

# 消費者政策の推進に向けて

## 消費者基本計画

消費者政策を計画的に進め、消費者の利益の擁護・増進を図るための政府の施策の指針を定めた「消費者基本計画」を策定しています。この計画では、消費者政策の基本的な方向や、各分野の具体的な取組、特に重点的に取り組む項目などを取りまとめています。

### 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「デザイナー」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」を発足等

## 消費者安全法に基づく財産被害への対応

消費者庁では、消費者安全法に基づき、行政機関や地方自治体から財産被害に関する情報を一元的に集めるとともに、それらを分析しています。

分析した情報に基づき、消費者に対する注意喚起を行うほか、他の法令に基づく措置を採ることができない、いわゆる隙間事案の場合には、事業者に対して不当な取引を取りやめるよう勧告するなどの措置を行って、消費者被害の発生や拡大の防止を図っています。

## インターネット取引における消費者被害への対応

○インターネット取引についての消費者トラブルの解決に向けた対策を検討します。

高度情報通信社会の進展により、インターネットを活用した取引は増加傾向にあります。インターネットを経由して、国内外の事業者と気軽に取引を行うことが可能となるなど、消費者にとっても利便性が向上している一方で、消費者がトラブルに遭遇するリスクも増大しています。実際に、インターネットを活用した取引に関連する消費者トラブルも数多く発生しており、かつその内容は多様化・複雑化しています。

インターネット上の取引をめぐる問題は、技術やサービスの変化が激しく、関係者が多岐にわたるという特性があり、法規制に加え、事業者による自主的な対応や消費者自身の判断力を高めることで、相互に補完し合うように各種の取組を進めていくことが必要です。

そのため、消費者庁では、インターネット上の取引に関して、新たに発生しつつある課題を共有し、関係者に対応を働きかけていくため、「インターネット消費者取引連絡会」を定期的で開催し、関係行政機関、事業者団体等が一同に会して、情報交換や意見交換を行っています。

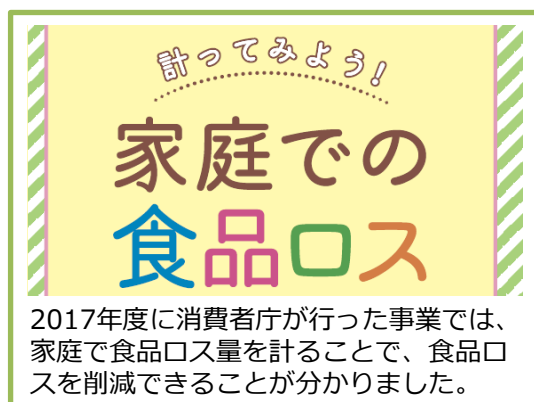
## 食品ロスの削減に向けた取組

食品ロスとは、まだ食べることができるのに捨てられてしまう食品です。日本の食品ロス量は、年間600万トン以上、このうち約半分は家庭から発生しています。

日本人一人当たりに換算すると、年間約50Kg、毎日茶碗1杯分（約140g）の食べ物を捨てている計算になります。

家庭での食品ロスの主な理由として、

- ①食べきれなかった
  - ②傷ませてしまった
  - ③賞味・消費期限が切れていた
- が挙げられます。



消費者庁では、日々の食事で必要な分だけ買う・作る、食べきれぬ工夫や飲食店での食べきり運動の促進、地方公共団体、民間企業や学生の皆さんによる様々な事例紹介などを通して、食べ物を無駄にしないよう食品ロス削減の取組を推進しています。

[食品ロス削減] 食べもののムダをなくそうプロジェクト

▶ [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/information/food\\_loss](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss)

## 国際的な取組

---

○グローバル化する消費者問題へ対応するため、国際的な連携を強化しています。

デジタル化の急速な進展に伴い、グローバル化する消費者問題に対応していくためには、国際的な協力や連携の強化が必要不可欠となっています。

消費者庁では、我が国とつながりの深い国々と政策対話を行い、協力関係の強化を図るとともに、OECD消費者政策委員会において副議長を務める等、国際機関への参画を通じ、多国間における情報共有や連携の強化を図っています。

また、2011年に消費者庁にて開設（2015年に独立行政法人国民生活センターに移管）した越境消費者センター（CCJ）では、日本の消費者が海外事業者との取引によりトラブルに遭遇した場合、消費者からの相談に基づき、提携する海外消費者機関を通じて、海外事業者と日本の消費者間のトラブル解決を支援しています。同様に、海外の消費者が日本の事業者との取引でトラブルに遭遇した場合には、海外消費者機関からの連絡を受けて、CCJがトラブル解決の支援をしています。2019年3月現在、CCJは24の国・地域を管轄する13機関と連携しています。