

2025年11月20日

消費者政策分析官 谷みどり

目次

1 政策に役立つ情報を得るために、消費者相談はどう役立つか

1-1 割賦販売法の支払能力調査義務や加盟店調査義務の創設に役立った・・・p2

1-2 国境を越える消費者契約の増加等、状況は大きく変化している・・・p4

2 法執行に、消費者相談はどう貢献するか

2-1 品質や契約がわかりにくい消費が増えつつある・・・p6

2-2 特定商取引法等の執行に消費者相談が貢献してきた・・・p8

3 消費者への情報提供は、なぜ重要か

3-1 クレジットの支払遅延が増えている・・・p9

3-2 経済が好転しても消費者相談は高止まり・・・p11

3-3 多様な消費者に対応する情報提供や注意喚起が必要になっている・・・p12

4 繁栄する国とは・・・p14

¹ 個人の見解を含む。

1. 政策に役立つ情報を得るために、消費者相談はどう役立つか

消費市場の変化は早い。市場で本当に何が起きているのか、行政にとっても、わかりにくくなっている。既存の政策が効果を挙げているか検証し、制度改革が必要かを見極める等、適切な対策を迅速に実施するためには、消費者相談から得られる情報が欠かせない。

1-1 割賦販売法の支払能力調査義務や加盟店調査義務の創設に役立った

消費者相談から得られた情報が役立って実現した法改正がある。

まず、**2008年の割賦販売法と特定商取引法の同時改正**である。

訪問販売などの悪質商法は昔もあったが、現金で支払われる限り、被害金額は限られていた。しかし、**今世紀初頭、悪質事業者がクレジットを使って被害金額を桁違いに増大**させていた。たとえば、高齢者を対象とした悪質リフォームの例は、大きく報道された。² このような消費者の被害は、**消費者相談にも多数**寄せられていた。

2008年の改正は多岐にわたるが、**割賦販売法**は、クレジット事業者**に指定信用情報機関を利用した支払能力調査**を義務付けるとともに、個別クレジット事業者には**加盟店調査**を義務付けた。ネット通販関係では、**クレジットカード情報の保護**についても規定された。

以下は、毎年作成している若年層を中心とした消費者向けの解説³の一部である。

以前、うそをついておどす悪質な勧誘を受けて何度もクレジットの契約をし、クレジット会社に何千万円も、後で支払う義務を負った家族があった。その家族は、クレジットの支払いができなくなり、クレジット会社に自宅を売られてしまいそうになった。こんなことがまた起きないように、日本は法律を変えた。⁴

クレジット事業者は、クレジットを使う人の情報を確認して、支払えそうな金額だけしか、後で支払う義務を負わせてはいけなくなった。もし、私がクレジットの支払いを遅らせたら、信用情報機関⁵に登録される。他のクレジット会社は、登録された情報を確認するので、登録された私は、クレジットを使えなくなる可能性がある。これで、私は、後で支払えなくなって困ることになりにくくなる。

² 国土交通省サイト 「悪質リフォーム事件等に係る報道例」に、2005年の報道が記載されている。

<https://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/jutaku-kentiku.files/akushitsu/akushitsu1-5.pdf>

³ 経産省サイト 2025年3月 「クレジットカードの不正利用や後払いの支払遅延から身を守るために」 p4

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/consumer/2503shiryou1-2shigharaichien.pdf>

消費者庁の消費者教育のサイトにもリンクしている。

⁴ 2008年の割賦販売法改正。特定商取引法と同時に、悪質商法を排除するための改正を行った。

⁵ たとえばCIC(Credit Information Center)。<https://www.cic.co.jp/>

2016年の割賦販売法改正にも、消費者相談から得られた消費者被害の情報が役立った。

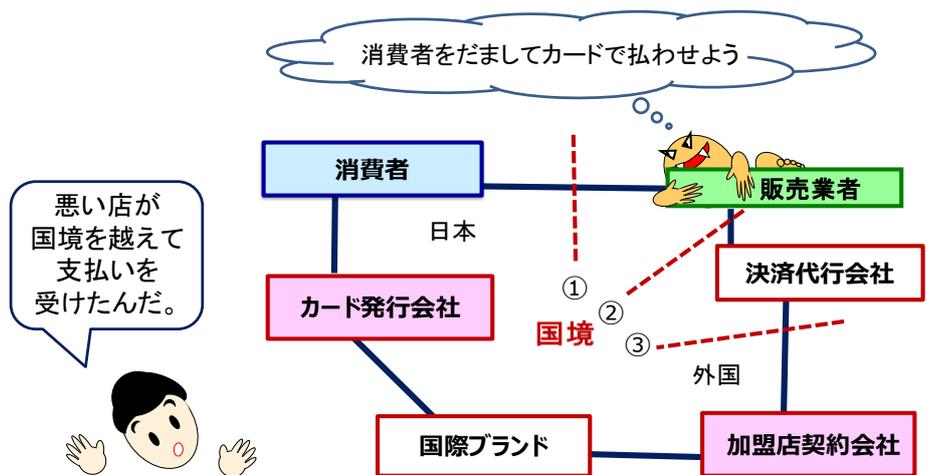
右図で、国境が①にある例は、消費者がネット通販で何か買ったとき、販売事業者が海外にいる場合だ。国境が②や③にある例は、国内の販売事業者が海外の加盟店契約会社(アクワイアラーとも呼ばれる)を経由して、国際ブランドを通じて支払いを受ける場合だ。

2016年の割賦販売法改正によって、加盟店には、カード番号等を適切に管理し不正使用を防ぐ義務ができた。また、加盟店契約会社や、決済代行会社の一部には、国に登録する制度ができ、加盟店でのカード番号等の適切な管理について調査する義務ができた。⁶

このような制度改正がきちんと守られているか、国は検査、監督を行い、違反した事業者には行政処分を行っている。⁷ 消費者相談から得られる情報は、法執行にも役立つ。

消費者が知らないうちに、取引や支払いが国境を超えていることも

国境は、①の場合、②の場合、③の場合がある



2016年の割賦販売法改正(2018年6月施行)

(1) 改正前

登録が義務づけられてきた
クレジット会社は、**カード発行会社** だけ



(2) 改正後

販売業者 に、クレジットカード番号等の適切な管理、不正使用の防止を義務付け。

クレジットカード番号等の取扱いを認める契約を締結する事業者 に登録制度を設け、その契約を締結した販売業者に対する調査、調査結果に基づいた必要な措置を行うこと等を義務付け。

⁶ 経済産業省「割賦販売法の一部を改正する法律について」2017年1月

<http://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/credit/kappuhannbaihounoichibuwokaiseisuruhouritsu.pdf>
 なお、国会審議での海外の加盟店契約会社に関する答弁には、「海外アクワイアラーが・・・登録をしなかった場合は、割賦販売法に違反することになり、刑罰の対象になる。・・・国内に拠点を持っていないなど刑罰の執行が困難な場合・・・国際ブランドからは是正指導等の必要な対応を行ってもらうことになろうかと思う。国際ブランドとアクワイアラーの間の契約には、国内法を守ることがある・・・国内法に違反すれば国際ブランドから契約を解除できる条項にも当たってくる場合もある。・・・国際ブランドからの対応をきっちり行ってもらいたいと思う。・・・そういう合意は経産省と国際ブランドの間でしっかりと行っている。」とある。

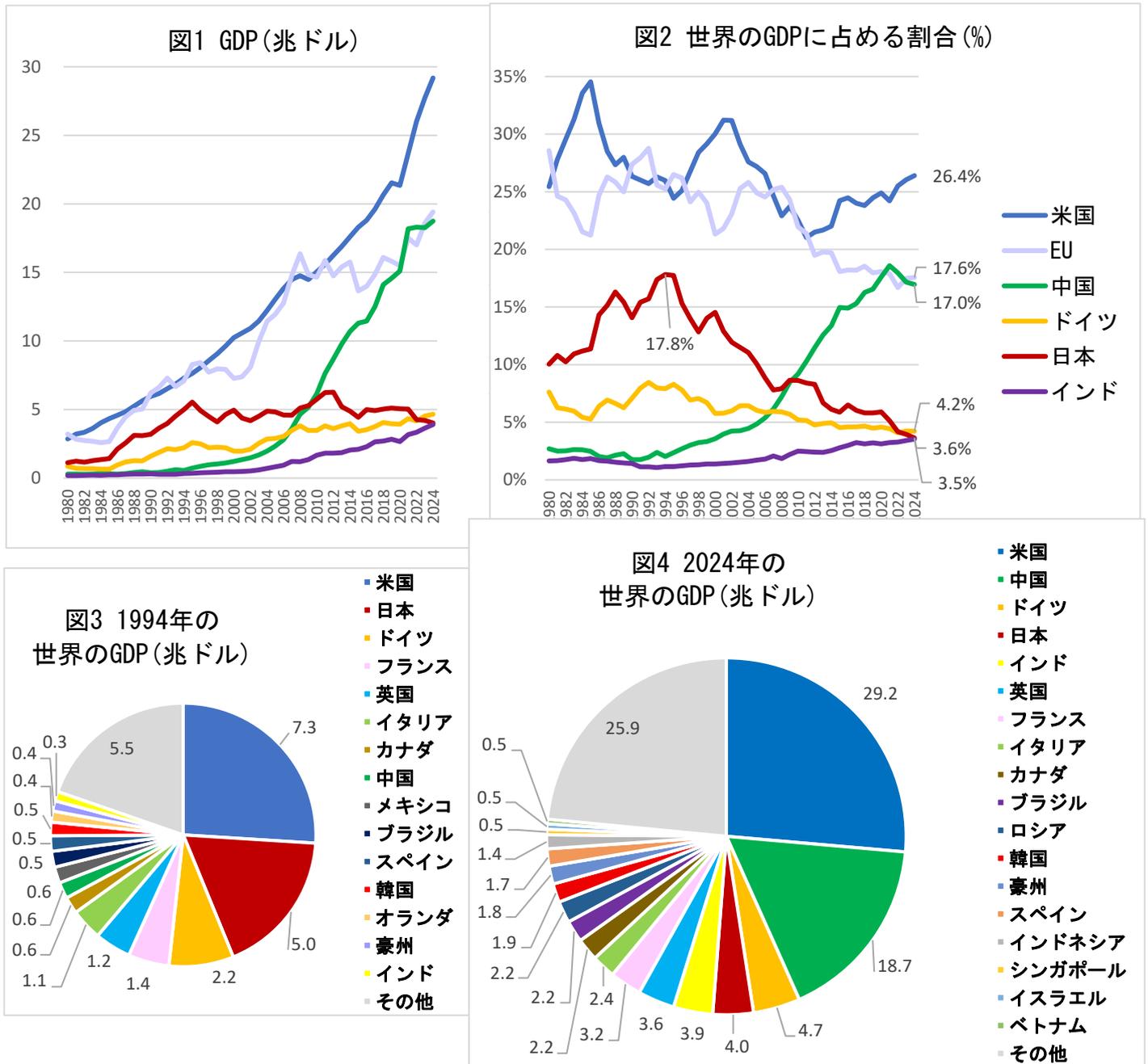
平成28年12月1日参議院経済産業委員会会議録第六号 p12

⁷ 経産省サイト「割賦販売法に基づく行政処分の状況(後払信用)」

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/credit/atobaraigyouseisyobunnojoukyou.html>

1-2 国境を越える消費者契約の増加等、状況は大きく変化している

世界の国内総生産(GDP)に占める日本の割合は、1994年の17.8%をピークに減少し、中国、ドイツに抜かれ、2024年のIMF推計値は3.6%となった。(図2)⁸



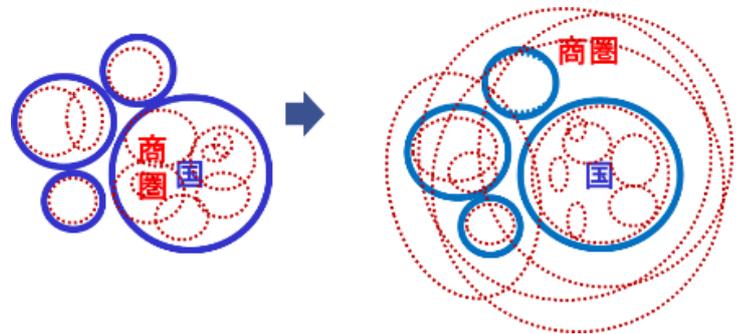
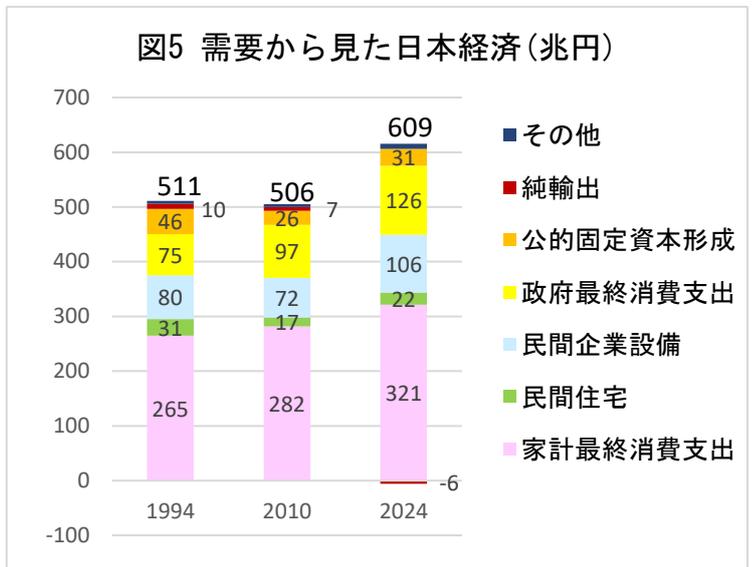
⁸ IMF World Economic Outlook (2025年4月)から作成。

なお、ドイツの人口は、2023年時点で約8,500万人である。これは、日本の人口(約1億2,500万人)の7割弱だ。

日本の国内総生産(GDP)すなわち国内総需要を円建てでみると、1994年から2024年にかけて、511兆円から609兆円に増加した。このうち、家計最終消費支出は265兆円から321兆円に増加し、政府最終消費支出は75兆円から126兆円に増加した。財・サービスの純輸出(輸出-輸入)は、10兆円の黒字から6兆円の赤字に変化した。(図5)⁹

消費市場のデジタル化、グローバル化は、急速に進んでいる。

昔は国の中にあった**消費市場の商圈は、国境を越えて広がっている**。(右図)消費者が輸入事業者や流通事業者を経由せず、海外の事業者と直接契約を締結することが、日常的に行われるようになった。自動翻訳技術も進歩し、海外のサイトが自然な日本語で表示した商品やサービスを、国際契約と意識せずに購入することが増えた。

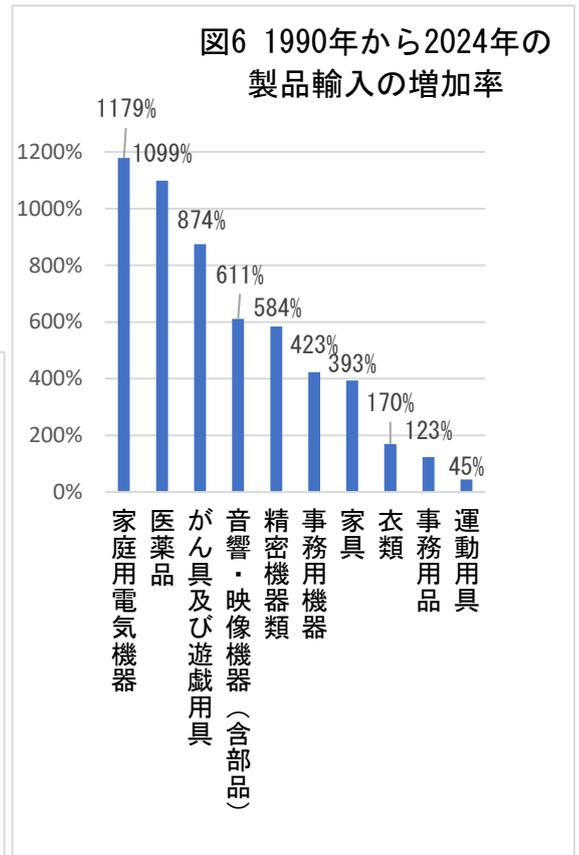


1990年から2024年にかけて、**製品の輸入は大幅に増加した**。(図6)¹⁰

販売者、支払い関係者、プラットフォーマー(ネット通販モールなど)等が国境を越えて関係する**複雑な契約関係**は、理解することが困難だ。しかし、これらを回避しては暮らせず、約款等を**理解できないまま「同意」**せざるを得ないことが多い。

クレジットカードの不正利用も増加し、2024年は555億円になった。(図7)¹¹不正利用にも、国境を越えた支払が関わる場合が相当ある。

変化に対応する政策のためにも、**消費者相談の貢献**が期待される。



⁹ 国民経済計算(GDP統計) 名目暦年 による。

¹⁰ 貿易統計による。

¹¹ 一般社団法人日本クレジット協会による。

2. 法執行に、消費者相談はどう貢献するか

悪質事業者は、情報を隠す。事実に反する「不実告知はない」等の主張も多い。相談から得られる情報が、適切な行政処分や刑事罰に不可欠だ。処分の報道は、他の事業者や消費者の啓発にも効果がある。

消費者相談に自ら電話して下さる相談者から、法執行に必要な、貴重な情報が得られる。

2-1 品質や契約がわかりにくい消費が増えつつある

2000年から2024年にかけて、一人当たりの消費支出の増減率をグラフにした。

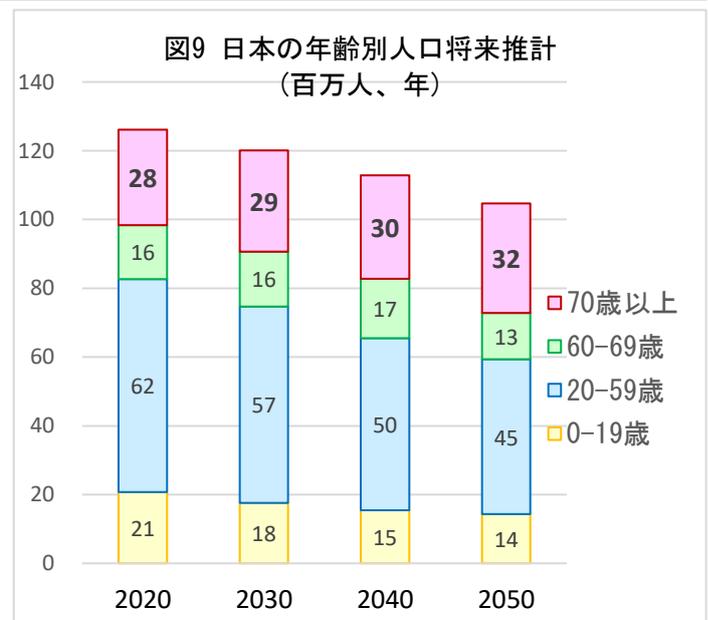
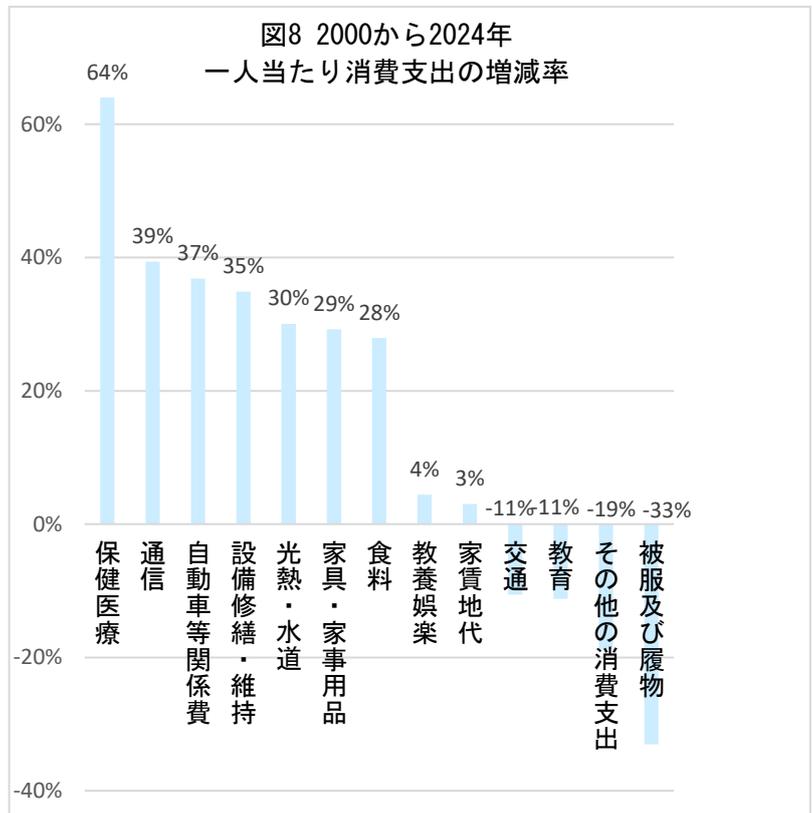
(図8)¹² 増加率が最も高かった項目は、**保健医療**である。保健医療は、購入する財(商品やサービス)の**品質が、消費者にわかりにくい**。このため、たとえば健康食品の効果を偽る営業や表示などの問題が起きている。

2番目に高かった項目は、**通信**である。通信は、**契約の内容が、消費者にわかりにくい**。このため、たとえばスマホの分割払いが支払えなくなるなどの問題が起きている。

3,5番目の自動車盗関係費と光熱・水道は、価格上昇による支出増加だ。

4番目は、**設備修繕・維持**である。設備修繕・維持も、購入する財の品質が、消費者に**わかりにくい**。このため、地震による倒壊の危険性を過大に述べて脅すりフォームの勧誘等の問題が起きる。

日本では、70歳以上の人口が増加し続ける。(図9)¹³ 高齢の消費者には年金等の収入のほか貯蓄もあり、**70歳以上の消費者による消費は、今後も増加**すると考えられる。



¹² 家計調査による。

¹³ 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」出生中位死亡中位(令和5年推計)から計算。

2024年の家計調査で、世帯主が70歳以上の世帯が、世帯主が59歳以下の世帯より、一人当たりで多く消費している金額(1か月間)を、多い順に並べた(右表)。

高齢世帯に多い支出品目は、今後、高齢世帯の人口増加に伴い需要が増える可能性が高い。たとえば食料や水道・光熱がそうだ。ただし、高齢世帯の「交際費」に相当する香典が今後増加するかどうかは、葬儀の形態がどうなるかにもよる。

設備修繕・維持、保険医療サービス、健康保持用摂取品は、消費者にとって、品質の見極めが困難な場合が多く、消費者を欺いて契約させる事業者がある。クレジットを使った多額の契約もある。このような事業者を市場から排除することによって、新たな技術や経営手法を生み出し良質の雇用を提供する誠実な事業者の経営を伸ばすことが期待される。

通信への支出は、2024年は高齢世帯の方が282円多くなった。(同様の試算で、2022年は高齢世帯の方が297円少なく、2023年は102円少なかった。)通信は、契約の見極めが困難である。また、通信機器を使った契約は、対面での契約に比べ、契約相手がわかりにくく、国境を越えた契約に気付きにくい。特に高齢者は、悪質行為の標的になりやすい。金融資産を持つと知られる日本の高齢者が、世界の悪質事業者の標的にならないようにする必要がある。

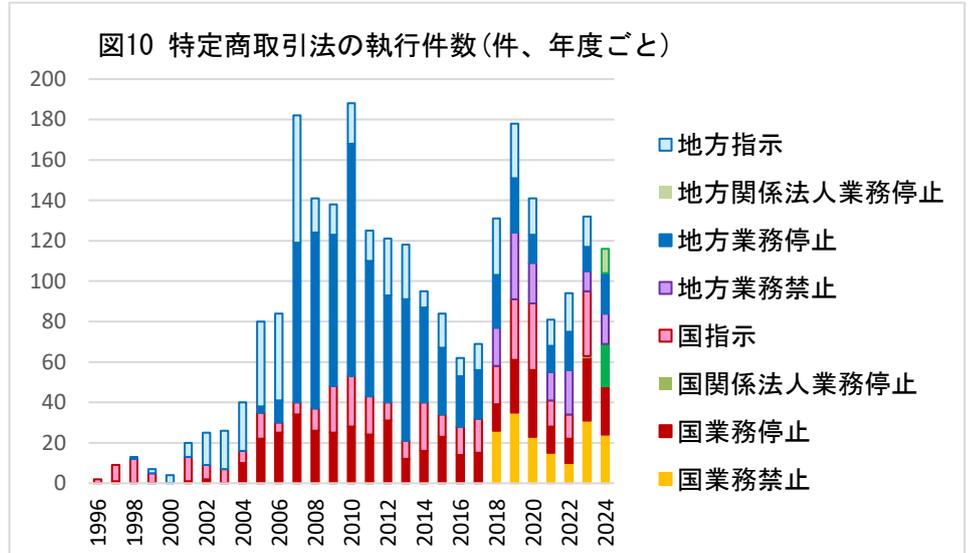
このような消費者被害に対処する法執行に、消費者相談から得られる情報が貢献している。

高齢世帯の一人当たり消費が多いもの目	一人当たり消費の差額(円)
交際費	5,302
設備修繕・維持	4,748
野菜・海藻	2,620
魚介類	2,179
電気代	1,925
保健医療サービス	1,720
果物	1,446
書籍・他の印刷物	1,212
調理食品	1,080
穀類	1,033
乳卵類	876
医薬品	749
諸雑費	748
ガス代	737
他の光熱	724
家庭用耐久財	721
油脂・調味料	647
上下水道料	634
肉類	633
健康保持用摂取品	587
こづかい(使途不明)	530
酒類	492
家事サービス	410
菓子類	300
家事用消耗品	287
通信	282
飲料	239

2-2 特定商取引法等の執行に消費者相談が貢献してきた

消費者関係の**法執行**に、**消費者相談は重要な役割**を果たしてきた。

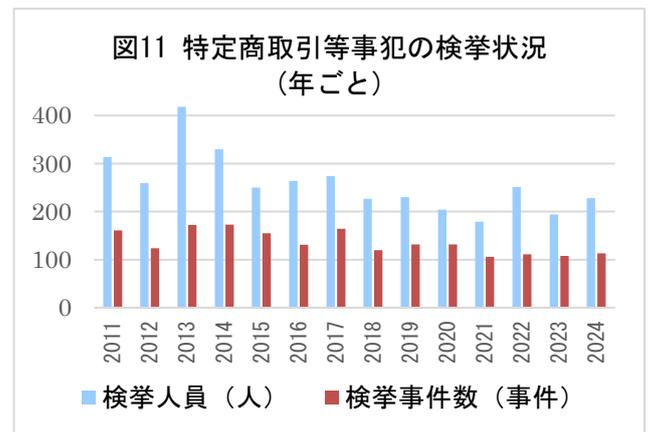
例えば、**特定商取引法の執行**は、2005年から2007年にかけて大きく増えた。(図10)¹⁴ この執行には、2004年まで大幅に増加していた消費者相談が役立てられた。消費者相談件数が2004年をピークにして急激に減少した背景の一つに、この時期の特定商取引法の執行件数の大幅な増加がある。当時、特定商取引法執行の報道は、消費者の注意を喚起し、関係する事業者に違反行為の是正を促した。



特定商取引法の執行は、その後も着実に行われ、行政処分の種類も増えた。

特定商取引等事犯の検挙も、着実に行われている(図11)。¹⁵

特定商取引法をはじめとする消費者法の執行は、消費者が契約や品質を見極めにくい分野の悪質行為防止に役立っている。



特定商取引法等の法執行は、割賦販売法に規定された**クレジット事業者の加盟店調査**にも役立つ。悪質な取引についての消費者相談では、**支払い手段に関する情報**も、**今後の悪質行為の防止に役立つ可能性がある重要な情報**だ。

¹⁴ 消費者庁「特定商取引法ガイド」による。

¹⁵ 警察庁生活安全局生活経済対策管理官「令和6年における生活経済事犯の検挙状況等について」、警察白書等による。

3 消費者への情報提供は、なぜ重要か

消費市場で誠実な事業者が選ばれ悪質な事業者が排除されるためには、消費市場の問題や対策についての情報共有が必要だ。しかし、世の中は情報の洪水で、「ホームページをご覧ください」だけでは伝わらない。

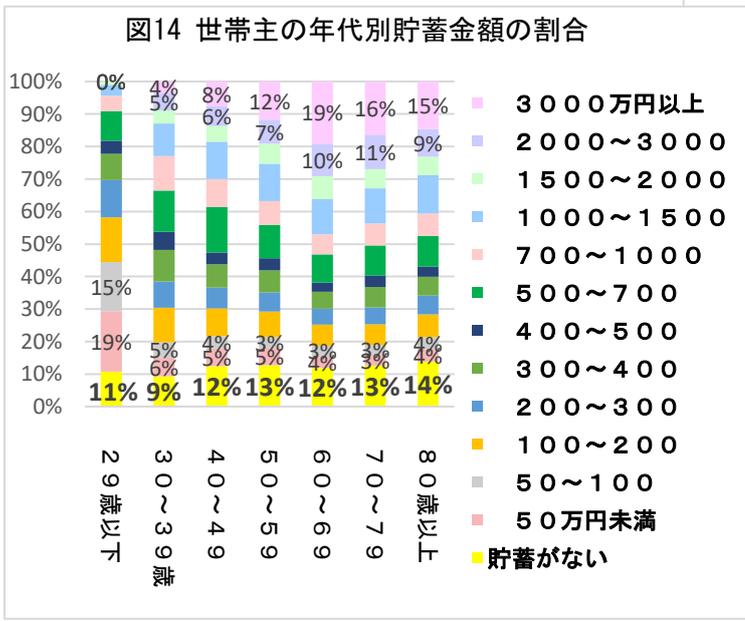
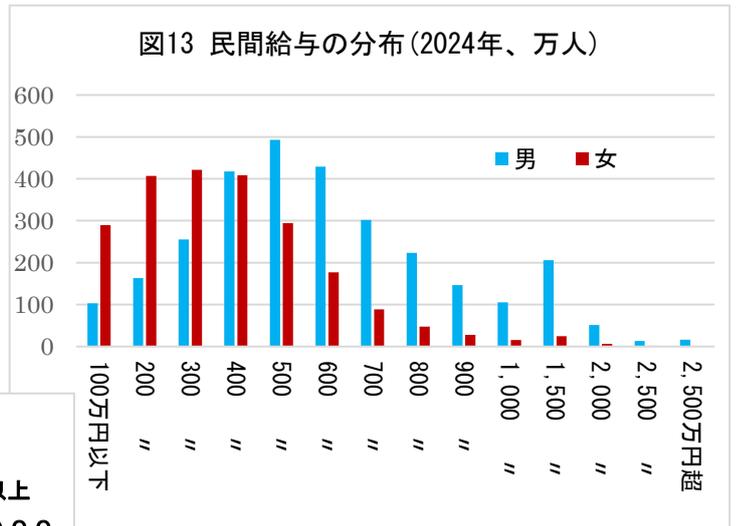
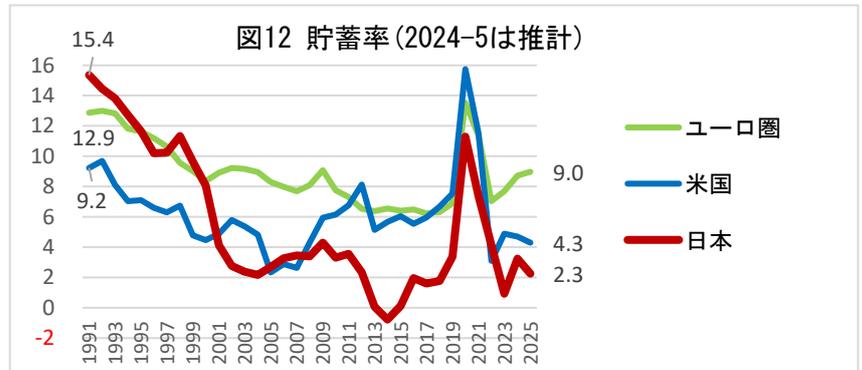
消費者の状況に応じて、必要な情報を、正確に、わかりやすく伝えることの意義は大きい。課題に応じた注意喚起も求められる。

3-1 クレジットの支払遅延が増えている

日本人の**家計**には、あまり**余裕がなくなっている**。

日本の**家計貯蓄率**は、20世紀は高かったが、今は低い。**2014年の家計貯蓄率はマイナス**だった。つまり、日本人は収入より多く支出した。これは、持続可能でない。世界各国の家計貯蓄率はコロナ禍で上昇した後低下し、2024年、2025年も**欧米より低かった**と推計される。(図12)¹⁶

民間給与の分布(図13)¹⁷にもみられるように、収入の差は大きい。この背景には、新技術を活用できる人とそうでない人の存在もある。



国民生活基礎調査によれば、2022年、どの世代も**貯蓄がない世帯は約1割かそれ以上**あった。世帯主が**29歳以下**の世帯の**11%**は貯蓄がなく、**45%**は貯蓄が**100万円未満**だった。(図14)¹⁸

¹⁶ OECD Economic Outlook 117 (2025年6月発表)による。

¹⁷ 民間給与実態統計調査による。

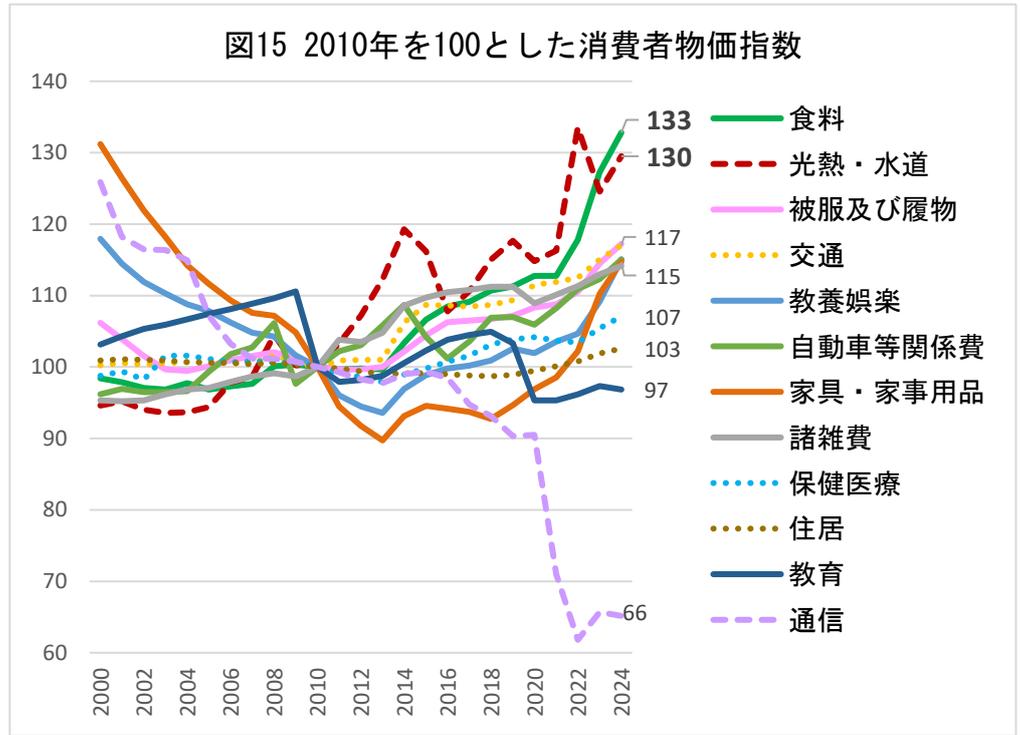
¹⁸ 国民生活基礎調査による。貯蓄の有無と金額を回答した世帯に占める割合。

物価も、家計に影響している。

2000年以降の**消費者物価**を、2010年を100としてグラフにした。(図15)¹⁹

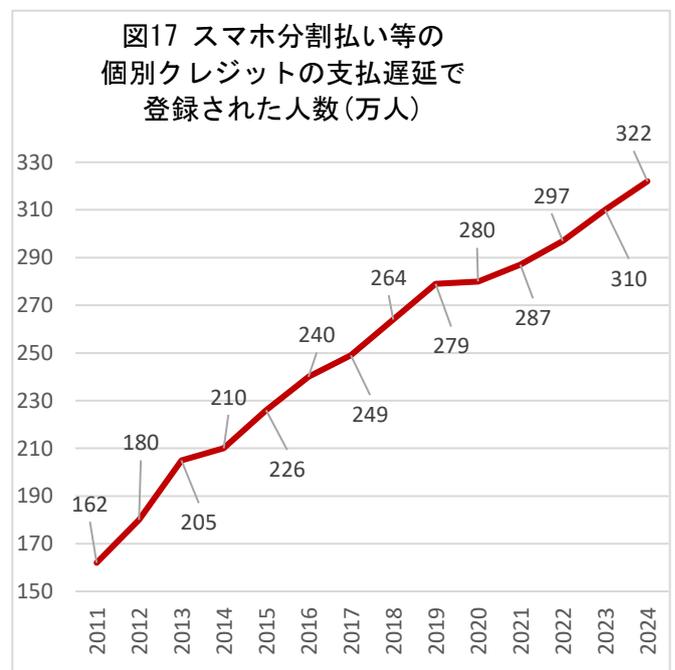
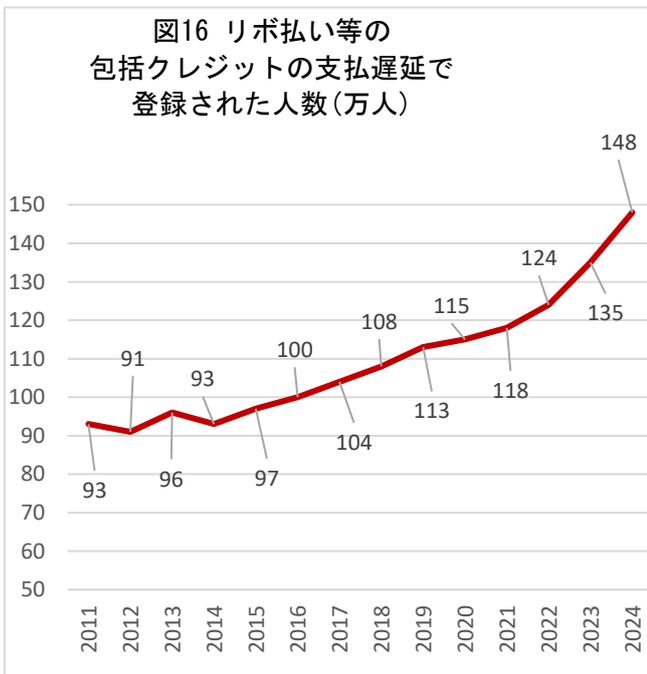
2010年から2024年にかけて、**食料と光熱・水道の物価が、約3割上昇**した。一方、**通信の価格は低下**した。

食料や光熱は、値段が高くなっても消費せざるを得ない。



クレジットの支払が遅れた人が増加した。

クレジットカードのリボ払いなど、**包括クレジット**の支払いが3か月以上遅れて信用情報機関に**登録**された人数は、2011年は93万人だったが、2024年には**148万人**になった(図16)。また、スマホの分割払いなど、**個別クレジット**の支払いが3か月以上遅れたと**登録**された人数は、2011年の162万人から大きく増えて、2024年は**322万人**になった。(図17)²⁰



¹⁹ 総務省統計局 消費者物価指数から作成。

²⁰ CIC という信用情報機関の「割賦販売統計データ」による。毎年12月20日の人数。

3-2 経済が好転しても消費者相談は高止まり

過去 40 年間の日本の経済社会を、所得、失業、犯罪、消費者相談のグラフで見てみよう。

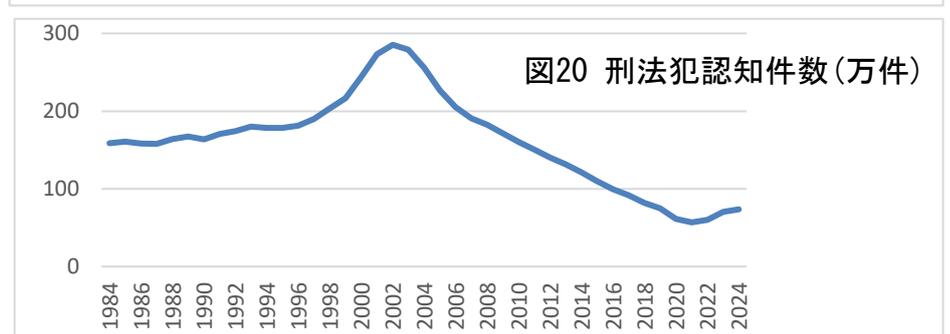
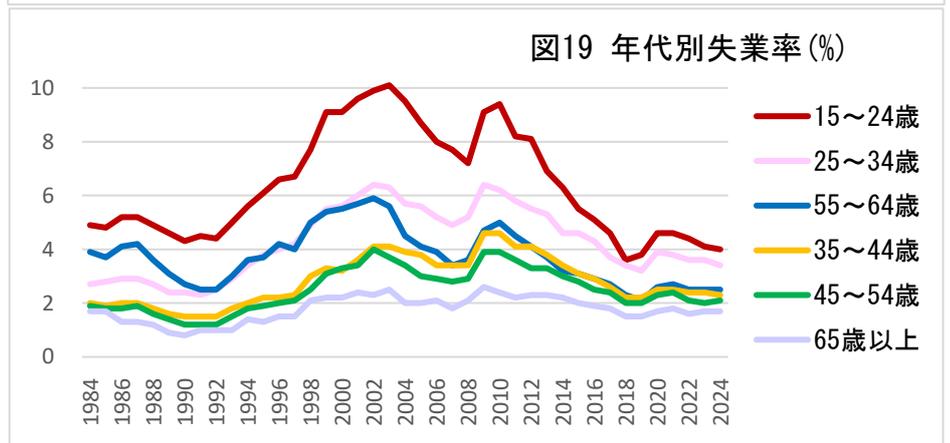
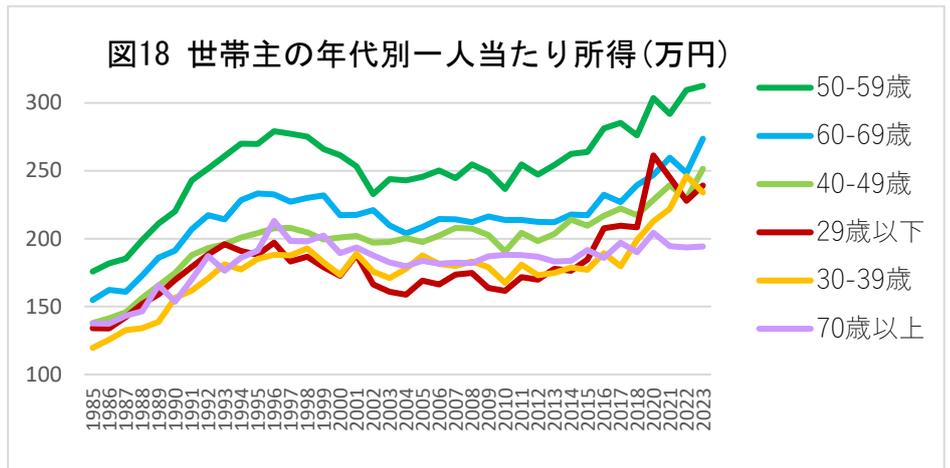
1990 年代末から 21 世紀初頭にかけて、世帯主の年齢別にみた一人当たり年間所得(図 18)²¹が、どの年齢層も減少した。同時に、失業率(図 19)²²が上昇し、刑法犯認知件数(図 20)²³と消費者相談件数(図 21)²⁴が増加した。

2008-9 年のいわゆるリーマンショックの時期は、一人当たり所得が若干減少し、失業率が上昇したが、刑法犯認知件数と消費者相談件数は増えなかった。

近年、一人当たり所得は増加し、失業率はコロナ禍を除くと比較的低下水準だ。

刑法犯認知件数は、2002 年以降減少していたが、2021 年以降は増加した。なお、2024 年は前年に比べ、詐欺の被害額が 89% 増加した。²⁵

消費者相談件数は、2004 年をピークとして急激に減少した。その後は、経済が好転しても減少せず、前世紀と比べると高止まりしている。



²¹ 厚生労働省 国民生活基礎調査による。なお、国民生活基礎調査は、2020 年はコロナ禍で実施されなかったため、2019 年の数値はない。

²² 厚生労働省 労働力調査による。

²³ 警察庁による。

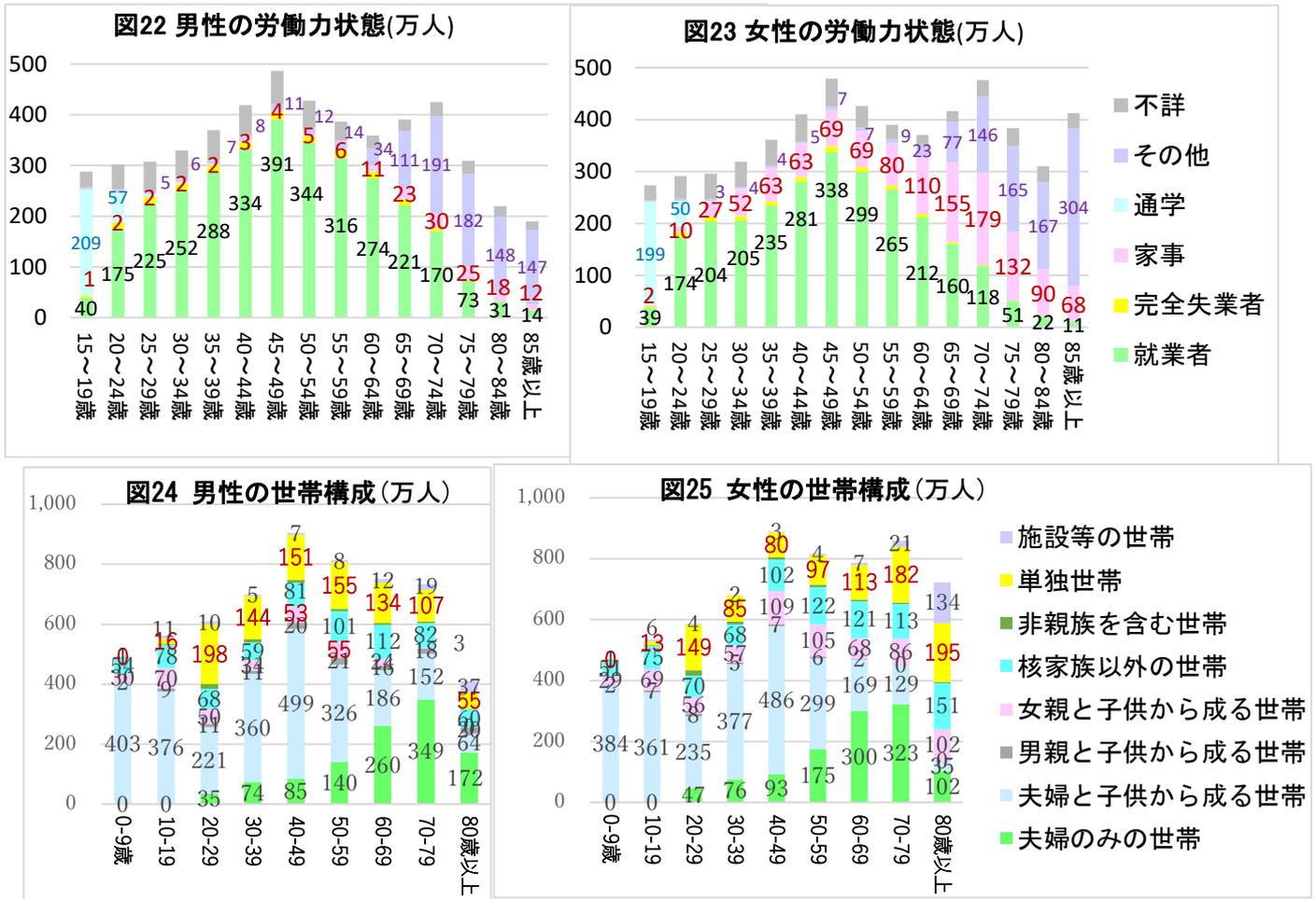
²⁴ 国民生活センターによる。

²⁵ 警察庁「令和 6 年の犯罪情勢」p10

3-3 多様な消費者に対応する情報提供や注意喚起が必要になっている

消費者は多様で、消費者の置かれた状況も多様だ。悪質事業者は、多様な消費者の状況に応じて相手を騙し、相手を信頼させるわざを日々磨いている。**様々な状況にある相手**に真摯に耳を傾ける相談員の言葉が、**正しい情報への信頼**をつなぎとめ、国や市場への信頼感を醸成する。

2020年、60歳未満で主に家事に従事した女性は436万人で、人口1億2615万人の3.5%だった。(図22,23) 単独世帯が増え、40代、50代で母親と暮らす男性は、それぞれ50万人以上いた。(図24,25)²⁶



とても感謝された消費者相談をご紹介します。

入院中の90歳の男性の携帯電話に、夜、「あなたが以前結んだ契約が取り消されないままになっていて、料金が合計〇万円になっている。明日の正午までに支払わなければ法的措置をとる。」とのメールが入った。眠れないまま朝を迎えた男性は翌日娘に話した。娘は「うそだから放っとけばいい」と言うが、男性には信じられない。病室から消費生活センターに電話したら、相談員が「それはご心配ですね」と言い、「もし本当の話なら、電話番号等の連絡先が記入してあるはずですが、ありますか」等、具体的な理由を挙げて、放置してよいことを説明したので、男性は納得し、安心した。

これは、私と亡くなる直前の父の経験だ。耳の遠い父のため、広島市消費生活センターの相談員の言葉を聞いてそのまま大きな声で父に伝えながら、「相談のプロ」の話し方に感銘を受けた。

²⁶ 2020年国勢調査から計算。

最近の**課題や政策**について消費者に**情報を提供し注意を促す**ことの重要性も増している。教材提供、出前講座等の、**消費者教育、啓発**である。

たとえば、支払い手段がますます複雑になる中、**クレジットについての情報提供と注意喚起**が必要だ。若年層に多い貯蓄が100万円未満の世帯では、リボ払いの残高が100万円となり、支払が遅れて債務を全額支払うよう求められた場合、他から借りるなどしないと払えない。リボ払い手数料等の複利計算や契約内容は、おおむね理解できる人と、努力しても理解が難しい人がある。クレジットカードの不正利用も増えている。²⁷

高齢者に対しては、たとえば訪問購入など、**悪質商法**に対する啓発が行われてきた。楽しくためになる出前講座を拝見する機会をいただき、感謝している。

製品安全の分野では、「製品安全4法」と呼ばれる4つの**法律**²⁸が2024年に**改正**され、**2025年12月25日に施行**されることの周知が必要だ。改正によって新しく規定された主な内容は、以下である。

- ・消費生活用製品安全法で、「子供用特定製品」の規制について規定している。
- ・4つの法律で、規制対象の製品を日本の消費者に直接販売する海外事業者について、「特定輸入事業者」としての届出、国内管理人の選任、その製品の技術基準への適合の義務を規定している。²⁹

²⁷ 経済産業省サイト「消費者政策研究官等の活動」のページに、2025年3月付で「**クレジットカードや後払いの支払遅延から身を守るために**」を掲載し、消費者庁の消費者教育のサイトにもリンクさせた。

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/consumer/2503shiryou5-5-1kurejittokeisai.pdf>

この中では、一般的な説明資料とスライドとともに、リボ払いによる複利計算の例をエクセルの表で示している。中には、債務残高が百万円を超える例もある。

皆様にご意見をいただいて改善し、年度末までに改訂版を出したい。

²⁸ 「製品安全4法」は、「消費生活用製品安全法」、「電気用品安全法」、「ガス事業法」、「液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律」。

²⁹ 一般消費者向けの資料として、経済産業省サイト「消費者政策研究官等の活動」のページに、2025年10月付で、「**製品事故から子供を守るために**」を掲載した。

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/consumer/seihinnannzennkodomomo.pdf>

皆様にご意見をいただいて改善し、改正法の施行後、年度末までに改訂版を出したい。

製品安全4法の改正について、**専門家向けの詳しい解説**は、経済産業省サイトの審議会のページに2025年9月30日付で

「**製品安全4法改正を踏まえた制度整備**」が掲載されている。

https://www.meti.go.jp/shingikai/shokeishin/seihin_anzen/pdf/024_01_00.pdf

4 繁栄する国とは

消費者が、最も自らの利益になる商品やサービスや支払方法を選べる状況にしたい。そうでないと、消費者を欺く事業者が、誠実な事業者から顧客を奪う。世界の悪質事業者から、日本がねらわれる。

繁栄する国とは、どのような国か。

私は 1994 年版通商白書の担当室長だったとき、以下の①②に言及し、いずれも成り立たなくなったとして「企業が国境を越えて動くとき、日本はどのように生きるか」と問いかけた。

しかし、消費者政策に携わるようになり、③に思い至った。

繁栄する国とは	
① 昔; 国は、領土と人民	→ 広く人口が多い国が繁栄
② 少し前の経済学; 国は、生産要素(資本、技術、労働)が移動しない範囲	→ 生産要素の多い国が繁栄
③ 今; 国は、「市場の規範」を共有する範囲	→ 信頼できる市場がある国に、資本も技術も育ち、集まる。

信頼できる市場を通じて、消費が誠実な事業者に届く。誠実な事業者は、高い技術や経営ノウハウを生み出し、よい職場を提供する。人々がよい職場で働いて得た収入は、信頼できる市場での消費需要となって、誠実な事業者の手に渡る。こうして、繁栄が築かれる。

昔、広く人口が多い国が繁栄した時代、国は、領土を奪い合って戦った。

生産要素(資本、技術、労働)の多い国が繁栄した時代、国は、資源を奪い合って戦った。

今、信頼できる市場がある国が繁栄するなら、国は、市場の信頼性の築き方を互いに学び合えばよい。

消費者政策は、世界の変化と、理解力の乏しい人も含む社会の誰かの生活を見つめ、そこから学び、築き続けていくものだと思う。私たちの国が、国民一人一人をたいせつに思い、誰にとっても信頼できる市場を構築するために機能することを示せる機会でもある。国家や社会に対する人々の信頼の構築、維持に貢献できる手段でもある。

消費者相談は、このような消費者政策の基盤を支える。

消費者相談は、信頼できる市場を築き守ることによって、経済社会全体に貢献する。

(参考) 経産省サイト「消費者政策研究官等の活動」

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/consumer/kenkyuukan.html>