

消費者行政に係る国際的な連携の強化

資料3-3

現状把握 ・課題設定	インプット (資源)	アクティビティ (活動)	アウトプット (活動目標・実績)	アウトカム (成果目標・実績)	インパクト (国民・社会への影響)
<p>○ グローバル化により、海外で発生した新たな消費者問題にも迅速かつ的確に対応する必要</p> <p>○ デジタル化及び新型コロナウイルス感染拡大の影響により、オンラインによる越境取引が増加 国民生活センター越境消費者センター(CCJ)に寄せられる相談件数も増加傾向</p>	<p>○ 予算</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和4年度 : 95百万円 ・令和3年度 : 106百万円 ・令和2年度 : 115百万円 	<p>① 国際共同研究プロジェクトを含む国際会議へ出席</p> <p>② 海外当局との政策対話等を実施</p> <p>③ 海外当局及び海外有識者との国際シンポジウムの開催</p>	<p>① 国際会議への出席回数</p> <p>② 政策対話の実施回数</p> <p>③ 国際シンポジウムの開催回数</p>	<p>【短期】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国際会議、政策協議及びシンポジウムの開催や出席を通じて、各国の消費者問題や法制度等を把握するとともに、国際共同研究プロジェクトへの参加を通じ最新の消費者問題の分析に取り組む <p>【長期】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 国内の政策や法制度への反映、海外当局との協力体制の整備等に取り組む 	<p>○ 海外で発生した新たな消費者問題に対し、後手に回ることなく、迅速かつ的確に対処して消費者保護を図る</p> <p>○ 海外当局及び会議有識者等と協力体制を構築し、越境取引におけるトラブルの解決に資する</p> <p>○ それらのことで、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会を実現する</p>