

■消費者基本計画 ～ 消費者庁資料より（抜粋）～

- 消費者基本計画は、消費者基本法第9条に基づき、消費者政策の計画的な推進を図るために定められる消費者政策の推進に関する基本的な計画（5か年計画）。長期的に講ずべき消費者政策の大綱等について定めることとされている。
- 令和2年度～令和6年度の5か年を計画期間とする第4期消費者基本計画を令和2年3月31日閣議決定。

■令和3年度の対応

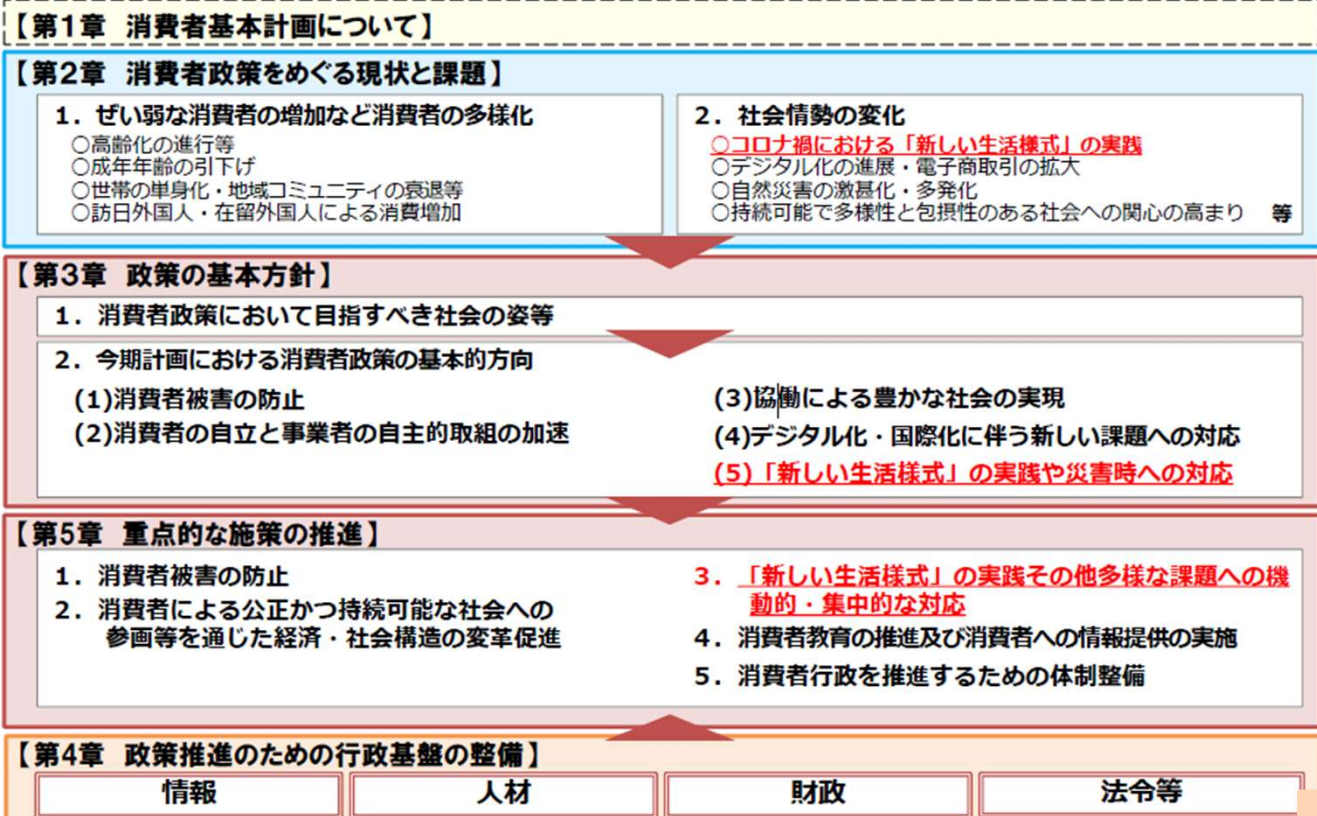
- コロナ禍における「新しい生活様式」の実践に伴い、消費生活のデジタル化が加速するなど、消費者を取り巻く環境がこの1年で大きく変化。
- これに的確に対応して消費者政策を推進するため、「**新しい生活様式**」の実践に関する記述を追加すべく、**消費者基本計画を変更するとともに、工程表について必要な見直しを実施。**

注：工程表は毎年度見直し（消費者政策会議決定）。

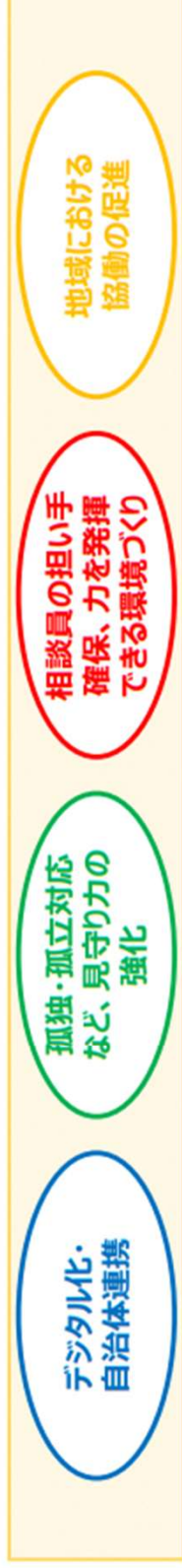
消費者基本計画(変更)の構成

赤字：主な変更箇所

〈消費者基本計画（変更）の構成〉



地方消費者行政の持続的な充実・強化に向けた重層的な対策 令和4年度概算要求額 36.6億円



○地域のトッランナーの創出

〔モデル事業として、民間事業者等と地方公共団体が連携して実施〕

先進的モデル事業
1.7億円 (1.1億円)

- ・事業テーマ (イメージ)
- ・孤独・孤立化する消費者対応事業
- ・食品ロス・ファッションロス削減への官民連携等
- ・オンライン相談などの実証事業

相談員の担い手
確保、力を発揮
できる環境づくり

孤独・孤立対応
など、見守り力の
強化

地域における
協働の促進

○全国共通の課題への対応

○取引デジタル化への対応

〔消費者庁、国民生活センターが
直接事業を実施〕

地方消費者行政人材育成
1.5億円 (1.0億円)

- ・相談員担い手の確保
- ・国民生活センターにおける研修強化 (オンライン研修の拡充)
- ・消費生活相談のデジタル改革 (PIO刷新、トラブル解決を支援する情報サイトの構築等)
- ・見守りの担い手(協力員等)の養成
- ・越境消費者トラブル相談体制強化 等

消費生活相談のデジタル化・国際化対応
4.9億円

- ・相談業務のデジタル化対応 (TV会議、メール、SNS等による相談受付など)の推進
- ・自治体連携の推進
- ・消費生活相談員が活躍できる環境整備 (主任消費生活相談員の配置・キャリアアップ支援等の処遇改善、メンタルケア)
- ・消費者志向経営、エシカル消費、食品ロス削減、見守りネットワーク等の推進 等

○地域の特性に応じた

・重要消費者施策への取組 ・基礎的な相談体制整備

地方消費者行政強化交付金による支援
28.5億円 (18.5億円)

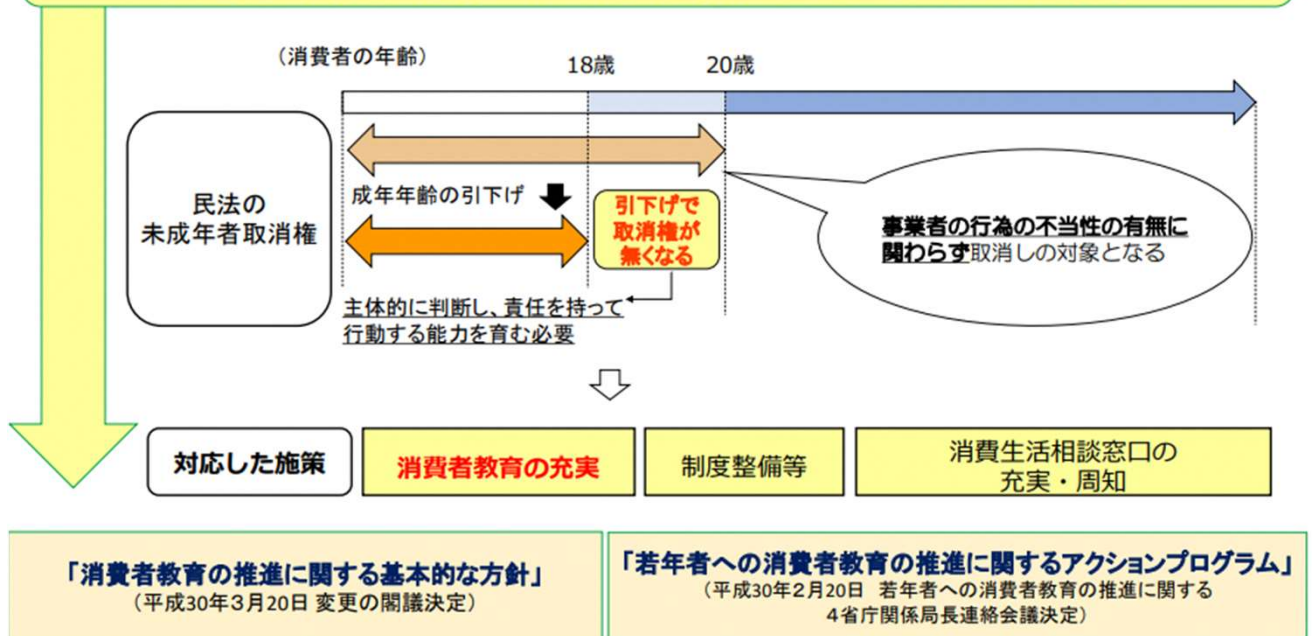
地方公共団体の自主財源による取組

※括弧内は令和3年度当初予算額

若年者への消費者教育の推進

成年年齢の引下げを見据え（※）、若年者の消費者被害の防止・救済のため、また自立した消費者の育成のため、若年者への実践的な消費者教育の推進は喫緊の課題

※成年年齢を引き下げる民法の改正は、平成30年6月13日可決、同月20日公布（令和4年4月施行予定）



令和3年度は、成年年齢引下げ施行に向けた**最後の1年**

「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーン

として関係省庁と連携しつつ、地方公共団体・大学等、関係団体、メディア等も巻き込んだ重層的取組を行う

- 消費生活上の契約、家計管理等に関する教育
- 消費者被害防止に資する教育

※平成30年のアクションプログラムの内容はキャンペーンに取り込んで実施。

令和3年4月～取組をスタート

<「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーン>



関係4省庁が連携し、各々の立場から関係各所に働き掛け重層的に取り組む

4省庁決定事項



若年者へ向けた情報発信

○消費者庁「18歳から大人」
Twitterアカウントでのツイート(3月22日)
https://twitter.com/caa_18sai_otona



○LINE公式アカウント
「消費者庁 若者ナビ!」
(令和3年8月4日開設)



特定商取引法の主な改正内容

消費者の脆弱性につけ込む悪質商法に対する抜本的な対策強化、新たな日常における社会経済情勢等の変化への対応のため、特定商取引法等の改正による制度改革によって、消費者被害の防止・取引の公正を図る。

1 通販の「詐欺的な定期購入商法」対策

(※公布の日(R3.6.16)から1年を超えない範囲内において施行)

- 定期購入でないと誤認させる表示等に対する直罰化
- 上記の表示によって申込みをした場合に申込みの取消しを認める制度の創設
- 通信販売の契約の解除の妨害に当たる行為の禁止
- 上記の誤認させる表示や解除の妨害等を適格消費者団体の差止請求の対象に追加

○詐欺的な定期購入商法として、

- ・「初回無料」「お試し」と書いておきながら、実際には定期購入であることが条件だった
- ・いつでも解約可能と書いておきながら、実際には解約に細かい条件がある

といった手口が多い。



定期購入であることや解約条件が、非常に小さい文字で書いている。

※全く書いていないことも

詐欺的な定期購入商法に係る法改正の概要

改正事項 1

通信販売の申込みに係る最終確認画面等において、

- ①一定の事項(※)を表示するよう義務付け
 - ②契約の申込みとなることや一定の事項につき、人を誤認させるような表示を禁止
- ※商品等の分量、対価、支払時期、引渡し時期、契約の解除に関する事項等
- ⇒①に違反して表示すべき事項を表示しなかった場合や不実の表示をした場合、②に違反して誤認させるような表示をした場合には、いずれも、行政処分のみならず**直罰の対象**に

✗ 定期購入の条件を表示しない場合等

✗ 定期購入でないと誤認させるような表示をする場合等

注文内容確認

改正事項 2

通信販売において広告をする際に義務付ける表示事項として以下の内容を追加

- ①申込みの期間に関する定めがある場合は、その旨とその内容
- ②役務提供契約の解除等に関する事項

改正事項 3

通信販売に係る契約の解除等を妨げるため、当該契約の解除等に関する事項等につき、

不実のことを告げる行為を禁止

⇒違反した場合には、行政処分のみならず直罰の対象に

改正事項 4

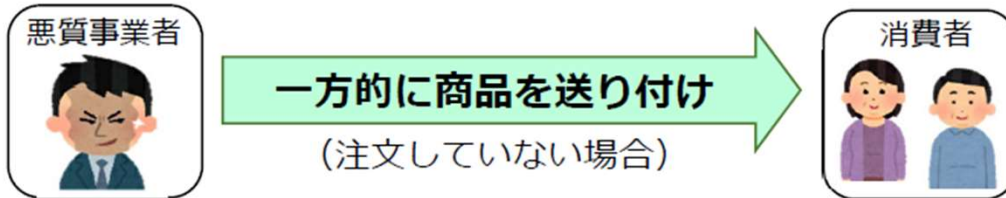
「改正事項 1」の規定に違反する表示により消費者が誤認して申込みをした場合の**取消権**を創設

改正事項 5

「改正事項 1」及び「改正事項 3」の規定に違反する行為を適格消費者団体の**差止請求の対象**に追加

2 送り付け商法対策（令和3年7月6日施行）

- 売買契約に基づかないで送付された商品について、送付した事業者が返還請求できない規定の整備等（改正前では消費者が14日間保管後処分等が可能 → 改正後は直ちに処分等が可能に）



送り付け対策に係る法改正の概要

- 新型コロナウイルス感染症を受けて、在宅する機会が多くなっている中で、消費者を狙って、売買契約がないにもかかわらず、勝手に商品を送付して代金を得ようとする「送り付け商法」に関する消費生活相談が増加している。

※2019年度：3,087件→2020年度：6,673件（2021年6月30日までにPI0-NETに登録された消費生活相談件数）

- 従来、送り付け商法に関して、以下のいずれかの期間が経過した場合には、販売業者は商品の返還を請求することができないとされていた。（当該期間の経過後は消費者が勝手に処分してもよいこととなる）
⇒以下のいずれかの期間は、消費者は商品を保管しなくてはならなかった。

- ① 商品送付後14日
- ② 消費者が販売業者に対して商品の引き取りを請求した場合には、その請求の日から7日

改正の概要

- 売買契約に基づかないで送付された商品について、販売業者がその商品の返還を請求できる期間を撤廃



- 売買契約が成立していないのに成立したと偽って商品を送付した場合についても、販売業者はその商品の返還を請求することができない



※送り付け商法については、契約が成立していないため、消費者は代金を支払う必要はない。また、誤って支払ってしまった代金は返還請求できる。

3 消費者利益の擁護増進のための規定の整備

（※公布の日（R3.6.16）から2年を超えない範囲内において施行（書面部分））

- 消費者からのクーリング・オフの通知について、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能に
- 事業者が交付しなければならない契約書面等について、消費者の承諾を得て、電磁的方法（電子メールの送付等）で行うことを可能に
- 外国執行当局に対する情報提供制度の創設
- 行政処分の強化等

○「エシカル消費」の普及に向けた取組

エシカル消費特設サイトによる情報発信

より多くの消費者に対しエシカル消費を知ってもらい、身近なことから取り組んでいただけるよう情報発信を充実・強化することで認知拡大を図る。
また、各主体における取組とその背景等を発信することで消費者のエシカル消費への機運の醸成を図る。

※身近＝①地方 ②すでに取り組んでいること③取り組まれているが認知されていないエシカル消費を発掘し発信する。

エコ、リサイクル、食品ロス、エシカルファッション、フェアトレード、寄付付き、地産地消、伝統品、被災地産品、オーガニック、ユニバーサル、ダイバーシティ（障がい者支援）等

マイ
エシカル消費
ページ

自分ごととしてエシカル消費に取り組やすくなるための個人情報を発信

- ・有識者のエシカル消費に対するエッセイ 他
- ・4つの大別整理と統一感をもたせた各ページ

つくること

かうこと

つかうこと

すてること

みんなの
エシカル消費
ページ

全国の地方公共団体・事業者の取組を発信

- ・申請フォームより応募
- ・実施済イベント 他



今後の取組

- ・各種団体や有識者に改めて協力を依頼し、有識者や著名人の身近なエシカル消費の取組を紹介・掲載していく。
- ・エシカル消費のイベント等を通して、取組の先駆者や積極的な企業を発掘していく。
- ・個人、企業の取組についても積極的に収集する。
(最終的にSDGsにつながる取組でもよいが、エシカル消費を軸とする)

サステナブルファッション特設ページ

サステナブルファッション

習慣のすすめ

サステナブルファッション
習慣のすすめ

18のヒント

皆さまの取組や工夫の紹介

「サステナブルファッション」に向けた消費者行動18のヒント
～服を買う時から始まるサステナブルファッション習慣のすすめ～

買う時、選ぶ時のヒント

日々のお手入れや洗濯時などのヒント

処分する時のヒント

その他のヒント

URL: <https://www.ethical.caa.go.jp/sustainable/index.html>