

平成30年度
消費者政策の実施の状況

平成30年度
**消費者事故等に関する情報の集約
及び分析の取りまとめ結果の報告**

第198回国会（常会）提出

この文書は、消費者基本法（昭和43年法律第78号）第10条の2の規定に基づき、政府が講じた消費者政策の実施の状況について報告するとともに、消費者安全法（平成21年法律第50号）第12条各項の規定に基づき各行政機関の長、都道府県知事、市町村長及び国民生活センターの長から消費者庁に対し消費者事故等の発生に関する情報の通知があったもの等について、同法第13条第4項の規定に基づき集約及び分析を行い取りまとめた結果を報告するものである。

平成30年度
消費者政策の実施の状況

平成30年度
**消費者事故等に関する情報の集約
及び分析の取りまとめ結果の報告**

第198回国会（常会）提出

目次

序

第1部 【特集】消費者庁及び消費者委員会設立10年～消費者政策の進化と今後の展望～

第1章 消費者を取り巻く環境の変化と消費者問題

第1節 家計の消費や消費者物価等の動向 2

(低成長が続いた日本経済)

(家計による消費支出の低迷)

(消費者物価は低位安定が続く)

【コラム】 実質値上げ（ステルス値上げ）に関する消費者の意識（物価モニター調査結果より）

(近年は雇用者報酬は増加傾向にあるも可処分所得の伸びは低調)

(消費者の将来不安)

(家計消費の内訳の変化：通信費支出の大幅な増加)

【コラム】 携帯電話サービスについての消費者の意識（物価モニター調査結果より）

(家計消費の内訳の変化：主要な耐久消費財は既に広く普及)

(家計の貯蓄率は減少傾向)

(金融資産は増加傾向にあり、預金の割合が高い)

(金融負債も緩やかに上昇)

【コラム】 今後の家計支出に関する消費者の意識（物価モニター調査結果より）

第2節 社会経済情勢の変化と消費生活 17

(少子・高齢化の進展と人口減少)

(世帯の少人数化と経済格差の緩やかな拡大)

(コンビニや外食・中食の利用が増加)

(地方・都市間格差：地方の過疎化と少子・高齢化)

【コラム】 過疎地域等の消費活動の特性について

(自然災害と消費)

(規制改革等の進展)

(インターネットの普及とICT機器の発展)

(電子商取引の拡大)

(デジタル・プラットフォームの発展)

(SNSは若者を中心に普及)

- 【コラム】 若者のSNSに対する意識について**
(新たなデジタル技術やシェアリング・エコノミーの登場)
(決済手段の多様化・高度化)
(海外製品の輸入は増加傾向)
(越境電子商取引の市場は拡大傾向)
(訪日外国人と在留外国人)

第3節 消費者問題の概況

33

- (消費生活相談件数は2004年にピークを迎え、その後も高水準で推移)
(高齢化に伴い高齢者に関する相談の割合は増加傾向)
(詐欺的な手口に関する高齢者の相談として「架空請求」が近年急増)
(通信サービスに関する相談は長期的には増加傾向)
(デジタルコンテンツに関する相談は足元では減少傾向)
(電子商取引に関する相談は増加傾向にあるも足元では減少している)
(SNSをきっかけとした相談は中高年層が大きく増加)
(決済手段の多様化に伴う消費生活相談)
(フリーローン・サラ金に関する相談は減少傾向)
(輸入品に関する相談は「契約・解約」についてのものが多い)
(海外事業者との越境取引に関する消費者トラブル)
(外国人に関する相談件数は少数にとどまる)

第2章 消費者庁及び消費者委員会の10年

第1節 消費者庁及び消費者委員会の設立

45

- (1) 消費者政策の意義
(消費者と消費者問題)
(消費者の権利と消費者基本法)
- (2) 消費者庁設置以前の消費者行政の問題点
- (3) 消費者庁及び消費者委員会設置の経緯
- (4) 新組織に期待された役割
- (5) 新たな消費者行政の基本的な枠組み

第2節 消費者庁のこれまでの取組

53

- (1) 消費者行政の一元化
(組織体制等の整備)
(消費者に身近な法律の所管・整備)
(消費者行政新未来創造オフィスの開設)
- (2) 地方消費者行政の充実及び消費生活相談体制の整備
(地方消費者行政の体制強化)
(一元的な相談窓口の整備)

(消費生活相談員の位置付け向上)

(3) 府省庁横断的な消費者政策の一体的推進

①消費者被害に対して、すき間なく迅速に対応する機能

(消費者事故等に関する情報の一元的集約・分析・注意喚起等)

(事故の原因究明(消費者安全調査委員会の設置・取組))

【コラム】 住宅用太陽光発電システムから発生した火災事故等報告書の公表

(一元的に集約・分析された情報に基づく法執行等)

②府省庁横断的に消費者政策を推進する調整機能

(消費者問題への対応における調整機能の発揮)

③政府の消費者政策の計画的な推進

(消費者基本計画の策定と検証・評価・監視)

(分野横断的な法令の整備)

(物価対策の推進)

(4) 消費者市民社会の実現に向けた取組

(消費者教育の推進)

(エシカル消費の推進)

【コラム】 パートナーシップで進める「エシカル消費」の普及～消費者の日々の暮らしが世界の未来を変える～

(消費者等に対する周知・啓発、情報提供)

【コラム】 食品ロスの削減の推進に関する法律について

(5) 消費者の意見を消費者政策に反映させる仕組み

(消費者団体との連携、支援)

(6) 消費活動のみならず産業活動を活性化

(消費者政策と経済の好循環の関係)

(消費者志向経営(愛称:サステナブル経営)の推進)

第3節 消費者委員会のこれまでの取組

94

(消費者委員会における調査審議・建議等)

第4節 これまでの取組の評価と課題

97

(1) 消費者の意識からみた消費者政策の評価

(消費者を取り巻く状況についての評価)

(消費者政策についての評価)

(2) 今後の取組強化に向けた主な課題

(消費生活相談窓口ネットワーク維持向上、地方消費者行政の充実強化)

(収集した情報の有効活用と消費者等への発信力の強化)

(消費者行政における「司令塔機能」の更なる強化)

(所管法令・制度の拡充と実効性の向上)

(消費者教育等の更なる促進、消費者とのコミュニケーションの強化)

(関係団体との連携・協力の強化)

【コラム】 消費者志向経営に関する消費者の意識

(消費者行政新未来創造オフィスの成果の全国展開)

(消費者庁及び消費者委員会の機能向上、真価の発揮)

第3章 今後の消費者政策の在り方についての展望

第1節 消費者政策における新たな課題 118

(新技術を活用した新たなビジネスモデルへの対応)

(消費者問題の国際化)

(人口・世帯構成の変化と消費者トラブルに巻き込まれやすい消費者の増加)

(持続可能な開発目標 (SDGs) の実現に向けた貢献)

第2節 今後の消費者政策の方向性に関する消費者の意識 126

第3節 消費者政策の更なる進化に向けて 129

(今後の消費者政策の推進に関する基本的考え方)

(技術革新等に伴う新たな消費者問題への対応)

(消費者被害に遭いやすい消費者の保護・救済)

(消費者の自立支援と社会的責任の自覚の促進)

(消費者、事業者、行政間の信頼向上、連携・協働の促進)

(国際的な連携・協力の強化)

(むすび)

第2部 消費者問題の動向及び消費者政策の実施の状況

第1章 消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果等

第1節 消費者庁に通知された消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果 135

(消費者安全法の規定に基づき消費者事故等に関する情報を集約)

(2018年度に通知された「消費者事故等」は1万1616件)

第2節 消費者庁に集約された生命・身体に関する事故情報等 142

(1) 事故情報データベースに集約された生命・身体に関する事故情報等

(生命・身体に関する事故情報等は事故情報データベースに一元的に集約)

(PIO-NETに収集された2018年度の危害・危険情報は1万2734件)

(消費生活用製品安全法の規定に基づき2018年度に報告された重大製品事故は837件)

(2) 医療機関ネットワーク・医師から収集された情報

(3) 生命・身体に関する事故情報の事例

(電池の発熱、液漏れに関する事故)

- (筆箱による事故)
- (マグネットボールに関する事故)
- (高齢者の身の回りの事故)

第3節 消費生活相談の概況

157

(1) 2018年の消費生活相談の概況

- (全国の消費生活相談は前年より大きく増加)
- (「商品一般」と「通信サービス」に関する相談件数で全体の4割超)
- (65歳以上の相談1件当たりの平均金額は大幅に増加)
- (属性別にみた2018年の相談状況)
- (若者の相談は賃貸アパート、インターネット利用に関するものが目立つ)
- (高齢者に関する消費生活相談件数は依然として高水準)
- (認知症等の高齢者や障害者等の見守りが重要)
- (販売購入形態別にみた相談状況)
- (トラブルになりやすい商法や手口に関する相談)

(2) 越境取引に関わる消費生活相談

- (越境消費者センター (CCJ) の活動)
- (CCJに寄せられた相談の特徴)
- (「ソフトウェア」に関する相談割合が増加)
- (事業者所在国は多様化が進む)
- (決済手段は主に「クレジットカード」)

第4節 最近注目される消費者問題

176

(1) 架空請求に関する相談

- (前年に続き、架空請求に関する相談が多い)
- (巧妙化するはがきのほか、封書が届くケースも)
- (架空請求はがきの相談、9割以上は女性)
- (架空請求の既支払額)
- (急増する架空請求の相談への対応)

(2) 災害に関連した消費生活相談

- (自然災害に関する消費生活相談件数が増加)
- (「保険金が使えない」と勧誘する住宅修理サービスに関する相談)

(3) インターネットや情報通信に関連するトラブル

- (SNSをきっかけとした相談は引き続き増加傾向)
- (個人間売買に関連する相談件数も引き続き増加傾向)
- (暗号資産 (仮想通貨) をめぐる詐欺的なトラブル)

(4) 高収入をうたう副業や投資に関する相談

- (オーナー制度に関する相談)
- (「情報商材」に関する相談)

(1) 消費者被害・トラブルの経験

- (商品・サービスについての消費者被害・トラブルの経験)
- (消費者被害・トラブルを誰かに相談・申出する人に変化なし)
- (消費者の多くは販売店に相談や申出をしている)

(2) 消費者被害・トラブル額の推計

- (消費者被害・トラブル額の推計の考え方)
- (2018年の消費者被害・トラブル額)

(1) 消費者として心掛けている行動

- (商品・サービスの表示や説明書き、個人情報への取扱いに留意する消費者は増加傾向)
- (トラブルへの対処、将来の生活設計を心掛けている人は比較的少ない)

(2) 消費者問題に対する関心

- (食品の安全性に対する関心は全年齢層で高い)

(3) 消費者被害・トラブルに関する意識や行動

- (詐欺的な請求を受けた経験がある人は6割)
- (詐欺的な請求に対し、多くの人は無視している)
- (「儲け話」について、広告を見たり勧誘を受けたりした人のうち1割程度が「契約することを検討した」)

(4) 「事業者の消費者対応」に関する意識

- (事業者に、疑問が解決するまで丁寧な説明を求める人は9割)
- (「事業者は対応可否の内容についてはっきりと説明すべき」と考える人が8割)
- (過大な要求防止には「公的ルールやガイドライン整備」が必要と考える人が多数)

第2章 消費者政策の実施の状況

1. 事故の未然防止のための取組 203

- (1) 身近な化学製品等に関する理解促進
- (2) 家庭用化学製品の安全対策のための「安全確保マニュアル作成の手引き」作成
- (3) 軽井沢スキーバス事故を受けた対応
- (4) 住宅・宅地における事故の防止
- (5) 基礎ぐい工事の適正な施工を確保するための取組
- (6) まつ毛エクステンションによる危害の防止
- (7) 子供の不慮の事故を防止するための取組
- (8) 危険ドラッグ対策の推進
- (9) 臍帯血を用いた医療の適切な提供に関する検証・検討

2. 消費者事故等の情報収集及び発生・拡大防止 207

- (1) 事故情報の収集、公表及び注意喚起等

(2)	緊急時における消費者の安全確保	
(3)	リコール情報の周知強化	
(4)	製品安全に関する情報の周知	
(5)	道路運送車両法に基づく自動車のリコールの迅速かつ着実な実施	
(6)	高齢者向け住まいにおける安全の確保	
3.	的確かつ迅速な事故の原因究明調査と再発防止	209
(1)	消費者安全調査委員会による事故等原因調査等の実施	
(2)	昇降機、遊戯施設における事故の原因究明、再発防止	
(3)	国民生活センターにおける商品テストの実施	
(4)	消費生活用製品安全法に基づく事故情報の分析と原因の調査・究明等	
(5)	製品等の利用により生じた事故等の捜査等	
(6)	製品火災対策の推進及び火災原因調査の連絡調整	
4.	食品の安全性の確保	210
(1)	食品安全に関する関係府省の連携の推進	
(2)	リスク評価機関としての機能強化	
(3)	食品安全に関するリスク管理	
(4)	食品の安全性に関するリスクコミュニケーションの推進	
(5)	輸入食品の安全性の確保	
(6)	食品中の放射性物質に関する消費者理解の増進	
(7)	農業生産工程管理（GAP）の普及推進	
(8)	中小規模層の食品等事業者のHACCP導入の促進	
(9)	食品のトレーサビリティの推進	
(10)	食品関係事業者のコンプライアンスの徹底促進	
(11)	食品衛生関係事犯及び食品の産地等偽装表示事犯の取締りの推進	
(12)	流通食品への毒物混入事件への対処	
(13)	廃棄食品の不正流通事案	

第2節 表示の充実と信頼の確保 216

1.	不当な表示を一般的に制限・禁止する景品表示法の普及啓発、厳正な運用	216
(1)	景品表示法の厳正な運用及び執行体制の拡充	
(2)	景品表示法の普及啓発	
(3)	公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用のための支援	
2.	商品・サービスに応じた表示の普及・改善	217
(1)	家庭用品の品質表示の見直し	
(2)	住宅性能表示制度の普及推進及び評価方法の充実	
(3)	省エネ性能表示の普及促進	
(4)	特殊開錠用具の所持の禁止等に関する法律に基づく指定建物錠の性能表示の適正な運用	
(5)	医療機関のウェブサイトによる情報提供	

- (6) 電気通信サービスにおける広告表示等の適正化
- 3. 食品表示による適正な情報提供及び関係法令の厳正な運用 …………… 219
 - (1) 新たな食品表示制度（食品の機能性等を表示する制度を含む。）の円滑な施行等
 - (2) 健康食品も含めた食品の表示・広告の適正化
 - (3) 関係機関の連携による食品表示の監視・取締り
 - (4) 米穀等の産地情報の伝達の適正化

第3節 適正な取引の実現 220

- 1. 商品・サービス横断的な法令の厳正な執行、見直し …………… 220
 - (1) 特定商取引法等の執行強化
 - (2) 特定商取引法の見直し
 - (3) 特定商取引法の適用除外とされている消費者保護関連法の必要な執行体制強化及び制度改正
 - (4) 消費者契約法の見直し
 - (5) 消費者の財産被害に対する消費者安全法の厳正な執行等
 - (6) 高齢者、障害者等の権利擁護の推進
- 2. 商品・サービスに応じた取引の適正化 …………… 222
 - (1) 電気通信サービスに係る消費者保護の推進
 - (2) 有料放送サービスに係る消費者保護制度の適切な運用
 - (3) 詐欺的な事案に対する対応
 - (4) 投資型クラウドファンディングを取り扱う金融商品取引業者等に係る制度の整備
 - (5) 金融商品取引法に基づく適格機関投資家等特例業務（プロ向けファンド）に関する制度の見直し
 - (6) 不動産特定共同事業法の改正に伴う制度整備・運用
 - (7) サーバ型電子マネーの利用に係る環境整備
 - (8) 暗号資産交換業者についての対応
 - (9) 安全・安心なクレジットカード利用環境の整備
 - (10) 商品先物取引法の迅速かつ適正な執行
 - (11) 旅行業における企業ガバナンスの強化及び弁済制度の在り方を見直し
 - (12) 住宅宿泊事業法の適正な運用
 - (13) 民間賃貸住宅の賃貸借における消費者保護
 - (14) 住宅リフォーム等における消費者保護
 - (15) 高齢者向け住まいにおける消費者保護
 - (16) 身元保証等高齢者サポート事業に関する消費者問題についての対応
 - (17) 金融機関による顧客本位の業務運営の推進
 - (18) 美容医療サービス等の消費者被害防止
 - (19) 警備業務に関する消費者取引における情報提供の適正化及び苦情解決の円滑化
 - (20) 探偵業法の運用の適正化
 - (21) 電気・ガスの小売供給に係る取引の適正化

(22) リスクの高い取引等に関する注意喚起	
3. 情報通信技術の進展に対応した取引の適正化	230
(1) 特定商取引法の通信販売での不法行為への対応	
(2) 特定電子メールの送信の適正化等に関する法律に基づく行政処分等の実施	
(3) 迷惑メール追放支援プロジェクトの実施	
(4) インターネット上の消費者トラブルへの対応	
(5) 電子商取引環境整備に資するルール整備	
4. 詐欺等の犯罪の未然防止、取締り	231
(1) 特殊詐欺の取締り、被害防止の推進	
(2) 被害の拡大防止を意識した悪質商法事犯の取締りの推進	
(3) 生活経済事犯に係る被害拡大防止に向けた犯行助長サービス対策等の推進	
(4) 偽造キャッシュカード等による被害の防止等への対応	
(5) ヤミ金融事犯の取締りの推進	
(6) フィッシングに係る不正アクセス事犯への対策の推進	
(7) ウイルス対策ソフト等を活用した被害拡大防止対策	
(8) インターネットオークション詐欺の取締り	
(9) 模倣品被害の防止	
(10) 「架空請求対策パッケージ」の推進による被害の防止	
5. 規格・計量の適正化	234
(1) JIS等の国内・国際標準化施策の実施	
(2) 新たなJAS等の検討	

第4節 消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成 **234**

1. 消費者政策の透明性の確保と消費者の意見の反映	234
(1) 消費者政策の実施の状況の報告	
(2) 消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告	
(3) 消費者政策の企画立案のための調査の実施	
(4) 審議会等への消費者の意見を代表する委員の選任	
2. 消費者教育の推進	235
(1) 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進	
(2) 地域における消費者教育推進のための体制の整備	
(3) 「消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）」の検討等	
(4) 消費者教育に使用される教材等の整備	
(5) 教育行政（学校教育・社会教育）と消費者行政の連携・協働（基盤的な情報の整備と体制作り）	
(6) 学校における消費者教育の推進	
(7) 地域における消費者教育の推進	
(8) 家庭における消費者教育の推進	
(9) 事業者・事業者団体による消費者教育の推進	

(10)	エシカル消費の普及啓発	
(11)	金融経済教育の推進	
(12)	法教育の推進	
(13)	各種リサイクル法等の普及啓発	
(14)	食品ロス削減国民運動（NO-FOODLOSS PROJECT）の推進	
(15)	食育の推進	
3.	消費者団体、事業者・事業者団体等による自主的な取組の支援・促進	242
(1)	消費者団体等との連携及び支援等	
(2)	消費者志向経営の推進に向けた方策の検討・実施と情報提供、消費者団体と事業者団体との連携促進等	
(3)	公益通報者保護制度の推進	
4.	公正自由な競争の促進と公共料金の適正性の確保	244
(1)	競争政策の強力な実施のための各種対応	
(2)	公共料金等の決定過程の透明性及び料金の適正性の確保	
5.	環境の保全に配慮した消費行動と事業活動の推進	245
(1)	低炭素社会作りに向けた国民運動の推進	
(2)	循環型社会形成に向けた情報提供事業	
(3)	循環型社会に向けた普及啓発事業の実施等	
(4)	経済社会における生物多様性の保全と持続可能な利用の促進	
(5)	有機農産物を始めとする環境に配慮した農産物の理解と関心の増進	
第5節 消費者の被害救済、利益保護の枠組みの整備		246
1.	被害救済、苦情処理及び紛争解決の促進	246
(1)	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（消費者裁判手続特例法）の適正な運用	
(2)	製造物責任法に関する裁判例の収集・分析	
(3)	消費者に関する法的トラブルの解決	
(4)	消費者紛争に関するADRの実施	
(5)	金融ADR制度の円滑な運営	
(6)	商品先物ADR制度の円滑な運営	
(7)	住宅トラブルに関するADRの実施	
(8)	振り込め詐欺救済法に基づく被害者の救済支援等	
(9)	「多重債務問題改善プログラム」の実施	
(10)	自殺対策基本法に基づく総合的な自殺対策の強化	
(11)	ギャンブル等依存症対策の強化	
(12)	生活困窮者自立支援法に基づく支援の推進	
(13)	成年年齢引下げを見据えた関係府省庁連絡会議の開催	
2.	高度情報通信社会の進展に対応した消費者利益の擁護・増進	251
(1)	青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備	

- (2) パーソナルデータの利活用に関する制度改正（個人情報保護法改正後の個人情報保護法制の周知を含む。）
- (3) マイナンバー制度の周知と適正な運用等
- 3. 消費生活のグローバル化の進展に対応した消費者利益の擁護・増進 …………… 252
 - (1) 越境消費者トラブルへの対応の強化
 - (2) 在留外国人の相談に対する体制の強化
 - (3) 二国間・地域間における政策対話・協力等の実施
 - (4) 多国間協力の実施
 - (5) 海外消費者関係法執行機関との連携

第6節 国や地方の消費者行政の体制整備 **253**

- 1. 国（独立行政法人を含む。）の組織体制の充実・強化 …………… 253
 - (1) 消費者行政体制の更なる整備等（所管法律の点検・評価及び他の法律への関与の在り方等の検討・措置）
 - (2) 国際業務実施体制の強化
 - (3) 消費者委員会の事務局体制の充実・強化等
 - (4) 障害者の消費者被害の防止策の強化
 - (5) 国民生活センターによる消費生活センター等への相談支援機能強化
 - (6) 消費者政策の推進等に向けた関係省庁等の連携強化
 - (7) 消費者・生活者を主役とする行政を担う国家公務員の意識改革
 - (8) 消費者からの情報・相談の受付体制の充実
- 2. 地方における体制整備 …………… 256
 - (1) 地方消費者行政の充実・強化に向けた地方公共団体への支援等
 - (2) 地域の見守りネットワークの構築（消費者安全確保地域協議会、消費生活協力員、消費生活協力団体）
 - (3) 地方公共団体との政策・措置に関する情報等の共有
 - (4) 都道府県における法執行強化
 - (5) 「消費者ホットライン」の運用
 - (6) 消費生活以外の相談窓口に寄せられた消費生活に関する相談の誘導
 - (7) 消費生活相談情報の活用
 - (8) 国民生活センター相模原事務所研修施設及び「消費者行政新未来創造オフィス」での研修の実施

別 表

資料編

資料編 …………… 264

図表目次

図表I-1-1-1	実質国内総生産（GDP）の成長率の推移と国際比較	3
図表I-1-1-2	名目国内総生産（GDP）に占める家計消費等の割合（2018年）	3
図表I-1-1-3	実質国内総生産（GDP）における家計消費の成長率の推移と国際比較	4
図表I-1-1-4	消費者物価指数（前年比）の推移と国際比較	4
図表I-1-1-5	財・サービス別及び耐久消費財の消費者物価の動向	5
図表I-1-1-6	家計の雇用者報酬と可処分所得の推移	7
図表I-1-1-7	悩みや不安を感じている人の割合の推移	8
図表I-1-1-8	目的分類別家計最終消費支出（実質）の対1994年比の推移	9
図表I-1-1-9	1世帯における通信関係の1か月当たりの支出金額の推移	9
図表I-1-1-10	主要な耐久消費財の普及率の推移	12
図表I-1-1-11	家計の貯蓄率の推移	13
図表I-1-1-12	家計の金融資産額と資産別内訳の推移	14
図表I-1-1-13	家計の金融負債額と負債別内訳の推移	14
図表I-1-1-14	消費者金融及び銀行カードローンの貸付残高の推移	15
図表I-1-2-1	日本の人口推移	17
図表I-1-2-2	世帯数及び平均世帯人員の推移	18
図表I-1-2-3	ジニ係数と相対的貧困率の推移	18
図表I-1-2-4	小売店舗形態別販売額の推移	19
図表I-1-2-5	食生活の変化	20
図表I-1-2-6	産地を気にする人が購入をためらう産地	23
図表I-1-2-7	消費者に身近な規制改革等の例（近年の主なもの）	24
図表I-1-2-8	インターネット利用率の推移（個人）	25
図表I-1-2-9	国内の電子商取引（BtoC）市場規模の推移	25
図表I-1-2-10	オンライン・プラットフォームを有する代表的な事業者の売上等の推移	26
図表I-1-2-11	主なSNSサービスの利用状況の推移	27
図表I-1-2-12	キャッシュレス支払額と民間最終消費支出に占める比率	29
図表I-1-2-13	消費財の輸入額の推移	30
図表I-1-2-14	越境的な電子商取引の推移	31
図表I-1-2-15	訪日外国人旅行者数及び消費額の推移	31
図表I-1-2-16	日本に在留する外国人の推移	32
図表I-1-3-1	消費生活相談件数の推移と消費者問題の変遷	34
図表I-1-3-2	消費者問題の主な変遷（消費者庁及び消費者委員会の設置以前）	35
図表I-1-3-3	年齢3区分別にみた消費生活相談件数の割合	36
図表I-1-3-4	特殊詐欺の認知件数と高齢者の消費生活相談における詐欺的な	

	手口に関する相談件数の推移	37
図表I-1-3-5	通信サービスに関する消費生活相談件数	37
図表I-1-3-6	スマートフォンに関する消費生活相談件数	38
図表I-1-3-7	デジタルコンテンツに関する消費生活相談件数	39
図表I-1-3-8	電子商取引に関する消費生活相談件数（商品・サービス別）	39
図表I-1-3-9	SNSが何らかの形で関連している消費生活相談件数（年齢層別）	40
図表I-1-3-10	「キャッシュレス決済」に関する消費生活相談件数	41
図表I-1-3-11	フリーローン・サラ金に関する消費生活相談件数（年齢層別）	42
図表I-1-3-12	輸入品に関する消費生活相談件数（内容別）	42
図表I-1-3-13	CCJが受け付けた相談件数（トラブル類型別）	43
図表I-1-3-14	外国人に関する消費生活相談件数	44
図表I-2-1-1	消費者基本法の全体構成	46
図表I-2-1-2	消費者庁設置までの消費者行政の問題点と対応	47
図表I-2-1-3	消費者行政推進会議取りまとめで示された6原則	50
図表I-2-1-4	消費者行政の基本的枠組み	51
図表I-2-2-1	消費者庁の組織（2019年4月1日時点）	53
図表I-2-2-2	消費者庁の定員の推移	54
図表I-2-2-3	消費者庁予算額の推移	54
図表I-2-2-4	消費者庁設置時の各府省からの主な業務移管	55
図表I-2-2-5	消費者庁設置後の主な法律の制定や改正	56
図表I-2-2-6	消費者行政新未来創造オフィスの機能・概要	56
図表I-2-2-7	内閣総理大臣、消費者担当大臣と新未来創造オフィス職員の懇談 （2018年9月）	57
図表I-2-2-8	消費者被害・トラブルへの対応を中心とした地方消費者行政の 仕組み	58
図表I-2-2-9	地方消費者行政予算の推移	59
図表I-2-2-10	「地方消費者行政強化作戦」の概要	59
図表I-2-2-11	消費生活相談窓口未設置の地方公共団体の状況	60
図表I-2-2-12	消費者ホットライン188（いやや!）の仕組み	61
図表I-2-2-13	消費者ホットライン188イメージキャラクター「イヤヤン」	61
図表I-2-2-14	国民生活センター越境消費者センター（CCJ）における相談対 応の仕組み	62
図表I-2-2-15	消費生活相談員資格試験制度	63
図表I-2-2-16	生命・身体に関する事故情報の収集・活用の全体像	64
図表I-2-2-17	財産に関する事故情報の収集・活用の全体像	65
図表I-2-2-18	消費者事故調における事故等原因調査等の流れ	66
図表I-2-2-19	消費者事故調案件一覧（2019年3月末時点）	67
図表I-2-2-20	消費者庁における法律の所管形態	69
図表I-2-2-21	主な法律の執行状況	70

図表I-2-2-22	消費者庁が実施したリスクコミュニケーションの実績	72
図表I-2-2-23	各府省庁と連携して行った主な取組	73
図表I-2-2-24	第3期消費者基本計画(2015年度から2019年度まで)の概要	74
図表I-2-2-25	食品表示制度の一元化	76
図表I-2-2-26	2段階型の訴訟制度	77
図表I-2-2-27	公共料金決定の仕組み	78
図表I-2-2-28	電気料金(料金改定・自由化関連)に関する消費者庁からの意見表明の一覧	79
図表I-2-2-29	消費者教育の推進に関する基本的な方針の概要	81
図表I-2-2-30	エシカル消費について	82
図表I-2-2-31	日頃の消費生活で行っていること	83
図表I-2-2-32	食品ロス削減に向けた国民運動「NO-FOODLOSS PROJECT」	86
図表I-2-2-33	健康や栄養に関する食品表示制度の概要	87
図表I-2-2-34	地方消費者フォーラム開催実績(開催地 参加人数)	89
図表I-2-2-35	全国の適格消費者団体・特定適格消費者団体	90
図表I-2-2-36	消費者政策と経済の好循環	91
図表I-2-2-37	消費者志向経営(愛称:サステナブル経営)について	92
図表I-2-2-38	消費者志向経営優良事例表彰について	93
図表I-2-3-1	消費者委員会に寄せられた意見等	94
図表I-2-3-2	消費者問題シンポジウムの開催状況(2018年度末時点)	95
図表I-2-3-3	消費者委員会からの主な建議・意見表明等の内容	96
図表I-2-4-1	消費者を取り巻く状況について	98
図表I-2-4-2	消費者庁の取組で知っていること	99
図表I-2-4-3	消費者庁の取組への評価	101
図表I-2-4-4	消費者問題に対する国の施策として望むこと	102
図表I-2-4-5	政府への要望	103
図表I-2-4-6	「地方消費者行政強化作戦」の進捗状況	105
図表I-2-4-7	キャラバンの一環で長野県を訪問する消費者担当大臣	106
図表I-2-4-8	消費生活相談員の平均報酬額の推移	106
図表I-2-4-9	「消費者ホットライン」188 認知度(年齢層別)	107
図表I-2-4-10	消費者被害にあうかもしれないという不安を感じる割合(16歳から22歳まで)	107
図表I-2-4-11	景品表示法に基づく課徴金納付命令の運用状況	110
図表I-2-4-12	公益通報者保護法の概要	110
図表I-2-4-13	公益通報者保護制度実効性向上のための取組	111
図表I-2-4-14	「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」における目標	112
図表I-2-4-15	消費者とのコミュニケーションツール	113
図表I-2-4-16	消費者志向経営への関心	114
図表I-2-4-17	新未来創造オフィスにおける主なプロジェクトの成果と課題	116

図表I-3-1-1	ネットショッピングのメリット（利用頻度別）	120
図表I-3-1-2	PFビジネスの一般的構図	121
図表I-3-1-3	ネットショッピングでのトラブル	122
図表I-3-1-4	ネットショッピングを利用する上で事業者に期待すること	123
図表I-3-1-5	持続可能な開発目標（SDGs）の推進と消費者政策	125
図表I-3-2-1	消費者政策の在り方について	126
図表I-3-2-2	今後の消費者政策上、対応が特に重要となると思う課題	128
図表I-3-3-1	消費者政策における行政手法の類型	130
図表II-1-1-1	「消費者事故等」と「重大事故等」・「多数消費者財産被害事態」 の関係	136
図表II-1-1-2	消費者安全法に定める消費者事故等の概念図	137
図表II-1-1-3	消費者安全法の規定に基づき消費者庁に通知された消費者事故 等	137
図表II-1-1-4	生命身体事故（重大事故等）の事故内容別の推移	138
図表II-1-1-5	37°Cのお湯に入れたカプセルからスポンジが出てくる様子の例	138
図表II-1-1-6	生命身体事故（重大事故等を除く）の事故内容別の推移	139
図表II-1-1-7	消費者庁に通知された財産事案の件数	139
図表II-1-1-8	通知された財産事案の内訳（2018年度）	140
図表II-1-1-9	消費者安全法の規定に基づく注意喚起を実施した財産事案例 （2018年度）	140
図表II-1-1-10	簡単に稼げると見せかける手口（情報商材の販売）の概要	141
図表II-1-2-1	生命・身体に関する事故情報の集約	142
図表II-1-2-2	事故情報データベースに登録されている情報	143
図表II-1-2-3	危害・危険情報の件数	144
図表II-1-2-4	危害情報の件数	145
図表II-1-2-5	危険情報の件数	146
図表II-1-2-6	報告された重大製品事故の件数	146
図表II-1-2-7	医療機関ネットワーク事業	147
図表II-1-2-8	医療機関ネットワークに収集された事故情報（2018年度）	148
図表II-1-2-9	サーモグラフィによるショートしたアルカリ乾電池の表面温度 測定	149
図表II-1-2-10	逆装填されたアルカリ乾電池から液が漏れる様子	149
図表II-1-2-11	事故時の状況（筆箱による事故）	150
図表II-1-2-12	事故当該品（筆箱）の概要	151
図表II-1-2-13	強力な磁石のマグネットボール	151
図表II-1-2-14	マグネットボールで胃と腸の壁が傷つけられる概念図	152
図表II-1-2-15	テスト対象銘柄の外観写真（マグネットボール）	152
図表II-1-2-16	磁石を引き寄せる距離の測定のテスト風景	153
図表II-1-2-17	磁石を引き寄せる距離の測定結果	153
図表II-1-2-18	高齢者の不慮の事故防止のためのポイント	154

図表Ⅱ-1-2-19	高齢者の事故防止を呼び掛けるチラシ	155
図表Ⅱ-1-2-20	高齢者の「不慮の事故」による死亡者数の年次推移	155
図表Ⅱ-1-2-21	高齢者の「不慮の事故」（「交通事故」、「自然災害」を除く）による死亡者数（年次別）	156
図表Ⅱ-1-2-22	高齢者の不慮の事故による死亡者数	156
図表Ⅱ-1-3-1	消費生活相談件数の推移	157
図表Ⅱ-1-3-2	消費生活相談の商品・サービス別の件数・平均既支払額（2018年）	158
図表Ⅱ-1-3-3	平均契約購入金額・平均既支払額の推移	159
図表Ⅱ-1-3-4	契約購入金額総額・既支払額総額	159
図表Ⅱ-1-3-5	消費生活相談の属性（2018年）	160
図表Ⅱ-1-3-6	消費生活相談の性別・年齢層別の商品・サービス（2018年）	161
図表Ⅱ-1-3-7	消費生活相談件数の多い商品・サービス（年齢層別・2018年）	162
図表Ⅱ-1-3-8	若者の商品・サービス別上位相談件数（2018年）	163
図表Ⅱ-1-3-9	高齢者に関する消費生活相談	164
図表Ⅱ-1-3-10	高齢者の商品・サービス別上位相談件数	165
図表Ⅱ-1-3-11	認知症等の高齢者に関する消費生活相談件数	166
図表Ⅱ-1-3-12	障害者等に関する消費生活相談件数	166
図表Ⅱ-1-3-13	販売購入形態別消費生活相談割合の推移	167
図表Ⅱ-1-3-14	販売購入形態別消費生活相談割合（年齢層別・2018年）	168
図表Ⅱ-1-3-15	「インターネット通販」の商品・サービス別構成比（2018年）	169
図表Ⅱ-1-3-16	トラブルになりやすい商法・手口	170
図表Ⅱ-1-3-17	CCJが受け付けた相談件数と年齢層別割合	171
図表Ⅱ-1-3-18	CCJが受け付けた相談の商品・サービス類型別割合	172
図表Ⅱ-1-3-19	CCJが受け付けた事業者所在国別相談件数割合の推移	173
図表Ⅱ-1-3-20	CCJが受け付けた事業者所在国別一トラブル類型別の相談割合（2018年）	174
図表Ⅱ-1-3-21	CCJが受け付けたトラブル類型別一決済手段別の相談件数の推移	175
図表Ⅱ-1-4-1	架空請求に関する消費生活相談件数	176
図表Ⅱ-1-4-2	架空請求のはがきに関する消費生活相談件数	177
図表Ⅱ-1-4-3	「桐花紋」のような紋章が入った架空請求のはがき（例）	178
図表Ⅱ-1-4-4	架空請求に使用された封筒（例）	178
図表Ⅱ-1-4-5	架空請求の注意喚起リーフレット（消費者庁作成）	178
図表Ⅱ-1-4-6	架空請求のはがきに関する消費生活相談（性別・年齢層別・2018年）	179
図表Ⅱ-1-4-7	架空請求に関する消費生活相談（相談時点の支払状況）	179
図表Ⅱ-1-4-8	「架空請求対策パッケージ」概要	181
図表Ⅱ-1-4-9	自然災害に関する消費生活相談件数	182
図表Ⅱ-1-4-10	「保険金が使える」と勧誘する住宅修理サービスの相談件数	182

図表Ⅱ-1-4-11	「保険金が使える」と勧誘する住宅修理サービスの相談件数 (地域別・2018年)	183
図表Ⅱ-1-4-12	SNSが何らかの形で関連している消費生活相談件数	184
図表Ⅱ-1-4-13	SNS関連の消費生活相談内容 (年齢層別・2018年)	184
図表Ⅱ-1-4-14	「個人間売買」に関する消費生活相談件数	185
図表Ⅱ-1-4-15	「暗号資産 (仮想通貨)」に関する消費生活相談件数	186
図表Ⅱ-1-4-16	「情報商材」に関する消費生活相談件数	187
図表Ⅱ-1-4-17	「情報商材」に関する消費生活相談件数 (年齢層別・2018年)	188
図表Ⅱ-1-4-18	「情報商材」に関する消費生活相談件数 (契約購入金額別・2018年)	188
図表Ⅱ-1-5-1	購入商品や利用サービスでの消費者被害・トラブルの経験 ..	189
図表Ⅱ-1-5-2	被害・トラブルのあった商品・サービスについての相談・申出 の有無	190
図表Ⅱ-1-5-3	消費者被害・トラブルについて相談・申出をした相手	190
図表Ⅱ-1-5-4	消費者被害・トラブル額の推計結果	192
図表Ⅱ-1-6-1	消費者として心掛けている行動	194
図表Ⅱ-1-6-2	関心のある消費者問題	195
図表Ⅱ-1-6-3	詐欺的な請求を受けた経験	196
図表Ⅱ-1-6-4	詐欺的な請求を受けた経験 (年齢層別)	197
図表Ⅱ-1-6-5	詐欺的な請求を受けた際の対応	198
図表Ⅱ-1-6-6	「儲け話」の広告を見たり勧誘を受けたりした経験	199
図表Ⅱ-1-6-7	副業や投資の広告に接して契約した又は契約することを検討し た理由	200
図表Ⅱ-1-6-8	消費者の行動と事業者の消費者対応について	201
図表Ⅱ-1-6-9	消費者からの過大な要求に対する事業者の対応について	202
図表Ⅱ-1-6-10	消費者からの過大な要求防止のために必要と考える取組	202

凡 例

1 用語

本報告で用いる用語の定義は、基本的には次のとおりとする。ただし、データの制約や分析目的に応じて異なった定義を用いる場合は、本文中で明記する。

- (1) PIO-NET：独立行政法人国民生活センター（以下「国民生活センター」という。）と都道府県、政令指定都市（以下「政令市」という。）及び市区町村の消費生活センターや消費生活相談窓口（以下「消費生活センター等」という。）をオンラインネットワークで結んだ「全国消費生活情報ネットワークシステム」（Practical Living Information Online Network System）のこと。1984年に運用を開始し、消費生活に関して消費者から消費生活センター等に寄せられた相談情報が登録されている（個別の相談情報であるため、閉じられたネットワークで運用されている）。蓄積された相談情報は、全国の消費生活相談窓口や消費者行政にとっての共有データとして、消費者トラブルを解決するための相談業務に役立てたり、情報を分析したりして、消費者トラブルの被害拡大や未然防止のための消費者政策の企画立案に活用されている。

本報告で用いるPIO-NETデータ（消費生活相談情報）は、原則として2019年3月31日までに登録された苦情相談で集計している。なお、PIO-NETデータは消費生活センター等での相談受付からデータベースへの登録までに一定の時間を要するため、相談件数データは今後増加する可能性がある。また、全国の消費生活センター等の相談窓口からの「経由相談」は除いて集計している。相談について、性別、年齢層別、職業別、地域別等の属性別に分析を行っているところは、当該相談のきっかけとなった商品・サービスの契約者を基準としている。

- (2) 消費者事故等：消費者安全法第2条第5項で定義される事故及び事態。事業者が供給する商品・サービスについて、消費者の使用・利用に伴って生じた生命や身体に影響する事故、虚偽・誇大広告その他の消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するような行為が事業者により行われた事態やそのおそれがあるもの。
- (3) 生命身体事故等：消費者事故等のうち、生命や身体に影響する事故及びそのおそれがあるもの。
- (4) 財産に関する事態：消費者事故等のうち、生命・身体事案を除いたもの。虚偽・誇大広告その他の消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するような行為が事業者により行われた事態及びそのおそれがあるもの（本文中では「財産事案」と表記。）。
- (5) 重大事故等：生命身体事故等のうち、死亡や30日以上の治療を要するけが等、被害が重大であった事案やそのおそれがあるもの。

(6) CCJ：国民生活センター越境消費者センター（Cross-border Consumer center Japan）の略称。越境取引における日本の消費者と海外の事業者、海外の消費者と日本の事業者との間の取引において発生した紛争の解決支援を行っている。

(7) 新未来創造オフィス：消費者行政新未来創造オフィスの略称。2017年7月24日、消費者庁と国民生活センターが、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・創造の拠点として、徳島県に開設した。

2 年号表記

本報告は、閣議決定を経て国会に提出する年次報告であり、表題は元号表記となっているが、本文中では、経済活動において西暦表記が用いられることが多いこと、海外データとの比較が必要となる部分もあること、グラフにおいては西暦表記の方がなじみやすいと考えられることから、原則として西暦表記を用いている。

3 法令名の略称

本報告で用いる主な法令の名称及び番号は次のとおりである。また、特に断りがない限り、基本的に以下の略称を用いる。

法令名	略称	番号
食品衛生法		昭和22年法律第233号
日本農林規格等に関する法律	JAS法	昭和25年法律第175号
宅地建物取引業法		昭和27年法律第176号
出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律	出資法	昭和29年法律第195号
割賦販売法		昭和36年法律第159号
家庭用品品質表示法		昭和37年法律第104号
不当景品類及び不当表示防止法	景品表示法	昭和37年法律第134号
消費者基本法（消費者保護基本法）		昭和43年法律第78号
消費生活用製品安全法		昭和48年法律第31号
有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律	家庭用品規制法	昭和48年法律第112号
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
貸金業法		昭和58年法律第32号
特定商品等の預託等取引契約に関する法律	預託法	昭和61年法律第62号
製造物責任法	PL法	平成6年法律第85号
住宅の品質確保の促進等に関する法律	住宅品確法	平成11年法律第81号
消費者契約法		平成12年法律第61号
電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律		平成13年法律第95号
特定電子メールの送信の適正化等に関する法律	特定電子メール法	平成14年法律第26号
健康増進法		平成14年法律第103号
独立行政法人国民生活センター法	国民生活センター法	平成14年法律第123号
食品安全基本法		平成15年法律第48号
個人情報の保護に関する法律	個人情報保護法	平成15年法律第57号
公益通報者保護法		平成16年法律第122号
米穀等の取引等に係る情報の記録及び産地情報の伝達に関する法律	米トレーサビリティ法	平成21年法律第26号
消費者庁及び消費者委員会設置法		平成21年法律第48号
消費者安全法		平成21年法律第50号

法令名	略称	番号
消費者教育の推進に関する法律	消費者教育推進法	平成24年法律第61号
消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法	消費税転嫁対策特別措置法	平成25年法律第41号
食品表示法		平成25年法律第70号
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	消費者裁判手続特例法	平成25年法律第96号

4 調査

主として使用している調査の概要は次のとおりである。なお、調査結果におけるNは質問に対する回答者数。M.T.はMultiple Totalの略で、回答数の合計を回答者数（母集団も標本サイズも「N」とする。）で割った比率。複数回答ができる質問では通常その値は100%を超える。

（1）消費者意識基本調査

日頃の消費生活での意識や行動、消費者事故・トラブルの経験等を聞き、消費者問題の現状や求められる政策ニーズ等を把握するために、消費者庁が毎年度実施している調査。2018年度の概要は次のとおり。

ア 調査項目

消費生活における意識や行動、詐欺的な請求、高収入をうたう副業や投資、消費者事故・トラブル、クーリング・オフ制度、家庭の電気の契約、事業者の消費者対応、消費者志向経営、公益通報者保護制度、消費者政策への評価、消費者ホットライン（188）の認知度

イ 調査対象

（ア）母集団：全国の満15歳以上の日本国籍を有する者

（イ）標本数：10,000人

（ウ）抽出方法：層化2段無作為抽出法

ウ 調査期間

2018年11月8日～30日

エ 調査方法

訪問留置・訪問回収法（調査員が調査票を配布、回収する方法）

オ 有効回収数（率）

6,053人（60.5%）

（2）地方消費者行政の現況調査

地方公共団体における消費者行政の現況を把握することを目的に、消費者庁（2008年度以前は内閣府）が毎年実施している調査。概要は次のとおり。

ア 主要調査項目

地方公共団体における消費者行政を担当する組織、職員配置、予算、事業の動向等。

イ 調査時点

各年4月1日現在（直近の調査は、2018年4月1日現在）

（3）風評被害に関する消費者意識の実態調査

福島県を含めた被災県の農林水産物等について、消費者が買い控え行動をとっている場合の理由等を調査し、今後のリスクコミュニケーションでの説明内容を始めとする各般の風評被害対策及び消費者理解の増進に関する取組に役立てることを目的に、消費者庁が実施している調査。概要は次のとおり。

ア 調査項目

放射線等の基礎的な知識や人体影響についての理解、食品の購入に際しての考え方、食品中の放射性物質の基準値に関する考え方、出荷制限に関する情報入手の状況等

イ 調査対象

20～60歳代の男女、インターネットモニター（有効回答数5,176人）

ウ 調査対象地域

被災県及び被災県産農林水産物の主要仕向先県等（岩手県、宮城県、福島県、茨城県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、愛知県、大阪府、兵庫県）

エ 調査時期

（第1回）2013年2月14日～15日

（第2回）2013年8月24日～28日

（第3回）2014年2月14日～19日

（第4回）2014年8月25日～31日

（第5回）2015年2月6日～12日

（第6回）2015年8月11日～17日

（第7回）2016年2月4日～9日

（第8回）2016年8月17日～23日

（第9回）2017年2月2日～10日

（第10回）2017年8月24日～28日

（第11回）2018年2月1日～5日

（第12回）2019年2月7日～12日

オ 調査方法

インターネット調査

5 その他

（1）引用している統計及び調査結果については、確定値のほか、速報値（暫定値、推計値）等を含む場合がある。

（2）URLについては、本報告作成時点のものであり、変更されている可能性がある。

序

2009年9月に消費者庁及び消費者委員会が設置されてから2019年9月で10周年を迎えます。その設置に際して、両組織は消費者・生活者の視点に立つ行政への転換を図るための拠点としての役割を担うことが期待されました。この間、消費者庁は、消費者行政の「舵取り役」として数多くの課題に積極的に取り組み、消費者行政の体制整備や消費者関連法令の整備等の懸案事項について一定の成果を上げてきました。また、消費者委員会は、政府の消費者行政全般に対する監視役として積極的に調査審議を行い、必要と認められる事項について建議等を行ってきました。しかし、少子・高齢化や人口減少、情報通信技術の高度化、国際化の進展といった社会経済情勢の変化により、消費者問題は多様化・複雑化しており、両組織が取り組むべき課題はますます増えてきているものと考えられます。

以上を踏まえて、本報告の第1部では、「消費者庁及び消費者委員会設立10年」を特集しています。同特集では、まず第1章において、これまでの取組の背景となる社会経済情勢の変化と消費者問題の動向について明らかにしています。その上で、第2章においては、「消費者庁及び消費者委員会の10年」として、両組織の設立に際して期待された、①消費者行政の一元化、②地方消費者行政の充実及び消費生活相談体制の整備、③府省庁横断的な消費者政策の一体的推進、④消費者市民社会の実現に向けた取組、⑤消費者の意見を消費者政策に反映させる仕組み、⑥消費生活のみならず産業活動を活性化といった諸機能について、

この10年間に於いて両組織がどのような取組を行ったのかを振り返り、その成果と課題を明らかにしています。さらに、第3章においては、消費者問題の新たな潮流を踏まえた上で、次の10年を見据えて、両組織が新たに取り組むべき主要な課題を明確化し、今後の消費者政策の方向性を提示しています。

第2部では、消費者安全法の規定に基づく「消費者事故等に関する情報の集約及び分析の取りまとめ結果の報告」及び消費者基本法の規定に基づく「消費者政策の実施の状況」の報告を行っています。

第1章では、年次報告として、消費者安全法の規定に基づいて消費者庁に通知された消費者事故等を始めとした事故情報等や、全国の消費生活センター等に寄せられた消費生活相談に基づく消費者被害・トラブルの状況、消費者被害・トラブル額の推計、さらに消費者庁が実施した「消費者意識基本調査」で明らかになった消費者の意識・行動について取り上げています。

第2章では、政府が実施してきた2018年度の消費者政策の実施状況について、消費者基本計画に規定された項目に沿って、消費者行政の各分野の取組をまとめていきます。このような政策の実施状況を取りまとめることにより、本報告は、消費者基本計画の実施状況の検証・評価（フォローアップ）としての機能も兼ねています。

また、資料編として、消費者事故等の状況、消費者庁が行った法執行・各種情報提供についても掲載しています。