活センターを設置しているのは、岡山市、倉敷市、津山市、笠岡市、井原市、総社市、瀬戸内市、赤磐市、真庭市、浅口市で、それ以外の市町村もすべて消費生活相談窓口を設けています。

また、福祉部門等と連携した高齢者等の見守りネットワークづくりや、教育部門等と連携した消費者教育の取組が進められています。

3 「第4次岡山県消費生活基本計画」の取組状況

(1) 主な成果

第4次計画においては、消費者被害の救済と防止のため、研修や巡回指導等により消費生活相談体制の強化を図るとともに、地域における見守り体制の充実を図りました。また、各種啓発セミナーの開催や学校教育等における消費者教育の推進により、ライフステージに応じた学びの機会を提供しました。

さらに、消費者の主体的な行動を促進するための広報・啓発を展開したほか、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会や安全の確保を図るため、事業者への立ち入り調査や消費者等への情報提供を行いました。

なお、目標値の達成状況は、次のとおりです。

◎目標値の達成状況

重点施策	目標項目	計画策定時	現状値	目標値
1 消費者被害の防止	消費生活センター設置市町村の県内人口カバー率	85.1% (R2)	85.9% (R7.9.1)	90.0% (R7)
	消費生活相談員を配置する市町村数 (派遣相談員を含む)	18市町 (R2)	16市町 (R7.9.1)	27市町村 (R7)
	消費者ホットライン188の認知度 (「言葉も内容も知っている」)	15.8% (R2)	17.9% (R6)	30.0% (R7)
	「消費者安全確保地域協議会」* ¹ を設置した市町村の数	4市 (R2)	5市 (R7.9.1)	10市町村 (R7)
2 ライフステージに応じた消費者教育の実施	消費者啓発セミナーの受講者数 (5年累計)	32,711人 (H27~R元累計)	17,231人 (R3~R6累計)	35,000人 (R3~R7累計)
	見守り力アップ講座受講者数 (5年累計)	2,000人 (5年間の推計)	1,650人 (R3~R6累計)	2,200人 (R3~R7累計)
3 若年者への消費者教育の推進	実践的な消費者教育教材* ² を活用した授業等を実施する公立の高等学校等の割合	98.4% (R元)	98.5% (R6)	100% (R7)

* 1 高齢者等の消費者被害防止や被害の早期発見のために、地域の福祉関係者、事業者、警察等が連携して、必要な情報交換、見守り活動等を行う組織（消費者安全法に規定）

* 2 「社会への扉」（消費者庁作成）及び「発達段階別消費者教育教材」（県作成）・「障害のある人向けの消費者教育教材」（県作成）

(2) 今後の課題

目標値の達成状況や県民意識調査の結果等から、地域における相談体制や見守り体制の強化が図られるとともに、ライフステージに応じた学びの機会を提供する環境整備が進むなど、一定の成果があった一方、次のとおり課題が明らかになりました。

① 消費生活相談体制の充実

複雑化・多様化及び高度化する消費者問題に的確に対応するため、消費生活相談員の確保や専門性の向上等、消費生活相談体制を強化する必要があります。また、相談窓口の利用促進を図るため、県消費生活センターや市町村の相談窓口、「消費者ホットライン188（いやや）」の認知度向上が引き続き必要です。

② 配慮を要する消費者の被害防止

消費生活上特に配慮を要する高齢者・障害のある人・若年者や、文化や言語の異なる外国人などを狙った悪質商法等による消費者被害は、後を絶たない状況にあります。このような、より配慮の必要な消費者に対しては、各人の状況により支援のニーズも多様であるため、その特性を踏まえたきめ細かな対策や地域による見守りが必要となっています。

③ ライフステージに応じた消費者教育の実施

消費者教育は幼児期から高齢期までの各段階に応じて行われることが重要ですが、大学生、社会人、高齢者等に対しては取組がされにくい状況にあります。また、取引環境が複雑化・多様化する中で、誰もが消費者トラブルにあう可能性が高まっています。主体的に判断し、責任を持って行動できる自立した消費者を育成するために、ライフステージに応じた体系的な消費者教育を実施する必要があります。