資料2

消費生活を巡る社会の現状と課題

京都市文化市民局消費生活総合センター

ぜい弱な消費者の増加など消費者の多様化

（１）高齢化の進行等
（２）成年年齢の引下げ
（３）訪日外国人・在留外国人の増加

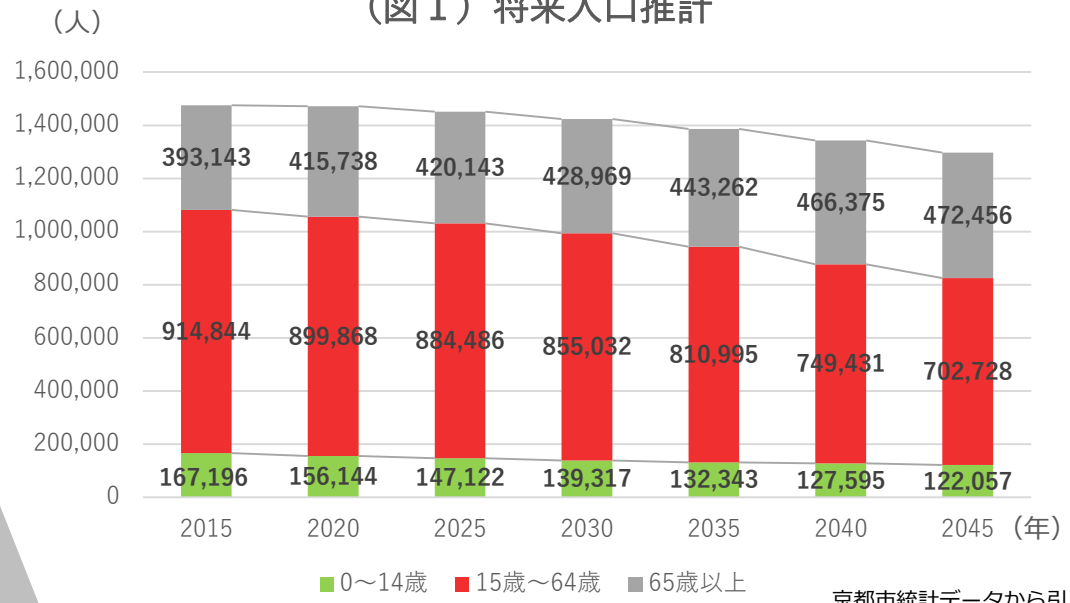
社会情勢の変化

（１）デジタル化の進展・電子商取引の拡大
（２）持続可能な社会の実現への関心の高まり

高齢化の進行等

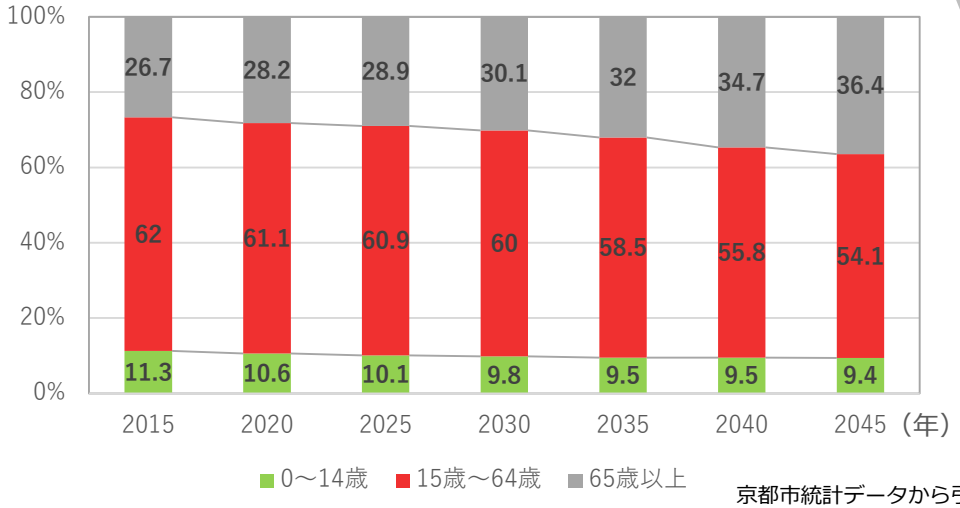
出生率の低下により，少子高齢化が進行し，全国的には2008年をピークに人口が減少しています。本市においても，減少局面を迎えており，将来人口統計では，**<u>2035年には，3人に1人が65歳以上の高齢者となることが見込まれています。</u>**（図1，2参照）

（図１）将来人口推計



京都市統計データから引用

（図２）人口構成比



京都市統計データから引用

<u>こうした中，令和元年度における65歳以上の高齢者の消費生活相談件数全体に占める割合は，約28%となっています。</u>今後の高齢化の進行により消費者トラブルの更なる増加が懸念されます。

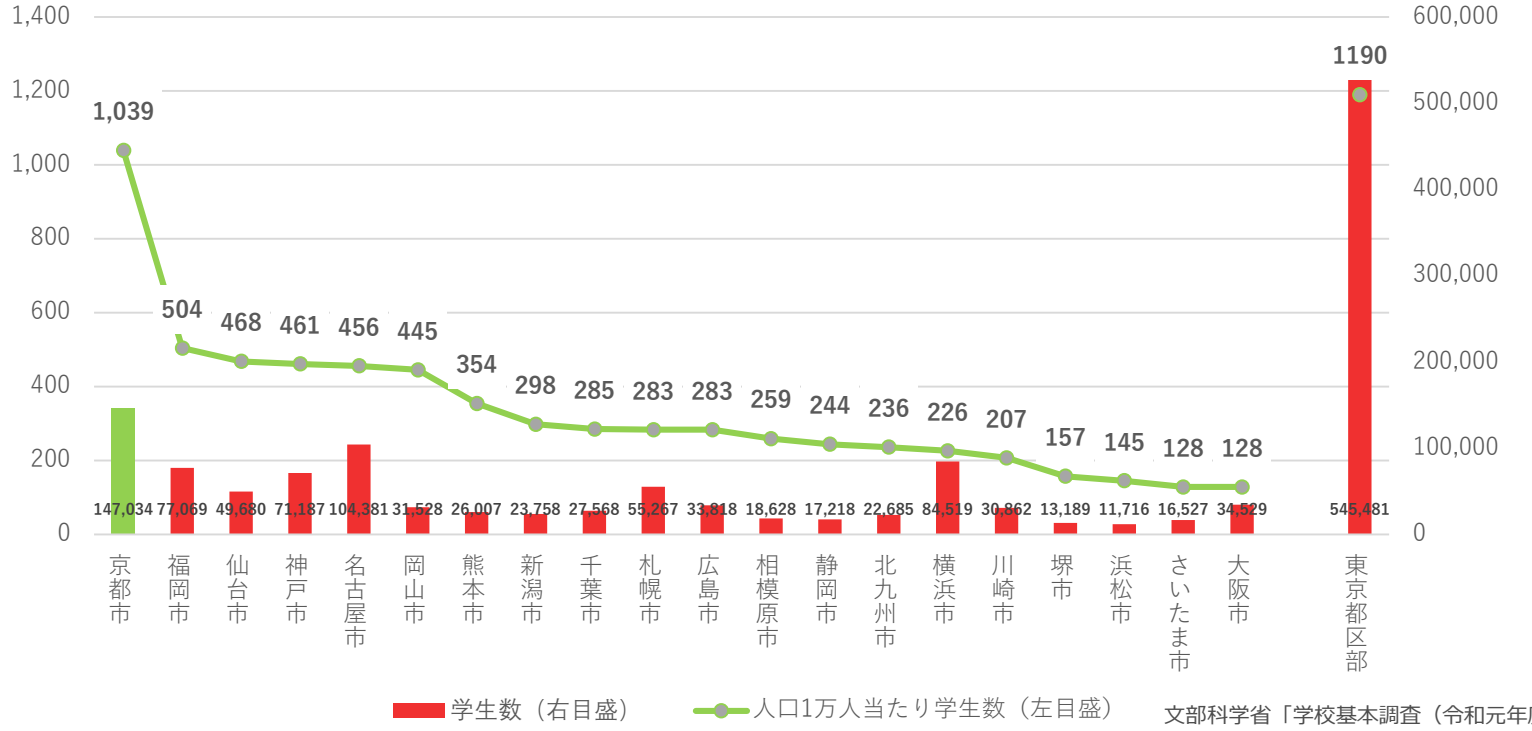
また，単身世帯の高齢者も増えており，身近に相談できる人がいないことで，被害が深刻化することも考えられます。

成年年齢の引下げ

民法改正により，2022年4月に，成年年齢が20歳から18歳に引下げられることから，新たに成年となる18歳，19歳の若年層が未成年者取消権を行使することができなくなります。

近年，若年者を中心にSNSの利用が増加していますが，SNSについては，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い傾向にあり，SNSをきっかけとする消費生活相談件数についても増加傾向にあります。

（図１）人口1万人当たりの学生数



文部科学省「学校基本調査（令和元年度）」から引用

本市では，人口1万人当たりの学生数が政令市の中で最も高いため，成年年齢引下げにより，SNS等をはじめとした18歳，19歳の若年者の消費者トラブルの急増が懸念されます。（図１参照）

訪日外国人・在留外国人の増加

本市における観光等を目的とする旅行客を中心とした訪日外国人の数は大幅に増加しています。（図１参照）

また，訪日外国人の増加に伴い，旅行消費額も増加することが想定されるため，様々な消費者トラブルに遭う可能性が高まっています。

（図１）宿泊外国人客数

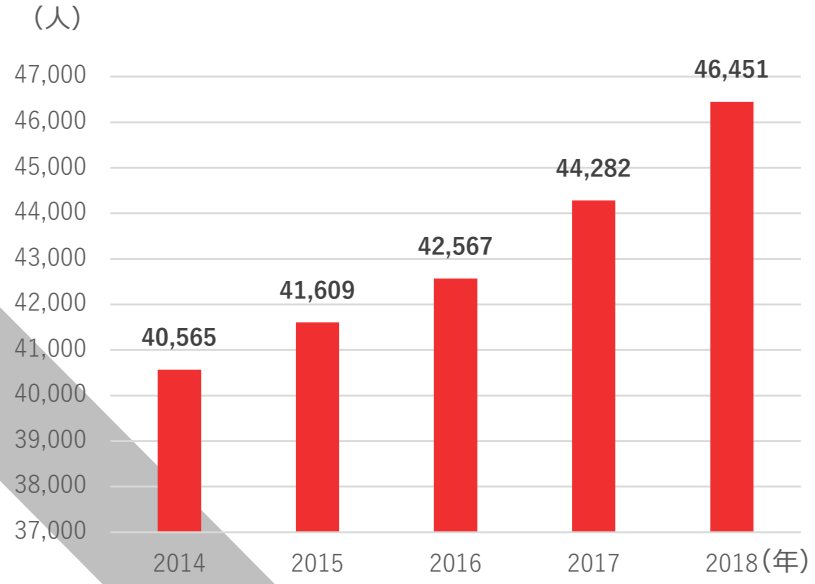
京都市統計データから引用

さらに，本市における在留外国人数も増加しています。（図２参照）総人口が減少局面を迎えている一方で，平成30年12月に「出入国管理及び難民認定法」が改正されたこと等から在留外国人数は今後も増加することが見込まれます。

外国人は，文化や言語の違い等により消費者トラブルに遭いやすい傾向にあると考えられ，外国人による消費の増加に伴い，外国人が取引の当事者となる場合の消費者トラブルが増加していくことが懸念されます。

また，**2020年初頭の新型コロナウイルス感染症の拡大により，訪日外国人数は減少**することが想定されますが，東京オリンピック，大阪万博等の世界的なイベントの開催も控えており，訪日外国人数及び訪日外国人による消費が中長期的には増加していくことが想定されます。

（図２）外国人住民数

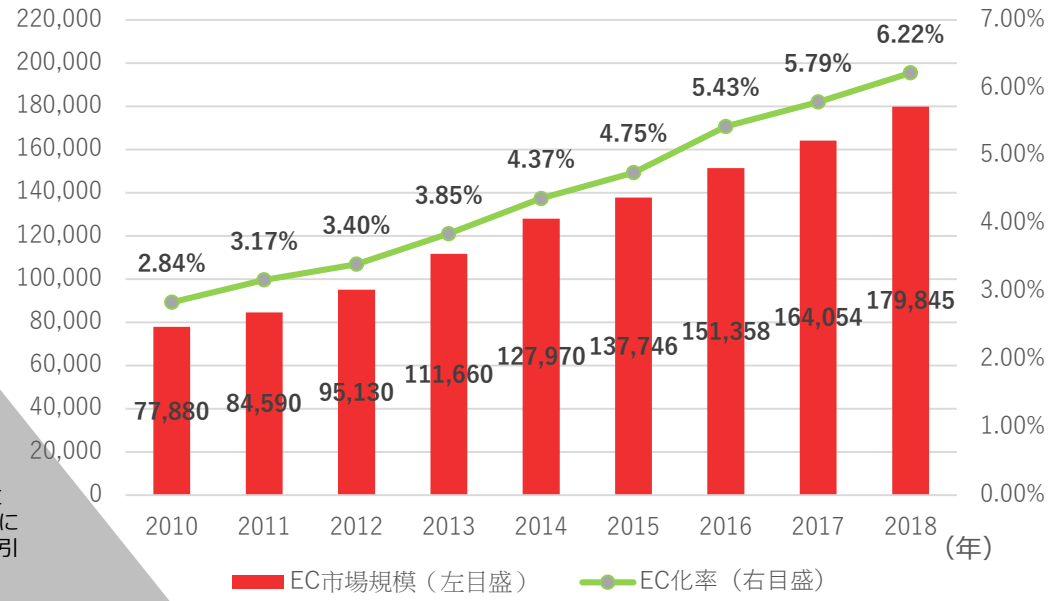


京都市統計データから引用

デジタル化の進展・電子商取引の拡大

情報通信技術（ICT）の普及・発展に伴い，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活発化しています。（図１参照）これに伴い，インターネット通販での商品・サービスの購入や，スマートフォンやインターネット接続回線の契約，キャッシュレス化により多様化する決済手段に関するトラブル，インターネットを通じて海外との取引も容易になったことに伴うトラブル等，消費者被害は複雑化しており，内容も多岐にわたっています。

（図１）消費者向け電子商取引市場規模の推移※

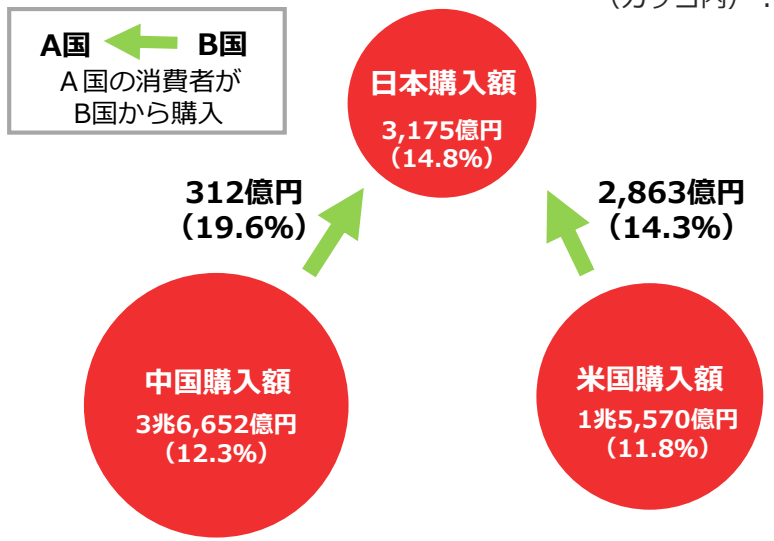


※「平成30年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」（経済産業省）から引用

※EC化率：すべての商取引金額（市場規模）に対する電子商取引市場規模の割合

（図２）日本・米国・中国3箇国間の越境電子商取引の市場規模

（カッコ内）：対前年比



経済産業省「我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）報告書」から引用

さらに，国内より安く入手できること等の理由から越境的な電子商取引も増加しており，米国経由の市場規模は2,863億円，中国経由の市場規模は312億円となり，前年比より約15%増加しました。

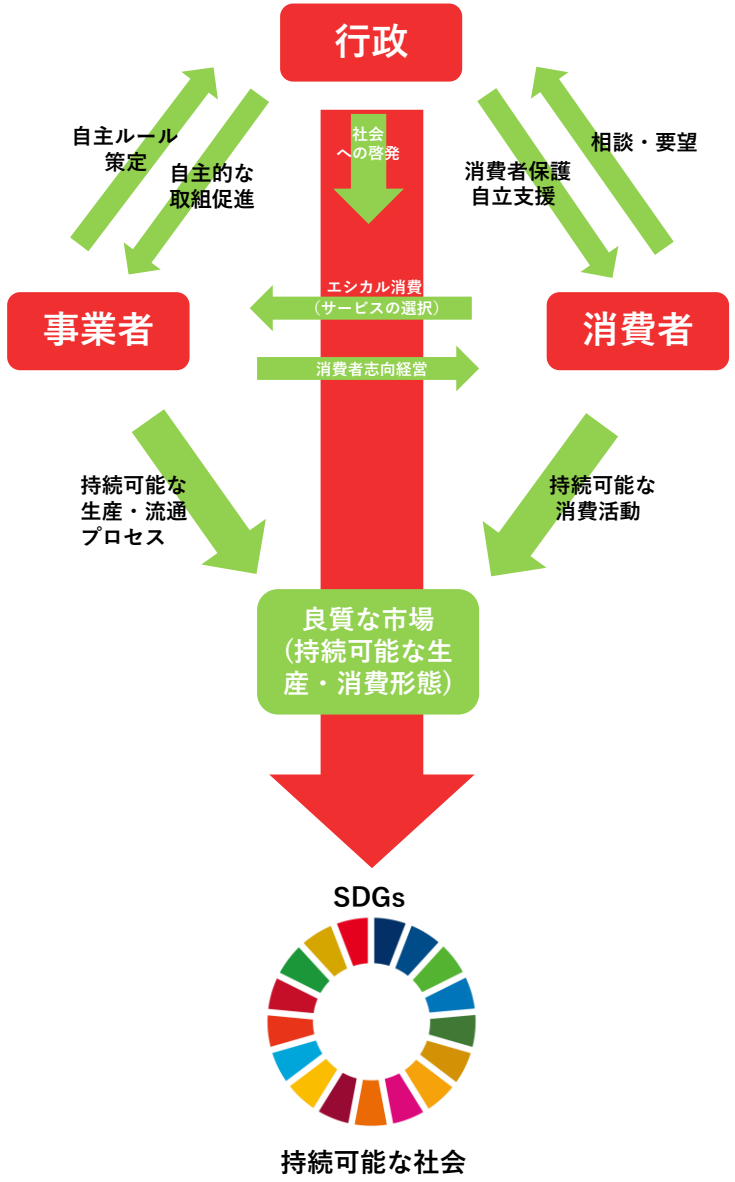
一方で越境的な電子商取引は商習慣等の違いから，海外事業者との間でトラブルが起きた場合には，解決が難しくなることが懸念されています。

このように技術革新の進展には，消費者にとって利益の増進につながる側面と，リスク・課題の発生という側面の両方があることを踏まえ，消費者が主役となる社会の構築に向けて両者のバランスを図っていく必要があります。

持続可能な社会の実現への関心の高まり

日常生活において，利便性の向上が追求され，大量生産，大量消費，大量廃棄が行われている経済社会において，資源やエネルギーの消費量も増加の一途をたどっており，地球温暖化のような環境問題や経済社会の生み出す様々な問題は，産業活動のみならず，消費活動によるところも大きいとの認識が広がっています。

それに対応して，**消費者は，自らの行動が社会に影響を与えることを自覚し，環境に配慮した商品の選択やエネルギーを節約するなど，日常の消費生活における省資源・省エネルギー等環境に配慮した行動，さらには，人や社会，環境等に配慮した持続可能な消費を実践することが重要となっています。**

2015年9月に「持続可能な開発目標（SDGs）」を柱とする「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が国連サミットで採択されました。持続可能なよりよい世界を実現するための17の目標と169のターゲットから構成され，「誰一人取り残さない」という理念の下，環境，経済，社会を巡る様々な課題に国際社会全体で取り組むものとされています。

消費者行政における持続可能な社会の形成に向けての概念図