

第4期消費者基本計画工程表について

令和2年7月
消費者庁

第4期消費者基本計画(令和2～6年度) (令和2年3月31日閣議決定)

【第1章 消費者基本計画について】

【第2章 消費者政策をめぐる現状と課題】

1. ぜい弱な消費者の増加など消費者の多様化

- 高齢化の進行等
- 成年年齢の引下げ
- 世帯の単身化・地域コミュニティの衰退等
- 訪日外国人・在留外国人による消費増加

2. 社会情勢の変化

- デジタル化の進展・電子商取引の拡大
- 自然災害の激甚化・多発化、
新型コロナウイルス感染症の拡大
- 持続可能で多様性と包摂性のある社会への関心の高まり 等

【第3章 政策の基本方針】

1. 消費者政策において目指すべき社会の姿等

2. 今期計画における消費者政策の基本的方向

(1)消費者被害の防止

(2)消費者の自立と事業者の自主的取組の加速

(3)協働による豊かな社会の実現

(4)デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応

(5)災害・感染症拡大など緊急時対応

【第5章 重点的な施策の推進】

(1)消費者被害の防止

(2)消費者による公正かつ持続可能な社会への 参画等を通じた経済・社会構造の変革促進

(3)消費生活に関連する多様な課題への機動的・ 集中的な対応

(4)消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

(5)消費者行政を推進するための体制整備

【第4章 政策推進のための行政基盤の整備】

情報

人材

財政

法令等

第4期消費者基本計画 工程表 について

- ・ 第4期消費者基本計画（令和2年3月31日閣議決定）に基づき、関係府省庁等が講ずべき具体的施策についての取組予定を「工程表」として定め、消費者政策を検証可能な形で体系的・包括的に推進。
- ・ 153の施策を5本の柱に整理し、対象期間中（令和6年度まで）の取組予定及びKPI（重要業績評価指標）を明示。
- ・ 施策の進捗状況に応じ毎年度改定を行うほか、新型コロナウイルス感染症拡大等の緊急事態時には適時内容を見直し。

〈第4期消費者基本計画「第5章 重点的な施策の推進」に関する工程表の構成〉

I 消費者被害の防止	II 消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の変革の促進	III 消費生活に関連する多様な課題への機動的・集中的な対応	IV 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施	V 消費者行政を推進するための体制整備
(1)消費者の安全の確保 (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 (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 (4)消費者の苦情処理、紛争解決のための枠組みの整備	(1)食品ロスの削減等に資する消費者と事業者との連携・協働 (2)環境の保全に資する消費者と事業者との連携・協働 (3)その他の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 (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)デジタル・プラットフォームその他デジタルサービスの利用と消費者利益の保護・増進の両立 (2)消費生活の国際化の進展への対応 (3)新型コロナウイルス感染症拡大・災害など緊急時対応	(1)消費者教育の推進 (2)消費者政策に関する啓発活動の推進	(1)消費者の意見の反映と消費者政策の透明性の確保 (2)国等における体制整備 (3)地方における体制整備

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。
- ・ 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、厳格な法執行や必要な制度見直しを推進。
- ・ 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行い、理解促進を図る。

(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、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青少年が安全にインターネットを利用できる環境の整備
- ⑥「多重債務問題改善プログラム」の実施 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

消費者被害の防止

事故情報の収集、公表及び注意喚起等 (事故情報データベース)

- ・ 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。
- ・ 事故情報データベース等により公表。
(登録 約26万件 (平成21年度以降))

- ・ 事故情報の集約・公表を的確に実施。
- ・ 入力データの質の向上等への取組。



事故情報データベース トップページ

令和元年9月6日 消費者庁から注意喚起 →



KPI 消費者安全法に基づく消費者事故等の通知件数 (2,632件)
事故情報データベースへの登録件数 (2.8万件)
生命身体被害に関する注意喚起件数 (18件) () 内はR元年度

食品表示制度の適切な運用等

- ・ 新たな食品表示制度が完全施行 (令和2年度～)
- ・ 原料原産地表示及び遺伝子組換え表示が今後完全施行 (それぞれ令和4年度及び5年度～)。

- ・ 食品表示制度の適切な運用を実施。
 - アレルギー表示 (実態調査を踏まえた表示対象品目の見直し検討等)
 - 保健機能食品及び特別用途食品制度等 (許可・届出等の円滑な処理等)
- ・ 新しい制度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。



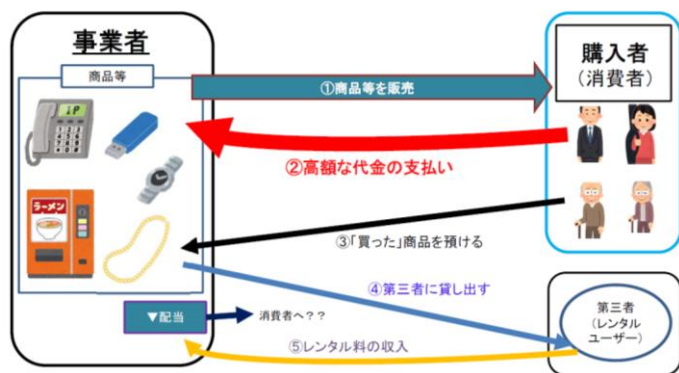
KPI 食品表示制度に関する消費者の理解度

I 消費者被害の防止

悪質商法等に対する法執行の強化

- ・ 悪質商法等による消費者被害の防止
（消費生活相談件数：99.2万件（平成30年度））
- ・ 消費者のぜい弱性を狙った悪質商法に対する
法執行の強化・迅速化

- ・ 特定商取引法・預託法に基づく厳正かつ適切な執行。
- ・ 有識者による「特定商取引法及び預託法の制度の在り方に関する検討委員会」にて、消費者の脆弱性につけ込む悪質商法（販売預託商法等）に対する法執行の強化・迅速化のための仕組みなどについて令和2年度夏までに一定の結論を得、具体的な制度設計を実施。



いわゆる「販売預託商法」と称されるものの手口の例

KPI 特定商取引法・預託法による行政処分件数（R2.3：89件）

地域の見守りネットワークの構築

- ・ 認知症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

- ・ 既存の福祉のネットワーク等に、消費生活センターや消費者団体等の関係者を追加することで、より充実した高齢者等の安全・安心のための見守りサービスの提供を可能に。
- ・ 「地方消費者行政強化作戦2020」に基づき、消費者安全確保地域協議会の設置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。



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（R2.3：7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。
- ・ 消費者と事業者との連携・協働を促進。

(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612万トン（2017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。
- ・ 地方公共団体における食品ロス削減推進計画の策定に向けた支援を実施。

外食時の食べきりの促進



自己責任で持ち帰ることができることを明示した店舗ステッカー

3010運動

注文の際、
適量を注文しましょう。

乾杯後30分は、
席を立たず、料理を楽しみましょう。

お開き前10分は、
自分の席に戻って、再度、料理を楽しみましょう。

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)

公益通報者保護制度等による 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
(公益通報者保護法 平成18年施行、令和2年改正)
- ・ 公益通報者保護制度の実効性向上
(事業者の認証制度 平成31年運用開始)

- ・ 改正公益通報者保護法（令和2年6月12日公布）を受け、内部通報体制整備義務に関する指針の策定及び周知（令和4年6月までに施行予定）。
- ・ 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）。

【公益通報者保護法の一部を改正する法律】

- ・ 事業者(※)に対する通報体制整備の義務付け
(※中小企業は努力義務)
- ・ 公益通報対応業務従事者等に対する守秘義務の新設
- ・ 保護対象となる通報者や通報対象事実の範囲の拡大 等



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、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当に評価される社会の実現に向けた取組を推進。

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）の具体例

配慮の対象	具体例
未来・長期	・エコ商品 ・リサイクル製品 ・マイバッグ
地域・世界	・フェアトレード商品 ・寄付付きの商品 ・地産品 ・被災地産品
包摂型社会	・ユニバーサルデザイン ・ダイバーシティ(障害者支援等)

KPI エシカル消費の認知度（H28.12：6%→R4：30%）

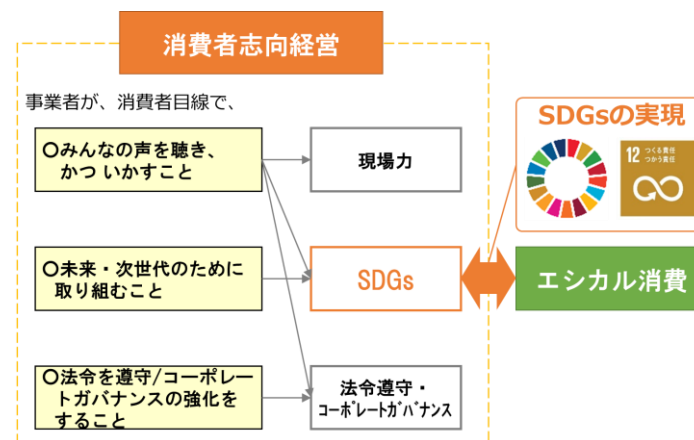
KPI 国際的な水産エコラベルの生産段階認証の認証数
（R2.3：38件→R4：150件）

消費者志向経営の推進

- ・消費者志向経営（サステナブル経営）が基本認識となる社会の実現へ（平成28年度～）
- ・消費者志向自主宣言・フォローアップ活動



- ・優良事例の表彰を始めとした推進活動を進め、事業者が消費者の視点に立ち、消費者志向経営に取り組むよう推進。
- ・消費者志向経営についての客観的評価軸等を整理し（令和2年中）、新しい評価軸を用いた表彰を実施（令和2年度～）。



KPI 消費者志向自主宣言事業者数
（R1：153事業者→R6：倍増）

Ⅲ 消費生活に関連する多様な課題への機動的・集中的な対応

- ・デジタル化の進展に伴い活発化しているデジタル・プラットフォームを介した取引等について、従来の商取引とは異なる特徴を有していることを踏まえ、消費者トラブルの防止を徹底する観点から、政策面・制度面からの対応を推進。
- ・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。
- ・大規模災害の発生や感染症の拡大等の状況下において、誤った風説による合理的でない消費行動や心理的に不安定な状態となっている消費者につけ込む悪質商法が発生していることを踏まえ、こうした従前には見られなかったリスクに迅速に対応できるよう必要な施策を推進。

（１）デジタル・プラットフォームその他デジタルサービスの利用と消費者利益の保護・増進の両立

- ① デジタル・プラットフォームを介した取引における消費者利益の確保
- ② 「データ駆動社会」におけるデータの適切な管理と効果的な活用
- ③ デジタル技術の消費生活への導入における消費者への配慮等

（２）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
- ② 訪日・在留外国人からの相談体制の強化
- ③ 海外消費者関係法執行機関との連携
- 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

（３）新型コロナウイルス感染症拡大・災害など緊急時対応

- ① 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

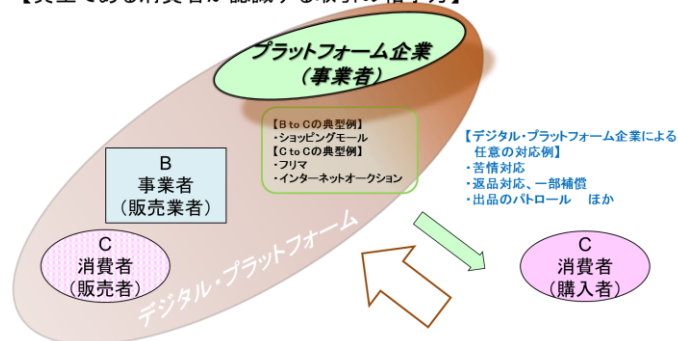
Ⅲ 消費生活に関連する多様な課題への機動的・集中的な対応

デジタル・プラットフォームを介した取引における消費者利益の確保

- ・ デジタル・プラットフォーム上の消費者取引の拡大
- ・ 取引に不慣れな個人が売主になった場合等の新たなトラブルが出現

- ・ 「デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者環境整備等に関する検討会」を開催して議論を行い、令和2年夏頃を目途に一定の取りまとめ。
- ・ その上で、不適切な取引の防止やより安全な取引の促進など消費者利益を確保する観点から、イノベーションを阻害しないよう留意しつつ、令和2年内に新たな法的枠組みに関する検討を行う。

【買主である消費者が認識する取引の相手方】



買主の消費者は、デジタル・プラットフォーム企業の看板や対応を信用して取引に入っているのではない。

KPI 「デジタル・プラットフォーム企業が介在する消費者取引における環境整備等に関する検討会」での議論を踏まえ検討

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、海外の消費者相談機関との連携・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やチャットボット機能の相談処理能力の向上のため、AIを活用した相談情報の分析などに取り組む。



CCJホームページ（チャットボットによる相談受付）

KPI ・ CCJ相談対応状況（平成30年度：6,257件）
・ CCJ提携先海外消費者機関数
（令和元年度末：15機関26か国・地域）

Ⅲ 消費生活に関連する多様な課題への機動的・集中的な対応

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 16,621人（5月27日時点）
- ・ 緊急事態宣言（4月7日～5月25日）

○令和元年12月以降、感染が国内外で拡大することに伴い、

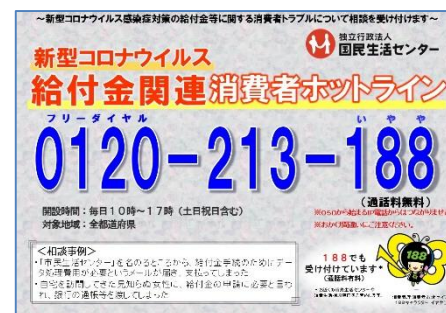
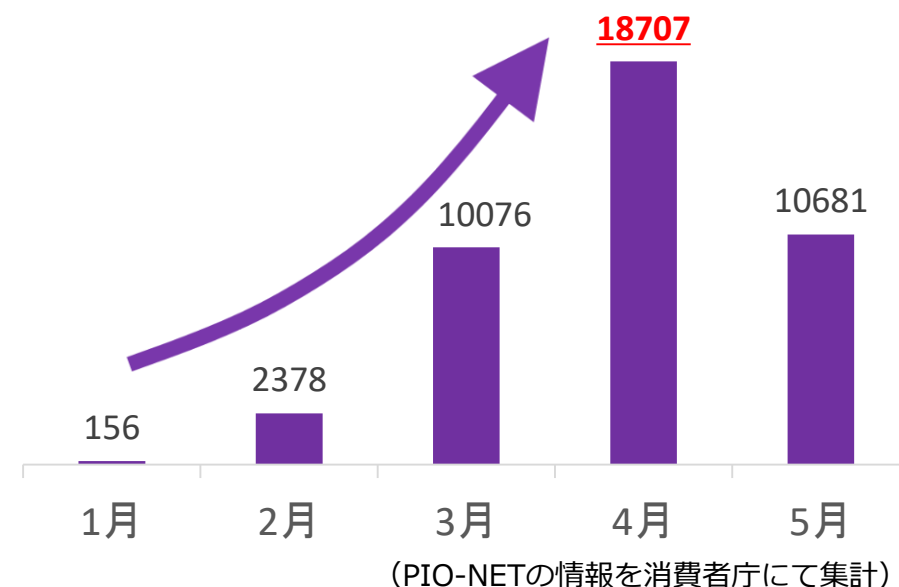
- ・ マスク等の需要が急増する中での高額転売
- ・ 個人等がSNSにより誤った風説を流すことに伴う、一部の生活関連物資等の一時的な品薄
- ・ 心理的に不安定な状態となっている消費者につけ込む悪質商法等が発生

○消費生活相談の体制強化

○国民生活安定緊急措置法に基づき
マスク、アルコール消毒製品の転売を禁止

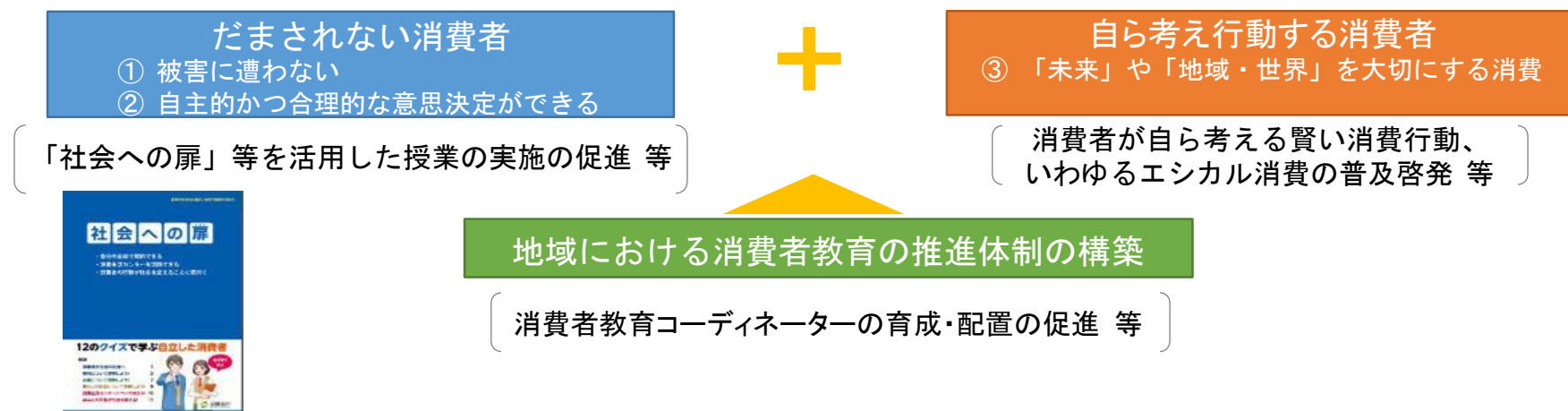
○正確な情報発信、悪質商法への厳正な対応、
不確かな情報の発信・拡散の抑制 等

■ 新型コロナ関連の消費生活相談受付件数の月別推移



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**となることも踏まえ、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

成年年齢引下げを見据えた消費者教育の推進

- ・ 令和4年4月1日、民法の成年年齢が18歳に引下げ。
- ・ 「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」（平成30年2月 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（平成30年7月改定））

- ・ アクションプログラムに基づき、平成30年度から令和2年度までの3年間を集中強化期間として、全国の高校等で消費者教育教材「社会への扉」等を活用した実践的な消費者教育を推進。
- ・ 引き続き、高校等での実践的な消費者教育の実施を推進。
- ・ また、実務経験者の効果的な活用のため、消費者教育コーディネーターの配置を促進することなどを目指す。



「社会への扉」パワーポイント版

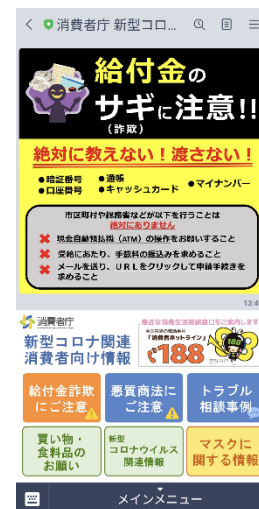
- KPI 「社会への扉」等を活用した全国での実践的な消費者教育の実施
- KPI 消費者教育コーディネーターの配置（26都道府県→全都道府県）

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、不確かな情報の発信・拡散の抑制に関する注意喚起等を各種メディアを通じて実施。

消費者庁LINE公式アカウント



政府広報TVCM



消費者庁Twitter



- KPI 消費者庁作成の普及啓発資料の認知状況

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。
- ・令和2年7月を目途に徳島県に設置する「消費者庁新未来創造戦略本部」の活用を始め、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

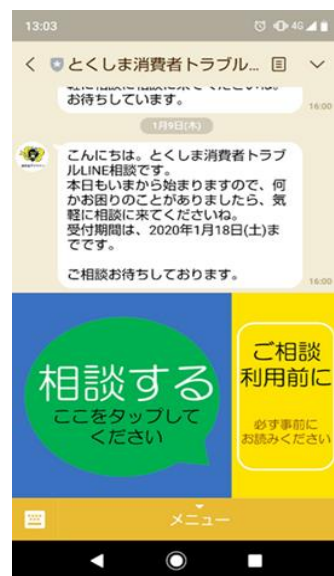
- ①地方消費者行政の充実・強化に向けた支援
- ②地域の見守りネットワークの構築
- ③都道府県における法執行強化
- ④消費者ホットラインの運用及び認知度の向上
- ⑤消費生活以外の相談窓口との連携促進
- ⑥消費生活相談情報の的確な収集と活用 等

V 消費者行政を推進するための体制整備

消費生活相談情報の的確な収集と活用

- ・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。
- ・経済のデジタル化に対応すべく、ICTの消費者行政の現場への導入促進が課題。

- ・国民生活センターにおいて、PIO-NETの刷新を実施するとともに、AI技術等を活用したチャットボットによる情報提供や相談業務の効率化等のための実証実験を実施。
- ・地方公共団体におけるSNSを活用した消費生活相談の実証実験を実施。



SNSを活用した
消費生活相談の実証実験

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」を徳島県に発足させ（令和2年7月を目途）、恒常的拠点として機能を拡充。

- ・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いかせるよう、国際共同研究等を実施。



G20消費者政策国際会合（令和元年、於：徳島県）

KPI PIO-NETへの平均登録日数（平成30年度：6.6日）

KPI ①モデルプロジェクトや調査研究等の実施状況
②国際共同研究等の成果報告会の開催回数(年1回以上)