

目次

- 1. 消費需要は誠実な事業者が届いているか
 - 1-1 品質や契約がわかりにくい消費が増え続ける p1
 - 1-2 世紀の変わり目に消費者相談が急増し、特定商取引法の執行増加とともに減少した p4
- 2. 家計は健全か
 - 2-1 生活必需品の物価が上がり、選択の余地が減った p6
 - 2-2 日本の貯蓄率は欧米より低く、クレジットの支払遅延が増えた p7
- 3. 日本は世界とどう関係しているか
 - 3-1 日本が世界経済に占める割合は小さくなり、製品輸入が大きく増えた p8
 - 3-2 消費者が外国の事業者と直接契約するようになった p9
- 4. 繁栄する国とは p11

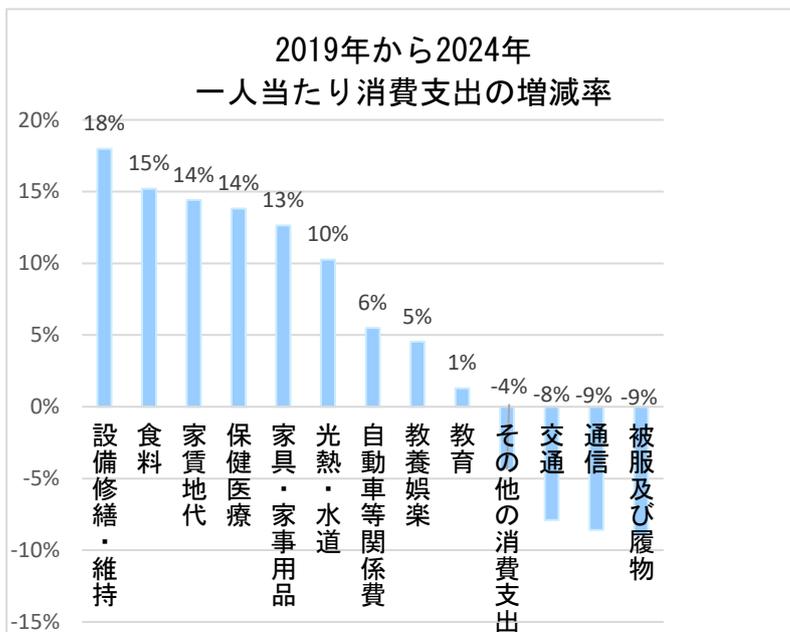
1. 消費需要は誠実な事業者が届いているか

1-1 品質や契約がわかりにくい消費が増え続ける

コロナ禍前の2019年から2024年の一人当たり消費支出の増減率を、多い順に並べてグラフにした(右図)。²

消費支出の増加率が最大だったのは、設備修繕・維持だ。住宅が古くなり修理やリフォームをした高齢者が増えたと考えられる。次は食料、その次は家賃地代だ。保険医療も増加した。

通信は、2020年まで増加したが、その後、価格の低下により減少した。被服及び履物は、減少傾向が続いている。



¹ 内容は、必ずしも組織の見解でなく、個人の見解を含む。

² 総務省統計局 家計調査による。

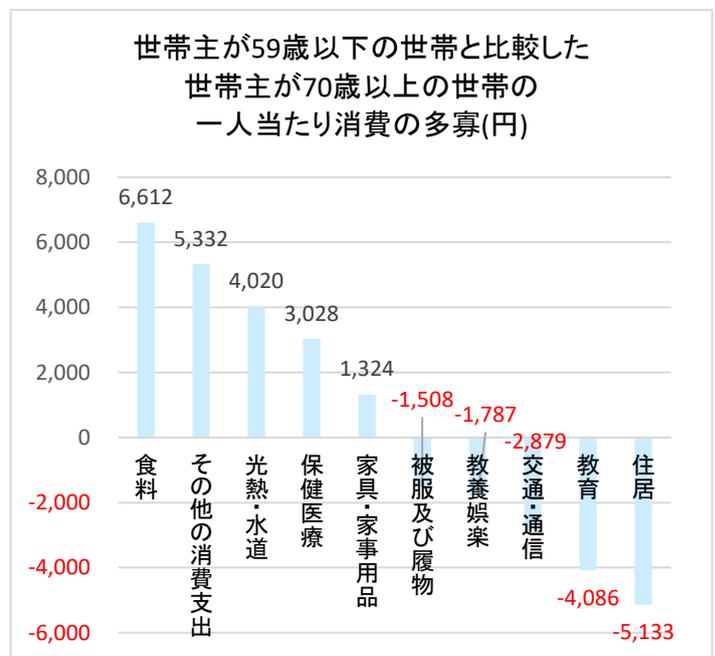
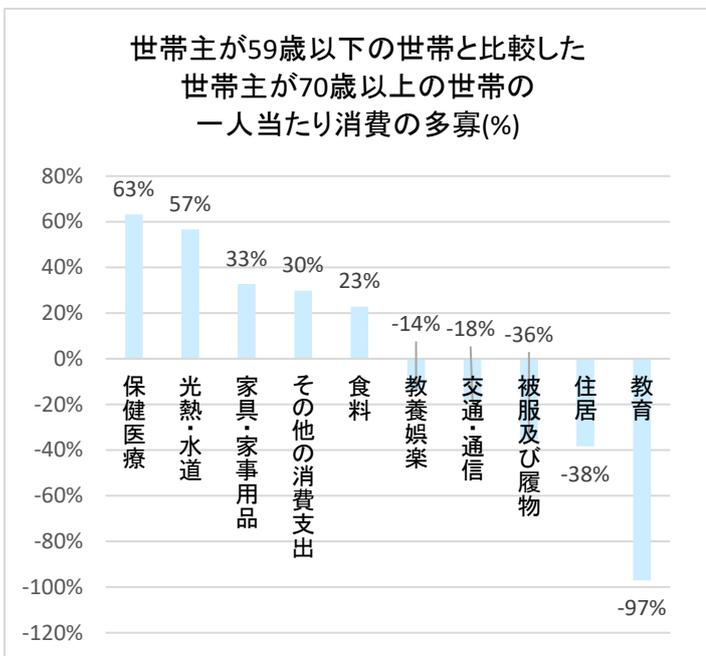
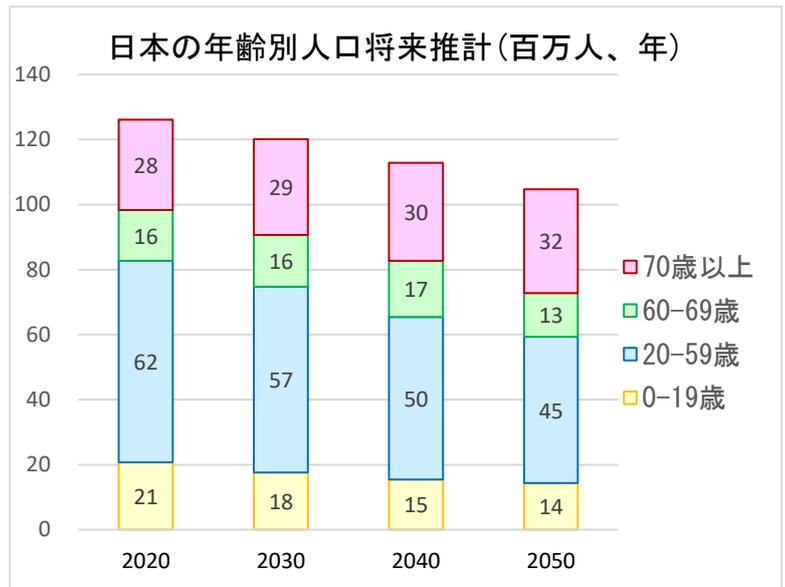
これまでの消費の変化に、人口の年齢構成が影響していたことがわかる。

今後の動向を考えると、人口の年齢別の将来推計(右図)が参考になる。

日本では、70歳以上の人口が増加し続ける。

³ **70歳以上の消費者による消費は、増える**可能性が高い。

家計調査から、2024年の家計消費の内訳で、世帯主が70歳以上の世帯と世帯主が59歳以下の世帯の一人当たり家計消費の比率と差額(1か月間)を、**高齢世帯の家計消費の方が多い順**に並べてグラフにした(下図)。



高齢世帯の消費の方が多いのは、保健医療、光熱・水道、家具・家事用品、その他の消費支出、食料である。これらは、今後、59歳以下の消費の減少を70歳以上の消費の増加が補い、場合によっては増加する可能性が高い。

高齢世帯の消費の方が少ないのは、教育、住居、被服及び履物、交通・通信、教養娯楽である。ただし、次に見るように、「住居」の内訳である設備修繕・維持は、高齢世帯の支出が多い。また、「交通・通信」のうち通信への高齢世帯の支出は、以前は少なかったが2024年は多くなった。

³ 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)から作成。

2024年の家計調査のより細かい分類で、**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(右下表)。

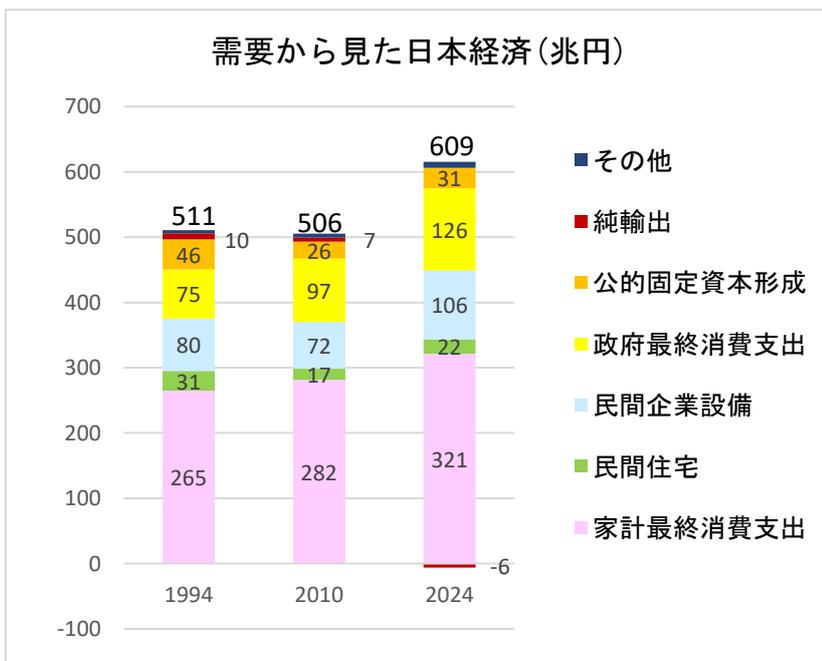
高齢世帯に多い支出品目は、今後、高齢世帯の人口増加に伴い需要が増える可能性が高い。たとえば**食料**や**水道・光熱**がそうだ。ただし、高齢世帯の「**交際費**」に相当する香典が今後増加するかどうかは、葬儀の形態がどうなるかにもよる。

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。

家計消費は、今後の日本を支える重要な需要である(下図)。⁴これが**内外の悪質事業者の手に渡ると**、消費者の被害に加えて、**誠実な事業者の需要が奪われ**、経済社会に重大な悪影響を及ぼす。

高齢世帯の一人当たり消費が多い項目	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(用途不明)	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



⁴ 国民経済計算による。

1-2 世紀の変わり目に消費者相談が急増し、特定商取引法の執行増加とともに減少した

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から見てみよう。

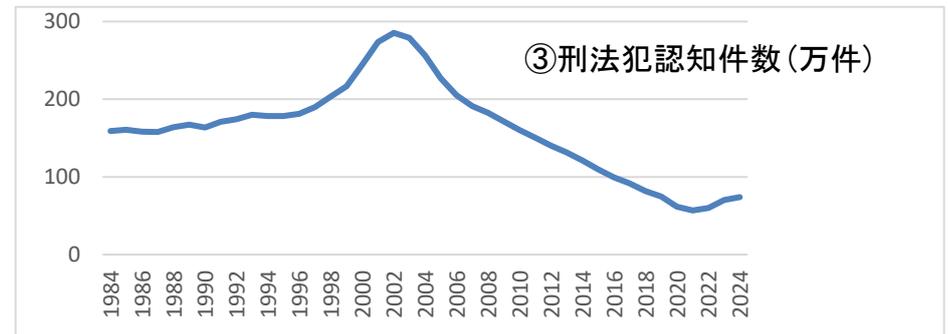
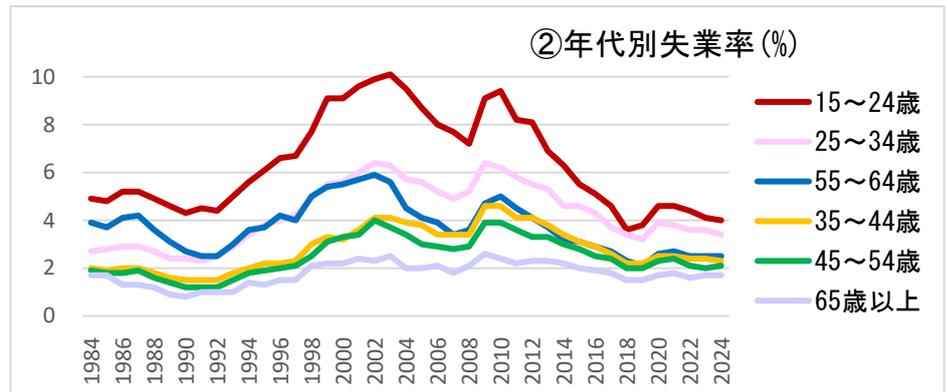
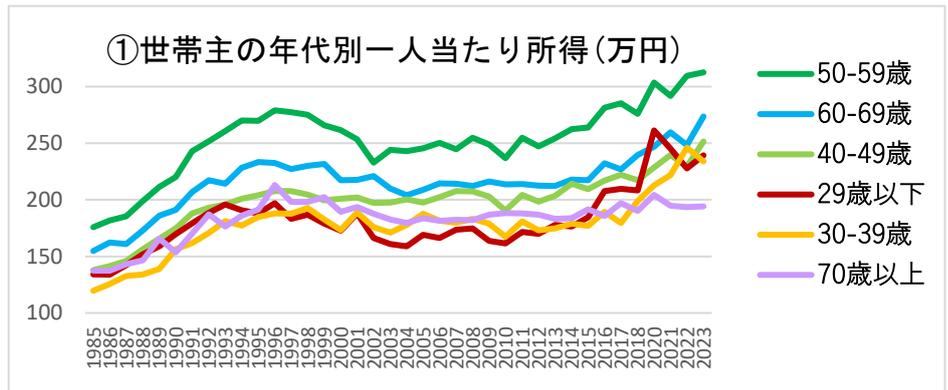
1990 年代末から 21 世紀初頭にかけて、世帯主の年齢別にみた一人当たり年間世帯所得(右図①)⁵が、どの年齢層も減少した。同時に、失業率(右図②)が上昇し、刑法犯認知件数(右図③)⁶と消費者相談件数(右図④)⁷が増加した。

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。⁸

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、2008 年以降は横ばい傾向である。



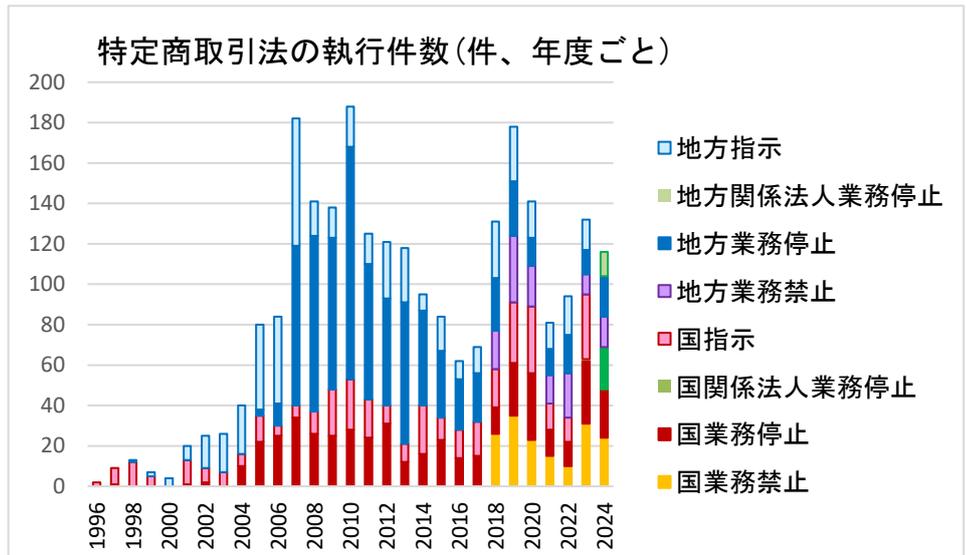
⁵ 厚生労働省 国民生活基礎調査による。なお、国民生活基礎調査は、2020 年はコロナ禍で実施されなかったため、2019 年の数値はない。

⁶ 警察庁による。

⁷ 国民生活センターによる。

⁸ 警察庁「令和 6 年の犯罪情勢」p10

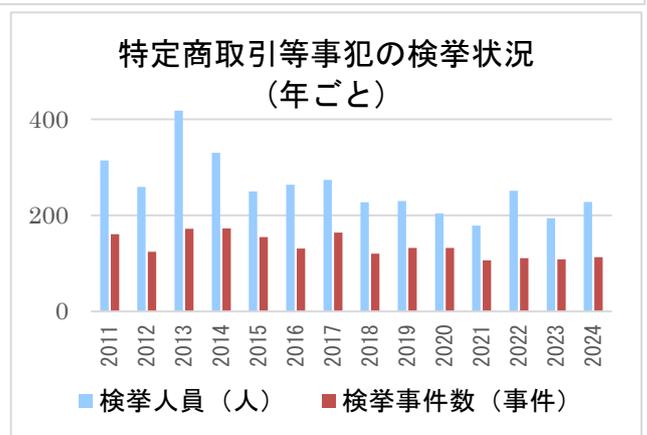
国と地方自治体は、**特定商取引法の執行を2005年から2007年にかけて大きく増やした**(右図)。⁹消費者相談件数が2004年をピークにして急激に減少した背景の一つは、この時期の特定商取引法の執行件数の大幅な増加だと考えられる。法執行の報道は、消費者の注意を喚起し、関係する事業者には違反行為の是正を促した。



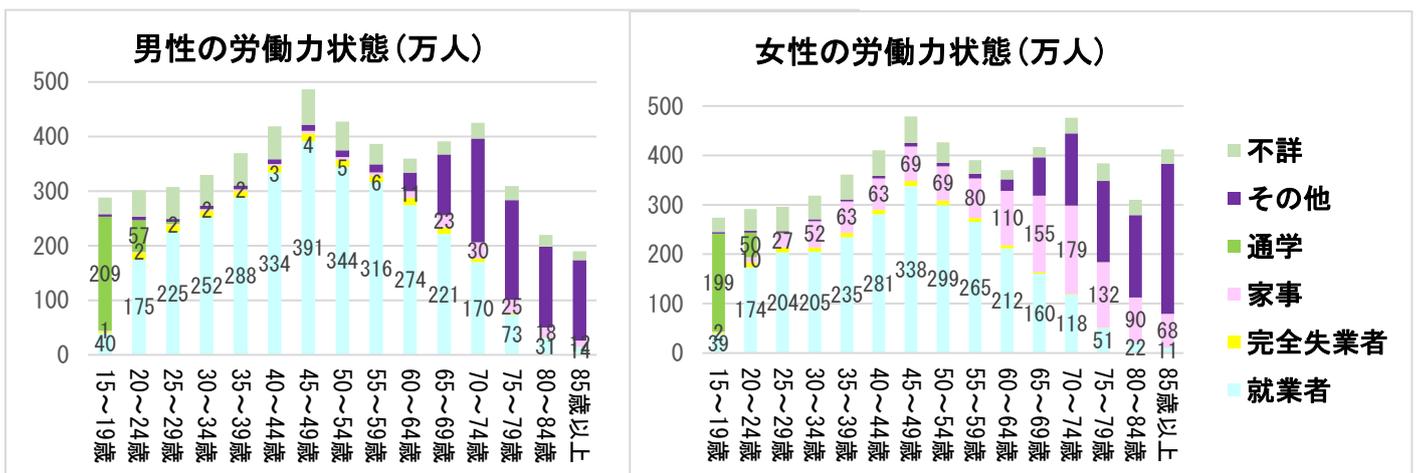
特定商取引法の執行は、その後も着実に行われ、行政処分の種類も増えた。

特定商取引等事犯の検挙も、着実に行われている(右図)。¹⁰

特定商取引法の執行は、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。**特定商取引法の執行は、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。**



なお、以前は「消費者」というと主婦を思い浮かべる人がいたが、そんな消費者は多くない。2020年、60歳未満で主に家事に従事した女性は436万人(2015年は602万人)で、人口1億2615万人の3.5%だった。(下図)¹¹



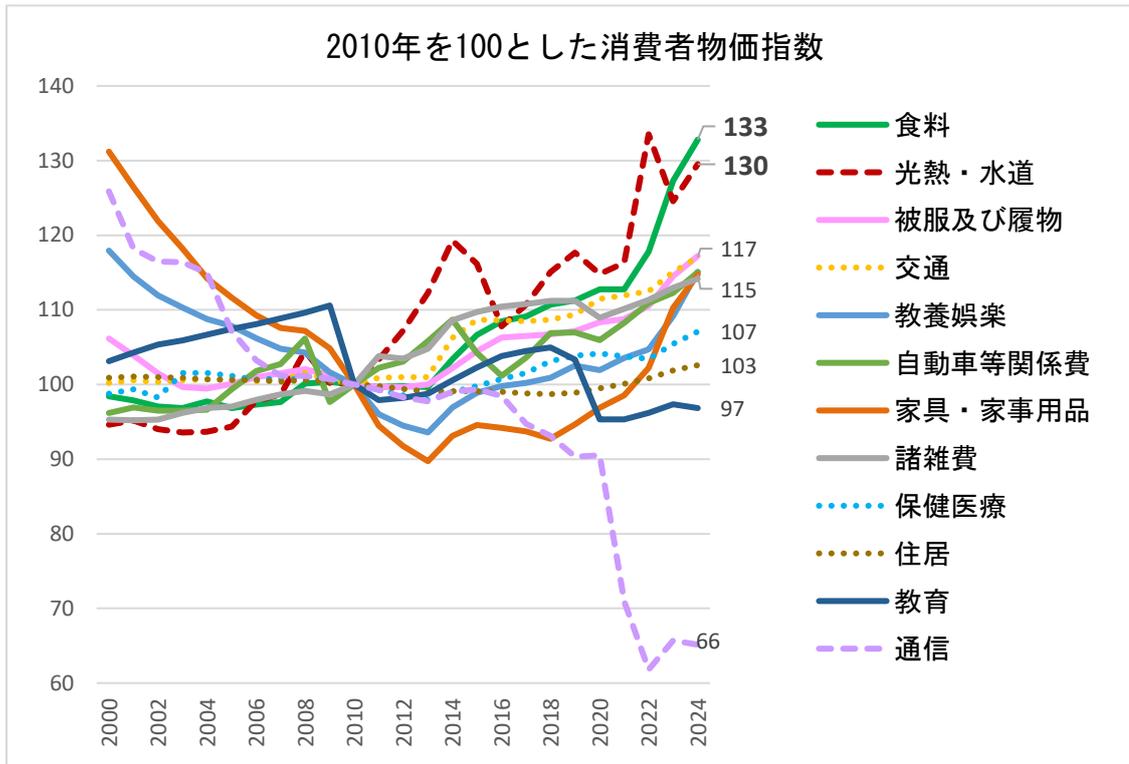
⁹ 特定商取引法の執行件数は、消費者庁「特定商取引法ガイド」による。

¹⁰ 特定商取引法等事犯の検挙については、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。

¹¹ 2020年国勢調査から作成。

2. 家計は健全か

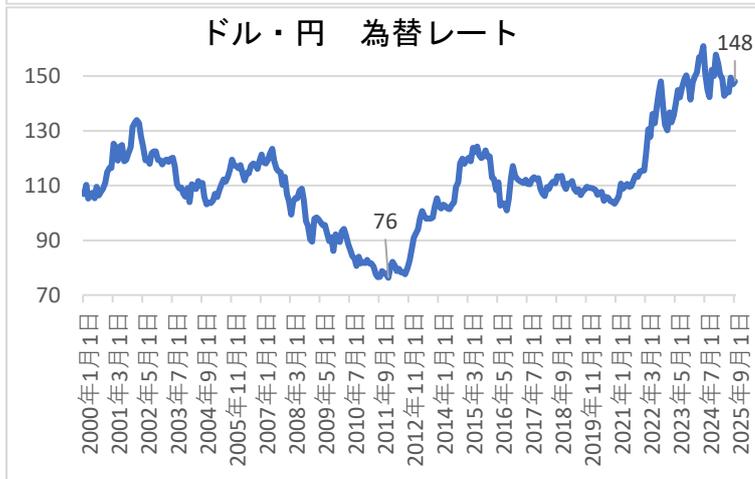
2-1 生活必需品の物価が上がり、選択の余地が減った



2000年以降の消費者物価¹²を、2010年を100としてグラフにした(左図)。

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。

食料と光熱・水道の物価上昇の背景に、**円安**がある。**1ドルは、2012年1月1日は76円**だっ



たが、**2025年9月1日は148円**(左図)¹³、**10月8日は152円**になった。2012年の初めに比べると、ドルに対する円の価値が、半分になった。円の価値が下がったため、輸入された食品や燃料、飼料等の価格は上昇した。



食料や光熱は、値段が高くなっても消費せざるを得ない。食料、光熱・水道、保険医療サービス、家賃地代などは、支出弾力性が1.00未満、つまり価格が上がっても消費を減らしにくい「基礎的支出」に分類される。

基礎的支出が消費支出に占める割合は、2010年の56.3%を底に**上昇**し、2024年は59.6%だった(左図)。

¹⁴ 基礎的支出以外の選択的支出の割合は、少なくなった。家計支出に選択の余地が乏しくなった家庭が増えている。

¹² 総務省統計局 消費者物価指数から作成。

¹³ 日本銀行「主要時系列統計データ表」による。

¹⁴ 総務省統計局 家計調査による。

2-2 日本の貯蓄率は欧米より低く、クレジットの支払遅延が増えた。

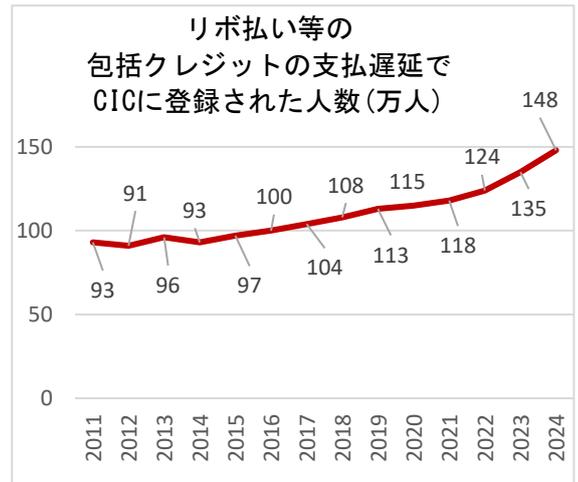
日本の**家計貯蓄率**は、欧米と比較すると、20世紀は高かったが、21世紀は**低くなった**。2014年はマイナスで、コロナ禍で上昇したがその後低下した。(右図)¹⁵

食料や光熱費等の物価上昇に加え、貯蓄率の低下も、家計に選択の余地が乏しくなっている要素の一つだ。



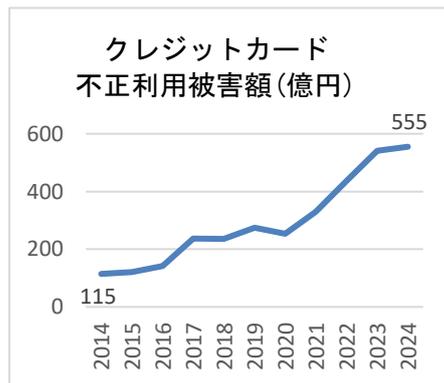
クレジット債務の支払いが3か月以上遅れると、信用情報機関に登録される。

クレジットの**支払遅延**で信用情報機関のCICに登録された人は、2024年には、**包括クレジット**(右図)は**148万人**¹⁶、**個別クレジット**(右下図)は**322万人**¹⁷になった。¹⁸ **包括クレジット**の多くはクレジットカードの**リボ払い**である。**個別クレジット**は**スマホの分割払い**が多いが、クレジット契約を締結した認識が薄い場合もある。

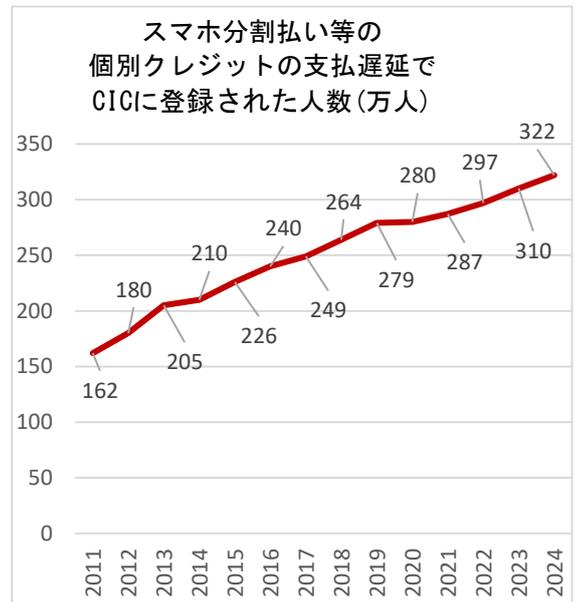


リボ払いの残高が増えて支払いが困難になった人に対し、リボ払い手数料より利率が低いところから借りてリボ払いの債務を返済することを勧める広告がよくみられる。その返済も困難となり、闇バイトへの応募理由に借金を挙げた人もいる。

キャッシュレスへの不安を軽減するためにも、**適正な与信**が求められる。クレジットについての正しい理解を促す**消費者教育**も必要だ。¹⁹



クレジットカードの不正利用も増加した。**2024年**は、**555億円**になった(右図)。²⁰



¹⁵ OECD Economic Outlook 117 (2025年6月発表)による。

¹⁶ 沖縄県の人口推計(147万人。2024年10月)より多い。

¹⁷ 茨城県の人口推計(281万人。2024年10月)より多い。

¹⁸ 信用情報機関CICの「割賦販売統計データ」から、各年の12月20日時点の人数を掲載。

¹⁹ 経産省サイト「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」

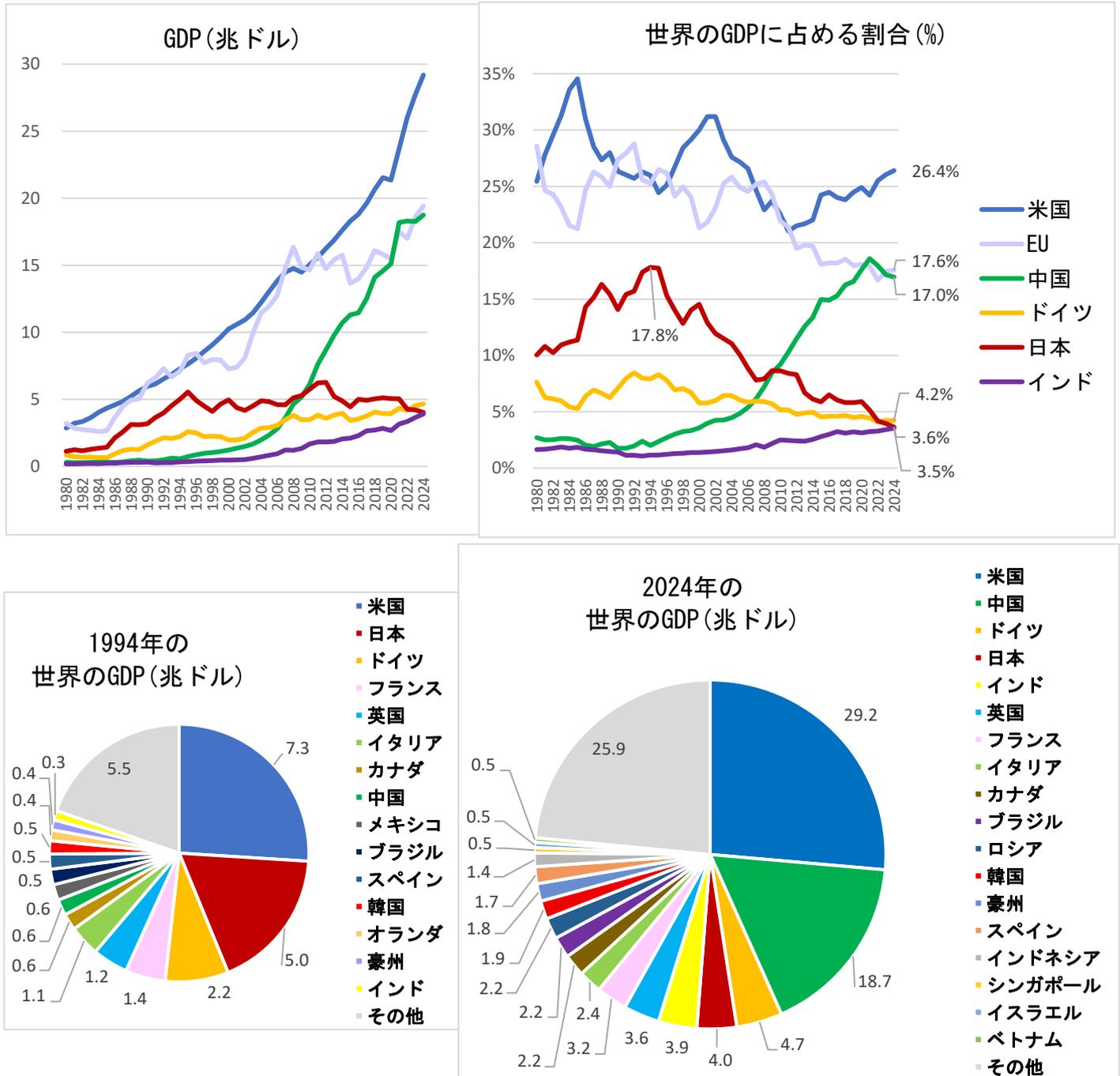
<https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/consumer/202404shuseiban.pdf>

²⁰ 一般社団法人日本クレジット協会による。

3. 日本は世界とどう関係しているか

3-1 日本が世界経済に占める割合は小さくなり、製品輸入が大きく増えた

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。(下図)²¹ 日本にとって、世界を視野に入れることは、以前よりも重要になった。



²¹ 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。

3-2 消費者が外国の事業者と直接契約するようになった

消費者取引の商圏は、昔は国内に限られていたが、今は国境を越えて広がっている(右図)。

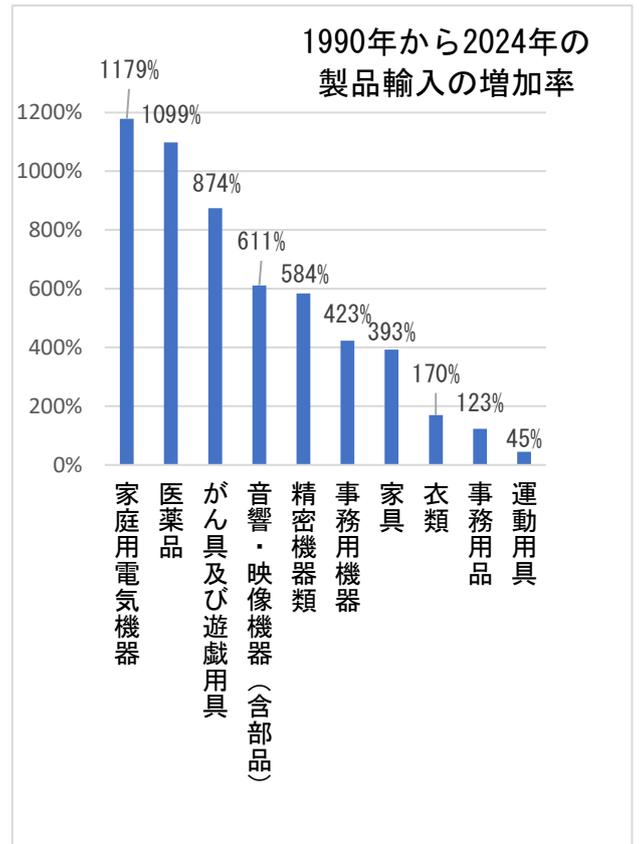
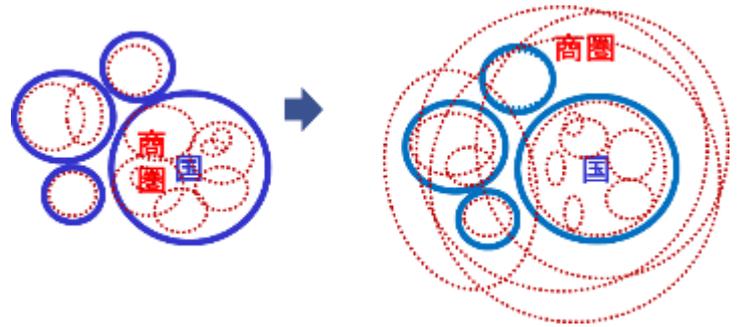
コロナ禍でネット通販が急増し、消費者が輸入事業者や流通事業者を経由せず、海外の事業者と直接契約を締結することが、ワンクリックで容易に日常的に行われるようになった。AI 等による自動翻訳技術も進歩し、海外のサイトが自然な日本語で表示した商品やサービスを、国際契約と意識せずに購入することが増えた。

1990年から2024年の製品輸入の増加率は、家電の1179%をはじめとして、大きい。(右図)²²

消費者による国際契約の増加に伴い、ある国の法令が、その国の消費者と契約した外国の事業者にも適用されることが増加している。

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²³が2024年に改正され(2025年12月25日施行)、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。²⁴ 特定輸入事業者は、自身が選任する国内管理人を「届出事業者から、法の規定により主務大臣が行う処分等の通知等を受領する権限を付与されていること」等の基準に適合させなければならない。²⁵

特定商取引法は、日本の消費者と契約する海外の通信販売事業者に適用される。この「通信販売」には、商品の販売だけでなく、権利やサービスの提供も含まれる。海外からの通信販売に関する消費者庁による解説には、「海外の販売業者等が日本向けにウェブサイトなどで商品等の販売を行い、日本国内在住者が商品を購入する場合は、・・・特定商取引法の適用対象」とある。²⁶



²² 財務省 貿易統計による。

²³ 「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」。

²⁴ 経済産業省サイト 2025年9月30日付「製品安全4法改正を踏まえた制度整備」P7-10

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

²⁵ 経済産業省サイト 2025年8月「消費生活用製品安全法 法令業務実施ガイド」p9

<https://www.meti.go.jp/policy/consumer/seian/shouan/contents/20250828guide.pdf>

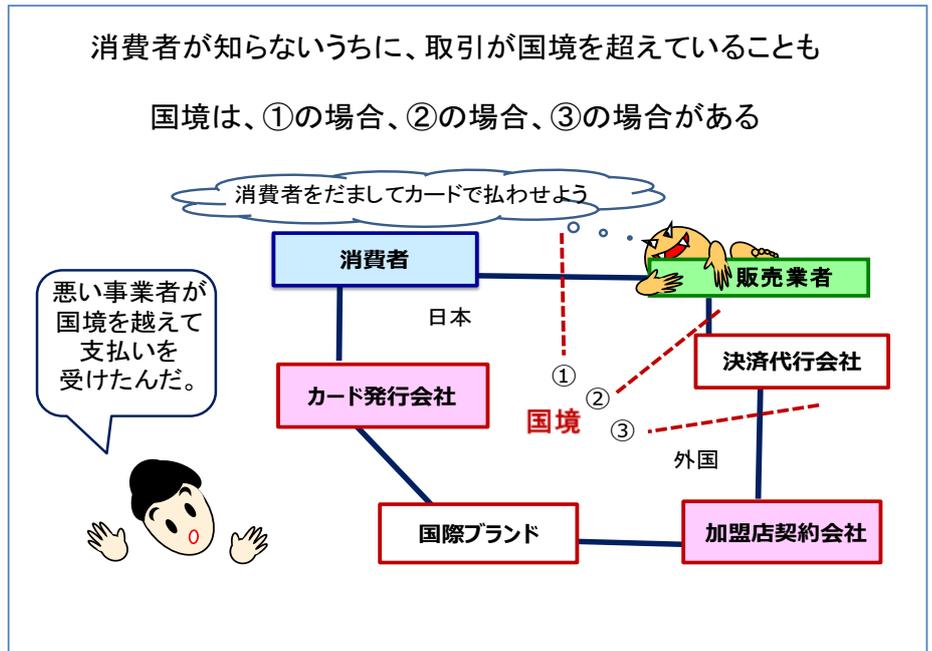
²⁶ 消費者庁 海外からのインターネット通信販売 Q&A A1

<https://www.no-trouble.caa.go.jp/qa/foreign.html>

割賦販売法も、海外の事業者
に適用される場合がある。右図
は、悪質な販売事業者が日本の
消費者と取引し支払いを受ける
例を示したものだ。²⁷

図の①は、消費者がネット通
販で何か買ったとき、事業者は
海外にいる場合である。

②と③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)と契
約し、国際ブランドを通じて支
払いを受ける場合である。



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(右図)。

このとき、海外の加盟店契
約会社等への対応について
は、以下のように明確化され
た。

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。

「**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お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。」²⁸**

²⁷ 「経済のグローバル化とキャッシュレス〜クレジットカードの不正使用と債務から自分と家族を守るために」(2024年4月) p6 <https://www.meti.go.jp/policy/economy/consumer/consumer/2403cashless.pdf>

²⁸ 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

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。

筆者は 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、信頼できる市場を築き守るために役立つ。

法執行は極めて重要だ。処分は、対象事業者の違法行為を止めるだけでなく、他の事業者が行動を改善する契機にもなる。消費者の注意も促す。消費者相談は、国民に情報を届けるだけでなく、法執行や制度改正に必要な情報を関係者が得る手段でもある。

消費市場をより信頼できるものにするために貢献してこられた皆様に、心からの感謝をお伝えしたい。

(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>

2025 年 10 月には「製品事故から子供を守るために」を掲載