



## 田口 義明氏

# オープン カレッジ

度が明らかになり、政策効果がや病気をした、商品等の機を検証・評価するのにも役立つのではないか。

このような問題意識の下、消費者庁は、昨年末以来、有識者検討会を設置し、全体としての消費者被害額を推計する試みに取り組んできた。去る

### 消費者被害の大きさは？

私たちは消費者は、悪質商法、不当表示、欠陥商品などにより、日々、様々な消費者被害に遭っている。これら消費者被害は、年間どれほどになるのだろうか。その規模を総体として捉えることができれば、被害を防ぐ消費者行政の重要

たぐち よしあき 消費者政策・消費者法。東京大学法学部卒。内閣府、国民生活センターなどを経て現職。1951年生まれ。

6月17日、その推計結果が「平成26年版消費者白書」の中で公表された。この検討会には筆者も座長として参画したの

## 推計で行政「見える化」効果

代金については、商品・サービスが介在しない詐欺的被害等を含めて捉えている。要は、消費者被害・トラブルに係わる商品・サービス等への支出総額を把握するものといえる。

この消費者被害額を推計するために、基本的には、1件あたりの平均被害額に推定被害件数を乗じて推計している。平均被害額については、全国の消費生活センターに寄せられた相談情報を利用すると、推定被害件数について、消費者庁が本年初に1万人を対象として実施した「消費者意識基本調査」(回収率65%)に基づき推定している。同調査で把握された被害

件数の割合は8.9%であり、これに15歳以上人口(約1.1億人)を乗ずる等により消費者被害件数を約1010万件と推定している。

こうして得られた平均被害額と推定被害件数を乗じることにより、昨年1年間の消費被害は、約6.0兆円と推計している。これは、同年のGDPの約1.2%、個人消費の約2.1%に相当する。国民の13人に1人がこの1年間に何らかの消費者被害に遭っており、被害に遭った消費者の平均では約59万円となる。

