

【消費生活を取り巻く現状と課題】

近年、消費生活においては特に以下の（１）～（６）に挙げる現状と課題があるため、それらに対応する施策を次期アクションプランに掲げるものとする。

（１）デジタル化の進展

- ・情報量の膨大さ、決済手段の過多等により取引環境が複雑化・多様化し、年齢等に関わりなく消費者トラブルが増加
- ・SNS 等を通じた勧誘や、AI の進展等によるターゲティング広告など、悪質な事業者による手口の多様化・巧妙化

（２）高齢化の進展

- ・高齢単身世帯の孤立による消費者トラブルの増加や深刻化が懸念される
- ・認知症患者や判断力が低下した人等、消費生活に配慮を要する消費者が拡大

（３）成年年齢の引き下げ

- ・2022 年 4 月 1 日の改正民法で成年年齢が 20 歳から 18 歳に引き下げ
- ・社会経験の浅い若者が悪質な事業者のターゲットになるおそれ

（４）持続可能な社会の実現

- ・2015 年 9 月、国連サミットにおいて SDG s（持続可能な開発目標）が採択された
- ・消費者には環境、人、地域に配慮した消費行動であるエシカル消費が期待される

（５）大規模災害・感染症拡大等、緊急時の対応

- ・大規模災害時に、災害に便乗した悪質商法が発生
- ・災害発生時や感染症拡大時に、不確かな情報に基づく買いだめや高額転売、不当・誇大広告による消費者トラブルが発生

（６）その他

- ・消費者からの従業員等に対する暴行、脅迫、ひどい暴言、不当な要求等の著しい迷惑行為（カスタマーハラスメント）による労働環境の悪化
- ・インターネットを経由した海外事業者との取引の増加に伴う消費生活のグローバル化により、意思疎通、商慣行の違い等によるトラブル発生への懸念
- ・2024 年 1 月から NISA（少額投資非課税制度）の抜本的な拡充・恒久化が図られたこと等による資産形成・投資への関心の高まり