

第5期消費者基本計画（素案） 概要

第1章 消費生活を取り巻く現状の課題 ～消費者政策のパラダイムシフトの背景～**1. デジタル技術の飛躍****（1）消費生活におけるデジタル技術の浸透（P.2）**

- 65歳以上：モバイル端末保有率74%、インターネット利用率61%、SNS利用率60%
⇒ 年代を問わずインターネットやSNSの利用が日常的になりつつある
- 40歳代・50歳代で「SNS関係」の相談件数が大きく増加
⇒ 消費者が年齢や教育水準、経済状況等に関わりなく消費者トラブルに遭う可能性

<課題>

- デジタル社会において、全ての消費者が消費者トラブルのリスクにさらされていることを踏まえた、消費トラブルの予防と解決

（2）消費者の取引環境の急激な変化に伴う環境整備の必要性（P.3）

- デジタル化の進展により、インターネット取引を中心とする消費者取引環境は大きく変化、今後もイノベーションにより予測できない急激な変化が生じることが想定される
 - ・ デジタル社会において、消費者が得られる情報量や選択肢が過多
⇒ 消費者が単独で情報を十分に吟味し判断することが困難
 - ・ AI技術の進展等により、事業者のプロファイリング等により取引が個別化
⇒ 消費者の自律的な意思決定を歪めるリスクが懸念
 - ・ 取引主体が売主・買主に加え、プラットフォーム提供事業者など多層的で複雑化
⇒ 消費者トラブルの責任の所在が不明確 等
- デジタル社会における取引は、契約やそれを規律する法律の外側でデジタル技術によって広く規定され、法と技術の摩擦や相克の問題が生じつつある

<課題>

- 全ての消費者における、デジタルリテラシー¹等の習得機会の確保
- 事業者の主観的な意図による消費者の自主的・合理的選択の阻害を防ぐ方策
- 技術の負の側面（不当な利用や不当な結果の招来）への対処と正の側面（利用の促進や消費者のエンパワーメント）の両立

2. 消費生活のグローバル化の進展**（1）海外事業者との取引の増加（P.4）**

- 越境電子商取引の市場規模（2023年、対米国・中国）は推計4,208億円、5年間で約1.5倍。越境消費者センターへの相談件数（2023年度）は6,371件で最多、うち98.7%が電子商取引

¹ 本計画においては、一定程度のデジタル技術を使いこなすための知識や能力をさす

- 越境取引の消費者の約 4 割は、事業者の所在地・連絡先を確認する意識が薄弱
- 責任を負うべき事業者が国内に存在しない場合、国内法の適用に課題が伴う

<課題>

- 消費者自身における、取引に関するサービス内容や規約等の理解
- 海外事業者に対する規律
- 消費者被害が生じた場合の救済の考え方

(2) 訪日外国人旅行者等の消費の拡大 (P. 5)

- 持続可能な観光立国の実現は成長戦略の柱の一つ
- 2023年は、訪日外国人旅行者数2,500万人超（コロナ禍の2021年は25万人）、消費額は5.3兆円で過去最高。在留外国人数も342万人で過去最高
- 「訪日観光客消費者ホットライン」への相談件数は、305件で前年度比倍増
- 訪日観光客と越境・国内消費者の相談内容には、共通点が多く見られる（言語の相違、表示の分かりにくさ、商慣行や習慣の違への理解不足 等）

<課題>

- 多言語化といったコミュニケーションツールの充実と、相談窓口の認知の向上など相談体制の実効性の確保

3. 社会構造の変化

(1) 消費生活に配慮を要する消費者の拡大 (P. 6)

- 2023 は、高齢化率が全国平均 29.1%（過去最高）、特に地方圏で高水準。平均寿命は男女ともに延伸（2023 年、男性 81.09 歳、女性 87.14 歳）
- 2038 年には 3 人に 1 人が 65 歳以上、65 歳以上の単独世帯の割合は 4 割超
- 2030 年で、65 歳以上の 7 人に 1 人が認知症、軽度を含むと 3 人に 1 人が有病
⇒ 地域の繋がりが希薄で消費者トラブルを相談できず、更なる増加や深刻化
- 認知機能等の低下の影響や程度は個々に異なり、支援のニーズも多様

<課題>

- あらゆる世代の消費者が年齢や配慮の程度に関わりなく、安心して安全な消費行動をとることができるための支援の在り方

(2) コスト等の適切な価格転嫁 (P. 7)

- 個人消費は経済全体の過半を占め、経済社会の持続的な発展に大きな影響
- 30有余年ぶりの高水準となる賃上げ率が実現したが、名目所得の伸びが物価上昇に追い付かず、個人消費は力強さを欠いている

<課題>

- 「賃金と物価の好循環※」の実現に重要な、付加価値やコストの適切な価格転嫁の必要性に対する社会全体の理解

※ 物価上昇を上回る賃金上昇を定着させ、賃上げに支えられた消費の増加・投資の拡大が企業収益を押し上

げ、その成果が家計に還元されて次の消費の増加につながる。（経済財政運営と改革の基本方針 2024）

4. より良い社会の実現と国際協調への貢献

（１）持続可能でより良い社会の実現（P. 8）

- 2030年を達成年限とするSDGsのうち、SDG12（つくる責任、つかう責任）は消費者政策に密接関連
- 包摂性に関する「誰一人取り残さない」のキーワードは「2030アジェンダ」の基本的理念、国際社会における普遍的価値としての人権の尊重及びジェンダー平等の視点は、SDGsの全ての目標において横断的に実現されるべきもの

<課題>

- SDGs達成に資する取組の加速化、達成年限後を見据えた基本的理念の継続

（２）事業者と消費者の共創・協働（P. 9）

- 環境や資源に配慮したより良い消費行動は「循環経済」の実現のために重要、同時に消費者市民社会の形成にも大きく貢献
- 生産と消費は密接不可分、消費者の主体的取組が推進されることが重要
- エシカル消費の認知度は29%、関心度は47%
- 消費者志向自主宣言事業者は734社、数は拡大しているものの、業種や所在地に偏りあり

<課題>

- 消費者自らの行動が社会を変える力となり得るという意識の醸成（これらは当然に、消費者の安全の確保の上に成り立つ）

5. エネルギー・食料危機と自然災害の激甚化・頻発化

（１）エネルギー・食料等の安定供給に関するリスクの高まり（P.10）

- 我が国におけるエネルギー自給率は13%（2022年度）、再生可能エネルギー買取費用見込額は4.7兆円（2023年）
- 2022年度の食料自給率はカロリーベースで38%、生産額ベースで58%と依然として食料等の多くを海外からの輸入に頼っている

<課題>

- エネルギー、食糧など生活関連物資の価格及び需給の安定

（２）緊急時における消費行動の変化（P.10）

- 災害に便乗した悪質商法、被災地外での義援金詐欺や買占め行動が確認される

<課題>

- 発災時におけるデマ・流言の発生を防ぐ、正確・十分な情報の発信、普段からの備蓄等の備え
- 被災地以外の地域における経済社会活動の停滞の回避

第2章 消費者政策において目指すべき社会の姿 ～求められるパラダイムシフト～

1. 第5期消費者基本計画における消費者政策の基本的な方向性（P.12）

デジタル技術の進展や社会構造の変化等に伴う消費者取引環境の急激な変化を踏まえ、第5期消費者基本計画においては、消費者政策の価値規範に関する考え方の転換（パラダイムシフト）を図る

- ・「一般的・平均的・合理的消費者像」に対する情報の質・量、交渉力の格差の是正
⇒ 上記に加え、現実の消費者が様々な脆弱性を有するという認識
- ・認知機能の低下等が「配慮を要する消費者」
⇒ 全ての消費者が脆弱性を有する、認知機能の低下は脆弱性の一類型
- ・他人の介入を排除し、独立・自由に意思決定できさえすれば良し
⇒ 他者との適切な関係性の中で、自らの価値観に基づき納得できるような決定
- ・消費行動の対価は金銭
⇒ 情報、時間、関心・アテンションを提供する場合も「消費者取引」
- ・施策の手法は、悪質・厳正対処と健全・評価促進のグラデーション、法律による強制力を伴うハード手法と、公私協働等のソフト手法のコーディネート
- ・消費者と事業者は相対峙する関係
⇒ 消費者と事業者は、健全・自律的な取引社会を共創・協働するパートナー 等

2. 目指すべき社会の姿

（1）消費者が信頼できる公正・公平な取引環境の確保

① 悪質事業者の市場からの排除（P.13）

- ・消費被害が拡大するおそれがある場合には被害の発生・拡大を防止
- ・規制の隙間を利用する悪質な業態合において、行政と事業者、事業者同士のネットワークが協働し、複合的に悪質事業者を市場から排除する仕組みが形成

② ソフトな手法の活用（P.14）

- ・隙間分野や新たな分野等について、ガイドライン等によるソフトな手法も活用

③ 事業者の自主的な規律の整備（P.14）

- ・事業者自らが遵守すべき規律を策定
- ・事業者団体が存在しない業界においては、事業者の自主的な取組が推進される環境が整備
- ・製品安全に関する法的枠組みを超えた官民協働の自主的な取組が深化、優良事例事例の横展開
- ・事業者における顧客対応の強化や被害救済のための自主的な取組が促進
- ・消費者団体訴訟制度や適格消費者団体・特定適格消費者団体に期待される役割が十分に果たされる

【本計画期間中の目標】

- ・現行法令による規律が困難な形態の事案等に応じて、実効性の高い必要な規

律を整理

- ・ 多様化・複雑化する悪質事案に対応するため、これまでの後追い・規制一律型の対処の成果を補完する制度の枠組みを検討
- ・ それぞれの業界において、消費者トラブルの実情に応じ、自主規制の基準や認証制度の創設等様々な手法を活用し、必要な規律を整備

【2040年に向けた目標】

- ・ 様々なバリエーションの規律を選択し、多様な脆弱性を伴う消費者の利益が擁護
- ・ 消費者市民社会が形成され、悪質事業者が排除される仕組みが実働

（２）全ての世代における消費者力の実践

① 消費者市民社会の実現（P.15）

- ・ 「気づく力、断る力、相談する力、周囲に働きかける力」（消費者力）を身に付けて実践することで、自立した消費者力が育成される
- ・ 消費者が主体的に学び、考え、行動することで、悪質な消費者被害の未然防止が図られる
- ・ より良い市場とより良い社会の発展に積極的に関与するという消費行動がSDGsの達成に貢献し、国際協調にもつながる
- ・ 2030年以降の国際的な持続可能性に関する議論の動向も注視しつつ、日本型「ウェルビーイング」を拡げていく

【本計画期間中の目標】

- ・ 消費者が消費者市民社会の一員として健全な市場形成に参加する意識の醸成（再掲）
- ・ 全ての消費者がライフステージに応じた体系的かつ継続的な消費者教育を受ける環境の整備
- ・ 配慮を要する消費者の支援対策の構築

【2040年に向けた目標】

- ・ 全ての消費者が、誰一人取り残されことなく、安心して安全な消費活動を行うことができる社会の構築

② デジタルスキル、デジタルリテラシー、情報モラル等の向上（P.15）

- ・ 消費者が率先して知識を習得し、自身がトラブルに巻き込まれることなく、かつ、他の消費者をトラブルに巻き込むことなく、デジタル技術の恩恵を享受できる
- ・ デジタルリテラシーを習得する環境にない消費者の存在等にも配慮がなされ、誰一人として取り残されない取組が推進される

【本計画期間中の目標】

- ・ 全ての消費者に対してデジタルリテラシーの確保のための教育を施す仕組みを構

築・実践

- ・ デジタルリテラシーを習得する環境にない消費者の支援方策の検討

【2040年に向けた目標】

- ・ 消費者がデジタルに触れる機会や学びの教材が提供され、誰一人として取り残されないための取組を推進
- ・ 空間における違法・有害情報や偽・誤情報に惑わされず、またこれらの情報を拡散して他の消費者へ被害を与えないためのデジタルリテラシーや情報モラルを習得

③ 相談・苦情処理体制の整備・強化（P.16）

- ・ 消費者ホットライン 1 8 8 等の強化と事業者における苦情処理の体制整備
- ・ ADR・ODRを通じた消費者トラブルの解決を行う仕組みの構築

【本計画期間中の目標】

- ・ 消費者がどこに住んでいても質の高い相談を受けられる体制の維持・拡充
- ・ ADR・ODRを通じた消費者トラブルの解決を行う仕組みが構築

【2040年に向けた目標】

- ・ 相談対応に関するデジタル技術活用を進め、業務を効率化・高度化
- ・ ADR・ODRを通じた消費者トラブルの解決を行う仕組みが活用

（３）持続可能で包摂的な社会の実現

① 多様な「消費者の脆弱性」を踏まえた対応の充実（P.17）

- ・ 誰しものが脆弱な立場に陥るおそれがあるとして、個々の消費者の脆弱性を踏まえた対応が充実される
- ・ 製品安全に関する施策の推進にあたり、3ステップメソッドの考え方を取り入れる等のリスクの低減が図られる

【本計画期間中の目標】

- ・ 認知機能の低下や地域との繋がり希薄化による、日常生活・社会生活に及ぼす影響の程度に応じた支援制度の構築
- ・ 生命・身体に係る消費生活上の事故情報における子供の不慮の事故による死者数を前年と比べ減少

【2040年に向けた目標】

- ・ 2040年には4割超となる単身世帯を支える地域のネットワークの構築
- ・ 全ての消費者が、誰一人取り残されことなく、安心して安全な消費活動を行うことができる社会の構築

② 持続可能な消費と生産の実現（P.18）

i) 消費者と事業者の共創・協働

- ・安全かつ安心な商品・サービスを提供する事業者に対する共感や応援の気持ちを、消費者が消費行動を通じて表していけるような取組が推進される
- ・被災地全体の農林水産や観光等における風評の払拭に取り組む

ii) カスタマーハラスメント対策

- ・事業者の問題行動等に対する申入れは、消費者の正当な権利の行使
- ・カスタマーハラスメントは就業環境を害する行為
- ・消費者が適切な方法で正当な意見を伝えれば、消費者・事業者双方の信頼関係が構築される

【本計画期間中の目標】

- ・消費者のエシカル消費への関心が高まる
- ・消費者志向自主宣言事業者数の増加
- ・消費者の事業者に対する適切な申入れ方法の習得

【2040年に向けた目標】

- ・消費者と事業者の共創・協働による持続可能な消費活動の推進
- ・消費者と事業者が共創・協働するパートナーとして公平かつ健全な市場を形成する社会の実現
- ・カスタマーハラスメントが起きない社会の実現

第3章 消費者政策の推進

1. 行政の役割

(1) 消費者法制度のパラダイムシフト (P.20)

- ・全ての消費者の脆弱性を正面から捉え、消費者法制度の再編・拡充に向けた検討を行う
- ・デジタル取引と現行の消費者諸制度の実効性を検証し、必要に応じて包括的な規制や予防・救済の観点を含めた対策の在り方を検討、検討にあたっては消費者委員会・国民生活センター等と連携し、消費者の意見を反映
- ・事業者団体等による自主規制や消費者力の向上等を推進するための取組も重要

(2) 地方消費者行政の推進

① 人口減少・高齢化、デジタル化に対応した地方消費者行政の方向性 (P.21)

- ・デジタル技術の活用による消費生活相談業務の効率化・高度化等により、消費生活相談体制の強化を促進するとともに、消費生活上特に配慮を要する消費者への見守り活動の充実等を促進
- ・その際、引き続き地方公共団体との連携を強化、国及び国民生活センターによる支

援を更に充実

② 消費生活相談体制の充実（P.21）

- ・ 市町村における消費生活相談の機能維持・強化を引き続き促進（消費生活相談員の確保、研究の充実等による技能向上等）
- ・ 地域の実情に応じた相談体制の構築を促進、都道府県による市町村の援助や調整を促進
- ・ 消費生活相談員の国家資格の取得促進、相談員や行政職員の研修参加、行政職員のレベルアップの促進
- ・ 国と地方が連携して消費生活相談員の確保等による技能向上を図るとともに、PIO-NET刷新による新システムへの移行により、相談員の業務の効率化・高度化、負担軽減
- ・ 指定消費生活相談員・主任相談員の配置を支援し、現場の相談員に対し助言や協力、情報提供等の支援を行う対応の強化を促進
- ・ 実情に応じた広域連携や事務委託の活用、都道府県による市町村の援助や調整等を促進
- ・ 消費生活相談のDXの検討を進め、その上で、より効率的・効果的な相談体制の構築に向けて国・地方が連携しつつ地域の実情に応じて取り組む
- ・ 相談データの分析強化、有効活用を促進する

③ 地域における見守り活動、消費者教育の充実（P.23）

- ・ 消費者安全確保地域協議会の活性化や見守り活動の充実を地域の実情に応じて促進
- ・ 多様な主体の連携により、人口規模や地理的な環境等を踏まえた柔軟かつ重層的な取組を促進
- ・ 先進的なモデルの創出や優良事例の抽出、これらの横展開等
- ・ 各地域の消費者行政部局・消費生活センターにおいて、法教育、金融経済教育、情報教育等の消費者教育と密接に関連する分野との連携強化を図りながら、消費者教育を推進、消費生活センターは地域社会における消費者教育推進の拠点としての役割を果たす

④ 地方消費者行政予算の拡充の促進と国の支援の充実（P.24）

- ・ 地方の自主財源の拡充を促進、国の支援を適切に組み合わせることで地方消費者行政の機能維持・拡充につなげる

（３）関係府省庁及び地方公共団体における関係部局間の連携

【消費者政策と競争政策の連携強化】（P.24）

- ・ 競争政策と消費者政策の連携はより一層強化されるべき

2. 事業者及び消費者の役割と期待

(1) 事業者の役割と期待 (P.24)

【事業者の役割】

- ・ 消費者と事業者は共創・協働するパートナー、消費者志向経営を行うことはより良き社会の実現につながる
- ・ 事業活動において自ら遵守すべき規律の作成等による、消費者の信頼の確保

【事業者に対する様々な規制手法の考慮】

- ・ 事業者の悪質性の程度に応じた、消費者法のグラデーションが必要

(2) 消費者への期待 (P.25)

【消費者への期待】

- ・ 全ての消費者が脆弱性を有し、誰もが消費者トラブルに遭う可能性があることの認識
- ・ 自ら率先して、デジタル時代に求められる消費者力の習得・実践
- ・ 事業者の問題行動に対する適切な方法による意見の申入れ、情報モラルに沿った情報の発信、非常時等において必要量以上の買占めはしない等

【消費者団体との連携】

- ・ 消費者の埋もれがちな声の集約と表明、消費者教育の担い手等で重要な役割
- ・ 消費者団体の役割を消費者政策に積極的に活用

3. 行政、事業者、消費者の連携による持続可能な社会への実現 (P.26)

- ・ 事業者は、持続可能な社会の実現に資する商品・サービスを提供
- ・ 消費者は、持続可能な社会の実現に資する商品・サービスを選んで選択
- ・ 事業者・消費者のこうした行動変容を推進するため、官民一体で広報

第4章 消費者政策における基本的な施策

1. 消費生活を取り巻く最近の課題への対応 ※第1章の課題に対応

(1) デジタル技術の飛躍に対する対応

【消費者の意思決定過程へのデジタル技術の介入を踏まえた対応】 (P.27)

- ・ 消費者の意思決定過程に介入する高度なマーケティング手法（フィルターバブルやエコーチェンバー等）やアテンション・エコノミー等について、情報提供等による消費者の知識の向上
- ・ OECDの動向等を踏まえ、消費者の自律的な意思決定を確保するための必要な対策を講じる

【取引デジタルプラットフォームにおける取引環境の整備】 (P.27)

- ・ 取引DPF消費者保護法の運用状況を踏まえ、同法に基づく取引DPF提供者の自主的な取組等の促進、関連する通信販売取引及び製品安全に関する規律の活用等により、取引DPFを安心・安全な通信販売取引の「場」とする

【AI技術の適切な活用】 (P.27)

- ・ 「『AI制度に関する考え方』について」等の政府方針に則り、有識者や事業者、消費者等の意見を踏まえつつ、AI制度の在り方を検討
- ・ AIに関する様々なりスクについて、AIセーフティ・インスティテュートを中心に諸外国の国際的パートナーと連携し議論を行う
- ・ 「AI事業者ガイドライン」について、AIの事業活動を担う主体へ周知
- ・ AIスキルの習得、AIリテラシー向上のための教育コンテンツの充実・普及啓発
- ・ 初等中等教育段階での情報モラルを含めたAIの利活用に関するパイロット的な取組

【違法・有害情報等からの消費者利益の擁護】 (P.28)

- ・ 情報流通プラットフォーム対処法の着実な施行により、大規模プラットフォーム事業者に対し、削除対応の迅速化や運用状況の透明化を求める
- ・ メタバース等デジタル技術の進展により創出される新たなサービスについて、ユーザーの安心・安全が確保できるサービスの提供を促進
- ・ 個人情報の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護
- ・ 消費者教育ポータルサイトを用いた教材、講師派遣等に関する情報提供等により、デジタルに対応した消費者教育を推進

【決済サービスの多様化への対応】 (P.28)

- ・ キャッシュレス決済やクレジットカード決済について法令で講じた措置を適切に運用、法の施行状況について継続的に注視
- ・ キャッシュレス決済における過剰与信の防止について、割賦販売法で義務づけられた事業者による支払可能見込額の調査を適切に監督、消費者に対しキャッシュレス決

済の適切な利用を普及

- ・ 法規制の及ばない決済サービスでのトラブル等の状況に関する実態を把握、必要に応じて所要の対策を検討

【デジタルリテラシー、金融リテラシー等の確保】（P.29）

- ・ 金融経済教育推進機構（J-FLEC）における金融経済教育の推進、取組等の周知
- ・ J-FLECの認定アドバイザー制度において、要件に基づき適切に審査を実施、不適切な行為が発覚した場合には認定の取消しを含めて適切に対応し、消費者の立場に立ったアドバイスが提供される環境を確保
- ・ 多重債務問題改善プログラムを着実に実施
- ・ 金融教育の推進にあたり、消費者教育の体系イメージマップと金融リテラシーマップの内容を踏まえ、地域や職域での出前講座等を推進
- ・ 学校での消費者教育出前講座や事業者における若手従業員、壮年・退職期向けの消費者教育研究プログラムを実施し、生涯を通じた切れ目のない消費者教育を提供
- ・ 「消費者力」育成教材の活用を促し、HPやSNSを活用した注意喚起情報等を周知
- ・ 実践的で効果的な消費者教育を実施するためのモデルを構築、消費者教育連携・協働推進全国協議会における事例の共有・周知等
- ・ J-FLECにて運営委員等に学校関係者を起用、J-FCECに関する説明機会の確保

（２）消費生活のグローバル化の進展への対応

【海外取引に関するトラブルへの対応・未然防止】（P.29）

- ・ 安全、表示、取引等に係る我が国の規律を適切に適用、外国法人等に対する当該規律の実効性について課題を整理し、所要の対応を検討
- ・ 模倣品被害防止のため関係行政機関が連携して取締りを強化
- ・ 国内、国際標準化活動に消費者の視点を適切に反映し、標準化政策を実施
- ・ 国民生活センター越境消費者センターにおける相談対応を実施、消費者庁と連携して海外機関と更なる連携強化
- ・ 海外でリコール対象となった製品について、OECDリコールポータルサイトにリコール情報を掲載し注意喚起

【海外OTA：Online Travel Agent】（P.30）

- ・ 主要海外OTAにおけるトラブル事例等の情報収集を行い、現状の課題を分析
- ・ 「オンライン旅行取引の表示等に関するガイドライン」の遵守情報を点検、課題分析を踏まえた改善策等の対応を促す

【国際機関等との連携】（P.30）

- ・ 国際シンポジウムの開催、海外の政府機関との意見交換、海外の研究者との連携等
- ・ OECD消費者政策委員会等への議論に積極的に貢献、加盟国間の連携強化

（３）社会構造の変化への対応

【配慮を要する消費者への対応】（P.30）

- ・ 見守りネットワークの設置・活動の手引きや福祉との連携、構成員間の情報共有による実効性確保の取組等の情報提供、モデル事業の実施、消費生活協力員・協力団体の養成講座の実施、地方公共団体の現場への働きかけ等
- ・ 成年後見制度と日常生活自立支援事業等との連携の推進、同事業の実施体制の強化
- ・ 住宅セーフティネット法で創設された住宅確保要配慮者が利用しやすい家賃債務保証業者を認定する制度等を適切に運用
- ・ 高齢者向け住まいについて、都道府県等の取組を推進
- ・ 有料老人ホームにおける前払金の保全措置の義務について事業者に周知し規制を的確に運用
- ・ 高齢者向け住まいにおける入居者に対する過剰な介護サービスの提供（囲い込み）への実効的な点検を徹底
- ・ 高齢者等終身サポート事業者ガイドラインの周知・徹底
- ・ 消費生活相談員における障害者の特性に応じた対応力の向上

【見守りネットワークの活用】（P.31）

- ・ 見守りネットワークの設置の促進、担い手の確保、優良事例の収集・横展開等を通じて地方公共団体を支援
- ・ 地方公共団体の福祉部局、教育部局、防災部局等の職員、警察職員、地域の医療機関や福祉機関の職員、保育・教育機関の職員などの積極的に働きかけ、消費者被害等に対する関心を高めて連携を図る、消費生活協力員や協力団体としての活用を促進
- ・ 既に存在している福祉のネットワーク等に消費生活センター等が参画し、見守りネットワークとして位置付ける取組を促進

【成年後見制度等の活用】（P.32）

- ・ 成年後見制度の利用促進のための継続的な周知・広報
- ・ 地域連携ネットワークづくりの推進や市民後見人等の担い手の育成等更なる制度の運用改善等に向けた取組の実施
- ・ 日本司法支援センターにおける特定援助対象者法律相談援助の実施

(4) より良い社会の実現と国際協調への貢献への対応

【エシカル消費・消費者志向経営等の推進】(P.32)

- ・ エシカル消費の更なる普及、有機農業等の環境に配慮した取組への理解と関心の増進
- ・ 水産エコラベルの推進
- ・ 脱炭素社会の実現に向け、国民運動を通じた国民・消費者の行動変容、ライフスタイルの転換の促進
- ・ プラスチックとの賢い付き合い方をキーワードとした国民運動の展開等により海洋プラスチックごみの発生を抑制
- ・ 消費者志向経営の裾野拡大、事業者による取組高度化の支援

【カスタマーハラスメント対策】(P.33)

- ・ 消費者が適切な意見の伝え方を身に付ける観点からの教育・啓発
- ・ 事業主による労働者保護のための強化についての検討

【消費者教育の推進】(P.33)

- ・ 消費者教育コーディネーター会議の実施等により、地方公共団体におけるコーディネート機能を強化
- ・ 特別支援学校向けの消費者教育教材を活用した、特別支援学校での出前講座を推進、消費者教育コーディネーター会議等で特別支援学校向けの教材や取組事例等の情報を提供・共有
- ・ 成年年齢引下げを踏まえ、契約や私法の基本的な考え方の継続的な周知・広報
- ・ 「消費者教育ポータルサイト」に事業者等の消費者教育教材等を掲載し活用を促進、事業者向け研修プログラムの利用促進等
- ・ 実践的で効果的な消費者教育を実施するためのモデルを構築、消費者教育連携・協働推進全国協議会における事例の共有・周知

【みどりの食料システム戦略の推進】(P.33)

- ・ 環境負荷低減の「見える化」に向け、「みえるらべる」の活用を推進
- ・ 「みどり戦略学生チャレンジ」や「あふの環プロジェクト」による持続的な生産・消費への理解醸成

(5) エネルギー・食料危機と自然災害の激甚化・頻発化への対応

【食育の推進】(P.33)

- ・ 大人を対象に日々の消費行動をより健全なものへの転換する「大人の食育」を推進、消費者と生産者が直接つながる取組等を推進
- ・ 学校、事業者、生産者等の様々な主体を巻き込んだ国民運動を進める

【食品ロスの削減】（P.34）

- ・ 「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケージ」を推進し、2030年度までの2000年比で食品ロス削減半減目標を達成する
 - ・ 事業系食品ロス削減対策（商習慣の見直しの促進等）及び家庭系食品ロス削減対策（期限表示の理解促進等）について、HPやSNS等を通じて消費者への周知啓発等による更なる強化
 - ・ デコ活の推進による新しい豊かな暮らし・商品・サービスの実装支援を推進、国民の行動変容を図る
 - ・ 食品廃棄ゼロエリアの創出支援に関する事業の実施
 - ・ 「食品廃棄物等の発生抑制に向けた取組の情報連絡会」を設置し課題やその解決策等について相互共有、企業において排出抑制等の具体的な取組内容が公表される環境整備を促進
 - ・ 家庭系食品ロスの発生要因の分析、効果的削減策に関する手引きを作成
 - ・ 児童生徒に対する指導の充実
 - ・ 「食品期限表示の設定のためのガイドライン」の考え方を踏まえたルール改正を促進、消費者向けにも期限表示に関し啓発
- ・ 「食品寄附ガイドライン」を踏まえた食品寄附の促進、食品寄附に伴って生ずる民事責任の在り方について、最終受益者の被害救済にも配慮した法的措置、同ガイドラインに沿った取組を行っているかどうかを認定する枠組みの実証事業を実施
- ・ フードバンク等の現場における衛生面や管理面について、専門家からの助言・アドバイスを求めることや研修を実施
- ・ 消費者が参画・関与する売れ残り商品の廃棄防止等の取組を支援するモデル事業を実施
- ・ 「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」を踏まえ、専門家からの助言・アドバイスを求めることや研修を実施し食べ残し持ち帰りの意識変化を促進

【災害便乗等への対応】（P.35）

- ・ 災害に便乗した悪質商法に関する消費者への注意喚起を実施
- ・ 特定商取引法に違反する事実があれば法と証拠に基づき厳正に対処
- ・ 災害の規模や地方公共団体の意向等を踏まえて、消費者庁・国民生活センター・都道府県が連携して必要な支援を実施

2. 消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択・自律的な選択の機会の確保

（1）消費者の安全の確保

① 消費者の安全・安心の確保（P.35）

- ・ 生命身体事故等について、消費者安全調査委員会の事務局の専門性や情報発信力を強化、適格かつ迅速に調査を行い、再現防止策を提言し報告書等を公表
- ・ 製品安全に関する情報を製造・輸入事業者等と連携し消費者に広く周知
- ・ 国民生活センターにおいて商品テストを的確に実施、消費者問題における中核機関としての役割を担うため人材の登用・育成
- ・ 消費者事故等に関する情報について、消費者安全法に基づき消費者事故等に関する情報を集約・分析し、毎年度国会報告を行う
- ・ 製造物責任法の施行から 30 年を経た社会状況の変化等を踏まえ、海外の最新動向やデジタル化の影響について検証
- ・ 製品等に使用されている化学物質の名称、環境リスク等に関連した情報を収集し正確にわかりやすく提供、リスクコミュニケーションを推進
- ・ 海外事業者に対する消費生活用製品安全法の重大製品事故に係る報告制度の周知
- ・ 家庭用品に係る健康被害事例をとりまとめて公表し、事業者に対し製品の安全対策に係る取組を促進、消費者に対する注意喚起
- ・ 電気通信事業法の執行を通して、電気通信サービスに係る消費者保護ルールの実効性を確保、継続的なモニタリング、結果を踏まえ必要に応じた制度の見直し
- ・ 「宅地造成及び特定盛土等規制法」の実効性を確保
- ・ 「食品安全行政に関する関係府省連絡会議」を開催
- ・ 「第六次薬物乱用防止五か年戦略」に基づき政府一丸となった総合的な対策を推進
- ・ アルコール依存症、薬物依存症、ギャンブル等依存症への戦略的な取組の推進

② 子供の安全の確保（P.37）

- ・ 改正した製品安全 4 法を着実に施行
- ・ 海外から入ってくる製品による子供の製品事故を防ぐ
- ・ 子供が被害に遭う製品事故の発生件数等を分析し、必要な製品について「子供用特定製品」に指定して子供の製品事故防止に努める
- ・ 子供が使用する製品でなくても、子供が使用することを想定した技術基準に適合することを求める
- ・ 消費者が子供の事故防止に資する製品を選択できる環境の構築
- ・ 危険性のある商品・サービスの事故情報を集約・分析、消費者への注意喚起や行政機関等への情報提供
- ・ 広報啓発事業によりチャイルド・デス・レビューについて国民的な理解を促進、チャイルド・デス・レビューの全国展開に向けた体制整備の検討
- ・ 「こどもの事故防止に関する関係府省庁連絡会議」の開催等により、子供の事故防止に関する広報啓発の体制強化

- ・ 消費生活上の思わぬ事故を防ぐための注意点や豆知識を定期的に配信
- ・ 教育・保育施設等における窒息・誤嚥事故防止に向けて、啓発資料の作成・周知、時節をとらえた注意喚起等を継続して実施
- ・ 「食に関する指導の手引き」等による関係者への意識づけ、学校における事故発生時の対応が適切に行われるよう必要な周知・啓発を実施

③ 機能性表示食品等に関する当面の対応（P.38）

【当面の対応】

- ・ 「紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合」取りまとめ（令和6年5月）に基づき
- ・ GMP（適正製造規範）の要件化に当たっての体制整備
- ・ 安全性・機能性の課題について科学的知見からの意見を聞く仕組みの導入 等

【今回の事案を踏まえた更なる検討課題】

- ・ 取りまとめにおいて、「今回の事案を受け、食品業界の実態を踏まえつつ、サプリメントに関する規制の在り方、許可業種や営業許可施設の基準の在り方などについて、必要に応じて検討を進めることとする」とされ、関係省庁が連携し、必要な対応を行う
- ・ また、消費者庁長官の許可を得て、食品自体の特定の保健目的が期待できる旨の表示ができる「特定保健用食品」（トクホ）についても、「GMPの要件化」の措置を講じる

（２）消費者の自主的かつ合理的な選択・自律的な選択の機会の確保

① 公正な取引環境の確保（P.40）

- ・ 消費者安全法に基づく消費者に対する注意喚起、関係機関への情報提供等
- ・ 消費者契約法において、消費者契約全般に適用される包括的な民事ルールであることの意義等を多角的な見地から整理、既存の枠組みに捉われない抜本的・網羅的なルール設定の在り方を検討
- ・ 独占禁止法等に基づき競争政策を実施し、公正かつ自由な競争を促進
- ・ 独占禁止法違反行為等に厳正に対処、企業結合審査を迅速・的確に実施
- ・ 公正取引委員会の地方事務所等の体制強化・機能強化
- ・ 公正競争規約の積極的な活用等が行われるよう関係団体の支援
- ・ 「スマートフォンにおいて利用される特定ソフトウェアに係る競争の促進に関する法律」を着実に実行
- ・ 公共料金等の新規設定、変更に係る決定等にあたり、消費者に与える影響を十分に考慮し、料金の適正性の確保の観点から確認
- ・ POS データ等を活用して生活関連物資等の価格動向を的確に把握
- ・ JIS マークの正確かつ適正な規格が社会に浸透するよう対応

- ・ 事業者による内部通報対応体制整備を促進、内部通報制度の普及啓発、公益通報者保護法に基づく行政措置を的確に実施

② 悪質商法・隙間ビジネス（P.41）

【消費者被害の防止に向けた取組】

- ・ 特定商取引法・預託法を厳正かつ適切に執行
- ・ AI等の技術の導入等による法執行の迅速化・効率化、職権探知等の有効な活用による法執行の実効性の向上
- ・ 関係機関、地方公共団体等との相互補完の取組の強化、情報連絡等の促進
- ・ 特定商取引法その他の法律の執行体制について、情報収集から分析及び執行に至る一連のプロセスの戦略的な強化を図るとともに、執行に携わる職員等の人的リソースの確保や専門性の向上を通じた体制の充実を図る

【デジタルを用いた不適当な勧誘】

- ・ 特定商取引法における、最終確認画面において定期購入でないと人に誤認させるような表示等を禁止する等の規定の周知
- ・ SNS・チャットを介して申込みが行われる通信販売に注力した調査・法執行
- ・ 消費者に広告や最終確認画面のスクリーンショットの保存を呼び掛け
- ・ 悪質事業者に対する特定商取引法等の厳正な法執行、電子商取引及び情報取引等に関する準則の改定等による取引環境の整備等の取組を推進

【マルチ商法・悪質な勧誘、隙間ビジネス等への対応】

- ・ マルチ商法について、法令に違反する事実がある事業者に対し厳正に処分、必要に応じて予防策を含む対策の有効性を検討
- ・ 訪問販売や電話加入販売について、法執行の強化、業界団体における自主的取組を推進
- ・ 後出しマルチ・情報商材や副業サイトにおける消費者トラブルに関し、特定商取引法に違反する事実がある場合は厳正な法執行
- ・ 預託法の周知徹底、法令違反事業者に対する厳正な処分
- ・ 無登録で金融商品取引業を行っている疑いがある者に対し、積極的な実態把握・関係機関と情報共有、無登録事業者に対しては裁判所への申立て等を行い当該事業者の名称等を公表
- ・ 架空料金請求詐欺等の特殊詐欺、SNS型投資・ロマンス詐欺等の取締りを推進
- ・ 不当寄附勧誘防止法を適切に運用、同法の規定や趣旨の周知啓発
- ・ レスキューサービス等消費者トラブルの生じやすい事業形態について、関係行政機関等と連携し注意喚起、法に違反する事実があれば厳正かつ適切に対応

【不動産関連トラブルへの対応】

- ・ 賃貸住宅管理業の適正な運用を確保、消費者への情報提供
- ・ 悪質なリフォーム業者に関する注意喚起等消費者への情報提供、安心 R 住宅制度の推進、リフォーム瑕疵保険等の保険制度を通じた消費者保護
- ・ 賃貸集合住宅等における LP ガス料金の不透明な商慣習に対する制度改正の内容について、不動産関係団体や建設業者に対し引き続き周知、不動産関係団体に対し入居希望者への LP ガス料金に関する事前の情報提供を要請

③ 表示に関する制度の厳正な運用（P.43）

- ・ 景品表示法の適切な制度運用
- ・ 緊急事態に便乗した不当表示事案に対し厳正に対処
- ・ 家庭用品品質表示、住宅性能表示、省エネ性能表示の消費者への適切な周知
- ・ 医療法、医療広告ガイドラインの周知やネットパトロール事業による監視体制の強化

④ 食品表示制度の適切な運用と時代に即した見直しの検討（P.44）

【時代に即した食品表示への対応】

- ・ 食品表示懇談会で個別品目ごとの表示ルールを見直し、食品表示へのデジタルツールの活用について検討
- ・ 栄養成分表示について、活用を通じた健康作りの普及啓発、包装前面栄養表示等の検討
- ・ 食物アレルギー表示制度について、食物アレルギーの表示対象となる品目の取扱いを検討、正しくアレルギー表示が行われるよう周知啓発
- ・ 食品添加物表示制度について、「食品添加物の不使用表示に関するガイドライン」の普及啓発
- ・ ゲノム編集技術応用食品等について、情報収集、必要に応じて表示の取扱いの見直しを検討、ゲノム編集技術を利用して得られた食品等の取扱いに関する普及啓発
- ・ 加工食品の原料原産地表示制度について、必要に応じて新たな調査・見直し等を検討
- ・ 栄養機能食品について、摂取する上での注意事項等の見直しを検討
- ・ 保健機能食品及び特別用途食品について、制度を適切に運用、積極的な普及啓発

【適正な食品表示の確保】

- ・ 食品表示全体や産地情報の伝達の監視について、関係行政機関等との愛他で重層的かつ緊密な連携体制を維持して効率的・効果的に執行

- ・ 事業者が安全性に関する食品表示基準に従った表示がなされていない食品を自主回収する場合に、行政機関への届け出を義務付け
- ・ 食品表示制度について、表示制度の普及啓発、表示違反の未然防止の取組、分かりやすく活用される食品表示の実現に向けた取組の検討

(3) 消費者の紛争解決のための枠組みの整備 (P.45)

【消費者団体訴訟制度の更なる活用】

- ・ 消費者団体訴訟等支援法人制度を活用し、隣接分野と適格消費者団体等の連携促進、専門的知見の活用等の団体支援、環境整備
- ・ 消費者団体訴訟制度の活用のメリットを消費者・事業者に周知・広報
- ・ (特定) 適格消費者団体の適切な認定・監督
- ・ (特定) 適格消費者団体が持続可能に活動していくための新たな方策を検討

【ODRの推進】

- ・ ODRの推進策を具体化した取組を順次進める

(4) EBPMに基づく消費者政策の推進 (P.46)

【消費者行政全体における EBPM】

- ・ 消費者政策においても KPI を示し EBPM に基づき本計画を進める
- ・ 体系的に収集、整備した消費者政策に関する基礎データについて継続的に分析、国民に分かりやすい形で公表

【今後の取組】

- ・ 新未来創造戦略本部にて全国への発信を目指したモデルプロジェクトを実施、理論的・実証的な消費者政策研究を行い、関係行政部局等へ情報提供
- ・ 次期 PIO-NET における情報分析機能について、高度な検索・集計機能のほか、相談・消費者トラブル状況のビジュアライズ化などによる機能拡充、予測機能等最新技術の活用を積極的に検討

(以上)