

第2章 県民の消費生活をめぐる現状と課題

1 消費者を取り巻く環境の変化

(1) 高齢化・独居化の進行，地域コミュニティの衰退等

(現状)

○ 本県の高齢化率（平成27年国勢調査）は29.4%（全国26.6%）で，全国に先行する形で高齢化が進行しています。高齢化は今後も全国平均を上回る高い水準で推移し，令和7年には35.2%程度に達するものと見込まれています。（※）

また，高齢単身世帯の割合は全国第2位の15.3%（全国11.1%），高齢夫婦のみ世帯の割合も全国5位の14.0%（全国11.4%）となっています。

○ 県に寄せられる60歳以上の高齢者の消費生活相談件数の割合は，増加傾向にあり，令和元年度は全相談件数の約42%（年齢不明者等を除くと約50%）となっています。

また，高齢者は自宅にすることが多いことから，訪問販売や電話勧誘販売による被害に遭いやすく，これらに関する相談においては，高齢者からの相談が半数を超えています。

○ 一般世帯総数に占める単身世帯の割合（平成27年国勢調査）は35.7%で，年々上昇しています。

○ 全国での障害者に関する消費生活相談件数は10年間で1.5倍に増加しています。

また，本県においても，令和元年度には，障害者や判断力の不十分な人に関連する相談が100件寄せられています。

○ 新型コロナウイルス感染症の拡大以前は，訪日外国人旅行者の増加に伴い，旅行消費額も増加していました。

また，在留外国人についても，外国人材の受入れ等により増加していたことから，その収束に伴い，在留外国人の消費も増加することが想定されます。

このような中，単独世帯が増加し，地域コミュニティの衰退等によって地域社会における人々のつながりが弱まることにより，身近に相談できる相手がいない地域社会から孤立した高齢者・障害者・若年者等が増加することが懸念されています。

また，外国人については，文化や言語の違い等による消費者トラブルも増加していくことが懸念されています。

※（出典）令和7年の高齢化率の予測については，「日本の地域別将来推計人口（全国推計）」（国立社会保障・人口問題研究所）による。

(課題)

周囲の目が届きにくい単身世帯等では、消費者トラブルに巻き込まれやすく、トラブルに巻き込まれた際にも相談できずに一人で抱え込んでしまう傾向にあることから、消費者トラブルの更なる増加や深刻化を招くことが懸念されています。

また、認知症や障害等により判断力の不十分な人など、社会的弱者を狙った悪質商法による消費者被害が後を絶たないことから、多様な関係者が連携した見守り体制の充実が必要となっています。

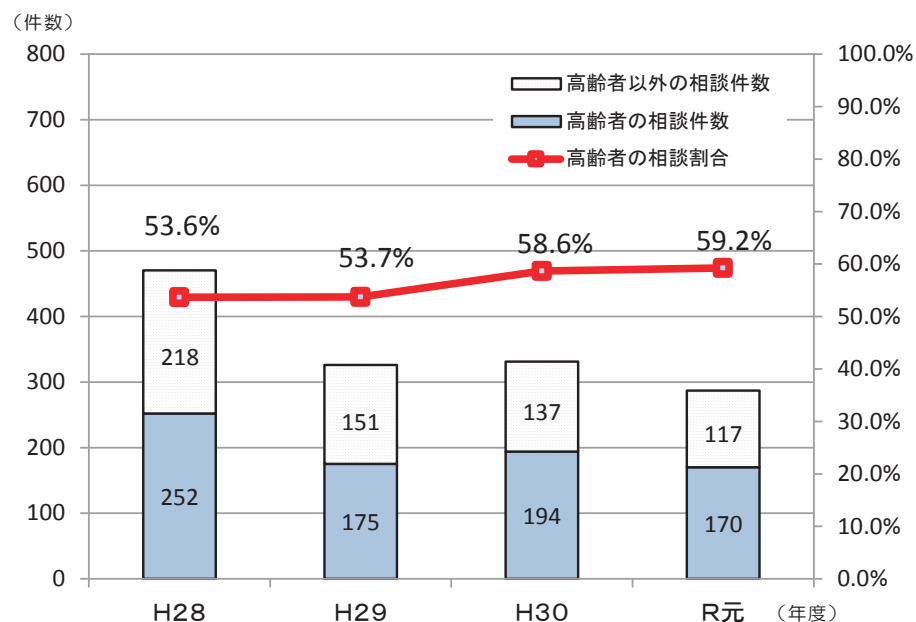
さらに、訪日外国人旅行者の増加や外国人材の受入れ等に伴い、外国人の消費生活相談にも対応していく必要があります。

■高齢者（60歳以上）からの訪問販売及び電話勧誘販売に関する相談件数の推移（県受付分）

1 訪問販売

（単位：件）

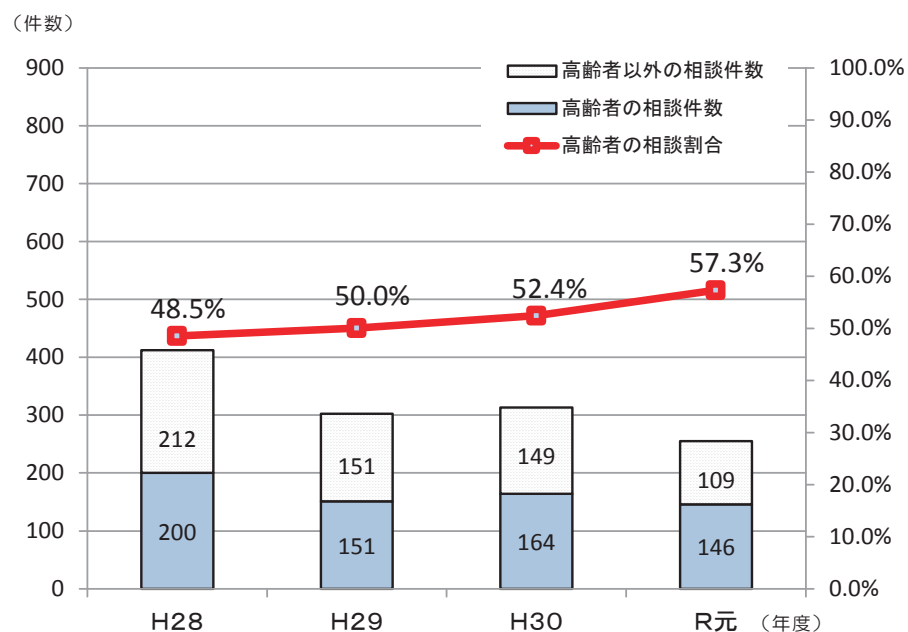
相談件数 \ 年度	H28	H29	H30	R元
全相談件数	470	326	331	287
うち高齢者の相談件数	252	175	194	170
高齢者の相談割合	53.6%	53.7%	58.6%	59.2%



2 電話勧誘販売

（単位：件）

相談件数 \ 年度	H28	H29	H30	R元
全相談件数	412	302	313	255
うち高齢者の相談件数	200	151	164	146
高齢者の相談割合	48.5%	50.0%	52.4%	57.3%



※「高齢者の相談件数」とは、年齢が分かった60歳以上の相談者の相談件数をいう。（年齢不明者等は除く。）

(2) 成年年齢の引下げ

(現状)

令和4年4月から、民法上の成年年齢が20歳から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）と定められていることから、成年年齢の引下げにより、18歳及び19歳の者が未成年者取消権を行使することができなくなります。

令和元年度に本県で実施した「消費者教育等に関する意識調査」（以下「意識調査」という。）の結果（P24～P30参照）によると、令和4年4月から、成年年齢が18歳に引き下げられることを知っている人の割合は58.2%でした。また、現時点で成年年齢の引下げに対応した消費者教育について、不十分またはどちらかといえば不十分と思う人の割合が75%に上っています。

また、近年、若年者を中心にソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下「SNS」という。）の利用が増加していますが、SNSは利便性の高いコミュニケーション手段であると同時に、悪質商法の勧誘等にも用いられやすく、SNSをきっかけとする消費生活相談も寄せられています。

(課題)

若年者は社会経験が浅く、契約に関する基礎知識が乏しいことなどから、成年年齢引下げを契機として、若年者のSNSによる悪質商法の勧誘などによる消費者トラブルが急増することが懸念されています。

そのため、成年年齢引下げを見据え、高等学校等において消費者教育の取組をより一層推進し、実践的な知識の習得を図る必要があります。

(3) デジタル化の進展・電子商取引の拡大

(現状)

近年、情報通信技術（ＩＣＴ）の高度化により、スマートフォンやタブレット型端末が急速に普及し、誰もが、どこでも、いつでも、手軽に商品やサービスを購入できるようになってきており、こうしたオンラインサービスを介した商取引である電子商取引が急速に活発化しています。

さらに、電子マネーなどキャッシュレス決済が普及し、決済手段も多様化しています。

これらに伴い、商品やサービスの入手方法の選択の幅が広がるなど、消費者にとって利便性が大きく向上しています。

一方で、例えば、購入期限までの残り時間が画面上に表示されることで焦って契約してしまうなど、いわゆる一般的・平均的な消費者であっても、一時的にぜい弱な状態となることが懸念されています。また、非対面取引であるために、商品・サービスが期待したものと異なっていたり、提供されないといった消費者トラブルの増加が懸念されています。

総務省の通信利用動向調査によると、本県において、スマートフォンを保有する個人の割合は平成27年の50.4%から令和元年度の61.7%に増加しており、スマートフォンをはじめとする様々な機器を用いてインターネットを利用した人の割合も平成27年度の74.9%から令和元年度の85.1%に増加しています。

このような中、消費生活相談においても、インターネット取引を含む通信販売に関する相談が最も多くなっています。

(課題)

デジタル化の進展及び電子商取引の拡大に的確に対応するには、オンラインサービスによるトラブル等の防止について啓発するなど、消費者教育の充実・強化を図る必要があるとともに、消費生活相談対応力を高めていく必要があります。

■ インターネット利用状況（個人）



(出典) 総務省「令和元年通信利用動向調査」

(4) 子育て支援としての子どもの事故情報の活用

(現状)

14歳以下の子どもの死因において、不慮の事故が上位となっている現状を踏まえ、国においては平成28年6月に「子供の事故防止に関する関係府省庁連絡会議」が設置され、「子どもを事故から守る！プロジェクト」が推進されてきました。

子どもの事故は、事業者の安全な製品の供給、行政による適切な安全基準の設置、保護者への製品事故や危険性、事故防止策についての情報提供等により防ぐことが可能であり、保護者だけでなく社会全体で防ぐ必要があります。

(課題)

子どもの明るい未来のため、子どもの事故を可能な限り防ぐ取組が重要であり、保護者や教育・保育施設の関係者など、子どもの周囲にいる大人が、高い事故防止意識をもって行動することが必要です。

そのため、事故防止のための注意喚起やリコールの情報等安全に関わる情報を幅広く周知する必要があります。

■子どもの死因上位5位（平成28年）

	1位	2位	3位	4位	5位
0歳 (1,928人)	先天奇形、変形 及び染色体異常 (663人、34.4%)	周産期に特異的 な呼吸障害等 (282人、14.6%)	乳幼児突然死症 候群 (109人、5.7%)	不慮の事故 (73人、3.8%)	胎児及び新生児 の出血性障害等 (67人、3.5%)
1～4歳 (690人)	先天奇形、変形 及び染色体異常 (150人、21.7%)	不慮の事故 (85人、12.3%)	悪性新生物 (59人、8.6%)	心疾患 (40人、5.8%)	肺炎 (35人、5.1%)
5～9歳 (391人)	悪性新生物 (84人、21.5%)	不慮の事故 (68人、17.4%)	先天奇形、変形 及び染色体異常 (32人、8.2%)	肺炎 (19人、4.9%)	心疾患 (16人、4.1%)
10～14歳 (440人)	悪性新生物 (95人、21.6%)	自殺 (71人、16.1%)	不慮の事故 (66人、15.0%)	先天奇形、変形 及び染色体異常 (27人、6.1%)	心疾患 (19人、4.3%)

(備考) 1. 厚生労働省「人口動態統計」(2016年)の「性・年齢別にみた死因順位(死亡数、死亡率(人口10万対)、割合(%))」により作成。
2. 0歳は「乳児死因順位に用いる分類項目」、それ以外は「死因順位に用いる分類項目」に基づく。
3. 「心疾患」は心疾患(高血圧性を除く)、「周産期に特異的な呼吸障害等」は周産期に特異的な呼吸障害及び心血管障害、「胎児及び新生児の出血性障害等」は胎児及び新生児の出血性障害及び血液障害の省略。

(出典) 消費者庁「平成30年版消費者白書」

(5) 自然災害の激甚化・多発化，新型コロナウイルス感染症の拡大

(現状)

自然災害については，今後，豪雨の高頻度化や桜島の爆発的噴火，南海トラフ地震などの発生が推測されています。

地震や豪雨等による自然災害の発生後には，家屋の点検や修理を行うとして不当に高額な金銭を要求する事例など災害に便乗した架空請求等の悪質商法による被害が発生する傾向があります。

令和2年初頭の新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大は，マスクや消毒液等の衛生関連商品等の大量購入や高額転売，食料品等の買いだめなど，消費者行動に大きな影響を与えました。

また，不確かな情報等により不安が広がる中，消費者の不安につけ込む悪質商法等により消費者被害が発生しました。

全国でこのような中，県においても令和2年2月頃から新型コロナウイルス感染症関連の相談が多く寄せられてました。

自然災害で被災すると，消費者は誰もが，生活基盤の再建のために焦って契約してしまうなど，一時的にぜい弱な状態となり，取引において自主的かつ合理的な選択が困難となってしまうおそれがあります。

また，新型コロナウイルス感染症のような感染症の拡大時においても，不確かな情報等により，合理的な判断に基づく行動ができなくなる状況に陥るおそれがあります。

(課題)

誤った情報による合理的でない消費行動や消費者の不安につけ込んだ悪質商法等を防ぐためには，消費者に正しい情報を迅速に提供することが必要です。また，非常時においても消費者が情報の真偽を判断し，適切な対応ができるよう消費者教育を行うことが重要です。

2 多様化・複雑化する消費者問題

(1) 県における消費生活相談の状況

(現状)

鹿児島県消費生活センター（以下「県消費生活センター」という。）及び大島消費生活相談所に寄せられた相談件数は、平成28年度以降、減少傾向にあり、令和元年度は4,107件となっています。

相談件数の減少は、架空請求に関する相談が、大幅に減少したことが大きな要因となっています。

また、市町村の相談窓口が整備されてきたことや、消費者ホットライン¹（188）の普及により、消費者の相談が身近な相談窓口に繋がりがやすくなったこと等があります。

相談の件数は減少傾向にありますが、その内容は、多様化・複雑化し、問題のある商法は巧妙化・悪質化しています。例えば、架空請求に関する相談では、圧着ハガキを使ったり、大手通販業者を騙るなど新たな手口によるものがあり、健康食品や化粧品などの通信販売に関する相談では、お試しのつもりが定期購入になっていたというもの、自然災害や感染症拡大に便乗して、個人情報等を詐取しようとする悪質な手口についての相談も見られます。

また、スマートフォン等の普及により、インターネットがより身近になり、自宅にいながら容易に買物やサービスが受けられるなど便利になった反面、思わぬ消費者トラブルに巻き込まれる機会が増えています。

(課題)

多様化・複雑化する相談内容に対応するためには、事業者と対等な立場で交渉することが困難な消費者の利益を擁護するため、相談機能のさらなる充実・強化を図る必要があります。

あわせて、消費者が自主的かつ合理的な判断を行うために、消費者被害等の迅速な情報提供を行うとともに、消費者教育の推進が必要です。

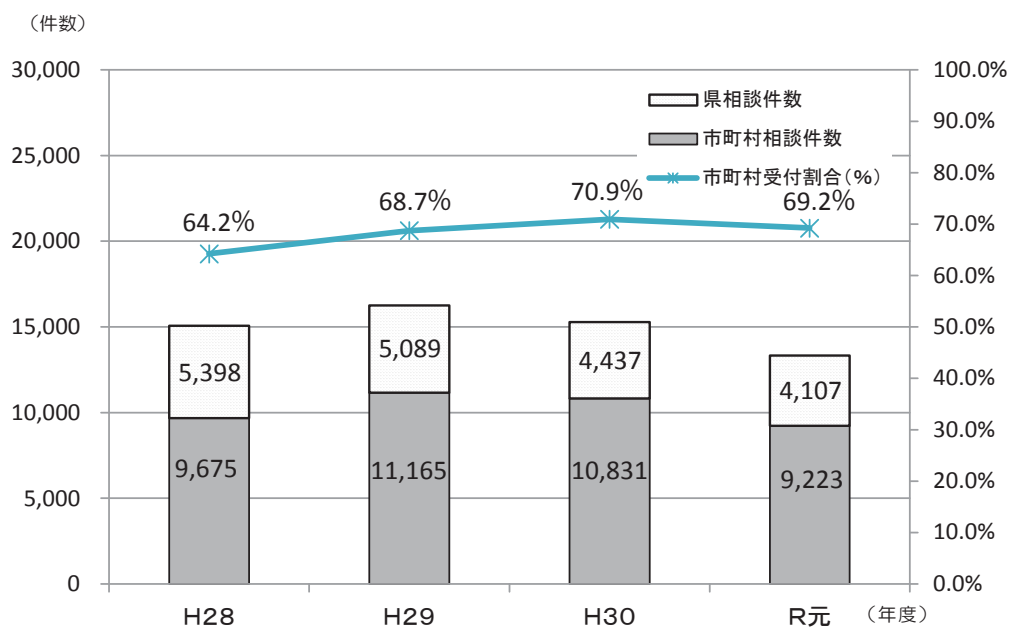
また、事業者の適正な事業活動を確保するため、法令の適正な執行を図る必要があります。

1 消費者ホットライン：最寄りの消費生活相談窓口を案内する3桁の電話番号「188番」

■県及び市町村の消費生活相談件数の推移

(単位：件)

相談先 \ 年度	H28	H29	H30	R元
県	5,398	5,089	4,437	4,107
市町村	9,675	11,165	10,831	9,223
合計	15,073	16,254	15,268	13,330
市町村の割合(%)	64.2%	68.7%	70.9%	69.2%



※ 県相談件数は、県消費生活センターと大島消費生活相談所に寄せられた件数

※ 市町村相談件数は消費者行政推進室調べ

■相談件数の多い商品・役務（当事者年代別）（上位3位，県受付分）（単位：件）

年齢	年度	H30		R元	
		商品・役務名	件数	商品・役務名	件数
20歳未満			89		110
	1位	オンラインゲーム	8	オンラインゲーム	16
	2位	デジタルコンテンツ※1	6	健康食品	12
	3位	アダルト情報サイト	6	アダルト情報サイト	8
20歳代			282		299
	1位	商品一般	25	賃貸アパート	25
	2位	フリーローン・サラ金	19	商品一般	17
	3位	賃貸アパート	13	フリーローン・サラ金	15
30歳代			337		344
	1位	商品一般	31	フリーローン・サラ金	26
	2位	賃貸アパート	21	商品一般	20
	3位	フリーローン・サラ金	19	デジタルコンテンツ	16
40歳代			480		477
	1位	商品一般	41	商品一般	33
	2位	デジタルコンテンツ	28	健康食品	26
	3位	賃貸アパート	25	フリーローン・サラ金	19
50歳代			633		516
	1位	商品一般	90	商品一般	56
	2位	デジタルコンテンツ	41	健康食品	30
	3位	フリーローン・サラ金	29	賃貸アパート	22
60歳代			845		759
	1位	商品一般	215	商品一般	135
	2位	デジタルコンテンツ	36	健康食品	31
	3位	アダルト情報サイト	29	フリーローン・サラ金	25
70歳代			911		970
	1位	商品一般	168	商品一般	147
	2位	健康食品	29	健康食品	51
	3位	デジタルコンテンツ	22	生命保険	21
年齢不明・団体等		—	860	—	632
合計		—	4,437	—	4,107

（参考）

※1 デジタルコンテンツ

インターネットを經由して，パソコン，携帯電話等に取り込む音楽，画像，書籍，ゲームなどの様々な教養娯楽サービス等

■販売形態別相談件数（県受付分）

（単位：件，％）

区 分 販売形態		H30年度	R元年度	増 減
		件 数	件 数	件 数
		構成比	構成比	増減率
無 店 舗 販 売	通信販売	1,293	1,322	29
		29	32	2.2
	訪問販売	331	287	△ 44
		7	7	△ 13.3
	家庭訪販	228	197	△ 31
		5	5	△ 13.6
	点検商法※1	18	13	△ 5
		0	0	△ 27.8
	ｱﾎﾟｲﾝﾄﾒﾝﾄｾｰﾙ※2	6	4	△ 2
		0	0	△ 33.3
	S F (催眠)商法※3	9	5	△ 4
		0	0	△ 44.4
	電話勧誘販売	313	255	△ 58
		7	6	△ 18.5
	マルチ・マルチまがい商法※4	69	57	△ 12
		2	1	△ 17.4
	送り付け商法※5 (ｶﾞﾃﾞｨﾌﾞ・ｵﾌﾟｼｮﾝ)	16	9	△ 7
		0	0	△ 43.8
	訪問購入	33	27	△ 6
		1	1	△ 18.2
	その他無店舗販売	20	20	0
		0	0	0.0
	小 計	2,075	1,977	△ 98
		47	48	△ 4.7
店舗購入		820	906	86
		18	22	10.5
不 明		1,542	1,224	△ 318
		35	30	△ 20.6
合 計		4,437	4,107	△ 330
		100	100	△ 7.4

※訪問販売の内訳は、販売方法の主なものを計上している。

（参考）

※1 点検商法

「無料で点検する。」などと言って点検し、「床下の湿気がひどい。このままでは家がだめになってしまう。」などとだまし工事を施工したり、高額な商品売りつけたりする販売方法

※2 アポイントメントセールス

電話やメールなどで販売目的を告げずに呼び出し、商品やサービスを契約させる販売方法

※3 SF（催眠）商法

開店記念、日用品の安売りなどと言って人を集め、閉めきった会場の中で熱狂的な雰囲気を作り上げ、冷静な判断ができない状態で高額な商品を買わせる販売方法

※4 マルチ・マルチまがい商法

連鎖販売取引のことを指し、①商品の販売、役務（サービス）の提供を行う事業である、②特定利益（紹介料やバックマージン）が得られると勧誘する、③特定負担（販売組織に加入するために必要な負担）を伴うなどの要件を備えた取引

※5 送り付け商法（ネガティブ・オプション）

注文していないのに、業者が一方的に商品を送り付け、代金を請求する販売方法

(2) 当事者年齢別相談の状況（県における消費生活相談）

ア 高齢者（60歳以上）

（現状）

全相談件数に占める高齢者の相談割合は増加傾向にあり，令和元年度は4割（年齢不明者等を除くと約5割）を超えています。

令和元年度における高齢者の相談件数は1,729件であり，内容は，ハガキやメールによる架空請求，光回線・インターネットプロバイダ，通信販売等による健康食品，リフォーム等に関する相談が多くなっています。

（課題）

高齢者については，ひとり暮らしや認知症等のため，家族等への相談や十分な判断ができないまま事業者と契約し，トラブルに巻き込まれているケースも多く，地域での高齢者の見守り体制を一層強化する必要があります。

イ 若年者（30歳未満）

（現状）

若年者の相談件数は，平成30年度まで減少傾向にありましたが，令和元年度は409件で，全相談件数に占める割合も増加しました。

内容は，オンラインゲーム，アダルト情報サイト等のワンクリック請求，脱毛やダイエットサプリ，健康食品，賃貸アパート等に関する相談が多くなっています。

（課題）

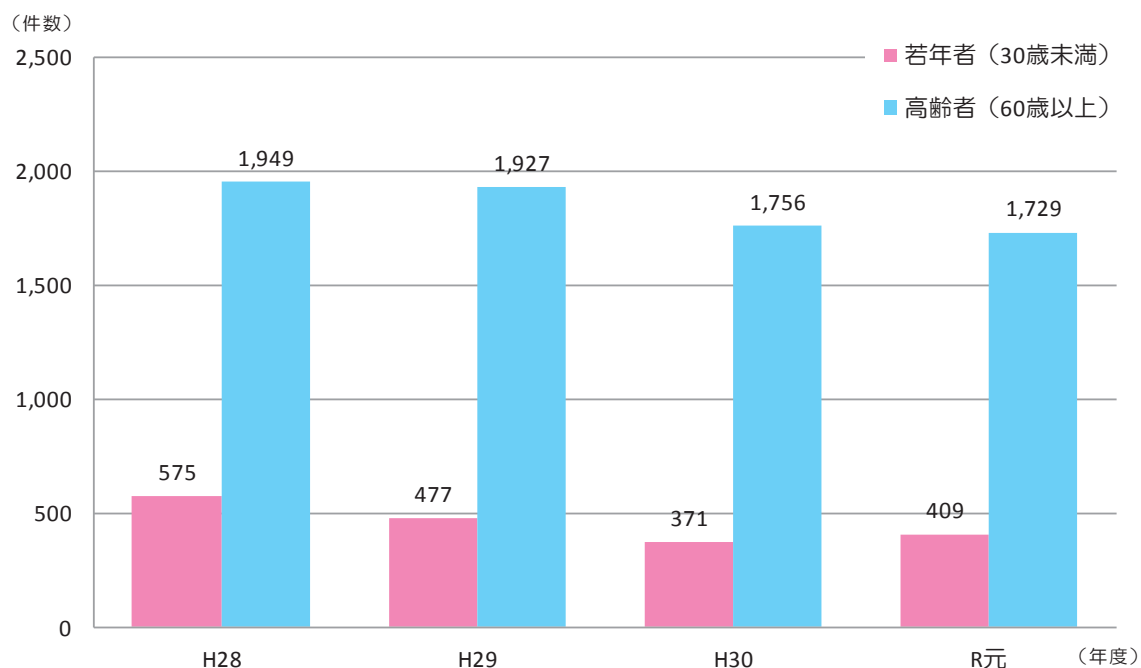
若年者については，社会経験が浅く，契約に関する基礎知識が乏しいことなどから，スマートフォンやインターネットによる有料情報サイト利用料金の架空請求やクレジット社会を背景とした金融トラブルなどの消費者トラブルに遭うケースが多くなっています。

民法改正による令和4年度の成年年齢引下げを前に，より一層，若年者等に対する消費者教育・啓発の取組を推進し，特に社会人になる直前やなった直後に強化する必要があります。

また，小中学校及び高等学校の消費者教育に関する内容の充実が図られている新たな学習指導要領や，「消費者教育推進法」，「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を踏まえ，教育現場における消費者教育に対する支援を強化する必要があります。

■若年者（30歳未満）と高齢者（60歳以上）の相談件数の推移（県受付分）

区分 年度	若年者（30歳未満）		高齢者（60歳以上）		その他	全体
	件数	構成比	件数	構成比	件数	件数
H28	575	10.7%	1,949	36.1%	2,874	5,398
H29	477	9.4%	1,927	37.9%	2,685	5,089
H30	371	8.4%	1,756	39.6%	2,310	4,437
R元	409	10.0%	1,729	42.1%	1,969	4,107



■高齢者に多い商品・役務（サービス）別相談件数（上位5位）（単位：件）

年度 順位	H28		H29		H30		R元	
	商品・役務（サービス）	件数	商品・役務（サービス）	件数	商品・役務（サービス）	件数	商品・役務（サービス）	件数
1位	放送・コンテンツ等	355	商品一般	382	商品一般	383	商品一般	282
2位	商品一般	111	放送・コンテンツ等	355	放送・コンテンツ等	154	放送・コンテンツ等	112
3位	インターネット通信サービス	110	インターネット通信サービス	80	健康食品	88	健康食品	109
4位	工事・建築・加工	95	健康食品	70	インターネット通信サービス	71	インターネット通信サービス	82
5位	健康食品	89	工事・建築・加工	62	工事・建築・加工	69	工事・建築・加工	49

■若年者に多い商品・役務（サービス）別相談件数（上位5位）（単位：件）

年度 順位	H28		H29		H30		R元	
	商品・役務（サービス）	件数	商品・役務（サービス）	件数	商品・役務（サービス）	件数	商品・役務（サービス）	件数
1位	放送・コンテンツ等	185	放送・コンテンツ等	132	放送・コンテンツ等	88	放送・コンテンツ等	79
2位	レンタル・リース・賃借	40	理美容	32	商品一般	29	化粧品	37
3位	移動通信サービス	28	レンタル・リース・賃借	28	移動通信サービス	23	健康食品	33
4位	インターネット通信サービス	27	融資サービス	26	融資サービス	19	レンタル・リース・賃借	30
5位	自動車	25	健康食品	22	理美容	17	商品一般	21

(3) 市町村における消費生活相談の状況

(現状)

市町村に寄せられた相談件数は、平成28年度以降、10,000件前後で推移しており、令和元年度は9,223件となっています。

県内の消費生活相談窓口に寄せられた相談件数のうち市町村で受け付けた割合は、平成17年度は53.3%でしたが、年々増加し、令和元年度は69.2%となっています。

消費者安全法では、県及び市町村が行う消費生活相談が法的に位置付けられ、市町村は消費者からの苦情に係る相談に応じること、都道府県は主として消費者からの苦情に係る相談のうち、その対応が各市町村の区域を超えた広域的な見地を必要とするものに応じることとされています。

さらに、同法により、消費生活センターについては、県においては設置が義務付けられ、市町村においては必要に応じ設置するよう努めなければならないとされています。

県内では、全ての市に消費生活センターが設置されているほか、平成28年4月から、鹿屋市消費生活センターでは広域連携により東串良町・錦江町・南大隅町の住民からの相談を受け付けています。

(課題)

消費者により身近な相談窓口である市町村の消費生活相談窓口について、その周知に努め、相談体制のさらなる充実・強化を支援する必要があります。

■市町村の相談体制の整備状況（令和2年4月1日現在）

消費生活センター設置市町村数	19市
消費生活相談窓口設置市町村数	43市町村
相談員配置市町村数	19市11町
相談員数	44人