第4期消費者基本計画の概要

【第1章　消費者基本計画について】

1．消費者問題の歴史と消費者基本計画策定までの経緯
2．消費者庁・消費者委員会設置とその後10年間の消費者政策の展開
3．新たな消費者基本計画の策定

【第2章　消費者政策をめぐる現状と課題】

＜現状認識＞

1．ぜい弱な消費者の増加など消費者の多様化
- ○高齢化の進行等
- ○成年年齢の引下げ
- ○世帯の単身化・地域コミュニティの衰退等
- ○訪日外国人・在留外国人による消費増加

2．社会情勢の変化
- ○デジタル化の進展・電子商取引の拡大
- ○自然災害の激甚化・多発化、新型コロナウイルス感染症の拡大
- ○持続可能で多様性と包摂性のある社会への関心の高まり

＜課題分析＞

- ○ぜい弱な消費者の増加や一時的弱者の発生を踏まえ、重層的かつきめ細かな対策を講じる必要
- ○デジタル化の進展による電子商取引の拡大を踏まえ、政策面・制度面からの対応が必要
- ○持続可能な社会の実現に向け、消費者と事業者との「協働」を促す必要

【第3章　政策の基本方針】

1．消費者政策において目指すべき社会の姿等

(1)消費者の安全・安心の確保

(2)誰一人取り残さない社会的包摂の実現

(3)未来の創造等に向けた消費生活の実現

(4)多様な主体の連携による重層的な体制の整備

2．今期計画における消費者政策の基本的方向

(1)消費者被害の防止
- ・厳格な法執行等による消費者保護
- ・消費者が必要な情報を得られる環境整備
- ・消費者の特性に応じたアプローチ

(2)消費者の自立と事業者の自主的取組の加速
- ・消費者教育その他の普及啓発
- ・事業者の自主的な取組支援の枠組み構築

(3)協働による豊かな社会の実現
- ・持続可能な社会の形成
- ・消費者と事業者とのWIN-WIN関係の構築
- ・協働を支える地域の枠組みの構築

(4)デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応
- ・デジタル化により実現するSociety5.0への対応
- ・国際化の進展への対応

(5)災害・感染症拡大など緊急時対応

【第5章　重点的な施策の推進】

(1)消費者被害の防止
- ・消費者の安全の確保
- ・取引及び表示の適正化等
- ・ぜい弱性等を抱える消費者の支援
- ・消費者の苦情処理等のための枠組み整備

(2)消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の変革促進
- ・食品ロス削減等
- ・環境の保全
- ・その他の持続可能な社会形成に資する取組
- ・事業活動におけるコンプライアンス向上

(3)消費生活に関連する多様な課題への機動的・集中的な対応
- ・デジタル・プラットフォーム等の利用と消費者利益の保護・増進の両立
- ・国際化の進展への対応
- ・新型コロナ感染症拡大・災害など緊急時対応

(4)消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施
- ・消費者教育の推進
- ・消費者政策の啓発活動の推進

(5)消費者行政を推進するための体制整備
- ・消費者の意見反映・消費者政策の透明性確保
- ・国等における体制整備　・地方における体制整備

【第4章　政策推進のための行政基盤の整備】

情報	人材	財政	法令等
・PIO-NETの刷新 ・事故情報等の一元化 ・ICTの導入　等	・消費生活相談員 ・見守りﾈｯﾄﾜｰｸ構成員（消費生活協力員等） ・消費者教育ｺｰﾃﾞｨﾈｰﾀｰ　等	・地方への財政支援 ・地方での自主財源確保への働きかけ ・モデル事業の展開　等	・法令、自主規制 ・徳島県に「新未来創造戦略本部」を発足　等