

資料1

平成29年12月8日・第2回第4期消費者
基本計画のあり方に関する検討会

第4期消費者基本計画のあり方に 関する検討会



平成29年12月8日
公益社団法人 全国消費生活相談員協会
阿部 美雪

消費者を取り巻く環境の変化と課題

消費者を取り巻く環境の変化と課題

1. 高齢化、独居化により高齢者の消費者被害の増加

○総人口1億2671万人に占める高齢者人口の割合は27.7%と、過去最高。

(人口推計 平成29年9月15日現在より)

○独居化により、周囲の目が届きにくいこと、相談できないこと等で被害が深刻化する。

○高齢者本人が消費生活センターに相談するのを待っているだけではなく、高齢者の周りの人達が、地域で見守る体制を構築する。

○消費者安全確保地域協議会の設置の遅れ。

2. 高度情報化 グローバル化

○電子商取引の増加。

○越境消費者トラブルの増加。

3. 消費者教育の推進体制

○消費者教育推進地域協議会は、進展がみられる。

○消費生活センターは、消費者教育の拠点となり消費生活相談員がその担い手となることがもとめられているが、十分できていない状態である。

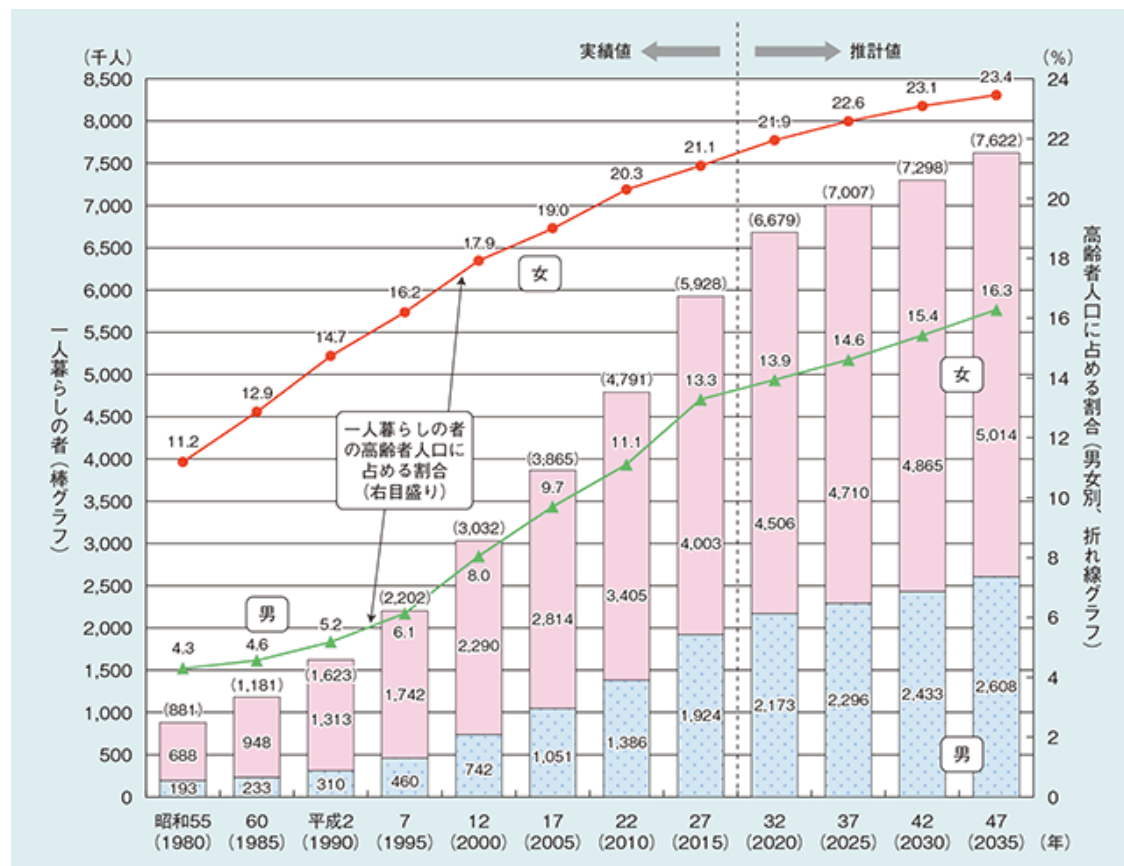
消費者の考え方、意識の変化や、行動の変化、消費者トラブルの変化がみられる。

65歳以上の一人暮らしの高齢者について



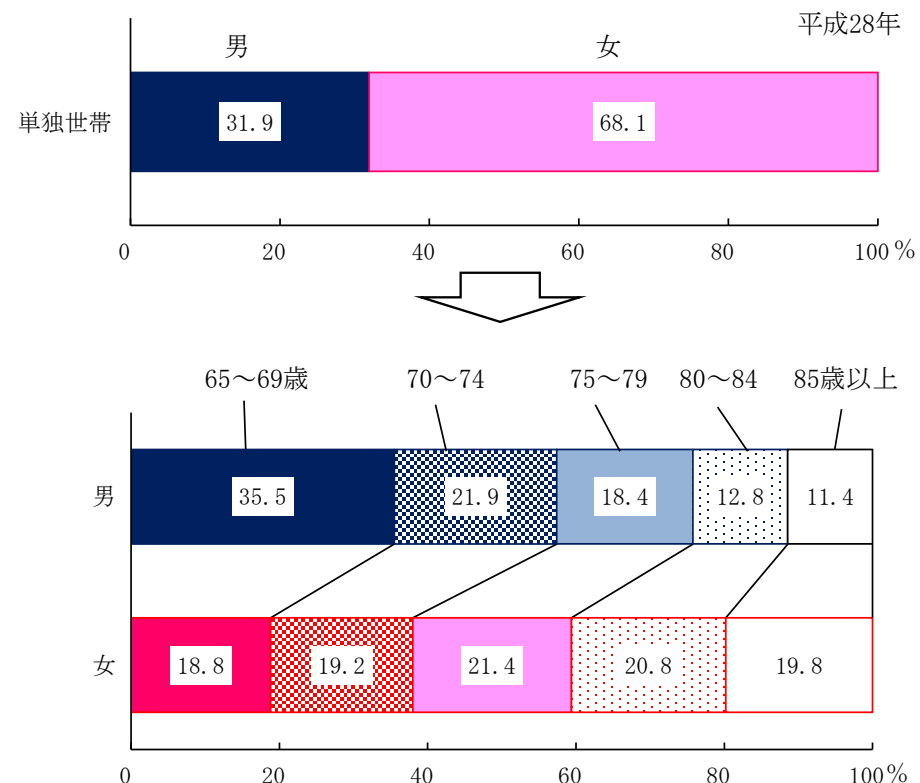
65歳以上の一人暮らし高齢者の増加は男女ともに顕著

65歳以上の一人暮らしの高齢者の動向



平成29年版高齢社会白書

65歳以上の単独世帯の性・年齢構成

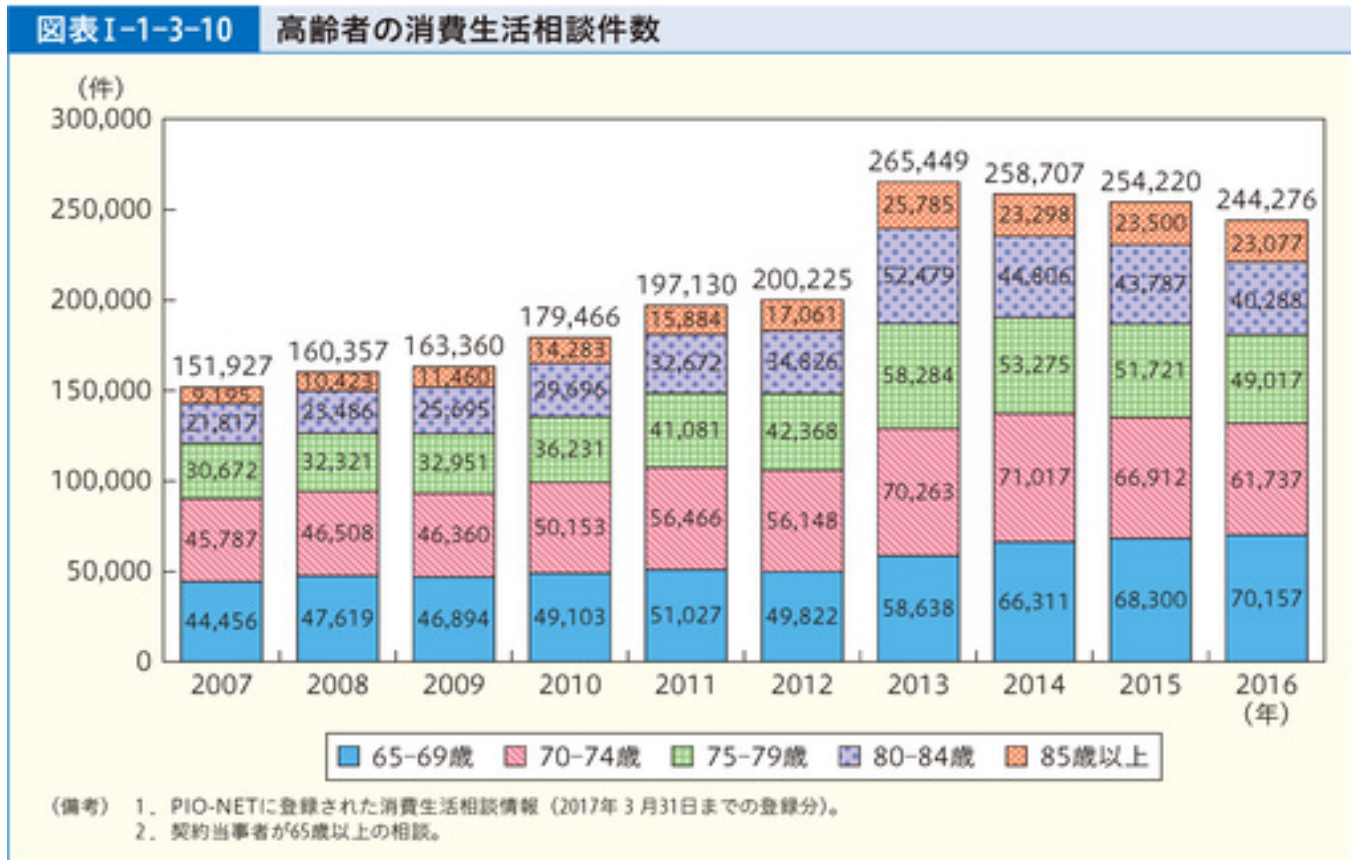


注：熊本県を除いたものである。

平成28年 国民生活基礎調査

厚生労働省

高齢者の消費生活相談の現状① 高齢者の消費生活相談件数

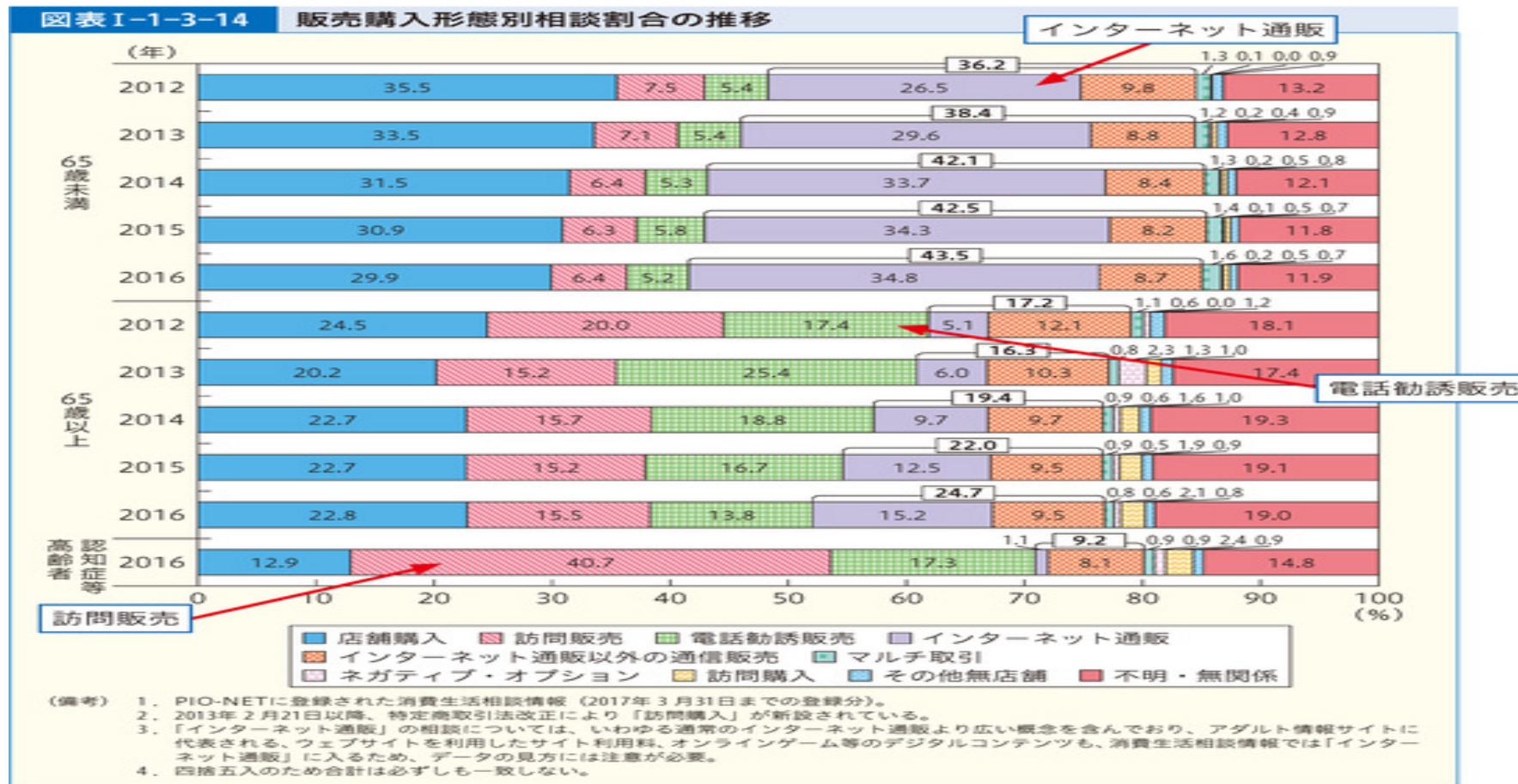


- 2016年相談件数88.7万件。65歳以上の高齢者の相談が27.5%を占める。高齢者の消費生活相談件数は依然として高水準
- 2016年はデジタルコンテンツ等のインターネットに関する相談が増加する一方、金融商品に関する相談は減少。

高齢者の消費生活相談の現状②

販売購入形態別相談割合の推移

平成29年版消費者白書



- 65歳未満では「インターネット通販」が増加
- 65歳以上の高齢者のうち認知症等の高齢者の相談は「訪問販売」「電話勧誘販売」の割合が大きいことが特徴的

消費者を取り巻く環境の変化に対応した 全国消費生活相談員協会としての取り組み①

消費者被害の救済・被害の予防として

○週末電話相談

1998年4月より開始、年間3000件弱の相談。

相談で得られた情報を基に、消費者被害の救済・被害の予防、啓発や消費者教育を行っている。

契約の適正化、制度改正、不当条項について

○電話相談110番

1984年以来、毎年時宜にあったテーマを選択し、相談情報を集約・分析して業界団体や関係官庁へ提言要望を行っている。契約の適正化、制度改正に資することを主な目的としている。

○適格消費者団体

2007年適格消費者団体の認定を受け、これまでに20件の差し止め請求を行っている。

消費者を取り巻く環境の変化に対応した 全国消費生活相談員協会としての取り組み②

消費者教育等の推進として

○消費者問題出前講座

2001年より内閣府の受託事業として年間1000～2000件の講座を実施(2014年まで実施)。

2015年度より自主事業として年間300件の出前講座をおこなっている。

最新の消費者トラブルの状況が把握できる強みを生かして啓発・消費者教育を行っている。

○消費者教育研究所

2017年6月消費者教育研究所を設置。

本協会の消費者教育の体系化・理論化を進めていく。

消費者教育の機関としての役割をはたす。

すべての年代や問題を対象とする教材作成、人材育成、消費者教育に関する情報収集、分析を行い発信する。

平成29年度消費者教育実態調査報告（概要版）より①

全国消費生活相談員協会 消費者教育研究所

- ・ 各支部毎に消費者教育実態調査
- ・ 平成29年8月から9月にかけて消費生活センター等で相談業務に従事する者等、主に本協会相談員が回答（地方公共団体の公式データではない）
- ・ サンプル数（件） 122

消費者教育の実地について

○9割が消費者教育を実施しており、実施する者は消費生活相談員、行政職員の順となった。

○消費生活相談員の8割が消費者教育に関わりを持っている。

○消費者教育として、学校への実施率は6割以上で高校生向けが多く、社会人の実施率は約9割で、高齢者が最も多い。

消費者教育を進める上での困難を感じることもあるか

○約6割が困難を感じている。

○具体的な内容

- ・ 相談業務との両立、講師としての経験不足、夜間開催の調整。
- ・ 消費者行政と教育委員会との連携、行政（職員）の理解不足。
消費者教育の継続の難しさ。

平成29年度消費者教育実態調査報告（概要版）より②

消費者教育コーディネーターについて

- 消費者教育コーディネーターの設置は1割なく、設置していない、設置する予定がないが8割を超えた。
- 予定がないと回答した内容としては、人件費があげられた。

自由意見として

- 職員・相談員もギリギリの人数で業務を行っている。消費者教育の重要性は理解できるが、増員が見込めない中で消費者教育に重点を置いて取り組むことは現状は難しい。
- 消費者教育の効果的な推進には行政だけでなく、関係機関との連携・協働が必要。先進事例の情報提供を希望する。
- 平等な消費者教育を行うためには消費者教育コーディネーターは必要だが、すべての消費生活センターが消費者教育コーディネーターを雇用するのは不可能。都道府県には消費者教育コーディネーターを設置するよう国が義務化してほしい。

実態調査から、
相談員が消費者教育を実施する上でのバックアップ体制、消費者教育資料の充実。
各部署との連携がスムーズに行えるように消費者教育コーディネーター設置の必要性がある。
拡充していくための方策の検討が必要

次期計画において考慮すべき視点

1.主体的な消費行動 消費者教育の推進

- 文科省と消費者庁の連携を深め、現場の実情に合わせて、消費者教育に充てる時間の確保、教職員に対する研修の強化をする。
- 消費者市民教育を行っていく上で、各教育分野と外部者との連携。
専門家を活用し、消費者問題を体験学習する。

2.インターネット等情報通信技術の進展、グローバル化への対応

- スマートフォン インターネットの相談は増加傾向。
- 今後のインターネット上の消費者トラブルの動向を注視していく。
- 適正な広告表示がされているかの調査、消費者被害が多発した事案の迅速な情報提供。
- 越境消費者トラブルの相談体制の充実をはかる。

3.地方消費者行政の今後の体制整備

- ・消費生活相談体制の広域連携の活用。
・消費生活相談員の資質の向上。

4.悪質業者への対応 執行体制の整備

- 都道府県による特定商取引法の執行件数が減少。各自治体の差があり、職員等の理解不足。
- 執行する本課と消費生活センターの温度差、連携が出来ていない。

次期計画において盛り込むべき具体的な事項

次期計画において盛り込むべき具体的な事項

1.消費者教育の推進

- 成人年齢の引き下げに向け、消費者被害の防止を図る。
 - ・高校生向けの消費者教育の必要性。
 - ・アクティブラーニングなどの学習指導の手法の実効性の確保、教材の充実。
 - ・消費者契約法等の見直し。
- 消費者教育に関する消費者教育コーディネーターの育成支援。
 - ・消費者教育の人材の確保。
 - ・消費者教育コーディネーターの地位の確保。
- 持続可能な社会の構築 SDGsの実施推進。

徳島県内における消費者教育に関する 取組の普及・促進を検証し他地域に普及する

2.地方消費者行政の充実

- 高齢者見守りネットワークの整備。
 - ・消費生活協力員 アクティブシニアの活用 官民連携。
 - ・消費生活センターへ相談に行けない相談者宅へ出向き、消費生活センター・地域包括センターへつなぐ役割等の強化。
 - ・IOT、AI等を利用した見守り・介護事業の促進。
- 消費者安全確保地域協議会の設置の拡充。
 - ・設置が進まない要因である人材不足等の問題解決方法。
- 地方消費者行政推進交付金の適用対象事業・期間の延期。

3.高度情報化社会に向けて

- 新たなインターネット取引の進展。
- 資金決済手段として 電子マネー、仮想通貨の取引。
フィンテック、ITを活用した情報提供など。

4.消費者行政における執行力の充実

- 執行業務に携わる職員の知識、経験の習得。国からの執行に係るノウハウの伝達をする。
- 消費生活センター、消費生活相談員に対して、法執行を意識した相談対応、PIO-NET入力等、相談員の役割を理解をさせる。
- 執行体制の強化。