

(参考)

**消費者基本計画工程表改定
個別施策例**

I 消費者被害の防止

- ・ **生命・身体に係る被害から消費者を守る**ため、**事故情報を一元的に集約・分析**し、その結果等を踏まえ、事故原因究明調査の実施など、**事故の未然防止・拡大防止・再発防止の各段階での取組を徹底**。
- ・ **コロナ禍で孤独・孤立する消費者等**ぜい弱な消費者の増加などの**消費者の多様化**や、**デジタル化の進展**等に伴う**新たな消費者トラブルの発生**等を踏まえ、**特定商取引法等の厳格な法執行**を推進。
- ・ 商品やサービスの選択の基礎である**表示の適切さを確保**するため、**景品表示法等の厳格な執行**や**必要な制度見直し**を行うほか、**新たな食品表示制度の適切な運用**や**原料原産地表示制度**等の普及啓発を図る。

(1) 消費者の安全の確保

- ①事故の未然防止のための取組
- ②消費者事故等の情報収集及び発生・拡大防止
- ③事故の原因究明調査と再発防止
- ④食品の安全性の確保

(2) 取引及び表示の適正化並びに消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の確保

- ①特定商取引法等の執行強化等
- ②商品やサービスに応じた取引の適正化
- ③不当な表示等を一般的に制限・禁止する景品表示法の厳正な運用
- ④商品やサービスに応じた表示の普及・改善
- ⑤食品表示による適正な情報提供及び関係法令の厳正な運用
- ⑥詐欺等の犯罪の未然防止、取締り 等

(3) ぜい弱性等を抱える消費者を支援する関係府省庁等の連携施策の推進

- ①成年年齢引下げを見据えた総合的な対応の推進
- ②認知症対策の推進
- ③障害者の消費者被害の防止策の強化
- ④ギャンブル等依存症等についての対策の推進
- ⑤「多重債務問題改善プログラム」の実施
- ⑥孤独・孤立に起因する消費者被害の防止(啓発・見守り等) 等

(4) 消費者の苦情処理、紛争解決のための枠組みの整備

- ①消費者団体訴訟制度の推進
- ②消費者に関する法的トラブルの解決
- ③消費者紛争に関するADRの実施
- ④IT・AIを活用した民事紛争解決の利用拡充・機能強化 等

I 消費者被害の防止

事故情報の収集、公表及び注意喚起等

- ・消費者安全法等に基づき、消費者庁が行政機関等から製品、食品、サービス等の事故情報を集約し、事故情報データベース等により公表
- ・消費者安全調査委員会による事故等原因調査等の実施

○消費者事故等の通知の徹底及び事故情報データベースの運用改善、更なる活用。

- 集約する事故情報数の増加
- 事故情報の分析を踏まえた効果的な注意喚起

事故情報データベース トップページ

事故情報データベースシステム		トップ	操作方法	よくある質問	利用上の注意
生命・身体被害に関する「消費生活上の事故情報」を公開しています		お問い合わせ	リンク集	文字を標準に戻す	文字を大きくする

 事故情報を閲覧する

過去の登録事故情報データベースから、検索・閲覧が可能です。
複数の単語をスペース区切りで指定できます。何もしらずに 検索すると、全ての事故情報を検索します。

登録件数 (H21年9月～)	292,885件	フリーワードの入力	検索する
			詳しい条件で検索する

○消費者安全調査委員会の設置10周年を契機とした調査の拡充や発信力強化。

KPI 消費者安全法に基づく消費者事故等の通知件数【3,992件】
事故情報データベースへの登録件数【約2.5万件】
生命身体被害に関する注意喚起件数【11件】 【】内はR3年度

食品表示制度の適切な運用等

- ・新たな食品表示制度（令和2年度）、新たな原料原産地表示（令和4年度）が完全施行
- ・新たな遺伝子組換え表示が今後完全施行（令和5年度）

○食品表示制度の適切な運用を実施。

- アサリの原産地表示等に係る食品表示基準Q&A改正
- 食品添加物の不使用表示に関するガイドライン
(以上、令和4年3月30日公表)
- 食物アレルギー表示のくるみの義務化に向けた検討
・食物アレルギー表示に関するアドバイザー会議等の実施
- 保健機能食品制度の発展・充実の検討
・特定保健用食品制度の疾病リスク低減表示の拡充に向けた取組
- 機能性表示食品の届出確認業務の合理化・円滑化
・機能性表示食品の届出事前確認に関する連絡協議会の実施 等

○新たな原料原産地表示及び新たな遺伝子組換え表示へ速やかに移行できるよう、事業者へ周知及び消費者への戦略的な普及啓発を実施。

KPI 食品表示制度に関する消費者の理解度
期限表示【55.4/60.1】、栄養成分表示【37.9/39.9】等
【】内はR2年度の理解度/目標値(%)

消費者被害の防止

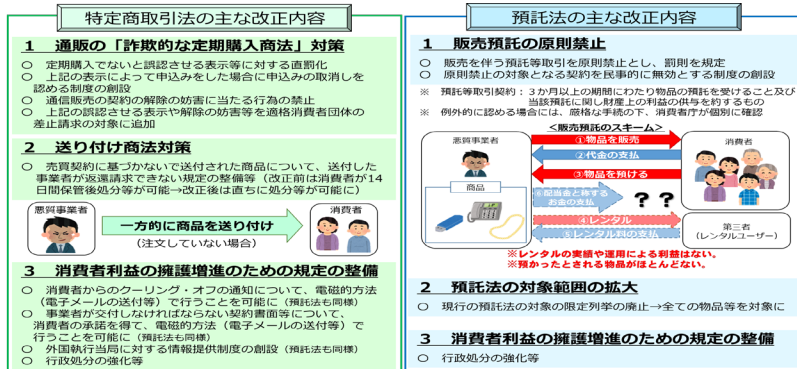
悪質商法等に対する法執行の強化等

- ・悪質商法等による消費者被害の防止
(消費生活相談件数：81.4万件※ (令和3年))
- ・改正特定商取引法※1・預託法※2の施行
※1 令和3年7月6日、令和4年6月1日等 ※2 令和4年6月1日等

○改正特定商取引法・預託法に基づく、消費者のぜい弱性を狙った悪質商法に対する厳正かつ適切な執行。

➤新規作成した「通信販売の申込み段階における表示についてのガイドライン」を含む通達等を踏まえた改正法の周知・執行

○「特定商取引法等の契約書面等の電子化に関する検討会」を取りまとめ、これを踏まえた必要な措置を実施。



KPI 特定商取引法・預託法による行政処分件数【R3：41件】
送り付け、定期購入に関する消費生活相談件数【R3：3,491件(送り付け)、48,098件(定期購入)】

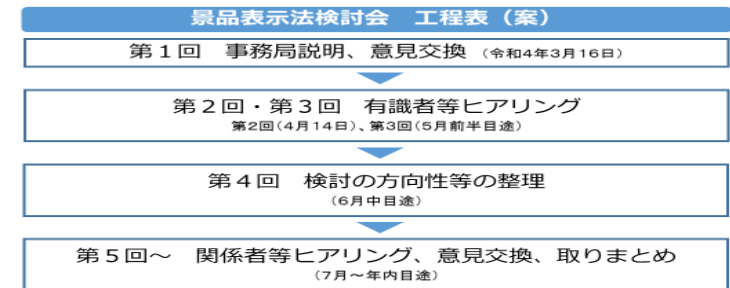
不当表示等に対する法執行の強化

- ・不当表示等を行う事業者に対する景品表示法の迅速かつ的確な運用
- ・課徴金制度の導入（平成28年度）
- ・アフィリエイト広告等の増加

○不当表示等に対する景品表示法の厳正な執行。
○課徴金制度の執行状況に係る評価等。

○アフィリエイト広告における不当表示の未然防止・早期是正。（後述）

○景品表示法検討会（令和4年3月から開催）における、景品表示法の社会環境変化への対応、厳正・円滑な法執行の確保、不当表示等の早期是正等の方策検討。



※上記工程表案は第2回検討会（令和4年4月14日開催）資料より抜粋

KPI 景品表示法に基づく措置命令件数【R3：41件】
課徴金納付命令件数【R3：15件】

I 消費者被害の防止

消費者被害の防止強化・救済手段の充実

- ・平成30年消費者契約法改正の附帯決議への対応
 - ・消費者裁判手続特例法の施行（平成28年）後の運用状況を踏まえ、明らかになった課題に対応
- ※ 運用状況：5年間で訴訟4件

○「消費者契約に関する検討会」報告書及び「消費者裁判手続特例法等に関する検討会」報告書を踏まえて、「消費者契約法及び消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律の一部を改正する法律案」を第208回通常国会に提出、成立。

【消費者契約法】

- 新たな取消権を追加
- 解約料の説明の努力義務
- 免責の範囲が不明確な条項の無効
- 事業者の努力義務の拡充

【消費者裁判手続特例法】

- 対象となる損害・被告の拡大
- 和解の早期柔軟化
- 消費者に対する情報提供方法の充実
- 特定適格消費者団体を支援する法人を認定する制度の導入

○報告書において将来の検討課題とされた事項や改正経緯から見えてきた課題を踏まえ、消費者契約法の規定の在り方についての抜本的な議論の必要性も視野に幅広い観点から検討

地域の見守りネットワークの構築

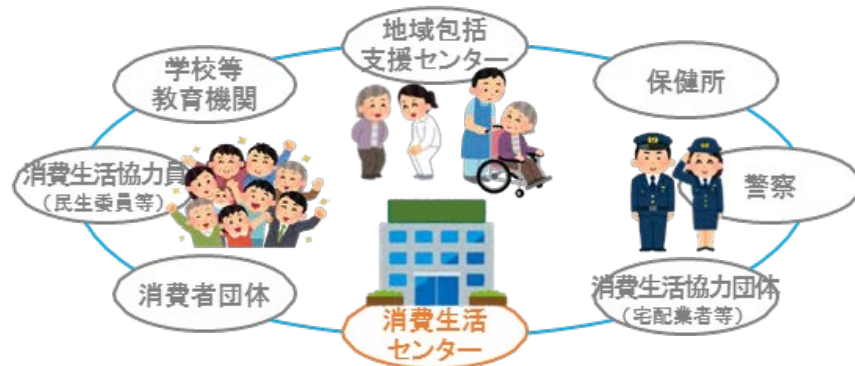
- ・高齢者や障害者等の「配慮を要する消費者」を見守るためのネットワーク（消費者安全確保地域協議会）
- ・高齢者等の消費者被害の未然防止・拡大防止
- ・孤独・孤立した消費者への対応

○「地方消費者行政強化作戦2020」を踏まえつつ、消費者安全確保地域協議会及び消費生活協力員・協力団体の活用に向けた地方公共団体の取組等を支援。

➢ 地方消費者行政強化交付金により地方公共団体を支援。

○地域の見守りに協力する民間事業者等の養成。

○孤独・孤立した消費者の消費者トラブルの防止。



KPI 消費者契約法の認知度（R6：50%）【R3：34.7%】
消費者団体訴訟制度の認知度（R6：40%）【R3：20.7%】

KPI 消費者安全確保地域協議会の設置
（県内人口カバー率50%以上）【R3：16府県で達成】

II 消費者による公正かつ持続可能な社会への参画

- ・ SDGsの視点に立ち、食品ロスの削減やサステナブルファッションに係る取組など、人や社会・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動に関する取組等を推進。
- ・ 事業者が消費者と共創・協働して、社会価値を向上させる経営を促進。

(1) 食品ロスの削減等

- ①食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進
- ②食育の推進

(2) 環境の保全に資する消費者と事業者との連携

- ①脱炭素社会づくりに向けた国民運動の推進
- ②循環型社会形成に向けた普及啓発の実施等
- ③生物多様性の保全と持続可能な利用の促進
- ④有機農産物を始めとする環境に配慮した食品への理解と関心の増進 等

(3) 持続可能な社会の形成に資する消費者と事業者との連携・協働

- ①エシカル消費の普及啓発
- ②消費者志向経営の推進 等

(4) 事業活動におけるコンプライアンス向上に向けての自主的な取組の推進

- ①公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進
- ②景品表示法の普及啓発
- ③公正競争規約の積極的な活用、円滑な運用のための支援

II 消費者による公正かつ持続可能な社会への参画

食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進

- ・ 食品ロス量は、年間570万トン（令和元年度推計）
- ・ 2030年度までに2000年度比で食品ロス量を半減（第四次循環型社会形成推進基本計画等）

○「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」（令和2年3月閣議決定）の下、関係省庁等が連携して国民運動として食品ロスの削減を推進。

- 商慣習の見直しの拡大（納品期限の緩和、賞味期限表示の大括り化における対象品目の拡大等）
- 国の災害用備蓄食品のフードバンクへの提供の他、食品ロス削減推進サポーターの育成、「めざせ！食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト等の普及・啓発を実施

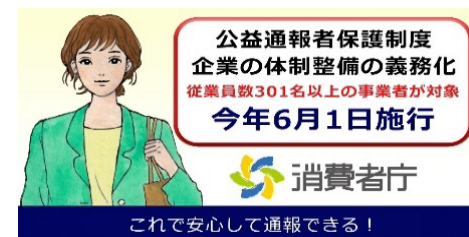


KPI 食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合（R1：76.5%→80%以上）【R3：78.3%】

公益通報者保護制度を活用したコンプライアンス確保の推進

- ・ 公益通報による企業不祥事の防止
- ・ 改正公益通報者保護法の施行：令和4年6月1日（内部公益通報対応体制整備の義務化（従業員300人超））

- 改正公益通報者保護法に基づく内部公益通報対応体制整備義務に関する指針・ガイドライン等の周知・啓発。
- 同義務違反に対する行政措置の実施。
- 努力義務対象者に対する体制整備の促進。
- 内部通報制度に係る認証制度の見直し。
- 施行状況を勘案し、公益通報者に対する不利益な取扱いの是正に関する措置の在り方等の検討を実施（施行後3年を目途）。



KPI 労働者の公益通報者保護法の認知度（大企業 H28：46%→R6：65%、中小企業 H28：43%→R6：55%）

KPI 内部通報窓口の設置率（市区町村 H30：54.8%→R6：75%、中小企業 H28：40.2%→R6：55%）

II 消費者による公正かつ持続可能な社会への参画

エシカル消費の普及啓発

- ・プラスチックごみ問題、食品ロス、ファッションロス、地球温暖化等
- ・消費者一人一人が、「今」の「自分」にとって必要な消費ではなく、「未来」や「地域・世界」を大切にする消費へ

- 人や社会・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動（いわゆるエシカル消費）を普及啓発。
- 持続可能性に配慮した商品が正に評価される社会の実現に向けた取組を推進。
- 食品中の放射性物質に関する消費者の正しい理解を推進、被災地産品の消費を促進。



KPI エシカル消費の認知度 (H28.12: 6%→R4: 30%)
【R2.2: 12.2%】

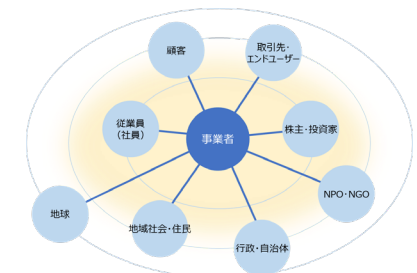
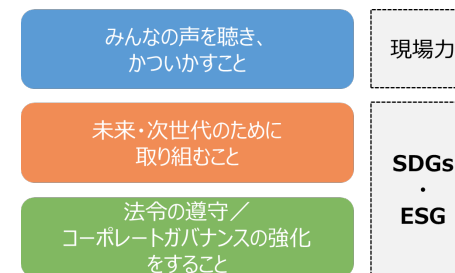
消費者志向経営の推進

- ・消費者志向経営（「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営）が基本認識となる社会の実現
- ・持続可能な社会に貢献



- 事業者団体、消費者団体及び消費者庁によって構成される消費者志向経営推進組織により、消費者志向経営の広範な普及に向けた活動を展開。
- 優良事例の表彰、連絡会の開催等を通じ、消費者・社会の理解促進と、事業者の取組の深化を図る。
- 消費者志向経営に取り組む事業者が多様なステークホルダーに評価され、資金調達の円滑化等にも繋げていくための取組・支援。

「消費者」と「共創・協働」して「社会価値」を向上させる経営



KPI 消費者志向自主宣言事業者数 (R1: 153事業者→R6: 倍増)
【R3: 303事業者 ※R4年3月末現在】

Ⅲ「新しい生活様式」の実践その他多様な課題への機動的・集中的な対応

- ・「新しい生活様式」の実践の中で、巣ごもり需要等を背景としたインターネット取引やテレワーク等の拡大を踏まえ、**デジタル技術を活用した消費者の主体的かつ合理的選択の機会の拡大と消費者利益の擁護・増進を両立**するための取組を進める。
- ・電子商取引の活発化に伴う**国境を越えた消費者トラブルに着実に対応**。
- ・新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止に努めるとともに、引き続き、**便乗した悪質商法等に係る注意喚起、不当表示への対応**。

（１）「新しい生活様式」の実践や災害時に係る消費者問題への対応

- ①デジタル・プラットフォームを介した取引等における消費者利益の保護
- ②「新しい生活様式」におけるデジタル化に対応した消費者教育・普及啓発の推進
- ③新型コロナウイルス感染症の拡大等の緊急時における対応の強化、関係省庁等の連携

（２）デジタル社会における消費者の主体的かつ合理的選択の機会の拡大と消費者利益の擁護・増進の両立

- | | |
|---------------------------------------|-------------------------------|
| ①デジタル・プラットフォームを介した取引等における消費者利益の保護（再掲） | ③キャッシュレス決済及び電子商取引における安全・安心の実現 |
| ②利用者向けデジタル活用支援 | ④オンラインゲームに係る消費者問題への対応 |

（３）消費生活の国際化の進展への対応

- | | |
|---------------------|------------------------------------|
| ①越境消費者トラブルへの対応の強化 | ③海外消費者関係法執行機関との連携 |
| ②訪日・在留外国人からの相談体制の強化 | ④消費者庁新未来創造戦略本部の機能を活用した国際共同研究等の推進 等 |

Ⅲ「新しい生活様式」の実践その他多様な課題への機動的・集中的な対応

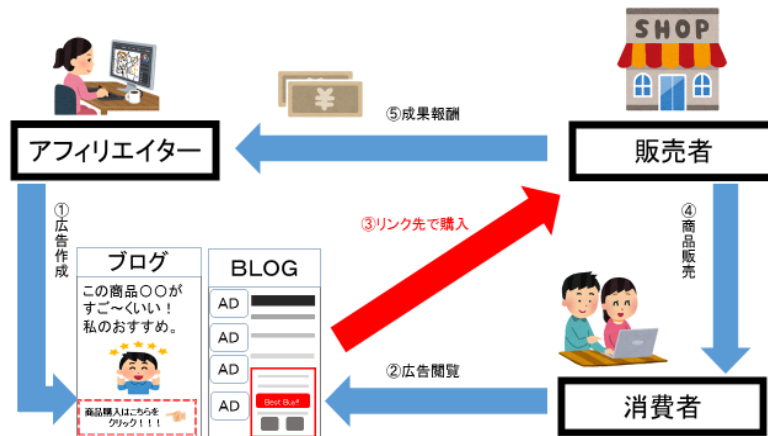
デジタル広告における不当表示への厳正な対応

- ・ アフィリエイト広告について問題の指摘
- ・ 景品表示法検討会（令和4年3月から開催）におけるステルスマーケティングの対応検討等

○「アフィリエイト広告等に関する検討会」報告書を踏まえた、広告主が講ずべき措置に関する新たな指針の策定等により、アフィリエイト広告における不当表示の未然防止・早期是正。

○景品表示法検討会（令和4年3月から開催）における、ステルスマーケティングの対応検討等。

アフィリエイト広告の仕組み



インターネット販売における食品に関する情報提供への対応、デジタルツールを活用した食品表示の実証

- ・ 食品表示は食品の容器包装等で義務付けインターネット販売におけるルールなし
- ・ ニーズが多様化する消費者にとって、表示事項が多い食品の義務表示は見づらい状況

○Codex (国際食品規格委員会)における国際的なルール作りの議論も踏まえつつ、インターネット販売における食品に関する情報提供についてガイドブックの作成・公表・普及啓発。

○令和3年度までのデジタルツールを活用した食品表示実証調査結果を踏まえ、関係省庁及び民間事業者と連携して食品表示情報のデータ利活用のための仕組みづくり等を検討。

実証用アプリケーション



Ⅲ「新しい生活様式」の実践その他多様な課題への機動的・集中的な対応

デジタル・プラットフォームを介した取引等における消費者利益の保護

- ・ デジタル・プラットフォーム上の消費者取引の拡大、新たなトラブルの出現
- ・ 取引DPF消費者保護法の施行：令和4年5月1日

○取引DPF消費者保護法の円滑な執行。

(取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律)

- 関係行政機関、取引DPF提供者団体、消費者団体等による官民協議会を組織し、取引DPF提供者の取組状況の共有等を行う
- 消費者からの申出制度の運用

○附帯決議事項等について、法の施行状況を注視しつつ適切に検討。

新法の内容

- (1) 取引DPF提供者の努力義務 (第3条)
- (2) 商品等の出品の停止 (第4条)
- (3) 販売業者に係る情報の開示請求権 (第5条)
- (4) 官民協議会 (第6条～第9条)・申出制度 (第10条)

KPI 取引DPF消費者保護法の認知度【R3:4.7%】

「新しい生活様式」におけるデジタル化に対応した消費者教育・普及啓発の推進

- ・ 「新しい生活様式」としてのインターネット通販、キャッシュレス決済等の利用拡大
- ・ デジタル取引の特性により、消費者がぜい弱な状態に陥る場面が増加

○「新しい生活様式」におけるデジタル化に対応するための知識を消費者に身につけてもらうため、消費者教育・普及啓発を促進。

- 消費者庁公式LINEアカウントを活用したプッシュ型情報発信
- 消費者教育ポータルサイト (令和3年度改修) を活用した消費者教育の担い手の連携促進

○デジタル化に対応した消費者教育の具体的推進方策について、消費者教育推進会議等にて検討。

LINEによる情報配信の例



消費者教育ポータルサイト



KPI SNS公式アカウントでのプッシュ型情報配信サービスの登録数【R3:123,745人】

III 「新しい生活様式」の実践その他多様な課題への機動的・集中的な対応

越境消費者トラブルへの対応力の強化

- ・ 海外ネットショッピングなど、海外の事業者との取引でトラブルが増加
- ・ 国内外の消費者保護のため、海外との連携・協力の強化が重要

○国民生活センター越境消費者センター（CCJ）において、提携先海外消費者機関の拡大、ウェブサイトやチャットボットを活用した情報発信等によりトラブルの未然防止に取り組む。

○OECD（経済協力開発機構）において「デジタル時代の消費者のぜい弱性」「オンライン上のダークパターン」等の国際共同研究プロジェクトに参画。

CCJホームページ（チャットボットによる助言）



新型コロナウイルス感染症の拡大等の緊急時における対応の強化

- ・ 新型コロナウイルス感染者数 約646万人（令和4年3月末現在）
- ・ 緊急事態宣言、まん延防止等重点措置
- ・ 新型コロナ関連消費生活相談 約11.8万件

○新型コロナウイルス感染症の感染拡大時に、

- ・ 消費生活相談体制の維持・強化
- ・ 不当表示への対応・注意喚起
- ・ 冷静な購買活動等の呼び掛け
- ・ 便乗悪質商法の注意喚起 等を実施。

○大規模災害の発生時等には、同様な取組を実施。

○引き続き、便乗した悪質商法等に係る注意喚起、不当表示への対応等。

○コロナ禍に増加した通販の詐欺的な定期購入商法や一方的な商品の送り付けに係る改正特定商取引法に基づく対策等。

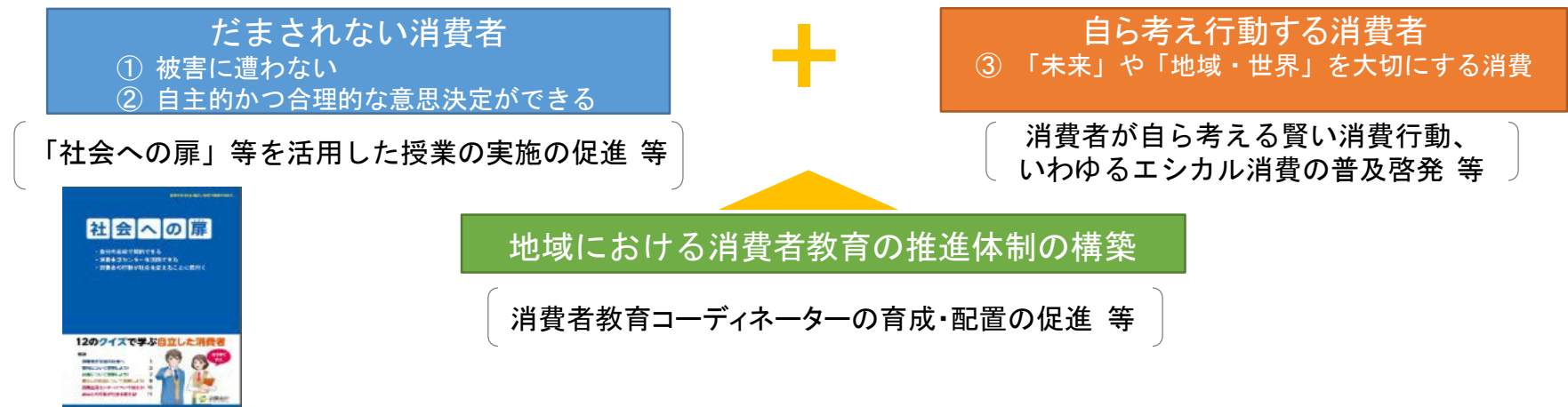


KPI ・ CCJ相談対応状況【R3：4,090件】（1月末時点）
・ CCJ提携先海外消費者機関数【R3：15機関26か国・地域】

KPI 新型コロナウイルス感染症関連の消費生活相談件数
【R3:24,973件】

Ⅳ 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

- ・ **令和4年4月から民法の成年年齢が18歳に引下げ**となったことも踏まえ、消費者トラブルから自分の身を守る「**だまされない消費者**」や持続可能な社会の実現に向けて「**自ら考え行動する消費者**」を育むための**消費者教育を総合的・体系的に推進**。
- ・ **ぜい弱な消費者の増加**や、感染症拡大時等緊急時の**一時的弱者の発生**等も踏まえ、**消費者政策に関する啓発活動を戦略的に推進**。



(1) 消費者教育の推進

- ① 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進
- ② 学校における消費者教育の推進
- ③ 地域における消費者教育の推進
- ④ 多様な主体(家庭、事業者・事業者団体)による消費者教育の推進 等

(2) 消費者政策に関する啓発活動の推進

- ① 消費者トラブル抑止のための戦略的な普及啓発

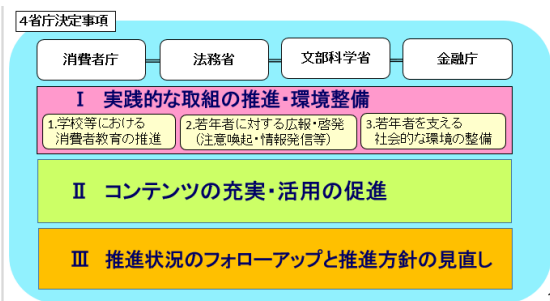
Ⅳ 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

成年年齢引下げ後の 若年者への消費者教育の推進

- ・ 令和4年4月1日、民法の成年年齢が18歳に引下げ
- ・ 小・中・高等学校等における消費者教育の推進
- ・ 「成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育推進方針
ー消費者教育の実践・定着プランー」※R4～6年度を対象
(令和4年3月31日若年者への消費者教育の推進に関する4省庁関係局長連絡会議決定)

○社会人も含めた若年者への切れ目のない消費者教育へと進展させ、成年年齢引下げ後の消費者教育の実践・定着に向けて関係4省庁が連携し、若年者への消費者教育に取り組む。

- 高等学校のみならず、大学や事業者における消費者教育の推進
- 若年者への注意喚起・情報発信
- 親世代を含めた若年者周辺の人への啓発



- KPI 「社会への扉」等を活用した
全国での実践的な消費者教育の実施【R2：86%】
- KPI 消費者教育コーディネーターの配置
(H31：26都道府県→全都道府県)【R3.4：40都道府県】

消費者政策に関する戦略的な普及啓発

- ・ より効果的な普及啓発が必要とされる場面
 - 緊急時における注意喚起
 - リスクの高い取引に対する注意喚起 など

○新型コロナウイルス感染症に便乗した詐欺・悪質商法に関する注意喚起等に加え、成年年齢引下げを踏まえた若年者向け情報発信・注意喚起を各種メディアを通じて実施。

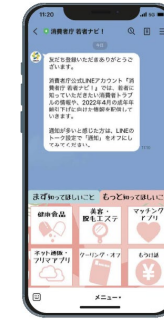
消費者トラブルに遭わないために。
知って安心の最新情報をお届け！

LINE公式アカウント

消費者庁 若者ナビ!

開設しました!

※連動したSNS広告を実施



人気アニメ「東京リベンジャーズ」と
タイアップした政府広報



※テレビCM、
Web動画、
交通広告、
インフルエンサーによる
拡散等

令和4年度
消費者月間
「考えよう!大人
になるとできる
こと、気を付け
ること
～18歳から
大人に～」



- KPI 消費者庁作成の普及啓発資料の認知状況 (R6：50%)
【R3：22.7%】

V 消費者行政を推進するための体制整備

- ・ **消費者政策の着実な推進**に向け、既存の基盤の効果的・効率的な活用等の観点から、**情報・人材・財政・法令等の行政基盤の整備**を推進。
- ・ **地方消費者行政の充実・強化**に向け、**地方消費者行政強化作戦2020を策定**し、相談体制の強化、質の向上等を推進。社会のデジタル化等に対応するため、**消費生活相談のデジタル化を推進**。
- ・ **令和2年7月に徳島県に設置した「消費者庁新未来創造戦略本部」の活用**を進め、**消費者政策に関する研究を推進**。

(1) 消費者の意見の反映と消費者政策の透明性の確保

- ①消費者団体等との連携及び支援等
- ②消費者政策の実施の状況の報告(消費者白書) 等

(2) 国等における体制整備

- ①消費者行政体制の更なる整備等
- ②国民生活センターによる消費生活センター等への相談支援機能強化
- ③消費者からの情報・相談の受付体制の充実 等

(3) 地方における体制整備

- ①地方消費者行政の充実・強化に向けた支援
- ②地域の見守りネットワークの構築
- ③都道府県における法執行強化
- ④消費者ホットラインの運用及び認知度の向上
- ⑤消費生活以外の相談窓口との連携促進
- ⑥消費生活相談情報の的確な収集と活用 等

V 消費者行政を推進するための体制整備

消費生活相談のデジタル化の推進

- ・全国消費生活情報ネットワーク・システム（通称：PIO-NET）に集約された相談情報を消費者行政に活用。
- ・社会のデジタル化等に対応すべく、消費生活相談のデジタル化を推進。

○相談者の利便性の向上、消費生活相談員の負担軽減等を図るため、次期のPIO-NETについて、民間企業で活用される業務システムを使った実証実験を踏まえ、詳細検討を実施。

○消費生活相談の業務見直し等を行い、地方公共団体がデジタル化を進める際のモデルを提示するなど、デジタル化を推進。

現状



消費者

- ・平日の昼間に電話する時間がない
- ・スマホで解決策を調べたい
- ・テレワークに対応できない
- ・相談情報の入力に時間がかかる



相談員

行政

- ・相談員の担い手がみつからない

検討の方向性

多様な相談者のニーズに対応
(メール相談、遠隔(ワイヤ)相談、FAQの充実など)

相談員の負担軽減、業務の高度化
(音声入力機能、テレワーク対応など)

AIなどによる相談データの分析強化・有効活用

→デジタルを活用し相談の質の向上、地域の課題解決

消費者庁新未来創造戦略本部の機能の発揮

- ・「消費者庁新未来創造戦略本部」を徳島県に発足（令和2年7月）、恒常的拠点として機能を拡充
- ・国際シンポジウムを開催（令和3年7月、10月、12月、令和4年3月）

○実証フィールドを活用したモデルプロジェクトや消費者政策に係る研究、国際業務等の機能をより一層充実。

○海外の消費者政策の動向や研究成果を長期的な消費者政策に生かせるよう、国際共同研究等を実施。

【進行中プロジェクト】

- ・「新型コロナウイルス感染拡大の影響による消費行動の変化等に関する研究」
- ・「デジタル社会における消費者法制の比較法研究」
- ・「高齢者の認知機能障害に応じた消費トラブルと対応策の検討に関する研究」
- ・「特殊詐欺等の消費者被害に関する心理・行動特性に関する研究」等



サステナブルファッションに関する日仏シンポジウム（令和4年3月開催）

KPI PIO-NETへの平均登録日数【R3：6.6日】

KPI モデルプロジェクトや調査研究、シンポジウム等の実施状況【R3：シンポジウム8回】