

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)

I 所管事項の動向

1 令和5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5年度予算概算要求において、消費者庁は、一般会計146.4億円と東日本大震災復興特別会計2.4億円の合計148.9億円を要求している。前年度当初予算額（一般会計117.3億円、東日本大震災復興特別会計2.8億円、合計120.1億円）と比べると24%増となっている。消費者庁は、同概算要求において、主な取組として、①デジタル取引における安全・安心の確保、②商品・サービス・消費の多様性に適応する消費者政策の推進、③消費者市民社会の実現の推進等、④地域の消費者行政の充実・強化、⑤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、令和5年度機構定員要求として、上席景品・表示調査官（デジタル表示担当）、企画官（物価担当）の新設を、デジタル広告不当表示の監視強化などのため、29名の増員を要求している。

(2) 地方消費者行政に対する国の支援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。しかしながら、地方財政の悪化により、地方公共団体の消費者行政予算は、平成7年度の約200億円から平成20年度には約101億円に半減した。平成21年の消費者庁を設立するための法案の国会審議などにおいて、地方消費者行政の充実・強化が課題となり、政府は「地方消費者行政推進交付金」などを平成29年度まで累計約540億円計上し、地方消費者行政を支援してきた。

平成30年度には、国として取り組むべき重要な消費者政策の推進のため、積極的な取組を行う地方公共団体を支援する観点から、「地方消費者行政強化交付金」が創設された²。

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。

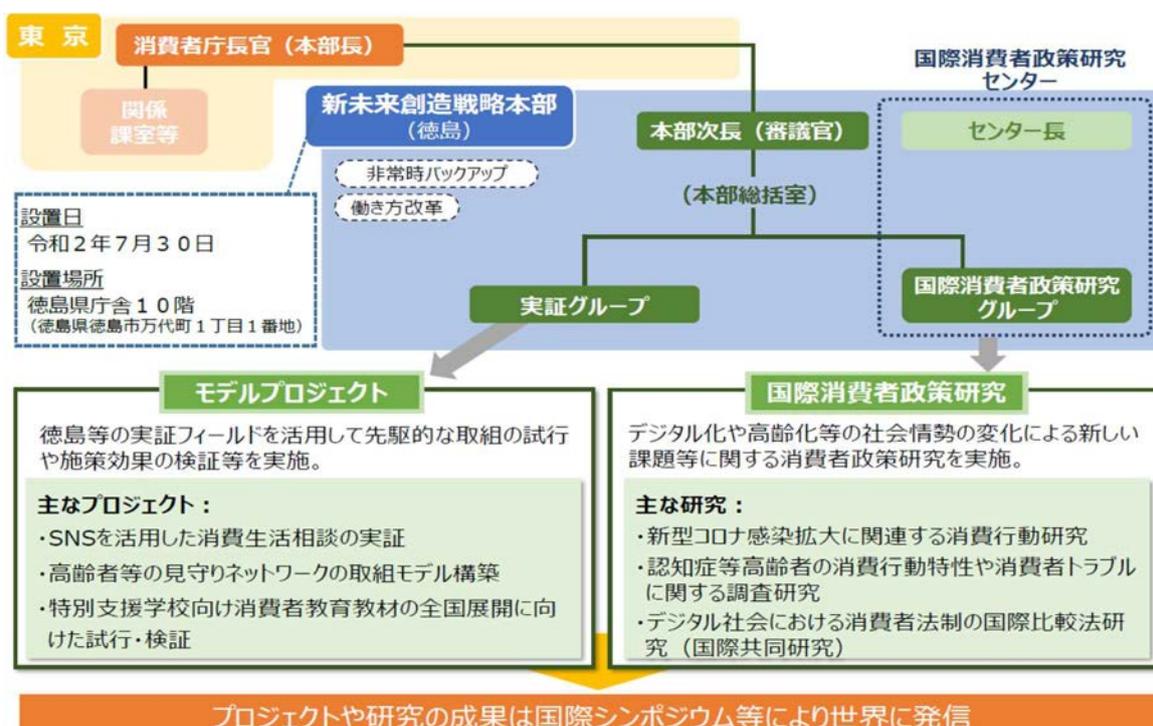
² 令和4年度における事業として、「重要消費者政策に対応する地方消費者行政の充実・強化」のための、情報化対応の推進（例：メール、SNS等を活用した消費生活相談のデジタル対応）・自治体連携の促進による相談体制の維持充実（例：指定消費生活相談員等による相談機能の強化）などがある。また、「国の重要政策に係る消費生活相談員レベルアップ事業」のための、社会のデジタル化の進展・電子商取引の拡大への対応などがある。

令和5年度予算概算要求においては、同交付金として30.0億円（前年度当初予算額17.5億円）が要求されている。このほか、同概算要求では、地域におけるモデル事業³の充実費用として1.1億円、消費生活相談員の担い手確保・研修充実・認知度向上のための費用として0.7億円などが要求されている。

(3) 消費者庁新未来創造戦略本部に関する概算要求の概要

消費者庁は、消費者行政の発展・創造のための新たな恒常的な拠点として、令和2年7月に「新未来創造戦略本部」を徳島県に設置した⁴。同本部は、全国展開を見据えたモデルプロジェクトの拠点、消費者政策の研究拠点及び新たな国際業務の拠点として位置付けられているほか、首都圏における大規模災害発生時のバックアップ機能を担わせるとともに、働き方改革の拠点としても位置付けられている。

<消費者庁新未来創造戦略本部の組織と取組>



（出所）消費者庁資料

³ 孤独・孤立化する消費者への対応、高齢者・障害者等を見守るネットワークの構築、食品ロス削減、食物アレルギーの理解を深める取組及び消費者志向経営の推進など、地域の諸課題に対して、関係者間で連携を図りつつ、効率的かつ効果的に事業を実施し、事例を広く共有・展開することで、地方消費者行政の更なる充実・強化を図るものとされている。

⁴ 2016年9月の「政府関係機関の地方移転にかかる今後の取組について」（まち・ひと・しごと創生本部決定）において、消費者庁等は、徳島県に「消費者行政新未来創造オフィス」を置き、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・創造の拠点とすることとされた。また、同オフィスの取組は、徳島における同オフィスの恒常的な設置、規模の拡大に向けた試行としても位置付けられ、2019年度を目途に検証・見直しを行うとされた。2019年6月、「まち・ひと・しごと創生基本方針2019」が閣議決定され、その中で、同オフィスの今後の在り方について「消費者行政の発展・創造のためにふさわしい機能と規模を備えた新たな恒常的拠点を2020年度に発足させるために必要な調整を進め、消費者行政を進化させるとともに地方創生に貢献していくことを目指す」とされた。

令和5年度予算概算要求においては、新未来創造戦略本部に関連して5.1億円（前年度当初予算額4.8億円）が要求されている。また、令和5年度機構定員要求において1名の増員を要求している。

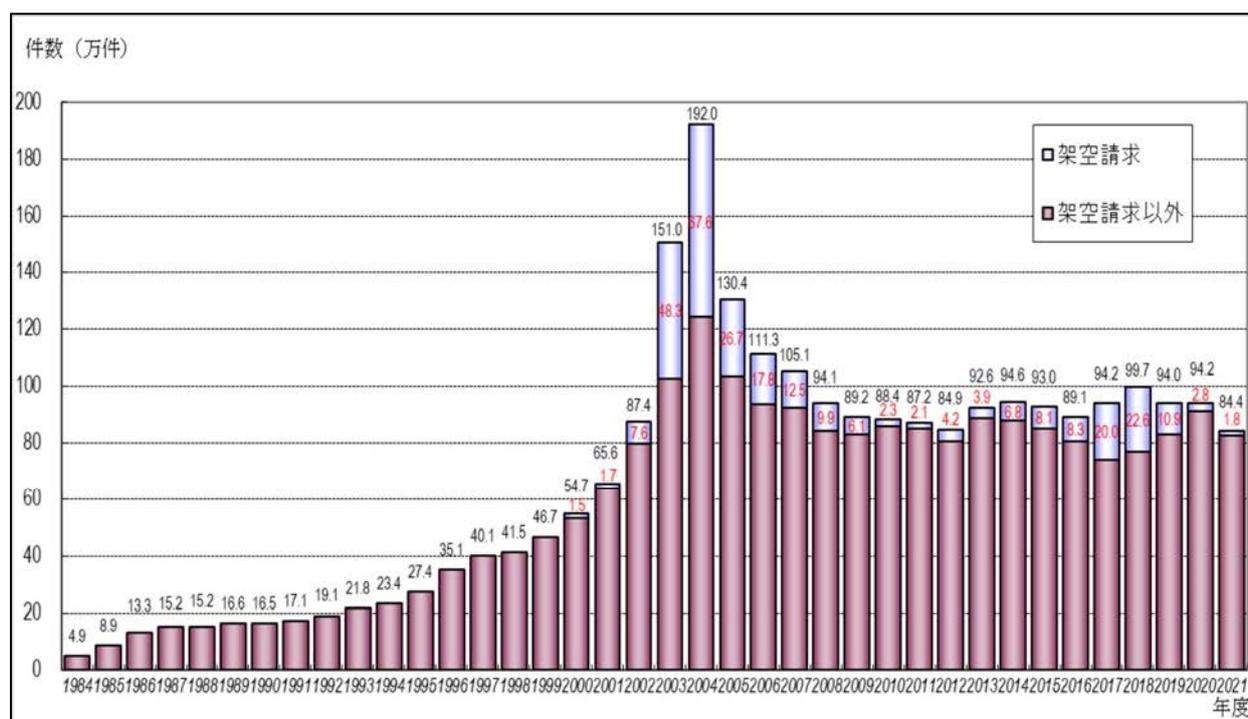
2 最近の消費生活相談の傾向と特徴

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、2004年度に192万件とピークを迎えた後、近年は90万件前後で高止まりしている。2021年度の相談件数は84.4万件で、前年度に比べ約10万件減少した。架空請求の相談は、2012年度から2018年度にかけて再び増加し、2017年度と2018年度は20万件を超えたが、2019年度は10.9万件、2020年度は2.8万件、2021年度は1.8万件と大幅に減少した。また、新型コロナウイルス関連の相談件数については、2020年度の8.0万件から、2021年度は2.6万件と減少した。

相談件数について、年代別に見ると、70歳以上の相談の割合は22.9%と依然として全年代で最も多く、20歳代、70歳以上の割合がやや増加している。

2021年度において、前年度に比べ相談件数の増加が見られる商品・役務等としては、①SNSやインターネット上の広告をきっかけとしたインターネット通販での定期購入のトラブルが見られる「化粧品」、②電話勧誘販売で契約した海産物が代引配達で受け取ったがクーリング・オフしたいなどの相談が目立つ「魚介類全般」、③SNS上の割引セール of 広告から代引配達で注文した場合に偽物が届いたというインターネット通販のトラブルが見られる「かばん」・「アクセサリー」、④還付金詐欺と思われる電話がかかってきたというトラブルが見られる「他の保健・福祉サービス」、⑤マッチングアプリ等をきっかけに投資を勧められたというトラブルが見られる「外国為替証拠金取引」などとなっている。

＜消費生活相談件数の推移＞



(出所)「P I O - N E Tにみる 2021年度の消費生活相談の概要」(令和4年8月)国民生活センター資料

このような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 T⁵）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。

3 消費者保護に向けた法律の整備等

(1) 消費者契約法及び消費者裁判手続特例法の改正

令和4年の第208回国会において、「消費者契約法及び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の一部を改正する法律」（令和4年法律第59号）が成立した⁶。同法における「消費者契約法」（平成12年法律第61号）及び「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」（平成25年法律第96号。以下「消費者裁判手続特例法」という。）のそれぞれの改正内容等は、次のとおりである。

ア 消費者契約法の改正

消費者契約法は、消費者が事業者と契約をする場合、両者の間には持っている情報の質・量や交渉力に格差があることから、消費者の利益を守るため、平成13年4月1日に施行された。同法は、消費者契約について、不当な勧誘による契約の取消しや不当な契約条項の無効等を規定している。

同法は、平成30年改正において、不安をあおる行為等による契約の取消し規定が追加されるなど、改正が重ねられてきたが、昨今、超高齢社会がますます進展しているほか、情報通信技術の進展により普及しつつあったオンライン取引が、コロナ禍による新たな日常と相まって拡大するなど、消費者や消費者契約を取り巻く環境は、急激に変化している。このような中、前述のとおり、令和4年の第208回国会において消費者契約法の一部を改正する内容が盛り込まれた法律が成立した。

成立した法律において、消費者契約法の改正に係る部分の内容としては、契約の申込み又は承諾の意思表示を取り消すことができる類型を追加することなど、主に次のようなものが挙げられる。

<消費者契約法の改正部分（概要）>

【契約の取消権の追加】

意思表示を取り消すことができる不当な勧誘行為の類型として、消費者が消費者契約の締結についての勧誘を受けている場所において、相談を行うための連絡をする旨の意思を示したにもかかわらず、威迫する言動を交えて、連絡することを妨げることを追加すること。

【免責の範囲が不明確な条項の無効】

事業者の損害賠償責任の一部を免除する契約条項について、当該条項において事業者等の重大な

⁵ P I O－N E T（パイオネット）とは、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。

⁶ 消費者契約法の改正部分は、一部の規定を除き公布の日から1年を経過した日から、消費者裁判手続特例法の改正部分は、公布の日から1年6月を超えない範囲で政令で定める日から、それぞれ施行することとされている。

過失を除く過失による行為にのみ適用されることを明らかにしていないものを無効とすること。

【事業者の努力義務の拡充】

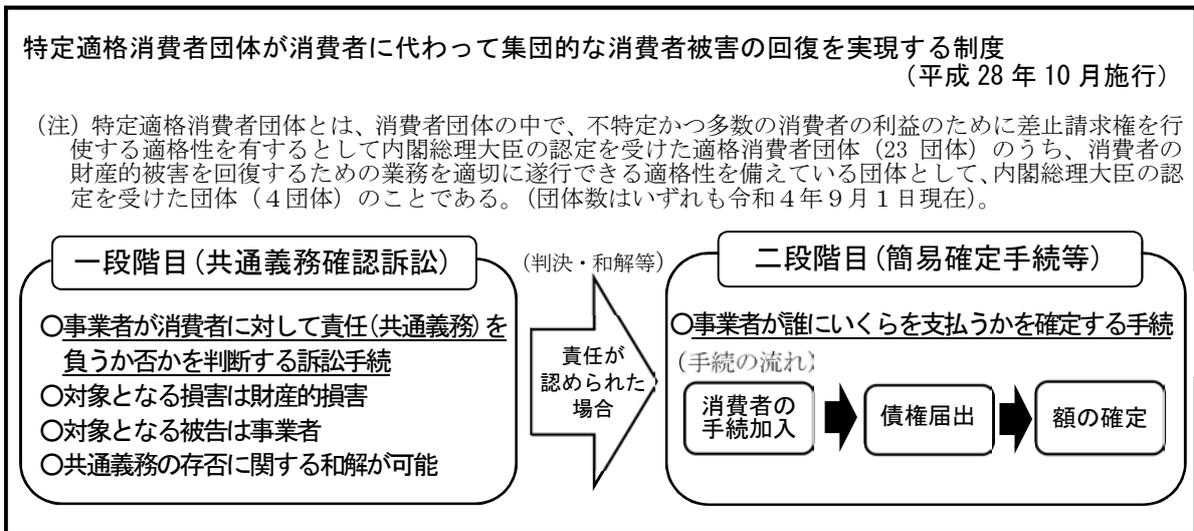
事業者の努力義務として、消費者の求めに応じて、解除権の行使に関して必要な情報を提供すること及び解約料の算定根拠の概要を説明すること並びに適格消費者団体からの要請に応じて、契約条項の開示及び解約料の算定根拠を説明すること等を規定すること。

(出所) 消費者庁資料を基に当室作成

イ 消費者裁判手続特例法の改正

消費者裁判手続特例法は、同種の被害が拡散的に多発するという消費者被害の特性に鑑み、消費者被害の集団的な回復を図るための二段階型の訴訟制度を設けるものである。

＜改正前の消費者裁判手続特例法の概要＞



(出所) 消費者庁資料を基に当室作成

同法は、施行から 3 年を経過した場合に検討を加え、必要があると認めるときは所要の措置を講ずるものとされており、また、国会の附帯決議においても見直しの必要性が指摘されていた。このような中、前述のとおり、令和 4 年の第 208 回国会において、消費者裁判手続特例法の一部を改正する内容が盛り込まれた法律が成立した。

成立した法律において、消費者裁判手続特例法の改正部分の内容としては、訴訟の対象となる範囲の拡大など、主に次のようなものが挙げられる。

＜消費者裁判手続特例法の改正部分 (概要)＞

【対象範囲の拡大】

共通義務確認訴訟の対象となる損害について、算定の基礎となる主要な事実関係が相当多数の消費者について共通すること等の要件を満たす慰謝料を追加すること。また、事業者以外の個人も被告とすることができるものとすること。

【和解の早期柔軟化】

共通義務確認訴訟における和解について、共通義務の存否にかかわらず和解をすることができるものとすること。

【消費者への情報提供方法の充実】

簡易確定手続において、事業者等は知っている対象消費者等に対して一定の事項を通知しなけ

ればならないものとする。

【特定適格消費者団体の負担軽減】

内閣総理大臣は、一般社団法人等であって、特定適格消費者団体等を支援する活動を行うことを主たる目的とし、現にその活動を相当期間にわたり継続して適正に行っていると認められること等の要件に該当すると認められるものを、消費者団体訴訟等支援法人として認定することができるものとする。

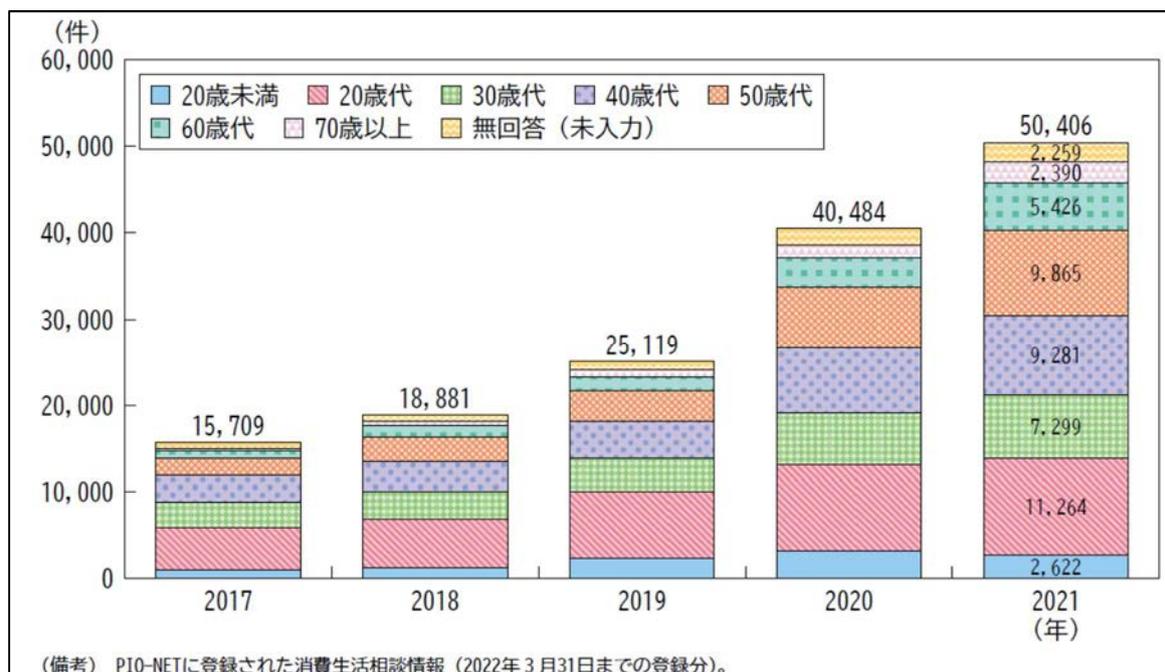
(出所) 消費者庁資料を基に当室作成

(2) SNSをきっかけとする消費者トラブル等への対応

SNSをきっかけとした消費生活相談件数は増加を続けており、令和4年版消費者白書によると、2021年においては、前年を上回る50,406件の相談が寄せられた。件数を年齢層別にみると、20歳代が11,264件と最も多く、40歳代(9,281件)や50歳代(9,865件)でも多くの相談がみられ、若年層だけでなく、幅広い年齢層でトラブルが発生している。

具体的には、「大手デパートの閉店セールというSNS広告をきっかけにブランドのバッグを注文したが詐欺サイトだった」といった相談や「SNSで知り合った女性から海外のFX取引を勧められ合計100万円以上支払ったが、騙されたようだ」といった相談が寄せられている。

< SNS関連の消費生活相談件数の推移 >



(出所) 消費者庁「令和4年版消費者白書」

令和4年1月、同年4月からの成年年齢引下げによる若年層の消費者トラブル拡大への懸念及びデジタル化の進展によるSNSの投稿や広告を端緒とした消費者問題等が増加している現状を踏まえ、被害の防止及び救済の観点から検討することを目的として、内閣府の消費者委員会において、「デジタル化に伴う消費者問題ワーキング・グループ」が設置さ

れた。同年8月26日、同ワーキング・グループは、販売業者等からのSNSのメッセージによる勧誘などについて法制度上の課題や必要と考えられる対策等を取りまとめた報告書を公表した。この報告書を受け、同年9月2日、消費者委員会は「SNSを利用して行われる取引における消費者問題に関する建議」及び「SNSを利用して行われる取引に関する消費者委員会意見」を公表した。

＜「SNSを利用して行われる取引における消費者問題に関する建議」の概要＞

第1 SNSのメッセージを含むインターネットを利用した広告表示に対する法執行の強化等

(建議事項1)

1. 消費者庁は、デジタル化に伴う消費者被害の未然防止の観点から、SNSのメッセージによる広告表示を含め、特定商取引に関する法律（昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。）第11条（表示義務）及び同法第12条（誇大広告等の禁止）などの通信販売に関する規定の執行を強化すること。
2. 消費者庁は、SNSのメッセージから契約に至る場合において、特定商取引法第11条に基づき販売業者又は役務の提供の事業を営む者（以下「販売業者等」という。）が広告に表示しなければならない事項を、消費者がSNSのメッセージ上で容易に認識できる場所に表示させることを徹底させること。
3. 消費者庁は、形式的な契約当事者以外の事業者も含めて事業者が販売業者等と連携共同して事業を行っている場合において、特定商取引法の執行を強化すること。
4. 消費者庁は、近時、特定商取引法上の執行とともに消費者安全法（平成21年法律第50号）上の注意喚起を行っているが、両法に限らず、関係する法制度を連携させた運用を図ること。

第2 電話勧誘販売に該当する場合の解釈の明確化及び周知

(建議事項2)

消費者庁は、当初の契約に加えて更に高額な契約を勧誘する事例や、WEB会議ツールによる勧誘事例にあるように、新たな手口やツールを利用して勧誘を行う取引が出現していることを踏まえ、消費生活センター等における消費者トラブルの解決に資するため、電話勧誘販売に関する解釈を事例に即して分かりやすく関係団体等に対し周知すること。

第3 消費者への注意喚起及び関係事業者等への情報提供

(建議事項3)

消費者庁は、消費者安全法を活用し、SNSのメッセージを利用した消費者事故等の発生に関する情報について、消費者への注意喚起を積極的に推進するとともに、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るため、関係事業者等へ情報提供をすること。

(出所) 建議を基に当室作成

(3) 景品表示法の見直し

「不当景品類及び不当表示防止法」（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）は、不当な表示や過大な景品類の提供による顧客の誘引を防止するため、消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為を禁止することなどにより、消費者の利益を保護することを目的とする法律である。

景品表示法については、平成25年度にホテルや百貨店、レストラン等において、メニュー表示と異なった食材を使用して料理を提供していた事案が多発したこと等を受け、平成26年に2度（6月、11月）にわたって改正がなされ、不当表示をした事業者に課徴金⁷を課す

⁷ 不当表示を行った事業者に対して経済的不利益を課すものであり、課徴金額は、不当表示をした商品・サー

制度を導入する等の措置が講じられた⁸。

＜平成 26 年における景品表示法の改正＞

6 月改正（平成 26 年 12 月 1 日施行）	11 月改正（平成 28 年 4 月 1 日施行）
事業者のコンプライアンス体制の確立のため、事業者が表示等を適正に管理するために必要な体制の整備等の措置を講ずることが義務付けられたほか、行政の監視指導体制の強化のため、事業所管大臣等に対して調査権限を、都道府県知事に対して措置命令権限等を付与することができることとされた。	不当な表示による顧客の誘引を防止するため、不当表示をした事業者に課徴金を課す制度が導入されるとともに、被害回復を促進する観点から、消費者に返金措置を実施した事業者に対して課徴金の額を減額する等の措置が講じられた。

（出所）消費者庁資料を基に当室作成

令和 4 年 3 月、消費者庁は、平成 26 年の景品表示法の改正から一定の期間が経過したこと及びデジタル化の進展等の同法を取り巻く社会環境が変化していること等を踏まえ、消費者利益の確保を図る観点から必要な措置について検討するため、「景品表示法検討会」を設置した。

同検討会においては、有識者等ヒアリングを実施した後、同年 6 月 23 日に開催された第 4 回会合において、速やかに検討を進めるものとして、①効率的かつ重点的な法執行の実現、②デジタル化等の社会状況の変化への対応、③消費者利益の回復の充実等などについての「今後の検討の方向性」が示された。今後、同方向性の下、消費者団体等の関係者へのヒアリング等を実施し、令和 4 年中を目途に取りまとめを行うこととしている。

また、消費者庁は、ステルスマーケティング（広告であるにもかかわらず、広告である旨を明示しない行為）については、別途検討の場を設けることとし、同年 9 月 16 日に「ステルスマーケティングに関する検討会」の第 1 回会合を開催した。同検討会においては、令和 4 年中を目途に一定の結論を得ることとしている。

（4）消費者法の現状の検証・将来の在り方の検討

令和 4 年の第 208 回国会において、「消費者契約法及び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の一部を改正する法律案」（内閣提出第 41 号）に対する附帯決議（次頁参照）の中で、政府は、消費者契約法の消費者法制における役割等を多角的な見地から整理し、既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討することとされた。

ビスの「売上額」に 3% を乗じた金額とされている。

⁸ なお、いずれの改正においても、施行後 5 年経過時に政府が法の施行状況について検討を加え、必要に応じ所要の措置を講ずることとする規定（いわゆる検討条項）が置かれている。

消費者契約法及び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の一部を改正する法律案に対する附帯決議⁹（令和4年4月19日衆議院消費者問題に関する特別委員会）

政府は、本法の施行に当たり、次の事項について適切な措置を講ずべきである。

- 一 法改正後直ちに、諸外国における法整備の動向を踏まえ、消費者契約法が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や同法の消費者法令における役割を多角的な見地から整理し直した上で、判断力の低下等の個々の消費者の多様な事情に応じて消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができる制度の創設、損害賠償請求の導入、契約締結時以外への適用場面の拡大等既存の枠組みに捉われない抜本的かつ網羅的なルール設定の在り方について検討を開始すること。
 - 二 一の検討の際には、超高齢社会が進展し高齢者の消費者保護の重要性が高まっていることや、成年年齢の引下げ後における若年者の消費者被害の状況等を踏まえ、悪質商法による被害を実効的に予防・救済するとの観点を中心に十分踏まえること。
 - 三 一の検討の際には、「平均的な損害」の額に係る立証責任の転換を含め、消費者契約に関する検討会の報告書において将来の検討課題とされた事項等について引き続き検討すること。
- （以下略）

消費者庁は、消費者契約法及び消費者裁判手続特例法の一部改正法案の国会審議や附帯決議を踏まえ、様々な学術分野の有識者の参加を得て、消費者法は現状何が実現できていて何ができていないかを検証し、将来の消費者法の可能性を幅広く検討するため、「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会」を設置し、第1回会合を同年8月30日に開催した¹⁰。

（5）旧統一教会問題等のいわゆる霊感商法への対策強化

令和4年7月8日、安倍晋三元内閣総理大臣への銃撃事件が発生した。容疑者については、「旧統一教会（現在は世界平和統一家庭連合）に強い恨みを抱いており、安倍元総理も同団体につながりがあると思った」旨の供述をしているとの報道がなされたことから、同団体が注目されることとなった。

旧統一教会については、1980年代以降、人の不安を煽ったうえ、災厄を免れる効果があるとする壺や印鑑を高額で購入させる、いわゆる「霊感商法」との関わりで批判がなされ、社会問題を引き起こしていた。

政府は、旧統一教会について社会的に指摘されている問題に関し、悪質商法などの不法行為の相談、被害者の救済を目的として、関係省庁間で情報を共有するとともに、被害者

⁹ 令和4年5月20日、参議院消費者問題に関する特別委員会においてもほぼ同内容の附帯決議が付された。

¹⁰ 消費者庁は、「開催趣旨」の中において、具体的な検討を行うに当たり、「消費者法の現状を検証した上で、将来に向けて消費者法の適用対象となる主体をどのように捉えるべきか、そして消費者法には何が必要で、消費者法で何を実現するのかといった観点から、法体系全体の中で消費者法が果たすべき役割や、消費者法全体の中での各法律の実効的な役割分担等について多様な学術分野にわたる多角的な議論をすることが必要である」としている。

への救済機関等のあっせんなど関係省庁による連携した対応を検討するため、法務大臣の主宰による、『旧統一教会』問題関係省庁連絡会議」を設置し、第1回会合を同年8月18日に開催した¹¹。

＜『旧統一教会』問題関係省庁連絡会議』の構成＞（令和4年9月1日現在）

議長 法務大臣	議長代理 法務事務次官	
構成員		
内閣官房孤独・孤立対策担当室長	警察庁生活安全局長	消費者庁次長
総務省大臣官房地域力創造審議官	総務省行政評価局長	法務省人権擁護局長
法務省大臣官房司法法制部長	外務省領事局長	文部科学省初等中等教育局長
厚生労働省子ども家庭局長	厚生労働省社会・援護局長	

（出所）法務省資料を基に当室作成

また、消費者庁は、旧統一教会問題等のいわゆる靈感商法（開運商法）への対応の強化を求める社会的な要請が高まっていることを踏まえ、消費者被害の発生及び拡大の防止を図るための対策等を検討するため、「灵感商法等の悪質商法への対策検討会」を設置し、第1回会合を同月29日に開催した。

＜消費者庁「灵感商法等の悪質商法への対策検討会」委員＞

（座長）河上 正二	東京大学名誉教授、青山学院大学客員教授
菅野志桜里	弁護士（一般社団法人国際人道プラットフォーム代表理事）
紀藤 正樹	弁護士（リンク総合法律事務所所長）
田浦 道子	消費生活相談員（相模原市消費生活総合センター）
西田 公昭	立正大学教授
宮下 修一	中央大学教授
山田 昭典	独立行政法人国民生活センター理事長
芳野 直子	日本弁護士連合会副会長

（令和4年8月29日現在）

（出所）消費者庁資料を基に当室作成

内容についての問合せ先
第一特別調査室 周藤首席調査員（内線 68700）

¹¹ 第1回会合においては、関係省庁が連携して体制を整備した上、9月初旬から約1か月程度（具体的には9月5日から同月30日まで）を想定し、相談対応のための集中強化期間を設けることとし、そこで寄せられた相談については、同連絡会議を通じ、その内容を共有しながら対処していくこととされた。