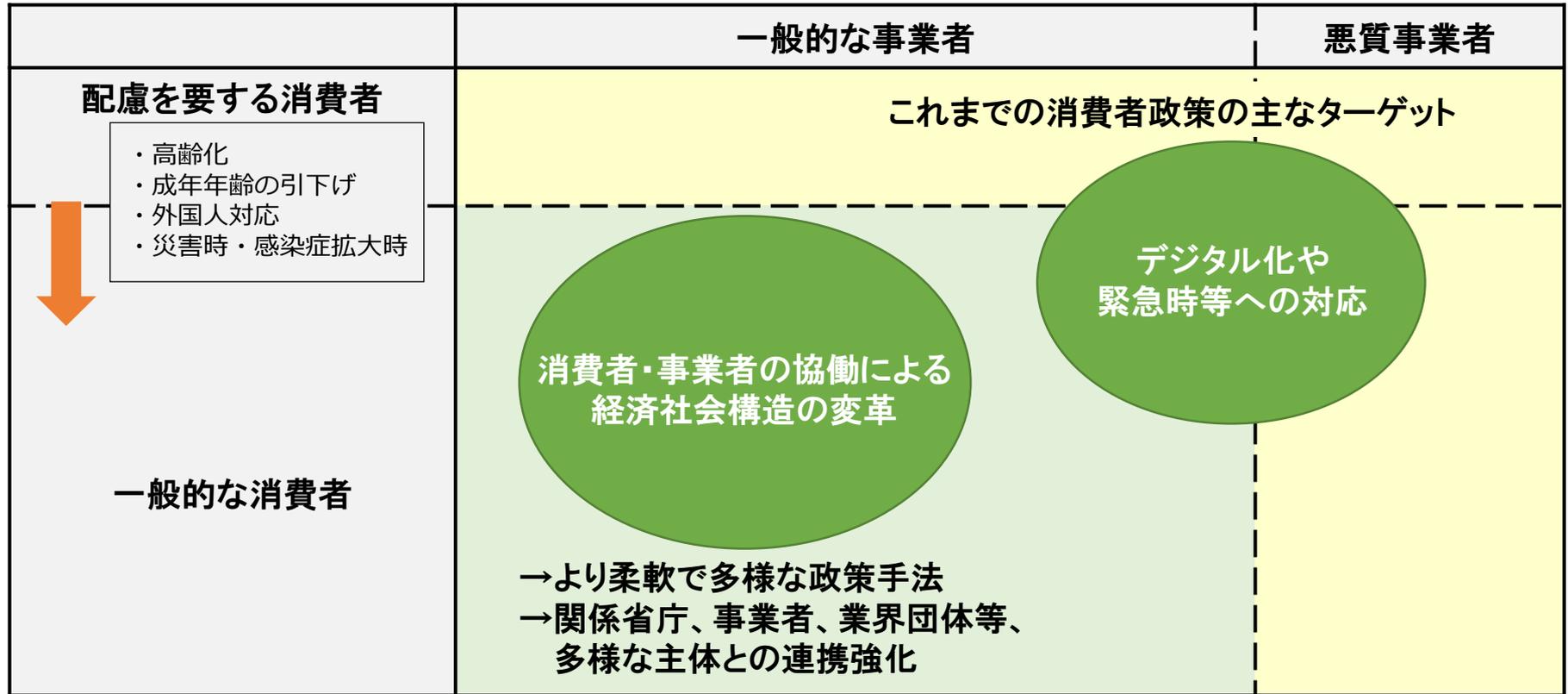


基本方針見直しに関する参考資料集



消費者政策の基本的方向

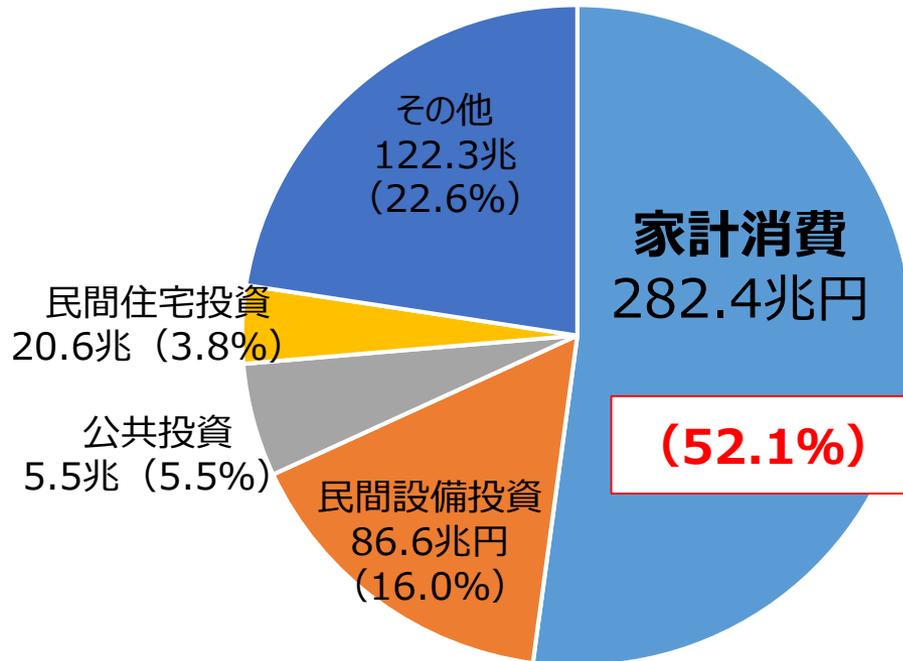
〈消費者政策の範囲の広がり〉



〈政策推進のための行政基盤〉



日本経済の過半が家計消費



日本のGDPの内訳 (2021年)
(合計 : 541.9兆円)

2021年の消費者の被害・トラブル額 ⇒年間約**5.9兆円** (推計)

※ GDP合計約541.9兆円に対し約1.1%に相当

成年年齢の引き下げ

- 2022年4月1日より、民法上の成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることとされている。
- こうした中で、若者等を狙った悪質商法の被害防止が必要。

【学校教育・広報】

➤2018～2020年 若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラムの実施

(3年間を集中取組期間とし、高校を中心に実践的な消費者教育を強化。)

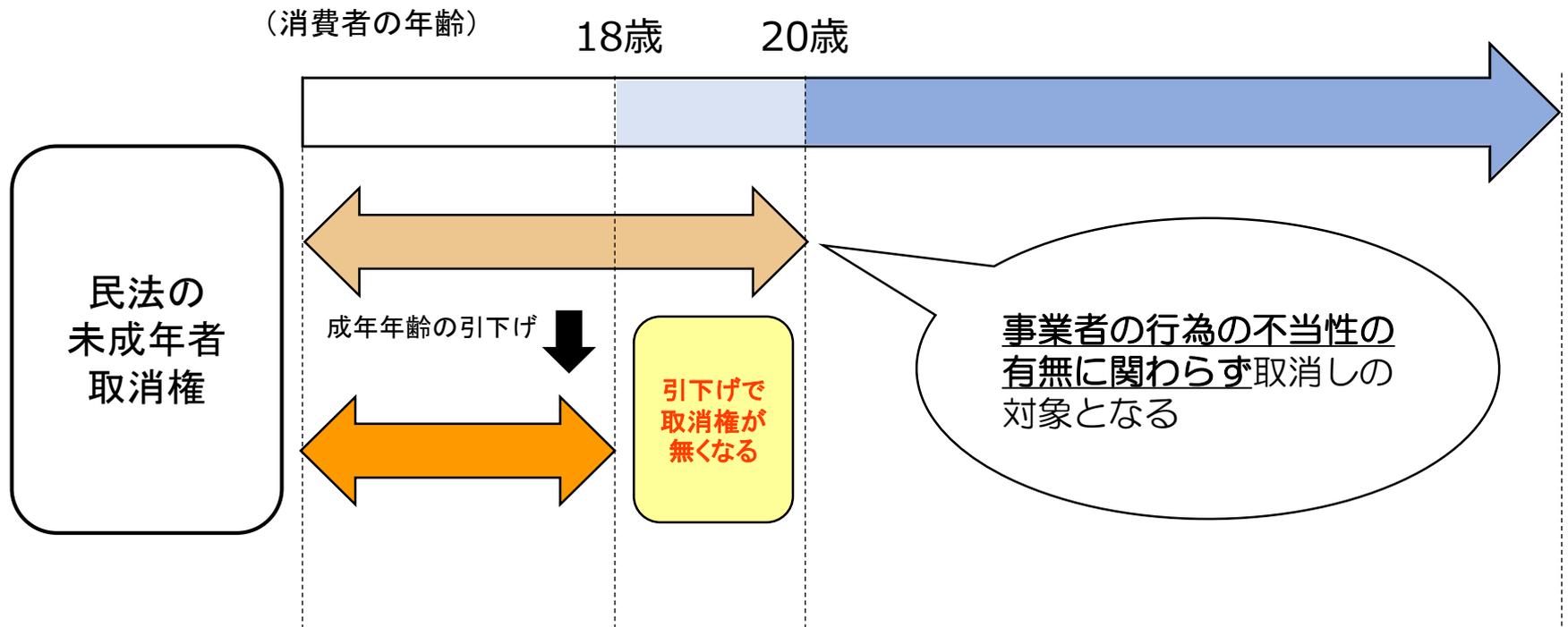
➤2021年 「成年年齢引下げに伴う消費者教育全力」キャンペーンを開始

(※) 若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定(消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁)

【法改正等】

➤2019年 改正消費者契約法施行(若年者を中心に発生する被害事例を念頭に置いた取消権の追加等)

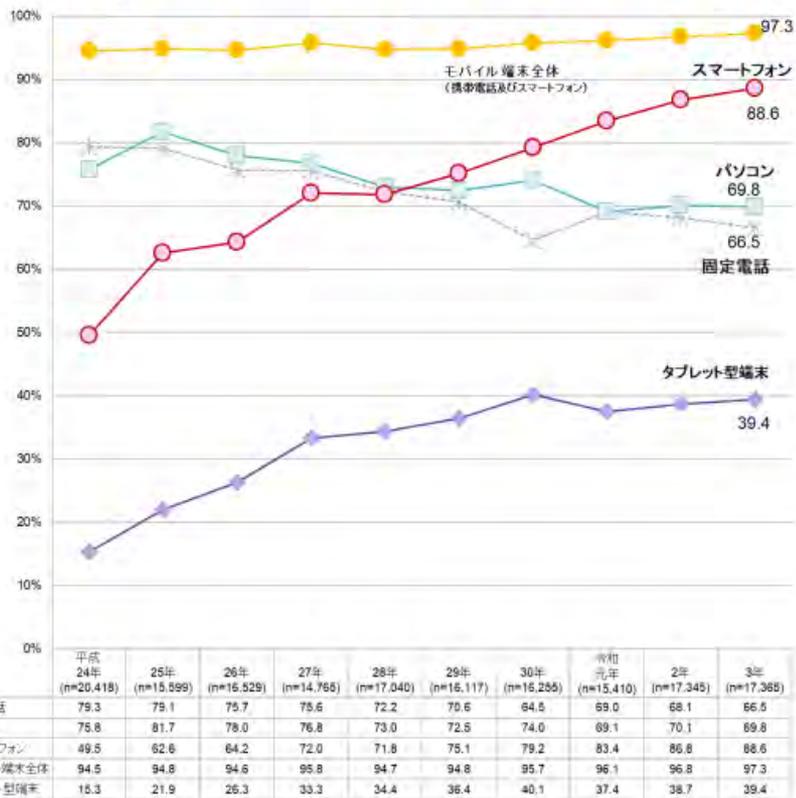
➤2021年 改正特定商取引法成立(若年者の被害も多い詐欺的な定期購入商法の対策強化)



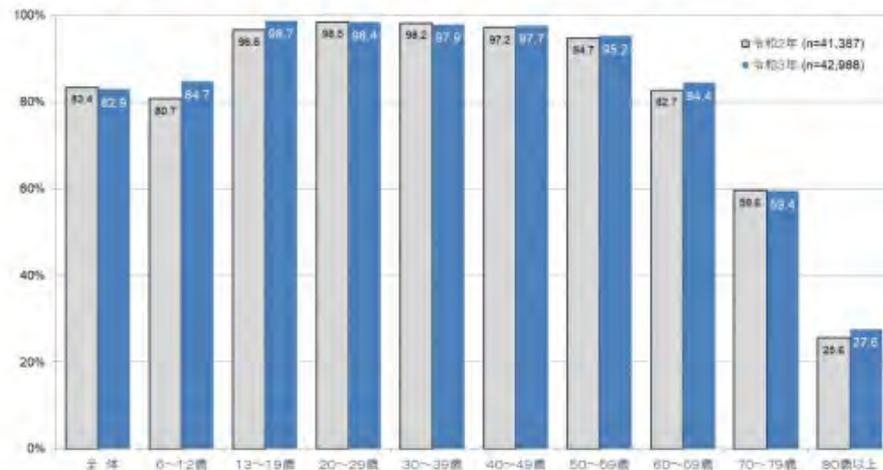
デジタル化の進展（1）

- スマートフォン保有世帯は堅調に増加。
- インターネット利用者の割合は13～59歳で9割超え。利用機器はスマホがパソコンを上回る。

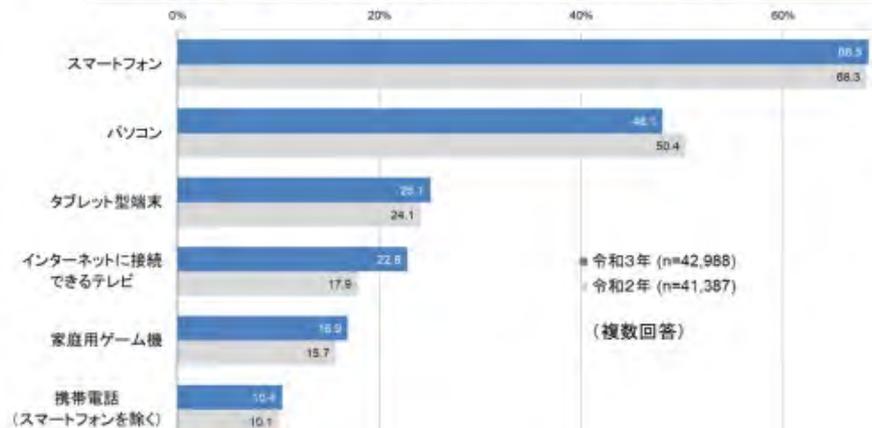
スマートフォンを保有している世帯の割合が堅調に伸びており(88.6%)、パソコン(69.8%)・固定電話(66.5%)を保有している世帯の割合を上回っている。



インターネット利用状況（個人）



インターネット利用機器の状況（個人）



デジタル化の進展（2）

- 国内の事業者・消費者間のデジタル取引はこの10年大きく増加。越境的なデジタル取引も増加。
- 消費者の決済手段の多様化・高度化も進み、キャッシュレス決済に関する消費生活相談の件数も増加傾向。

図表 I-1-6-16 国内の電子商取引（BtoC）市場規模の推移



図表 I-1-6-17 越境的な電子商取引（BtoC）市場規模の推移



図表 I-1-6-20 キャッシュレス決済比率の推移



図表 I-1-6-21 キャッシュレス決済に関する消費生活相談件数の推移



(備考) 消費者庁「令和3年消費者白書」より抜粋。

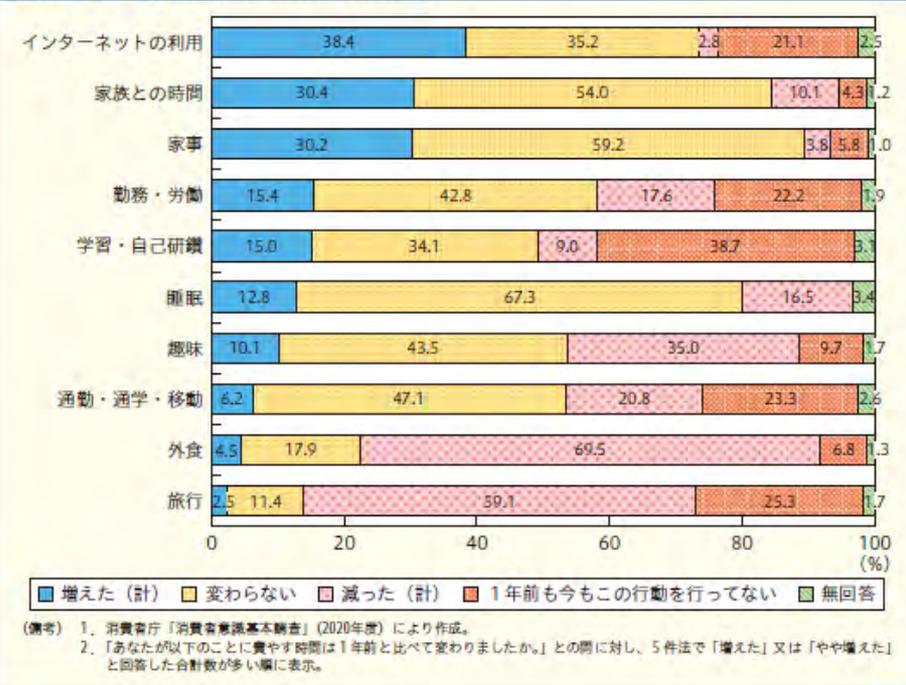
新型コロナウイルス感染症の生活への影響

- 2020年の消費支出は、減少がみられる一方、通販の利用の推奨等を含む「新しい生活様式」が提言される中、インターネットを利用した支出は増加傾向。
- 消費者の時間の使い方の変化を見ると、緊急事態宣言の発出に伴う外出自粛等の影響により、「インターネットの利用」や「家事」といった主に自宅で行う行動に費やす時間が増加した一方で、外出を伴う「外食」や「旅行」に費やす時間が減少。

図表I-2-1-9 家計支出とインターネットを利用した支出の推移



図表I-2-2-1 消費者の時間の使い方の変化



「風評被害に関する消費者意識の実態調査」の概要

○ 放射性物質を理由に購入をためらう食品の産地

※産地を気にする理由として「放射性物質の含まれていない食品を買いたいから」と回答した者に対し、購入をためらう産地を尋ねたもの

