

消費者問題に関する特別委員会

第一特別調査室

(消費者問題に関する特別委員会担当)

1 令和 8 年度消費者庁予算概算要求等の概要

(1) 概算要求の概要

令和 8 年度予算概算要求において、消費者庁の要求額は、令和 7 年度当初予算比 19.1 億円（13.5%）増の 160.2 億円となっている。主な取組の概要として、①地方消費者行政の充実・強化、②消費者を取り巻く取引環境の変化への対応、③食品関係政策の総合的な推進、④消費者政策の推進に必要な基盤の整備を挙げている。

また、定員については計 30 名の増員を要求している。地方消費者行政の充実・強化への取組を反映し、このうちの 8 名は同分野に向けた人員となっている。

(2) 地域の消費者行政の充実・強化に関する概算要求の概要

消費者行政の現場は「地域」にあり、地方公共団体による消費者行政（地方消費者行政）の役割が極めて大きい。国で法律や制度を作っても、地方消費者行政が充実していなければ、消費者が安心・安全に消費生活を送ることは困難である。

地方消費者行政は、地方自治法上の自治事務と位置付けられており¹、地方公共団体自らが予算の措置、人員の配置に努めることにより、その充実・強化を図ることが基本とされている。

政府は平成 21 年の消費者庁設立に当たり、消費生活センターの設置や相談員の人件費を支援する「地方消費者行政活性化基金」を創設し、地方消費者行政を支援してきた。基金による支援は交付金に引き継がれ、平成 30 年からは「地方消費者行政強化交付金」によって、国が取り組むべき重要政策のため、国が定める推進事業に積極的に取り組む地方公共団体を支援するとの建て付けで実施されているが、同交付金の交付期限は、多くの地方公共団体で令和 7 年度までとなっている。

そこで、地方消費者行政の後退を防ぐとともに、高齢化の加速やデジタル化等の環境変化に対応するため、令和 8 年度概算要求においては、従来の消費生活センターの運営支援に加え、高齢者等の見守り活動や相談員の担い手確保等の支援を促進する枠組みを導入する等の見直しを行うとして、令和 7 年度当初予算比 10 億円増の 25.5 億円の交付金を要求している。また、消費生活相談に係る地方自治体への支援強化を図るため、(独)国民生活センター運営費交付金についても令和 7 年度当初予算比 2.3 億円増の 33.6 億円を要求する等、地方支援を重視する内容となっている。

¹ 昭和 44 年の地方自治法の改正により「消費者の保護」が地方公共団体の事務（いわゆる「固有事務」）として規定された。その後、平成 12 年の地方自治法の改正により、現在では、地方公共団体における消費者行政に関する事務は「自治事務」として位置付けられている。

(3) 食品関係政策の総合的な推進に関する概算要求の概要

令和6年度から、食品衛生行政のうち、食品の衛生規格基準等の食品衛生基準行政が厚生労働省から消費者庁に移管されている。令和8年度は、食品添加物の更なる安全性の確保に向け、諸外国の調査等によりリスク管理措置の検討等を行うとしており、令和7年度当初予算比1.6億円増の16.9億円を要求している。

また、機能性表示食品の信頼性を高めるための措置の着実な実施に向け、令和7年度当初予算と同額の2.1億円を要求している。具体的には表示の裏付けとなる安全性・機能性の課題について専門家の意見を聴く仕組みの運営や、立入検査に必要な体制の運用、届出に対する科学的根拠の確認体制の強化等を実施するとしている。

(図表1) 機能性表示食品制度の信頼性を高めるための措置

(1) GMP^{※1}の要件化 ※1 Good Manufacturing Practice (適正製造規範)

- ・製造工程管理による製品の品質の確保を徹底する観点から、機能性表示を行うサプリメント^{※2}についてはGMPに基づく製造管理を食品表示法に基づく内閣府令である食品表示基準における届出者の遵守事項とする
- ・届出者が自主点検をするとともに、必要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

※2 現行の機能性表示食品の届出等に関するガイドラインにおいては、サプリメント形状の加工食品とは、「本制度の運用上、天然由来の抽出物であって分画、精製、化学的反応等により本来天然に存在するものと成分割合が異なっているもの又は化学的合成品を原材料とする錠剤、カプセル剤、粉末剤、液剤等の形状である食品を指す」とされている

(2) その他信頼性の確保のための措置

- ・新規の機能性関与成分に係る機能性表示の裏付けとなる安全性・機能性の課題について科学的知見を有する専門家の意見を聴く仕組みの導入等、消費者庁における届出時の確認をより慎重に行う手続（販売前提出期限の特例）を食品表示基準に明記
- ・届出後の定期的な自己評価・公表など、届出後の遵守事項の遵守を要件化
- ・PRISMA2020の準拠について令和7年4月からの新規届出から導入
- ・事後チェックのための買上げ事業の対象件数の拡充
- ・特定保健用食品（トクホ）との違いや摂取上の注意事項の記載方法などの表示方法や表示位置などの方式の見直し

(出所) 内閣官房「紅麹関連製品に係る事案を受けた機能性表示食品制度等に関する今後の対応」より抜粋

また、「食品ロス削減・食品寄附等の促進」として、フードバンク団体の認証取得への支援や、「食品寄附ガイドライン」「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」の普及や定着に向けた研修会の実施等に令和7年度当初予算より1千万円増の7千万円を要求している。

さらに食品表示制度については令和7年度当初予算より4千万円増の2.4億円を要求し、表示の監視や法執行だけでなく、検査法の開発や、デジタル技術の活用を含めた合理的かつシンプルでわかりやすい食品表示制度について調査等を行うとともに、外食・中食事業者等における食物アレルギーの情報提供に関する取組の検討も進めることとしている。

2 最近の消費生活相談の傾向と特徴

(1) 消費生活相談の傾向と特徴

全国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、令和6（2024）年度 91.0 万件で、令和5（2023）年度の 89.3 万件に比べ約 2 万件増加した。

また、相談件数について、契約当事者を年代別にみると、70 歳以上の相談の割合が 26.2% と依然として最も高くなっている。

令和6（2024）年度において、前年度に比べ相談件数の増加が見られた商品・役務等としては、①覚えのない未納料金を請求する不審な電話に関する相談や、「自分宛に身に覚えのない商品が届いた」という相談がみられた「商品一般」、②「インターネット広告を見てサプリメントを注文したところ、複数回商品が届き定期購入商品であることが分かった。商品を返品したい」といった相談がみられた「健康食品」、③「無料カウンセリングのみのつもりで美容外科に行ったところ、高額な契約を勧誘された」といった相談がみられた「医療サービス」、④「2 時間後に電話が使用できなくなるという国の機関をかたった電話があった」といった相談がみられた「他の電報・固定電話サービス」、⑤「パソコンに警告画面がでて、サポート詐欺に遭い口座にお金を振り込んでしまった」といった相談がみられた「他の役務サービス」などがある。

（図表 2）2024 年度に件数が増加した商品・役務等（上位 10 位）

順位	商品・役務等	2024年度	2023年度	差	対前年度比(%)
1	商品一般	103,737	86,955	16,782	119.3
2	健康食品	41,306	32,171	9,135	128.4
3	医療サービス	15,648	10,109	5,539	154.8
4	他の電報・固定電話サービス	7,976	4,236	3,740	188.3
5	他の役務サービス	28,434	25,272	3,162	112.5
6	インターネット接続回線	20,536	18,477	2,059	111.1
7	賃貸アパート・マンション	34,838	33,152	1,686	105.1
8	ガス瞬間湯沸器	2,684	1,225	1,459	219.1
9	米	1,856	600	1,256	309.3
10	化粧品	60,346	59,131	1,215	102.1

（注）表中の対前年度比は2023年度の総件数を100として算出し、小数点以下第2位を四捨五入した値である。

（出所）（独）国民生活センター「2024 年度全国の消費生活相談の状況－PIO-NET より－」

全国で受け付けられた消費生活相談は全国消費生活情報ネットワークシステム（P I O－N E T²）によって集約されており、その情報は法執行の端緒となったり、消費者政策の立案に活用されたりしている。

² P I O－N E T（パイオネット）とは、（独）国民生活センターと全国の消費生活センター等をオンラインネットワークで結び、消費生活に関する相談情報を蓄積しているデータベースのこと。なお、現在、消費生活相談のデジタル化が進められており、P I O－N E Tは令和8年10月にシステム更改が予定されている。

(2) インターネット通販・定期購入に関する相談

令和6（2024）年度の消費生活相談件数を販売方法・手口別にみると、1位が「インターネット通販」、2位が「定期購入」となっており、令和5（2023）年度と比べると相談件数は「インターネット通販」が約1万件的減少、「定期購入」が約9千件の増加となっており、両者とも依然として多くの相談が寄せられている。

(図表3) 販売方法・手口別の相談件数（2024・2023年度、上位10位）

順位	2024年度	件数	順位	2023年度	件数
1	インターネット通販	190,834	1	インターネット通販	201,129
2	定期購入	94,178	2	定期購入	85,217
3	家庭訪販	55,000	3	家庭訪販	50,147
4	電話勧誘販売	50,238	4	電話勧誘販売	42,946
5	かたり商法（身分詐称）	34,271	5	かたり商法（身分詐称）	22,933
6	代引配達	20,416	6	代引配達	19,630
7	点検商法	19,215	7	無料商法	16,077
8	無料商法	16,962	8	サイドビジネス商法	15,861
9	サイドビジネス商法	14,350	9	フィッシング	14,425
10	フィッシング	11,791	10	偽サイト	14,004

(注1) 1件の相談に複数の販売方法・手口が含まれる場合は、各々に対し1件ずつカウントしている。

(注2) 「インターネット通販」「家庭訪販」「電話勧誘販売」「代引配達」は、販売方法に問題があるとカウントされたもののみを対象に集計した。

(注3) 「インターネット通販」「定期購入」は、販売購入形態が「通信販売」以外のものも含めて集計した。

(出所) (独) 国民生活センター「2024年度全国の消費生活相談の状況－PIO-NETより－」

インターネット通販に関する消費生活相談は、ショッピングサイト等で商品を購入する「商品」に関する相談と、コンテンツ配信等のサービスを契約する「サービス」に関する相談に分けられ、令和6（2024）年のインターネット通販の相談は、約24万件で、そのうち「商品」に関する相談が約7割を占めている。

また、令和5（2023）年の通信販売における「定期購入」に関する消費生活相談について、年齢層別にみると40歳以上の年齢層が占める割合が大きい傾向にあり、商品・サービス別では化粧品や健康食品が上位を占め、特に化粧品の相談件数が多くなっている。

定期購入における具体的な相談事例としては「1回のつもりで美容クリームを購入したが、後で定期購入品だと分かった。解約したいが電話がつかない」等、消費者が定期購入であることを認識しないまま商品を注文しているケースがみられ、解約したくても事業者と連絡がとれないといった相談や、「購入回数縛り一切なしのファウンデーションを購入したが、初回のみでの解約を断られた」、「お試しのつもりでダイエットサプリを注文。

すぐに解約したはずだが、2回目、3回目の商品が届いた」等、解約をめぐる相談もみられる。

（図表4）「定期購入」に関する消費生活相談の商品・サービス別上位件数（2024年）

順位	商品・サービス	件数	割合	順位	商品・サービス	件数	割合
1	他の健康食品	24,715	27.5%	11	洗顔クリーム	1,515	1.7%
2	化粧クリーム	15,872	17.7%	12	電子タバコ	1,348	1.5%
3	乳液	8,267	9.2%	13	酵素食品	1,286	1.4%
4	ファウンデーション	4,700	5.2%	14	他の医薬品	872	1.0%
5	歯みがき粉	3,802	4.2%	15	化粧水	844	0.9%
6	養毛剤	3,755	4.2%	16	毛髪着色料	791	0.9%
7	シャンプー	3,164	3.5%	17	善玉菌含有食品	777	0.9%
8	化粧品（全般）	2,805	3.1%	18	制汗・消臭剤	526	0.6%
9	健康食品（全般）	2,515	2.8%	19	染毛剤	478	0.5%
10	化粧品その他	1,740	1.9%	20	皮膚病薬（全般）	463	0.5%

黄緑色：健康食品

ピンク色：化粧品

（備考） 1. PIO-NETに登録された消費生活相談情報（2025年3月31日までの登録分）。
 2. 通信販売での「定期購入」に関する相談件数。
 3. 品目は商品キーワード（下位）。

（出所）消費者庁「令和7年版消費者白書」

このような定期購入に関するトラブルに関して、（独）国民生活センターでは消費者に向けて、①インターネットで注文する際は、契約条件を最後までしっかり確認し、契約条件が示されている画面はスクリーンショットで保存する、②特定商取引法により申込みの意思表示を取り消すことができる場合がある、③不安に思った場合や、トラブルが生じた場合は、すぐに最寄りの消費生活センター等へ相談する、といったアドバイスを行うとともに、契約条件のチェックリストを作成し注意喚起を促している。

3 不当寄附勧誘防止法施行後の動向

令和4（2022）年7月に発生した安倍晋三元内閣総理大臣に対する銃撃事件を契機として、旧統一教会に関連していわゆる霊感商法への対応の強化を求める社会的な要請が高まっていたことを踏まえ、同年、法人等からの寄附の勧誘を受ける者の保護を図るため、不当な寄附の勧誘を禁止するとともに、当該勧誘を行う法人等に対する行政上の措置等を定めた「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」（令和4年法律第105号。以下「不当寄附勧誘防止法」という。）が制定され、令和5（2023）年6月1日をもって全面施行された。

消費者庁の分析によると、令和6年度の不当勧誘に関する情報の件数は1,201件、そのうち、不当勧誘が疑われ新たに調査すべきとされたものは44件あり、勧告・命令の行政措置が実施されたものは0件である。（図表5参照）

また、令和5年4月、消費者庁は、不当寄附勧誘防止法第6条及び第7条に基づく不利益処分に関する基準（「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律に基づく消

費者庁長官の処分に係る処分基準等について」³⁾を公表した。

なお、法附則第5条では、施行後2年（令和7（2025）年）を目途に、法律の施行状況や経済社会情勢の変化を勘案して検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとされている。この検討を行うため、令和7年8月、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律附則第5条に係る不当寄附勧誘防止法執行アドバイザー会議」が消費者庁に設置された。同会議では、制度の運用状況等を踏まえた検討が行われ、その結果、勧誘の停止などの「勧告」や「命令」といった行政措置を行った事案はなく、法の全面施行から2年を経過した現時点において、法改正すべき立法事実は認められないと結論付けられた。なお、今後、相当程度の期間における事案の蓄積状況を注視し、必要に応じて検討すること、法の執行及び周知啓発については更なる充実を図ることとされている⁴⁾。

（図表5）寄附の不当勧誘^{※1}に係る情報の受理・処理等件数概要

期間 ^{※2}	令和6年度上半期 R6. 4. 1 ~ R6. 9. 30	令和6年度下半期 R6. 10. 1 ~ R7. 3. 31
情報の受付件数	699	502
調査対象情報件数 ^{※3}	33	31
新受（当期受理件数）	21	23
旧受（前期調査中件数）	12	8
処理件数	25	20
(1) 勧告又は命令を実施したもの	0	0
(2) 勧告又は命令を実施する法令上の要件を満たさないもの	0	0
(3) 寄附の不当勧誘の事実が認められないもの	8	6
(4) 匿名又は連絡不通等により調査が不能なもの	11	14
(5) 法律施行日前の事案と認められるもの等	6	0
調査中件数	8	11

※1 寄附の不当勧誘：不当寄附勧誘防止法で定める配慮義務（第3条）又は禁止行為（第4条、第5条）の規定に違反するもの

※2 期間：消費者庁における手続の期間

※3 調査対象情報件数：情報の受付件数計上の全件について、寄附の不当勧誘が疑われる内容を含むものを確認した結果、調査すべき対象として受理した情報の新受及び旧受

（出所）消費者庁資料を基に当室作成

4 食品ロスの削減の推進

まだ食べられるのに廃棄される食品、「食品ロス」の削減については、昨今の環境に対する意識の高まりや、人口増加、気候変動による食糧不足への懸念から、国際社会全体で取り組むべき重要な課題となっている。

我が国でも、令和元（2019）年の第198回国会に成立した「食品ロスの削減の推進に関

³⁾ 令和5（2023）年4月17日消政策第136号

⁴⁾ 消費者庁消費者政策課 寄附勧誘対策室「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律附則第5条に係る報告書」（令和7年9月）

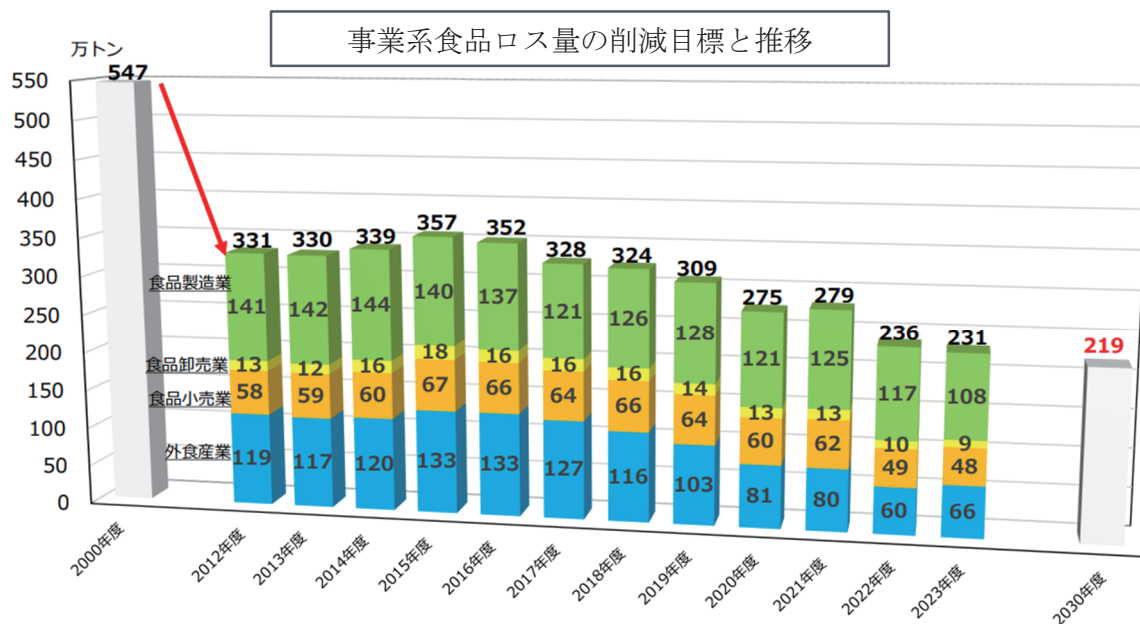
する法律」(令和元年法律第19号。以下「食品ロス削減推進法」という。)に基づき閣議決定された「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」(以下「基本方針」という。)に沿って、様々な取組が実施されている。

令和7(2025)年3月に閣議決定された第2次基本方針においては、家庭系及び事業系ともに食品ロスを2030年度までに2000年度(980万t)と比べて半減させるとの目標について、事業系については8年前倒しで目標を達成したことから、新たな目標として60%減が設定された。また、目標達成までに更に20万tの削減が必要な家庭系食品ロスについては、引き続き早期達成を目指すこととされた⁵。

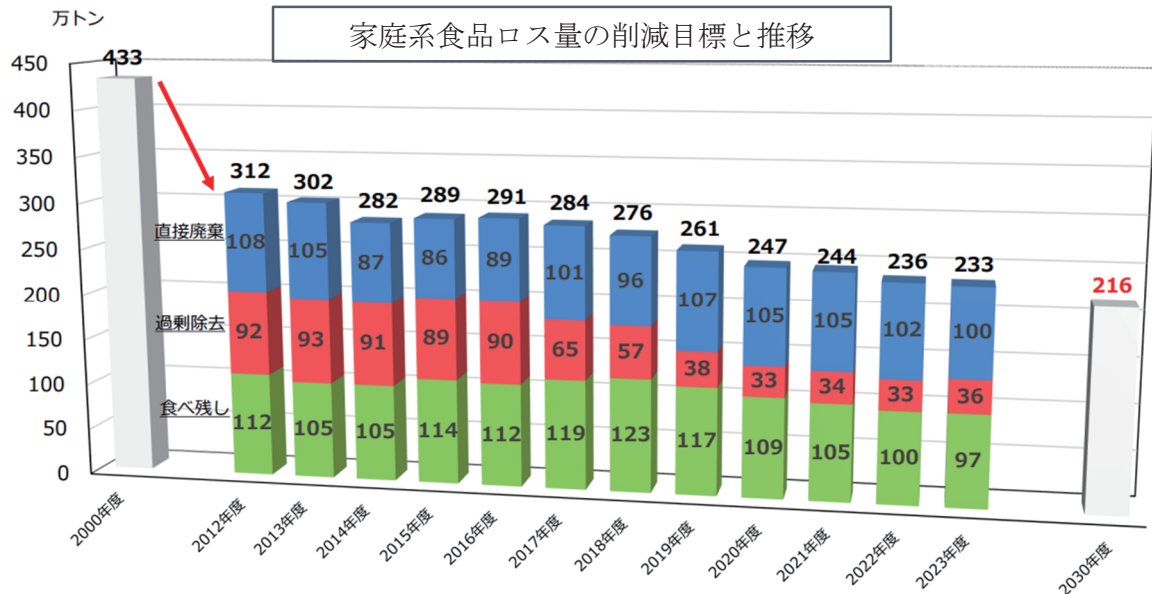
また、同基本方針においては、地域における食品ロス削減推進サポーター育成等の普及啓発活動が盛り込まれたほか、事業者への支援策として、納品期限の見直しや賞味期限の大括り表示等の周知・徹底等、商慣習の見直し推進、「食品期限表示の設定のためのガイドライン」の改正内容の周知等の施策が提示されている。

食品ロス削減推進法においては、各地方公共団体は、基本方針を踏まえて食品ロス削減推進計画を定めるよう努めなければならないものとされており、特に策定率が低い市区町村について、計画策定の促進に向け、引き続き国による情報提供や先進事例の共有が求められる。

(図表6) 食品ロス量の推移と削減目標



⁵ 「我が国の食品ロスの発生量の推移等」(令和7年6月27日 環境省プレスリリース「我が国の食品ロスの発生量の推計値(令和5年度)の公表について」添付資料)



(出所) 環境省資料

5 機能性表示食品制度をめぐる状況

機能性表示食品制度は、事業者が、食品の安全性と機能性に関する科学的な根拠などの必要な事項を販売前に消費者庁長官に届け出れば、機能性を表示することができる制度として、平成 27（2015）年 4 月から始まったものである。

令和 6（2024）年 3 月 22 日、小林製薬株式会社が同社の販売する紅麹を使った機能性表示食品について、摂取した消費者において腎疾患などの健康被害が報告されたとして自主回収する旨を公表して以降、死亡事例も明らかとなり、購入者からは不安の声が上がるなど影響が広がった⁶。

同月 29 日、「紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合」（以下「関係閣僚会合」という。）が開催され、官房長官より今後の対応について指示があった⁷。これを受け、消費者庁は、4 月 19 日、様々な分野の有識者から構成される「機能性表示食品を巡る検討会」を設置し、5 月 27 日、同検討会は報告書を取りまとめた。こうした中、同月 31 日の第 2 回関係閣僚会合において、紅麹関連製品に係る事案を受けた機能性表示食品制度等に関する今後の対応が示された。そこでは、健康被害の原因究明は継続中であるものの、再発防止の取組について早急に対応が必要であるとされ、①健康被害の情報提供の義務化、②機能性表示食品制度の信頼性を高めるための措置、③情報提供の D X 化、消費者教育の強化、の 3 点について、速やかに対応を実施することとされた。

こうした状況を踏まえ、消費者庁は、8 月 23 日、機能性表示食品制度が規定されている

⁶ 『読売新聞』（2024. 3. 27）

⁷ 今後の対応として、厚生労働省において食品による健康被害等に関する情報収集体制の見直し及び国の関与の在り方、消費者庁において今回の事案を受けた機能性表示食品制度の今後の在り方等について、5 月末を目途に取りまとめるよう指示があった。（「紅麹関連製品への対応に関する関係閣僚会合」議事要旨）

- 「食品表示基準」（平成 27 年内閣府令第 10 号）の一部改正を行った⁸。主な改正内容は、
- ①機能性表示食品について、事業者（届出者）は、健康被害と疑われる情報を収集し、健康被害と疑われる情報（医師が診断したものに限る。）を把握した場合、当該食品との因果関係が不明であっても速やかに消費者庁長官及び都道府県知事等へ情報提供すること（令和 6 年 9 月 1 日施行 即日実施）
 - ②機能性表示を行うサプリメント⁹について、GMP¹⁰（Good Manufacturing Practice：適正製造規範）に基づく製造管理を届出時はもとより、届出後の遵守事項とすること（令和 6 年 9 月 1 日施行 令和 8 年 9 月 1 日実施）
 - ③医薬品等との相互作用や過剰摂取防止のための注意喚起を具体的に記載するなどの表示方法や、「機能性表示食品」の文字を主要面上部に枠で囲むなどの表示方式の見直し（令和 6 年 9 月 1 日施行 令和 8 年 9 月 1 日実施）
 - ④新規の機能性関与成分の届出資料について、慎重な確認が必要と消費者庁長官が認める場合、その提出期限を販売日の 120 日営業日前とすること（令和 7 年 4 月 1 日施行 即日実施）
- などである。

なお、消費者委員会は、同食品表示基準改正の答申に付した附帯意見において、報告期限の短期間化、情報の積極的収集、早期の公表に向けた仕組みづくり等について、消費者庁等に対し更なる検討等を求めている¹¹。

内容についての問合せ先

第一特別調査室 志村首席調査員（内線 68700）

⁸ 同日、「食品衛生法施行規則」（昭和 23 年厚生省令第 23 号）の一部改正も行われており、機能性表示食品の営業者（届出者）に対し、健康被害と疑われる情報（医師が診断したものに限る。）を把握した場合、都道府県知事等への情報提供が義務付けられた。

⁹ 天然物、若しくは天然由来の抽出物を用いて分画、精製、濃縮、乾燥、化学的反応等により本来天然に存在するものと成分割合が異なっているもの又は化学的合成品を原材料とする錠剤、カプセル剤、粉末剤、液剤等の形状である加工食品

¹⁰ GMPは原料の受入れから最終製品の出荷に至るまでの全工程において、「適正な製造管理と品質管理」を求めるもの

¹¹ 消費者委員会「答申書」（令和 6 年 7 月 16 日）