

1 人口減少や高齢化が一段と進展する2030年、更には2040年を見据え、消費
2 生活相談のDXの検討を進める。まずは、2026年度にPIO NETの新システムに
3 円滑に移行することを最優先とし、地方の現場の状況をしっかりと把握しつ
4 つ、消費者や地方公共団体の職員・消費生活相談員への十分な情報提供等
5 を行う。また、若年層を中心にコミュニケーション手段に変化が見られること
6 等を踏まえ、消費者向けFAQの充実など消費者の自己解決支援を強化する。
7 その上で、相談業務の効率化・高度化や消費生活相談員の負担軽減等の観点
8 から、新システムの機能を段階的に拡充していくとともに、相談データの分
9 析機能の強化や有効活用、効率的・効果的な情報提供に取り組んでいく。更
10 には、新システムの効果や技術の進展等を見定めつつ、人口減少・高齢化等
11 に対応し、デジタル技術も活用したより効率的・効果的な地方消費者行政の
12 体制構築に向けて、国・地方が連携しつつ、地域の実情に応じて取り組む。

13 また、消費者ホットライン188の認知度に課題があることを踏まえ、認
14 知度向上のための取組を継続する。

15 16 ③ 地域における見守り活動、消費者教育の充実

17 高齢化・単身世帯化の更なる進展により、配慮を要する消費者への対応を
18 強化する必要がある。そのため、消費者安全確保地域協議会の活性化や見守
19 り活動の充実を地域の実情に応じて促進する。その際、消費者行政部局のみ
20 ならず、福祉、教育、防災部局など地方公共団体の関連する部局、警察、地
21 域包括支援センター等との連携や、消費者団体福祉関係事業者・団体、まち
22 づくり・地域づくり活動団体、金融機関・小売・流通事業者等、更には消費
23 生活協力員や民生委員等の多様な主体の連携により、人口規模や地理的な環
24 境等を踏まえ、柔軟かつ重層的な取組を促進する。消費者庁は、先進的なモ
25 デルの創出や優良事例の抽出、これらの横展開等に取り組むとともに、ガイ
26 ドラインの充実など制度面の整備に取り組む。こうした取組により、消費者
27 被害の防止に資する情報が必要とされる消費者に着実に届けられるととも
28 に、被害の発見や消費生活センター等への取次ぎによる被害の救済に向けた
29 ネットワークの構築・強化を促進する。

30 「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（平成25年6月28日閣議決定、
31 令和5年3月28日変更）に基づき、消費生活センターは、地域社会における
32 消費者教育推進の拠点としての役割を果たす。合理的な意思決定ができる消
33 費者を増やし、消費者被害の未然防止を進めるため、各地域の消費者行政部
34 局・消費生活センターにおいて、法教育、金融経済教育及び情報教育等の消
35 費者教育と密接に関連する分野との連携強化も図りながら、消費者教育を推
36 進する。

④ 地方消費者行政予算の拡充の促進と国の支援の充実

地方消費者行政には地方交付税措置が講じられている中、これまで消費者庁から各地方公共団体に対して自主財源の確保を促してきたところ、各団体の尽力もあり自主財源の総額は増加傾向で推移している。今後とも地方公共団体の首長等への働きかけを継続し、自主財源の拡充を促進するとともに、地方消費者行政強化交付金をこれまでの成果等を踏まえつつ、地方消費者行政を取り巻く課題に適切に対応できるものに見直していくなど国の支援を効果的に組み合わせることで、地方消費者行政の機能維持・充実につなげていく。

(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)

消費者が信頼できる公正な環境の下、商品・サービスにおいて消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保されることは消費者の権利の一つであり、消費者政策の基本理念でもある。

同時に、消費者が確かな情報に基づき商品・サービスを選ぶことを通じて、事業者が消費者のニーズに合った商品・サービスの開発を競い合い、より多くのより良い商品・サービスが提供されることが期待される。

事業者間の公正かつ自由な競争を促進することを通じた一般消費者の利益の確保等を目的とする競争政策は、消費者政策との関連でも重要な役割を果たしており、両政策の連携をより一層強化していく。

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

(事業者の役割)

消費者と事業者の関係は、共創・協働するパートナーであり、事業者が持続可能な社会の形成に向け、消費者全体の視点に立った事業、即ち消費者志向経営を行うことはより良き市場の実現につながる。

また、自己の供給する商品・サービスに関し、環境の保全に配慮するとともに、事業活動に関して自らが遵守すべき規律を作成するなど、消費者の信頼を確保するよう努める。

このため、事業者及び事業者団体は、引き続き消費者基本法や消費者契約法に規定されている役割、或いは消費者志向経営の趣旨を踏まえ、持続可能な社

1 会の形成に向けて消費者全体の視点に立った事業活動に取り組んでいく。

3 (事業者に対する様々な規律手法の考慮)

4 事業者には、意図的・積極的に消費者被害を発生させ、あるいは消費者被害
5 が発生した場合にその解消・救済を拒否するような悪質な事業者もいれば、消
6 費者被害を起こさないわけではないが意図的に起こそうとはしているわけ
7 ではなく、消費者被害の発生・拡大防止や解消・救済に積極的に取り組むといっ
8 た優良な事業者もある。優良な事業者については、常に制裁を科すのではなく
9 事業者が不適切な状況を是正することを許容し評価する仕組みを取り入れる
10 ことが有益である。そのことが、優良な事業者が立法過程において消費者法に
11 懸念や抵抗感を抱くことを軽減することにも繋がると考えられる一方、悪質な
12 事業者に対しては、行政規制だけではなく罰則も視野に入れた対応が必要であ
13 る。

14 消費者法の設計に当たっては、このような事業者の性質に応じてグラデーシ
15 ョンのある規律とすることが必要である。

17 (2) 消費者への期待

19 (消費者への期待)

20 消費者においては、昨今の複雑・多様かつ急激に変化する取引環境にあつて
21 は、自らを含む誰もが多様な脆弱性を有し、消費者トラブルに遭う可能性があ
22 るということをまずは認識することが重要である。その上で、消費者トラブル
23 による深刻な被害を防ぐためには、法令等による規律とともに、消費者が率先
24 してデジタル時代に求められる消費者力³⁶を習得する等により、自らが消費者
25 トラブルに巻き込まれないよう努めること不可欠であり、消費者においては、
26 こうした意識をもって消費行動を行うことが望まれる。

27 また、事業者の問題行動等に対する申入れを適切な方法で行うことや、情報
28 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行わない
29 等の行動により、結果として、事業者や他の消費者と共創・協働の関係が築か
30 れ、健全な市場形成に積極的に参加することが期待される。

31 こうした行動は、消費者トラブルの回避のみならず、悪質事業者の排除や犯
32 罪・テロ資金供与の防止等を通じて、より良い社会の実現に貢献するものであ
33 る。

³⁶ これまでも必要とされた「気づく・断る・相談する」という基礎的な力と併せて、デジタルサービスの仕組みやリスクへの理解、情報に対する批判的思考力、適切に情報を収集・発信する力のアップデートを続けていくことが考えられる（令和6年度消費者月間）

1 また、「賃金と物価の好循環」を実現させるためには、付加価値やコストを
2 適切に価格に転嫁できる環境が必要であるということについて、消費者が理解
3 したうえで行動することが期待される。

4 5 **(消費者団体との連携)**

6 消費者団体は、消費者の埋もれがちな声を集約し、具体的な意見にまとめて
7 表明するほか、消費者教育の担い手や消費者の被害の防止及び救済のための活
8 動を行うなど、消費者行政の推進において重要な役割を果たしている。

9 こうした消費者団体の役割を消費者政策に積極的に活用していく。

10 11 **3. 行政、事業者、消費者の連携による持続可能な社会の実現**

12
13 持続的な事業活動と消費生活を将来にわたり発展させていくためには、持続
14 可能な社会の実現に資する商品・サービスが提供され、その商品・サービスを
15 消費者が支持し購買活動が継続的に行われ、その結果事業者が事業活動を継続
16 できることが必要になる。

17 事業者は、誰しものが分かりやすく使いやすい商品・サービスの提供を行うと
18 ともに、消費者との接点となるインターフェース等も消費者が利用しやすい形
19 で提供する。また、持続可能な社会の実現に資する商品・サービスを消費者が
20 進んで選択するよう、消費者に向けた情報発信を行う。その際、消費者やその
21 ニーズが時代とともに変化していることに留意し、時代に即した事業活動を継
22 続するために、様々な手段を通じた消費者との対話にも取り組む。

23 事業者及び消費者のこうした行動変容を更に推進するため、官民一体で広報
24 活動を展開する。効果的な広報活動の展開により、消費者は選択しようとして
25 いる商品・サービスがどのような工程を経て提供されているのかを想像できる
26 ようになり、選択の基準に変化をもたらすことができる。

27

1 第4章 消費者政策における基本的な施策

2
3 第2章の基本的な方向性を踏まえつつ、「目指すべき社会の姿」を実現するた
4 め、国、地方公共団体、その他の関係機関、事業者、消費者等が連携し、以下の
5 基本的な施策に取り組む。

6 なお、本計画期間中における消費者取引環境の急激な変化や各施策の推進に
7 当たっての課題等に対応するため、本計画の決定から3年目を目処に中間点検
8 を行う。

10 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

12 (1) デジタル技術の飛躍に対する対応

14 (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)

15 デジタル化やAI技術の進展に伴い、これらを活用して消費者の意思決定過程
16 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
17 等)やアテンション・エコノミー等について、情報提供等により消費者の知識
18 の向上を図る。消費者に不利となる意思決定を誘導するいわゆるダークパター
19 ンを防止するため、官民で連携して必要な措置を講じていく。このようなビジ
20 ネスモデルに伴う消費者への影響やOECD(経済協力開発機構)における議論の
21 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
22 じていく。

24 (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)

25 急速に拡大するデジタル取引に関し、消費者取引の場となっている取引デジ
26 タルプラットフォームについて、取引デジタルプラットフォームを利用する消
27 費者の利益の保護に関する法律(令和3年法律第32号)の運用状況を踏まえ、
28 関係法令による取組と併せて、取引デジタルプラットフォーム提供者の自主的
29 な取組等の促進を図るとともに、その他の関連する通信販売取引及び製品安全
30 に関する規律の活用等を通じて、安心・安全な通信販売取引の「場」とするた
31 めの取組を行う。

33 (AI技術の適切な活用)

34 AIの活用については、『AI制度に関する考え方』について(令和6年5月
35 AI戦略チーム)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
36 えつつ、AI制度の在り方を検討するとともに、AIに関する様々なリスクについ

1 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
2 連携し、十分な議論をしていく。また、「AI事業者ガイドライン」について、AI
3 の事業活動を担う主体への周知・浸透を図る。AIスキルの習得、AIリテラシー
4 向上のための教育コンテンツの充実及び普及啓発を図る。また、初等中等教育
5 段階では、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を一層
6 進める。

7 8 **(違法・有害情報等からの消費者利益の擁護)**

9 デジタル広告を介した不当表示事案に対しては、デジタル技術を活用した効
10 率的な端緒情報収集の方策を検討・導入する。また、デジタル広告を介した不
11 当表示事案に対しては、ロボット型全文検索を活用したインターネット監視や
12 措置命令等の行政処分を行うとともに、必要に応じて新たなルールの整備（過
13 去例：ステマ告示）や実態調査を通じた未然防止の取組を進める。

14 誹謗中傷等のインターネット上の違法・有害情報の流通に関し、令和6年に
15 改正された「情報流通プラットフォーム対処法³⁷（旧プロバイダ責任制限法³⁸）」
16 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
17 化や運用状況の透明化を求めていく。メタバース等デジタル技術の進展により
18 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
19 ビスの提供を促進する。デジタル技術の普及に際しては、個人情報の適正な取
20 扱いの確保に関する周知・啓発を含めた各種政策により、個人情報の有用性に
21 配慮しつつ、個人の権利利益を保護するとともに、「消費者教育の推進に関す
22 る基本方針」（令和5年3月28日閣議決定）に基づき、消費者教育ポータルサ
23 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
24 た消費者教育を推進する。

25 26 **(決済サービスの多様化への対応)**

27 キャッシュレス決済の普及及び支払手段の多様化に伴い決済制度が複雑化
28 している現状を踏まえ、キャッシュレス決済やクレジットカード決済について、
29 法の施行状況について継続的に注視する。キャッシュレス決済における過剰与
30 信の防止について、割賦販売法（昭和36年法律第159号）で義務づけられた事
31 業者による支払可能見込額の調査を適切に監督するとともに、消費者に対し、
32 キャッシュレス決済の適切な利用を普及する。法規制の及ばない決済サービス
33 が存在する等の指摘を踏まえ、トラブル等の状況に関する実態を把握し、必要

³⁷ 「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律の一部を改正する法律」（令和6年法律第25号）

³⁸ 「特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律」（平成13年法律第137号）

1 に応じて所要の対策を検討する。

3 **(デジタルリテラシー、金融リテラシー等の確保)**

4 金融経済教育推進機構（J-FLEC）の下での金融経済教育の充実に向け、関係
5 機関が連携し、各地域において、J-FLECの取組等の周知を図る。J-FLECの認定
6 アドバイザー制度においては、認定アドバイザーの要件（金融商品の組成・販
7 売等を行う金融機関等に所属していないか等）に基づき適切に審査を実施する
8 とともに、認定アドバイザーにおいて遵守すべき行為基準に照らして不適切な
9 行為が発覚した場合には、J-FLECにおいて、認定の取消しを含めて適切に対応
10 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する。多重債務
11 問題の解決のために、自殺対策にも資するよう、「多重債務問題改善プログラ
12 ム」（平成19年4月20日決定）を着実に実施する。金融経済教育や金融分野に
13 関連する消費者教育の推進にあたっては、金融リテラシー・マップや消費者教
14 育の体系イメージマップの内容を踏まえ、関係省庁・関係団体が推進する取組
15 と連携し、金融リテラシー向上に向けた地域や職域での出前講座等の推進を図
16 る。

17 生涯を通しての消費者教育の機会を確保するため、関係省庁・関係団体と連
18 携し、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
19 期向けの消費者教育研修プログラムを実施し、生涯を通じた切れ目のない消費
20 者教育を提供する。併せて儲け話によるトラブルやマルチ商法等を扱った「消
21 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の周知を
22 図る。

23 各地域における様々な主体が連携・協働した消費者教育の取組の推進を図る
24 ために、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するとと
25 もに、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・周知等を行
26 う。学校での金融経済教育の推進に向け、J-FLECにおいて、①運営委員や「学
27 校・教員支援研究会」の委員に学校関係者を起用し、教育現場の意見をJ-FLEC
28 の取組みに反映するほか、②文部科学省を通じた通知文の発出や学校関係者が
29 集まる会議体でのJ-FLECに関する説明機会の確保等に取り組む。

31 **(2) 消費生活のグローバル化の進展への対応**

33 **(海外取引に関するトラブルへの対応・未然防止)**

34 越境取引の容易化等に伴う海外事業者との消費者トラブル等の増加を踏ま
35 え、国内外の関係機関等と連携し、安全、表示、取引等に係る我が国の規律を
36 適切に適用するとともに、外国法人等に対する当該規律の実効性について課題

1 を整理し、所要の対応を検討する。特に、越境取引に係る相談件数が増加して
2 いる中で、国境を越えた執行協力を行う必要性に鑑み、外国執行当局と相互的
3 に情報提供を行うための体制の構築を進める。模倣品被害を防止するため、関
4 係行政機関が連携して取締りを強化する。国内、国際標準化活動に消費者の視
5 点を適切に反映し、標準化政策（適合性評価制度の構築・運用を含む。）を実
6 施する。

7 近年増加している越境消費者トラブルについて、CCJ（国民生活センター越
8 境消費者センター）における相談対応を実施するとともに、消費者庁と連携し
9 て、海外機関との更なる連携強化・拡大に努める。リコール対象となった製品
10 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、注意喚起を
11 実施する。

12 13 **（海外OTA(Online Travel Agent)）**

14 国民生活センターへの相談事例、主要海外OTAにおけるトラブル事例等の情
15 報収集を行い、現状の課題分析を行っていく。主要海外OTAとの連携体制を構
16 築し、平成27年の「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
17 守状況を点検するとともに、改善策等について対応を促していく。

18 19 **（国際機関等との連携）**

20 国際化の急速な発展に伴う越境取引の増加等を踏まえ、各国共通の国際的な
21 課題に関する情報交換等の連携を強化するため、国際シンポジウムの開催、海
22 外の政府機関との意見交換、海外の研究者との連携等を推進する。**OECD**消費者
23 政策委員会等の議論へ積極的に貢献し、加盟国間の連携強化を図る。

24 25 **（3） 社会構造の変化への対応**

26 27 **（配慮を要する消費者への対応）**

28 人口規模にかかわらず、より多くの高齢者等の消費者の見守りが行われるよ
29 う、見守りネットワークの設置や地域の見守り活動の充実を図るため、消費者
30 安全確保地域協議会（見守りネットワーク）の設置・活動の手引きや福祉との
31 連携などの優良事例、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
32 供、モデル事業の実施、見守りの担い手となる消費生活協力員・協力団体の養
33 成講座の実施、地方公共団体の現場への働きかけ等を進めていく。

34 令和4年3月に閣議決定された、「第二期成年後見制度利用促進基本計画～
35 尊厳のある本人らしい生活の継続と地域社会への参加を図る権利擁護支援の
36 推進～」に基づき、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及
37 び同事業の実施体制の強化に取り組む。

38 高齢者、障害者、低額所得者などを含む住宅確保要配慮者の居住ニーズの高

1 まりを踏まえ、「住宅確保要配慮者に対する賃貸住宅の供給の促進に関する法
2 律等の一部を改正する法律」（令和6年法律第43号）で創設された、住宅確保
3 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（認定家賃債務保証
4 業者制度）等を着実に施行・運用する。高齢者向け住まいについて、事業者の
5 届出を促進するための都道府県等の取組を推進するとともに、有料老人ホーム
6 における前払金の保全措置の義務について事業者に対する周知徹底を図り、規
7 制を的確に運用する。また、高齢者向け住まいにおける入居者に対する過剰な
8 介護サービスの提供（いわゆる「囲い込み」）について、より実効的な点検を
9 徹底する。

10 高齢者等終身サポート事業について、適正な事業運営を確保し、事業の健全
11 な発展を推進し、利用者が安心して当該事業を利用できるように高齢者等終身
12 サポート事業者ガイドラインの周知・徹底に取り組む。

13 障害者からの消費生活相談に係る体制の強化を図るため、消費生活センター
14 と関係機関との連携を強化するとともに、消費生活相談員における障害者の特
15 性に応じた対応力の向上を図る。関係省庁や関係団体、高齢者・障害者の見守
16 りネットワークの取組と連携して、注意喚起情報等の周知を図る。

17 18 **（見守りネットワークの活用）**

19 高齢者、認知症や障害等により判断力が十分でない人など消費者被害に遭い
20 やすい人の見守り活動などを行う見守りネットワークについて、設置を促進す
21 るとともに、その活性化を図るための担い手の確保、優良事例の収集・横展開
22 等の施策を通じて地方公共団体を支援していく。

23 消費者安全法（平成21年法律第50号）に基づく消費者安全確保地域協議会に
24 ついては、既存の協議会への上乗せ設置など、運用の簡素化・効率化に向けた
25 方策を実施しているところである。

26 人口規模にかかわらず、より多くの高齢者等の消費者の見守りが行われるよ
27 う、見守りネットワークの設置や、地域の見守り活動の充実を促進していく。
28 具体的には、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などの
29 優良事例、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
30 事業の実施、見守りの担い手となる消費生活協力員・協力団体の養成講座の実
31 施、地方公共団体の現場への働きかけ等を進めていく。

32 地域の現場では、地方の消費者行政担当部局や消費生活センターが地方公共
33 団体の関係部局・消費者団体、福祉・防犯等に関するNPOを始めとする多様な
34 関係部門・関係者と連携し、中心的役割を果たしつつ、ネットワークを拡大す
35 る。職員や関係者同士の横の連携や情報共有を行うための意見交換の機会を定
36 期的に設ける。

37 地域コミュニティが縮小傾向にある中で、見守りネットワークについても消
38 費者行政部局以外の行政組織や公的機関、更に民間の専門家・NPOのスタッフ
39 等との連携は不可欠であり、地方公共団体の福祉部局（高齢者部局、障害者施
40 策主管部局等）・教育部局・防災部局等の職員、警察職員、地域の医療機関や
41 福祉機関の職員、保育・教育機関の職員等に積極的に働きかけ、消費者被害等
42 に対する関心を高めてもらい、連携を図る。また、民生委員等や郵便局・宅配

1 事業者等の消費生活協力員や協力団体としての活用を促進する。さらに、既に
2 地域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、こ
3 れを見守りネットワークとして位置付ける取組も促進する。

4 5 **(成年後見制度等の活用)**

6 成年後見制度の利用促進について制度に関するリーフレットやパンフレッ
7 ト等を関係各所へ配布するとともに、任意後見制度について、参考事例を用い
8 て制度の概要や手続などを説明する動画を作成・公開し、継続的に周知・広報
9 していく。

10 また、成年後見制度の利用促進に関する施策を総合的・計画的に推進するた
11 め、「成年後見制度の利用の促進に関する法律」(平成28年法律第29号)に基
12 づく「第二期成年後見制度利用促進基本計画」(令和4年3月閣議決定)に沿っ
13 て、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、総合
14 的な権利擁護支援策の充実、意思決定支援の浸透など更なる制度の運用改善等
15 に向けた取組を行う。

16 なお、令和6年2月、法制審議会に対し、成年後見制度の見直しに関する諮
17 問がされ、調査審議がなされている。

18 日本司法支援センター(法テラス)においては、高齢や障害などにより認知
19 機能が十分でない人に対し、福祉機関などの支援者の方から連絡をいただくこ
20 とで弁護士や司法書士が支援者の方と連携して、法律相談等を実施する特定援
21 助対象者法律相談援助を実施する等の取組を行っている。

22 23 **(4) より良い社会の実現と国際協調への貢献への対応**

24 **(エシカル消費・消費者志向経営等の推進)**

25 地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・環境に配慮した消費行動、いわ
26 ゆるエシカル消費の更なる普及や有機農業等の環境に配慮した取組への理解
27 と関心の増進等を図る。持続可能性に配慮した商品の認証等に係る取組を推進
28 する一環として、生態系や資源の持続性に配慮した方法で漁獲・生産された水
29 産物に対して消費者が選択的に購入できるよう商品にラベルを表示するスキ
30 ームである水産エコラベルの推進等を図る。脱炭素社会の実現に向け、国民運
31 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を促す。プラスチ
32 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の施策を関係
33 機関と連携し総合的に講じることで、海洋プラスチックごみの発生を抑制する。

34 消費者志向経営の推進のため、事業者に対して消費者志向自主宣言・フォロ
35 ーアップ活動への参加を呼び掛けること等を通じて裾野拡大を図るとともに、
36 優良事例の表彰や、自主宣言事業者を対象とした有識者講演会(消費者志向経
37 営に関する連絡会)の開催等を通じて事業者による取組高度化の支援を行う。

1 **(カスタマーハラスメント対策)**

2 カスタマーハラスメント対策について、消費者が適切な意見の伝え方を身に
3 付ける観点から、消費者の実態を把握し、効果的な啓発方法を検討しながら、
4 消費者に認識を促す教育・啓発を図るとともに、事業主による労働者保護のため
5 の強化についても検討する。

6

7 **(消費者教育の推進)**

8 消費者教育コーディネーターの活動スキルの向上と課題の共有等を図ること
9 を目的とした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
10 体におけるコーディネート機能の強化を図る。特別支援学校向けの消費者教育
11 教材を活用した、特別支援学校での出前講座を推進するとともに、消費者教育
12 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の情
13 報提供・共有の充実を図る。

14 令和4年4月の成年年齢引下げを踏まえ、契約や私法の基本的な考え方を学
15 ぶことができる法教育リーフレットを法務省ホームページにおいて公開して
16 いるほか、イベントやセミナー等の参加者に対して、同リーフレットの周知・
17 広報を継続して行っていく。

18 「消費者教育ポータルサイト」において事業者等の消費者教育教材や取組事
19 例を掲載し教材の活用を促す。また、従業員向け研修プログラムの活用促進や
20 「18歳から大人」Xにおいて注意喚起情報等の周知を図る。

21 各地域における様々な主体が連携・協働した消費者教育の取組の推進を図る
22 ために、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するとと
23 ともに、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・周知等を行
24 う。

25

26 **(みどりの食料システム戦略の推進)**

27 環境負荷低減の「見える化」に向け、農業者等の栽培情報を用いて温室効果
28 ガス削減貢献や生物多様性保全の努力を評価し、貢献度に応じて星の数で分か
29 りやすく表示するラベル（愛称：みえるらべる）の活用を進め、有機農産物等
30 の環境に配慮した農産物の消費を拡大する。

31 大学生や高校生等による「みどりの食料システム戦略」に基づく取組を表彰
32 する「みどり戦略学生チャレンジ」や、企業や団体等と消費者庁、農林水産省、
33 環境省が連携した「あふの環（あふのわ）プロジェクト」により、持続的な生
34 産・消費への理解醸成を進める。

35

36 **(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**

37

38 **(食育の推進)**

39 大人を対象に日々の消費行動をより健全なものへと転換する「大人の食育」

1 の取組を推進するほか、食や農林水産業への理解増進に向けて、消費者と生産
2 者が直接つながる取組等を推進する。併せて、食育の推進に向けて、学校、企
3 業、生産者等の様々な主体を巻き込んだ国民運動を進める。

4 5 **(食品ロスの削減)**

6 食品ロスの削減について、関係府省庁等と連携し、「食品ロスの削減の推進
7 に関する基本的な方針」に基づく「食品ロス削減目標達成に向けた施策パッケ
8 ージ」(2023年12月食品ロス削減推進会議)を推進し、2030年度までに2000年
9 度比で食品ロス削減半減目標を達成する。具体的には、

10 ・商慣習(納品期限、賞味期限の安全係数、大括り表示等)の見直しを促進
11 するなど事業系食品ロス削減対策及び期限表示の理解促進を含め直接廃棄
12 や食べ残しの家庭系食品ロス対策について、HPやSNSなどを通して、消費者・
13 事業者への周知啓発、削減の事例紹介等の着実な遂行により更なる強化を
14 図る。

15 ・デコ活(脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動)の推進に
16 よる新しい豊かな暮らし製品・サービスの実装支援を推進するとともにデ
17 コ活アクションの呼びかけによる国民の行動変容を図る。

18 ・外食時の食べ残しの持ち帰り(mottEco)や食品ロス削減対策と食品循環
19 資源のリサイクルにより食品廃棄ゼロエリアの創出支援に関する取組を実
20 施する。

21 ・毎年10月30日を食品ロス削減の日と合わせ「全国一斉商慣習見直しの日」
22 と定め、納品期限の緩和や賞味期限表示の大括り化に取り組む事業者を公
23 表する。さらに、食品関連事業者や消費者、行政で構成する「食品廃棄物
24 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
25 について相互に共有するとともに、企業において排出抑制等の具体的な取
26 組内容が公表される環境整備を促進する。

27 ・家庭系食品ロスの発生要因の分析及び発生要因ごとの効果的削減策に関
28 する手引きを作成する。

29 ・学校給食や教科学習等を通じ、食品ロスを含めた食に関する現代的な課題
30 の理解と実践を促すため、栄養教諭を中核とし、児童生徒に対する指導の
31 充実を図る。

32 ・令和6年度の見直し後の「食品期限表示の設定のためのガイドライン」に
33 ついて、食品関連事業者に周知するとともに、本ガイドラインの考え方を
34 踏まえた各業界団体におけるルール改正を促し、併せて消費者向けにも
35 期限表示に関する啓発を行い、食品ロス削減に向けた取組を進める。

36 食品寄附について、「食品寄附ガイドライン」(注:令和6年策定予定)を踏

1 まえた食品寄附の促進を図るとともに、食品寄附への社会的信頼を向上し、そ
2 の上で、食品寄附の実態把握、社会福祉や食品アクセスの確保の観点からの食
3 品寄附促進の必要性、社会全体のコンセンサス醸成等を踏まえ、食品寄附に伴
4 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て法
5 的措置を講じることを目指す。同ガイドラインに沿った取組を行っているかど
6 うかを認定する枠組みの実証事業を行うとともに、同ガイドラインを踏まえた
7 フードバンク等の現場における衛生面や管理面（記録や寄附者等への報告・情
8 報提供等）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
9 施する。飲食店・小売店等におけるフードシェアリングをはじめとした、消費
10 者が参画・関与する売れ残り食品の廃棄防止等の取組を支援するモデル事業を
11 実施する。

12 食べ残し持ち帰りについて、関係省庁や関係団体とも連携し、2024年に作成
13 予定の消費者の、自己責任を前提としつつ協力する飲食店が民事・食品衛生上
14 留意すべき事項を規定する「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」を踏まえ、
15 現場における専門家からの助言・アドバイスを求めることや研修を実施し、食
16 べ残し持ち帰りの意識変化の推進を図る。

17

18 **（災害便乗等への対応）**

19 大規模災害発生時においても悪質商法による消費者トラブルが見られるこ
20 とを踏まえ、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する
21 とともに、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）を
22 始めとする法律に違反する事実があれば、法と証拠に基づき厳正に対処する。
23 他方で、大規模災害発生時には、被災地の消費生活センター等が相談業務を維
24 持できない事態が生じうるため、災害の規模や地方公共団体の意向等を踏まえ
25 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行って
26 いく。

27 関係省庁等のウェブサイトや公式SNS等を通じ、マスク等の国民が必要とす
28 る物資の確保や買占め等についての注意喚起を分かりやすく丁寧に国民に発
29 信し理解の増進を図る。

30

31

32 **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**

33

34 **（1） 消費者の安全の確保**

35

36 **① 消費者の安全・安心の確保**

1 事故の未然防止のため、危険性のある物質や商品・サービスについて、情報
2 収集や消費者への啓発、販売の規制、製造過程を含めた事業者による安全の確
3 保の取組を行う。

4 生命身体事故等について、消費者安全調査委員会は、事務局の専門性や情報
5 発信力の強化を進め、原因究明が必要な生命身体事故等について、被害者及び
6 その家族又は遺族の心情に十分配慮しつつ、適格かつ迅速に調査を行い、その
7 結果に基づき、再発防止策を提言するとともに、報告書等を公表する。製品の
8 リコール情報、製品事故の防止に係る注意喚起等の製品安全に関する情報を製
9 造・輸入事業者、流通事業者、プラットフォーム事業者、関係事業者団体等と
10 連携し広く消費者に周知する。国民生活センターにおいて、地方公共団体から
11 の商品テスト依頼への対応を始め商品テストを的確に実施するとともに、消費
12 生活相談及び商品テスト機能の強化、啓発活動など、消費者問題における中核
13 機関としての役割を担うための人材の登用・育成を図る。消費者事故等に関す
14 る情報について、消費者安全の確保を図るため有効に活用されるようにする観
15 点から、消費者安全法に基づき、消費者庁に通知された消費者事故等に関する
16 情報を集約・分析し、毎年度国会報告を行う。

17 製造物責任について、製造物責任法（平成6年法律第85号）の施行から30年
18 を経た社会状況の変化等を踏まえ、海外の法制の動向やデジタル化の影響につ
19 いて調査・研究する。製品等に使用されている化学物質の名称、環境リスク等
20 に関連した情報を収集し正確に分かりやすく提供するとともに、化学物質とリ
21 スクコミュニケーションの知見を有する人材の育成・派遣等を行うことでリス
22 クコミュニケーションを推進する。

23 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
24 の周知に取り組むとともに、報告制度の実効性向上に向けた施策を実施する。

25 家庭用品の使用に伴う健康被害の未然防止のため、家庭用品に係る健康被害
26 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みを促す
27 とともに、消費者に対する注意喚起を行う。

28 電気通信事業法（昭和59年法律第86号）の執行を通して、電気通信サービ
29 スに係る消費者保護ルールの実効性を確保する。また、消費者保護ルールが適切
30 に機能しているか継続的にモニタリングし、結果を踏まえ必要に応じて制度を
31 見直す。

32 宅地造成及び特定盛土等規制法（昭和36年法律第191号）の実効性を確保し、
33 宅地における事故の未然防止を図る。

34 食品安全基本法（平成15年法律第48号）に基づき、関係府省間の密接な連携
35 の下、食品の安全性の確保に関する施策を総合的に推進するため、「食品安全
36 行政に関する関係府省連絡会議」を開催する。

1 薬物乱用対策推進会議において策定された「第六次薬物乱用防止五か年戦略」
2 (令和5年8月)に基づき政府一丸となった総合的な対策を推進し、薬物乱用
3 の根絶を図る。

4 アルコール依存症、薬物依存症、ギャンブル等依存症について、関係府省庁や
5 関係機関等の密接な連携の下、戦略的な取組が進められており、引き続きこれらの
6 推進を図る。

7 8 ② 子供の安全の確保

9 海外から直接販売される製品の安全確保や子供用の製品による事故の未然
10 防止を通じ、国内消費者が製品を安全に使用できる環境を整備するための「消
11 費生活用製品安全法等の一部を改正する法律³⁹⁾(令和6年法律第67号)を着実
12 に施行する。具体的には、

13 ・海外から日本国内の消費者に対して直接製品を販売する事業者も規制の
14 対象として明確化されたことを受け、国内管理人の選任を厳格に求める等、
15 適切な運用・執行を行うことで、海外から入ってくる製品による子供の製
16 品事故を防ぐ。

17 ・子供が被害に遭う製品事故の発生件数、発生状況を分析し、必要な製品に
18 ついては、「子供用特定製品」に指定し、国が定める技術基準への適合や警
19 告表示等により、子供の製品事故防止に努める。

20 ・主として子供が使用する製品でなくとも、必要な製品については、子供が
21 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ていく。

22 また、子供の事故の未然防止のため、必要な情報の収集・利活用の充実を図
23 るとともに、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を構築す
24 る。具体的には、

25 ・危険性のある商品・サービスについて、事故情報を集約・分析し、消費者
26 への注意喚起や行政機関等への情報提供等の取組を行う。

27 ・広報啓発事業によってチャイルド・デス・レビュー⁴⁰⁾の意義についての国
28 民的な理解を促進するとともに、モデル事業を通じて把握された課題等を
29 検証し、関係省庁とも連携して、チャイルド・デス・レビューの全国展開
30 に向けた体制整備の検討を強力に進める。

31 ・「こどもの事故防止に関する関係府省庁連絡会議」を適時適切に開催する

³⁹⁾ 消費生活用製品安全法(消安法)、ガス事業法(ガス事法)、電気用品安全法(電安法)、液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律(液石法)。令和6年6月26日公布、公布から1年半以内に施行。

⁴⁰⁾ **CDR (Child Death Review: 予防のためのこどもの死亡検証)**。医療機関や行政をはじめとする複数の機関・専門家が連携して、亡くなったこどもの事例を検証し、予防策を提言する取組み。令和2年度より、複数の自治体でモデル事業として**CDR**の取組みを実施。(こども家庭庁ホームページ)

1 等により、関係省庁と連携して、子供の事故防止に関する広報啓発の体制
2 強化を図る。

3 さらに、教育・保育施設等における事故の発生及び再発防止に向け、事故の
4 検証の在り方等について検討を行い、その成果の周知を徹底する。関係府省庁
5 等が連携し、ウェブサイト、SNS等により、消費生活上の思わぬ事故を防ぐた
6 めの注意点や豆知識などを、消費者に対して定期的に配信していく。

7 教育・保育施設等における窒息・誤嚥事故防止に向けては、分かりやすい啓
8 発資料の作成・周知、時節を捉えた注意喚起等を継続して実施する。給食時に
9 における安全に配慮した食事の指導の在り方や窒息への対処方法を示した「食に
10 関する指導の手引き」等による関係者への意識づけを実施するとともに、学
11 校給食における窒息事故の防止等を含めた学校における事故発生時の対応が
12 適切に行われるよう、必要な周知・啓発等を実施する。子ども・子育て支援調
13 査研究事業において、食事中の誤嚥事故を課題として取り上げた検討内容を踏
14 まえ、更なる対策に取り組む。

15

16 ③ 機能性表示食品等に関する当面の対応

17 (当面の対応)

18 紅麹関連製品における都道府県等から厚生労働省に報告されたいわゆる「健
19 康食品」に係る健康被害の事例については、専門的知見を有する委員で構成さ
20 れる「機能性表示食品等の健康被害情報への対応に関する小委員会」等におい
21 て、食品との関連性を総合的に評価し、食品衛生法上の措置の要否につき検討
22 を行うこととしている。

23 令和6年5月31日に「紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合」におい
24 て取りまとめられた「紅麹関連製品に係る事案を受けた機能性表示食品制度に
25 関する今後の対応」において、機能性表示食品制度については、

26 ・事業者が医師の診断による健康被害情報を得た場合は、速やかに消費者庁
27 長官と保健所等に情報提供することを食品表示法に基づく内閣府令である
28 食品表示基準において届出者の遵守事項とすること

29 ・制度の信頼性を高めるための措置として、機能性表示を行うサプリメント
30 形状の加工食品については、製造工程管理による製品の品質確保を徹底す
31 る観点から、GMP(適正製造規範)に基づく製造管理を食品表示基準におけ
32 る届出者の遵守事項とし、これを届出者が自主点検をするとともに、必要
33 な体制を整備した上で消費者庁が食品表示法に基づく立入検査等を行うこ
34 と

35 ・新規の機能性関与成分について、健康を損なうおそれがない旨の確証が得
36 られないものとして届出資料の確認に特に時間を要すると消費者庁長官が

1 認めるものは、当該成分に係る機能性表示の裏付けとなる安全性や機能性
2 の課題について科学的知見を有する医学や薬学等の専門家の意見を聴く仕
3 組みの導入
4 ・届出・販売後における届出者による遵守事項の遵守について消費者庁等に
5 における確認体制の強化
6 ・科学的根拠の論文選定の客観性を担保するPRISMA2020⁴¹の準拠について、
7 令和7年4月からの新規届出から導入し、既に届出された機能性表示食品
8 についても、見直しを推奨すること
9 ・買上調査事業⁴²の対象件数の拡充
10 ・消費者庁ウェブサイトの情報提供のDX化、消費者教育の強化
11 等が挙げられた。

12 これを踏まえ、機能性表示食品制度に対する消費者の信頼性を高めるため、
13 同年8月23日に食品表示基準（平成27年内閣府令第10号）を改正しており、
14 引き続き、事業者が早期に対応できるよう周知等を図るとともに、改正した
15 制度を適切に運用し、消費者の適切な商品選択に資するよう普及啓発に取り
16 組んでいく。

17 また、GMPの要件化に当たって必要な体制の整備、安全性や機能性の課題に
18 ついて科学的知見を有する医学や薬学等の専門家の意見を聴く仕組みの導入、
19 買上調査事業の対象件数の拡充、消費者庁ウェブサイトの情報提供のDX化、消
20 費者教育の強化等についても、消費者庁において、必要な体制を整備し、適切
21 な対応を行っていく。その他、機能性表示食品における機能性表示の科学的根
22 拠となる論文の質の向上など、機能性表示の信頼確保に向けた更なる取組を検
23 討する。

24 (今回の事案を踏まえた更なる検討課題)

25 また、当該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
26 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
27 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。」とされて
28 おり、消費者庁と厚生労働省で連携の上、必要な対応を行っていく。また、消
29 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
30

⁴¹ PRISMA2020とは、システマティックレビュー及びメタアナリシスの報告の質を向上させることを目的に、2009年に初版が発表された国際指針。メタアナリシスの報告の質の向上を目的に、1996年に発表されたQUOROM声明の改訂版。システマティックレビューの方法論と用語の進歩により、初版に代わるものとして2021年にPRISMA声明（2020年版）が公表された。

⁴² 機能性表示食品等の買上調査の目的は、販売されている製品中の成分の含有量の分析・検証を通じて、事業者の品質管理の質の向上を図るとともに適正な表示による消費者への情報提供がなされることであり、買い上げた商品の分析結果が届け出た内容と一致しなかった場合については、届出事業者に対し、速やかに原因の究明を求め、その内容を踏まえて、変更届出や撤回届出を行うよう求めることで、市場に流通する機能性表示食品の適正化を図っている。

1 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
2 ていく。

3 4 (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

5 6 ① 公正な取引環境の確保

7 消費者の財産被害の発生又は拡大の防止のため、消費者安全法の規定に基づ
8 く、消費者に対する注意喚起や関係機関への情報提供を実施するなど、同法に
9 基づく措置を的確に講じていく。消費者契約法(平成12年法律第61号)が消費
10 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や同法の消費
11 者法令における役割を多角的な見地から整理するとともに、既存の枠組みに捉
12 われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方を検討し、見直しを図る。そ
13 の際、解約料に係る課題や消費者取引による被害を実効的に予防・救済する観
14 点からの検討も併せて進める。

15 消費者の利益の確保のため、「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する
16 法律(独占禁止法)」(昭和22年法律第54号)等に基づき、競争政策を実施し、
17 公正かつ自由な競争を促進する。価格カルテル・入札談合、デジタルプラット
18 フォーム事業者による独占禁止法違反行為等に厳正に対処するとともに、企業
19 結合審査を迅速かつ的確に実施し、公正取引委員会の体制強化・機能強化を図
20 る。この際、消費者政策を担う関係行政機関との連携をより一層強化する観点
21 から、景品表示法の調査権限を委任されている公正取引委員会の地方事務所等
22 の体制強化・機能強化にも留意する。また、不当な顧客の誘引を防止し、一般
23 消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保する
24 ため、公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用が行われるよう、引き続き関
25 係団体の支援を行う。

26 令和6年6月に公布された「スマートフォンにおいて利用される特定ソフト
27 ウェアに係る競争の促進に関する法律」(令和6年法律第58号)を着実に施行・
28 運用し、デジタル市場における公正・公平な競争環境の確保と、消費者の多様
29 なサービスの選択及びその恩恵の享受を図る。

30 公共料金等の新規設定及び変更に係る決定、認可等における所管省庁との協
31 議に当たっては、消費者に与える影響を十分に考慮し、決定過程の透明性の確
32 保、消費者参画の機会の確保及び賃上げが適正に見込まれているかといった点
33 も含めた料金の適正性の確保の観点から確認を行う。物価高騰等の緊急時に、
34 物価三法⁴³に基づく生活関連物資等の価格及び需給の安定のための対応を適切

⁴³ 「物価統制令(昭和21年勅令第118号)」、「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に
関する法律(昭和48年法律第48号)」及び「国民生活安定緊急措置法(昭和48年法律第121号)」の総称。

1 に実施するため、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
2 把握する。併せて、付加価値やコストの価格転嫁に対する消費者の適切な理解
3 促進を図る取組を継続する。適正な取引が行われる基盤として、商品やサービ
4 スの種類によらず、正確かつ適正な計量・規格が社会に浸透することが必要で
5 あり、商品やサービスについて、適正な計量の実施を確保する。また、対象を
6 サービス等に拡大したJIS（日本産業規格：Japanese Industrial Standards）
7 について、JISマークを用いた取引の信頼性確保に向けて強化された罰則等の
8 適正な運用など、引き続き、正確かつ適正な規格が社会に浸透するよう対応す
9 る。

10 公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進のため、各種実
11 態調査を踏まえ、事業者による内部通報対応体制整備の促進を図るとともに、
12 事業者・就労者における内部通報制度の更なる浸透のため、ポスターや動画等
13 を活用した普及啓発を実施する。併せて、公益通報者保護法（平成16年法律第
14 122号）の規定に基づく行政措置を的確に実施する。

15 16 ② 悪質商法・隙間ビジネス

17 (消費者被害の防止に向けた取組)

18 悪質商法等による消費者被害を防止するため、関係機関等とも連携し、特定
19 商取引法及び預託等取引に関する法律（預託法、昭和61年法律第62号）を厳正
20 かつ適切に執行する。また、AI等の技術の導入等による法執行の迅速化や効率
21 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やそれを実現するた
22 めのリソースの確保に取り組む。また、悪質性の強い事案に迅速かつ効果的に
23 対処する必要性が高まっていることから、警察、金融庁など関係機関、また地
24 方公共団体等との相互補完の取組の強化や情報連絡等の促進を図る。また、特
25 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
26 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
27 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。

28 29 (デジタルを用いた不適當な勧誘)

30 「詐欺的な定期購入商法」への対策として、令和3年の特定商取引法の改正
31 において、最終確認画面において定期購入契約でないと人を誤認させるような
32 表示等を禁止するなどの規制を設け、消費者が誤認して申込をした契約の取消
33 権を通信販売では初めて創設した。本改正を踏まえ、最終確認画面において、
34 定期購入契約でないと人を誤認させるような表示をしていたとして、これに通
35 信販売業者に対する行政処分も行っているところであり、当該規定の周知や有
36 効活用の推進に努めるとともに、効果をしっかりと見定めていく。

1 SNS・チャットによる通信販売等の勧誘については、これらを介して申込み
2 が行われる通信販売に注力した調査及び法執行（SNSを利用した不適切な勧誘
3 を行った連鎖販売業者に対する行政処分等）のほか、事業者による特定商取引
4 法上の広告表示義務の遵守状況が具体的に確認・検証できるよう、消費者に広
5 告や最終確認画面のスクリーン・ショットの保存を呼びかける等の取組を行っ
6 ていく。併せて、消費生活相談の実態や行政処分の状況等を勘案しつつ、慎重
7 に検討を積み重ねていく。

8 インターネット等を利用した商品販売、サービス提供等に関する消費者トラ
9 ブルについては、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
10 商取引及び情報財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
11 組を引き続き推進する。

12 13 **（マルチ商法・悪質な勧誘、隙間ビジネス等への対応）**

14 いわゆるマルチ商法⁴⁴については、法令に違反する事実がある事業者に対し、
15 厳正に処分を行うとともに、相談・被害の内容や件数等を注視しつつ、必要に
16 応じて予防策を含む対策の有効性を検討していく。

17 訪問販売や電話勧誘販売については、法令に違反する事実がある事業者に対
18 し、法執行の強化に取り組んでいくとともに、事業者団体等に対し、法令順守
19 の徹底等の自主的な取組を促していく。

20 いわゆる「後出しマルチ⁴⁵」については、取引の全体を勘案して連鎖販売取
21 引を行っていると思われる場合行政処分の対象となり得る。特定商取引法を
22 始めとする法律に違反する事実がある場合は、厳正に処分していく。

23 情報商材や副業サイトによる消費者トラブルに関しては、特定商取引法の
24 規制対象である連鎖販売取引及び業務提供誘引販売取引において、勧誘又は
25 契約解除の際に故意に事実を告げず又は不実のことを告げることは、事実不
26 告知又は不実告知として特定商取引法上の禁止行為としており、違反した場
27 合は行政処分や罰則の対象となる。「確実」や「高利回り」などを謳う儲け話
28 に関して違反する事実がある場合は法律に基づき厳正に対処していく（P）。

29 過去に大規模な消費者被害を発生させた販売を伴う預託等取引については、
30 2021年の預託法改正により原則禁止とされ、2024年5月には改正預託法に基づ
31 く初めての行政処分を実施している。引き続き、消費者被害の未然防止のため
32 消費者・事業者双方へ預託法の普及啓発を行い、更に法令に違反する事業者に

⁴⁴ 商品・サービスを契約して、次は自分が買い手を探し、買い手が増えるごとにマージンが入る取引形態
（独立行政法人国民生活センターホームページ）

⁴⁵ 入会を勧誘するときには商品・サービスの有利性を強調して紹介利益の話はあいまいにしておき、契約
締結後に他の者を入会させれば紹介料が獲得できることを強調して勧誘活動に引き込む手口（教員向け消
費者教育情報提供誌「わたしは消費者 No.169」（東京都消費生活総合）

1 対しては厳正に処分を行っていく。

2 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ては、問合せ等を通じ積極的に実態把握を行い、関係機関と情報を共有する等連携する。また、
3 無登録業者に対しては、速やかに裁判所への申立てや警告書の発出を行い、無
4 登録業者等の名称・代表者名・法令違反行為等の公表を行うなどにより、被害
5 の拡大防止を図る。
6

7 架空料金請求詐欺、オレオレ詐欺等の特殊詐欺やSNS型投資・ロマンス詐欺、
8 悪質商法事犯の取締りを推進する。昨今は特に特殊詐欺及びSNS型投資・ロマ
9 ンス詐欺による被害が深刻な状況にあることから、「国民を詐欺から守るため
10 の総合対策」(令和6年6月18日犯罪対策閣僚会議)に基づく対策を推進する。

11 法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を図るため、引き続き、法人等による
12 寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律(不当寄附勧誘防止法、令和4年
13 法律第105号)を適切に運用するとともに、同法の規定や趣旨の周知啓発を実施する。
14

15 このほか、レスキューサービス等を始めとする消費者トラブルの生じやすい
16 事業形態についても、関係行政機関、事業者団体等と連携し、消費者への注
17 意喚起を行うとともに、法に違反する事実があれば、法と証拠に基づき厳正か
18 つ適切に対応する。
19

20 (不動産関連トラブルへの対応)

21 民間賃貸住宅をめぐるトラブルの未然防止のため、賃貸住宅管理業の適正な
22 運営を確保するとともに、消費者への情報提供等を行う。

23 住宅リフォーム等をめぐるトラブルの未然防止のため、悪質なリフォーム業
24 者に関する注意喚起を行うなどの消費者への情報提供を行うまた、既存住宅に
25 関する消費者への情報提供のための安心R住宅制度を推進するとともに、リフ
26 ォーム瑕疵保険等の保険制度を通じた消費者保護を図っていく。

27 賃貸集合住宅等におけるIPガス料金の不透明な商慣行に対する制度改正の
28 内容について、不動産関係団体や建設業者に対して引き続き周知するとともに、
29 不動産関係団体に対し、賃貸集合住宅の入居希望者へのIPガス料金に関する事
30 前情報提供について適切に対応するよう、継続して要請していく。
31

32 ③ 表示に関する制度の厳正な運用

33 不当景品類及び不当表示防止法(昭和37年法律第134号)については、事業
34 者の表示管理体制の強化、関係府省庁への調査権限の付与、都道府県等への措
35 置命令権限の付与、不当な表示を行った事業者に対する課徴金制度の導入等の
36 制度整備を行っており、引き続き、適切な制度運用を図る。

1 新型コロナウイルス感染症に関連した優良誤認表示事案のように、緊急事態
2 に便乗した不当表示事案に対しては、措置命令をはじめとする行政処分や注意
3 喚起を行うなど厳正に対処する。また、家庭用品品質表示や住宅性能表示、省
4 エネ性能表示などについて消費者への適切な周知を図る。

5 美容医療等を行う医療機関のウェブサイトの表示適正化のため、医療法及び
6 関係省令・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
7 制の強化等を進める。

9 **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**

10 食品を摂取する際の安全性の確保及び一般消費者の自主的かつ合理的な食
11 品の選択の機会を確保するため、時代に即した食品表示制度の見直しを進め、
12 適切な制度の運用を図るとともに、適正な食品表示を確保する。具体的には以
13 下の諸課題について取り組む。

14 **(時代に即した食品表示への対応)**

15 合理的かつシンプルで分かりやすい食品表示制度の在り方について、有識者
16 からなる食品表示懇談会において、引き続き、個別品目ごとの表示ルールの見
17 直しを進め、必要に応じた食品表示基準の改正を行っていくとともに、食品表
18 示へのデジタルツールの活用について、技術的論点から議論を始め、今後の方
19 向性の検討を進める。また、デジタルツール活用検討の議論の状況を踏まえな
20 がら、国際基準（コーデックス規格）との整合性の検討を進めていく。

21 栄養成分表示については、活用を通じた健康作りの普及啓発を進めるととも
22 に、栄養素等表示基準値等の見直しや栄養成分の分析方法等に関する検討を行
23 い、最新の日本人の食事摂取基準等との整合を図ることで、健康・栄養政策と
24 栄養成分表示などの関連施策の連携を一層強化し、さらに消費者の健康の維
25 持・増進に資する食環境づくりを後押しするため、我が国において推奨すべき
26 包装前面栄養表示等の検討を進める。

27 食物アレルギー表示制度については、アレルギーを含む食品に関する充実を
28 図るための措置を講ずることを目的として、おおむね3年ごとに実施している
29 全国のアレルギーを専門とする医師の協力の下で行っている「即時型食物アレ
30 ルギーによる健康被害に関する全国実態調査」の結果をもとに、食物アレルギー
31 の表示対象となる品目の取扱いを検討するとともに、正しくアレルギー表示
32 が行われるように事業者に対し普及啓発を行う。また、外食・中食における食
33 物アレルギーに関する情報提供の取組については、アレルギー疾患対策基本法
34 (平成26年法律第98号)に基づく「アレルギー疾患対策の推進に関する基本的な
35 指針」の令和3年度改正において、国は事業者等が行う情報提供に関する取組
36 等を積極的に推進する旨が追加されたこと等を踏まえ、アレルギー患者や事業

1 者向けの適切な情報提供に関する取組を推進する。

2 食品添加物表示制度については、食品表示基準に規定された表示禁止事項に
3 当たるか否かのメルクマールとなる「食品添加物の不使用表示に関するガイド
4 ライン」を公表しており、引き続き、地方公共団体や消費者・事業者団体等と
5 連携して、消費者・事業者を対象とした講習会等を実施し、普及啓発に取り組
6 むとともに、消費者における食品添加物への理解を更に深める取組を推進する。

7 ゲノム編集技術応用食品等については、流通実態や諸外国の表示制度に関する
8 情報収集も随時行った上で、新たな知見等が得られた場合には、必要に応じ
9 て表示の取扱いの見直しを検討する。また、ゲノム編集技術を利用して得られ
10 た食品等の取扱いについては、関係行政機関等と連携して消費者や事業者に対
11 し、普及啓発を行う。

12 加工食品の原料原産地表示制度について、令和5年度までに実施した各種調
13 査結果について、消費者委員会に報告し、同委員会での議論も踏まえ、必要に
14 応じて新たな調査や見直し等を検討する。また、当該制度の理解度向上のため、
15 引き続き、様々な機会を通じて消費者及び事業者に対し、普及啓発を行い、理
16 解の促進を図る。

17 栄養機能食品については、消費者と食品関連事業者の双方にとってより分か
18 りやすい制度となるよう、栄養成分の機能だけでなく、必要に応じて、摂取を
19 する上での注意事項等の見直しを検討する。

20 保健機能食品及び特別用途食品について、その制度を適切に運用し、消費者
21 及び事業者に対し、積極的な普及啓発を行い、理解促進を図る。

22 23 **(適正な食品表示の確保)**

24 食品表示全体や産地情報の伝達の監視については、食品表示法等の関係法令
25 に基づき、関係行政機関等との間で重層的かつ緊密な連携体制を維持して効率
26 的・効果的な執行を図り、適正な食品表示を確保する。

27 事業者等がアレルギー等の安全性に関する食品表示基準に従った表示がな
28 されていない食品を自主回収する場合に、行政機関への届出を義務付けてその
29 旨を行政機関が公表する制度の適切な運用に万全を期す。

30 食品表示について、表示制度の普及啓発を図るとともに、表示違反を未然に
31 防止する取組を行うほか、分かりやすく活用される食品表示の実現に向けた取
32 組への検討を進める。

33 34 **(3) 消費者の紛争解決のための枠組みの整備** 35 **(消費者団体訴訟制度の更なる活用)**

36 消費者団体訴訟制度の実効性を更に向上させるため、消費者団体訴訟等支援

1 法人制度を活用し、隣接分野と適格消費者団体等との連携促進、専門的知見の
2 活用等の団体支援、環境整備などを図る。

3 (特定) 適格消費者団体による消費者被害の未然防止及び被害回復は、消費
4 者への直接的な利益だけではなく、事業者や業界の信頼性向上に寄与するとと
5 もに、消費者による新たな消費にも繋がり、健全な事業者への需要が喚起され
6 ることで、我が国の健全なBtoC市場の整備に貢献するものであることを踏まえ、
7 本制度の活用が消費者のみならず事業者や業界にとっても我が国経済全体に
8 とってもメリットになることを消費者及び事業者に対して広く周知・広報して
9 いくとともに、(特定)適格消費者団体の適切な認定・監督を行う。

10 今後、高齢化・デジタル化が進む社会の中で、民間のリソースを活用して被害
11 の未然防止や被害回復を図る制度の重要性が拡大することを踏まえ、制度を
12 担う(特定)適格消費者団体がその役割を果たし、持続可能に活動していくた
13 めの新たな方策を検討する。

14 (ODRの推進)

15 「ODRの推進に関する基本方針～ODRを国民に身近なものとするためのアク
16 ション・プラン～」に基づき、同基本方針に掲げられたODRの推進策を具体化
17 した取組を順次進める。

18 (4) EBPMに基づく消費者政策の推進

19 (消費者行政全体におけるEBPM)

20 「統計改革推進会議 最終取りまとめ」(平成29年5月19日統計改革推進会議
21 決定)等を踏まえ、消費者政策においてもKPI(Key Performance Indicator)を
22 示し、EBPM(エビデンス・ベースト・ポリシー・メイキング。根拠に基づく政
23 策立案)に基づき本計画を進めていく。

24 このため、関係府省庁においては、消費者政策全般におけるEBPMの推進及び
25 各施策におけるPDCAサイクルの確立に資するよう、体系的に収集、整備した消
26 費者政策に関する基礎データについて継続的に分析を行い、国民に分かりやす
27 い形で公表し、消費者政策への更なる理解を図る。また、近時の消費者問題に
28 ついては調査を行い、現状把握に努める。

29 (今後の取組)

30 消費者庁新未来創造戦略本部は、徳島県等の実証フィールドを活用して先駆
31 的な取組の試行や施策効果の検証を通じて、全国への発信を目指したモデルプ
32 ロジェクトを実施する。また、同本部にある国際消費者政策研究センターにお
33 いて、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
34
35
36

1 専門家の参画を得て、理論的・実証的な消費者政策研究を行い、その成果が政
2 策の企画立案等に活用されるよう、関係行政部局等への情報提供を行う。相談
3 データの分析強化、有効活用を促進するため、2026年度に稼働予定の次期HIO
4 NETにおける情報分析機能については、高度な検索・集計機能のほか、相談・
5 トラブル状況のビジュアル化などによる機能拡充を図るとともに、機能拡
6 張性の高いクラウドサービスを導入することで、予測機能等最新技術の活用を
7 積極的に検討していく。
8