

## 「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」 報告書の概要について

### 1 消費者基本計画とは

- ・消費者基本法（平成16年6月施行）第9条に基づき、長期的に講ずべき消費者政策の大綱及び消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項について、閣議決定するもの。

【現行計画】第3期「消費者基本計画」（H27年度～H31年度）〔平成27年3月24日閣議決定〕

### 2 第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会

- ・2020（H32）年度～2024（H36）年度の第4期消費者基本計画のあり方を検討
- ・社会経済状況の変化を踏まえた、新たな時代にふさわしい消費者政策を推進するための重要な視点について意見交換（12回の会合を実施）  
⇒消費者基本法にのっとり、これまでの計画に追加すべき視点など、配慮すべき重要な事項について提言（H31.1.8消費者庁公表）

### 3 提言の内容（概要）

今後の消費者行政を推進するに当たって中期的に実現すべき内容（これからの消費者政策に求められる視点）を整理し、消費者基本法の理念・規定を踏まえ、3つの柱・12の視点により提言

#### I 基本理念に直接関わる提言

##### （1）消費者政策によるSDGs（持続可能な開発目標）実現への貢献

- ・関係者がパートナーシップを組み、「消費のエコシステム」を構築し、「SDGs日本モデル」の構築に貢献  
（「誰一人取り残さない」社会の実現に向け、消費者政策や消費者の果たす役割は小さくない。日常の買い物から未来を変えられる。）

##### ※SDGs（持続可能な開発目標）

2015年9月に国連の持続可能な開発サミットで採択された、経済・社会・環境をめぐる広範な課題に対する2030年までの国際目標。「誰一人取り残さない」社会の実現を目指す。  
⇒消費者庁を始め関係省庁、経済・消費団体等はこの目標達成に向けた取組を推進

##### （2）「消費者問題」の捉え方を考え直す

- ・「情報の質及び量並びに交渉力等の格差」がある場合などに、広く消費者政策を展開（災害被災者、高齢者、交通弱者、訪日外国人等など、消費生活・消費者を取り巻く環境の多様化）

#### II 基本的施策に係る提言

##### （3）消費者の安全・安心を守る

- ・「情報の信頼性」に関わる領域（情報の表示、追跡、説明、理解という観点）及びその手段の整備に係る取組を包括的に実施〔ICタグ、QRコードなど〕  
（消費者に安心をもたらすには、必要十分な情報・信頼に足る情報の用意、理解できるための環境の提供が重要）

##### （4）取引の多様化・複雑化等への迅速・的確な対応

- ・取引の多様化・複雑化や、新たなビジネスの登場に対処するため、新たな規制手法にも配慮しつつ、消費者行政のあり方を見直し
- ・法律の執行体制を着実かつ計画的に強化 等

### (5) 消費者教育の戦略的推進

- ・ 成年年齢引下げにも対応しつつ、幼児期から高齢期までの様々なライフステージに応じて、体系的・戦略的に消費者教育を推進  
(学校での消費者教育の充実, 社会教育推進のための枠組みの整備・強化)

### (6) 客観的根拠に基づく政策立案と政策目標・成果の明確化

- ・ 政策立案から施策の実施状況, 事後の検証までのP D C Aを客観的な数値・根拠に基づいて進めることを担保  
(アウトカムを念頭に置いたK P Iの設定, 過去の取組の検証・評価等)

### (7) 消費生活相談・紛争処理体制の強化

- ・ 消費生活相談・紛争処理に係る一層の体制強化・機能高度化  
(個人間取引の拡大による「消費者同士のトラブル」などに消費生活相談は十分対応できないとともに, 電話を使わない若年者, 相談に行けない高齢者の増加)

### (8) 産業のデジタル化に伴う消費生活の変化への的確な対応

- ・ 消費者の利便性の向上の側面とリスク・課題の側面の適切なバランスを図ったルール整備
- ・ I C T企業が提供する巨大デジタルプラットフォーム [多数の消費者(個人)や事業者が参加する市場] がもたらす新たな消費者問題への対応  
(取引の透明性・公平性の担保, 利用規約, 事業者の責任, 実効性ある救済手段の確保)
- ・ デジタルサービス等の利用者等に係る消費者保護と利便性のバランスについては, 消費者政策の観点からも課題

### (9) 消費者問題のグローバル化への対応

- ・ 国際的な連携・協力の強化
- ・ 外国人に開かれた消費者行政の推進  
(訪日・在留外国人が直面する消費生活上のトラブルへの対応強化)

## III 政策の推進主体に対する提言

### (10) 次の10年に向けた消費者行政のあり方

- ・ 次の消費者行政10年の計として, 消費者政策やその推進のあり方について新たな発想・手法で展開  
(どのような社会を目指すのかを国民に提示。幅広い分野の横断的な政策を推進)

### (11) 地方消費者行政の強化

- ・ 地方の消費者行政機能の戦略的強化  
(消費者行政における基礎的行政サービスの広域化や, 専門性強化のため国・都道府県によるサポートを検討)
- ・ 地方消費者行政の基盤の充実  
(地方の消費者行政の推進に必要な財源をどのように確保・充実していくかの方策の検討)

### (12) 消費者団体等に係る連携強化・活性化

- ・ 消費者団体と事業者団体等の連携強化  
(消費者と事業者を対極的に位置付ける枠組みを発展的に組み替え, S D G sを軸に全ての関係者が連携して長期的な視野で実現すべき共通の価値を設定)
- ・ 消費者団体の活性化・機能強化