

# 地方消費者行政充実・強化事業（消費者庁地方協力課・消費者制度課）

## 令和4年度第2次補正予算要求額 30億円

### 事業概要・目的・必要性

○社会問題となっている靈感商法を含めた悪質商法への対策等を強化することにより、消費者トラブルの早期発見・未然防止を図り、消費者の安全・安心を確保することで、ウィズコロナ下の社会経済活動の再開を下支えする必要があります。

○本事業では、地方消費者行政強化交付金において、消費生活相談や消費者教育など、靈感商法を含めた悪質商法への対策に資する取組を重点的に支援する特別枠を創設するとともに、ウィズコロナ下での消費者トラブルの早期発見・未然防止や生活必需品の価格高騰への対応等に取り組む地方公共団体を支援します。

○また、国民生活センターにおいては、社会問題となっているいわゆる靈感商法等の悪質商法の被害にあった消費者の相談への対応や、紛争解決（裁判外紛争解決手続：ADR）を重要な業務と位置付けており、各地方公共団体の消費生活センターとともに、速やかに、こうした対応の強化等を図り、消費者トラブルの解決を図っていきます。

○さらに、靈感商法等の悪質商法の被害拡大防止のため、消費者トラブルを予防する活動を支援します。

### 事業イメージ・具体例

#### （1）地方消費者行政強化交付金【20億円】

①「靈感商法を含めた悪質商法対策特別枠」の創設（補助率：定額）【5億円】  
消費生活相談や消費者教育など、社会問題となっている靈感商法を含めた悪質商法対策に取り組む地方公共団体を支援するため、補助率を定額とした新規事業メニューを創設する。

#### ②地方消費者行政強化事業（補助率：原則1/2）【15億円】

地方消費者行政の充実・強化を図るため、ウィズコロナ下での消費者トラブルの早期発見・未然防止や生活必需品の価格高騰への対応等の事業を行う地方公共団体を支援する。

#### （2）消費生活相談機能強化促進等補助金【10億円】

靈感商法を含めた悪質商法への対策の充実や被害者の救済等の観点から以下の取組を実施する。

#### ①裁判外紛争解決手続（ADR）、消費生活相談の対応能力強化

国民生活センターにおいて、ADR、消費生活相談のデジタル化を進めるなど、靈感商法等の悪質商法への対応能力を強化するため、新規の情報システム構築に向けた調査分析や支援を行う。合わせて、基盤システムに蓄積されたデータの更なる活用、相談情報の保存期間の延長等を進める。

#### ②靈感商法対策の研修の充実、相談対応態勢の強化

靈感商法を含めた悪質商法に対してより効果的に対応できるよう、相談の現場である地方の相談員向けにオンライン研修等を行うとともに、地方の相談員を支える国民生活センターの相談員等の態勢を強化する。

#### ③消費者トラブルを予防する活動への支援

靈感商法を含めた悪質商法の被害拡大の防止のため、消費者トラブルを予防する活動を支援します。

### 資金の流れ

※地方消費者行政強化交付金のスキーム



### 期待される効果

靈感商法を含めた悪質商法への対策や消費生活相談等の機能強化により、消費者トラブルの早期発見・未然防止を図り、消費者の安全・安心を確保することで、ウィズコロナ下の消費活動を下支えをします。また、生活必需品の価格高騰への対応等により、消費者を取り巻く環境を安定させることを通じて、社会経済活動の回復を確かなものとしします。さらに、消費者トラブルを予防するための活動に支援することで、消費者被害の拡大を防止します。

# 生活関連物資及び公共料金等に関する調査・啓発（消費者庁参事官（公益通報・協働担当））

令和4年度 第2次補正予算要求額 0.6億円（新規）

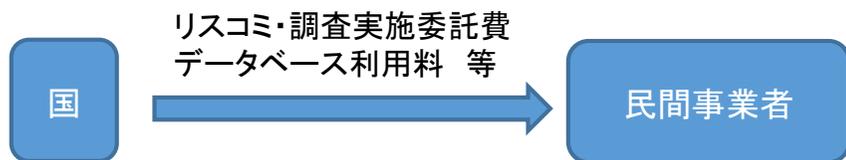
## 事業概要・目的・必要性

- 最近の国際情勢により、世界規模で不確実性が高まり、原油や穀物等の国際価格は変動を伴いつつ、高い水準で推移しており、国内の生活関連物資等も値上げが続くなど、物価高騰への注目が高まっています。
- こうした状況を踏まえ、政府として適時適切な対応・措置を講じるためには、生活関連物資等の需給・価格動向を効果的に把握する必要があります。そこで、本年度から実施している「生活関連物資の価格動向調査」について、更なる機能拡充を行った上で、より緻密かつ機動的に生活関連物資等の需給・価格動向の把握を行います。
- また、成長と分配の好循環の実現のための持続的な賃金上昇のためには、労働力や技術力により生み出される付加価値やコストを、適切に価格に転嫁できる環境が必要であり、消費者に物価に関する正しい理解を求めることも不可欠です。
- さらに、上記現況下では今後公共料金改定の増加も見込まれるところ、協議に当たっては、公共料金に関する現状と課題を整理し、あり方を見直しながら、消費者に与える影響を十分に考慮して対応する必要があります。

## 事業イメージ・具体例

- ①物価に関する消費者へのリスクコミュニケーション  
消費者に物価に関する正しい理解を求めするため、関係省庁が所管する生活関連物資等の価格等も含め、物価、公共料金等の仕組みなどについて、簡潔かつ正確に中高生にも分かりやすい言葉で広く消費者に伝える取組を実施します。
- ②公共料金に関する海外調査  
海外における公共料金の種類・価格動向・価格改定の仕組み等について調査を行うことで、我が国における公共料金のあり方の見直しの資料とするとともに、リスクコミュニケーションを実施する際の材料とします。
- ③生活関連物資等の需給・価格動向の効果的な把握  
価格動向調査について、以下の事項の拡充を図ります。
  - ・品目、回数、対象時期等の制限のないデータベースの利用
  - ・日次かつエリア別、業態別のデータも把握できるように
  - ・指定品目ごとの需給・価格動向の分析レポートの作成（期中の対象品目の追加・変更も可能に）

## 資金の流れ



## 期待される効果

- 緊急時において迅速かつ効果的に、生活関連物資等の安定供給や災害等に便乗した買占めや高額転売の禁止等を図ります。
- 公共料金等の上昇による消費者への過度な負担を防止するとともに、賃上げ等を適切に物価に転嫁できる環境を整備し、新しい資本主義の実現を後押しします。

# 消費者被害未然防止のための消費者教育の強化・充実（消費者庁消費者教育推進課）

令和4年度 第2次補正予算要求額 1. 2億円（新規）

## 事業概要・目的・必要性

- 靈感商法が大きな問題として取り上げられ、法務省の関係省庁会議の他、消費者庁の有識者検討会が開催され、議論が進められている。その中において、被害の未然防止が重要であるとの指摘がなされ、消費者教育の強化が急務となっている。
- 消費者被害防止のためには、消費者が自身を知り、批判的に物事を見極めるいわば「消費者力」を高めることが重要である。また、個別のトラブルの手口や対処法について知ることに加え、それらをシミュレーションしておくことが効果的である。
- さらに、全国での消費者教育実施の機運を引き上げるため、周知広報の強化が求められる。

## 資金の流れ



## 事業イメージ・具体例

- あらゆるトラブルに対処できる「消費者力」を底上げするとともに、多い消費者トラブルの具体的な対処法を伝え、身に付けるツールの開発、周知広報の強化を図るための事業を、委託により実施。
- 委託事業の内容
  - ①「消費者力」強化のための教材開発検討会（仮称）
    - ・検討会の運営
    - ・教材開発、印刷
  - ②啓発動画、ツールの作成
    - ・靈感商法を含む、各世代に多いトラブルについての手口や対処法をわかりやすく解説する啓発動画作成
    - ・それらの内容をシミュレーションできるデジタルツール開発
  - ③周知広報の強化
    - ・シンポジウム等の開催
- 成果物を全国的に活用してもらうため、関係省庁とも連携し、周知、活用促進を図る。

## 期待される効果

- 「だまされない消費者」の育成が図られ、消費者被害の減少に貢献する。

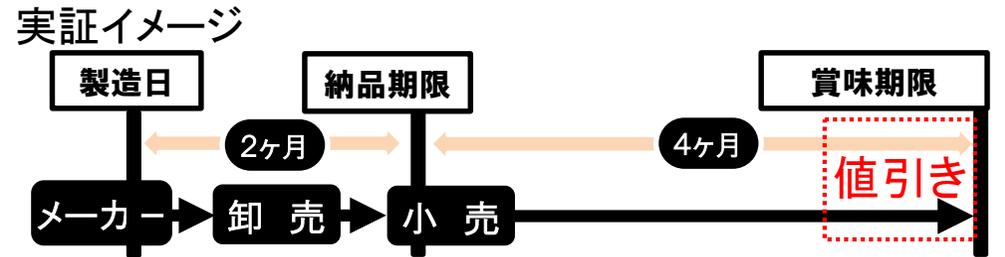
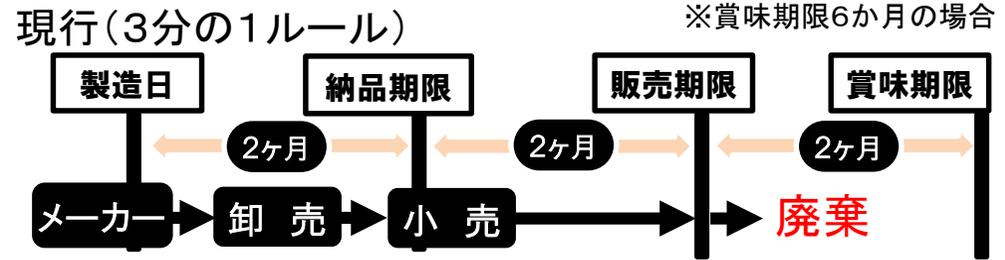
# 物価高対策に資する食品ロス対策事業（消費者庁消費者教育推進課）

令和4年度 第2次補正予算要求額 〇. 8億円（新規）

## 事業概要・目的・必要性

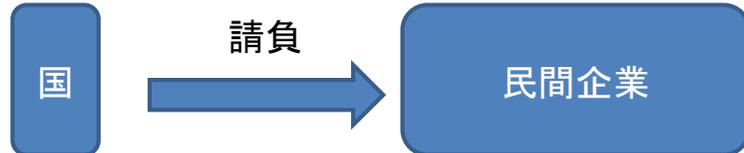
- 食品の販売にあたっては、製造日から賞味期限までの期間を3等分する「3分の1ルール」と呼ばれる商慣習が存在し、食品ロスの主な要因とされている。また、小売店の販売価格には、売れ残りによる食品ロス発生を前提に、廃棄処理費用が上乗せされている。
- 現下の物価高情勢においてこれらの現状は解消すべき喫緊の課題となっており、食品ロス削減につながる消費者の行動変容及び事業者の商慣習見直しを促すことによる食品ロス削減と消費者の食品支出抑制の両立を早急に実証する必要がある。
- 小売店（ネット、実店舗）において賞味期限切れが近い商品の値引き販売や売り場での周知啓発（「てまえどり」の促進、賞味期限の理解促進等）を通じて、商品の売り切りを実現するための実証を行い、当該実証結果を通じて全国の小売店への横展開を図る。

## 事業イメージ・具体例



- 実証期間中に「てまえどり」や「賞味期限はおいしいめやす」などを消費者へ呼びかけ、消費者の行動変容を促す。
- 小売店における食品ロス削減効果や、消費者の食品支出の抑制効果を検証し、全国の小売店への横展開を図る。

## 資金の流れ



## 期待される効果

- 消費者の行動変容を通じて事業者の商慣習見直しが大幅に進展し、食品ロス（商品廃棄）量が減少（事業系食品ロス量（令和2年度）：275万トン）。
- 商品廃棄を減少させた分、商品価格が低下し、消費者の食品支出を抑制。

# 特定商取引法等の契約書面等の電子化関係経費（消費者庁取引対策課）

令和4年度 第2次補正予算要求額 0.4億円（新規）

## 事業概要・目的・必要性

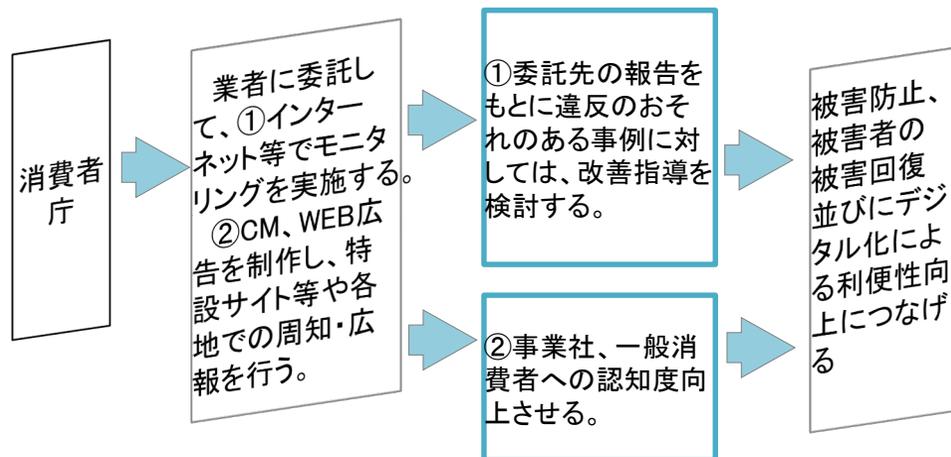
### （事業の目的・概要）

- 令和3年改正法（※令和5年6月までに施行）により、特定商取引法及び預託法において、事業者が消費者に対して、一定の条件のもと契約書面等の交付に代えて電磁的方法での提供が可能となる予定のところ、デジタル化原則に対応し消費者利便性を確保しつつ、同時に消費者被害の発生を防止するため、モニタリングとともに認知向上のため、周知・広報を実施し、違反のおそれのある事例に対しては、改善指導を検討する。

### （事業の必要性）

- 上記改正で実現される特定商取引法及び預託法における契約書面電子化で、消費者利便性を確保しつつ、同時に消費者被害の発生を防止するため、モニタリングを実施するとともに事業者や一般消費者に広く周知・広報を行う必要がある。

## 事業イメージ・具体例



## 資金の流れ



## 期待される効果

- 施行後、特定商取引法等の改正内容をより広く知らしめ、事業者に特定商取引法を遵守せしめることで、消費者が悪質な事業者から被害を受けることを減少させ、デジタル化による利便性を享受することを目指す。

# デジタル広告の不当表示に対応するため執行体制強化関連事業（消費者庁表示対策課）

令和4年度 第2次補正予算要求額 0.5億円（新規）

## 事業概要・目的・必要性

### ○物価上昇の影響下における不当表示への重点的かつ緊急的な対応

- ・ 原材料費、エネルギー価格、労務費の上昇分を適切に価格転嫁できるところとなっており、これに便乗して、消費者に対して、国民生活にとって身近な商品やサービスの価格をお得に見せかけるような価格表示がなされるおそれがある。例えば、「期間限定価格」、「追加料金不要」、「お買い得品」などの表示において、実際のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認されるような表示を行った場合は、**有利誤認表示として景品表示法上の問題となる。**
- ・ 昨年12月の「パートナーシップによる価値創造のための転嫁円滑化施策パッケージ」を受け、当該表示に該当する具体的事案に接した場合には、**景品表示法に基づき厳正に対処するとともに、当該表示が景品表示法上の問題となることを、消費者及び事業者の双方に対し積極的に注意喚起・周知徹底を行うことで、国民生活に直結する政府横断的な転嫁対策の枠組みにおける取組に、重点的かつ緊急に対応してきたところ。**

### ○デジタル広告市場の概要

- ・ デジタル広告の市場規模がマスメディア4媒体広告の市場規模を超え、**デジタル広告が名実ともに広告の中心へとシフト。**
- ・ 景品表示法の執行も**デジタル広告の不当表示の割合が年々増加。**  
(R元:65% → R2:73% → R3:85%)
- ・ 物価上昇の影響下における上記のような不当表示への重点的かつ緊急的な対応を行う中で、執行割合が増加しているデジタル広告への対応体制の強化が必要。

### ○不当なデジタル広告に対する法執行能力向上のための体制強化が喫緊の課題。

- ・ 近年のデジタル広告の中には、意図的に短時間で表示を消失させたり、特定の環境・時間のみでしか表示させないなど、従来の広告に比べ**手法が複雑・巧妙化(質の変化)**している。
- ・ 刻一刻と変化するデジタル広告では、一般消費者からの情報提供時や端緒情報の自発的収集(職権探知)の時点において、**正に今行われている表示内容・状況を速やかに確保・保存することが極めて重要。**
- ・ 立入検査においても、**証拠収集が困難な状況。複雑・巧妙化したデジタル広告の効果的な証拠収集のための体制整備(デジタルフォレンジックチームの構築・当該チームで用いる専門機器の導入)等が必要。**

## 事業イメージ・具体例

### ★デジタル広告の不当表示に対応するための執行体制強化

一般消費者からの情報提供／職権探知(職員による探知)

①Webサイト差分チェックツールによる表示内容・状況の速やかな確保・保存

職員による事件調査の開始  
(②デジタル・フォレンジックによる調査の効率化)

消費者庁による措置命令

### ①Webサイト差分チェックツールの改良に必要な費用【約10百万円】

- ・ デジタル広告における特定の画像を定期的・自動的に保存して、変更や削除が行われた場合の差分を検出できるツール(R3年度に導入済)の所要の改良を行う費用。

### ②デジタル・フォレンジックに必要な費用【約40百万円】

- ・ 立入検査により事業者が保有するPC・サーバ等のデータを収集し、これを保全・復元するための機材の購入費用(約28百万円)
- ・ 収集したデータを職員が保全・復元できるようにするための手順書等の作成を外部の専門コンサル業者に委託する費用(約12百万円)

## 期待される効果

- ★ デジタル広告に関する法執行体制を強化することにより、**より精度が高い端緒情報やこれまで収集できなかった証拠を収集することが可能となる。**これらにより、**景品表示法上の行政処分のより効果的・効率的な執行に資する。**

## 資金の流れ

消費者庁

請負経費

請負業者

# ヘルスケア関連商品の効能・効果検証事業関連経費（消費者庁表示対策課）

（景品表示法違反事件調査経費の内数）

令和4年度 第2次補正予算要求額 **0.2億円**（新規）

## 事業概要・目的・必要性

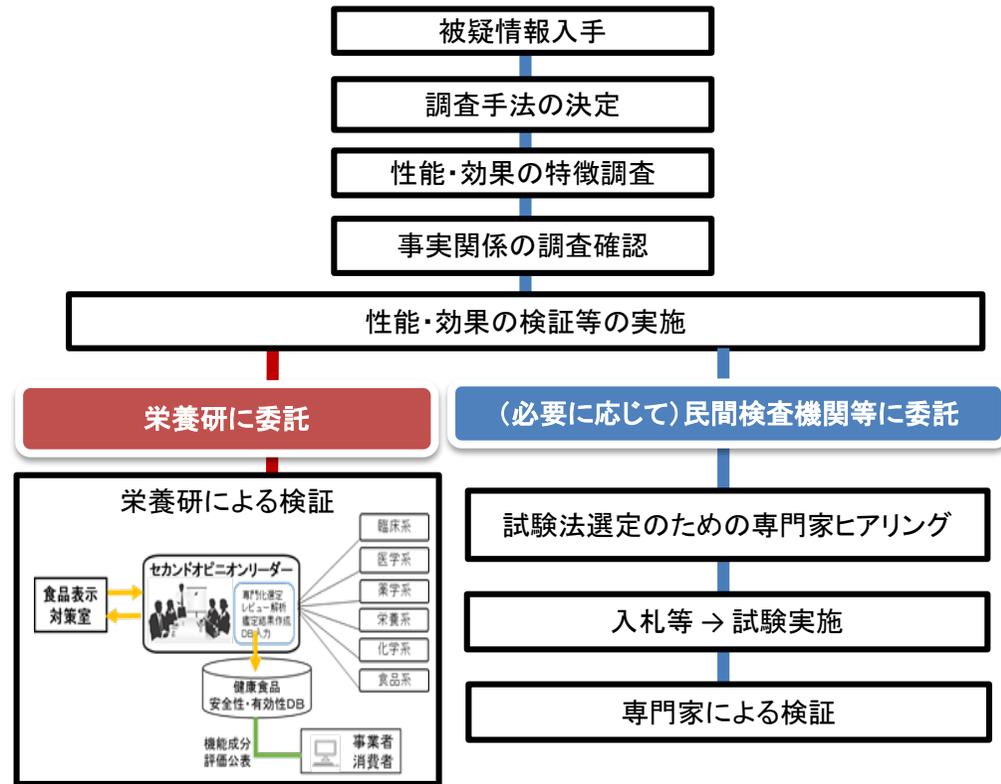
○コロナ禍において、健康食品や除菌関連商品等のヘルスケア関連商品について便乗商法が横行し、景品表示法や健康増進法に違反する事案が増大した。以降、国民の予防意識は定着し、ウイズコロナ時代においても、依然として空間除菌用品等の不当表示は多い。  
【令和3年度の景品表示法措置件数に占める除菌用品等の割合は約30%（41件中12件）。そのほか行政指導48件、改善要請82件。】

○また、医薬品ではない、いわゆる健康食品の発売が増え、機能性表示食品の届出件数は年々増大し、2021年には合計届出件数が5000件を超えた。そのような中で、例えば、高齢者をターゲットにした認知機能に関する機能性を標ぼうする商品等、機能性表示を逸脱するような不当表示が増えている（令和3年度において、認知機能の機能性表示に関して112事業者に改善要請）。健康食品への消費者の関心が高まる中、機能性をうたう商品の不当表示の取締りを効果的に行うことが重要となっている。

○ヘルスケア関連商品に関する事案の調査に当たっては、相手方から提出された性能・効果の科学的根拠について検証を行う必要がある。現状、国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所（以下「栄養研」という。）に依頼して検証を行っているところ、令和5年度以降も事業を継続する必要がある。また、必要に応じて、民間検査機関等への試験方法の選定や専門家へのヒアリング等を依頼する。

※本事業経費は、令和3年度補正予算で計上（4000万円）し、令和4年度は当該補正予算の繰越しにより予算執行しているもの。

## 事業イメージ・具体例



## 期待される効果

○景品表示法・健康増進法の違反事件調査に要する期間を削減させ、調査を効率化することにより、不当表示・虚偽誇大表示による消費者の被害を減少させる。

## 資金の流れ



# 食物アレルギー表示制度の検証推進事業費（消費者庁食品表示企画課）

令和4年度 第2次補正要求額 1.3億円

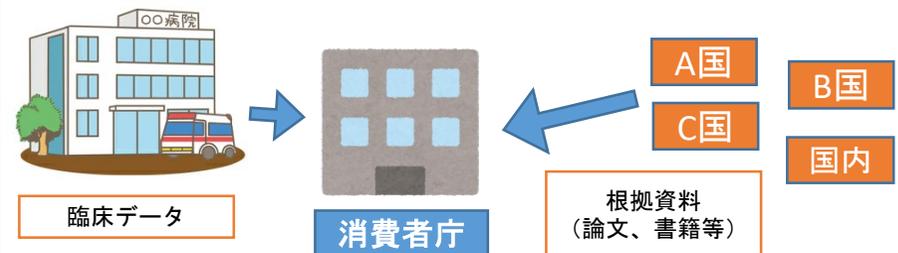
## 事業概要・目的・必要性

- 原材料価格の高騰を受けた原材料の切替えや、くるみの義務表示化などを踏まえ、より一層事業者に食物アレルギー表示を徹底してもらう必要がある。
- また、令和3年度全国実態調査の結果等により、くるみの義務化だけでなく、カシューナッツなど別の品目も検討する必要が生じたため、後年度に予定していた知見収集に係る各種調査等が緊急課題となった。
- 食物アレルギー患者とその家族のため、各種調査等を緊急に実施して様々なエビデンスを集積することで、食物アレルギー表示に係る必要な検証を推進する。

（参考）我が国における食物アレルギー患者の正確な人数は把握できていないが、乳幼児の5～10%、学童期の1～3%が食物アレルギー患者であると考えられている。  
※出典：アレルギーポータルサイト（厚生労働省・一般社団法人日本アレルギー学会）

## 事業イメージ・具体例

- 患者を診察するアレルギー専門医に対し、交差抗原性に関する事項（品目の組み合わせ、指導方法、指導時の根拠、血清検査から分かる品目の組み合わせ等）について調査を実施。
- 交差抗原性がある品目について、国内及び海外の根拠資料（論文、書籍等）の集積を実施。
- 適切な食物アレルギー表示制度のために、EU、米国、豪州等を中心とした各国の表示対象品目（品目が示す範囲、範囲選定の根拠等）について調査を実施。



## 資金の流れ



## 期待される効果

- 科学的根拠等を基にした食物アレルギー表示制度の適正な運用を行うことで、食物アレルギー患者の安全な食品選択の機会の確保が期待される。