

第3 政策効果の把握の結果

1 消費者取引に係る政策の全体の動向

(1) 把握した内容、手法等

消費者取引に関する政策については、消費者基本計画の中で、「消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保」を達成するための大きな柱の一つとして位置付けられている。

しかし、同計画自体が、5年間で講ずべき個々の施策（個別の取組事項）により構成されており、政策体系として明確になっていない。また、いつまでにどのようなことを実現するのかといった政府全体としての目指すべき目標が明確でなく、関連する個々の施策の位置付けや相互の関連なども明らかにされていないほか、これらの施策の効果の把握のための指標の設定も不十分となっている。

また、前述の第2の2(2)のとおり、個々の施策の中には、各府省の政策に組み込まれ、達成すべき目標や指標が設定された上で政策評価が行われているものも一部みられるが、消費者取引施策全体としての効果を把握するための測定指標は明らかにされていない上、測定指標の例として考えられる消費者トラブルに遭った人の総数や被害額の全体像等といったマクロデータはなく、その把握も困難な状況である（注1）。

このような中で、消費生活相談の動向を把握できる全国的なデータとしては、独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）のシステムと全国の消費生活センター等に設置された端末機をオンラインで結んだP I O - N E Tに登録された消費生活相談情報があり、P I O - N E Tでは、全国の消費生活センター等で受け付けた相談について、総件数のほか、「取引」に関する相談件数（注2）や、相談に係る契約当事者の年代、商品・役務別の相談件数等の動向が把握できる（注3）。

このようなことから、本政策評価においては、政策の効果进行分析するための重要な手掛かりとして、消費生活相談における取引に係るものの動向全般を把握した。また、項目2以下では、消費生活相談における取引に係るものの動向を参考としつつ、法令改正の効果等を把握・分析するとともに、それぞれの施策の効果の発現に至る過程やその実施状況等を把握・分析した。

(注) 1 「消費生活に関する意識調査」（平成23年度消費者庁）では、これまでに購入した商品や利用したサービスについて被害を受けたことが「ある」と回答した者の割合が19.1%、また、「消費者意識基本調査」（平成24年度消費者庁）では、この1年間に購入した商品やサービスについて金銭的な被害を受けたことが「ある」と回答した者の割合が1.1%となっている。

なお、平成23年度の調査が18歳以上の2,000人を対象としてインターネットにより調査したものであるのに対し、24年度の調査は15歳以上の1

- 万人を対象として調査員が調査表を配布、回収する方法で調査している。
- 2 「「取引」に関する相談件数」とは、P I O - N E Tに登録された全国の消費生活相談情報上、「販売方法」「契約・解約」のいずれかが問題になっているものの件数を指す。以下同じ。
 - 3 P I O - N E Tでは、消費生活相談対応によって事業者から相談者に返済された金額（いわゆる「被害回復額」）等は把握できない。

(2) 把握結果

(要旨)

全国の消費生活相談件数のうち取引に関する相談件数は、平成 16 年度の約 181 万 8,000 件をピークとして 24 年度は約 72 万 2,000 件と減少しており、これを販売購入形態別や年代別等でみると、次のとおりとなっている。

- ① 販売購入形態別にみると、平成 20 年度から 24 年度にかけて店舗購入に関するものが減少傾向にあるのに対し、電話勧誘販売に関するものは増加しており、また、件数は少ないものの、ネガティブ・オプションに関するもの(注)が 24 年度には前年度と比べ約 2 倍に増加している。
- ② 契約当事者の年代別に平成 20 年度と 24 年度を比較すると、20 歳未満から 50 歳代までの各年代ではそれぞれ減少しているものの、60 歳代及び 70 歳以上では増加しており、特に 70 歳以上は、約 1.4 倍に増加している。
- ③ 契約当事者の年代別に、販売購入形態別についてみると、平成 24 年度は、20 歳未満から 50 歳代までの各年代では通信販売に関するものが最も多いが、60 歳代では店舗購入と通信販売に関するものが同程度であり、70 歳以上は電話勧誘販売と訪問販売に関するものが多い。
- ④ 上位の商品・役務別に平成 20 年度と 24 年度を比較すると、「フリーローン・サラ金」に関するものが大きく減少しており、近年の相談件数の減少の最も大きな要因となっている。
- ⑤ 個々の契約購入金額と既支払額の状況をみると、平成 24 年度は、契約購入金額では「10 万円以上 50 万円未満」が多いが、既支払額では 0 円が圧倒的に多く、多くが支払いの前に相談されたものであることがうかがわれる。

このほか、都道府県警察の総合窓口で平成 15 年から 24 年までに取り扱った悪質商法に関する相談件数は、16 年が多かったがその後大きく減少しており、全国の消費生活相談件数と同様の傾向を示している。

また、消費生活相談員に対する意識等調査において、消費者庁が設置されて以降、消費者取引に関する問題に関し国の消費者行政ほどの程度改善されたかと思うか尋ねたところ、「大いに改善されたと思う」又は「どちらかといえば改善されたと思う」と回答した者が、合わせて 49.9%であり、「あまり改善されていないと思う」又は「全く改善されていないと思う」と回答した者が、合わせて 40.1%となっている。

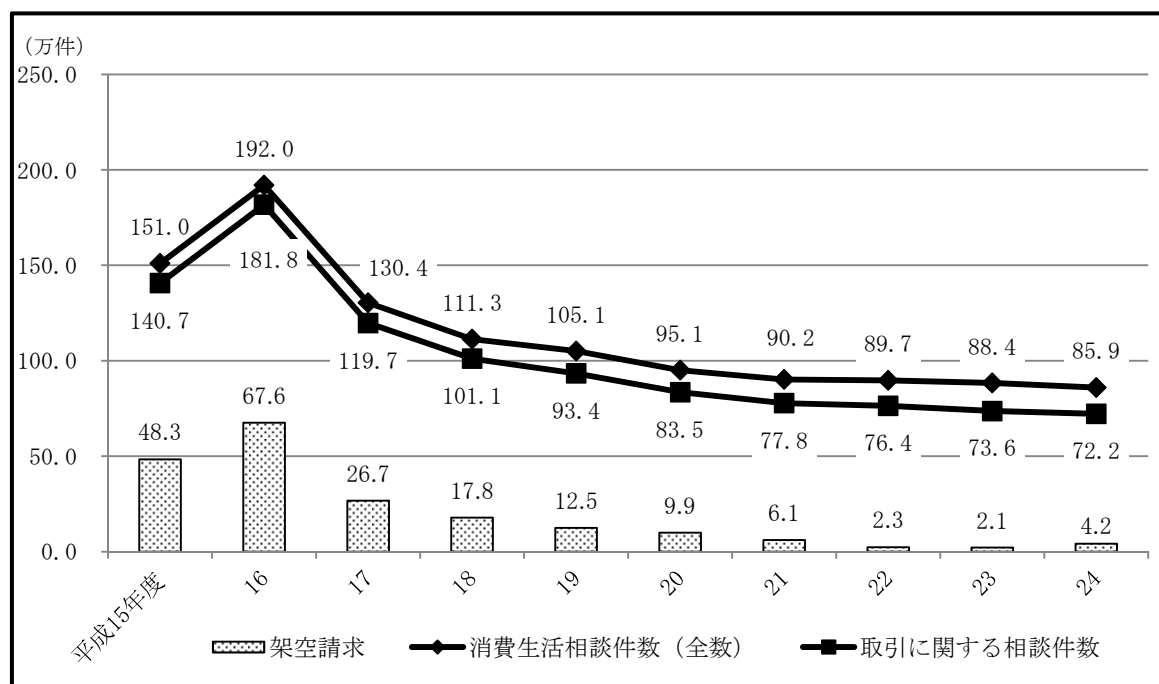
(注) 「ネガティブ・オプション」とは、注文されていない商品を一方的に送り付け、消費者が受け取った以上義務があると勘違いして代金を支払うことを狙った商法である。「送り付け商法」ともいう。

ア 消費者取引に係る消費生活相談件数の推移等

(7) 全国の消費生活相談件数の推移

全国の消費生活相談件数は、図表1-①のとおり、架空請求に関する相談が急増したことにより、平成16年度に約192万件（うち架空請求約67万6,000件）でピークとなったが、その後は減少傾向にあり、24年度は約85万9,000件（同約4万2,000件）となっている。また、このうち、取引に関する相談件数も平成16年度の約181万8,000件をピークとして24年度は約72万2,000件と減少している。

図表1-① 全国の消費生活相談件数の推移

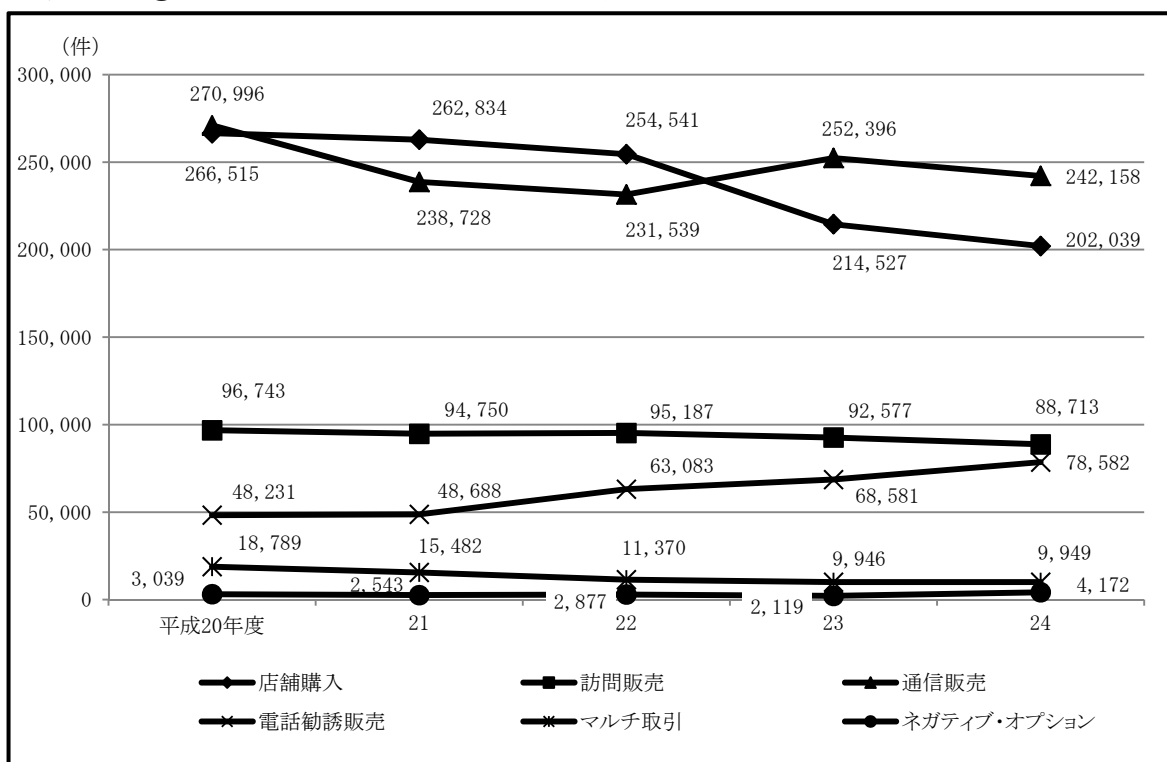


- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成25年9月30日までの登録分）によるものである。

(イ) 販売購入形態別の相談件数の推移

平成20年度から24年度までにおける取引に関する相談件数について、販売購入形態（店舗購入、訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、マルチ取引及びネガティブ・オプション）別にみると、図表1-②のとおり、店舗購入に関するものは20年度が26万6,515件であるのに対し、24年度は20万2,039件と減少傾向にある。一方で、電話勧誘販売に関するものは、平成20年度の4万8,231件に対し、24年度は7万8,582件と増加しており、また、件数は少ないものの、ネガティブ・オプションに関するものが24年度（4,172件）には前年度（2,119件）と比べ約2倍に増加している。

図表 1 - ② 販売購入形態別の相談件数の推移

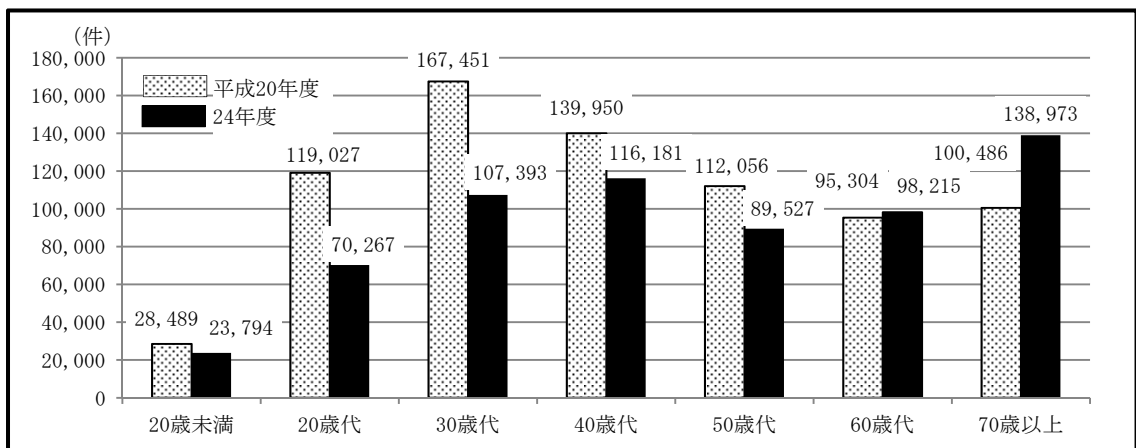


- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 9 月 30 日までの登録分）によるものである。
 3 平成 25 年 2 月 21 日以降、特定商取引法改正により新設された「訪問購入」は、「訪問販売」に計上している。

(ウ) 契約当事者の年代別の相談件数

平成 20 年度と 24 年度の取引に関する相談件数について、契約当事者の年代別に比較すると、図表 1 - ③のとおり、20 歳未満から 50 歳代までの各年代でそれぞれ減少しており、特に、20 歳代は 20 年度の 11 万 9,027 件から 24 年度は 7 万 267 件、30 歳代は同 16 万 7,451 件から 10 万 7,393 件と 4 割前後減少している。一方、60 歳代及び 70 歳以上は増加しており、特に 70 歳以上は、20 年度の 10 万 486 件から 24 年度は 13 万 8,973 件と約 1.4 倍の増加となっている。

図表 1-③ 契約当事者の年代別の相談件数

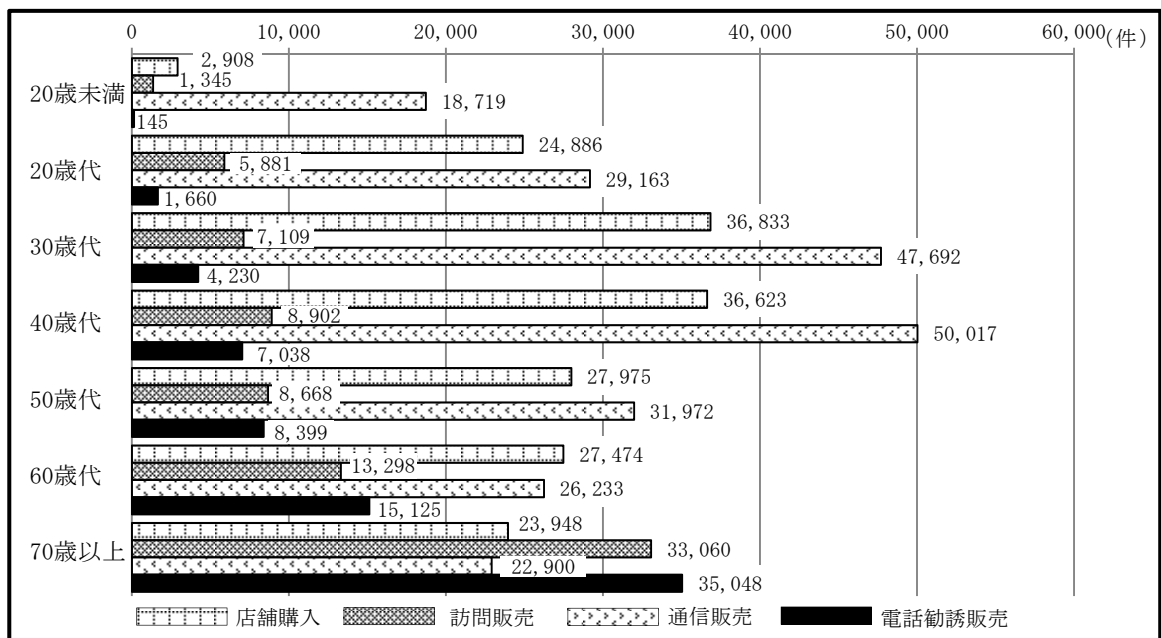


(注) 1 当省の調査結果による。
 2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 5 月 31 日までの登録分）によるものである（不明・無回答を除く。）。

(I) 契約当事者の年代別及び販売購入形態別の相談件数

平成 24 年度の取引に関する相談件数について、契約当事者の年代別に、販売購入形態（店舗購入、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売）別についてみると、図表 1-④のとおり、20 歳未満から 50 歳代までの各年代では通信販売に関するものが最も多いが、60 歳代では店舗購入と通信販売に関するものが同程度であり、70 歳以上は電話勧誘販売と訪問販売に関するものが多くなっている。

図表 1-④ 契約当事者の年代別及び販売購入形態別の相談件数



(注) 1 当省の調査結果による。
 2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 9 月 30 日までの登録分）によるものである（年齢不明・無回答を除く。）。
 3 平成 25 年 2 月 21 日以降、特定商取引法改正により新設された「訪問購入」は、「訪問販売」に計上している。

(カ) 上位商品・役務別の相談件数

平成 21 年度と 24 年度の取引に関する相談について、上位の商品・役務を比較すると、図表 1－⑤のとおり、いずれも「デジタルコンテンツ」に関するものが 1 位、「フリーローン・サラ金」に関するものが 2 位となっているが、「デジタルコンテンツ」の相談件数が横ばい（21 年度 13 万 9,071 件、24 年度 14 万 3,498 件）であるのに対し、「フリーローン・サラ金」は大きく減少（21 年度 8 万 9,315 件、24 年度 4 万 2,690 件）しており、近年の相談件数の減少の最も大きな要因となっている。

図表 1－⑤ 上位商品・役務別の相談件数

(単位：件、%)

平成 21 年度		24 年度	
デジタルコンテンツ	139,071 (17.9)	デジタルコンテンツ	143,498 (19.9)
フリーローン・サラ金	89,315 (11.5)	フリーローン・サラ金	42,690 (5.9)
商品一般	43,053 (5.5)	不動産貸借	33,811 (4.7)
不動産貸借	41,668 (5.4)	商品一般	24,709 (3.4)
工事・建築	19,221 (2.5)	工事・建築	21,420 (3.0)
四輪自動車	13,139 (1.7)	インターネット接続回線	16,149 (2.2)
新聞	12,163 (1.6)	ファンド型投資商品	15,287 (2.1)
携帯電話サービス	10,165 (1.3)	健康食品 (全般)	13,591 (1.9)
エステティックサービス	10,025 (1.3)	四輪自動車	11,872 (1.6)
インターネット接続回線	8,539 (1.1)	新聞	11,477 (1.6)
相談総件数	777,810 (100)	相談総件数	721,743 (100)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 9 月 30 日までの登録分）によるものである。

3 相談総件数は、図表に記載している商品・役務以外のものも含む各年度の総件数である。

4 () 内は、相談総件数に対する割合である。

また、相談件数が増加傾向にある 60 歳代と 70 歳以上の取引に関する相談について、平成 21 年度と 24 年度の上位の商品・役務を比較すると、図表 1－⑥のとおり、60 歳代と 70 歳以上のいずれも「デジタルコンテンツ」に関するものが増加しており、24 年度には、「健康食品 (全般)」や「ファンド型投資商品」に関するものが上位となっている状況がみられる。

図表 1－⑥ 60 歳代及び 70 歳以上の上位商品・役務別の相談件数

(単位：件、%)

区分	平成 21 年度		24 年度	
	60 歳代	フリーローン・サラ金	12,552 (13.4)	デジタルコンテンツ
	商品一般	7,463 (7.9)	フリーローン・サラ金	6,400 (6.5)
	デジタルコンテンツ	6,923 (7.4)	工事・建築	4,346 (4.4)
	工事・建築	3,671 (3.9)	商品一般	4,170 (4.2)
	不動産貸借	3,247 (3.5)	ファンド型投資商品	3,710 (3.7)
	株	1,879 (2.0)	不動産貸借	3,119 (3.2)
	普通生命保険	1,694 (1.8)	インターネット接続回線	2,868 (2.9)
	新聞	1,677 (1.8)	健康食品 (全般)	2,077 (2.1)
	宝くじ	1,247 (1.3)	新聞	1,697 (1.7)
	修理サービス	1,235 (1.3)	公社債	1,680 (1.7)
	相談総件数	93,888 (100)	相談総件数	98,984 (100)
70 歳以上	商品一般	8,768 (8.4)	健康食品 (全般)	8,720 (6.2)
	フリーローン・サラ金	5,840 (5.6)	ファンド型投資商品	8,111 (5.8)
	工事・建築	5,217 (5.0)	商品一般	6,979 (5.0)
	株	3,638 (3.5)	他の健康食品	6,471 (4.6)
	ふとん類	3,636 (3.5)	工事・建築	6,321 (4.5)
	新聞	3,635 (3.5)	デジタルコンテンツ	5,349 (3.8)
	宝くじ	2,656 (2.5)	新聞	4,352 (3.1)
	デジタルコンテンツ	2,178 (2.1)	フリーローン・サラ金	4,107 (2.9)
	他の健康食品	2,153 (2.1)	株	3,714 (2.6)
	不動産貸借	2,105 (2.0)	公社債	3,520 (2.5)
	相談総件数	104,848 (100)	相談総件数	140,326 (100)

(注) 1 当省の調査結果による。

2 相談件数は、P I O - N E T に登録された全国の消費生活相談情報 (平成 25 年 9 月 30 日までの登録分) によるものである。

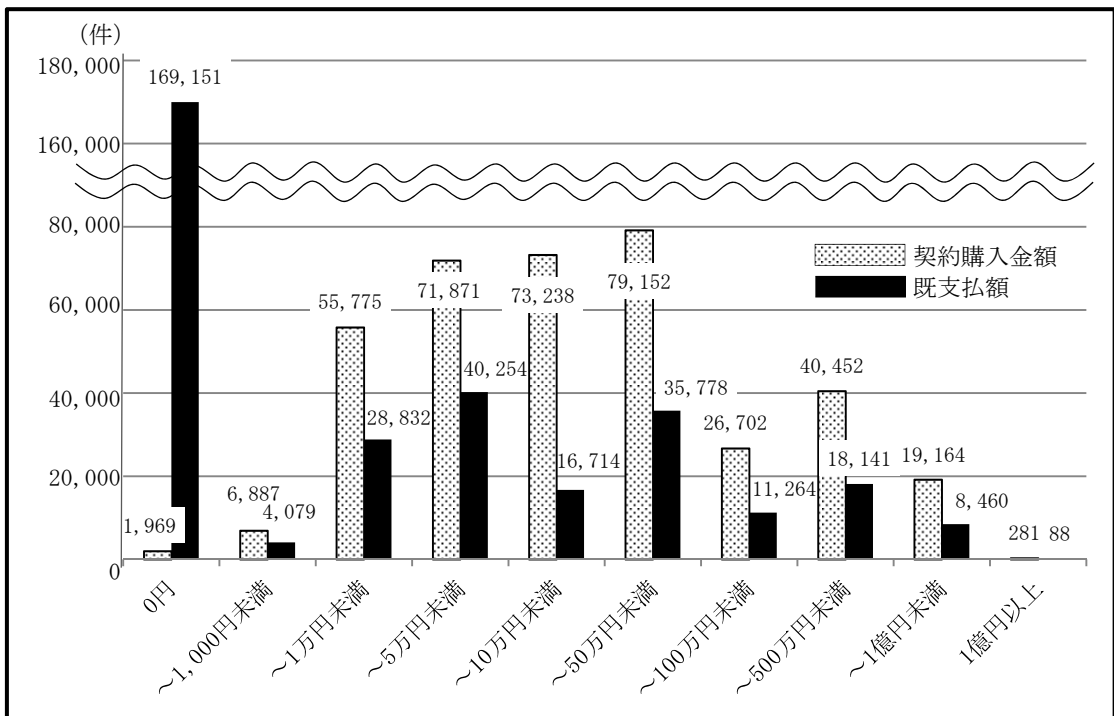
3 相談総件数は、図表に記載している商品・役務以外のものも含む各年度の総件数である。

4 () 内は、相談総件数に対する割合である。

(カ) 契約購入金額と既支払額の分布と推移

平成 24 年度の取引に関する相談について、個々の契約購入金額と既支払額の状況をみると、図表 1－⑦のとおり、契約購入金額では「10 万円以上 50 万円未満」が多いが、既支払額では 0 円が圧倒的に多く、多くが支払いの前に相談されたものであることがうかがわれる。

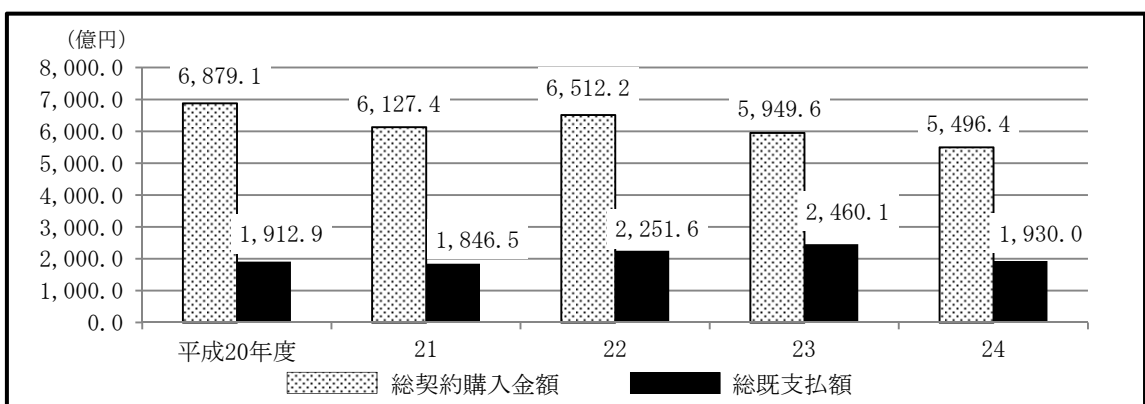
図表 1-⑦ 契約購入金額と既支払額の分布（平成 24 年度）



- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 契約購入金額及び既支払額は、P I O-N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 5 月 31 日までの登録分）によるものである（不明・無回答を除く。）。

また、平成 20 年度から 24 年度までの取引に関する相談について、総契約購入金額と総既支払額の推移をみると、図表 1-⑧ のとおり、総契約購入金額は、20 年度の約 6,879 億円から 24 年度は約 5,496 億円に減少している一方で、総既支払額は同約 1,913 億円から約 1,930 億円と横ばいになっている。

図表 1-⑧ 総契約購入金額と総既支払額の推移



- (注) 1 当省の調査結果による。
 2 総契約購入金額及び総既支払額は、P I O-N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 5 月 31 日までの登録分）によるものである（不明・無回答を除く。）。

さらに、図表 1－⑨のとおり、平成 24 年度の 1 件当たりの平均契約購入金額は約 146.4 万円、同平均既支払額は約 58.0 万円で、前年度と比べると平均契約購入金額は横ばいであるが、平均既支払額は減少している。

図表 1－⑨ 1 件当たり平均契約購入金額と平均既支払額の推移

(単位：万円)

区 分	年 度				
	平成 20	21	22	23	24
平均契約購入金額（1 件当たり）	160.8	149.8	156.2	146.2	146.4
平均既支払額（1 件当たり）	55.3	54.5	66.3	70.3	58.0

(注) 1 当省の調査結果による。

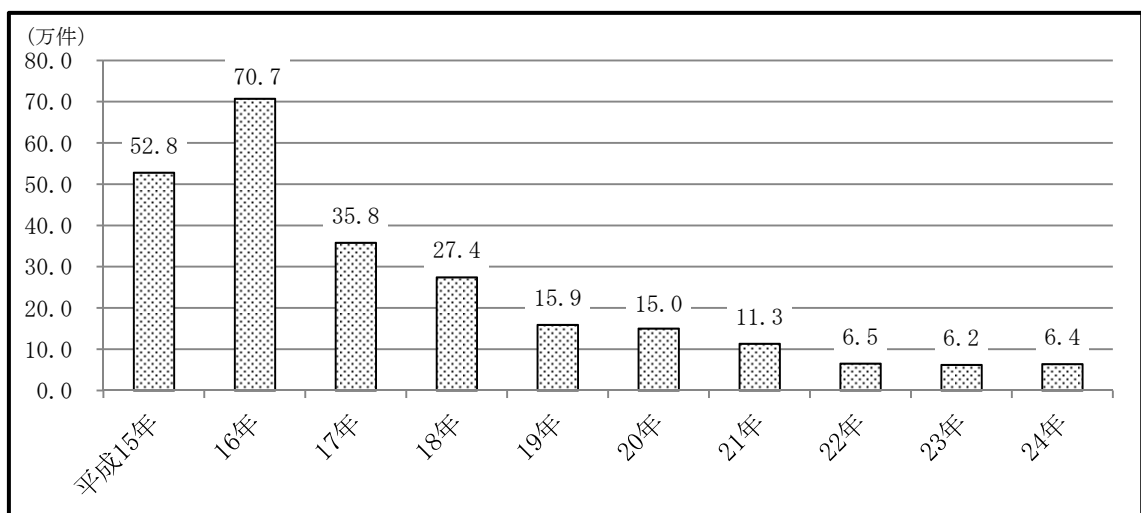
2 1 件当たりの平均契約購入金額及び平均既支払額は、P I O－N E T に登録された全国の消費生活相談情報（平成 25 年 5 月 31 日までの登録分）による（不明・無回答を除く。）ものである。

(キ) 都道府県警察における相談・検挙件数の推移

a 悪質商法に関する相談件数の推移

平成 15 年から 24 年までに都道府県警察の総合窓口で取り扱った相談のうち、悪質商法に関する相談件数の推移をみると、図表 1－⑩のとおり、16 年が最も多く約 70 万 7,000 件であったが、24 年には約 6 万 4,000 件に減少しており、上記図表 1－①「全国の消費生活相談件数の推移」と同様の傾向を示している。

図表 1－⑩ 悪質商法に関する相談件数の推移



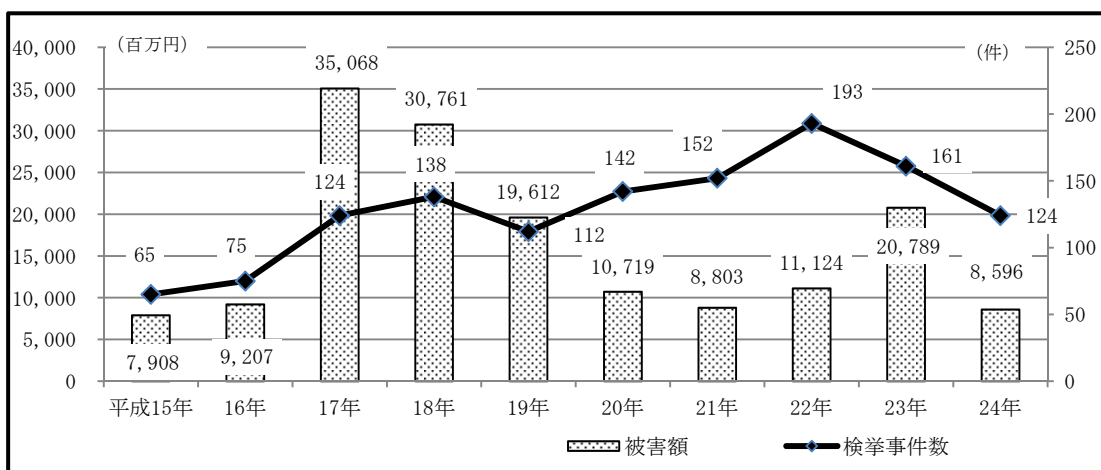
(注) 警察庁の資料に基づき、当省が作成した。

b 特定商取引等事犯の検挙事件数と被害額の推移

平成15年から24年までの特定商取引等事犯（注）の検挙事件数及び被害額の推移をみると、表1-⑪のとおり、検挙事件数は年によって変動があるものの、被害額は17年をピークに減少傾向にある。

（注）「特定商取引等事犯」とは、訪問販売、電話勧誘販売等で不実を告知するなどして商品の販売や役務の提供を行う悪質商法。具体的には、特定商取引法違反及び特定商取引に関連する詐欺、恐喝等に係る事犯をいう。

図表1-⑪ 特定商取引等事犯の検挙事件数と被害額の推移



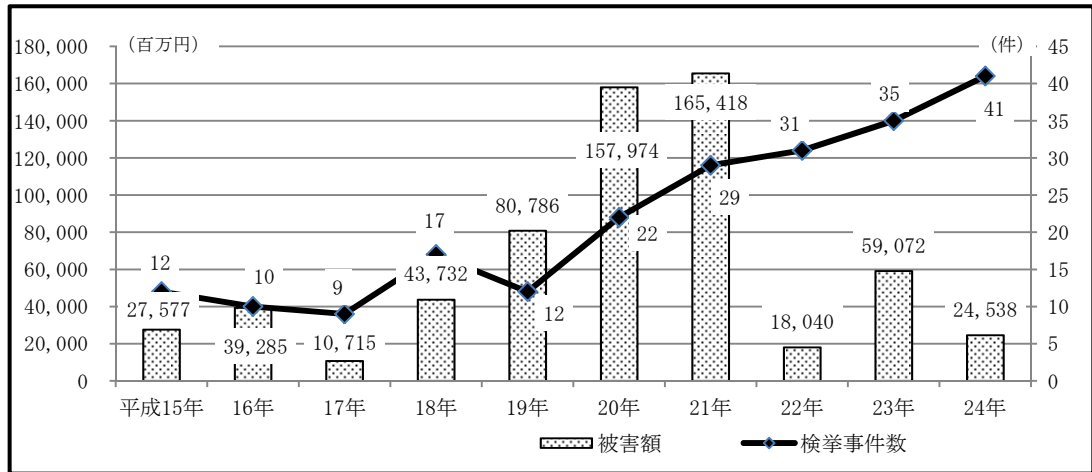
（注） 警察庁の資料に基づき、当省が作成した。

c 利殖勧誘事犯の検挙事件数と被害額の推移

平成15年から24年までの利殖勧誘事犯（注）の検挙事件数及び被害額の推移をみると、図表1-⑫のとおり、検挙事件数は24年まで増加傾向にあるものの、被害額は21年をピークに減少傾向にある。

（注）「利殖勧誘事犯」とは、未公開株、社債等の取引や投資勧誘等を仮装し金を集める悪質商法であり、具体的には、出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律（昭和29年法律第195号。以下「出資法」という。）、金融商品取引法（昭和23年法律第25号）、無限連鎖講の防止に関する法律（昭和53年法律第101号）等の違反に係る事犯をいう。

図表 1 - ⑫ 利殖勧誘事犯の検挙事件数と被害額の推移

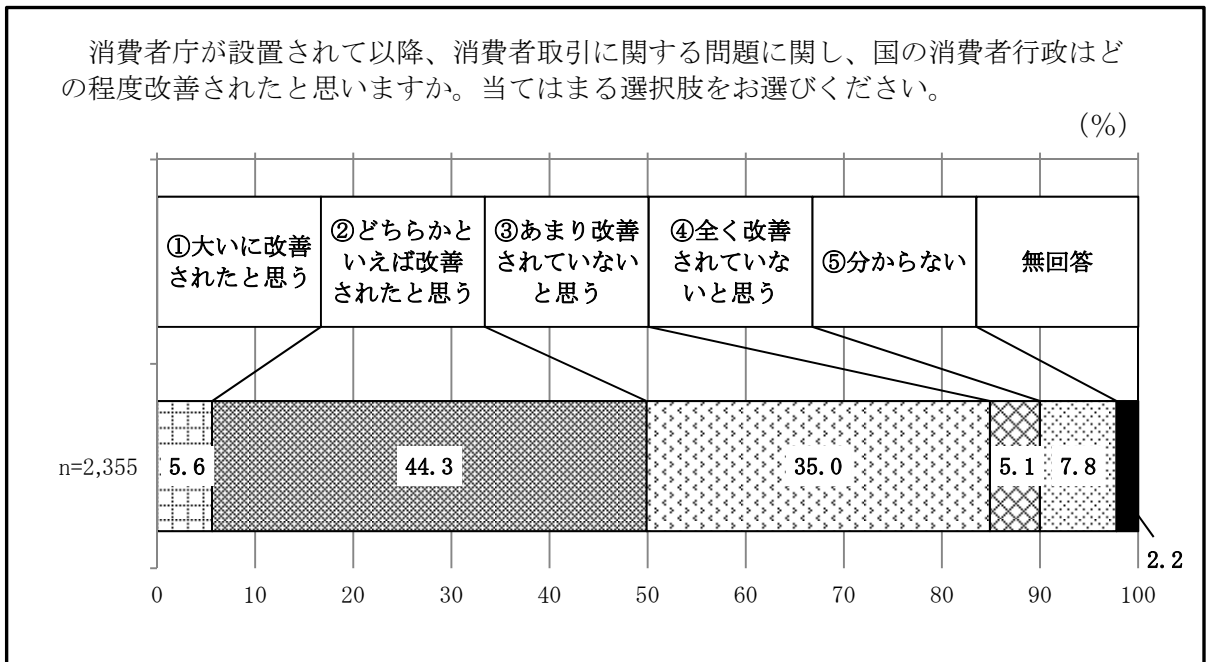


(注) 警察庁の資料に基づき、当省が作成した。

イ 消費生活相談員に対する意識等調査結果

消費生活相談員に対する意識等調査において、消費者庁が設置されて以降、消費者取引に関する問題に関し国の消費者行政はどの程度改善されたかと思うか尋ねたところ、図表 1 - ⑬のとおり、「大いに改善されたと思う」又は「どちらかといえば改善されたと思う」と回答した者が、合わせて 49.9%であり、「あまり改善されていないと思う」又は「全く改善されていないと思う」と回答した者が、合わせて 40.1%となっている。

図表 1 - ⑬ 消費生活相談員に対する意識等調査結果 (国の消費者行政の改善状況)



(注) 消費生活相談員に対する意識等調査結果に基づき、当省が作成した。