

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の施策を推進してきました。

また、平成27(2015)年度から令和元(2019)年度を計画期間とする第2次基本計画においては、本計画を「消費者教育推進計画」としても位置付けるとともに、「市町相談体制の充実に向けた支援」、「高齢者・若者の消費者被害防止に向けた取組強化」、「消費者被害防止に向けた消費者教育の推進」の3つを重点的に取り組む項目として設定し、128の施策を推進してきました。

【第2次基本計画における主な取組】

(1) 重点項目1 市町相談体制の充実に向けた支援

県内どこの消費生活相談窓口でも、同様のサービスが受けられるよう、県内の相談員を対象とした研修の充実を図るとともに、県・市町相談員の共同処理の促進やICT(情報通信技術)を活用した弁護士等の専門家相談の実施、PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)の設置要件を満たさない市町への代替システム(LGWAN)等の活用による全県的な相談情報の共有、巡回相談、合同事例検討会等の実施等により、市町の相談窓口の機能強化に努めてきました。

(2) 重点項目2 高齢者・若者の消費者被害防止に向けた取組強化

高齢者等の消費者被害を防止するため、高齢者等一人ひとりに情報が行き届くよう、福祉関係団体や警察等の様々な場を通じて効果的な情報提供を行うとともに、高齢者を見守る立場の人を対象とした研修の実施、見守り体制の整備促進、高齢者等を見守る立場の人へウェブサイトやメールマガジン等による情報提供を行うなど、重層的な取組を展開しました。

また、若者に関しては、若者の利用が多いHPやSNS等を活用した消費者被害防止情報を提供するとともに、メール相談への誘導に努めてきました。

※ 「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。

(3) 重点項目3 消費者被害防止に向けた消費者教育の推進

学校における消費者教育を推進するため、副読本や教材等の提供、出前講座等の積極的な活用の促進を行うとともに、市町に対しては、地域の特性に合った内容や手法による啓発講座等をきめ細かく行えるよう、講師に関する情報や啓発資料の提供を行いました。

また、消費者教育推進のための人づくりとして、中学校、高等学校等の教職員を対象に消費者教育指導者研修会を実施するとともに、消費者啓発講座等の講師の養成に努めました。

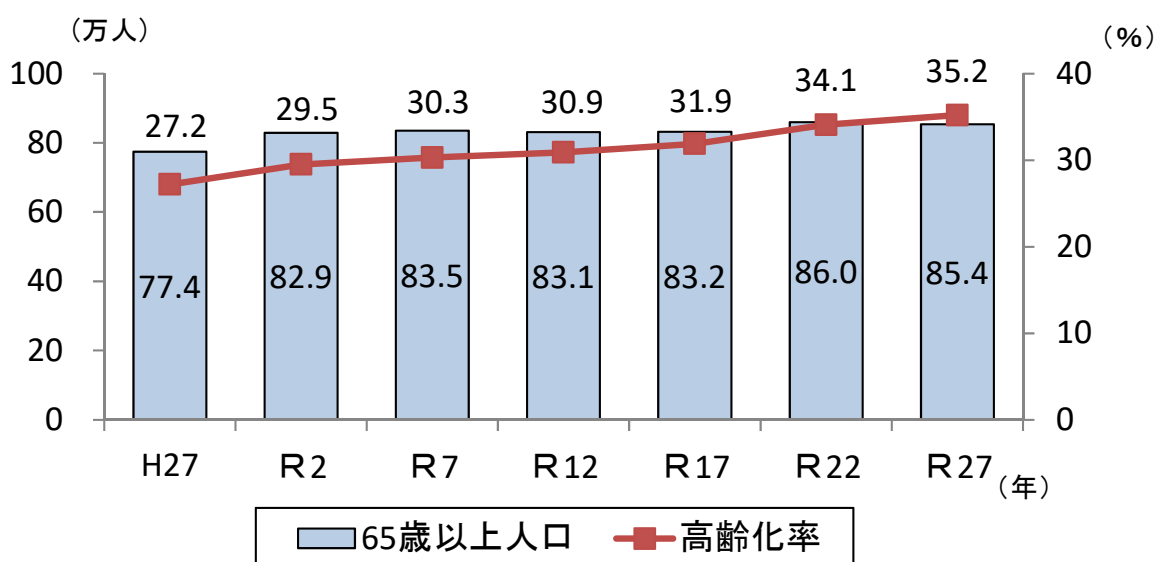
2 消費者を取り巻く現状と課題

(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27（2015）年度には27%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」によると、令和7（2025）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）



出典：H27年は総務省「国勢調査」

R2年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の都道府県別将来推計人口」

イ 成年年齢の引下げ

- 民法の一部改正により、令和4年（2022年）4月に成年年齢が18歳に引き下げられます。これにより、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）と定めていますが、高校3年生もしくは高校卒業直後の若年者が成人となり、未成年者取消権による保護の対象から外れることとなります。

ウ 地域コミュニティの衰退

- 本県の地域コミュニティの状況は、65歳以上の高齢者世帯の単身化が

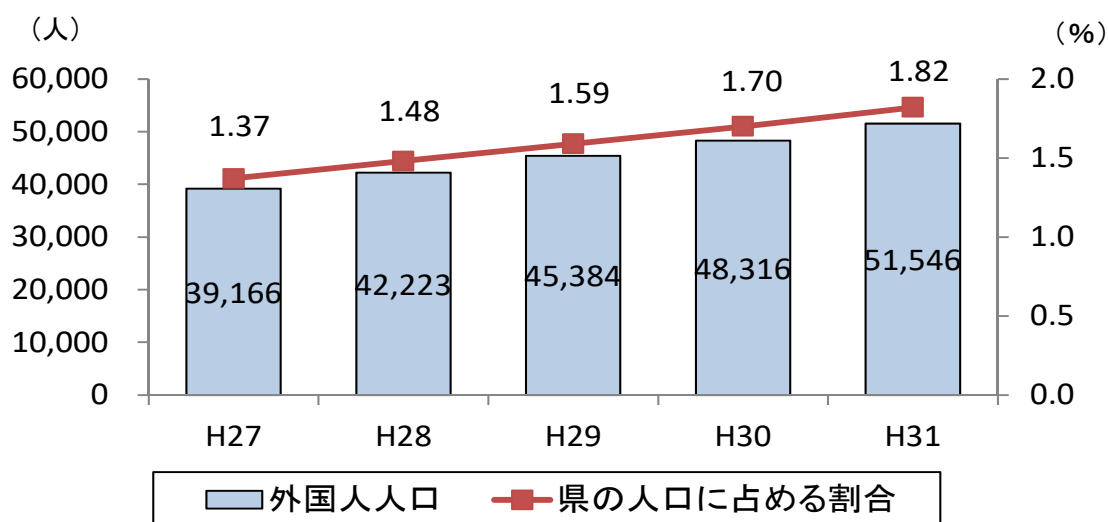
進行し、令和2（2020）年には、高齢者の単独世帯が16万9千世帯となり、夫婦で暮らす高齢者世帯（16万5千世帯）を上回っています。

- その後も単身化が更に進行（令和17（2035）年には18万2千世帯）することが、予測され地域社会による支え合いのさらなる弱体化が懸念されています。

エ 在留外国人の増加

- 広島県内在住の外国人の人口は、5年連続で増加しています。平成31（2019）年1月1日時点の外国人人口は約5万2千人、県の人口に占める割合は、約1.8%となっており、毎年、増加傾向にあります。

外国人人口と県の人口全体に占める割合の推移（広島県）



出典：住民基本台帳に基づく人口（各年1月1日時点）

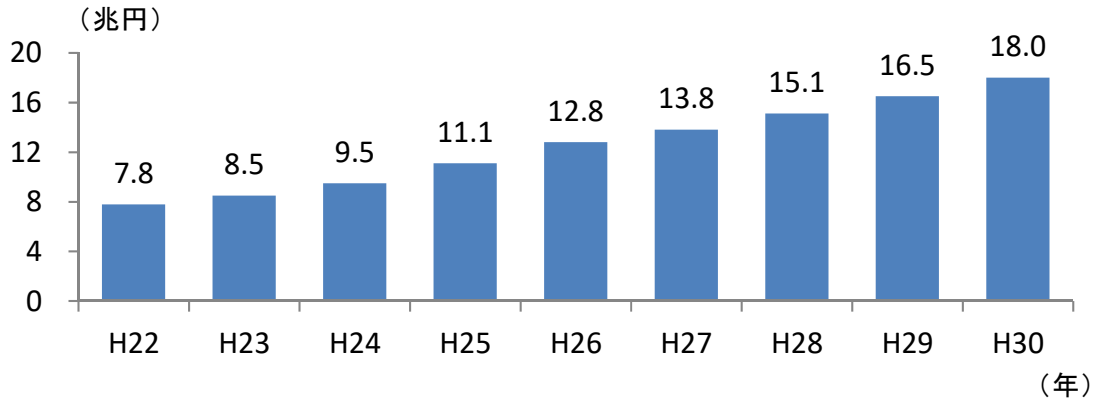
オ 取引形態の多様化

- 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。
- また、「フィンテック」と呼ばれる金融サービスと情報技術を結び付けた様々な革新的な動きや、「シェアリングエコノミー」といった新たなサービスも広がりを見せています。
- 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22（2010）年の7.8兆円から平成30（2018）年は18.0兆円と年々大きくなっており、フリマアプリやネットオークションなどの個人間取引（CtoC）の市場規模も平成28（2016）年以降、拡大していま

す。

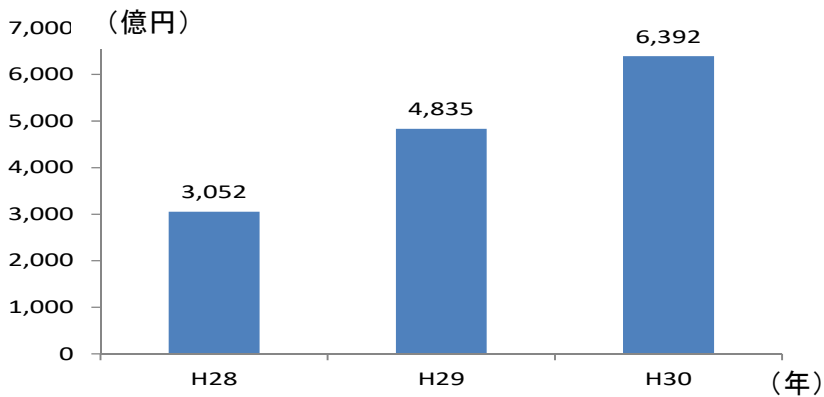
- 一方、インターネット通販等においては、実際の商品を確認することなく取引が行われることが多く、届いた商品やその引き渡しに関するトラブルが生じており、同様に個人間取引に伴うトラブルも増加しています。

電子商取引の市場規模（全国）



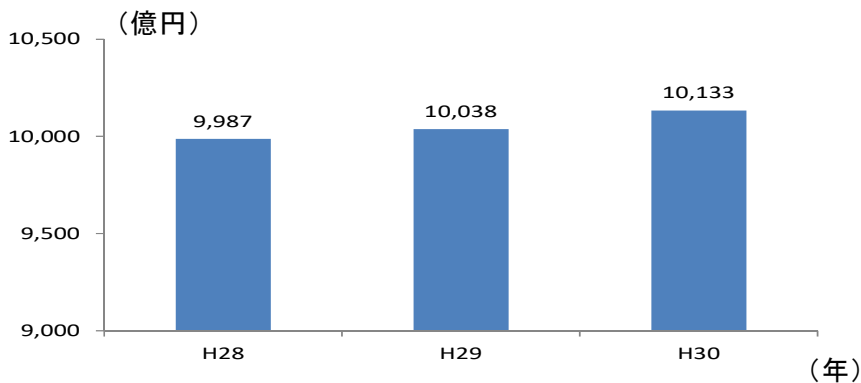
※ 日本の BtoC（企業の個人向け）電子商取引の市場規模。
出典：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

フリマアプリの推定市場規模（全国）



※ 日本の CtoC-Ec（個人間）電子商取引の市場規模。
出典：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

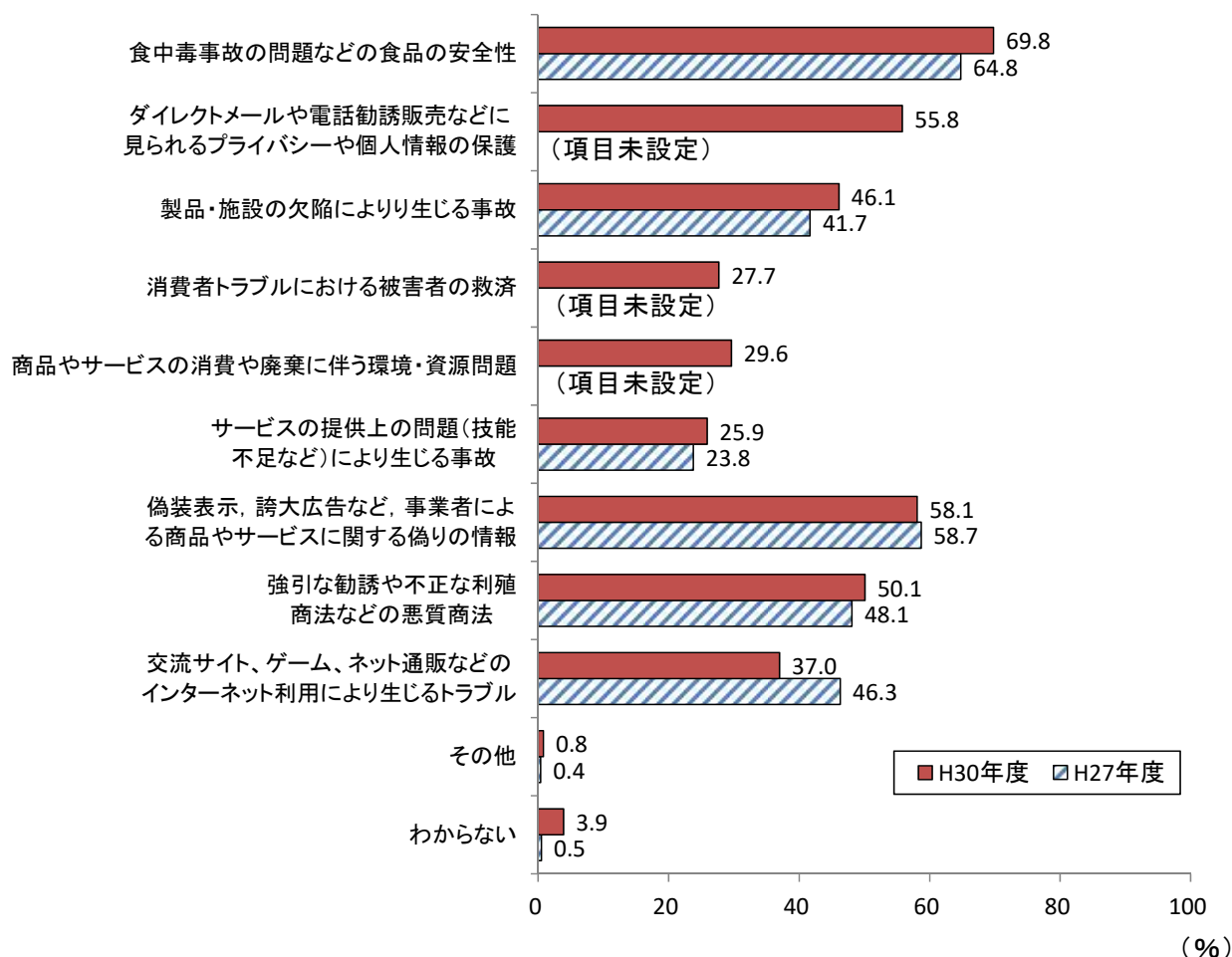
ネットオークションの推定市場規模（全国）



※ 日本の CtoC-Ec（個人間）電子商取引の市場規模。
出典：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

- 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。
これらを背景として、令和元（2019）年 10 月、食品ロスの削減を総合的に推進するため、「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行されました。
- また、消費者庁が平成 30（2018）年度に実施した「消費者意識基本調査」によると、「食中毒事故の問題などの食品の安全性」、「偽装表示、誇大広告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。
- 平成 27（2015）年度に施行された食品表示法により、表示のルールが大きく変わりました。事業者による適切な情報提供が求められるとともに、表示を読み解く消費者にも、制度や情報の理解が求められています。

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）



出典：内閣府「消費者行政の推進に関する世論調査」（2015 年度）
消費者庁「消費者意識基本調査」（2018 年度）