

消費者庁新未来創造戦略本部について

消費者庁は、実証に基づいた政策の分析・研究機能をベースとした消費者行政の発展・創造の拠点として、徳島に消費者行政新未来創造オフィス（以下「オフィス」という。）を2017年7月に設置し、徳島県等を実証フィールドとした分析・研究プロジェクト等を実施してきました。オフィスにおいて実施してきた約3年間の取組の成果を踏まえ、消費者行政の発展・創造のためにふさわしい機能と規模を備えた新たな恒常的拠点として、消費者庁は2020年7月30日に新未来創造戦略本部（以下「戦略本部」という。）を徳島に開設しました。

戦略本部は、オフィスの成果を踏まえて機能を充実し、①全国展開を見据えたモデルプロジェクトの拠点、②消費者政策の研究拠点とするほか、2019年9月に徳島で開催したG20消費者政策国際会合を受け、③新たな国際業務の拠点としても位置付けられています。また、首都圏における大規模災害発生時の消費者庁のバックアップ機能を担うとともに、引き続き、消費者庁の働き方改革の拠点としても位置付けられています。

持続可能な開発目標（SDGs）の推進

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「持続可能な開発目標（SDGs）」は、経済・社会・環境をめぐる広範な課題について、全ての関係者の役割を重視し、「誰一人取り残さない」社会の実現を目指す2030年までの17の国際目標です。

日本では、内閣総理大臣を本部長とするSDGs推進本部を設置するとともに、SDGsの達成に向けた取組方針と具体的施策について、実施指針を策定しています。

消費者庁は、この国際目標の達成に寄与するため、安全・安心で豊かに暮らすことができる社会を実現するという使命の下、消費者基本計画に基づき、様々な施策を推進しています。

特に、以下6つの取組

- 1) エシカル（倫理的）消費普及・啓発活動
- 2) 子どもの事故防止
- 3) 食品ロスの削減
- 4) 高齢消費者・障害消費者見守りネットワーク協議会
- 5) 消費者志向経営（サステナブル経営）の推進
- 6) 公益通報者保護制度

については、2018年12月に、SDGs推進本部において決定された「アクションプラン2019」に位置付けられています。

持続可能な開発目標（SDGs）の推進と消費者政策

▶ https://www.caa.go.jp/about_us/about/plans_and_status/sdgs/

消費生活の動向に関する調査

消費者庁では、より適切な消費者政策を企画・立案するために、日々消費者を取り巻く環境や消費者の意識について調査・分析を行っています。そうした調査・分析の成果と、政府の消費者政策の進捗状況を合わせ、毎年1回消費者白書として取りまとめて公表しています。

消費者白書では、時々的重要なテーマについて特集を組んで、重点的に調査・分析を行っています。平成29年版消費者白書では「若者の消費」を、平成30年版消費者白書では「子どもの事故防止に向けて」を特集しました。

また、消費者問題の現状や求められる政策ニーズ等を把握するため、毎年「消費者意識基本調査」を行い、消費者の日常生活における意識や行動、消費者事故・トラブルの経験等を調査しています。

消費者白書等

▶ https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/

消費者意識基本調査

▶ https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/

消費者志向経営（サステナブル経営）の普及を目指して



持続可能なより良い社会の実現に向けては、行政のみならず、消費者、事業者と共に連携・協働していくことが必要です。事業者が消費者を重視した事業活動、すなわち消費者志向経営（サステナブル経営）を行うことが健全な市場の実現につながるという考えの下、消費者庁は、事業者の消費者志向経営を推進しています。

消費者庁では、事業者団体や消費者団体と共に「消費者志向経営推進組織」を発足させ、「消費者志向自主宣言・フォローアップ活動」等の推進活動を全国的に展開しています。

消費者志向経営とは

事業者が、

消費者全体の視点

- ・消費者全体の視点に立ち、消費者の権利の確保及び利益の向上を図ることを経営の中心と位置付ける。

健全な市場の担い手

- ・健全な市場の担い手として、消費者の安全や取引の公正性の確保、消費者に必要な情報の提供等を通じ、消費者の信頼を獲得する。

社会的責任の自覚

- ・持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自らの社会的責任を自覚して事業活動を行う。

※消費者と直接取引をする事業者に限らない。



消費者とのコミュニケーションの深化

消費者志向経営自主宣言・フォローアップ活動の仕組み

事業者

宣言

- ・各事業者が取り組むことを自主的に宣言・公表（理念・方針、具体的な実績・計画等）

行動

- ・宣言・公表した内容に基づき、取組を実施

結果

- ・実施した取組の具体的内容・結果を公表（フォローアップ）

推進組織

可視化（見える化）

- ・公表された内容を消費者、社会へ広く発信（推進組織のウェブサイト等）
- ・シンポジウム・セミナー等を通じた周知活動
- ・優良事例の表彰（消費者志向経営優良事例表彰）

など