平成29年度

消費者政策の実施の状況

平成29年度

消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告

第196回国会（常会）提出

この文書は、消費者基本法（昭和43年法律第78号）第10条の２の規定に基づき、政府が講じた消費者政策の実施の状況について報告するとともに、消費者安全法（平成21年法律第50号）第12条各項の規定に基づき各行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長から消費者庁に対し消費者事故等の発生に関する情報の通知があったもの等について、同法第13条第４項の規定に基づき集約及び分析を行い取りまとめた結果を報告するものである。

平成29年度

消費者政策の実施の状況

平成29年度

消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告

第196回国会（常会）提出

目　次

序

第１部　消費者問題の動向と消費者意識・行動

第１章　消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果等

第１節　消費者庁に通知された消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果　5

（消費者安全法の規定に基づき消費者事故等に関する情報を集約）…… 5

（2017年度に通知された「消費者事故等」は１万952件）…… 6

第２節　消費者庁に集約された生命・身体に関する事故情報等　12

（１）　事故情報データバンクに集約された生命・身体に関する事故情報等 ……12

（生命・身体に関する事故情報等は事故情報データバンクに一元的に集約）……12

（PIO-NETに収集された2017年度の危害・危険情報は１万3638件）……14

（消費生活用製品安全法の規定に基づき2017年度に報告された重大製品事故は845件）……16

（２）　医療機関ネットワーク・医師から収集された情報 ……16

（３）　生命・身体に関する事故情報の事例 ……18

（ゆたんぽによる事故）……18

（ライターに関する事故）……19

（女性ホルモン様の作用のある物質を含んだ健康食品による危害）……21

（高齢者の身の回りの事故）……23

第３節　消費生活相談の概況　25

（１）　2017年の消費生活相談の概況 ……25

（全国の消費生活相談は前年より増加）……25

（「通信サービス」に関する相談件数が突出）……26

（相談１件当たりの平均金額は長期的なすう勢としては減少傾向）……27

（属性別にみた2017年の相談状況）……28

（若者の相談はインターネット利用に関するものが中心）……31

（高齢者に関する消費生活相談件数は依然として高水準）……32

（認知症等の高齢者や障害者等の見守りが重要）……33

【コラム】障害者の消費者トラブルの未然防止・拡大防止に向けた基礎調査 ……36

（販売購入形態別にみた相談状況）……38

（トラブルになりやすい商法や手口に関する相談）……40
（２） 越境取引に関わる消費生活相談 ……42
（越境消費者センター（CCJ）の活動）……42
（CCJに寄せられた相談の特徴）……42
（「役務・サービス」、「衣類」に関する相談割合が増加） ……43
（事業者所在国は多様化が進む）……44
（決済手段は主に「クレジットカード」） ……45

第４節 最近注目される消費者問題 47
（１） 架空請求に関する相談の急増 ……47
（架空請求に関する相談件数が急増）……47
（中高年層から、法務省等をかたる架空請求のはがきに関する相談が急増）……48
（過去の架空請求との違い）……49
（相談時点で既に支払済みの相談は少ない）……49
（２） インターネットや情報通信に関連するトラブル ……50
（SNSをきっかけとした相談は引き続き増加傾向）……50
（「お試し」定期購入に関する相談件数が増加） ……51
（仮想通貨をめぐるトラブルの増加）……52
（３） 消費者が「売手」となる取引に関するトラブル ……53
（個人間売買に関するトラブルの急増）……53
（宅配買取りに関するトラブル） ……54
（４） 高齢者が巻き込まれる詐欺的なトラブル ……56
（「終活」に付け込んだ悪質な商法が目立つ） ……56
（訪問購入に関するトラブル）……56
（原野商法の二次被害に関する相談が急増）……57
【コラム】自分は使わないけれどまだ使えるもののリユース ……60

第５節 消費者被害・トラブルの経験と被害・トラブル額の推計 64
（１） 消費者被害・トラブルについての経験 ……64
（商品・サービスについての消費者被害・トラブルの経験）……64
（消費者被害・トラブルを誰かに相談･申出する人が減少） ……64
（消費者の多くは販売店に相談や申出をしている）……65
（２） 消費者被害・トラブル額の推計 ……66
（消費者被害・トラブル額の推計の考え方）……66
（2017年の消費者被害・トラブル額）……67

第６節 消費者を取り巻く環境変化の動向 68
（１） 家計消費、物価の動向 ……68
（社会経済活動の中で大きなウェイトを占める消費活動）……68

（家計の支出の４割超がサービスへの支出）……69
（2017年の個人消費は、緩やかに持ち直している）……69
（2017年の消費者物価は、生鮮野菜の価格高騰等により上昇）……69
（生鮮野菜の価格は2017年も後半にかけて上昇）……71
（ガソリンの店頭価格は2017年も上昇傾向）……71
（物価モニターの１年後の物価上昇期待は拡大傾向）……71
（消費者が一番物価の変動を感じるのは、ガソリン、生鮮食品、食料品）……74
（２）　ICTの利用が進む消費生活……76
（インターネット利用の拡大が進む）……76
（全世代でスマートフォンの保有率が増加）……76
（インターネットで行っていること）……77
（ネットショッピングの利用）……78
（インターネットを利用する取引は年々増加）……78
（幅広い商品やサービスの購入にネットショッピングを利用）……80
（インターネットを通じて行われる個人間取引の市場規模）……80
（インターネットを使っている時間）……81
（インターネットでの架空請求等のトラブル経験と対応の状況）……81
（SNSの利用状況）……83
（SNSを利用しているときのトラブル等の経験）……83
【コラム】高齢者のインターネット利用と「人付き合い」……86
（３）　商品やサービスを選ぶ際の消費者としての行動や意識……87
（積極的な行動を心掛ける消費者が多い）……87
（「価格」、「機能」、「安全性」を意識して商品・サービスを選択）……87
（商品・サービスの選択で意識することは男女で違いがある）……88
（30歳代以上は「接客態度」、「苦情対応」を意識するという人が多い傾向）……88
（広告などの注意書きや注釈に対する意識）……89
（４）　消費者被害・トラブルについての意識……91
（トラブルへの対処方法の準備・確認を心掛けている消費者は約３割）……91
（問題があった時に事業者への申立てを心掛けている消費者は約４割）……91

第２章　【特集】子どもの事故防止に向けて

第１節　子どもの事故を社会全体で防ぐ　94
（子どもの死因の上位は、「不慮の事故」）……94
（子どもの「不慮の事故（交通事故、自然災害を除く）」による死亡数は、長期的には大幅に減少）……95
（国際的には、OECD諸国平均程度）……97
（子どもの日常生活事故による救急搬送人員数は増加傾向）……97
（子どもの事故を社会で防ぐ）……98

第２節　子どもの事故状況　100
（１）　統計データからみる子どもの事故 …… 100
（０歳の人口当たり死亡数は他の子どもに比較して多い）…… 101
（15歳から64歳までの年齢層と比べて、子どもの人口当たり救急搬送人員数は多い）…… 101
（０歳の重篤以上の割合は他の子どもに比較して高い）…… 101
（女性より男性の方が事故が多い）…… 103
（子どもの事故は「ころぶ」、「落ちる」、「ものがつまる等」が多い）…… 103
（「おぼれる」、「やけど」は重症以上の割合が高い）…… 104
（２）　子どもの事故の内容 …… 105
（「ころぶ」：１歳で頻発）…… 105
（「落ちる」：７歳から14歳までの転落事故は主に屋外で発生し、症状が重い傾向）… 107
（「ものがつまる等」：食事にも誤えんによる救急搬送のリスクが）…… 110
（「おぼれる」：０歳から２歳までは浴槽が９割以上、年齢が高くなると河川）… 111
（「やけど」：食事に関係して発生）…… 114
（日常生活事故の関連器物は年齢と共に変化）…… 115
（子どもの事故内容は成長に伴って変化）…… 117

第３節　子どもの事故防止に関する意識・行動　119
（子育て中の人の方が、事故防止の知識を持っている）…… 119
（事故防止に役立つ取組は「保護者への注意喚起」）…… 121
（事故防止の正しい知識の修得は出産後に広がる）…… 121
（事故発生リスクの認識と対策でも、乳児は「ものがつまる等」、「落ちる」、「やけど」、「おぼれる」）…… 123
（事故防止に関する情報源は子どもの成長段階で異なる）…… 125
（子どもに理解させたい危険な場所は「道路や駐車場」、「水辺」）…… 127
（保育士の事故防止への認識や取組）…… 127

第４節　子どもの事故防止に向けた取組　129
（１）事故情報を収集し、分析・原因究明を行う取組 …… 129
①事故情報の収集 …… 129
（事故情報収集の仕組み）…… 129
②事故についての分析や原因究明 …… 130
（消費者安全調査委員会による事故等原因調査等）…… 130
（国民生活センターにおける商品テスト）…… 131
（NITEにおける事故情報の分析と原因の調査・究明）…… 131
【データ解析に基づいた子どもの傷害予防の取組：産業技術総合研究所】…… 132
（２）法令や任意規格等、社会におけるルールを定める取組 …… 133
①法令による安全の確保：消費生活用製品安全法における安全規制の強化 …… 133

（消費生活用製品安全法における危険性のある製品の規制）…… 133
（規制の追加：レーザーポインター、ライター、乳児用ベッドの事例）…… 133
②基準による安全の確保 …… 134
（JIS規格による製品の安全性の確保）…… 134
（新たな規格制定：子ども服のひも、ブラインドのひもの事例）…… 134
（規格の体系化：NITEによる「乳幼児用製品の安全規格体系」）…… 135
（国際規格ISO/IEC Guide50）…… 136
（事業者団体等による自主基準）…… 136
【公園や教育・保育施設での事故防止に関する取組】…… 137
（3） 安全に配慮された製品を使用できる環境整備に向けた取組 …… 138
①事故防止に配慮した製品の開発 …… 138
【柔らかく曲がる歯ブラシの開発】…… 138
②安全に配慮された製品を普及させるための取組：キッズデザイン賞 …… 138
③安全に配慮した製品であることを示すマーク表示 …… 139
④安全上の問題が生じる可能性のある製品の市場からの回収 …… 141
（リコール（製品を安全に使用するための回収・修理）情報）…… 141
（幼児向けリコール製品回収事業）…… 141
（4） 保護者等子どもの周囲にいる人への啓発の取組 …… 142
①地方公共団体による啓発活動事例 …… 142
（札幌市：様々な関係者に向けた啓発活動）…… 142
（福岡県：子育てを支援する高齢者に向けた啓発活動）…… 143
（徳島県：地域の関係団体が連携し、集中的に啓発）…… 143
（愛媛県西条市：事故の教訓をいかした安全対策の実施）…… 144
②専門家の知見をいかした啓発 …… 144
（医療関係者の取組：日本小児科学会、佐久医師会）…… 144
（5） 最近の政府における取組 …… 146
（「子供の事故防止に関する関係府省庁連絡会議」の設置）…… 146
（「子どもの事故防止週間」における啓発）…… 148
（国際的な共同キャンペーンの実施）…… 148
（消費者庁の活動：「子どもを事故から守る！プロジェクト」）…… 148
（「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）… 149

第5節　子どもを安全な環境で育てるために　150
（1） 行政機関に求められる取組 …… 150
（法令等による消費者の安全確保）…… 150
（子どもの事故に関する情報収集・原因究明の充実・強化）…… 150
（子どもの発達に合わせたタイムリーな情報提供を）…… 151
（母親だけでなく、子どもの周りにいる大人全員に届く啓発活動を）…… 151
（2） 事業者・事業者団体に求められる取組 …… 151

（安全の確保に向けた、事業者団体等の自主基準の作成等）…… 151
（より安全な商品・サービスの開発・提供）…… 152
（３） 子どもの周囲にいる大人に求められる事故を防ぐ行動 …… 152
（子どもの周囲にいる大人に、事故の防ぎ方を知ってもらう）…… 152
（月齢・年齢等によって起きる可能性のある事故を知る）…… 152
（事故が起きた後の応急手当について啓発を）…… 153
（事故を防止する行動につながる啓発・教育を）…… 153
（４） 幅広い連携によって、社会全体で事故防止を …… 153
（社会の中で、事故防止の取組を有機的に連携）…… 153
（地域ぐるみの取組で事故防止の効果を上げる）…… 154
（子どもの事故防止を社会に組み込み、持続可能な社会へ）…… 154
【コラム】地域全体で安全なまちづくりに取り組む～京都府亀岡市～ …… 156
【コラム】テーマを定めて、包括的に取り組む～東京都商品等安全対策協議会～ … 159
【コラム】社会のあらゆる領域へ多角的にアプローチ～セーフキッズジャパン～ … 160

第２部 消費者政策の実施の状況

第１章 消費者庁における主な消費者政策

第１節 消費者の安全・安心暮らし戦略 162
（１） 第４期消費者基本計画の策定に向けた検討 …… 162
（第４期消費者基本計画の検討について）…… 162
（２） 消費者基本計画工程表の改定のポイント …… 162
（消費者基本計画工程表について）…… 162
（消費者基本計画工程表改定（2017年６月）とそのポイント）…… 163
（３） 消費者の安全・安心暮らし戦略2017 …… 164

第２節 消費者の安全の確保 165
（１） 事故情報等の収集・発信、原因究明 …… 165
（２） 多様なツール、手段による情報発信／注意喚起 …… 165
（３） 消費者安全調査委員会（消費者事故調）の取組 …… 166
（玩具による乳幼児の気道閉塞事故報告書の公表）…… 167
（４） 食品安全に関するリスクコミュニケーション …… 169
（子供と保護者への食品安全に関する情報提供の取組について）…… 170
（パンフレット「健康食品Q＆A」及びリーフレット「健康食品５つの問題」について）…… 170
（食品安全に関する総合情報サイトについて）…… 171
【コラム】食品中の放射性物質に関するリスクコミュニケーション …… 173

第3節　表示の充実と信頼の確保 **175**
（1）　景品表示法の執行 …… 175
（2016年度に導入された課徴金制度の執行）…… 175
（2）　打消し表示に関する実態調査報告書 …… 176
（表示方法に問題のある打消し表示）…… 176
（表示内容に問題のある打消し表示）…… 176
（体験談を用いる場合の打消し表示）…… 177
（事業者における留意点）…… 177
（3）　食品表示の適正化の推進 …… 178
（食品表示制度の一元化について）…… 178
（新たな食品表示制度の適切な運用）…… 179
（新たな加工食品の原料原産地表示制度）…… 179
（機能性表示食品制度）…… 180
（栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育）…… 182
【コラム】時間貸し駐車場の料金表示（景品表示法上の考え方の公表）…… 184

第4節　適正な取引の実現 **185**
（1）　改正特定商取引法の施行 …… 185
（特定商取引法の改正）…… 185
（改正特定商取引法等の主な内容）…… 185
（2）　特定商取引法及び預託法の厳正かつ適切な執行 …… 187
（3）　仮想通貨の取引に関する注意喚起の実施 …… 189
（改正資金決済法・仮想通貨の概要）…… 189
（仮想通貨の取引に関する注意喚起）…… 189
（4）　インターネット上の消費者トラブルへの対応 …… 190

第5節　消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成 **191**
（1）　成年年齢引下げに対する対応 …… 191
（問題の背景）…… 191
（消費者庁の取組）…… 191
（成年年齢引下げを見据えた環境整備に関する関係府省庁連絡会議）…… 192
（2）　消費者教育 …… 193
（消費者教育推進法と消費者教育の推進に関する基本的な方針）…… 193
（消費者教育推進会議での議論）…… 193
【コラム】マスコットキャラクターへの消費者教育推進大使の委嘱 …… 195
（3）「エシカル消費」の普及・啓発 …… 196
（消費者行動・意識の変化と「エシカル消費」）…… 196
（「倫理的消費」調査研究会の活動）…… 196
（「エシカル消費」の普及・啓発に向けた今後の方策）…… 197

【コラム】エシカル消費に関するシンポジウム「エシカル・ラボinとっとり」を開催… 198
（４） 食品ロスの現状と削減に向けた取組 …… 199
（国内の状況）…… 199
（食品ロスに対する消費者の意識調査の結果）…… 199
（食品ロス削減に向けた取組）…… 200
（５） 消費者志向経営 …… 202
（消費者志向経営の推進）…… 202
（消費者志向自主宣言・フォローアップ活動）…… 202
（今後の推進活動について）…… 202
（６） 公益通報者保護 …… 204
（制度の実効性の向上のための取組）…… 204
（新未来創造オフィスにおける取組）…… 205

第６節 消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備 208
（１） 消費者団体訴訟制度の運用 …… 208
（消費者団体訴訟制度の概要）…… 208
（適格消費者団体等に対する支援）…… 208
（２） 消費者契約法の見直し …… 210
（法施行後の社会経済状況の変化）…… 210
（見直しの検討）…… 210
（改正法案の閣議決定、国会提出）…… 210
（消費者契約に関する制度の認知度）…… 210
【コラム】アダルトビデオ出演強要問題 …… 213
（３） ギャンブル等依存症対策の強化 …… 214
（４） 消費者政策の国際連携やグローバル化への対応 …… 215
（持続可能な開発目標（SDGs）の推進）…… 215
（日EU経済連携協定（EPA）及び環太平洋パートナーシップ協定（TPP）について）…… 216
（経済協力開発機構（OECD）における連携）…… 216
（OECD製品安全プロジェクトについて）…… 217
（国際消費者製品健康・安全機構会合（ICPHSO）への出席）…… 219
（海外の製品安全情報収集と日本の消費者への情報提供）…… 220
（国民生活センター越境消費者センター（CCJ）の取組と海外連携）…… 220
（５） 消費者政策の国際連携やグローバル化への対応 …… 222
（訪日外国人及び在留外国人の消費者トラブルへの対応）…… 222
（ベトナム消費者保護行政への協力）…… 223

第７節　国や地方の消費者行政の体制整備　224
（１）　地方消費者行政の現況 …… 224
（地方消費者行政の充実・強化）…… 224
（改正消費者安全法が2016年度から施行）…… 225
（消費生活相談員資格試験制度）…… 225
（消費者安全確保地域協議会の設置促進）…… 227
（消費者ホットラインの運用・周知）…… 227
（２）　新未来創造オフィスにおける新たな取組 …… 229
（新未来創造オフィスの開設）…… 229
（新未来創造プロジェクト）…… 230
（今後に向けて）…… 231
【コラム】「健康と生活に関する社会実験」プロジェクト …… 232

第２章　消費者政策の実施の状況の詳細

第１節　消費者の安全の確保　233
１．事故の未然防止のための取組 …… 233
（１）　身近な化学製品等に関する理解促進 …… 233
（２）　家庭用化学製品の安全対策のための「安全確保マニュアル作成の手引き」作成 …… 233
（３）　軽井沢スキーバス事故を受けた対応 …… 233
（４）　住宅・宅地における事故の防止 …… 234
（５）　基礎ぐい工事の適正な施工を確保するための取組 …… 234
（６）　まつ毛エクステンションによる危害の防止 …… 234
（７）　子供の不慮の事故を防止するための取組 …… 234
（８）　危険ドラッグ対策の推進 …… 235
（９）　臍帯血を用いた医療の適切な提供に関する検証・検討 …… 237
２．消費者事故等の情報収集及び発生・拡大防止 …… 237
（１）　事故情報の収集、公表及び注意喚起等 …… 237
（２）　緊急時における消費者の安全確保 …… 238
（３）　リコール情報の周知強化 …… 238
（４）　製品安全に関する情報の周知 …… 238
（５）　道路運送車両法に基づく自動車のリコールの迅速かつ着実な実施 …… 238
（６）　高齢者向け住まいにおける安全の確保 …… 239
３．的確かつ迅速な事故の原因究明調査と再発防止 …… 239
（１）　消費者安全調査委員会による事故等原因調査等の実施 …… 239
（２）　昇降機、遊戯施設における事故の原因究明、再発防止 …… 239
（３）　国民生活センターにおける商品テストの実施 …… 239
（４）　消費生活用製品安全法に基づく事故情報の分析と原因の調査・究明等 …… 240
（５）　製品等の利用により生じた事故等の捜査等 …… 240

（６）　製品火災対策の推進及び火災原因調査の連絡調整 …… 240
４．食品の安全性の確保 …… 240
（１）　食品安全に関する関係府省の連携の推進 …… 240
（２）　リスク評価機関としての機能強化 …… 240
（３）　食品安全に関するリスク管理 …… 241
（４）　食品の安全性に関するリスクコミュニケーションの推進 …… 241
（５）　輸入食品の安全性の確保 …… 243
（６）　食品中の放射性物質に関する消費者理解の増進 …… 244
（７）　農業生産工程管理（GAP）の普及推進 …… 244
（８）　中小規模層の食品製造事業者のHACCP導入の促進 …… 244
（９）　食品のトレーサビリティの推進 …… 245
（10）　食品関係事業者のコンプライアンスの徹底促進 …… 245
（11）　食品衛生関係事犯及び食品の産地等偽装表示事犯の取締りの推進 …… 245
（12）　流通食品への毒物混入事件への対処 …… 246
（13）　廃棄食品の不正流通事案 …… 246

第２節　表示の充実と信頼の確保　246
１．不当な表示を一般的に制限・禁止する景品表示法の普及啓発、厳正な運用 …… 246
（１）　景品表示法の厳正な運用及び執行体制の拡充 …… 246
（２）　景品表示法の普及啓発 …… 247
（３）　公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用のための支援 …… 247
２．商品・サービスに応じた表示の普及・改善 …… 247
（１）　家庭用品の品質表示の見直し …… 247
（２）　住宅性能表示制度の普及推進及び評価方法の充実 …… 247
（３）　省エネ性能表示の普及促進 …… 247
（４）　特殊開錠用具の所持の禁止等に関する法律に基づく指定建物錠の性能表示の適正な運用 …… 248
（５）　医療機関のホームページによる情報提供 …… 248
（６）　電気通信サービスにおける広告表示等の適正化 …… 248
３．食品表示による適正な情報提供及び関係法令の厳正な運用 …… 249
（１）　新たな食品表示制度（食品の機能性等を表示する制度を含む。）の円滑な施行等 …… 249
（２）　健康食品も含めた食品の表示・広告の適正化 …… 249
（３）　関係機関の連携による食品表示の監視・取締り …… 249
（４）　米穀等の産地情報の伝達の適正化 …… 250

第３節　適正な取引の実現　250
１．商品・サービス横断的な法令の厳正な執行、見直し …… 250
（１）　特定商取引法の執行強化 …… 250

（２） 特定商取引法の改正 …… 250
（３） 特定商取引法の適用除外とされている消費者保護関連法の必要な執行体制強化及び制度改正 …… 250
（４） 消費者契約法の見直し …… 251
（５） 消費者の財産被害に対する消費者安全法の厳正な執行等 …… 251
（６） 高齢者、障害者等の権利擁護の推進 …… 251
２．商品・サービスに応じた取引の適正化 …… 251
（１） 電気通信サービスに係る消費者保護の推進 …… 251
（２） 有料放送サービスに係る消費者保護制度の適切な運用 …… 253
（３） 詐欺的な事案に対する対応 …… 253
（４） 投資型クラウドファンディングを取り扱う金融商品取引業者等に係る制度の整備 …… 253
（５） 金融商品取引法に基づく適格機関投資家等特例業務（プロ向けファンド）に関する制度の見直し …… 253
（６） 不動産特定共同事業法の改正に伴う制度整備・運用 …… 253
（７） サーバ型電子マネーの利用に係る環境整備 …… 253
（８） 仮想通貨と法定通貨の交換業者についての対応 …… 254
（９） 安全・安心なクレジットカード利用環境の整備 …… 254
（10） 商品先物取引法の迅速かつ適正な執行 …… 254
（11） 旅行業における企業ガバナンスの強化及び弁済制度の在り方の見直し …… 255
（12） 住宅宿泊事業法の適正な運用 …… 255
（13） 民間賃貸住宅の賃貸借における消費者保護 …… 255
（14） 住宅リフォーム等における消費者保護 …… 255
（15） 高齢者向け住まいにおける消費者保護 …… 256
（16） 身元保証等高齢者サポート事業に関する消費者問題についての対応 …… 256
（17） 美容医療サービス等の消費者被害防止 …… 256
（18） 警備業務に関する消費者取引における情報提供の適正化及び苦情解決の円滑化 …… 257
（19） 探偵業法の運用の適正化 …… 257
（20） 電気・ガスの小売供給に係る取引の適正化 …… 257
（21） リスクの高い取引に関する注意喚起 …… 258
３．情報通信技術の進展に対応した取引の適正化 …… 259
（１） 特定商取引法の通信販売での不法行為への対応 …… 259
（２） 特定電子メールの送信の適正化等に関する法律に基づく行政処分等の実施 …… 259
（３） 迷惑メール追放支援プロジェクトの実施 …… 259
（４） インターネット上の消費者トラブルへの対応 …… 259
（５） 電子商取引環境整備に資するルール整備 …… 260
４．詐欺等の犯罪の未然防止、取締り …… 260
（１） 特殊詐欺の取締り、被害防止の推進 …… 260

（２） 被害の拡大防止を意識した悪質商法事犯の取締りの推進 …… 260
（３） 生活経済事犯に係る被害拡大防止に向けた犯行助長サービス対策等の推進… 260
（４） 偽造キャッシュカード等による被害の防止等への対応 …… 261
（５） ヤミ金融事犯の取締りの推進 …… 261
（６） フィッシングに係る不正アクセス事犯への対策の推進 …… 261
（７） ウイルス対策ソフト等を活用した被害拡大防止対策 …… 262
（８） インターネットオークション詐欺の取締り …… 262
（９） 模倣品被害の防止 …… 262
５．規格・計量の適正化 …… 262
（１） JIS規格等の国内・国際標準化施策の実施 …… 262
（２） 新たなJAS規格等の検討 …… 263

第４節　消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成　263

１．消費者政策の透明性の確保と消費者の意見の反映 …… 263
（１） 消費者政策の実施の状況の報告 …… 263
（２） 消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告 …… 263
（３） 消費者政策の企画立案のための調査の実施 …… 263
（４） 審議会等への消費者の意見を代表する委員の選任 …… 264
２．消費者教育の推進 …… 264
（１） 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進 …… 264
（２） 地域における消費者教育推進のための体制の整備 …… 265
（３）「消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）」の検討等 …… 265
（４） 消費者教育に使用される教材等の整備 …… 265
（５） 教育行政（学校教育・社会教育）と消費者行政の連携・協働（基盤的な情報の整備と体制作り） …… 266
（６） 学校における消費者教育の推進 …… 266
（７） 地域における消費者教育の推進 …… 267
（８） 家庭における消費者教育の推進 …… 268
（９） 事業者・事業者団体による消費者教育 …… 268
（10） 倫理的消費の普及啓発 …… 268
（11） 金融経済教育の推進 …… 268
（12） 法教育の推進 …… 269
（13） 各種リサイクル法の普及啓発 …… 269
（14） 食品ロス削減国民運動（NO-FOODLOSS PROJECT）の推進 …… 269
（15） 食育の推進 …… 270
３．消費者団体、事業者・事業者団体等による自主的な取組の支援・促進 …… 270
（１） 消費者団体等との連携及び支援等 …… 270
（２） 消費者志向経営の推進に向けた方策の検討・実施と情報提供、消費者団体と事業者団体との連携促進等 …… 271

（３） 公益通報者保護制度の推進 …… 271
４．公正自由な競争の促進と公共料金の適正性の確保 …… 272
（１） 競争政策の強力な実施のための各種対応 …… 272
（２） 公共料金等の決定過程の透明性及び料金の適正性の確保 …… 272
５．環境の保全に配慮した消費行動と事業活動の推進 …… 273
（１） 低炭素社会作りに向けた国民運動の推進 …… 273
（２） 循環型社会形成に向けた情報提供事業 …… 273
（３） 循環型社会に向けた普及啓発事業の実施等 …… 273
（４） 経済社会における生物多様性の保全と持続可能な利用の促進 …… 274
（５） 有機農産物を始めとする環境に配慮した農産物の理解と関心の増進 …… 274

第５節　消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備　274
１．被害救済、苦情処理及び紛争解決の促進 …… 274
（１） 消費者裁判手続特例法の適正な施行 …… 274
（２） 製造物責任法に関する裁判例の収集・分析 …… 275
（３） 消費者に関する法的トラブルの解決 …… 275
（４） 消費者紛争に係る裁判外紛争解決手続の実施 …… 275
（５） 金融ADR制度の円滑な運営 …… 276
（６） 商品先物ADR制度の円滑な運営 …… 276
（７） 住宅トラブルに関する紛争処理 …… 276
（８） 振り込め詐欺救済法に基づく被害者の救済支援等 …… 277
（９） 多重債務問題改善プログラムの実施 …… 277
（10） 自殺対策基本法に基づく総合的な自殺対策の強化 …… 278
（11） ギャンブル等依存症対策の強化 …… 278
（12） 生活困窮者自立支援法に基づく支援の推進 …… 279
２．高度情報通信社会の進展に対応した消費者利益の擁護・増進 …… 279
（１） 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 …… 279
（２） パーソナルデータの利活用に関する制度改正 …… 279
（３） マイナンバー制度の周知と適正な運用等 …… 280
３．消費生活のグローバル化の進展に対応した消費者利益の擁護・増進 …… 280
（１） 越境消費者トラブルへの対応の強化 …… 280
（２） 在留外国人の相談に対する体制の強化 …… 280
（３） 二国間・地域間・多国間における消費者問題に関する政策対話等の実施 …… 280
（４） 東南アジア諸国の消費者法制の整備・運用の支援 …… 281
（５） 経済協力開発機構（OECD）消費者政策委員会等の国際会議への積極的な参画 …… 281
（６）消費者保護及び執行のための国際ネットワーク（ICPEN）等を通じた消費者保護関係機関との国際的な連携 …… 281

第６節　国や地方の消費者行政の体制整備　281
１．国の組織体制の充実・強化 …… 281
（１）消費者行政体制の更なる整備等 …… 281
（２）消費者庁における国際担当の体制強化 …… 282
（３）消費者委員会の事務局体制の充実・強化等 …… 282
（４）障害者の消費者被害の防止策の強化 …… 282
（５）国民生活センターによる消費生活センター等への相談支援機能強化 …… 283
（６）消費者政策の推進等に向けた関係省庁等の連携強化 …… 283
（７）消費者・生活者を主役とする行政を担う国家公務員の意識改革 …… 283
（８）消費者からの情報・相談の受付体制の充実 …… 284
２．地方における体制整備 …… 284
（１）地方消費者行政の充実・強化に向けた地方公共団体への支援等 …… 284
（２）地域の見守りネットワークの構築 …… 285
（３）地方公共団体との政策・措置に関する情報等の共有 …… 285
（４）都道府県における法執行強化 …… 286
（５）「消費者ホットライン」の運用 …… 286
（６）消費生活以外の相談窓口に寄せられた消費生活に関する相談の誘導 …… 286
（７）消費生活相談情報の活用 …… 286
（８）国民生活センター相模原事務所研修施設での研修の実施 …… 286

別　表

資料編

資料編 …… 292

図表目次

図表Ⅰ-1-1-1　「消費者事故等」と「重大事故等」・「多数消費者財産被害事態」の関係 …… 6
図表Ⅰ-1-1-2　消費者安全法に定める消費者事故等の概念図 …… 7
図表Ⅰ-1-1-3　消費者安全法の規定に基づき消費者庁に通知された消費者事故等 …… 7
図表Ⅰ-1-1-4　生命身体事故等（重大事故等）の事故内容別の推移 …… 8
図表Ⅰ-1-1-5　歩行型除雪機による事故に関する注意喚起 …… 8
図表Ⅰ-1-1-6　生命身体事故等（重大事故等を除く）の事故内容別の推移 …… 9
図表Ⅰ-1-1-7　消費者庁に通知された財産事案の件数 …… 9
図表Ⅰ-1-1-8　通知された財産事案の内訳（2017年度）……10
図表Ⅰ-1-1-9　消費者安全法の規定に基づく注意喚起を実施した財産事案例（2017年度）……10
図表Ⅰ-1-1-10　詐欺被害相談をかたる手口の概要図 ……11
図表Ⅰ-1-2-1　生命・身体に関する事故情報の集約 ……12
図表Ⅰ-1-2-2　事故情報データバンクに登録されている情報 ……13
図表Ⅰ-1-2-3　危害・危険情報の件数 ……14
図表Ⅰ-1-2-4　危害情報の件数 ……15
図表Ⅰ-1-2-5　危険情報の件数 ……15
図表Ⅰ-1-2-6　報告された重大製品事故の件数 ……16
図表Ⅰ-1-2-7　医療機関ネットワーク事業 ……17
図表Ⅰ-1-2-8　医療機関ネットワークに収集された事故情報（2017年度）……18
図表Ⅰ-1-2-9　ゆたんぽの口金を閉めたまま加熱する誤使用の再現テストの様子 ……19
図表Ⅰ-1-2-10　ライターに関する事故の種類別件数 ……20
図表Ⅰ-1-2-11　使い捨てライターに異物が混入し、発生した残り火のイメージ…20
図表Ⅰ-1-2-12　プエラリア・ミリフィカを含む健康食品に関する危害件数の推移 ……21
図表Ⅰ-1-2-13　プエラリア・ミリフィカを含む健康食品に関する危害情報 ……22
図表Ⅰ-1-2-14　高齢者の転倒事故に関するリーフレット ……24
図表Ⅰ-1-3-1　消費生活相談件数の推移 ……25
図表Ⅰ-1-3-2　消費生活相談の商品・サービス別の件数・平均既支払額（2017年）……26
図表Ⅰ-1-3-3　平均契約購入金額・平均既支払額の推移 ……27
図表Ⅰ-1-3-4　契約購入金額総額・既支払額総額 ……27
図表Ⅰ-1-3-5　消費生活相談の属性（2017年）……28
図表Ⅰ-1-3-6　消費生活相談の性別・年齢層別の商品・サービス（2017年）……29

図表Ⅰ-1-3-7　消費生活相談件数の多い商品・サービス（年齢層別・2017年）…30
図表Ⅰ-1-3-8　若者の商品・サービス別上位相談件数（2017年）……31
図表Ⅰ-1-3-9　高齢者に関する消費生活相談　……32
図表Ⅰ-1-3-10　高齢者の商品・サービス別上位相談件数　……33
図表Ⅰ-1-3-11　認知症等の高齢者に関する消費生活相談件数　……34
図表Ⅰ-1-3-12　障害者等に関する消費生活相談件数　……34
図表Ⅰ-1-3-13　販売購入形態別消費生活相談割合の推移　……38
図表Ⅰ-1-3-14　販売購入形態別消費生活相談割合（年齢層別･2017年）　……39
図表Ⅰ-1-3-15　「インターネット通販」の商品・サービス別構成比（2017年）　…39
図表Ⅰ-1-3-16　トラブルになりやすい商法・手口　……41
図表Ⅰ-1-3-17　CCJが受け付けた相談件数と年齢層別割合　……42
図表Ⅰ-1-3-18　CCJが受け付けた相談の商品・サービス類型別割合　……43
図表Ⅰ-1-3-19　CCJが受け付けた事業者所在国別相談件数割合の推移　……44
図表Ⅰ-1-3-20　CCJが受け付けた事業者所在国別―トラブル類型別の相談割合（2017年）　……45
図表Ⅰ-1-3-21　CCJが受け付けたトラブル類型別―決済手段別の相談件数の推移　……46
図表Ⅰ-1-4-1　架空請求に関する消費生活相談件数　……47
図表Ⅰ-1-4-2　法務省等をかたる架空請求のはがき（例）……48
図表Ⅰ-1-4-3　架空請求のはがきに関する消費生活相談（性別・年齢層別・2017年）……48
図表Ⅰ-1-4-4　架空請求に関する消費生活相談（相談時点の支払状況）……50
図表Ⅰ-1-4-5　SNSが何らかの形で関連している消費生活相談件数　……51
図表Ⅰ-1-4-6　「定期購入」に関する消費生活相談件数 ……52
図表Ⅰ-1-4-7　「仮想通貨」に関する消費生活相談件数 ……53
図表Ⅰ-1-4-8　「個人間売買」に関する消費生活相談件数 ……54
図表Ⅰ-1-4-9　「宅配買取り」に関する消費生活相談件数 ……55
図表Ⅰ-1-4-10　「訪問購入」に関する消費生活相談件数 ……56
図表Ⅰ-1-4-11　訪問購入のトラブルに注意してください！　……57
図表Ⅰ-1-4-12　「原野商法」に関する消費生活相談件数 ……58
図表Ⅰ-1-4-13　「原野商法」の「二次被害」に関する既支払総額と相談１件当たりの既支払額　……58
図表Ⅰ-1-4-14　原野商法の二次被害に注意　……59
図表Ⅰ-1-5-1　購入商品や利用サービスでの消費者被害・トラブルの経験　……64
図表Ⅰ-1-5-2　被害・トラブルのあった商品・サービスについての相談・申出の有無　……65
図表Ⅰ-1-5-3　消費者被害・トラブルについて相談・申出をした相手　……65
図表Ⅰ-1-5-4　消費者被害・トラブル額の推計結果　……67
図表Ⅰ-1-6-1　名目国内総生産に占める家計消費等の割合（2017年）……68
図表Ⅰ-1-6-2　GDPにおける消費支出割合の国際比較（2016年）……68

図表I-1-6-3　財・サービス支出の内訳（2017年）……69
図表I-1-6-4　消費総合指数と実質総雇用者所得の動向 ……70
図表I-1-6-5　消費者物価指数の動向 ……70
図表I-1-6-6　消費者物価指数（生鮮野菜）の動向 ……72
図表I-1-6-7　ドバイ原油価格（円建て）と店頭ガソリン価格との比較 ……72
図表I-1-6-8　１年後の生活関連物資全般の物価動向について ……73
図表I-1-6-9　消費者が予想する１年後の期待インフレ率の推移 ……74
図表I-1-6-10　物価の変動を感じる品目 ……75
図表I-1-6-11　物価モニター調査対象品目（2015年４月以降）……75
図表I-1-6-12　年齢層別インターネット利用状況 ……76
図表I-1-6-13　年齢層別携帯電話保有率 ……77
図表I-1-6-14　インターネットでの行動 ……78
図表I-1-6-15　ネットショッピング経験の割合（年齢層別）……79
図表I-1-6-16　消費者向け電子商取引の市場規模の推移 ……79
図表I-1-6-17　１世帯当たりのネットショッピングを利用した項目別支出割合…80
図表I-1-6-18　スマートフォンやパソコン等の使用時間構成比（年齢層別）……81
図表I-1-6-19　インターネット利用での経験 ……82
図表I-1-6-20　インターネット利用での経験と対応方法 ……83
図表I-1-6-21　SNSの利用状況 ……84
図表I-1-6-22　SNSを利用しているときの経験 ……85
図表I-1-6-23　SNSを利用しているときの経験（年齢層別）……85
図表I-1-6-24　表示や説明を十分認識し、その内容を理解した上で商品やサービスを選択 ……87
図表I-1-6-25　商品やサービスを選ぶときに意識すること ……88
図表I-1-6-26　商品やサービスを選ぶときに意識すること（性別）……89
図表I-1-6-27　商品やサービスを選ぶときに意識すること（年齢層別）……90
図表I-1-6-28　打消し表示に対する普段の意識 ……91
図表I-1-6-29　トラブルに備えて、対処方法をあらかじめ準備・確認しておく…92
図表I-1-6-30　商品やサービスについて問題があれば事業者に申立てる ……93
図表I-2-1-1　2016年の子どもの死因上位５位 ……95
図表I-2-1-2　子どもの「不慮の事故（交通事故、自然災害を除く）」による死亡数の推移 ……96
図表I-2-1-3　子どもの「不慮の事故（交通事故、自然災害を除く）」における死因内訳 ……96
図表I-2-1-4　子どもの「不慮の事故（交通事故、自然災害を除く）」による年齢層別の死因内訳（2016年）……97
図表I-2-1-5　子どもの1,000人当たりの死亡数（2016年・OECD加盟国）……98
図表I-2-1-6　子どもの日常生活事故による救急搬送人員数の推移 ……99
図表I-2-1-7　事故防止への取組の流れ ……99
図表I-2-2-1　「不慮の事故（交通事故、自然災害を除く）」による人口当たり

の死亡数 …… 101
図表Ⅰ-2-2-2　日常生活事故による人口当たり救急搬送人員数と初診時危害程度 …… 102
図表Ⅰ-2-2-3　性別の日常生活事故による人口当たり救急搬送人員数 …… 103
図表Ⅰ-2-2-4　日常生活事故による救急搬送人員数の事故種別割合 …… 104
図表Ⅰ-2-2-5　子どもの日常生活事故の事故種別初診時危害程度 …… 105
図表Ⅰ-2-2-6　「ころぶ」の年齢別屋内外内訳 …… 106
図表Ⅰ-2-2-7　「落ちる」の年齢別初診時危害程度 …… 107
図表Ⅰ-2-2-8　「落ちる」の年齢別屋内外内訳 …… 108
図表Ⅰ-2-2-9　「転倒・転落」の年齢別死因内訳 …… 108
図表Ⅰ-2-2-10　「ものがつまる等」の食品と食品以外の割合 …… 110
図表Ⅰ-2-2-11　「おぼれる」の年齢別関連器物 …… 112
図表Ⅰ-2-2-12　「溺水」の年齢別死因内訳 …… 113
図表Ⅰ-2-2-13　「やけど」の年齢別初診時危害程度 …… 114
図表Ⅰ-2-2-14　救急搬送データにおける事故種別の関連器物上位 …… 116
図表Ⅰ-2-2-15　子どもの発達と起こりやすい事故 …… 117
図表Ⅰ-2-3-1　子どもの事故防止についての知識 …… 120
図表Ⅰ-2-3-2　子どもの事故防止についての認知度（子どもの年齢・父親母親別）…… 121
図表Ⅰ-2-3-3　子どもの事故防止に役立つと期待されている取組 …… 122
図表Ⅰ-2-3-4　子どもの事故に関するクイズ正答率 …… 123
図表Ⅰ-2-3-5　日常的な事故発生のリスクを気にしている割合（０歳児の保護者）…… 124
図表Ⅰ-2-3-6　日常的な事故発生のリスクを気にしている割合（０歳児の父親・母親）…… 124
図表Ⅰ-2-3-7　現在行っている事故対策（０歳児の保護者）…… 125
図表Ⅰ-2-3-8　子どもの事故防止に関する情報の入手先（０-６歳児の保護者）…… 126
図表Ⅰ-2-3-9　子どもに理解させたい危険（４-６歳児の保護者） …… 127
図表Ⅰ-2-3-10　応急手当方法の訓練経験 …… 128
図表Ⅰ-2-3-11　事故やヒヤリ・ハットを防ぐために園・地域・行政で取り組んでほしいこと …… 128
図表Ⅰ-2-4-1　製品事故の事例・気を付けるポイント（NITE） …… 132
図表Ⅰ-2-4-2　身体地図情報システム …… 132
図表Ⅰ-2-4-3　乳児用ベッドの使用上の注意事項（図表示・例）…… 134
図表Ⅰ-2-4-4　JIS L4129（具体的事例）…… 135
図表Ⅰ-2-4-5　乳幼児用製品の安全規格体系 …… 136
図表Ⅰ-2-4-6　健康器具系施設の例 …… 137
図表Ⅰ-2-4-7　柔らかく曲がる歯ブラシ …… 138
図表Ⅰ-2-4-8　キッズデザイン賞受賞作の展示 …… 139

図表Ⅰ-2-4-9　安全に配慮した製品であることを示すマーク表示 …… 140
図表Ⅰ-2-4-10　消費者庁「リコール情報サイト」…… 141
図表Ⅰ-2-4-11　幼児向けリコール対象製品に関するアンケートに回答する様子 …… 142
図表Ⅰ-2-4-12　様々な関係者に向けた啓発活動（札幌市）…… 142
図表Ⅰ-2-4-13　Injury Alert（傷害速報）のウェブサイト（日本小児科学会）… 144
図表Ⅰ-2-4-14　乳幼児で注意する食物とその予防について …… 145
図表Ⅰ-2-4-15　包括的なアプローチの推進 …… 146
図表Ⅰ-2-4-16　2017年度　子どもの事故防止について　関係府省庁の主な取組 …… 147
図表Ⅰ-2-4-17　「子どもの事故防止週間」ポスター …… 148
図表Ⅰ-2-4-18　アブナイカモ …… 149
図表Ⅱ-1-1-1　消費者基本計画工程表の改定事項・主要事項の概要について… 163
図表Ⅱ-1-1-2　消費者の安全・安心暮らし戦略2017 …… 164
図表Ⅱ-1-2-1　注意喚起と情報発信方法 …… 165
図表Ⅱ-1-2-2　高い関心を集める情報の迅速な提供 …… 166
図表Ⅱ-1-2-3　消費者安全調査委員会における事故等原因調査等の流れ …… 166
図表Ⅱ-1-2-4　消費者安全調査委員会案件一覧 …… 167
図表Ⅱ-1-2-5　玩具による乳幼児の気道閉塞事故の報告書（概要）…… 168
図表Ⅱ-1-2-6　啓発用の資料（動画、ペーパークラフト）…… 169
図表Ⅱ-1-2-7　食品の安全を守る仕組み（リスクアナリシス）…… 170
図表Ⅱ-1-2-8　消費者庁が実施したリスクコミュニケーションの実績 …… 170
図表Ⅱ-1-2-9　イベント当日の様子：「食と暮らしの安全」をテーマとしたセミナー、ワークショップ …… 171
図表Ⅱ-1-2-10　「健康食品Q＆A」、「健康食品５つの問題」…… 172
図表Ⅱ-1-2-11　消費者庁「食品安全に関する総合情報サイト」…… 172
図表Ⅱ-1-3-1　課徴金制度の概要 …… 175
図表Ⅱ-1-3-2　打消し表示が適切な表示方法で表示されているか否かを判断する要素 …… 176
図表Ⅱ-1-3-3　体験談の調査に用いた表示例 …… 177
図表Ⅱ-1-3-4　食品表示制度 …… 178
図表Ⅱ-1-3-5　新たな加工食品の原料原産地表示制度の概要 …… 180
図表Ⅱ-1-3-6　ご存知ですか？全ての加工食品の原材料の産地が表示されます！（消費者向けパンフレット・リーフレット）…… 181
図表Ⅱ-1-3-7　機能性表示食品制度とは …… 181
図表Ⅱ-1-3-8　規制改革実施計画（平成29年６月９日閣議決定）…… 182
図表Ⅱ-1-3-9　調査事業において使用している消費者教育資料 …… 183
図表Ⅱ-1-4-1　改正特定商取引法及び同法施行令 …… 186
図表Ⅱ-1-4-2　特定商取引法対象取引に関する消費生活相談件数及び行政処分件数の推移 …… 188

図表Ⅱ-1-5-1　契約当事者18-22歳の年度別消費生活相談件数（平均値）…… 191
図表Ⅱ-1-5-2　成年年齢引下げに対する消費者庁の取組 …… 192
図表Ⅱ-1-5-3　高校生（若年者）向け消費者教育教材「社会への扉」…… 194
図表Ⅱ-1-5-4　食品廃棄物等の発生状況等（概念図）…… 199
図表Ⅱ-1-5-5　食品ロス問題の認知度（年齢層別）…… 200
図表Ⅱ-1-5-6　「ろすのん」（食品ロス削減に向けた国民運動のロゴマーク）… 200
図表Ⅱ-1-5-7　消費者志向自主宣言・フォローアップ活動について …… 203
図表Ⅱ-1-5-8　消費者志向自主宣言の例 …… 203
図表Ⅱ-1-5-9　公益通報者保護法の概要 …… 204
図表Ⅱ-1-5-10　徳島県内における地方公共団体の通報受付窓口の整備促進 … 206
図表Ⅱ-1-5-11　市役所・町村役場等における通報・相談窓口設置状況（都道府県別）…… 207
図表Ⅱ-1-6-1　二段階型の訴訟制度 …… 209
図表Ⅱ-1-6-2　消費者契約法の一部を改正する法律案 …… 211
図表Ⅱ-1-6-3　消費者契約法に関する制度の認知度 …… 212
図表Ⅱ-1-6-4　消費者庁におけるギャンブル等依存症対策の取組の実施状況等 …… 214
図表Ⅱ-1-6-5　SDGsのゴール（目標）（出典：国連広報センター）…… 215
図表Ⅱ-1-6-6　SDGs　ジャパンロゴマーク…… 215
図表Ⅱ-1-6-7　「総合的なTPP等関連政策大綱」に関連する消費者庁の取組… 216
図表Ⅱ-1-6-8　OECD消費者政策委員会製品安全作業部会　本会合 …… 217
図表Ⅱ-1-6-9　OECDグローバル共同啓発キャンペーン家具転倒防止ウェブサイト …… 219
図表Ⅱ-1-6-10　家具転倒防止のための注意喚起 …… 219
図表Ⅱ-1-6-11　国際消費者製品健康・安全機構会合（ICPHSO）の様子 …… 220
図表Ⅱ-1-6-12　国民生活センター越境消費者センター（CCJ）での相談への対応の仕組み …… 221
図表Ⅱ-1-6-13　国民生活センター越境消費者センター（CCJ）が連携する海外機関 …… 222
図表Ⅱ-1-6-14　中国人観光客向けの注意喚起（中国語）、注意喚起の日本語訳・概要 …… 223
図表Ⅱ-1-7-1　「地方消費者行政強化作戦」の進捗状況 …… 225
図表Ⅱ-1-7-2　地方消費者行政強化交付金 …… 226
図表Ⅱ-1-7-3　改正消費者安全法に基づく消費生活相談員資格試験制度 …… 226
図表Ⅱ-1-7-4　地方公共団体における消費者安全確保地域協議会 …… 227
図表Ⅱ-1-7-5　消費者ホットライン188チラシ …… 228
図表Ⅱ-1-7-6　「消費者行政新未来創造オフィス」開設式の様子 …… 229
図表Ⅱ-1-7-7　「消費者行政新未来創造オフィス」の機能・業務 …… 229
図表Ⅱ-1-7-8　新未来創造プロジェクトの概要 …… 230
図表Ⅱ-1-7-9　徳島での調査の様子 …… 231

凡　例

1　用語

本報告で用いる用語の定義は、基本的には次のとおりとする。ただし、データの制約や分析目的に応じて異なった定義を用いる場合は、本文中で明記する。

（1）PIO-NET：独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）と都道府県、政令指定都市及び市区町村の消費生活センターや消費生活相談窓口（以下「消費生活センター等」という。）をオンラインネットワークで結んだ「全国消費生活情報ネットワークシステム」（Practical Living Information Online Network System）のこと。1984年に運用を開始し、消費生活に関して消費者から消費生活センター等に寄せられた相談情報が登録されている（個別の相談情報であるため、閉じられたネットワークで運用されている。）。蓄積された相談情報は、全国の消費生活相談窓口や消費者行政にとっての共有データとして、消費者トラブルを解決するための相談業務に役立てたり、情報を分析したりして、消費者トラブルの被害拡大や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。

本報告で用いるPIO-NETデータ（消費生活相談情報）は、原則として2018年３月31日までに登録された苦情相談で集計している。なお、PIO-NETデータは消費生活センター等での相談受付からデータベースへの登録までに一定の時間を要するため、相談件数データは今後増加する可能性がある。また、全国の消費生活センター等の相談窓口からの「経由相談」は除いて集計している。相談について、性別、年齢層別、職業別、地域別等の属性別に分析を行っているところは、当該相談のきっかけとなった商品・サービスの契約者を基準としている。

（2）消費者事故等：消費者安全法第２条第５項で定義される事故及び事態。事業者が供給する商品・サービスについて、消費者の使用・利用に伴って生じた生命や身体に影響する事故、虚偽・誇大広告その他の消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するような行為が事業者により行われた事態やそのおそれがあるもの。

（3）生命身体事故等：消費者事故等のうち、生命や身体に影響する事故及びそのおそれがあるもの。

（4）財産事案：消費者事故等のうち、生命・身体事案を除いたもの。虚偽・誇大広告その他の消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するような行為が事業者により行われた事態及びそのおそれがあるもの。

（5）重大事故等：生命身体事故等のうち、死亡や30日以上の治療を要するけが等、被害が重大であった事案やそのおそれがあるもの。

（6）CCJ：国民生活センター越境消費者センターの略称。越境取引における日本の消費者と海外の事業者、海外の消費者と日本の事業者との間の取引において発生した紛争の解決支援を行っており、国民生活センターからの委託を受けた事業者が相談窓口を設け、相談情報を蓄積している。

（7）新未来創造オフィス：消費者行政新未来創造オフィスの略称。2017年７月24日、消費者庁と国民生活センターが、実証に基づいた政策の分析・研究機能をベースとした消費者行政の発展・創造の拠点として、徳島県に開設した。

2　年号表記

本報告は、閣議決定を経て国会に提出する年次報告であり、表題は元号表記となっているが、本文中では、経済活動において西暦表記が用いられることが多いこと、海外データとの比較が必要となる部分もあること、グラフにおいては西暦表記の方がなじみやすいと考えられることから、原則として西暦表記を用いている。

3　法令名の略称

本報告で用いる主な法令の名称及び番号は次のとおりである。また、特に断りがない限り、基本的に以下の略称を用いる。

法　令　名	略　称	番号
食品衛生法		昭和22年法律第233号
日本農林規格等に関する法律	JAS法	昭和25年法律第175号
出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律	出資法	昭和29年法律第195号
割賦販売法		昭和36年法律第159号
家庭用品品質表示法		昭和37年法律第104号
不当景品類及び不当表示防止法	景品表示法	昭和37年法律第134号
消費者基本法（消費者保護基本法）		昭和43年法律第78号
消費生活用製品安全法		昭和48年法律第31号
有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律	家庭用品規制法	昭和48年法律第112号
特定商取引に関する法律	特定商取引法	昭和51年法律第57号
貸金業法		昭和58年法律第32号
特定商品等の預託等取引契約に関する法律	預託法	昭和61年法律第62号
製造物責任法	PL法	平成６年法律第85号
住宅の品質確保の促進等に関する法律	住宅品確法	平成11年法律第81号
消費者契約法		平成12年法律第61号
電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律		平成13年法律第95号
特定電子メールの送信の適正化等に関する法律		平成14年法律第26号
健康増進法		平成14年法律第103号
独立行政法人国民生活センター法	国民生活センター法	平成14年法律第123号
食品安全基本法		平成15年法律第48号
個人情報の保護に関する法律	個人情報保護法	平成15年法律第57号
公益通報者保護法		平成16年法律第122号
米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律	米トレーサビリティ法	平成21年法律第26号
消費者庁及び消費者委員会設置法		平成21年法律第48号

法　令　名	略　称	番号
消費者安全法		平成21年法律第50号
消費者教育の推進に関する法律	消費者教育推進法	平成24年法律第61号
消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法	消費税転嫁対策特別措置法	平成25年法律第41号
食品表示法		平成25年法律第70号
消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律	消費者裁判手続特例法	平成25年法律第96号

4　調査

主として使用している調査の概要は次のとおりである。なお、調査結果におけるNは質問に対する回答者数。M.T.はMultiple Totalの略で、回答数の合計を回答者数（母集団も標本サイズも「N」とする。）で割った比率。複数回答ができる質問では通常その値は100％を超える。

（1）消費者意識基本調査

日頃の消費生活での意識や行動、消費者事故・トラブルの経験等を聞き、消費者問題の現状や求められる政策ニーズ等を把握するために、消費者庁が毎年度実施している調査。2017年度の概要は次のとおり。

ア　調査項目

消費生活における意識や行動、インターネット利用、不要品の処分、SNSの利用、消費者事故・トラブル、子供の事故防止、消費者政策への評価、消費者契約。

イ　調査対象

（ア）母集団：全国の満15歳以上の日本国籍を有する者

（イ）標本数：10,000人

（ウ）抽出方法：層化２段無作為抽出法

ウ　調査期間

2017年11月３日～30日

エ　調査方法

訪問留置・訪問回収法（調査員が調査票を配布、回収する方法）

オ　有効回収数（率）

6,255人（62.6％）

（2）地方消費者行政の現況調査

地方公共団体における消費者行政の現況を把握することを目的に、消費者庁（2007年度以前は内閣府）が毎年実施している調査。概要は次のとおり。

ア　主要調査項目

地方公共団体における消費者行政を担当する組織、職員配置、予算、事業の動向等。

イ　調査時点

各年４月１日現在（直近の調査は、2017年４月１日現在）

（３）風評被害に関する消費者意識の実態調査

福島県を含めた被災県の農林水産物等について、消費者が買い控え行動をとっている場合の理由等を調査し、今後のリスクコミュニケーションでの説明内容を始めとする各般の風評被害対策及び消費者理解の増進に関する取組に役立てることを目的に、消費者庁が実施している調査。概要は次のとおり。

ア　調査項目

放射線等の基礎的な知識や人体影響についての理解、食品の購入に際しての考え方、食品中の放射性物質の基準値に関する考え方、出荷制限に関する情報入手の状況等

イ　調査対象

20～60歳代の男女、インターネットモニター（有効回答数5,176人）

ウ　調査対象地域

被災県及び被災県産農林水産物の主要仕向先県等（岩手県、宮城県、福島県、茨城県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、大阪府、兵庫県）

エ　調査時期

（第１回）2013年２月14日～15日
（第２回）2013年８月24日～28日
（第３回）2014年２月14日～19日
（第４回）2014年８月25日～31日
（第５回）2015年２月６日～12日
（第６回）2015年８月11日～17日
（第７回）2016年２月４日～９日
（第８回）2016年８月17日～23日
（第９回）2017年２月２日～10日
（第10回）2017年８月24日～28日
（第11回）2018年２月１日～５日

オ　調査方法

インターネット調査

序

「誰一人取り残されない」社会の実現を目指し、持続可能な世界を構築するために、2015年９月に国連で、2030年までの国際目標として持続可能な開発目標（SDGs）が採択されました。SDGsは発展途上国のみならず、先進国も取り組むものであり、全ての関係者の役割を重視しています。日本政府は、「持続可能で強靱、そして誰一人取り残さない、経済、社会、環境の統合的向上が実現された未来への先駆者を目指す」ことをビジョンとして、2016年12月に「SDGs実施指針」を策定するなど、積極的に取り組んでいます。

SDGｓのビジョンは、消費者行政が目指すものに通じます。消費者を取り巻く環境は、少子高齢化が一層進行し、情報化が著しく進展していること等により変化しており、これに伴い消費生活や消費行動、消費者トラブルや消費者被害の内容も変化しています。これらの変化に、消費者行政として適切に対応していくために、経済、社会、環境といった持続可能な社会の構築に向けた要素を考慮した上で、消費者行政の実施体制を充実・強化し、また、整備してきた制度を積極的に活用するなど、消費者の利益の擁護・増進を図ることが必要です。その際、消費者トラブルや消費者被害に遭った消費者に寄り添いながら、相談、被害回復、拡大・再発防止等に取り組むことが重要です。

2018年の消費者月間のテーマは、「ともに築こう　豊かな消費社会～誰一人取り残さない～」です。消費者庁は、安全・安心で豊かな社会の実現に向けた取組を通じて、SDGｓの達成に寄与します。また、こうした社会の実現に向けては、行政のみならず、消費者、事業者といった様々な主体がそれぞれの役割について考え、行動することが重要です。

「消費者政策の実施の状況」は、2012年の消費者基本法改正を受けて2013年度から作成・報告しており、今回が６回目の報告です。併せて、消費者安全法の規定に基づく「消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめの結果の報告」を行っています。

第１部「消費者問題の動向と消費者意識・行動」では、第１章「消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果等」において、消費者安全法の規定に基づいて消費者庁に通知された消費者事故等を始めとした事故情報等や、全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談情報に基づく、消費者被害・トラブルの状況、さらに消費者被害・トラブル額の推計等について取り上げています。

消費者安全法の規定に基づき2017年度に消費者庁に通知された消費者事故等は、１万952件です。生命身体事故等については、重大事故等が1,280件であり、通知を端緒に歩行型除雪機による事故について注意喚起を実施しています。財産事案については、消費者安全法の規定に基づき、有名な組織等をかたる手口等について事業者名公表の注意喚起を実施しています。消費者庁には、この消費者安全法の規定に基づく通知に加えて、様々な機関からの事故情報等が集約されています。集約された情報を活用し、2017年度には、ゆたんぽによる事故、ライターの残り火等による事故、女性ホルモン様作用のある物質を含んだ健康食品による危害等について、注意喚起を実施しました。

2017年に全国各地の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談件数は、91.1万件と、前年（89.1万件）を上回り、依然として高水準です。2017年は、法務省等をかたる架空請求のはがきに関する相談が多数寄せられました。また、近年の傾向として、デジタルコンテンツやインターネット接続回線等、情報通信に関連するトラブルの相談が24.7万件と突出しており、相談全体の約３割を占めています。インターネットが消費者の生活に一層浸透し、特にスマートフォンの普及により、高齢者を含めた幅広い年齢層で、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を通じたコミュニケーション、インターネット通販の利用、インターネットを利用した個人間売買等が行われるようになりました。これに伴って、関連するトラブルの相談が増加します。また、仮想通貨に関するトラブルや、高齢者を中心に、不要品を整理・処分しようとした際の訪問購入によるトラブル、かつて原野商法の被害に遭った者が所有している土地の売却に関する二次被害に遭う等のトラブルが目立っています。

消費者庁「消費者意識基本調査」（2017年度）によると、この１年間に何らかの消費者被害・トラブルを受けた経験があると回答した消費者の割合は、9.5％です。このような調査結果を活用して、消費者被害・トラブル額を推計したところ、「既支払額（信用供与を含む。）」ベースで約5.3兆円となりました。

第２章では、特集のテーマとして「子どもの事故防止」を取り上げました。少子高齢化が進展する中で、未来を担う子どもたちが健やかに育っていくことは、社会全体の願いです。子どもが事故により亡くなるという状況は年々減少していますが、子どもの死因の中では、いまだに上位を占めます。子どもの事故防止に向けては、更なる取組を進めていく必要があります。

子どもは小さな大人ではありません。子どもの事故には、発達段階に応じて、起こりやすい事故の傾向があります。０歳では、ベッドや抱っこひもからの「落ちる」、就寝時の窒息といった事故、歩き出した１～３歳では、おぼつかない足取りから「ころぶ」、階段から「落ちる」、風呂で「おぼれる」、口に物を入れて「つまる」といった事故、走り回るようになった４～６歳では、「ころぶ」、「落ちる」といった事故、自分で行動できる範囲が広がる７～14歳では、高所から「落ちる」、海・河川などで「おぼれる」といった事故など、事故の内容は、子どもの運動機能、日々の過ごし方と関わりがあります。

大人にとっては思いもよらぬ行動であっても、子どもにとっては自然な行動であることがあり、子どもの事故の特徴等を理解することで、「想定外と認識されていた事故」を「予測できる事故」として、安全対策を講じ、事故のリスクを軽減することができます。このため、事故情報の収集・分析、原因究明、その結果を踏まえた、法令・規格等の整備・見直し、消費者への注意喚起等の対策を講じていく必要があります。

子どもの事故を始め、生命身体に関する事故情報は、前述のように、消費者安全法の規定に基づく通知、「事故情報データバンク」、医療機関ネットワーク事業等を通じて、様々な機関から消費者庁に集約されています。こうした事故情報等に基づき原因究明が行われ、消費者安全対策調査委員会では、例えば、玩具がどのように乳幼児の気道を閉塞するかといった気道閉塞のメカニズムを明らかにしています。

消費者が安全な商品・サービスを利用で

きるよう、法令や基準・規格により、製造・販売の規制や安全確保のための仕様等が定められています。これらは、子どもの事故の発生等に応じて、整備・見直しがされています。例えば、消費生活用製品安全法については、子どもの事故を踏まえ、ライターが規制対象品目に追加されました。また、乳児用ベッドについては、表記すべき使用上の注意事項が追加される等、安全運用基準の改正が行われました。規格についても整備・見直しが行われており、例えば、JIS（日本工業規格）では、子ども服のひも・フードについて、新たな規格が制定されました。また、独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）では、子どもを傷害事故から守るための国際規格ISO/IEC Guide50等を基本規格として、乳幼児用製品の安全規格の体系を策定しました。事業者団体が、製品安全に関する自主基準を定め、適合する製品にマークを表示する取組もあります。

事業者においては、このような法令等に定められた安全基準を遵守して、製造・販売することが必要ですが、さらに、自らの創意工夫によって、より消費者のニーズに寄り添って、より安全な商品・サービスの開発・提供を行っています。こうした安全に配慮された優れた製品を、社会に普及・啓発させるために、民間団体による顕彰等の取組も行われています。

子どもの事故に関する情報、事故を防ぐための知識等についての消費者に対する周知や啓発活動は、国、地方公共団体、民間団体等により、様々な形で行われています。国では、関係府省庁が連携し、2017年度から、「子どもの事故防止週間」を設け、共通テーマを掲げて集中的に広報等を実施しています。地方公共団体では、子育てイベントでの啓発活動、出張講座、子育て支援者への講習、事故の教訓をいかした取組等がみられます。また、医療関係者等が、診療において集められた情報や専門知識を活用した情報発信等を行っている取組もあります。

こうした様々な情報提供は、子どもの月齢や年齢等、成長に合わせて実施されることで、より効果的になると考えられます。今後、新しい技術・サービスの開発等により、子ども一人一人の成長に合わせて、必要な情報が必要とされるタイミングで届けられるようになることが期待されます。

また、消費者庁「消費者意識基本調査」（2017年度）及び「子どもの事故防止調査」（2017年度・保護者アンケート）では、現在、子どもがいる人の方が、全体平均に比べて、また、母親の方が父親に比べて事故防止に関する認識が強いことが分かりました。母親は父親に比べて事故防止に関する情報源として、「行政」や「学校等」からの情報を利用している割合が高く、情報がどちらかといえば母親に届きやすくなっていると考えられます。母親だけではなく、父親、祖父母、地域の人が子育てを担うようになってきたことを踏まえると、より幅広い人に必要な情報を届けることが求められています。

子どもの事故防止について、保護者は「目を離さないでください」と言われがちです。しかし、子育てで多忙な時期に、常時、目を離さないでいることは事実上困難です。子どもの事故は保護者だけで防ぐのではなく、様々な関係者が、事故情報を収集、原因究明、対策の検討・実行、効果検証にそれぞれ取り組み、これらが社会全体として事故を防止する取組として有機的に機能することが求められます。取組は多岐にわたるため、関係者の連携を図っていくことが重要です。例えば、京都府亀岡市では、保育園に通う園児を対象として、地域の関係

者で連携した包括的な取組を実施し、効果を上げています。

子どもを取り巻く生活環境、子どもの身の回りにある商品・サービスは、時代と共に変わります。これに応じて、子どもの事故の様態やリスクも変わります。子どもが安全・安心な社会で健やかに育つために、行政、事業者、保護者、保育関係者、医療関係者、地域社会等、子どもの安全に関わるあらゆる主体が当事者として、継続的に行動していくことが求められます。

第２部「消費者政策の実施の状況」は、消費者基本法の規定に基づき、政府の消費者政策の実施状況について報告するものです。

第１章では、消費者庁が取り組んだ最近の消費者行政の主要政策について紹介しています。2017年度には、特定商取引法の一部を改正する法律が施行されました。消費者団体訴訟制度の機能強化については、国民生活センター法等の一部を改正する法律が成立・施行されたほか、新たに、特定適格消費者団体として１団体、適格消費者団体として３団体を認定しています。また、景品表示法、特定商取引法、預託法については、厳正かつ適切に執行しています。食品表示制度については、2017年９月から全ての加工食品に原料原産地表示を導入する新たな表示制度を開始しました。消費者志向経営の取組については、2018年３月末時点で、78事業者が自主宣言を公表しています。地方消費者行政の一層の強化については、2018年度から、「地方消費者行政強化交付金」を創設し、これまでの消費生活相談体制の整備等と共に、国として取り組むべき重要消費者政策への取組を支援します。さらに、2017年７月には、「消費者行政新未来創造オフィス」を開設し、様々な分析・研究、実証実験等のプロジェクトを進めています。プロジェクトの一つとして、公益通報者保護制度については、徳島県及び県内市町村との連携による公益通報の受付窓口の整備を進めました。

第２章では、2017年度の消費者政策の実施状況について、消費者基本計画に規定された項目に沿って、消費者庁及び関係府省が分担執筆しており、消費者行政の各分野の取組を報告しています。本報告は、消費者基本計画の実施状況の検証・評価（フォローアップ）としての機能も兼ねています。

また、資料編として、消費者事故等の状況、消費者庁が行った法執行・行政処分・各種情報提供についても掲載しています。