

4.

施策展開における 重点事項



さいたま市消費生活総合センター
マスコットキャラクター
さいたま しょうこ ちゃん

◎ 文中にある※印のつく語句は、詳しい説明が
「用語の解説 57 ページ」にあります

4 施策展開における重点事項

重点を置いて取り組む必要のある、次の2つの項目を「施策展開における重点事項」として位置づけ、取組を進めていきます。

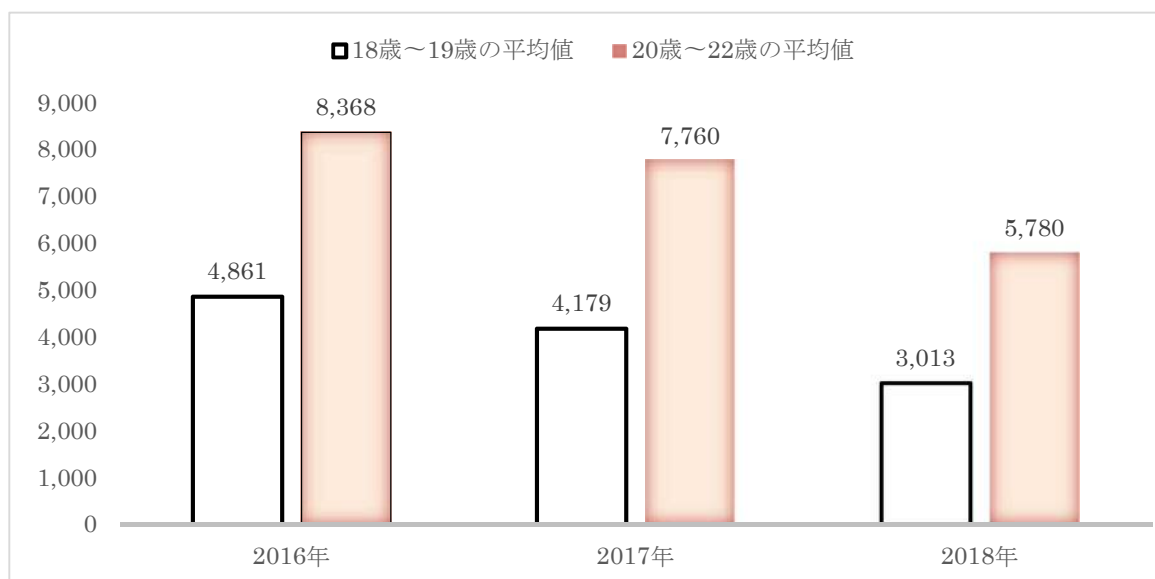
(1) 若年者への教育の推進・支援の強化

令和4年4月から、成年年齢が現在の20歳から18歳に引き下げられますが、これにより、18歳からは親の同意を得なくても、自分の意志のみで契約ができるようになります。その一方でそれまで「未成年者取消権」によってその契約を取り消し、消費者被害を抑止することができましたが、制度による保護からは外れることとなります。

図14は、(独)国民生活センターからの報告書の引用です。全国の消費生活センター等に寄せられた若年者の相談件数(平均値)の推移を見ると契約当事者が20歳～22歳の相談は18歳～19歳の相談と比べて急増する傾向にあり、成人を迎えた若年者は未成年の若年者よりも消費者トラブルや被害に遭いやすいことが伺えます。

このため、若年者が消費者被害に遭わないための知識やルールを学ぶことを通じて、自主的な選択ができる自立した消費者になるための消費者教育はとても重要です。

図14 契約当事者18歳から22歳の年度別相談件数(平均)



【出典】「国民生活センター 成年年齢引下げに向けた消費生活センターの対応に関する現況調査」より

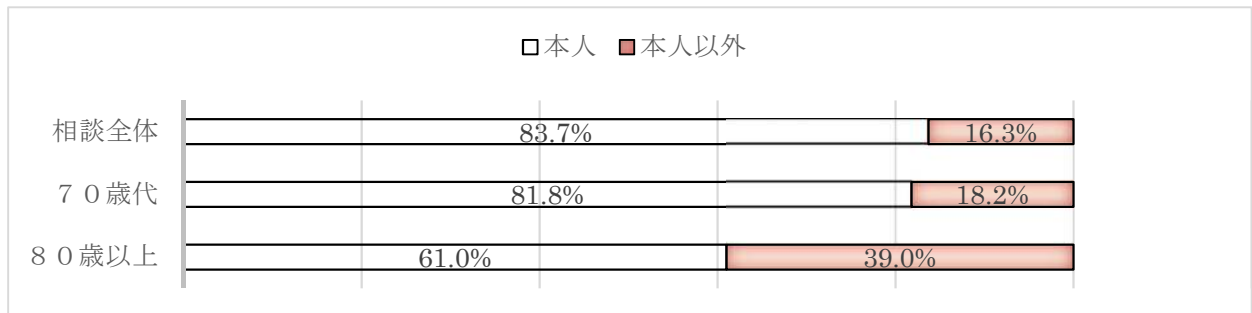
(2) 高齢者等への支援の強化

本市の老年人口は今後も増加することが想定され、高齢化率は平成27年の22.8%から、令和12年には27.3%に達し、令和27年には3人に1人が65歳以上になる見通しです。

特に75歳以上の人口増加が顕著であり、平成27年の12.9万人から、令和27年には21.5万人までに達する見通しになっています。

また、高齢者の悪質商法被害は、自身が被害に遭っていると気づいていないケースが多いことも特徴で図15に示すとおり本人以外からの相談も少なくありません。以上のことから、人の気づきを促す啓蒙・啓発活動に加え、高齢者と接する機会が多い民生委員、地域包括支援センター、介護担当職員等との連携を強化していきます。

図15 相談者の内訳



高齢者は自主交渉による解決が困難であることが多く、他の年代と比べて消費生活センターが相談者と事業者との*あっせんを行って解決を図る事例が多くなっています。

図16 消費生活相談における「あっせん」の割合

