

第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会 報告書について

平成30年12月
消費者庁

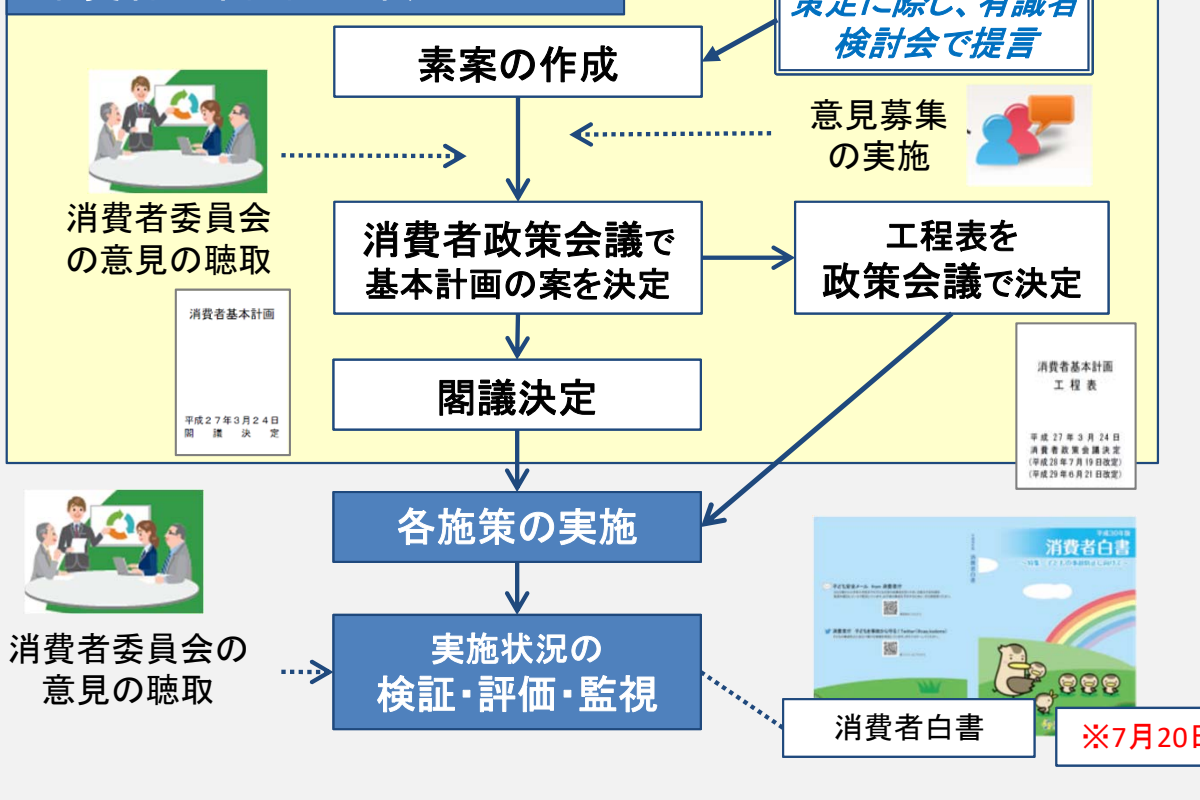
消費者基本計画について

- **消費者基本計画**は、消費者基本法(2004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。
- 過去には3回策定されており、**現行の基本計画(第3期)**は、**2015年3月24日に閣議決定**され、2015年度以降の5か年を対象とするもの。
 【これまでの策定実績】
 - ・2005年度～2009年度 第1期「消費者基本計画」(平成17年4月8日閣議決定)
 - ・2010年度～2014年度 第2期「消費者基本計画」(平成22年3月30日閣議決定)
 - ・2015年度～2019年度 第3期「消費者基本計画」(平成27年3月24日閣議決定)

※ 工程表を作成し、消費者基本計画に基づく施策の実施状況について、検証・評価・監視を行う。1年に1回は工程表を改定するとともに、必要に応じて消費者基本計画の改定を実施。

消費者基本計画に基づく施策の実施

消費者基本計画の策定プロセス



消費者政策会議※ 構成員

会長	内閣総理大臣	
委員	内閣府特命担当大臣(消費者)	
	内閣官房長官	総務大臣
	法務大臣	外務大臣
	財務大臣	文部科学大臣
	厚生労働大臣	農林水産大臣
	経済産業大臣	国土交通大臣
	環境大臣	防衛大臣
	復興大臣	国家公安委員会委員長
	公正取引委員会委員長	内閣府特命担当大臣

※ 消費者基本法第27条に基づき設置。

※7月20日発売(公表)

第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会について

- 2020年度～2024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
- 本年末に最終取りまとめを行った後、それを踏まえて、消費者庁を中心に次期基本計画を立案

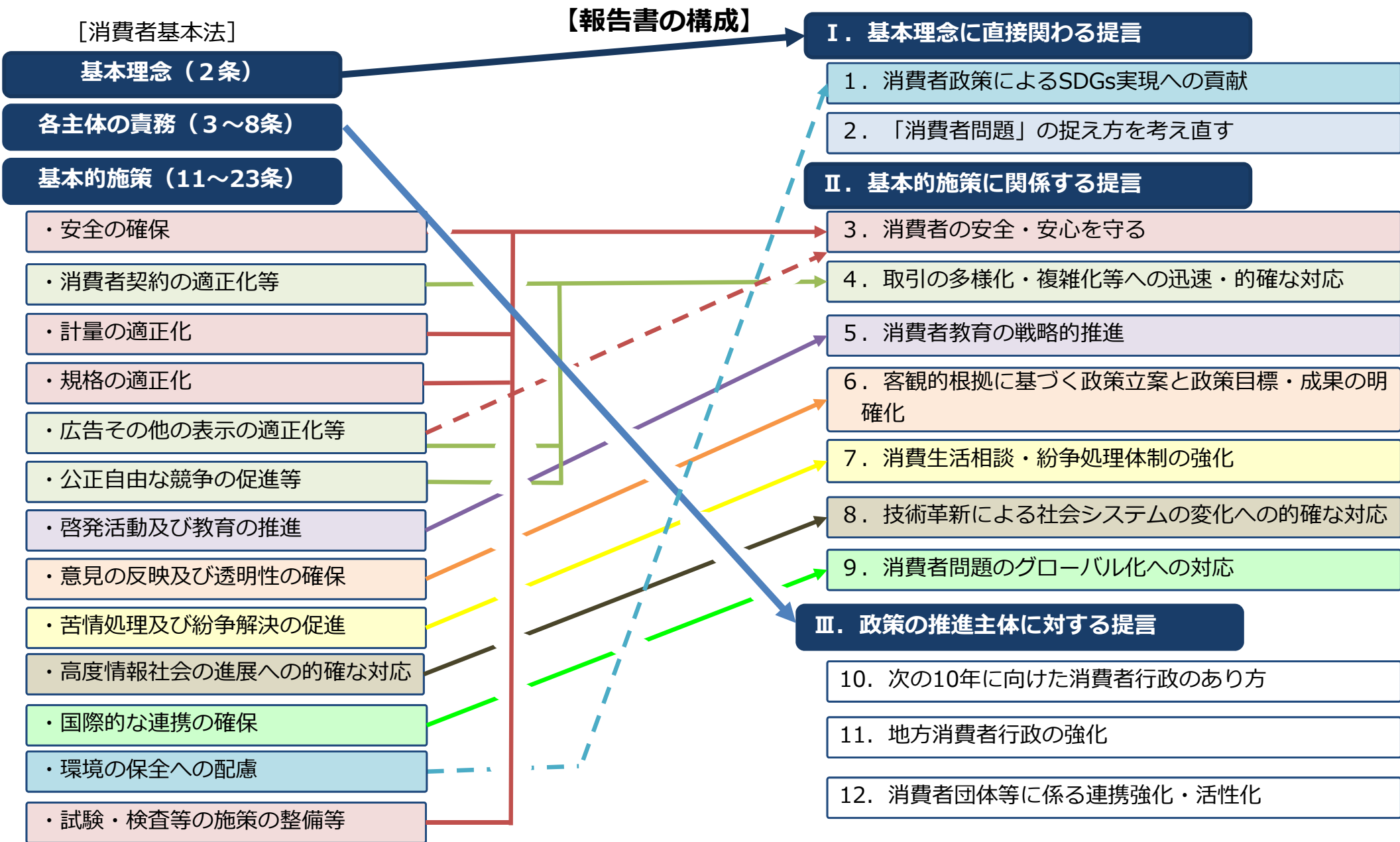
検討会のメンバー

阿部 美雪	(公社) 全国消費生活相談員協会専務理事
伊藤 弘憲	愛知県県民文化部県民生活課長
浦郷 由季	(一社) 全国消費者団体連絡会事務局長
小島 茂	(公財) 連合総合生活開発研究所客員研究員
川廷 昌弘	(株) 博報堂D Yホールディングスグループ 広報・IR室CSRグループ推進担当部長
坂本 有芳	鳴門教育大学大学院学校教育研究科准教授
首藤 由紀	(株) 社会安全研究所代表取締役所長
千葉 恵美子	大阪大学大学院高等司法研究科教授
中原 茂樹	東北大学大学院法学研究科教授・法科大学院長《座長代理》
拝師 徳彦	弁護士、全国消費者行政ウォッチねっと事務局長
長谷川 雅巳	(一社) 日本経済団体連合会 ソーシャル・コミュニケーション本部長 (第8回～)
(岩崎 一雄	政治・社会本部長 (第1～7回))
宮木 由貴子	(株) 第一生命経済研究所調査研究本部 ライフデザイン研究部主席研究員
森光 康次郎	お茶の水女子大学大学院人間文化創成科学研究科教授
山本 和彦	一橋大学大学院法学研究科教授《座長》

※ 五十音順、敬称略

「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」報告書（概要）

- 消費者関係施策の動向や社会経済情勢を踏まえ、次期基本計画の検討を行うため、検討会が設置され、12回の会合で議論
- 第4期消費者基本計画を策定するに当たり、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事項について提言



これからの消費者政策に求められる視点

I. 基本理念に直接関わる提言

1. 消費者政策によるSDG s（持続可能な開発目標）実現への貢献

- ・「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。
- ・消費者の活動はSDG sの縮図とも言え、日常の買物から未来を変えられる。



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

消費活動自体が未来への投資と捉え、消費者の意識変革を促す
ESG経営^(※)・ESG投資の促進

※ 環境に配慮した事業活動、ダイバーシティや人権の尊重など、
環境(E)・社会(S)・ガバナンス(G)に配慮した経営。

2. 「消費者問題」の捉え方を考え直す

災害被災者、交通弱者、情報弱者、高齢者、訪日外国人等の存在



消費生活・消費者を取り巻く環境の多様化



「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

多様化する消費生活にきめ細かく対応する施策の導入
消費者政策の対象とすべき「消費者問題」の範囲の検討

これからの消費者政策に求められる視点

Ⅱ. 基本的施策に係る提言 ①

3. 消費者の安全・安心を守る

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



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タグやQRコード等の新たな技術を利用した詳細な情報提供
理解しやすい簡便な表示など、新しい表示の仕組みの検討
安全性に問題のある製品の転売防止のための体制構築

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
- 被害情報の入手・分析手法の多様化等
- どの省庁等の所掌にも属さない事業・サービスに対する積極的対応

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

- 新学習指導要領での取組の周知・徹底
- 実践的な教育のための教材開発・手法の高度化
- 教員の資質向上を目的とした教員養成及び教員研修等における対策強化
- 外部人材の活用
- 初等・中等教育への対応強化

各年代に対応した体系的な教育推進

幅広い年代が消費生活に必要な知識を習得できるよう、枠組みを整備・強化

- 消費者教育推進地域協議会の設置・活性化
- 消費生活センターの地域の消費者教育拠点化
- 消費者教育コーディネーターの配置・能力高度化
- 高齢者見守りのための福祉政策との連携強化
- 子供の事故防止などの視点についての消費者教育の内容の充実

これからの消費者政策に求められる視点

Ⅱ. 基本的施策に関する提言 ②

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PDCAを客観的な数値・根拠に基づいて進めることを担保

- ・ EBPMの観点からの政策立案
- ・ アウトカムを念頭に置いたKPIの設定
- ・ 消費者行政の更なる見える化
- ・ 過去の消費者基本計画に基づく取組の検証・評価

7. 消費生活相談・紛争処理体制の強化

シェアリングエコノミーに係る「消費者同士のトラブル」、「同種行為を反復継続して行う個人」が巻き込まれるトラブルに消費生活相談は十分対応できない。



電話を使わない若年者・相談に行けない高齢者の増加



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

- ・ 相談窓口におけるチャットボット導入、ODR導入
- ・ 相談に行けない高齢者へのアウトリーチ型のアプローチ（消費者安全確保地域協議会）
- ・ 適格消費者団体の機能強化

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

- ・ 海外政府・機関との連携・協力の強化及び国際業務に携わる人材育成・体制強化
- ・ 海外施策の調査・比較検討及び積極的導入
- ・ 質の高い消費生活相談体制など我が国の優れた取組の海外展開

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

- ・ 外国人向けの多言語リーフレット等の充実
- ・ 外国人向け消費生活相談体制の整備・強化

これからの消費者政策に求められる視点

II. 基本的施策に関する提言 ③

8. 技術革新による社会システムの変化への的確な対応

① 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



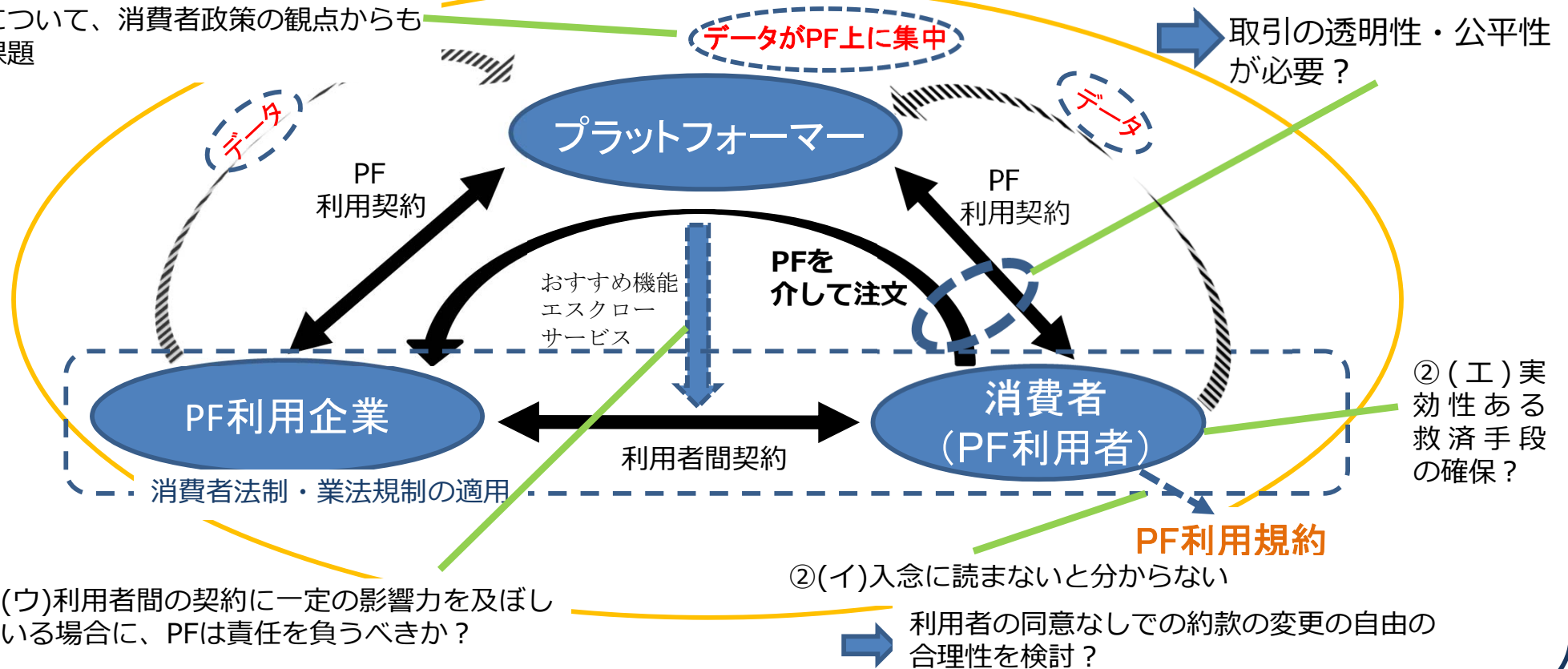
技術革新
(AI、IoT、ビッグデータ、ロボット、自動運転、ドローン等
+プラットフォーム (PF) ビジネスの発展)

③ デジタルサービス等の利用等に係る消費者保護と利便性のバランスについて、消費者政策の観点からも課題

【PFビジネスの一般的構図と論点】

②(ア)誰と何の契約をしているのか
誰が責任をとるのか

取引の透明性・公平性
が必要?



これからの消費者政策に求められる視点

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（政府の施策、地方公共団体が取り組むべき施策、企業、消費者及び消費者団体が自主的に取り組むことが期待される施策を連携して実施）

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、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

消費者団体の活性化と機能強化のため、関係者が連携して実効性ある対策を推進

- ・ 適格消費者団体への支援策の検討
- ・ 消費者団体全体の専門性の向上
- ・ 新たな担い手（若者）の確保・活用

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

地方では小規模な地方公共団体を始め専門職員が不足



消費者行政においても基礎的行政サービスの広域化や専門性強化のための国や都道府県のサポートを検討

- ・ 地域における消費者行政の充実にに向けたロードマップ（総合計画の充実、地方版消費者基本計画の策定）
- ・ 長期間消費者行政に携わるエキスパート職員の育成

国においては、上記を踏まえた新たなアプローチで施策を展開

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・充実にしていくのか、第4期消費者基本計画において検討

- ・ 地方公共団体が一定期限までに安定的な地方の一般財源に裏付けられた消費者行政基盤を確立するための方策を講ずる。
- ・ 専ら消費者行政関係施策に充てられる財源確保に向けて検討

(参考) 提言の12の視点と「消費者の権利」の関係

消費者の権利全般～消費生活における基本的需要が満たされ、健全な生活環境が確保される中で～

1. 消費者政策によるSDGs実現への貢献

2. 「消費者」の捉え方を考え直す

8. 技術革新による社会システムの変化への的確な対応

9. 消費者問題のグローバル化への対応

10. 次の10年に向けた消費者行政のあり方

11. 地方消費者行政の強化

12. 消費者団体等に係る連携強化・活性化

安全の確保

3. 消費者の安全・安心を守る

選択の機会の確保

4. 取引の多様化・複雑化等への迅速・的確な対応

必要な情報の提供

教育の機会の確保

5. 消費者教育の戦略的推進

消費者の意見の反映

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

消費者被害の救済

7. 消費生活相談・紛争処理体制の強化