

【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
 - ・新型コロナウイルス感染症拡大・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

- ・PIO-NETの刷新
- ・事故情報等の一元化
- ・ICTの導入 等

人材

- ・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「データ」等

財政

- ・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

法令等

- ・法令、自主規制
- ・徳島県に「新未来創造戦略本部」を設置 等