

目次

序

第1部 消費者行動・意識と消費者問題の現状

第1章 **特集1** 食をめぐる消費者問題 ～食への信頼の回復と安心の確保に向けて～

はじめに	4
第1節 食品表示の適正化	6
(1) 食品表示等問題	6
(実際の食材と異なった食品表示等問題)	6
(食品表示等問題に対する消費生活相談の動き)	7
(一連の問題に対する消費者庁の対応)	8
(政府としての施策パッケージの策定)	8
(「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について」の策定)	8
(行政の監視指導体制の強化)	8
(景品表示法等の一部改正等法の成立)	9
(景品表示法への課徴金制度の導入等の検討)	10
(一連の問題に対する消費者の意識)	10
(2) 食品表示に関する制度の見直し	15
① 食品表示の一元化	15
(これまでの食品表示の概要、問題点)	15
(食品表示法の制定)	15
(食品表示法の概要)	16
(施行に向けた動き)	16
② 機能性表示	17
(現行制度の概要)	17
(特定保健用食品とは)	17
(栄養機能食品とは)	18
(食品の新たな機能性表示制度に関する検討)	18
第2節 食の安全・安心の確保	19
(1) 冷凍食品の農薬混入事案	19

(アクリフーズ事案の発覚までの経緯)	19
(冷凍食品に関する消費生活相談の状況)	19
(消費者庁の対応)	22
(関係府省庁の対応)	23
(自主回収対象商品の分かりにくさと製造所固有記号)	24
(2) 食品中の放射性物質への対応	25
(食品中の放射性物質)	25
(消費者サイドでの放射性物質検査体制の整備)	25
(消費者への分かりやすい情報提供)	25
(消費者とのリスクコミュニケーション(意見交換会等)の積極的な取組)	26
(地方消費者行政活性化基金の活用)	27
(東北未来がんばっぺ大使の任命)	27
(放射性物質に関する消費者の意識の変化)	29
(放射性物質検査結果)	30
第3節 食品ロスの現状と削減への取組	32
(1) 食品ロス	32
(食品ロスの現状)	32
(食品ロスの発生要因)	32
(食品ロスに関する消費者の認知度)	33
(消費者に対する普及啓発)	35
(食品ロス削減に関する意見交換会)	36
(今後の食品ロス削減国民運動の展開に向けて)	37
第2章 特集2 情報通信の発達と消費者問題 ～ネット社会に消費者はどう向き合うか～	
第1節 情報通信社会の現状	38
(1) 情報通信技術(ICT)関連市場の進展	38
(インターネット上で流通する情報量は飛躍的に増加)	38
(スマートフォン、タブレット型端末など様々な情報通信機器が急速に普及している)	39
(若年層を中心に様々な情報通信機器の利用が進んでいる)	39
(インターネットの利用率は、60歳以上でおおむね拡大傾向に)	40
(インターネットを利用した取引が増加、情報通信産業は経済的に重要な位置付けに)	41
(様々な商品・サービスがインターネット経由で取引されるように)	41
(従来型の携帯電話からスマートフォンへの移行を背景として、スマートフォン等市場やモバイルコマース市場の規模が拡大している)	44
(新たなサービスの普及)	46
(インターネットの広告利用)	47

(2) 情報通信の発達による消費社会の変化	48
(インターネットから実店舗での消費行動へと誘導していくO2Oの動きが活発化)	48
(電子マネー等の普及及びインターネット上での決済手段の多様化)	49
(ビッグデータの活用により、企業は消費者行動の把握が容易に)	51
(震災とICTの活用等)	51

第2節 情報通信の発達に伴う消費者意識の変化、消費者被害・トラブル等の状況 53

(1) 情報通信に関連する消費者トラブルの概況	53
(情報通信分野、特にインターネットに関する相談は増加)	53
(2) 情報通信機器・サービス等の契約・利用等に伴う被害・トラブル	53
(通信サービスの普及に伴い、トラブルも増加傾向に)	53
(インターネット接続回線に関する相談が増加、中でも年代が高い層の相談が多い)	54
(携帯電話サービスに関するトラブルは、「契約・解約」に関するものが多い)	57
(携帯電話・スマートフォン等の契約時に付けられるオプションサービスを不満に思う消費者が多い)	59
(パソコンや携帯電話などの情報通信機器に関する相談が増加)	60
(スマートフォンに関する相談は増加傾向)	60
(スマートフォンの充電端子の焼損や機器本体の発熱等に関する相談が急増)	61
(3) インターネット通販等に関するトラブル	62
(約10人に1人が過去3年間にインターネットでの取引のトラブル経験あり)	62
(インターネット通販の消費者トラブルが急増)	63
(越境取引に関する相談は増加傾向)	67
(中国の事業者のインターネット通販トラブルが急増し全体の1/3を占める)	68
(海外通販サイトでは銀行振込からトラブルにつながることが多い)	70
(海外通販サイトでトラブルに遭わないために)	71
(サービス分野等におけるインターネット予約・契約等のトラブル)	72
(共同購入型クーポンサイトに関するトラブルが増加)	72
(4) デジタルコンテンツの普及とそれに伴う消費者トラブル	73
①オンラインゲームに関する消費者トラブルや消費者意識	73
(未成年者のオンラインゲームに関するトラブルが急増)	73
(未成年者のトラブルは契約購入金額も高額化)	75
(クレジットカード決済に関する相談が多数)	75
(どの年齢の子どもを持つ保護者でも、半数以上が何らかの利用ルールを定めている)	77

(小学生高学年では約2割、低学年以下でも約1割の子どもが課金等に必要 なパスワードを把握)	77
(クレジットカードの管理を厳密に行っている保護者は約4～5割)	78
(請求明細は必ず確認していても、課金の都度課金状況を確認している保護 者は少ない)	80
(ゲーム会社が行う未成年者保護の取組はあまり知られていない)	81
(小学生(高学年)の子どもを持つ保護者を中心に、教育へのニーズは高 い)	82
②アダルト情報サイトに関するトラブル.....	84
③その他のデジタルコンテンツに関するトラブル.....	85
(5) ソーシャル機能を活用したウェブサービスの普及とそれに伴う消費者ト ラブル.....	87
①SNSに関するトラブル	87
②出会い系サイトや婚活サイトに関するトラブル.....	89
③各種仲介サービスに関する問題.....	92
④各種口コミ・評価サイト等の情報操作に関する問題.....	93
(6) 個人情報に関する主な消費者トラブルや消費者意識.....	94
(個人情報の保護と利活用)	94
(個人情報に関する漏えい事案件数は減少傾向 苦情相談の内容は「不適正 な取得」に関するものが全体の約4割)	95
(消費者は事業者への個人情報の提供において個人情報の漏えいや目的外利 用を不安視している)	97
(ビッグデータの認知度は男性約3割、女性約1割にとどまる ビッグデータを知らない人ほどその利活用に否定的)	97
(7) 不正アクセスその他の犯罪的行為.....	98
第3節 安全で快適なネット社会の構築に向けた取組	100
(1) 情報通信に関する消費者被害・トラブルへの対応.....	100
(電子商取引に関する法整備)	100
(インターネットによる広告・表示の規制)	101
(情報通信サービス契約のトラブルへの対応)	101
(インターネット通販のトラブルへの対応)	102
(オンラインゲーム・SNS等でのトラブルへの対応)	103
(2) 情報通信分野における消費者教育.....	104
(3) 個人情報保護への対応と不正アクセス防止.....	105
第3章 消費者を取り巻く社会経済情勢と消費者行動・意識	
第1節 消費者を取り巻く社会経済情勢	110
(社会経済活動の中で大きなウエイトを占める消費活動)	110
(家計の消費支出構造の変化：モノからサービスへ)	111

(世帯構造の変化：単身世帯が増加傾向)	111
(高齢化の進展：高齢化率は上昇傾向)	113
(国際化の進展：輸入品や海外直接購入の増加)	113

第2節 消費者行動・意識の状況 115

(多くの消費者が商品選択時に表示や説明を十分確認している)	115
(インターネット通販の利用が多い)	115
(消費者は主体的な判断や消費者主導の購買行動を望んでいる)	116
(約6割の人が社会貢献につながるものを意識的に選択することがある)	117
(約7割の人が消費者問題に関心がある)	117
(食の安全、食の表示問題に高い関心)	117
(インターネットでの情報提供を希望する人が急増)	117
(消費者庁の業務に関する認知度が向上)	119

第4章 消費者問題の動向

第1節 消費者問題の概況 121

(1) 2013年度の消費生活相談の全体的な概況	121
(全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談は9年ぶりに増加)	121
(2013年度の消費生活相談の属性別の傾向)	123
(2013年度の消費生活相談では「運輸・通信サービス」の相談件数が突出)	124
(販売購入形態別に見ると、「通信販売」、「店舗購入販売」がそれぞれ3割)	126
(2013年度の相談1件当たりの平均金額は減少)	129
(2013年度は幅広い商品・サービス分野にわたり相談件数が増加)	132
(トラブルが発生しやすい商法)	133
(2013年度の高齢者の消費生活相談は更に増加)	133
(2013年度の高齢者の消費生活相談は「食料品」が最も多い結果に)	133
(高齢者の相談は販売購入形態別に見てほとんどが増加)	133
(高齢者の相談は契約の申込み前に相談が寄せられる傾向が強まってきている)	136
(高齢者の「二次被害」は「電話勧誘販売」に関するトラブルが目立つ)	138
(未成年者の消費生活相談はアダルト情報サイト、ゲーム関係、デジタルコンテンツなどが多く見られる)	139
(2) 消費者安全法に基づき通知された消費者事故等	142
(消費者安全法に基づき2013年度に通知された消費者事故等は1万2,627件)	142

(消費者安全法に基づき2013年度に通知された消費者事故等のうち「財産事案」は9,116件)	142
(3) 越境取引によるトラブルの状況	144
(越境取引によるトラブル)	144
(4) 消費者被害・トラブルの経験と相談の状況	145
(商品・サービスについての消費者被害・トラブルの経験)	145
(被害・トラブルを誰にも相談しなかった人は半数以上)	145
(相談した相手)	146
(相談した理由)	146
(相談した結果)	147
(相談しても仕方ないと思った人は約5割)	147
(5) 消費者被害・トラブル額の推計	149
(消費者被害・トラブル額推計の必要性)	149
(消費者被害・トラブル額の推計方法)	149
第2節 生命・身体に関する消費者事故等	152
(1) 事故情報の収集	152
(生命・身体に関する事故情報は様々なルートで消費者庁に集約)	152
(消費者安全法に基づき2013年度に通知された「生命身体事故等」は3,511件)	152
(消費生活用製品安全法に基づき2013年度に報告された重大製品事故は941件)	154
(PIO-NETに収集された2013年度の危害・危険情報は2万226件)	154
(2013年度の主な事件事例)	156
(2013年度の子どもの事故に関する主な商品)	157
(事故情報データベースに収集された情報)	161
(医療機関ネットワークに収集された情報)	162
(カネボウ「白斑」トラブルの影響は消費生活相談にも)	163
(冷凍食品への農薬混入事案の影響は消費生活相談にも)	164
(路線バスでの高齢者の転倒、骨折事故が多発)	164
第3節 最近の消費者問題の傾向	167
(劇場型勧誘の被害は依然として深刻)	167
(海外の土地・不動産・債権等への投資をうたった商品に関するトラブル)	168
(「二次被害」に関する相談は全体として減少、一方で高齢者の相談割合は増加傾向)	170
(いわゆる「偽装質屋」に関するトラブルが増加)	171
(「健康食品の送り付け商法」は2013年度上半期がピーク)	171
(成人直後や就活中の大学生等を狙ったトラブルも)	175

(ビットコインに関するトラブルが発生)	177
(これから増えることが予想されるトラブル：2020年開催の東京オリンピック関連)	177
(消費税率引上げに関する相談が増加)	178

第5章 消費者政策の展開

第1節 消費者政策の主な展開 181

(消費者政策の推進)	181
(生命・身体に影響する消費者事故への対応)	184
(悪質な事業者等による経済的な被害への対応)	185
(地方消費者行政の充実・強化)	189
(消費者教育の推進)	195
(公共料金政策)	195
(消費税率引上げへの対応)	196
(震災関連の相談は減少)	198
(被災4県では「工事・建築」、特に福島県では「野菜」)	198

第2節 高齢者・障害者の見守り 201

(高齢者・障害者に関する相談は増加)	201
(高齢者の悪質電話対策のモデル事業の実施)	204
(地域の見守り活動の促進)	210
(見守りネットワーク連絡協議会の取組等)	210

第3節 消費者教育の推進 212

(消費者教育推進の基本方針の決定)	212
(消費者教育推進会議の設置)	213
(地方公共団体の取組)	217
(2013年度先駆的プログラムの実績)	218

第4節 諸外国の消費者政策体制及び国際的連携 220

(諸外国の消費者政策体制の進展)	220
(諸外国の消費者政策体制の類型)	223
(消費者政策に関する国際的連携の強化)	226

第2部 消費者政策の実施状況

第1章 消費者の権利の尊重と消費者の自立の支援

第1節 消費者の安全・安心の確保 230

1. 迅速・的確な情報の収集・発信の体制整備	230
------------------------------	-----

(1) 相談情報、事故情報の集約	230
ア. 相談情報の集約	230
イ. 事故情報の集約	230
(2) 事故情報の報告、公表、注意喚起	231
(3) リコールに係る情報収集及び関連情報の提供	232
(4) 子どもの事故防止のための情報発信	233
(5) 化学製品の危険有害性に関する情報提供	234
2. 事故情報の分析・原因究明	234
(1) 重大事故等の分析、原因究明	234
(2) 消費者安全調査委員会の運営	235
(3) 医療分野における事故の原因究明、再発防止	236
(4) 食品等による窒息事故の再発防止	236
(5) 消費生活用製品の事故情報の分析、原因究明	236
(6) 昇降機、遊戯施設における事故の原因究明、再発防止	237
(7) 製品等の利用により生じた事故等の捜査	237
(8) 商品テスト等による調査、分析、事故原因究明	238
(9) 製品火災・事故等に係る未然防止	239
3. 食の安全・安心の確保	239
(1) 食品の安全性の確保に関する取組	239
ア. 食品の安全性の確保に関する基本的事項の決定	239
イ. 食品の安全に関するリスク評価	239
ウ. 食品の安全性の向上に関するリスク管理	240
①食品の安全性に関するリスク管理	240
②HACCP導入の促進	241
③農業生産工程管理の推進	241
④輸入食品の安全性の確保	242
エ. 食品の安全性に関するリスクコミュニケーション	242
(2) 米穀等のトレーサビリティの推進	244
(3) 食品のリコール社告の適正化	244
(4) 新たなJAS規格導入の推進等	245
(5) 流通食品への毒物混入事件への対処	245
(6) 食品安全や食生活と健康についての情報提供	245
(7) 食品関係事業者のコンプライアンスの徹底促進	245
4. 消費者の安全・安心の確保のためのその他の施策	246
(1) 消費生活用製品の分野におけるリスクアセスメントの普及啓発	246
(2) 家庭用品の安全確保の促進	246
(3) 合法ハーブ等と称して販売される薬物の取締り体制の強化	247
(4) 製造物責任法に関連する事例収集、公表	248
(5) 美容医療サービス等の消費者被害防止	249
(6) 民間サービス事業者に対する第三者認証制度の普及促進	249

（７）障害者の消費者としての利益の擁護及び増進	250
（８）小規模社会福祉施設等におけるスプリンクラー設備等の整備に向けた取組	250
（９）乗合バスにおける転倒防止対策	251
第２節 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保	252
１．消費者取引の適正化を図るための施策	252
（１）特定商取引法等の執行等	252
（２）消費者契約の不当勧誘・不当条項規制の在り方の検討	252
（３）消費者の財産被害に係る隙間事案への対応	253
（４）詐欺的商法等による消費者被害の取締り強化	254
ア．生活経済事犯への取締り強化	254
イ．融資保証金詐欺等への取締り強化	254
ウ．詐欺的商法による新たな消費者被害への対応	255
エ．CO ₂ 排出権取引への投資に係る諸問題への対応	257
（５）金融分野の取引の適正化	258
ア．クレジット取引等への対応	258
イ．多重債務問題解決のための取組	258
ウ．商品先物取引法の適正な執行	259
エ．金融商品取引法の厳正な運用	260
オ．消費者信用分野における諸問題への対応	261
カ．金融機関における犯罪の未然防止、拡大防止、被害回復	261
（６）住宅分野の取引の適正化	263
ア．賃貸住宅の借入人の居住の安定	263
イ．既存住宅流通やリフォーム工事に係る悪質事案の被害防止	263
（７）有料老人ホーム等に係る契約等の適正化	264
（８）警備業法の運用の適正化	264
（９）探偵業法の運用の適正化	265
２．表示・規格・計量の適正化を図るための施策	265
（１）食品表示の信頼性確保	265
ア．食品表示一元化に向けた取組	265
イ．食品の原産地等の表示の適正化	266
ウ．食品表示等問題への対応	267
エ．健康食品の表示等の情報提供	268
オ．食品表示の監視	269
カ．食品表示に関する関係機関の連携	269
キ．食品表示に関する問合せ対応等のワンストップ体制等の整備	269
（２）景品表示法の運用及び執行体制の拡充	270
（３）住宅性能表示制度の普及及び評価方法の充実	270
（４）家庭用品の品質表示の見直し	271

(5) 建物部品の防犯性能の表示制度の適正な運用	271
(6) 電気通信サービスの広告表示の適正化	272
(7) JIS規格等の国内・国外標準化施策の実施	273
3. 物価・公共料金等の適正化のための施策	273
公共料金等の透明性及び適正性の確保	273
第3節 消費者に対する啓発活動の推進と消費生活に関する教育の充実	275
1. 消費者教育の体系的・総合的な推進	275
(1) 消費者教育推進会議と今後の消費者教育の在り方	275
(2) 消費者教育ポータルサイト	275
(3) 食品ロス削減その他の消費者自身の意識改革による社会問題への対応	276
2. 学校における消費者教育の推進・支援	277
(1) 学校における消費者教育の推進	277
ア. 小・中・高等学校	277
イ. 大学等	277
(2) 学校における消費者教育に対する支援	277
3. 地域における消費者教育の推進・支援	278
(1) 社会教育施設等における消費者教育の推進	278
(2) 多様な主体との連携による消費者教育の推進	279
4. 消費者に対する普及啓発・情報提供	280
(1) 消費者政策の実施の状況等に関する情報提供	280
(2) 法的トラブルを取り扱う関係機関・団体との連携	280
(3) 融資保証金詐欺及び架空請求詐欺等に関する情報提供・注意喚起	281
(4) 生活経済事犯の発生・再発防止に向けた広報啓発活動	281
(5) 子どもたちのインターネットの安全・安心利用に向けた啓発	281
(6) 景品表示法の普及・啓発	282
(7) リフォーム事業者等に関する情報提供	282
(8) 食品の安全性、栄養、食習慣等の情報提供	282
(9) 成年後見制度等による高齢者等の権利擁護の推進	283
(10) 介護支援専門員及び訪問介護員の知識の普及	284
(11) 国民生活センターによる高齢者の消費者被害防止への取組	284
第4節 消費者の意見の消費者政策への反映と透明性の確保	285
(1) 生活者・消費者を代表する審議会委員の選任	285
(2) 消費者からの情報・相談受付体制の整備	285
第5節 消費者の被害等の救済と消費者の苦情処理・紛争解決の促進	286
1. 消費者被害の救済のための制度の創設	286
(1) 集団的消費者被害回復に係る訴訟制度	286

(2) 多重債務者に対する地方公共団体の取組支援	287
(3) 総合的な自殺対策の強化	287
2. 裁判外紛争処理手続（ADR）を行う機関等との連携	287
(1) 国民生活センター紛争解決委員会と地方公共団体及び民間ADR機関との連携	287
(2) 消費者に関する法的トラブルの紛争解決	288
(3) 金融分野における裁判外紛争解決	288
(4) 民間賃貸住宅に関する裁判外紛争解決	289
(5) 新築住宅等に関する紛争解決	289
(6) 消費生活センター等への相談支援機能の強化	290
(7) 警備業務に関する苦情の解決	290

第2章 地方公共団体、消費者団体等との連携・協働と消費者政策の実効性の確保・向上

第1節 地方公共団体への支援・連携	292
(1) 地方消費者行政の充実・強化	292
(2) 消費生活相談員の資格の法的位置付けの明確化	293
(3) 消費者ホットラインの運用	293
(4) 都道府県における法執行強化	294
(5) 地方公共団体との情報共有	294
第2節 消費者団体等との連携	295
(1) 適格消費者団体の認定・監督	295
(2) 適格消費者団体に対する支援	296
(3) 消費者団体等との連携	296
第3節 事業者や事業者団体による自主的な取組の促進	297
(1) 公益通報者保護制度の推進	297
(2) 公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用	297
(3) 訪問販売、通信販売等による被害抑制	298
(4) 買い物弱者対策に関する取組	298
第4節 行政組織体制の充実・強化	299
(1) 消費者庁の所管法律の執行状況の点検・評価	299
(2) 国家公務員向け研修の実施	299
(3) 他の相談機関との連携	300
(4) 消費者政策担当部局間の連絡、情報交換	300
(5) 公正取引委員会の体制強化及び機能拡充	300
(6) 消費者委員会事務局体制の充実・強化	301
(7) 国民生活センターの在り方に関する検討	301

第3章 経済社会の発展等の環境変化への対応

第1節 環境に配慮した消費行動と事業活動の推進	303
(1) CO ₂ 削減に向けた行動	303
(2) 身近な化学製品等に関する理解促進	303
(3) 3R(リデュース、リユース、リサイクル)の推進	303
(4) 生物多様性保全の取組	304
(5) 有機農産物など環境に配慮した農産物の普及促進	304
(6) 住宅省エネラベル・建築環境総合性能評価システム(CASBEE)の普及促進	305
(7) 食品リサイクルの推進及び普及啓発	306
(8) 環境ラベル等による環境情報の提供	306
第2節 高度情報通信社会の進展への的確な対応	307
(1) インターネット取引の安全・安心の確保	307
(2) 医療機関のウェブサイトによる情報提供	309
(3) 迷惑メールへの対応	309
(4) インターネットオークション詐欺の取締り	309
(5) フィッシング被害の防止	309
(6) 青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備	310
(7) 電気通信分野における勧誘及び情報提供の適正化	311
(8) 個人情報保護	312
(9) プライバシー保護等に配慮したパーソナルデータの利活用に向けた取組	312
第3節 国際化の進展への対応	314
(1) OECD消費者政策委員会(CCP)への参画	314
(2) 地域間・二国間における国際的な連携の強化	314
(3) 消費者保護及び執行のための国際ネットワーク(ICPEN)等を通じた法執行機関の国際的な連携	314
第4節 東日本大震災に係る消費者のための取組	315
(1) 食品と放射能に関する消費者の理解増進のための取組	315
(2) 放射性物質検査体制の整備と情報提供	316
(3) 被災地への専門家の派遣	316
【資料編】	320

【コラム】

- ・ コラム 1 メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法上の考え方について……………12
- ・ コラム 2 メニュー表示問題の教訓と課題……………14
- ・ コラム 3 東北未来がんばっぺ大使の活動……………28
- ・ コラム 4 インターネットへの依存症問題……………91
- ・ コラム 5 ビッグデータと消費者保護…………… 108
- ・ コラム 6 OECDおよびICPENにおける情報通信に関する取組 …… 109
- ・ コラム 7 『お・し・だ・そう！高齢者詐欺！』
「高齢者の消費者トラブル未然防止」啓発キャンペーン … 140
- ・ コラム 8 2013年度 子どもを事故から守る！プロジェクト
シンボルキャラクター「アブナイカモ」の活動記録…………… 159
- ・ コラム 9 ビットコインとは…………… 180
- ・ コラム10 消費者裁判手続特例法の施行に向けて
ー特定適格消費者団体に期待される役割…………… 187
- ・ コラム11 地域との連携を中核に据えた政策展開を…………… 194
- ・ コラム12 電話見守りと通話録音装置の設置に継続の意向の高さを確認
…………… 208
- ・ コラム13 高齢者・障害者の消費者被害防止のための見守りの担い手向け
視聴覚教材「高めよう！見守り力」…………… 211
- ・ コラム14 ベトナムにおける「消費者保護行政強化プロジェクト」への協
力…………… 227