

新未来創造戦略本部のこれまでの取組



消費者庁 新未来創造戦略本部

目 次



消費者庁 消費者ホットライン188
イメージキャラクター イヤヤン

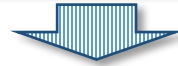
1. 新未来創造戦略本部について	2
2. 新未来創造戦略本部の取組について	3
3. 全国展開を見据えたモデルプロジェクト	4
4. 国際消費者政策研究センター	5
5. 「消費者庁の働き方改革の拠点」 としての新未来創造戦略本部	6
6. 主なプロジェクトの概要	9

消費者庁 新未来創造戦略本部について

設置経緯

2017年7月24日

徳島における消費者庁の拠点として「消費者行政新未来創造オフィス」を設置



3年後を目途に検証・見直し

(「まち・ひと・しごと創生本部決定」(2016年9月1日))

2019年6月21日 「まち・ひと・しごと創生基本方針2019」(閣議決定)

「消費者行政の発展・創造のためにふさわしい機能と規模を備えた新たな恒常的拠点を2020年度に発足」



2020年7月30日

新たな恒常的拠点として、徳島に「消費者庁新未来創造戦略本部」を設置

組織概要

東京

消費者庁長官(本部長)

関係
課室等

新未来創造戦略本部
(徳島)

本部次長(審議官)

本部総括室長

国際消費者政策研究センター

センター長

- モデルプロジェクトの実施
- 消費者政策の研究拠点
- 新たな国際業務の拠点
- 非常時のバックアップ機能
- 働き方改革の拠点

未来本部の機能を有効に発揮するため、国の機関、地方自治体、企業、学術機関等からの人材も含む多様な職員を本部員として配置
(約60名・2025年7月1日時点)

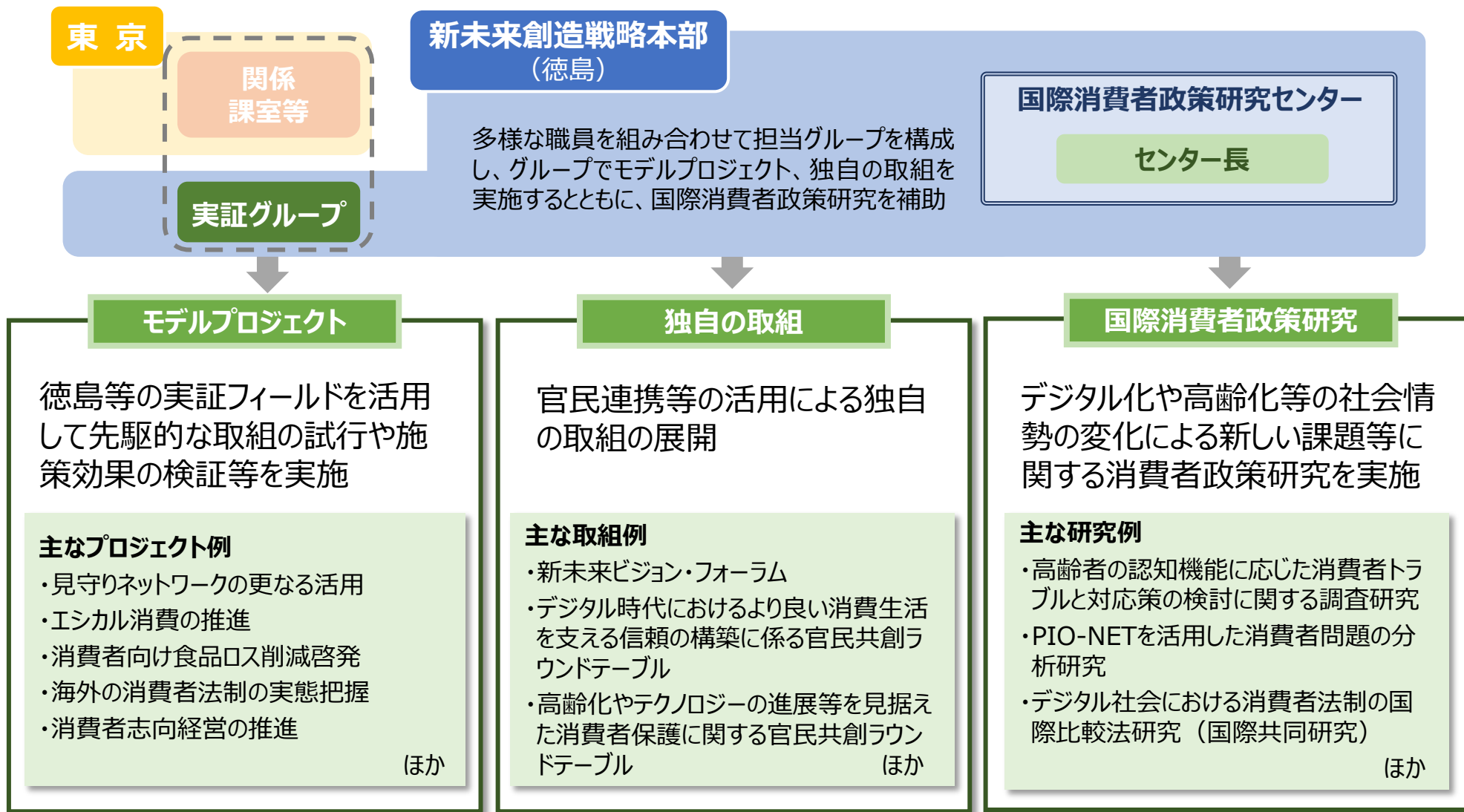
設置日

2020年7月30日

設置場所

徳島県庁舎10階
(徳島県徳島市万代町1丁目1番地)

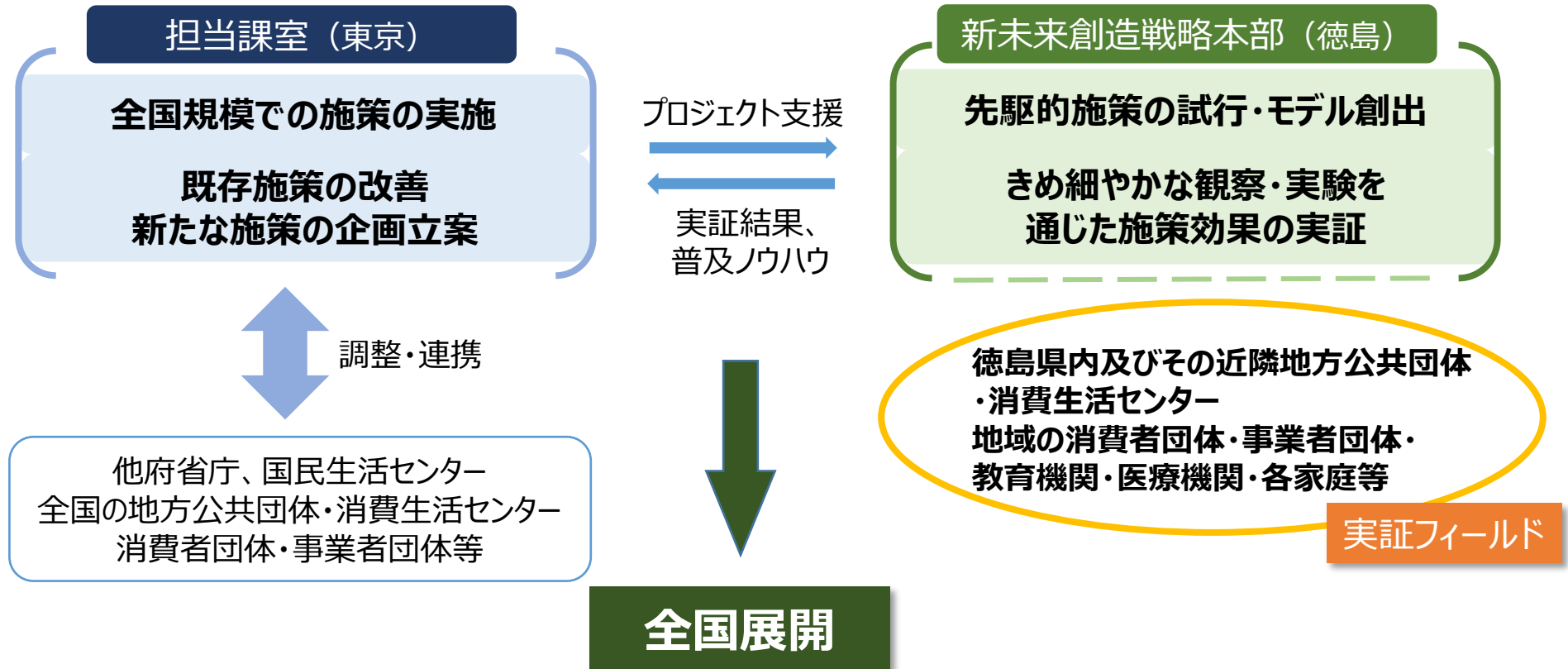
消費者庁 新未来創造戦略本部の取組について



プロジェクトや研究の成果は国際シンポジウム等により世界に発信

全国展開を見据えたモデルプロジェクト

- 消費者政策の展開に当たっては、地域の現場でさまざまな関係者が取組を行い、個々の消費者や企業等に施策を届けていくことが不可欠。
- モデルプロジェクトでは、実証フィールドを活用して**先駆的な取組の試行や施策効果の検証**を実施。その成果を、全国での施策の展開に役立てていく。



国際消費者政策研究センター

International Consumer Policy Research Center (ICPRC)

国際消費者政策の研究拠点として、未来本部に「国際消費者政策研究センター」を設置

- ✓ デジタル化等の消費者を取り巻く環境の変化や高齢化の進展等によるぜい弱な消費者の増加といった新たな政策課題へ対応するため、新未来創造戦略本部に設置
(センター長：依田 高典 京都大学大学院経済学研究科教授)
- ✓ 消費者法、行動経済学、社会心理学、データサイエンス等の研究分野の専門家（客員研究官等）も参画した研究チームにより、理論的・実証的な消費者政策研究プロジェクトを推進
- ✓ 海外の研究者等と連携した国際共同研究を実施するとともに、研究を基点とした国際交流事業（国際セミナー等）を実施

研究テーマの柱

- ✓ 国際化・デジタル化に伴う新たな課題への対応
- ✓ ぜい弱な消費者への対応
- ✓ 協働による豊かな社会の実現
- ✓ 自然災害・感染症拡大など緊急時対応
- ✓ 地方消費者行政における課題への対応

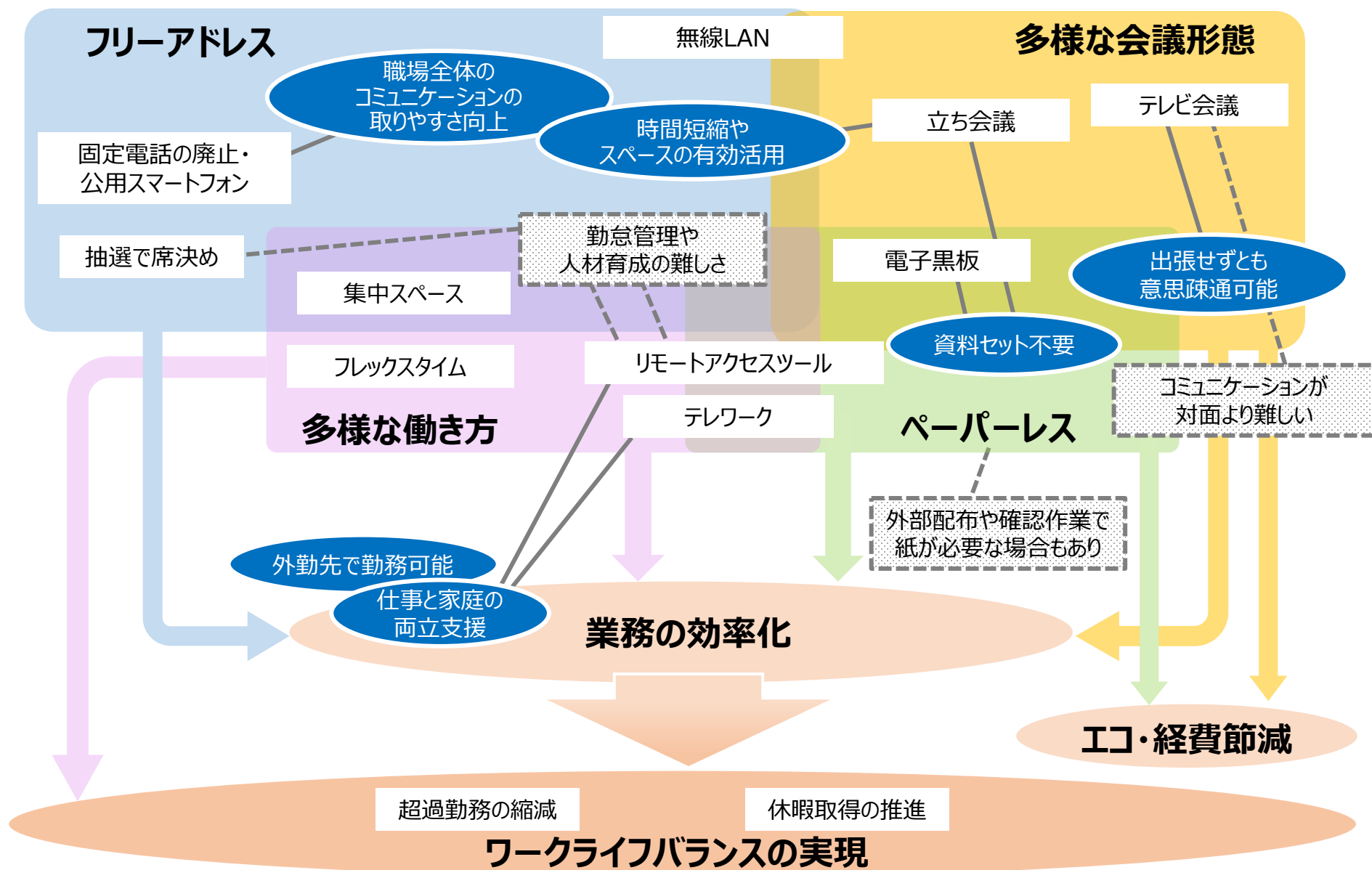


G20消費者政策国際会合（2019年9月徳島開催）

「消費者庁の働き方改革の拠点」としての新未来創造戦略本部

働き方改革の取組と効果

※ 2017年7月よりこれらの取組を実施



新未来創造戦略本部の様子（１）

- ・新未来創造戦略本部は、座席を固定しないフリーアドレス制を採用
- ・職員は執務室に出勤し、抽選でその日に座る席を決定
- ・木材を取り入れた環境

執務室



座席決定用の抽選機



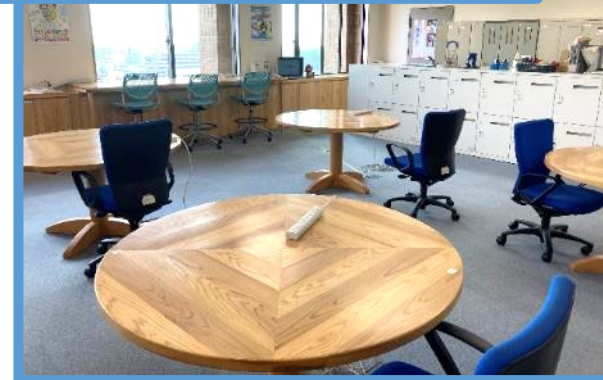
モバイルロッカー



職員出勤後の風景



消費者庁新未来創造戦略本部



（職員が出勤する前の執務室の様子）

新未来創造戦略本部の様子（２）

- ・一人用の集中スペースを執務室に設置
- ・立ち会議スペース（電子黒板付）を設置
- ・テレビ会議は複数箇所を実施可能

執務室
集中スペース



電子黒板
(インタラクティブ・
ホワイトボード)



昇降机

立ち会議の様子



テレビ会議の様子



主なプロジェクトの概要



消費者庁 消費者ホットライン188
イメージキャラクター イヤヤン

新未来創造戦略本部の主な重点プロジェクト

1. 地方での実践 (消費者教育、エシカル消費、 地方消費者行政等)

- デジタル教材等開発
- 学校での消費者教育の実践
- 先駆的な地方消費者行政実践
- 地方の実態把握

2. 未来に向けた 基礎研究

- 新しい時代の消費者行政研究
- 消費行動研究
- ビッグデータ分析

3. 海外状況調査

- 海外主要国の消費者行政や制度等の把握
- 国際共同研究
- 国際シンポジウム等の開催
- 国際交流

等

【モデルプロジェクトの概要】

徳島県内における消費者安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の活動の充実・強化を図るとともに、見守りネットワークの先駆的モデルを構築する。また、全国の見守りネットワーク設置後の効果や取組事例を収集するとともに、見守りネットワークの全国設置を促進する。

【これまでの主な取組・成果】

- ・「都市部（徳島市）における見守り体制の検討」の報告書作成、「障がい者向け講座手引書」の作成（2022年3月公表）
- ・「見守り現場での情報共有の在り方の検討」、「徳島県から県下市町村への情報の共有」の報告書作成（2023年8月公表）
- ・「民間企業との協働の検討」の報告書作成（2024年6月公表）

問題意識・課題

政策目標：都道府県内見守りネットワーク設置人口カバー率50%以上



- ✓ 全国26の都道府県が未達成
(2025年2月末時点)
⇒ **設置促進が重要**
- ✓ 徳島県は全24市町村で設置済
⇒ **活動内容の更なる充実・強化**
 - ✓ 見守りネットワークにおける情報の伝達と連携
 - ✓ 民間企業や福祉部局との連携強化方法の検討

実施する取組

- 【全国への働きかけ】
 - 見守りネットワークの全国設置促進
- 【活動の充実・強化】
 - 地方公共団体が実施する説明会等における周知・啓発

成果イメージ

- 見守りネットワークの全国設置数増
- 見守りネットワークの先進事例の構築、取組効果の検証



（右図）徳島県内市町村見守りネットワーク総会での説明の様子

【モデルプロジェクトの概要】

2022年の成年年齢引下げを踏まえ、若年者の消費者被害の未然防止等を目的に、効果的な若年者向け消費者教育を実践するための授業手法や取組等を検討する。

【これまでの主な取組・成果】

- ・徳島県における「社会への扉」を活用した授業の実施効果に関するアンケート調査（2017年度～2019年度）（2020年12月結果公表）
- ・教員向けの活用事例集を作成（授業の実践例、他の教材との組合せ例等）（2018年6月公表）
- ・徳島県内の高等学校等における生徒の消費者トラブルの実態と消費者教育の実施効果に関する調査（2021年度）（2023年3月結果公表）

問題意識・課題

- 2017年からの3年間の高校生向け消費者教育の教材「社会への扉」を活用した授業の実施効果に関する調査によって、授業後の知識・意識の定着率を把握した
- 2022年4月の成年年齢引下げを踏まえ、若年者の消費者被害の未然防止等のため、消費生活に関する知識・意識を定着させることが重要

⇒ **3年前と現在を見比べつつ、知識・意識の定着に効果的な消費者教育の授業方法や取組の検討が必要**

実施する取組

- 高校生のデジタル取引やキャッシュレス決済の利用の現状、社会のデジタル化に関連した消費者被害の実態を調査（生徒へのアンケート調査）
- 消費生活についての授業手法や取組を調査（教員へのアンケート調査）

社会への扉



社会への扉 教員用解説書



成果イメージ・効果

- 自立した消費者の育成
- 消費生活に関する効果的な授業手法や取組等に関する情報発信

社会への扉 確認シート



徳島県における「社会への扉」を活用した授業の実施効果に関する調査結果



徳島県では県内の全高等学校等（55校）で、「社会への扉」を活用した消費者教育の授業を実施

<調査の概要>

- ①2017年度～2019年度に毎年「授業前後調査」を実施
- ②2017年度に授業を受けた高校1年生（約6,800人）を対象として、2年次、3年次に同じ質問をする「追跡調査」を2018年度、2019年度に実施
- ③調査内容：消費生活に関する知識（「社会への扉」に掲載している消費生活クイズ）12問
自立した消費者としての意識（消費生活に関するアンケート）11問

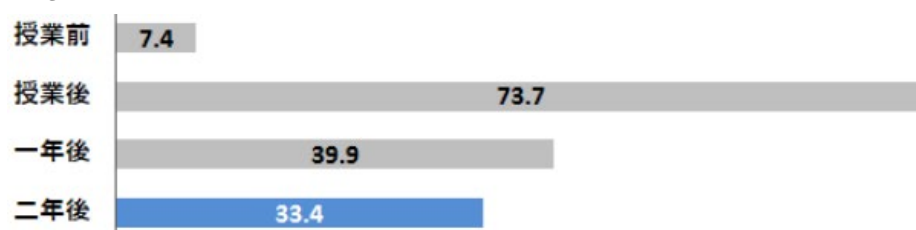
<追跡調査の結果>

消費生活に関する知識（全12問）に占める正答率の平均値（%）



2年後の正答率は授業前より高く、知識の定着がみられた

Q1「契約成立のタイミング：承諾」の正答率（%）



授業前後の正答率の伸び率が高い問ほど、経年による正答率の低下が大きかった

<調査結果のポイント>

- 知識：2年後の各問の正答率は、授業直後より低下したが、授業前と比較するとほぼ全ての問で上回る傾向にあり、**全体的に知識の定着が見られた**
- 意識：授業前後、追跡調査ともに**知識ほど大きな変化は見られなかった**

徳島県内の高等学校等における生徒の消費者トラブルの実態と消費者教育の実施効果に関する調査結果



徳島県では県内の全高等学校等※（44校）で、「社会への扉」等を活用した消費者教育の授業を実施

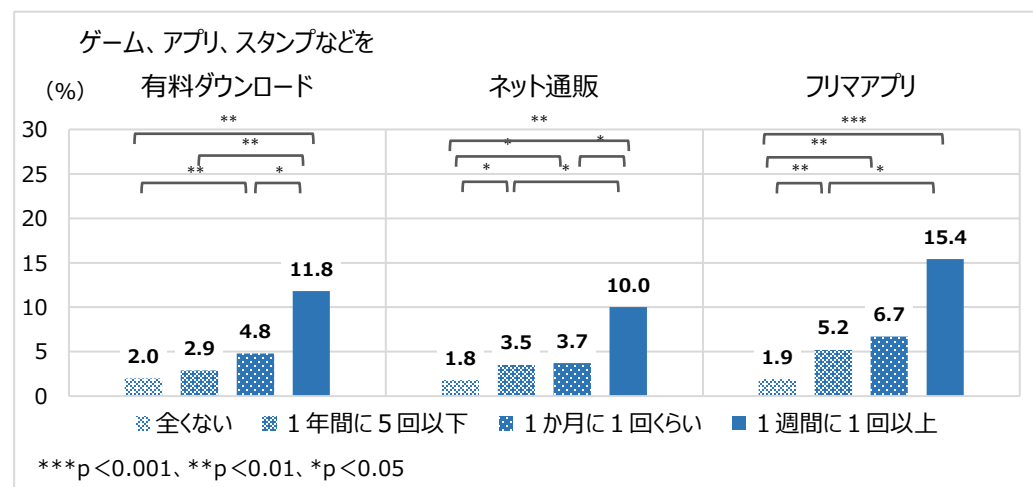
※全高等学校等とは、高等学校、中等教育学校及び高等専門学校をいう。

<調査の概要>

- ①2022年2～3月に、2021年度に消費者教育の授業を受講した生徒（約4,600人）、及び授業を担当した教員（44人）に対し「アンケート調査」を実施。
- ②調査内容
 - ・生徒：日頃の消費生活の状況（6問）、デジタル取引の実態（4問）、消費生活についてのクイズ（10問）
 - ・教員：2021年度に実施した消費者教育の授業について（4問）、消費者教育全般に関する意見・要望（7問）

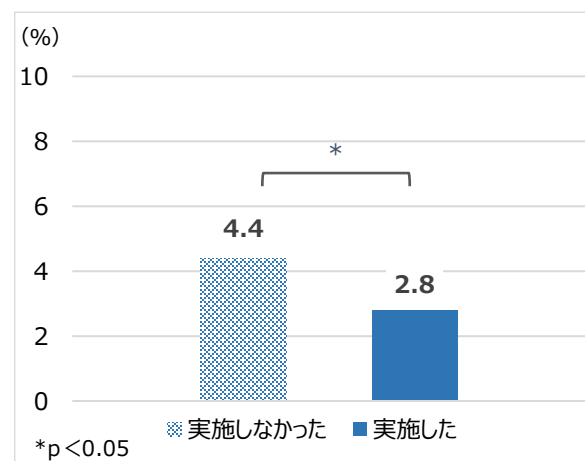
<アンケート調査の結果>

デジタル取引の方法及び利用頻度別にみた「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒の割合（％）



利用頻度が高いほどトラブル経験者の割合が多かった。

「外部講師による出前講座の実施」の有無による「詐欺に遭い、だまされてお金を払った」経験がある生徒の割合（％）



「外部講師による出前講座」を実施した生徒の方が
トラブル経験者の割合が少なかった。

【モデルプロジェクトの概要】

特別支援学校（高等部）の主に知的障害のある生徒を対象とした消費者教育用教材について、教材を活用した授業等の事例集と併せて、全国への普及を図る。

【これまでの主な取組・成果】

- ・教材「ショウとセイコと学ぼう！大切な契約とお金の話」（活用の手引、ワークシート等）を開発（2021年6月公表）
- ・開発した教材を活用した7つの授業・出前講座の事例集を作成（2022年3月公表）

問題意識・課題

- 特別支援学校の生徒が悪質な業者にだまされるなど、トラブルに遭うことが想定される
- 高校生向け教材である「社会への扉」が、特別支援学校の生徒にはやや難解であると言われていることを踏まえ、主に知的障害のある生徒を対象とした教材を開発
- 2022年4月に成年年齢が引き下げられ、消費者被害の未然防止のための教育を実施する必要

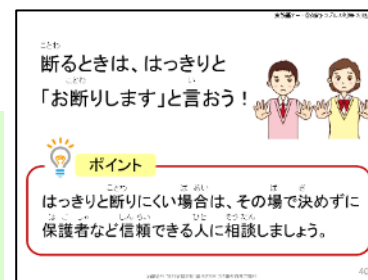
実施する取組

- 開発した教材・活用事例集を特別支援学校等に周知し、教材を活用した授業・出前講座の実施を支援
- 活用事例や学校等からのヒアリング・アンケートを踏まえた教材の見直しの検討

成果イメージ・効果

- 特別支援学校での効果的な消費者教育を推進

スライド教材の一例



活用事例集



【開発した教材の特徴】

- 特徴①** ・学習指導要領と関連付けた「基礎編」と「実践編」の2部構成
- 特徴②** ・教員がカスタマイズ可能なスライド教材
- 特徴③** ・断り方や相談の仕方を高校生のキャラクターと一緒に学ぶスタイル
- 特徴④** ・スライドの見やすさ・わかりやすさの工夫（1スライドにつき1メッセージ等）

【モデルプロジェクトの概要】

主に高齢者を対象とした、デジタル関連の消費者トラブルを回避するための知識を学べる既存教材を活用した出前講座の事例を収集の上、活用事例集を作成し、効果的な消費者教育を推進する。

問題意識・課題

- 社会のデジタル化の進展に伴い、対面での取引だけでなく、ネット通販やオンラインでのサービスの提供が行われる等、高齢者を取り巻く生活環境は大きく変化している
- 特にデジタル機器に不慣れな高齢者等に対し、デジタル関連の消費者トラブルの防止が課題
- 主に高齢者を対象とした消費者教育教材を活用し、啓発する必要がある

実施する取組

- 都道府県を通じて全国の地方公共団体に教材を周知するとともに、教材を活用した高齢者等を対象とする出前講座の実施を支援
- 出前講座を実施する際の参考となるよう、本教材を活用した講座の事例を収集し、活用事例集を作成

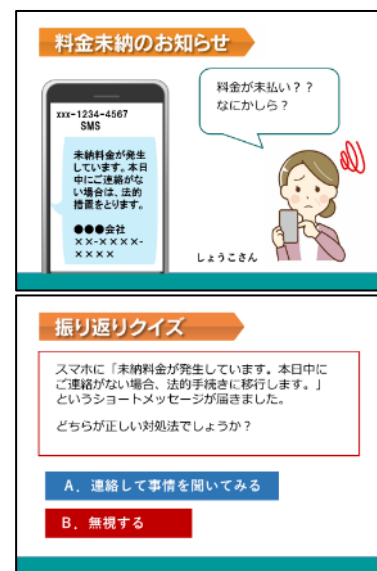
成果イメージ・効果

- デジタル関連の消費者トラブルの未然防止
- 地域における効果的な消費者教育の推進

【実施例】

- 消費生活相談員等による出前講座での説明資料として活用し、振り返りクイズで消費者トラブル防止に関する知識の定着を図るとともに、講師の教材作成の負担を軽減した
- 自治体主催のスマートフォン相談会と併せて、教材を用いた啓発活動を実施し、スマートフォンの操作方法とセットでトラブル防止方法を説明することで、啓発効果の向上を図った
- 啓発イベントやケーブルテレビで動画教材を繰り返し放映し、住民が視聴する機会を増加させることで、消費者トラブルの防止に関する意識の向上を図った

高齢者向け消費者教育教材



【モデルプロジェクトの概要】

各地域で消費者教育に携わる方が、地域の企業や事業者団体等に対して、若手従業員向けの消費者教育の研修機会の場を設けるために働き掛ける際の課題や方策をまとめ、令和6年5月に公表。

問題意識・課題

- 2022年4月に成年年齢が引き下げられ、若年者へ消費者被害の未然防止のための教育を実施する必要がある
- 消費者教育を高等学校段階のみならず、社会人も含めた若年者への切れ目のない対応へと進展させる

実施する取組

- 本研修プログラムを活用したモデル研修を5地域で実施し、課題等について整理
- 地方公共団体、コーディネーター、事業者団体等向けに研修の実施・普及のためのマニュアルを作成

成果イメージ・効果

- 本研修プログラムを活用した従業員研修の普及
- 若年者の消費者被害の未然防止と自立支援

▼ 活用マニュアル

【研修プログラムの特徴】

特徴①

・「消費者」と「企業人」の2つの視点で学べる。

特徴②

・5つのカリキュラムから必要なカリキュラムやパートだけをカスタマイズして活用できる。

特徴③

・講師用ガイド等も含め、必要な教材が揃っている。

本社と各営業所をつないだハイブリット方式で開催。

【概要】

①生活を支えるお金（45分）
ガイダンス（5分）
講義パート1（16分）
講義パート3（18分）★1
講義パート2（6分）
②消費者トラブルへの対応（6分）
消費者トラブル事例・188の紹介（6分）★2

★1（追加資料）年代による資産運用の性質の違い

★2（追加資料）脱毛エステ・ネット通販等のトラブル事例



▲ 活用マニュアル一部抜粋



【モデルプロジェクト等の概要】

VR動画等の教材を活用した講師養成講座やモデル講座を実施し、教材の導入・普及のための方策と課題を整理した実践ガイドを作成する

【教材】

「消費者力」育成・強化のため、VR動画等を活用した体験型新教材を開発（2024年3月公表）

【これまでの主な取組・成果】

体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」実践ガイド作成（2025年5月公表）



問題意識・課題

- 消費者教育コーディネーターのアンケート調査によると、担い手の発掘や教材の活用方法が課題

⇒ 開発した教材を継続的・実践的に活用してもらうため、教材の効果的な活用方法を検証する必要がある

実施する取組

● 担い手向け教材活用セミナー

徳島県、京都府、その他都道府県の3地域で消費者教育の担い手（消費生活相談員、消費者教育コーディネーター、学生ボランティア等）を対象に教材の活用方法を講義

● モデル講座

担い手が実施する講座等（出前講座、授業、体験ブース等）において本教材を活用したモデル講座を上記セミナーの開催地を中心に10回以上実施

講師(担い手)：若者、学生ボランティア等5回、
その他担い手5回

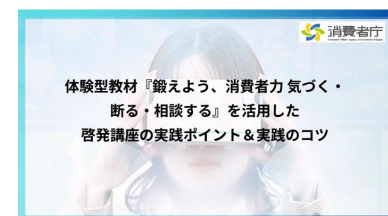
受講者：若年者向け（大学生・高校生）5回
一般（保護者・事業者）、高齢者向け5回

● 教材のガイド作成

講師、受講者に対するアンケート調査の検証結果を踏まえ、本教材の導入・活用方法を整理したガイドを作成。併せて、動画版実践ガイドを作成する

成果イメージ・効果

- 消費者教育の若い担い手の活動を支援
- 若教材の全国的な導入・普及及び継続的、実践的な活用による各世代の消費者力の育成、強化



【モデルプロジェクトの概要】

公益通報者保護制度の実効性向上に向け、

- ・都道府県と協力し、市区町村における公益通報（内部・外部）体制整備の充実を促進
- ・地方公共団体を含めた事業者に対する、更なる周知・啓発の実施

【これまでの主な取組・成果】

- ・四国域内で窓口設置・運用に関するアンケートを実施、体制整備で先行する地方公共団体の取組事例等を収集
- ・全国複数箇所（沖縄県、大阪市、福岡県、北海道、広島県、山口県、熊本県、鹿児島県、鳥取県、宮城県、富山県、滋賀県等）で、説明会・講師派遣・ヒアリングを実施

問題意識・課題

改正公益通報者保護法 【2020年改正（2022年6月施行）】

- 行政機関における外部公益通報対応体制整備等の義務化
- 公益通報者の保護要件を緩和

全国の市区町村への働きかけが重要

- 内部公益通報対応体制整備の義務化（従業員数300人以下は努力義務）
- 従事者に守秘義務を法定
⇒守秘義務違反には刑事罰を導入

事業者等への更なる周知・啓発が必要

実施する取組

● 全国の市区町村の体制整備の充実を促進

- ✓ 地方公共団体向け研修会の実施
- ✓ 説明会をきっかけとした市区町村への働きかけ
- ✓ 市区町村の具体的取組み等を踏まえ、個別的アプローチを実施
- ✓ 市区町村が住民等に対して行う周知・啓発等についての情報収集・支援

● 事業者への更なる周知・啓発

- ✓ 説明会、意見交換会等の実施

成果イメージ・効果

- 全国の市区町村における公益通報対応体制（内部・外部）の実効性向上
- 公益通報者保護制度についての意識・理解の醸成、事業者における違法行為の早期是正、被害の拡大防止



事業者向け説明会・意見交換会の様子
(2024年10月 於 徳島県藍住町)

【モデルプロジェクトの概要】

持続可能な社会の実現に向けては消費者と事業者の連携・協働が重要との観点から、中小企業を含む幅広い事業者へ消費者志向経営を推進する。

【これまでの主な取組・成果】

● 全国の消費者志向自主宣言事業者数 計915社（2025年5月30日現在）

※四国内の消費者志向自主宣言事業者数は145社（徳島県74社、愛媛県52社、香川県13社、高知県6社）（2025年5月30日現在）

問題意識・課題

- 従来の事業者への規制等のみならず、持続可能な社会の実現に向けては、**消費者と事業者の連携・協働が重要**
- 中小企業を含む幅広い事業者への**消費者志向経営の裾野拡大**

消費者志向経営の3つの活動

○みんなの声を聴き、かついかすこと

○未来・次世代のために取り組むこと

○法令の遵守／コーポレートガバナンスの強化をすること

実施する取組

- 地方公共団体、事業者団体、経済団体等主催のセミナーでの講演
- 全国の都道府県・政令市、大学生協及び新卒応援ハローワークに、一般消費者向けの普及・啓発ポスターを配布（2024年9月）
- 全国の消費者志向自主宣言事業者に、事業者向けの普及・啓発ポスターを配布（2025年3月）
- 四国4県の中小企業を中心とした消費者志向自主宣言及びフォローアップ活動の推進

成果イメージ・効果

- 全国的な消費者志向経営の推進
- 地方公共団体、事業者団体、経済団体等との連携強化・拡大



消費者志向経営の普及・啓発ポスター
自主宣言事業者向け（左）、一般消費者向け（右）

【モデルプロジェクト等の概要】

徳島県内の小中学校等において、エシカル消費に関する教材を活用した授業を試験的に実施するとともに、活用事例の収集等を行い、エシカル消費の普及啓発を行う。

【これまでの主な取組・成果】

- ・エシカル消費に関する取組事例の取材（2019年度に39事例を随時公表）
- ・徳島県内で実施されたエシカル消費に関する取組事例集（2021年3月公表）
- ・消費者教育教材「よりよい買物の仕方を考えよう～エシカル消費ってなあに？～」（2022年6月公表、2023年4月更新）
- ・サステナブルファッションに関するシンポジウム（2021年7月、12月、2022年3月、2023年6月に計4回開催）

問題意識・課題

- 全国を対象にした「令和6年度第3回消費生活意識調査」（2024年10月実施）によると、エシカル消費の認知度は27.4%であった

（参考）徳島県におけるエシカル消費の認知度（※）
26.4%（2017年度）→
58.8%（2022年度）

※ 2017年度：消費者庁「徳島県における倫理的消費（エシカル消費）に関する消費者意識調査」
2022年度：徳島県「徳島県における倫理的消費（エシカル消費）に関する消費者意識調査」

⇒

より一層のエシカル消費の普及啓発のため、全国の小中学校等の学校現場におけるエシカル消費教育教材の活用が重要

実施する取組

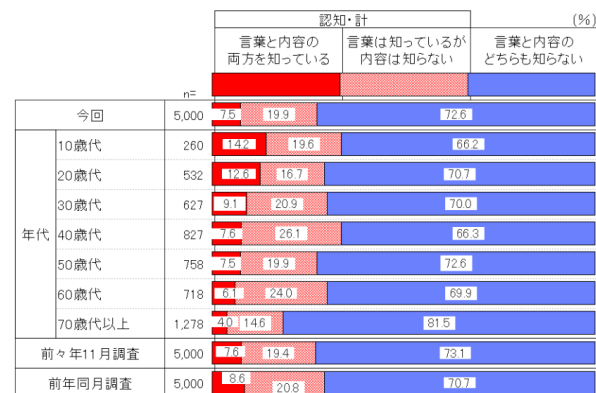
- 教材を活用した授業の現地調査、教員へのヒアリング、生徒へのアンケートを実施し、活用事例集を作成
- エシカル甲子園における大臣賞・長官賞授与

エシカル甲子園2024 大臣賞授与



成果イメージ・効果

- 啓発資材の普及活動の有効事例を集め、改良しながら啓発資材の全国展開につなげる。



全国におけるエシカル消費の認知度（「言葉と内容の両方を知っている」又は「言葉は知っているが内容は知らない」と回答した人）の割合は、27.4%であった。
（「令和6年度第3回消費生活意識調査」）

サステナブルファッションの推進①

2021年7月12日開催

サステナブルファッションシンポジウム

ファッションから考える サステナブルな未来

プログラム

- エシカルファッションプランナー
鎌田安里紗 基調講演
「サステナブルファッションとは？
-服と自然と社会のつながり-」

基調講演 講師

エシカルファッションプランナー
鎌田 安里紗 氏



- パネルディスカッション
「サステナブルファッションと消費者の選択」
モデレータ：松重 和美（四国大学学長）
パネリスト：
池内 計司（IKEUCHI ORGANIC（株）代表取締役）
大塚 桃奈（上勝町ゼロ・ウェイストセンター CEO）
日下部 英紀（消費者庁新未来創造戦略本部次長）
酒向 貴子（環境省中国四国地方環境事務所四国事務所長）
- 学生を交えたディスカッション
「ロスから考えるサステナブルファッション」
司会：加渡 いづみ（四国大学短期大学部教授）
コメンテータ：鎌田 安里紗
参加者：
四国大学学生 2 名
大塚 桃奈（上勝町ゼロ・ウェイストセンター CEO）

2021年12月9日開催



プログラム

- 各省庁の取組紹介
消費者庁審議官 片岡 進
経済産業省大臣官房審議官（製造産業局担当）
柴田 敬司
環境省「ファッションと環境」タスクフォースリーダー
岡野 隆宏
- トークショー
「わたしたちができるサステナブルファッション」
一般社団法人unisteps共同代表 鎌田 安里紗
株式会社メルカリ ブランディングコミュニケーション担当
上村 一斗
デプトカンパニー代表／アクティビスト eri
上勝町ゼロ・ウェイストセンター CEO 大塚 桃奈
株式会社Shoichi 代表取締役 CEO 山本 昌一
- 上勝町ゼロ・ウェイストセンターの取組紹介
上勝町ゼロ・ウェイストセンター CEO 大塚 桃奈
- サステナブルファッションショー
大阪モード学園
ファッションデザイン学科
ファッション技術学科
スタイリスト学科
メイク・ネイル学科



2022年3月10日開催



サステナブル ファッションに関する 日仏シンポジウム

～フランスの取組から学ぶ～



プログラム

- 基調講演
「フランスにおけるサステナブルファッションに向けた
規制とEUの潮流」
ファッション高級品分野戦略委員会委員長、エルメス社執行副社
長 ギヨーム・ド・セイネス
経済・財政・振興省企業総局健康・生活用品・食品産業課長
ロランス・メガール

「日本におけるサステナブルファッション」

消費者庁審議官 片岡 進

● ラウンドテーブル

「サステナブルファッションに向けた事業者の取組と 消費行動」

モデレーター：消費者庁新未来創造戦略本部次長 日下部 英紀
パネリスト：
HIRUMEプロデューサー、日本エシカル推進協議会副会長、消費
者庁サステナブルファッションサポーター 生駒 芳子
一般社団法人unisteps共同代表、消費者庁サステナブルファッ
ションサポーター 鎌田 安里紗
伊藤忠商事株式会社ファッションアパレル第三部繊維原料課長
下田 祥朗
消費者庁審議官 片岡 進
フランスモード学院持続可能開発ケリング講座部門長
アンドレーアヌ・ルミュー
トゥルーコワン繊維ユニオン社社長、欧州アパレル繊維産業連盟
(EURATEX) 副会長 グレゴリー・マルシャン
ドウボー・グループ社長 ティボー・ヴォン・チャメル

サステナブルファッションの推進②

サステナブル ファッション に関する日EU国際 シンポジウム

Japan-EU Symposium on Sustainable Fashion

未来を 変える

サステナブルファッション
の可能性 ～日EUの取組～

2023 6月20日(火)

17:00～19:00

日本語 / 英語 同時通訳あり

サステナブルファッションの推進に取り組む日本とEUの有識者に御登壇いただき、環境や人権に配慮するための法規制が進められているEUの先進的な取組について御紹介いただくとともに、日本の取組や今後の方向性について議論します。



【基調講演】

サステナブルファッションの分野をリードするEUより、行政側からは人権デューデリジェンスや循環経済の実現を目指した法制度の内容を、事業者側からは持続可能な衣料品サプライチェーン構築に向けた取組などを説明いただいた。

【ラウンドテーブル】

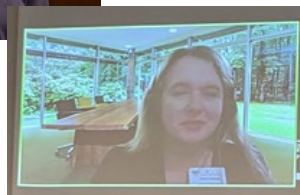
経済産業省から、繊維産業における環境や人権への配慮に関するガイドライン策定などの取組について説明いただくとともに、日本でサステナブルファッションに取り組む事業者と学生に登壇いただき、それぞれの取組の紹介や意見交換を行っていただいた。



河野太郎 内閣府特命担当大臣
(消費者及び食品安全)



Jean-Eric Paquet
駐日欧州連合大使



プログラム

16:30

開場

17:00

開会あいさつ

河野 太郎
内閣府特命担当大臣(消費者及び食品安全)

Jean-Eric Paquet (ジャン＝エリック・パケ)
駐日欧州連合(EU)大使

17:10

第1部 基調講演

① EUの取組紹介
Sarianne Tikkanen (サリアン・ティッカネン) 氏
(欧州委員会 環境総局 政策責任者)

② 駐日EU代表部の取組紹介
Nevena Mateeva (ネヴェナ・マテエヴァ) 氏
(駐日EU代表部 通商部 一等書記官)

③ 欧州繊維産業団体の取組紹介
Miriam Geelhoed (ミリアム・ギルホード) 氏
(Modint シニアコンサルタント)

休憩

18:15

第2部 ラウンドテーブル

取組紹介
田上 博道 氏
(経済産業省 製造産業局 生活製品課長)

意見交換
コーディネーター
向 千鶴 氏
(WWD JAPAN編集統括サステナビリティ・ディレクター)
パネリスト
根岸 由香里 氏
(株)サザビーリーグ リトルリーグカンパニー ロンハーマン事業部長 兼 ウィメンズディレクター)
大坪 岳人 氏
(株)ゴールドウイン ニュートラルワークス事業部長)
大学生(2名)

18:55

開会あいさつ

相本 浩志
(消費者庁新未来創造戦略本部次長)

19:00

閉会



【モデルプロジェクトの概要】

食品ロス削減に向けた効率的な普及啓発を行うため、効果的な啓発物及び手段を検証し、全国展開を行っていく。

【これまでの主な取組・成果】

- ・流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業報告書（徳島県）（2021年8月公表）
- ・流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業報告書（中国・四国地方）（2022年6月公表）
- ・流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業報告書（全国）（2023年6月公表）
- ・食品ロス削減啓発絵本の活用に係る調査報告書（2023年9月公表）
- ・令和6年度食品ロス削減啓発に係る実証事業報告書（2025年4月公表）

問題意識・課題

- 我が国の食品ロス量は年間472万トン※であり、その約半分は、家庭から発生しており、削減促進が急務
- 2017年度に実施した家庭における食品ロス削減に関する実証事業を踏まえた「実践しやすく効果的な取組」の内容を消費者へ浸透させることが重要

⇒ 効果的な啓発物及び手段を検討し、消費者の意識変化・行動変容を促す。

実施する取組

- 2024年度は、食品ロス削減講座の参加者を対象に、新たな啓発資材を用いた講座を開催
- 講師の資料作成の負担軽減や啓発資材に対する評価、受講者の理解度や意識変化、食品ロス削減取組への意欲等について、アンケート調査を実施

成果イメージ・効果

- 実証を通じて、課題、寄せられた意見を整理し、理解しやすい啓発資材を作成
- 食品ロス削減に関する普及啓発を促進



▲「食品ロス削減ガイドブック」
(2021年作成)



◀2024年に新しく作成した「食品ロス削減ガイドブック概要版」

【プロジェクトの概要】

要介護認定を受けている高齢者と同居している者を対象として、家庭内及び、デイサービス利用中の事故の発生状況についてインターネットアンケート調査を実施するほか、徳島県で介護に携わる専門職へのヒアリング調査を実施し、高齢者の事故防止に関する取組を講ずるにあたっての基礎資料とする。

問題意識・課題

- 日本の65歳以上人口は増加傾向、高齢者の事故防止の取組が必要
- 高齢者の事故の調査においては、家庭や施設内での事故情報は収集しにくいことに加え、本人を対象とする調査では、本人が事故状況を失念しているなど、現状把握のための工夫が必要

⇒ **同居している者や介護に携わる者を対象とする調査を実施することで高齢者の事故の現状をより的確に把握し、事故防止に関する資料につなげる**

実施する取組

- 要介護認定を受けている高齢者と同居している者を対象に、高齢者の事故状況等について、インターネットアンケート調査を実施
- 実際に介護に携わる専門職を対象に、施設内での事故事例や注意事項等について、ヒアリング調査を実施（徳島県介護支援専門員協会）

成果イメージ・効果

- 高齢者の事故実態等の参考資料として活用
- 高齢者の事故を未然に防止し、消費者の安全を確保するための参考資料として活用

主な調査結果

- 要介護認定を受けている方の身体状況は、「立ち上がりや歩行が不安定で、何らかの支えを必要とする」が74.2%。けがをした・しそうな事象で最も多いのはどの環境でも「つまずく、転ぶ、よろめく」。
- けがの結果「骨折」した割合は、「つまずく、転ぶ、よろめく」では30.7%
- ヒアリングの結果、介護関係者からは、要介護の高齢者は一人のときに事故のリスクが高いこと、転倒は起こるものとして、転倒しない対策だけでなく、転倒しても被害を小さくする対策を検討する旨の意見が聞かれた。
⇒ **家庭内の事故、特に転倒事故のリスクの高さが示された。**
リスクを知り、重大な被害を防ぐべく、環境改善や対策の取組みが重要。

(2022年度プロジェクト概要) 住環境における高齢者の安全等に関する調査

【プロジェクトの概要】

高齢者の住宅での事故発生件数が多いことを踏まえ、高齢者の住環境における安全への意識及び高齢者の住環境の現状についてアンケート調査及びヒアリング調査を実施し、高齢者の安全確保に関する取組を講ずるにあたっての基礎資料とする。

問題意識・課題

- 日本の65歳以上人口は増加傾向、高齢者の事故防止の取組が必要
- 高齢者は、在宅時間の長さ、身体機能の変化等により、住宅での事故が多い

⇒ **高齢者の安全への意識及び住環境の現状を調査し、高齢者が安全に生活するための注意点等を整理**

実施する取組

- 高齢者を対象に、住環境の安全への意識等について、アンケート調査及びヒアリング調査を実施

成果イメージ・効果

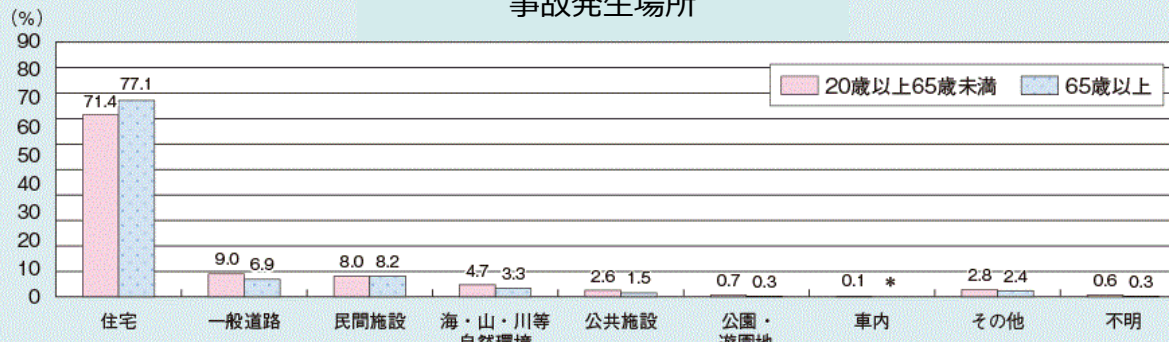
- 住環境における高齢者の事故防止に関する注意喚起等の参考資料として活用
- 住環境における高齢者の事故を未然に防止し、消費者の安全を確保

※報告書を2023年3月に公表

主な調査結果

- けがをした・しそうな場所でも多いのは「階段」、製品は「脚立・踏み台」であった
⇒「転倒・転落」に関する事故の経験
- 自宅の事故防止に関して「特に利用している製品、サービスはない」人は多い
- 半数以上が自宅の設備に「問題がある、改善したいと感じている点はない」
⇒事故防止を意識し、対策が重要

事故発生場所



資料：国民生活センター「医療機関ネットワーク事業からみた家庭内事故—高齢者編—」(平成25年3月公表)

(注1) 平成22(2010)年12月～平成24(2012)年12月末までの伝送分。

(注2) 事故発生場所詳細(屋内)については、不明・無回答を除く。

(注3) *は該当する情報が1件も寄せられなかったもの。

参考：平成30年版高齢社会白書

モデル インターネット通販における表示内容と消費者の心理的特性等に関する調査

【プロジェクトの概要】

消費生活相談件数が多いインターネット通販を中心によく見られる、合理的な思考が妨げられてしまうおそれのある表示内容について、効果的な注意喚起の方法を検討するため、どのような属性・心理的特性等を持った消費者が影響を受けやすいのかを調査する。

問題意識・課題

- 社会のデジタル化によりインターネット利用率が高水準となり、インターネット通販に係る消費生活相談件数も高止まりといえる状況。

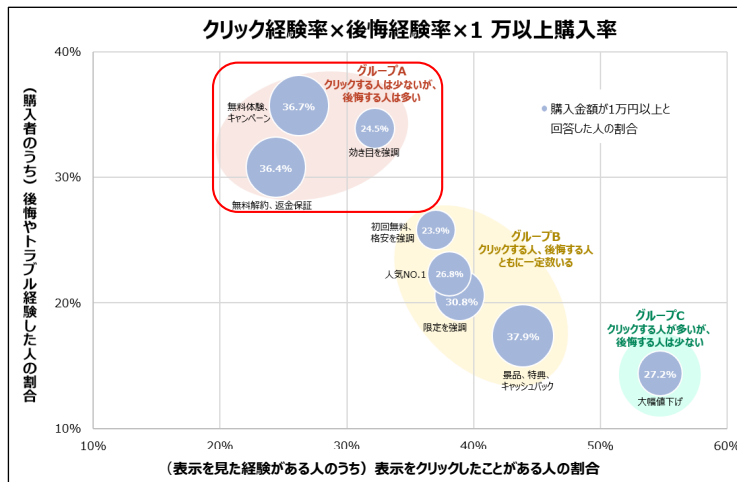
⇒ より効果的な注意喚起のためには、消費者の属性や心理的特性等に応じた啓発が必要。

実施する取組

- 消費者の内面的傾向（属性・心理的特性）と合理的な判断が妨げられてしまうおそれのある表示内容との関係性を計量分析。

成果イメージ・効果

- 行政による、より効果的な注意喚起が可能となる。
- 個々の消費者の心理的特性等に応じて、特にどのような表示内容に気を付けるべきかに係る理解を促進することで、不合理な消費行動のリスクを低減する。



主な調査結果

- 過去に当庁で作成した啓発物（チェックシート）のチェック項目が、インターネット通販における表示内容に関する後悔・トラブル経験の有無とも関連あり。
- 後悔・トラブル経験が特に多い表示内容3種について、「ハロー効果」※の影響を受ける人物が特に後悔・トラブルに至りやすい。

※ 一般的に良いとされる外見や身分などの目立つ特徴に引きずられて人の評価を決めてしまう傾向。

【プロジェクトの概要】

特定商取引法で定める、消費者トラブルが起きやすい7つの取引類型について、特に国境を超えて取引されるインターネット通販を始めとして、海外ではどのように消費者保護が図られているのか、規制の枠組み、法執行体制等を体系的に調査し、調査結果を踏まえ特定商取引法の制度検討等に活用する。

問題意識・課題

- 電子商取引等の新しい取引形態の広がりに伴い消費者トラブルは多様化している。特にインターネット通販では国境を越えて取引が行われている中、規制のハーモナイゼーションが重要である。

- 海外での規制体系等を調査し、日本での規制の検討の際の参考としたい。

実施する取組

特定商取引法で規制する各取引類型において、海外での規制体系を調査する。

- 調査項目
 - ・規制体系
 - ・法執行の体制
 - ・国と地方公共団体の役割分担 等

- 調査対象国
欧米諸国（規制形成をリードする立場の国を中心）を予定

成果イメージ・効果

- 海外での規制体系や法執行の体制を整理し、今後の制度検討や法執行のための基礎情報とする。

※調査対象となる取引類型
訪問販売、通信販売、連鎖販売取引、電話勧誘販売、特定継続的役務提供、業務提供誘引販売取引、訪問販売

研究 高齢者の認知機能障害に応じた消費者トラブルと対応策の検討に関する研究

【研究の概要】「認知症患者における消費者被害の実態調査と医療福祉関係者向けガイドブックの作成」

医療福祉関係者へのアンケート調査等を通じて、認知機能障害等と消費者被害の関連を解明する。

消費者被害防止を目的とした医療福祉関係者向けのガイドブックを作成する。

研究リーダー：成本 迅 京都府立医科大学大学院教授

【これまでの主な成果】

- ・「高齢者の判断不十分者契約に関する消費者相談内容の神経心理学的検討」（プログレッシブ・レポート）（2022年7月公表）
- ・「高齢者の消費者トラブルにおける認知機能障害の影響と対応策」及び「認知症の人にやさしい対応のためのガイド」（リサーチ・ディスカッション・ペーパー）（2023年6月公表）

問題意識・課題

- 2025年には高齢者の5人に1人、700万人が認知症になると見込まれている。
- 前研究では、PIO-NETに登録された高齢者の判断不十分者契約の相談記録等を解析することで、年代や性別ごとの相談の特徴が明らかとなった。
- 一方で、認知機能障害や精神症状と消費者被害の関連については、十分な結果を得ることができなかった。

実施する取組

- 医療福祉関係者を対象としたアンケート調査及びヒアリング調査を実施し、認知機能障害や精神症状と消費者被害の関連を分析
- 消費者被害防止のため医療福祉関係者が取りうる対応策を検討し、ガイドブックを作成
- 消費生活相談員が「認知症に係る判断不十分者契約」を判断するためのツールを検討

成果イメージ・効果

- 医療福祉関係者による、消費者被害防止を念頭に置いた見守りや消費者行政部局との連携の推進
- 消費生活相談受付時の、契約当事者の認知機能低下の早期把握による相談対応の向上

▼主な認知機能障害の特徴▼

記憶障害

少し前に聞いたことを忘れてしまい、同じ質問を繰り返しやすくなる。一度に多くの言葉を記憶したり、先の予定を覚えておくことが難しくなる。

見当識障害

正しい日付が分からなくなるので、日時の記載で戸惑うことがある。季節に合った服装が選べず、夏にも関わらず冬物を着てしまう。

実行機能障害

計画的な買物や公共料金の支払いができなくなる。預貯金の管理ができなくなる。必要な書類を作成・返送が難しくなる。

理解力・判断力の低下

契約の内容等を理解せずに注文してしまう。生活に必要な商品やサービスを購入してしまう。質問に対し、的確な回答ができず、曖昧な表現に終始してしまう。

研究 新型コロナウイルス感染拡大の影響による消費行動の変化等に関する研究

【研究の概要】

新型コロナウイルス感染拡大時における消費者の購買行動の変化を調査・分析する。加えて、ランダム化比較実験等により、適切な備蓄行動を促進するための有効な情報発信手法等进行分析・検証する。

研究リーダー：松田 絢子 関西大学准教授

【これまでの主な成果】

- ・新型コロナウイルス感染症拡大時の買い占め行動と消費者トラブル—消費者教育への示唆（リサーチ・ディスカッション・ペーパー）及び2020年度ウェブ調査結果（全国）（2021年10月公表）
- ・2020年度アンケート調査結果（徳島県内）（2022年4月公表）
- ・コロナ禍における消費者の生活変化と情報源（プログレッシブ・レポート）（2023年2月公表）
- ・Stockpiling Behavior During the COVID-19 Pandemic: Evidence from a Field Experiment（リサーチ・ディスカッション・ペーパー）（2023年9月公表）

問題意識・課題

- 新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、**人々の行動が大きく変化**
- 感染拡大に当たり、**真偽入り混じる様々な情報の氾濫（インフォデミック）**、消費者による買い占め等の**パニック行動が発生**
- 不正確な情報が拡散するなど、**正しい情報発信が消費者に届きにくい状況**

⇒ 感染拡大が消費行動に及ぼす影響の解明や、過度な買いだめによる混乱を招かないための情報発信が求められている

実施する取組

- モニター消費者（とくしま生協組合員）への**アンケート調査**、**過去の商品発注データの分析**
- 日用品・食料品の備蓄を促す**最適な情報発信手法をランダム化比較実験により検証**

成果イメージ・効果

- 非常時における消費者の購買行動の解明
- 消費者の行動変容を促すための有効な情報発信手法の発見

産官学民連携による研究実施



研究 デジタル社会における消費者法制の比較法研究（国際共同研究）

【研究の概要】

デジタル化された取引における消費者の正当な利益を確保をするためのデジタルプラットフォーム提供者の責務や消費者のAI規制等について、欧米の研究者等との連携により比較法研究を実施する。

研究リーダー：松本恒雄 一橋大学名誉教授・弁護士

【これまでの主な成果】

- ・「デジタル社会における消費者法制の比較法研究」海外有識者インタビュー(1)（プログレッシブ・レポート）（2022年8月公表）
- ・「デジタル社会における消費者法制の比較法研究」海外有識者インタビュー(2)（プログレッシブ・レポート）（2023年6月公表）
- ・「デジタル社会における消費者法制の比較法研究」リサーチ・ディスカッション・ペーパー（2023年6月公表）
- ・「デジタル社会における消費者法制の比較法研究－デジタル化された取引における消費者の正当な利益の確保のために－」プログレッシブ・レポート（2024年9月公表）
- ・「デジタル社会における消費者法制の比較法研究－デジタル化された取引における消費者の正当な利益の確保のために－」リサーチ・ディスカッション・ペーパー（2025年3月公表）

問題意識・課題

- ◆ デジタル取引は、容易に越境し、生じる法的問題が世界で類似。
- ◆ デジタルプラットフォーム等の仲介サービス提供者が取引環境を左右する。
- ◆ デジタル化された取引においても、消費者が自主的で合理的な判断ができ、トラブルの際には適切な消費者保護を受けられる**健全な取引環境を整える必要がある。**

他国の法制度との比較研究を行い、国際的な規制との調和を図る必要がある。

実施する取組

- 海外法制度・文献の分析
- EU委員会や研究者等へのインタビュー、意見交換
- 日本の現行法との比較

【主な調査内容】

- 「デジタルサービス法」(DSA)
※デジタルプラットフォーム提供者をゲートキーパーとして捉え健全なオンライン環境を促すためのEU規則
- AI規制、ダークパターン規制等
- 消費者のデジタル脆弱性

成果イメージ・効果

研究成果を論文として公表し、デジタル化された取引における**消費者保護法制の検討のための基礎研究として活用する。**

【主な調査対象国】

- ・ドイツ
- ・フランス
- ・ベルギー
- ・イギリス
- ・アメリカ 等

【研究の概要】「PIO-NETを活用した成年年齢引き下げに伴う若者の消費生活相談の変化に関する分析」
消費者トラブルの拡大防止・未然防止を目的に、全国消費生活情報ネットワーク（PIO-NET※）に登録された相談事例を活用し、消費者トラブルの傾向や各種情報との相関関係等についてテキストマイニングによる分析を行う。

※PIO-NET(Practical Living Information Online Network System):消費生活センター等に寄せられた消費生活に関する相談情報が登録されているシステム。登録情報は、全国の消費生活相談窓口における相談員による問題解決支援や、消費者トラブルの被害拡大・未然防止のための消費者政策の企画・立案に活用されている。

研究リーダー：谷岡 広樹 徳島大学大学院講師

【これまでの主な成果】

- ・「PIO-NETを利用した消費者問題の傾向分析」研究におけるリサーチ・ディスカッション・ペーパー（2022年4月公表）
- ・「PIO-NETを利用した消費者問題の傾向分析～テキストマイニングを用いた時系列データのトピック比較～」（2023年9月公表）

問題意識・課題

- 成年年齢引き下げ（2022年4月1日施行）のような**法的枠組みの変化等**に伴い発生する新たな類型の被害は、PIO-NETへ事前に分類設定しておくことができないため、**早期把握が難しい**
- 分析対象や目的によっては、PIO-NETからデータを抽出した後で、**目検による精査が必要**ことがある

実施する取組

テキストマイニング等の分析技術を用いて、**年代別の消費生活相談の傾向等の分析**を実施

テーマ

成年年齢引き下げによる消費生活相談の傾向等の変化を分析

テキストマイニングとは

文章データを単語や文節で区切り、それらの出現回数や出現傾向をもとに文章の特徴を可視化する技術

成果イメージ・効果

- 消費生活相談の効率的な抽出・分析
- タイムリーな注意喚起等による消費者トラブルの未然防止

若者に多い消費者トラブル10選

もうけ話	美容関連	定期購入	SNS きっかけ
出会い系	18歳・19歳に気を付けてほしい 消費者トラブル 最新10選		異性・ 恋愛関連
仕事関連	新生活関連	借金・ クレカ	通信契約

（出典）独立行政法人国民生活センター。18歳から“大人”18歳・19歳に気を付けてほしい消費者トラブル最新10選。2022年2月28日
https://www.kokusen.go.jp/news/data/n-20220228_1.html

【研究の概要】

消費者トラブルの拡大防止・未然防止を目的に、全国消費生活情報ネットワーク（PIO-NET※¹）に登録された相談事例を活用し、消費者トラブルの傾向や各種情報との相関関係等について、全国を9地区に分けた上で、テキストマイニング※²を用いて各地区の相談における代表的なキーワード20語を抽出し、消費者トラブルの地区別・年齢層別の特徴や傾向を把握する。

※¹ PIO-NET(Practical Living Information Online Network System):消費生活センター等に寄せられた消費生活に関する相談情報が登録されているシステム。登録情報は、全国の消費生活相談窓口における相談員による問題解決支援や、消費者トラブルの被害拡大・未然防止のための消費者政策の企画・立案に活用されている。

※² コンピュータサイエンス、言語学、統計学のスキルを組み合わせるテキストデータを分析し、テキストに含まれる情報のパターンや関係性を明らかにすることで、価値ある洞察を抽出するために用いられる技術。

研究リーダー：谷岡 広樹 徳島大学大学院講師

【これまでの主な成果】

・「PIO-NET データを用いた消費生活相談の地域傾向分析」2023年7月～9月分のデータ（2024年5月公表）、2023年10月～12月のデータ（2024年11月公表）、2024年1月～3月のデータ（2025年3月公表）

問題意識・課題

- これまで、PIO-NETに登録された相談情報をもとに、テキストマイニング技術を用いた消費生活相談の傾向分析等の研究を行ってきた
- 更なる消費者トラブルの未然防止・拡大防止に資するよう、より細かく地区別・年齢層別の消費者トラブルの特徴や傾向を把握することが必要

実施する取組

全国を9地区に分けた上で、各地区の相談における代表的なキーワード20語を抽出することにより、消費者トラブルの地区別・年齢層別の特徴や傾向を把握する

成果イメージ・効果

- 相談に出現する確率がより高いキーワードが大きく日本地図上に表示されるように処理を施すことで、消費者トラブルの地区別の特徴や傾向を容易に把握
- それらを把握することで、より精度の高い注意喚起や周知啓発等を実施

(2024 年 11 月公表)

■19歳以下の相談傾向（4,830件）※2023年10月～12月分。以下同様。

- 親のクレジットカードを使用してスマホ等のオンラインゲームへ課金を行ったことによる高額請求に関する相談が全国的に多くみられた。
- 脱毛エステ店でのローン契約期間の途中で業者が倒産したことに伴い信販からの引き落としを止めたい、といった相談も見られた。
- 特に四国地方で定期購入に関する相談が多くみられ、商品注文の際に定期購入契約に気が付かず購入してしまった相談が多くみられた。



<代表的なキーワード>

	北海道	東北	関東	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州沖縄
1位	ゲーム	サイト	サイト	課金	スマホ	スマホ	スマホ	ゲーム	ゲーム
2位	スマホ	ゲーム	ゲーム	スマホ	ゲーム	ゲーム	ゲーム	課金	スマホ
3位	課金	商品	スマホ	ゲーム	サイト	サイト	契約	スマホ	契約

■ 20～39歳の相談傾向（41,081件）

- **偽物と思われる通販サイトで購入した商品が届かないことによる相談や、賃貸アパートからの退去時に高額な原状回復費を請求されたことによる相談が全国的に多くみられた。**
- **副業サイトやSNSを通じた副業・投資等のもうけ話に乗り高額な初期費用を払ってしまったり思うようにもうけられなかったりしたことによる相談も全国的に多かった。**
- **東北地区を中心とした一部地域では債務整理に関する相談も多くみられた。**



＜代表的なキーワード＞

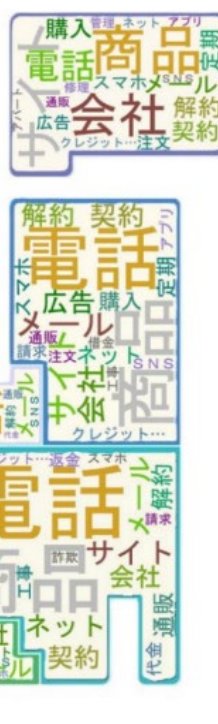
	北海道	東北	関東	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州沖縄
1位	契約	サイト	サイト	サイト	契約	サイト	電話	サイト	契約
2位	会社	電話	契約	電話	サイト	契約	契約	契約	サイト
3位	サイト	契約	会社	契約	電話	ネット	サイト	商品	会社

PIO-NET データを用いた消費生活相談の地域傾向分析②

(2024 年 11 月公表)

■ 40～64歳の相談傾向 (78, 823件)

- SNSやネットの広告から誘導されて購入した商品が届かないといった相談が全国的に多くみられた。
- 広告には定期購入という記載はなかったのに契約後に定期購入商品だと発覚したが、販売会社に電話が繋がらない、解約に応じてくれないといった、意図しない定期購入に関する相談もみられた。
- ネットで見つけた修理工事会社に関する相談が全国的にみられたが、特に北海道・東北・関東・北陸・東海といった北東寄りの地区で「修理」「工事」といったキーワードが上位にみられた。



1

<代表的なキーワード>

	北海道	東北	関東	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州沖縄
1位	商品	電話	電話	電話	電話	電話	電話	電話	商品
2位	サイト	商品	商品	商品	商品	商品	商品	商品	電話
3位	会社	メール	サイト	サイト	サイト	サイト	メール	サイト	ネット

■ 65歳以上の相談傾向 (71, 258件)

- ネット通販サイトで健康食品等の商品を購入したが届かないことや、定期購入のキャンセルの方法が分からないことに関する相談が多くみられた。
- 訪問販売や自宅の固定電話への電話勧誘による住宅のリフォーム工事等の契約に関する相談や、自宅への不審な電話に関する相談も多くみられた。



1

<代表的なキーワード>

	北海道	東北	関東	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州沖縄
1位	電話	電話	電話	電話	電話	電話	電話	電話	電話
2位	商品	商品	商品	商品	商品	商品	商品	商品	商品
3位	会社	会社	契約	会社	会社	契約	会社	会社	会社

PIO-NET データを用いた消費生活相談の地域傾向分析③

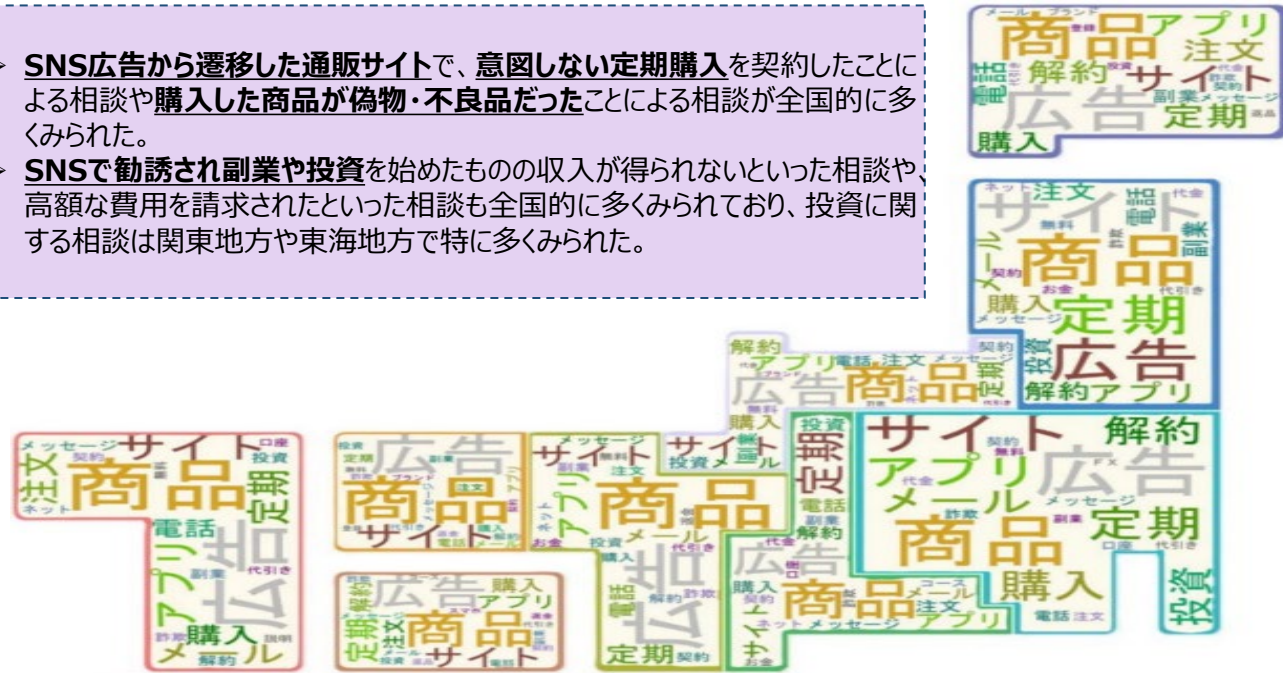
(2024 年 11 月公表)

- 近年、スマートフォンの普及やデジタル化の進展に伴い、SNSに関する消費者トラブルも散見されること等を踏まえ、SNSに関する消費生活相談（相談情報のうち、内容等のキーワードに「SNS」が登録されているもの）についても同様に分析を実施

■ SNSに関する相談傾向

(19歳以下：741件、20～39歳：5,767件、40～64歳：9,857件、65歳以上：3,205件、年齢不明：904件)

- **SNS広告から遷移した通販サイト**で、**意図しない定期購入**を契約したことによる相談や**購入した商品が偽物・不良品**だったことによる相談が全国的に多くみられた。
- **SNSで勧誘され副業や投資**を始めたものの収入が得られないといった相談や、高額な費用を請求されたといった相談も全国的に多くみられており、投資に関する相談は関東地方や東海地方で特に多くみられた。



<代表的なキーワード>

	北海道	東北	関東	北陸	東海	近畿	中国	四国	九州沖縄
1 位	商品	商品	商品	商品	商品	商品	商品	商品	商品
2 位	広告	サイト	広告	広告	広告	広告	広告	広告	広告
3 位	サイト	広告	サイト	サイト	定期	サイト	サイト	サイト	サイト

研究 特殊詐欺等の消費者被害における心理・行動特性に関する研究

【研究の概要】

徳島県警察や徳島県、とくしま生協の協力のもと、消費者のぜい弱性や心理・行動特性を明らかにし、特殊詐欺や消費者被害を防止する効果的な情報発信方法を検討する。

研究リーダー：上野 大介 京都府立医科大学大学院助教

【これまでの主な成果】

- 特殊詐欺等の消費者被害及び情報提供・相談の認知に関する心理社会的特徴（プログレッシブ・レポート）（2022年11月公表）
- 特殊詐欺等の消費者被害における心理・行動特性（リサーチ・ディスカッション・ペーパー）（2023年6月公表）

問題意識・課題

- 2022年の全国での特殊詐欺認知件数は17,570件（徳島県：38件）、被害額は370.8億円（同：7.536万円）、**高齢者を中心に被害が高い水準で発生**
- 詐欺的手口に関する高齢者の消費生活相談件数も上昇傾向
- 特殊詐欺等の詐欺的手口による消費者被害を防ぐ対策が重要

実施する取組

以下の対象者にアンケート調査を実施

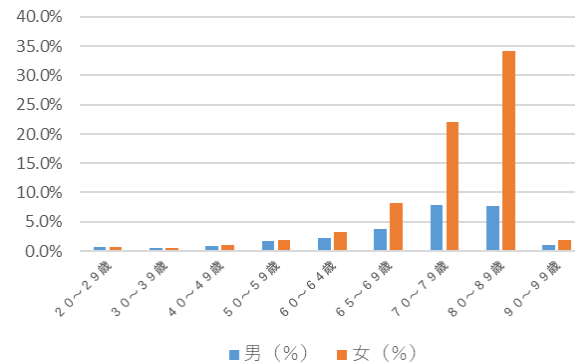
- 県警への被害相談者・情報提供者
- 県消費者情報センターへの相談者
- 運転免許センターの講習受講者
- とくしま生協の組合員 等

成果イメージ・効果

- 被害に遭いやすい人の特徴・傾向を解明し、特殊詐欺被害防止に資する効果的周知・広報を提案
- 情報提供者の特徴・傾向を解明し、地域住民が情報提供しやすくなる効果的周知・広報を提案



特殊詐欺の認知状況の変化（全国）



被害者の年齢・性別構成（全国）（2022年）

【研究の概要】

消費者が直面している「ダークパターン」の実態を把握するため、国内で利用されている電子商取引ウェブサイト内の事例を収集・分析した上で、整理・類型化を図る。

研究リーダー：加納 克利 昭和女子大学教授

【主な成果】

・「いわゆる「ダークパターン」に関する取引の実態調査」リサーチ・ディスカッション・ペーパー（2025年4月公表）

問題意識・課題

- 消費生活相談につながりづらく、データとして現れにくい
 - 一般に消費者被害は少額なケースが多い
 - ダークパターンにより消費者が不利な意思決定に誘導されても本人が認識しづらい場合が多い
- 国内外の先行研究においてダークパターンの類型化等が試みられているが、定義や分類手法はさまざま
- 国内外において政府機関や民間団体での対策が試みられており、対応のための**実態把握が必要**

【ダークパターンの意義・概念】

当研究では、以下の要素をもつ事例とした。

①消費者の誤解を招いたり誘導したりして意図しないことをさせるか、消費者の自主的な意思決定や選択を損なうことによって、

②消費者の最善の利益に反するとともに事業者の利益になる意思決定をさせる。

実施した取組

- ウェブサイト内のダークパターン事例を手作業で収集し、類型化・数値化する。
 - 調査対象サイト（計102サイト）
 - ①相談情報に基づく調査(42サイト)
 - 消費生活相談情報から、消費者とのトラブルが存在すると考えられるサイトを選定
 - ②売上高に基づく調査(60サイト)
 - 売上高ランキングから、国内の消費者の利用実績が多いと考えられるサイトを業種ごとに特定
- ※PC、スマホを使い、商品を選定し購入の直前の画面まで閲覧、録画。画面記録は2024年5～9月を中心に実施した。
- 分類はOECDによる分類を基本とし、先行研究も参考に仕分けした。さらに我が国特有と思われる分類、特徴的な分類を追加した。
 - 欧米での規制も参考としつつ法的考察を行った。

調査結果

- 集計全般
 - 「事前選択」、「偽りの階層表示」、「お客様の声」、「強制登録」の順で多い
- 相談情報に基づく調査
 - 上記に加え、「キャンセル困難」、「隠された情報」、「執拗な繰り返し」が多い。
 - 該当性が明らかな場合が多い。
 - 1サイトあたりの該当する分類の数が多い。（8サイトが10分類以上に該当。）
- 売上高に基づく調査
 - 上記に加え、「お客様の声」、「みなし同意」が多い。
- その他の特徴
 - 複数の分類が組み合わせられ、消費者への影響を強くしていると思われるもの。
 - 目立たせている情報が、商品等の内容や取引条件以外であっても、消費者の意思決定に重要な影響がある可能性。
 - 「未成年者の法定代理人の同意確認」等、国内独自の類型も見られた。

【研究の概要】

EUで検討されている製造物責任指令の改正案について、前年度モデルプロジェクト「海外における消費者安全に関する法的規制等の調査」を踏まえ、国際消費者政策研究センターの研究として、文献調査・有識者へのヒアリング等により、改正案の趣旨・内容の整理、日本の製造物責任法との比較等を行う研究。

※未来本部職員主体の研究

【これまでの主な成果】

製造物責任における「製造物」とソフトウェアについて、プログレッシブ・レポートを公表（2023年7月）

問題意識・課題

- 日本の製造物責任法は、基本的には、欧州諸国と同様の特徴を有し、国際的調和に配慮した内容となっている。
- 欧州委員会において2022年9月に製造物責任指令の改正案が提案された。
- 改正案は、デジタル時代、循環経済における製品の性質とリスクを反映した責任ルールを確保することなどを目的としている。

実施する取組

前年度モデルプロジェクト「海外における消費者安全に関する法的規制等の調査」を踏まえ、

- 公表資料、文献調査
- 海外の政府機関や、国内外の有識者等へのヒアリング調査

ヒアリングを行った有識者等

- ・日本の有識者（学者・弁護士等）
- ・海外の有識者（学者・弁護士等）
- ・日本の製造物責任法の立法担当者 等

成果イメージ・効果

- 改正案の趣旨等の整理、日本の製造物責任法との比較等。
- デジタル化が進む社会における消費者保護法制の企画・立案の基礎資料として来年度以降の更なる研究・検討につなげる。

EUにおける指令（Directive）は、発行後、加盟国内で立法が行われる。改正案は、指令の発行から24か月後に、市場に投入される製品に適用される見込み。

【業務の概要】

国際シンポジウムの開催をはじめとした国際交流を行い、新未来創造戦略本部における成果をはじめとした消費者庁の取組を世界に発信するとともに、海外における取組について情報収集を行う。

【これまでに開催した国際シンポジウムのテーマ】

- 消費生活相談と消費者教育（タイ、フィリピン、ベトナム、マレーシア 2021年3月）
- 消費者行政の担い手（タイ、フィリピン、ベトナム、マレーシア 2021年10月）
- オンライン取引における消費者トラブル対応（韓国、中国 2021年12月）
- サステナブルファッション（フランス 2022年3月）（EU 2023年6月）
- 消費者と事業者の境界（アメリカ、イギリス、フランス 2022年6月）
- デジタル社会における消費者保護法制と消費者の自立（タイ、マレーシア 2022年10月）

【その他の国際交流】

- 本部長往訪（エストニア、フィンランド、ラトビア、リトアニア 2023年2月）（マレーシア、カンボジア、ラオス 2023年6月）（イギリス、ポルトガル、ギリシャ 2023年9月）（タイ 2024年2月）（韓国 2024年4月）
- JICA青年研修生（マレーシア若手行政官等）による消費者庁表敬訪問・未来本部での研修実施等（2023年10月）

【海外の消費者行政体制調査】

- 2022年3月公表：イギリス、フランス、ドイツ、ベルギー、オランダ、スウェーデン、デンマーク、フィンランド、EU、アメリカ、カナダ、オーストラリア、中国、韓国
- 2023年3月公表：EU、イギリス、アメリカ、イタリア、ノルウェー、シンガポール、アルゼンチン、ブラジル
- 2024年3月公表：インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ブルネイ、ベトナム、カンボジア、ラオス、インド、ケニア

【海外の規制等の調査】

- 生成AI関連 2025年6月公表：EU、フランス、ドイツ、アイルランド、スウェーデン、イギリス、アメリカ、オーストラリア、中国、韓国、シンガポール、インド、ブラジル

問題意識・課題

- 2019年には、徳島県でG20消費者政策国際会合を開催
- デジタル化や高齢化等の進展により社会情勢が変化し、新しい課題等への対応が必要
- 国際化の進展に伴い、各国の抱える課題には共通点も見られる

▶ 海外における課題への対応についての情報収集が重要

実施する取組

- 国際シンポジウムをはじめとする国際交流を通じて、消費者庁の取組について海外へ情報発信
- 国際交流を通じて、海外から情報収集
- 海外の消費者行政体制調査の実施

成果イメージ・効果

- 国際交流を通じた情報発信によって、より強固な連携関係の構築を目指す
- 社会情勢の変化による新しい課題等に対し、海外の情報を消費者政策立案に活用



フィンランド競争・消費者庁との意見交換



ラオス商工省との意見交換



ギリシャ開発省との意見交換



JICA研修生(マレーシア若手行政官等)の消費者庁訪問

【業務の概要】

消費生活の未来に関する優れた調査研究を行っている民間シンクタンクや大学等における専門家と、様々な調査研究に関する情報交換等を図ることにより、消費生活に係る未来のビジョンを見据えつつ、未来の消費生活をより良いものとしていくことや新未来創造戦略本部における新たなモデルプロジェクト等の企画・立案に係る検討に資する。

新未来ビジョン・フォーラムメンバー（フェロー）一覧（2024年4月時点、敬称略、五十音順）

氏名	所属・役職
柿野 成美	法政大学大学院政策創造研究科 准教授 公益財団法人消費者教育支援センター 理事・首席主任研究員
カリスコス アントニオス	龍谷大学法学部 教授
河井 保博	株式会社日経 BP 総合研究所 ソリューションユニット長
木附 誠一	株式会社三菱総合研究所 未来共創本部 主席研究員
坂倉 忠夫	公益社団法人消費者関連専門家会議(ACAP)顧問
塩崎 潤一	株式会社野村総合研究所 未来創発センター 生活 DX・データ研究室 室長
関家 ちさと	独立行政法人労働政策研究・研修機構(JILPT) 研究員（調査部（海外情報担当）兼任）
高橋 拓朗	株式会社 NTT データ経営研究所 地域未来デザインユニットシニアマネージャー
藤本 敦也	株式会社三菱総合研究所 経営イノベーション本部 戦略コンサルティンググループ シニアプロデューサー
水尾 順一	一般社団法人日本コンプライアンス&ガバナンス研究所(JACGI) 代表理事・会長、駿河台大学名誉教授
宮木 由貴子	株式会社第一生命経済研究所 常務取締役・ライフデザイン研究部長・主席研究員
吉田 健太郎	株式会社電通 ソリューションクリエイションセンター 未来インサイト部 未来事業創研ファウンダー
渡邊 知志	デロイト トーマツ コンサルティング合同会社 コンシューマーディビジョンリーダー・執行役員

消費生活の未来に関する調査報告書

本フォーラムにおける有識者の議論等を参考としつつ、消費生活の未来に関する予測に係る考察を各方面から収集・整理し、中長期的に先を見据えた消費者政策の検討・実現等に資することを旨として調査報告書を作成。

（令和6年4月に公表）



QRコード
→報告書全文へ

【業務の概要】

令和6年秋から、特定の課題に関して官民の様々な構成員が情報交換を行う場として、2つの「官民共創ラウンドテーブル」を開催。

- ・ラウンドテーブル1のテーマ： デジタル時代におけるより良い消費生活を支える信頼の構築
- ・ラウンドテーブル2のテーマ： 高齢化やテクノロジーの進展等を見据えた消費者保護

「デジタル時代におけるより良い消費生活を支える信頼の構築」

に関する官民共創ラウンドテーブルの概要

テクノロジーの急激な進歩と相まって、デジタル化がより一層進展していくことが想定されるなか、デジタル時代におけるより良い消費生活を支える信頼の構築を促進していくことは重要な課題の一つであると考えられる。

このような観点から、消費者が安心して正しい選択をするためのインターネット空間の設計に造詣の深い実務家や、消費者に関わる法制度、システムデザイン、消費者目線等の知見を有する有識者の参画を得てラウンドテーブルを開催。

「高齢化やテクノロジーの進展等を見据えた消費者保護」

に関する官民共創ラウンドテーブルの概要

高齢化が進展する中であって、高齢化社会における消費者の安心・安全は喫緊の重要テーマ。また、新たなテクノロジーにより、これまでにない対応策が効率的に実現できる可能性も高まっている。

このような状況を踏まえ、お客様対応部門におけるAI活用に関する研究や高齢者対応に関する研究等を行っている公益社団法人消費者関連専門家会議と連携し、また、SNSを活用した消費生活相談の導入や見守りネットワークの設置等において新未来創造戦略本部とも協働してきた徳島県の参画を得てラウンドテーブルを開催。

氏名	所属・役職
小川 晋平	(株)インターネットイニシアティブ ビジネスリスクコンサルティング本部長、一般社団法人日本 DPO協会理事
カリスコス アントニオス	龍谷大学法学部教授
黒木 理恵	消費者庁新未来創造戦略本部次長
河野 康子	消費者団体訴訟等支援法人消費者スマイル基金理事長
長谷川 敦士	特定非営利活動法人人間中心設計推進機構副理事長、 武蔵野美術大学造形構想学部教授、 (株)コンセント代表取締役
山崎 俊巳	デジタルハリウッド大学大学院デジタルコンテンツ科特任教授

氏名	所属・役職
勝間 基彦	徳島県危機管理部長
黒木 理恵	消費者庁新未来創造戦略本部次長
坂田 祥治	公益社団法人消費者関連専門家会議（ACAP）理事長
佐藤 雄一郎	公益社団法人消費者関連専門家会議 ACAP 研究所 所長
名取 哲郎	公益社団法人消費者関連専門家会議 ACAP 研究所 主任研究員、 消費者対応部門における高齢者対応研究会リーダー

周辺地域への貢献や未来本部の広報等

徳島県内の大学での講義

- 徳島大学
- 鳴門教育大学
- 四国大学
- 徳島文理大学

近隣県の大学での講義

- 香川大学
- 愛媛大学
- 同志社大学

講義内容の例

- ・消費者の権利と基本法
- ・消費者行政の概要
- ・消費者問題の歴史と消費者法の立法過程
- ・消費者問題や消費者関連法の歴史
- ・消費者の安全確保のための取組
- ・食品ロス、エシカル教育について
- ・消費者志向経営・公益通報者保護
- ・インターネットをめぐる消費者トラブル
- ・契約と消費者被害の救済、表示の見方
- ・食品表示の見るべきポイント
- ・キャッシュレス決済について
- ・新未来創造戦略本部の取組について



大学での講義の様子

広報誌への連載



広報誌への連載

- ・消費者ネットワーク
(（一社）消費者団体連絡会発行)
- ・TISネットワーク通信
(徳島県消費者政策課発行)
- ・『消費者情報』Web版
(（公財）関西消費者協会発行) 等

伝統産業×エシカル

- ・「とくしま藍推進月間」に合わせて、消費者庁新未来創造戦略本部のエシカル消費に関する取組の一つとして「藍染×エシカル」に関するポスターを作成



未来本部の取組や成果紹介のシンポジウム、国際シンポジウムの開催等

- 2020/10/22 新未来創造戦略本部開設記念シンポジウム
- 2021/3/16 消費者庁新未来創造戦略本部 国際シンポジウム
- 2021/3/24 令和2年度 消費者庁新未来創造戦略本部成果報告会
- 2021/3/26 エシカル甲子園2020
- 2021/7/5 消費者行政新未来創造シンポジウム ～新未来創造戦略本部開設1周年記念～
- 2021/7/12 シンポジウム「ファッションから考えるサステナブルな未来」
- 2021/10/26 「とくしま国際消費者フォーラム2021」徳島県との共同セッション
- 2021/12/6 日中韓消費者政策国際シンポジウム
- 2021/12/9 シンポジウム「ファッションから考えるサステナブルな未来～わたしたちができること～」
- 2022/1/27 消費者志向経営セミナーin四国～自主宣言事業者から学ぶサステナブルな経営～
- 2022/3/10 サステナブルファッションに関する日仏シンポジウム～フランスの取組から学ぶ～
- 2022/3/18 エシカル甲子園2021
- 2022/3/24 令和3年度 消費者庁新未来創造戦略本部成果報告会
- 2022/6/14 沖縄本土復帰50周年記念 消費者行政シンポジウム
第1部 消費者行政50年シンポジウム 第2部 消費者行政国際シンポジウム
- 2022/6/20 消費者庁新未来創造戦略本部成果報告会 in 徳島 2022
- 2022/10/25 「とくしま国際消費者フォーラム2022」徳島県との共同セッション
- 2022/12/27 エシカル甲子園2022
- 2023/2/10 地方連携推進フォーラム2023 in 徳島
- 2023/3/15 令和4年度 消費者庁新未来創造戦略本部成果報告会
- 2023/6/6 消費者志向経営×製品安全セミナー ～知ってみよう、選んでみよう、みんなのことを考える企業～
- 2023/6/20 サステナブルファッションに関する日EU国際シンポジウム
- 2023/10/31 「とくしま国際消費者フォーラム2023」徳島県との共同セッション
- 2023/11/17 令和5年度 地方連携推進フォーラム in 徳島
- 2023/12/26 エシカル甲子園2023
- 2024/3/18 令和5年度 消費者庁新未来創造戦略本部成果報告会
- 2024/12/26 エシカル甲子園2024
- 2025/3/18 ミライの消費者行政参観日@徳島（令和6年度 消費者庁新未来創造戦略本部成果報告会）
- 2025/6/6 「国際消費者シンポジウム in 徳島」消費者政策専門セッション

消費者行政新未来創造シンポジウム
～新未来創造戦略本部開設1周年記念～



沖縄本土復帰50周年記念
消費者行政シンポジウム
第1部 消費者行政50年シンポジウム

令和5年度 地方連携推進フォーラム in 徳島

