

「消費者安心戦略」の推進

— 経済社会情勢を踏まえ、消費者の安全・安心確保対策を強化 —

安倍内閣が「三本の矢」の施策による我が国経済の活性化を図る中、成長戦略「日本再興戦略」が目指す「消費が増え、新たな投資を誘発するという好循環」の実現には、健全で活気と厚みのある消費市場の構築が不可欠。このため、消費者の不安を払拭し、安全・安心を確保するための「消費者安心戦略」を積極的に推進。

「消費者安全・安心確保対策」の推進

- GDPの6割を占める消費の拡大は、経済成長に必要不可欠。しかしながら、食品表示等の不正事案の発生、高齢者等の消費者被害の増加などにより、消費者の不安の増大が懸念される。
- このため、食品表示等の適正化及び充実、積極的な消費者被害防止対策の展開、消費者被害回復のための取組などを通じて、消費者の生命・身体・財産の安全・安心確保に取り組む。

< 生命・身体・財産の安全・安心確保 >

- 食品表示等の適正化(行政の監視指導体制の強化等)及び充実
- 悪質商法への厳正な取締りと消費者取引の適正化
- リコール情報の周知強化による事故再発防止

< 「消費者被害防止対策」の積極展開 >

- トラブルに遭うリスクの高い消費者(高齢者等)を見守る「地域ネットワーク」の構築や啓発活動等
- 消費者教育の充実

< 「消費者被害回復」のための取組 >

- 地域における身近な消費生活相談体制の強化(消費生活相談員の職やその資格に関する法的整備等を含む)
- 「消費者被害の集団的回復のための裁判手続」の構築を始めとした消費者被害回復のための取組の充実

「消費市場・物価関連対策」の推進

- 成長戦略を踏まえ、市場における消費者と事業者の協働・連携を支援すること等により、消費者の多様な好みやニーズを反映した市場の創出、消費の拡大・活性化を目指す。
- 経済金融情勢を踏まえつつ、生活関連物資等に係る物価動向を注視する体制を強化する。また、公共料金改定や、消費税転嫁対策に向けて適切な対応を確保する。(消費の5割程度は生活必需品)

< 「消費市場関連対策」の推進 >

- 消費者と事業者との協働支援(商品企画・開発段階での消費者の参画、食品ロスの削減等)
- リスクコミュニケーション、風評被害対策など

< 「物価関連対策」の推進 >

- 物価モニター体制の強化
- 公共料金改定の際の料金の適正性の確保
- 消費税転嫁対策特措法の普及啓発、執行等