V 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

- ・<u>令和4年4月から民法の成年年齢が18歳に引下げ</u>となったことも踏まえ、消費者トラブルから自分の身を守る「<u>だまされない消費者</u>」や持続可能な社会の実現に向けて「**自ら考え行動する**消費者」を育むための消費者教育を総合的・体系的に推進。
- ・<u>ぜい弱な消費者の増加</u>や、感染症拡大時等緊急時の<u>一時的弱者の発生</u>等も踏まえ、<u>消費者政策に関する啓発活動を</u> 戦略的に推進。

だまされない消費者

- ①被害に遭わない
- ② 自主的かつ合理的な意思決定ができる

「社会への扉」等を活用した授業の実施の促進等



自ら考え行動する消費者

③ 「未来」や「地域・世界」を大切にする消費

消費者が自ら考える賢い消費行動、いわゆるエシカル消費の普及啓発等



地域における消費者教育の推進体制の構築

消費者教育コーディネーターの育成・配置の促進 等

(1)消費者教育の推進

- ①消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進
- ②学校における消費者教育の推進
- ③地域における消費者教育の推進
- ④多様な主体(家庭、事業者・事業者団体)による消費者教育の推進 等

(2)消費者政策に関する啓発活動の推進

①消費者トラブル抑止のための戦略的な普及啓発

Ⅳ 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

成年年齢引下げ後の 若年者への消費者教育の推進

- ・令和4年4月1日、民法の成年年齢が18歳に引下げ
- ・小・中・高等学校等における消費者教育の推進
- 「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針
 - 一消費者教育の実践・定着プランー 」※R4~6年度を対象
 - (令和4年3月31日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)
- ○社会人も含めた若年者への切れ目のない消費者教育へ と進展させ、成年年齢引下げ後の消費者教育の実践・ 定着に向けて関係4省庁が連携し、若年者への消費者 教育に取り組む。
 - ▶高等学校のみならず、大学や事業者における消費 者教育の推進
 - ▶若年者への注意喚起・情報発信
 - ▶親世代を含めた若年者周辺の人への啓発



KPI 「社会への扉」等を活用した

全国での実践的な消費者教育の実施【R2:86%】

KPI 消費者教育コーディネーターの配置

(H31:26都道府県→全都道府県) 【R3.4:40都道府県】

消費者政策に関する戦略的な普及啓発

- ・より効果的な普及啓発が必要とされる場面
 - ▶ 緊急時における注意喚起
 - ▶ リスクの高い取引に対する注意喚起 など

〇新型コロナウイルス感染症に便乗した詐欺・悪質商法 に関する注意喚起等に加え、成年年齢引下げを踏まえ た若年者向け情報発信・注意喚起を各種メディアを通 じて実施。

消費者トラブルに遭わないために。 / 知って安心の最新情報をお届け! /

消費者庁 若者十世!

開設しました!

※連動したSNS広告を実施



人気アニメ「東京リベンジャーズ」と タイアップした政府広報



※テレビCM、Web動画、交通広告、インフルエンサーによる拡散等

令和4年度 消費者月間 「考えよう!大人 になるとできる こと、気を付け ること

~18歳から

大人に~ |



KPI 消費者庁作成の普及啓発資料の認知状況(R6:50%)

【R3:22.7%】

V 消費者行政を推進するための体制整備

- ・<u>消費者政策の着実な推進</u>に向け、既存の基盤の効果的・効率的な活用等の観点から、<u>情報・人材・財政・法令等の</u> 行政基盤の整備を推進。
- ・<u>地方消費者行政の充実・強化</u>に向け、<u>地方消費者行政強化作戦2020を策定</u>し、相談体制の強化、質の向上等を推進。 社会のデジタル化等に対応するため、<u>消費生活相談のデジタル化を推進</u>。
- ・令和2年7月に徳島県に設置した「消費者庁新未来創造戦略本部」の活用を進め、消費者政策に関する研究を推進。

(1)消費者の意見の反映と消費者政策の透明性の確保

- ①消費者団体等との連携及び支援等
- ②消費者政策の実施の状況の報告(消費者白書)等

(2) 国等における体制整備

- ①消費者行政体制の更なる整備等
- ②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
- ③消費者からの情報・相談の受付体制の充実 等

(3)地方における体制整備

- ①地方消費者行政の充実・強化に向けた支援
- ②地域の見守りネットワークの構築
- ③都道府県における法執行強化

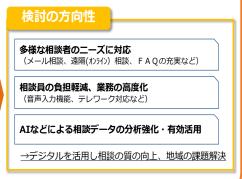
- ④消費者ホットラインの運用及び認知度の向上
- ⑤消費生活以外の相談窓口との連携促進
- ⑥消費生活相談情報の的確な収集と活用 等

V 消費者行政を推進するための体制整備

消費生活相談のデジタル化の推進

- ・全国消費生活情報ネットワーク・システム(通称:PIO-NET)に集約された相談情報を消費者行政に活用。
- ・社会のデジタル化等に対応すべく、消費生活相談のデジ タル化を推進。
- 〇相談者の利便性の向上、消費生活相談員の負担軽減等を図るため、次期のPIO-NETについて、民間企業で活用される業務システムを使った実証実験を踏まえ、詳細検討を実施。
- 〇消費生活相談の業務見直し等を行い、地方公共団体 がデジタル化を進める際のモデルを提示するなど、 デジタル化を推進。





消費者庁新未来創造戦略本部の機能の発揮

- ・「消費者庁新未来創造戦略本部」を徳島県に発足 (令和2年7月)、恒常的拠点として機能を拡充
- 国際シンポジウムを開催(令和3年7月、10月、12月、令和4年3月)
- 〇実証フィールドを活用したモデルプロジェクトや消費者 政策に係る研究、国際業務等の機能をより一層充実。
- 〇海外の消費者政策の動向や研究成果を長期的な消費者政 策に生かせるよう、国際共同研究等を実施。

【進行中プロジェクト】

- ・「新型コロナウイルス感染 拡大の影響による消費行動 の変化等に関する研究」
- ・「デジタル社会における 消費者法制の比較法研究」
- ・「高齢者の認知機能障害に 応じた消費トラブルと対応 策の検討に関する研究」
 - 「特殊詐欺等の消費者被害 サステナブルファッションに関する に関する心理・行動特性に 日仏シンポジウム(令和4年3月開催) 関する研究 | 等



KPI モデルプロジェクトや調査研究、シンポジウム等の実施状況 【R3:シンポジウム8回】