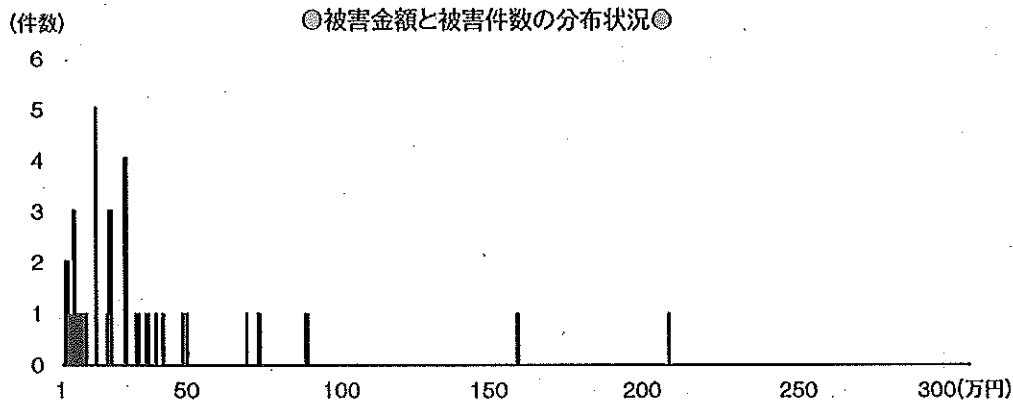


第2-1-17図 被害に該当する金額が8万円以下の被害が全体の3割を占める



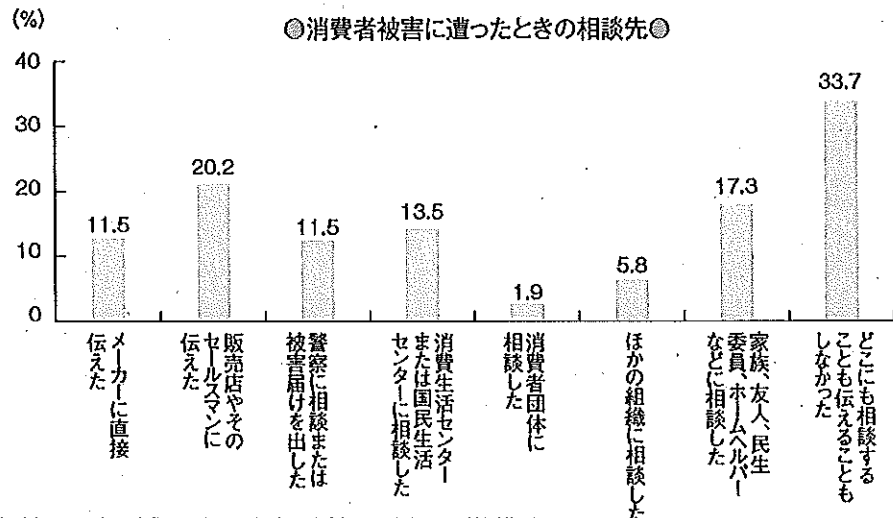
(備考) 1. 第2-1-16図と同様。
2. 300万円より大きい金額の相談件数は1件(総件数の2.7%)存在するが、図の見やすさの観点からここでは表示していない。

●高額被害に遭ってもどこにも相談していない人が3分の1存在

次に、消費者被害に遭ったときの相談先と、被害に関して支払った金額や被害の原因との関係について分析してみる。

被害に遭ったときの相談先を見てみると、被害に遭ったにもかかわらず、どこにも相談していない人が約34%と最も多い(第2-1-18図)。また、販売店やそのセールスマンに相談した人が約20%、家族・友人・民生委員などに相談した人が約17%となっており、消費生活センターなどに相談した人は、約14%に止まっている。

第2-1-18図 3分の1の人が被害に遭ってもどこにも相談していない



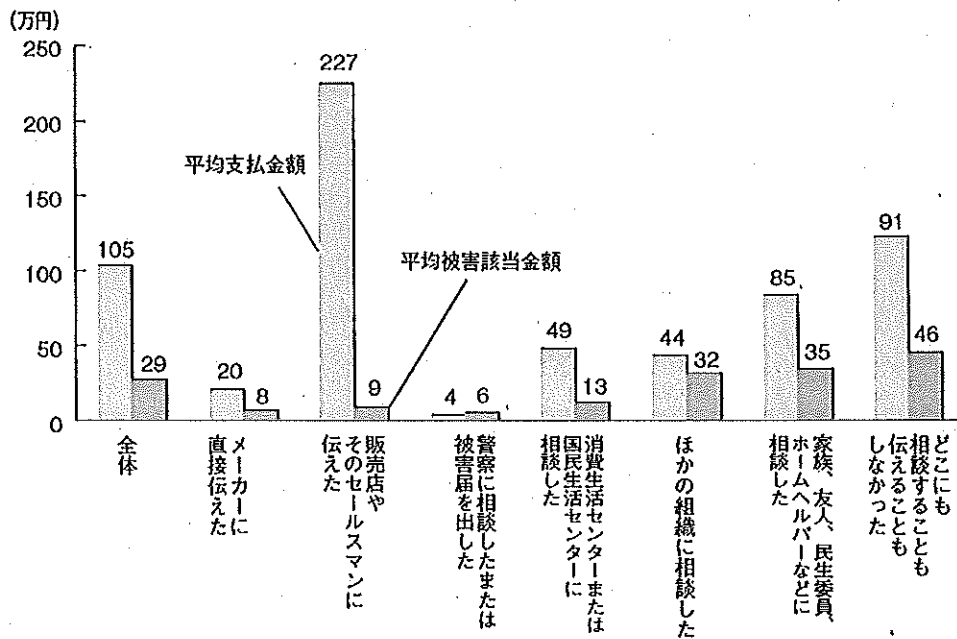
(備考) 1. 内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)により特別集計。
2. 2006年度中に、購入した商品や利用したサービスについて被害を受けたり、また、振り込み詐欺による被害を受けたことがあると回答した人のうち、「その被害について、どこかに相談したり、伝えたりしましたか。(あてはまるもの全てに○)」という問いに対し回答した人の割合。
3. 回答者は、全国の15歳以上80歳未満の男女104人(「無回答」を除く)。

被害に遭った時の支払額との関係を見てみると、販売店やそのセールスマンにその被害を伝えた人は、支払金額がマンションなど的高額契約によって227万円と突出して高くなっている（第2-1-19図）。一方、被害金額は9万円となっており支払金額との間に差が大きく、契約金額は大きいものの被害としては高額なものではない。後述の被害原因と照らし合わせて見ると、販売店やそのセールスマンに被害を伝えた人の場合、被害の原因を「相手の説明が十分ではなかったから」と考える割合が高いことから（約62%）、販売店の説明の仕方によってはトラブルにならないケースも多いのではないかと推測される。

国民生活センター、消費生活センターなどに相談した案件は契約金額49万円となっており、メーカーに伝えた人よりも高額になっており、一定の重大被害は消費生活センターなどに伝えられていることを示唆している。しかし、誰にも相談しなかったと言う人は支払金額91万円、被害金額46万円となっており、埋もれた被害の中には被害額が大きいケースが含まれていることがうかがえる。

第2-1-19図 どこにも相談していない人の被害額はほかより大きい

●被害に遭った人の平均支払金額及び平均被害該当額(相談先別)●



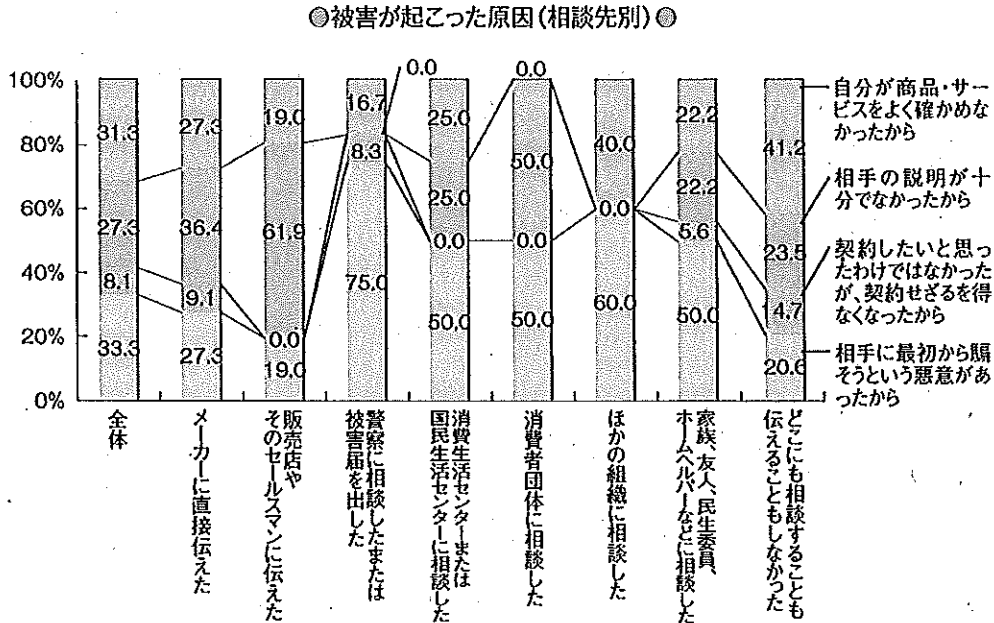
- (備考) 1. 内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)により特別集計。
 2. 2006年度中に、購入した商品や利用したサービスについて被害を受けたり、また、振り込み詐欺による被害を受けたことがあると回答した人について、「その被害について、どこかに相談したり、伝えたりしましたか。(あてはまるもの全てに○)」という問と、「あなたが受けた被害について、次の内容(「支払った商品・サービスの代金」、「そのうち、被害にあたると思う金額」)がわかればお答え下さい」という問に対する回答をクロス集計して平均額を算出。振り込み詐欺にかかる被害を除く。
 3. 回答者は、全国の15歳以上80歳未満の男女で、支払額については63人、被害金額については48人(「分からない」「無回答」を除く)。

●どこにも相談しなかった人は「自分」が原因と考えている

また、被害が起こった原因について見てみると、全体として被害の原因が相手にあると思う人が全体の7割を占めている（第2-1-20図）。相談先別に見ると、警察に相談したり被害届けを出した人、消費生活センターまたは国民生活センターに相談した人、消費者団体、家族などに

相談した人は「相手に騙そうという悪意があったから」と考える割合が50%以上を占めている。一方、販売店やそのセールスマンに伝えた人は、「相手の説明が十分ではなかったから」と考える割合（約62%）が高い。さらに、どこにも相談したり伝えたりしなかった人は、「自分が商品・サービスをよく確かめなかったから」と考える割合（約41%）が高く、原因を自分としてしまったことがどこにも相談しなかった理由の一つと考えられる。

第2-1-20図 被害の原因が相手にあると思う人が全体の7割



- (備考) 1. 内閣府「国民生活満足度調査」(2008年)により特別集計。
 2. 2006年度中に、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り、また、振り込み詐欺による被害を受けたことがあると回答した人について、「その被害が起こった原因はどこにあったかと思いませんか。(もっともあてはまると思うものに○)」という問に対する回答をクロス集計して平均額を算出。
 3. 回答者は、全国の15歳以上80歳未満の男女99人(「無回答」を除く)。

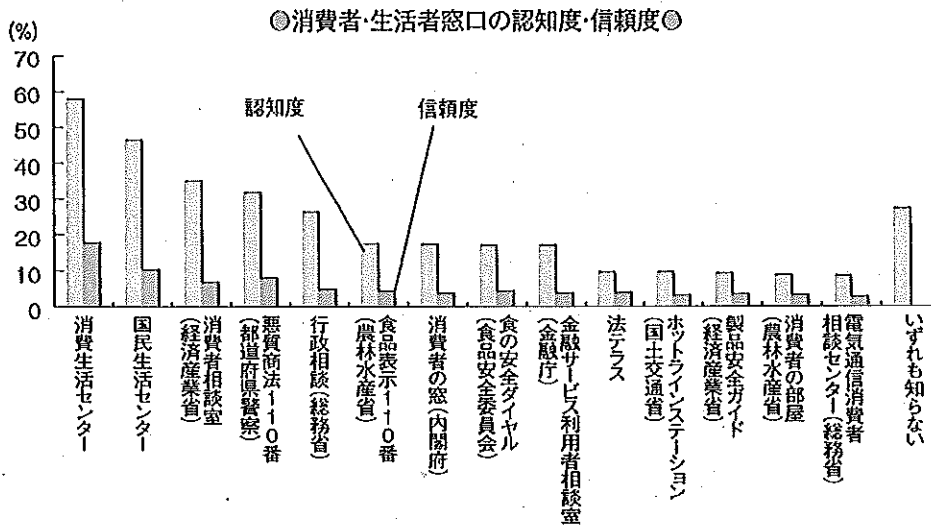
●認知度の向上と窓口の一元化が必要

以上を踏まえると、特に悪質な被害で高額な案件に関して、一定のものが消費生活センターなどの公的機関に相談される傾向にあるものの、消費生活センターなどへの相談割合は約1割強に止まっている。特に、被害者の3分の1に当たる「誰にも相談していない」人は、被害額が大きいにもかかわらず、トラブルの原因を自分のせいと考えており、また国民生活センターや消費生活センターを66%の人が知っていても¹⁴⁴、こうした機関を利用していない。また前述のとおり、高齢者や勤労者は消費生活センターなどの利用割合が低いと指摘したが、その背景にはセンターが開設時間を平日昼間としており、連絡が取りにくいことや、認知度ほどには信頼度が高くないことも影響しているものと考えられる(第2-1-21図)。今後は、こうした要因の解明を詳細に行うとともに届いていないトラブルなどを効果的に吸い上げていくための制度として検討されている一元的な消費者相談窓口を整備する必要がある。

144 内閣府(2008c)から「誰にも相談していない人」のうち、国民生活センターや消費生活センターを知っている人の割合を特別集計した。

一方、販売店やメーカーに対しては、商品・サービスについて説明を十分に行うことの重要性が改めて問われているものと思われる。

第2-1-21図 消費者・生活者窓口の信頼度は高くない



(備考) 1. 内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)により特別集計。
2. 「次の相談窓口等のうち、あなたが知っているもの、および信頼しているものはどれですか。(それぞれあてはまるもの全てに○)」という問に対して回答した人の割合。

●消費者被害の有無に影響を与える要因

それでは、実際にどのような人が被害に遭いやすいのであろうか。被害の有無とその他の条件などを統計的に分析して見ると、年齢が20代の人やストレスを感じている人が被害に遭いやすい傾向にあることが分かる。逆に、困った時に相談する人がいるかどうかや消費者教育を受けたことがあるかどうかなどの要素は被害の遭いやすさに必ずしも影響を与えるものではない(第2-1-22表、第2-1-23図)。消費者教育の受講の有無が影響をしない点に関しては、教え方の問題とも考えられるが、消費者の意思決定の歪みを加害者が突いていることも考えられ、更なる検証が必要である。

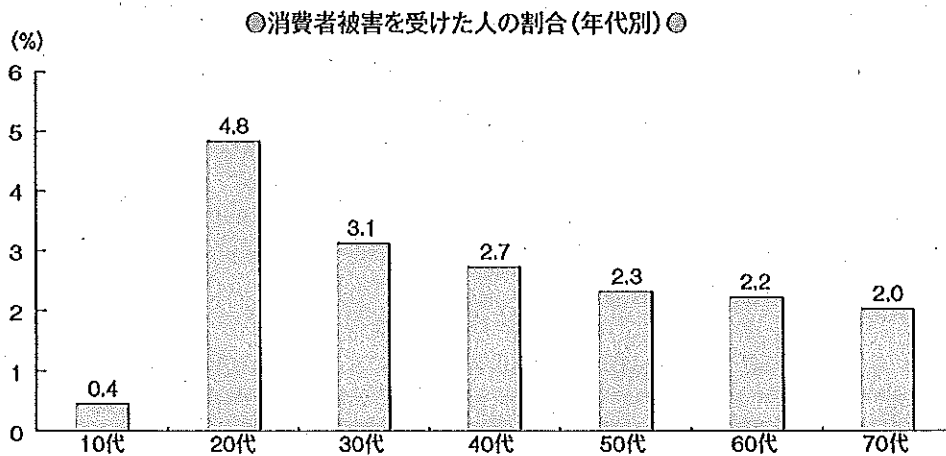
第2-1-22表 被害の有無は年齢やストレスなどの影響を受けやすい

●被害の有無に影響を与える要因

被害に遭う確率が高くなる要素
・年齢が20歳代の人
・ストレスを感じている人
・世帯年収900~1,100万円の人
被害に遭う確率に必ずしも影響を与えるものではない要素
・困ったときに相談できる人がいる人
・消費者教育を受けたことがある人

(備考) 1. 内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)により特別集計。
2. 被害の有無と個人の属性や消費者教育の有無等との関係を、統計モデル(プロビット・モデル)により推定し、5%水準に有意な結果が得られた変数を示すもの。
3. 詳細は、付注2-1-4参照。

第2-1-23図 20代は消費者被害を受ける割合が高い



- (備考) 1. 内閣府「国民生活意識調査」(2008年)により特別集計。
 2. 「あなたは、平成18年4月から平成19年3月までの間に、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り、また、振り込み詐欺(オレオレ詐欺等)による被害を受けたことがありますか。(〇は一つ)」という問いに対して回答した人のそれぞれの年代の回答者総数に占める割合。
 3. 回答者は、全国の15歳以上80歳未満の男女4,164人。

(3) 消費者トラブルに伴う経済的損失額について

これまで、消費者相談や消費者被害の特徴などについて分析してきたが、消費者被害による経済的損失額が我が国全体でどの程度発生しているかを把握することは、消費者政策の意義、効果を検討する上で出発点となるデータである。諸外国でも同様に推計を試みており、その手法も参考に2006年度、2007年度における消費者被害に伴う経済的損失額を試算してみた。

経済的損失額を推計するに際して、消費者損害の範囲について類型化を試みた(第2-1-24表)。大きくは「顕在化している損害」と、消費者が未だ気が付いていない「潜在的な損害」に分けられる。顕在化している損害の中には、購入商品・サービスの価値の滅失にかかるもの、詐欺などによって搾取された金額、問題が発生したことによりその問題の対応に要した費用や時間、商品などの欠陥により怪我をした場合などの二次的な損害、さらには感情的・精神的な被害が挙げられる。

第2-1-24表 消費者損害には顕在化している被害と潜在的被害がある

●消費者損害の分類●

顕在化している損害	商品・サービスの代金	全額	商品・サービスの価値の全額滅失
		一部	商品・サービスの価値の一部滅失
	詐欺等による損害		詐欺等によって搾取された金額
	問題対応	費用	問題の対応に要した費用
		時間	問題の対応に要した時間
	派生損害	物的損害	商品・サービスの利用などにより発生した二次的物的損害
		人的損害	商品・サービスの利用などにより発生した二次的人的損害
	感情的な被害		感情的・精神的な被害
	潜在的な損害		気が付いていない潜在的な損害

(備考) 内閣府作成。

● 2007年度の消費者被害に伴う経済的損失額は最大3兆4千億円

現存するデータのうち推計に用いることが可能なデータを収集し、それにより推計手法を検討した¹⁴⁵。データの制約などにより今回の推計では上記分類のうち購入商品・サービスの代金及び詐欺などによる損害の対象に限定して推計した。

なお、①選好度については、アンケート調査結果ではあるものの、インタビューなどにより被害状況を具体的に把握したものではないという点、また、②PIO-NETでは被害に遭ったと本人が認識している、いわゆる「消費者被害」以外に本人の簡単な相談や家族・知人からの相談なども含まれており、幅広く苦情相談を収集している点などを踏まえ、今回の推計は消費者被害額そのものではなく、経済取引に伴って事業者などとトラブルに遭った契約にかかわる経済的な損失額（「消費者被害に伴う経済的損失額」）という観点で試算を試みている。

推計結果を見ると、2006年度は推計総被害件数225.7万件で総人口比1.8%、金額は最大で約3兆2,324億円、最小で約1兆7,297億円、これをGDP比で見ると、0.34%から0.63%、2007年度は金額は最大で約3兆3,922億円、最小で約1兆8,706億円、GDP比は0.36%から0.66%と推定され、我が国経済において無視しえない規模の金額となっている（第2-1-25表）。

第2-1-25表 消費者被害による経済的損失額は最大3兆4千億円

● 2006・2007年度の消費者被害による経済的損失額の推計結果●

〈推計の種類〉	2006年度	2007年度
〈PIO-NETデータを基にした推計〉	225.7万件	
①契約金額ベース	約3兆2,324億円(0.63%)	約3兆3,922億円(0.66%)
②既支払金額ベース(信用供与置き換え)	約2兆3,611億円(0.46%)	約2兆4,535億円(0.48%)
③既支払金額ベース(信用供与置き換えせず)	約1兆7,297億円(0.34%)	約1兆8,706億円(0.36%)
〈アンケートを基にした推計〉		
①支払金額ベース	約2兆3,816億円(0.47%)	—
②被害該当金額ベース	約8,883億円(0.17%)	—

- (備考) 1. PIO-NETデータを基にした推計は内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)、国民生活センターPIO-NETデータにより内閣府において推計。
 2. PIO-NETデータは第2-1-5図及び第2-1-16図と同様。うち②については、クレジット契約などの信用供与が付されている案件について、既支払金額を契約金額に置き換えて推計。
 3. アンケートを基にした推計は内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)により推計。
 4. ()内の数値はGDP比。

海外の消費者保護執行機関が行った消費者損害額推計結果を見ると、英国はGDP比0.5%、オランダは同0.1%、オーストラリアは同1.5%となっており、日本の推計と大差ないものとなっている（第2-1-26表）。

オーストラリアとの差異の理由としては、大きくは我が国の調査においては、金額面では私的時間を問題対応に要した時間コストやトラブルへの対応や解決に要したコスト（電話代や交通費など）を含んでいないことが挙げられる。また、海外と比較した場合、我が国ではアンケートは留め置き方式を取っており、統一的に消費者被害を理解して回答しているかどうか不明なことやインタビューのように過去の記憶を引き出すような方式を取らずに忘れていたものがあり得ること（例えば、食品の表示の間違いがあった場合に「被害」として回答する人とならない人がいる可能性など）、などの問題点を改善する必要がある。

145 推計手法は付注2-1-5参照。

我が国においても、海外と同様の手法で調査を行った場合、損害額が更に大きくなる可能性が高いが、今後更なる研究を進めるとともに調査を制度化するなど、消費者政策の基礎的データとして整備していくことが求められる。

第2-1-26表 海外での消費者損害額はGDPの約0.5～1.5%と推定

◎海外の消費者損害にかかる調査について◎

	英国	オランダ	オーストラリア
実施機関	公正取引庁	消費者庁	ビクトリア州 消費者保護局
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> ・2007年11月～2008年1月 ・16歳以上の成人1万人 ・訪問による2段階インタビュー ・感情的被害について4段階評価で質問 	<ul style="list-style-type: none"> ・2008年5～10月 ・18歳以上の1,800人(予備調査は71,600人) ・オンラインアンケートによる予備調査、スクリーニング、パイロットテストの上、被害額の調査を実施 ・消費者庁が担当している不正商取引のみが調査対象 	<ul style="list-style-type: none"> ・2006年3月 ・16歳以上の1,001人 ・電話による2段階インタビュー
調査結果	<ul style="list-style-type: none"> ・トラブルの推定件数2,650万件/年(総人口に占める割合は約54%) ・被害額66億ポンド(約1兆5,600億円)(GDPの0.5%) 	<ul style="list-style-type: none"> ・トラブルの推定件数 499万件(18歳以上人口に占める割合は38.4%) ・被害額5.79億ユーロ(約949億円)(GDPの0.1%) 	<ul style="list-style-type: none"> ・800万件的報告(総人口に占める割合は約63%) ・被害額31.5億豪ドル(約2,700億円)(GDPの1.5%) うち、 <ul style="list-style-type: none"> ・修繕・交換10億豪ドル ・トラブルの対応と解決コスト10億豪ドル ・トラブル解決に費やした時間10億豪ドル

- (備考) 1. 英国の調査は、Office of Fair Trading[Consumer Detriment] OFT992, April 2008、オランダの調査は、Consumer Authority[Onderzoeksrapport Oneerlijke Handelspraktijken (OHP's) In Nederland] November 2008、オーストラリアの調査は、Consumer Affairs Victoria[Consumer detriment in Victoria: a survey of its nature, costs and implications.] Research Paper No.10, October 2006により作成。
2. 円換算レートについては、英国は2007暦年、オランダは2008年4月～9月、オーストラリアは2005年4月～2006年3月の四半期の平均値を使用。

◎消費者被害実態の分析とそれに対応した制度設計の重要性

社会構造やライフスタイルの変化に伴い消費者トラブルの内容も多様化・複雑化してきており、被害に遭う人の年齢層も幅広い世代にわたっている。

今回の分析によって少額多数被害と高額少数被害が同居するベキ分布を取っていることが分かった。少額多数被害という特徴は消費者問題の専門家が指摘してきたことであるが、そのことが確かめられた。こうした少額多数被害の状況は裁判費用など解決にコストがかかると被害を自ら解決するインセンティブが働かず、悪質事業者を淘汰するという市場原理が働かないことを示している。この少額多数被害を防止または救済するためには、消費者団体訴訟、父権訴訟などの集団的被害救済の仕組みが重要となってくる。また、消費者被害がベキ分布の形を取ることは、高額被害に遭うことを「運」ということで済ます問題でなく、誰にでも起こりうる問題だということを示している。「自分は被害者にならない」と思っていた人が被害者になっている現状を見ると、消費者被害は他人事としないよう、消費者・生活者の側も認識するとともに、消費者被害の発生状況を示しながら消費者への普及・啓発に努めることも重要である。更に言えば、消費者被害は経済的な損失だけでなく、被害を受けた人の感情的・心理的な面での苦痛を伴うことも多い。また、高額被害がその人の人生を破滅に陥れる可能性もあることから、こうした被害者の救済策もあわせて講じていく必要がある。消費者被害の未然防止や悪質事業者の取り締まりに向けて実効性の確保を図るためには、こうした被害の特徴を踏まえた対策を図ることが重要と思われる。

また、今回の調査とPIONEER情報を比較してみると、高齢者や被害額が大きいにもかかわらず「自分が悪い」と考えて誰にも相談していない人たちの存在が明らかになった。こうした埋もれた被害が場合によっては社会に大きな影響を与える重大な詐欺事件などに発展するケースもあり、迅速な被害の発見が求められる。こうした現状は高齢者を含めすべての消費者が何でも相談でき、誰でもアクセスしやすい一元的な相談窓口の必要性を示すとともに、企業の相談窓口の一層の充実とそうした窓口と公的窓口間の連携も不可欠となっている。

そして何より経済的損失額の総額は最大3兆4千億円と経済規模としても無視しえない大きさであることが分かった。消費者被害は、市場においても、法令遵守に努め健全な経営を行っている企業の競争力を阻害するという一面も持っている。これだけの金額が悪質事業者やブラックマネーではなく、「良い企業」に流れればそれだけ市場は健全性を増す。そういう意味でも消費者被害救済を実際に実現することでやり得を許さないこと、また未然防止策によりその損害額を可能な限り小さくできるような社会システムの構築に向けて消費者政策を進めることは一層重要となってきた。消費者にとっての安全・安心な社会、さらに、消費者や生産者などが各々の立場で自らの責任と役割を果たす消費者市民社会の実現に向けて、消費者目線での改革を実行していくことの重要性が問われているものと思われる。

(4) 振り込め詐欺の現状と対策について

前述のように消費者被害に伴う経済的損失額は大きい、その中でも親の気持ちを悪用するなど大きな社会問題となっている振り込め詐欺について経済分析を試みるとともにその対処方法についても被害者の心理状況を踏まえて検討する。

● 2008年になって再び増勢となった振り込め詐欺

振り込め詐欺とは、いわゆるオレオレ詐欺、架空請求詐欺、融資保証金詐欺、還付金等詐欺の総称である¹⁴⁶。いずれも、電話やはがき、電子メールなどを利用して詐欺または恐喝行為を働き、多額の現金を指定する口座に振り込ませたり、エクスパックにより郵送させるなどの手口が共通している。

警察庁の統計によると、2007年1年間の振り込め詐欺事件の認知件数は1万7,930件、被害総額はおよそ251億円にのぼる。振り込め詐欺の四つの類型のうち、オレオレ詐欺、架空請求詐欺は2004年、融資保証金詐欺は2005年をピークに年々減少傾向にあるが、依然オレオレ詐欺が件数として最も多く、1件当たり平均被害額でも231万円と最も多い。一方、還付金等詐欺については、2006年6月に認知されてから増加傾向にあり、振り込め詐欺事件全体の認知件数を押し上げている。さらに、2008年1～10月の認知件数の累計は、すでに1万8,354件となっており、2007年1年間の認知件数の1万7,930件を既に超えている。警察による10月の振り込め詐欺撲滅強化推進期間が一定の成果を上げているものの、特にオレオレ詐欺と還付金等詐欺の増加により、このままのペースで被害が続けば、2008年1年間の認知件数は過去最悪であった2004年に次ぐ被害となる可能性もあり、依然、対策の強化が必要である(第2-1-27図)。

146 振り込め詐欺、オレオレ詐欺、架空請求詐欺については、詐欺だけでなく恐喝を含む(以下同じ)。