

【第1章 消費生活を取り巻く現状の課題 ～消費者政策のパラダイムシフトの背景～】

1. デジタル技術の飛躍

- (1) 消費生活におけるデジタル技術の浸透
- (2) 消費者の取引環境の急激な変化に伴う環境整備の必要性

2. 消費生活のグローバル化の進展

- (1) 海外事業者との取引の増加
- (2) 訪日外国人旅行者等の消費の拡大

3. 社会構造の変化

- (1) 消費生活に配慮を要する消費者の拡大
- (2) コスト等が適切に価格転嫁できる環境の醸成

4. より良い社会の実現と国際協調への貢献

- (1) 持続可能でより良い社会の実現
- (2) 事業者と消費者の共創・協働

5. 緊急時における消費行動の変化

社会
情勢
・
背景

【第2章 本計画における消費者政策の基本的な方向性と目指すべき社会の姿】

1. 本計画における消費者政策の基本的な方向性 ～求められるパラダイムシフト～

- (1) 消費者政策の価値規範に関する考え方の転換
- (2) 考え方の転換を踏まえた消費者法制度の再編・拡充

2. 目指すべき社会の姿

- (1) 消費者が信頼できる公正な取引環境の確保
- (2) 全ての世代における消費者力の実践 (3) 持続可能で包摂的な社会の実現

目指す
姿

【第3章 多様な主体が連携して推進する消費者政策】

1. 地方消費者行政の推進

- (1) 人口減少・高齢化、デジタル化に対応した地方消費者行政の方向性 (2) 消費生活相談体制の充実
- (3) 地方における見守り活動、消費者教育の充実 (4) 地方消費者行政予算の拡充と国の支援の充実

2. 事業者の責務と期待

- (1) 事業者の責務 (2) 事業者の自主的な取組に対する期待

3. 消費者への期待

- (1) 消費者への期待 (2) 消費者団体への期待

4. 行政、消費者、事業者の連携による持続可能な社会の実現

持続的な社会の実現に資する商品・サービスの提供・購買・広報

連携

【第4章 消費者政策における基本的な施策】

1. 消費生活を取り巻く現状の課題への対応

- (1) デジタル技術の飛躍への対応 (2) 消費生活のグローバル化の進展への対応
- (3) 社会構造の変化への対応 (4) より良い社会の実現と国際協調への貢献への対応
- (5) 緊急時における消費行動の変化への対応

2. 消費者の安全及び自主的かつ合理的な 選択の機会の確保

- (1) 消費者の安全の確保 (2) 消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保
- (3) 消費者被害に対する適切かつ迅速な救済

3. 消費者政策の推進のための関係部局間の連携

基本的
な施策