

第4期消費者基本計画の概要

令和2年3月
消費者庁

消費者基本計画の枠組み

- ・消費者基本計画は、消費者基本法第9条に基づき、消費者政策の計画的な推進を図るために定められる消費者政策の推進に関する基本的な計画（5か年計画）
- ・消費者基本計画には、長期的に講ずべき消費者政策の大綱等について定めることとされている
- ・過去3回策定されており、今年度中に、2020年度～2024年度の5か年を計画期間とする第4期消費者基本計画を策定
（第1期：2005年度～2009年度、第2期：2010年度～2014年度、第3期：2015年度～2019年度）

〈基本計画策定に係る手続フロー〉

〈第4期基本計画の策定スケジュール案〉

基本計画素案の作成

パブリックコメントの実施（2019.12.25～2020.1.23）

消費者委員会での意見聴取（2020.3.27）

消費者政策会議で
基本計画の案を決定

会長：内閣総理大臣

委員：内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全担当）等

----- 2020年3月31日

閣議決定

----- 2020年3月31日

各施策の実施

----- 2020年度～2024年度（5か年）

第2章 消費者政策をめぐる現状と課題

- ・近年、単身の高齢者・若年者の増加、外国人の増加など、**ぜい弱な消費者の多様化が進行**
- ・また、**デジタル化の進展**・電子商取引の拡大、自然災害の激甚化・多発化や新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う、一時的な消費者のぜい弱化等により、**新たな消費者トラブルが発生**
- ・他方で、国連サミットにおけるSDGsの採択等を受け、**持続可能で多様性と包摂性のある社会への関心が高まっている**状況
- ・こうした状況を踏まえ、①**消費者トラブルの防止に向けた重層的かつきめ細かな対策**、②**電子商取引に係る政策面・制度面からの対応**、③**持続可能な社会の実現に向けた消費者と事業者との「協働」、を進めることが必要**

< 現状認識 > 1. ぜい弱な消費者の増加

ど消費者の多様化

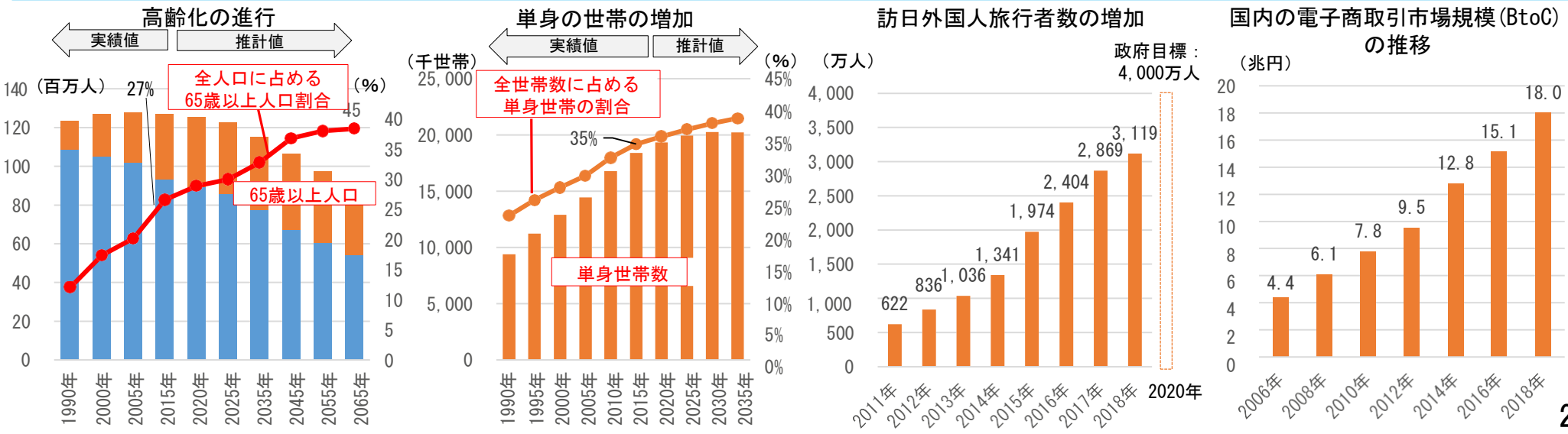
- 高齢化の進行等
- 成年年齢の引下げ
- 世帯の単身化・地域コミュニティの衰退等
- 訪日外国人・在留外国人による消費増加

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

< 課題分析 >

- ぜい弱な消費者の増加や一時的弱者の発生を踏まえ、重層的かつきめ細かな対策を講じる必要
- デジタル化の進展による電子商取引の拡大を踏まえ、政策面・制度面からの対応が必要
- 持続可能な社会の実現に向け、消費者と事業者との「協働」を促す必要



第3章 政策の基本方針

・消費者政策が中長期的に目指すべき消費者が主役となる社会の姿等は、以下のとおり

- ①消費者の安全・安心の確保
- ②誰一人取り残さない社会的包摂の実現
- ③未来の創造等に向けた消費生活の実現
- ④多様な主体の連携による重層的な体制の整備

・消費者が主役となる社会の実現に向け、今期計画では、①厳格な法執行等による消費者被害の防止に係る取組に加え、②消費者の自立と事業者の自主的取組の加速、③持続可能な社会の実現に向けた消費者と事業者との協働の促進、④デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応の推進、⑤災害・感染症拡大など緊急時対応に取り組む

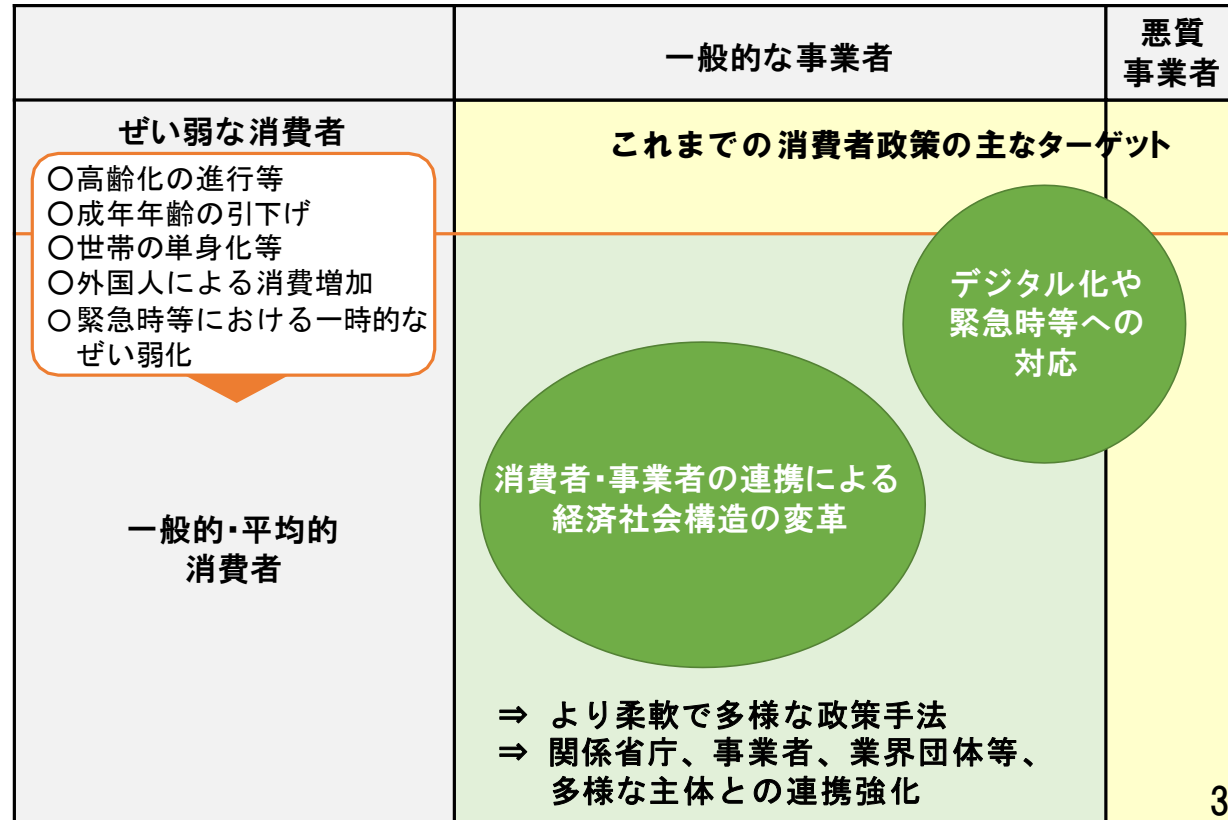
1. 消費者政策において目指すべき社会の姿等

- (1) 消費者の安全・安心の確保
- (2) 誰一人取り残さない社会的包摂の実現
- (3) 未来の創造等に向けた消費生活の実現
- (4) 多様な主体の連携による重層的な体制の整備

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

消費者政策の範囲の広がり



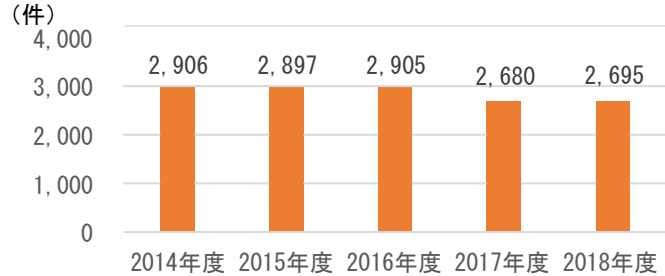
第3章 政策の基本方針 2. (1) 消費者被害の防止

- ・ **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、注意喚起や、生命身体事故等の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**する
- ・ 近年の**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・電子商取引の拡大**等に伴う新たな消費者トラブルの発生等を踏まえ、**適正な取引の実現**のため、**厳格な法執行**や、**必要な制度見直し**を進める
- ・ 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**や**原料原産地表示制度**等の普及啓発・厳格な執行を図る

〈消費者事故等からの安全・安心の確保〉

事故情報の一元的な集約・分析

消費者安全法に基づき消費者庁に通知された生命身体事故等の件数



未然防止

事故防止意識の定着等のための注意喚起 等

拡大防止

消費者安全法に基づく事業者名を公表した注意喚起 等

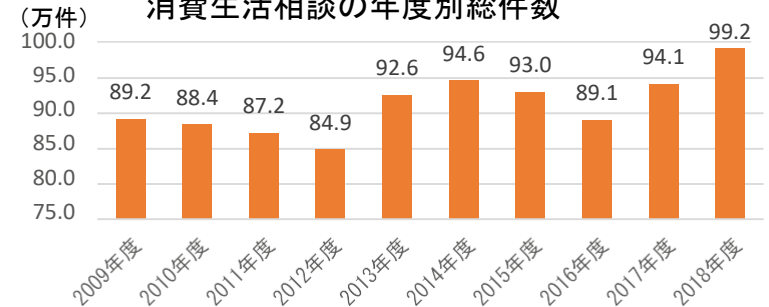
再発防止

消費者安全調査委員会による的確・迅速な調査の実施 等

〈適正な取引の実現〉

消費者トラブルに係る情報等の分析

消費生活相談の年度別総件数



厳格な法執行

特定商取引法等：悪質事案に対する法執行体制強化・執行の迅速化 等

必要な制度見直し

取引の多様化・複雑化に適切に対応するための制度整備 等

- ・ 特定商取引法等：悪質ないわゆる「販売預託商法」への対応
- ・ 消費者契約法：いわゆるつけ込み型勧誘取消権等を検討
- ・ 電子商取引について、政策面・制度面からの対応を検討

〈表示の適切さの確保〉

景品表示制度

- ・ 厳格な法執行
- ・ 普及啓発
- ・ 事業者、事業者団体の法令遵守の取組を支援促進 等

食品表示制度

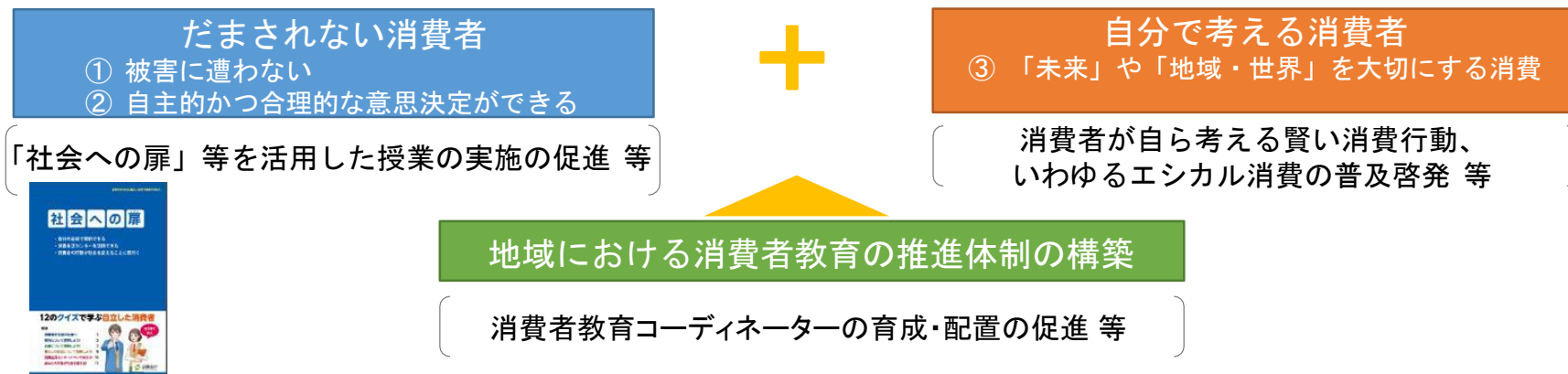
- ・ 新たな食品表示制度、原料原産地表示制度、遺伝子組換え食品表示制度等の普及啓発
- ・ 重層的かつ緊密な連携体制による食品表示の監視 等

第3章 政策の基本方針 2. (2) 消費者の自立と事業者の自主的取組の加速

〈消費者の自立〉

- ・ 民法上の成年年齢が20歳から18歳に引き下げられること等を踏まえ、若年者等に対する消費者教育を充実する
- ・ 消費者教育を通じ、地域の活性化や雇用等も含む、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の普及啓発を図る
- ・ 消費者教育コーディネーターの配置促進など、地域における消費者教育の推進体制の構築を促す

施策例：消費者教育の推進



〈事業者の自主的取組の加速〉

- ・ 事業者が、消費者目線で、消費者の声を聴きかついかすこと、未来・次世代のために取り組むこと、法令遵守・コーポレートガバナンスを強化することに取り組む「消費者志向経営」の普及を推進する
- ・ 公益通報者保護制度の実効性向上を図る観点から、公益通報者保護法の一部を改正する法律案が成立した場合にあっては、円滑な施行に向けて通報体制整備に関する指針の策定等に取り組む

施策例：消費者志向経営の普及推進

- 消費者志向経営とは、事業者が、消費者目線で、
 - ① みんなの声を聴きかついかすこと
 - ② 未来・次世代のために取り組むこと
 - ③ 法令遵守・コーポレートガバナンスを強化すること
- 「消費者志向自主宣言」をしている
事業者数は、124社（2019年12月末時点）



施策例：公益通報者保護制度の実効性向上

〈公益通報者保護法の一部を改正する法律案の趣旨〉

- ① 事業者自ら不正を把握し、是正しやすく
⇒ 事業者に対する通報体制整備の義務付け等
- ② 行政機関等への通報を行いやすく
⇒ 行政機関等への通報に係る保護要件の緩和等
- ③ 通報者がより保護されやすく
⇒ 保護対象となる通報者及び通報対象事実の範囲の拡大等

第3章 政策の基本方針 2. (3) 協働による豊かな社会の実現

- ・ 持続可能な社会の実現に向けた社会的課題を解決するためには、商品やサービスを提供する事業者の取組を促すと同時に、商品やサービスを選択する消費者の適切な行動を促すことが不可欠
- ・ **消費者と事業者との連携・協働を促進**することにより、**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、いわゆるエシカル消費の普及啓発**等に関する取組を推進する

施策例：食品ロスの削減の推進

- ・ 食品ロス量は、年間643万トン（2016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）

- ・ 2019年10月に施行された「食品ロスの削減の推進に関する法律」に基づき策定する基本方針の下、関係省庁等が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進

消費者

- ・ 食品ロス問題を認知して削減に取り組む 等

事業者

- ・ 商慣習見直し等の取組を推進 等

行政

- ・ 先進的取組・優良事例の収集・提供、表彰の実施、実態や効果的な削減方法等に関する調査・研究の実施 等



施策例：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普及啓発

- ・ 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とは、地域の活性化や雇用等も含む、人や社会・環境に配慮した消費行動

あなたの消費が、「未来」や「地域・世界」を変える

- ・ プラスチックごみ問題、食品ロス、地球温暖化など、社会的課題は多い
- ・ 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

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 ・地産品 ・寄付付きの商品 ・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)

第3章 政策の基本方針 2. (4) デジタル化・国際化に伴う新しい課題への対応

- ・ デジタル化の進展に伴い近年活発化している電子商取引については、非対面取引であることやデジタル・プラットフォームを介した商取引であることなど、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も着実に対応

施策例：デジタル・プラットフォーム事業者が介在する消費者取引における環境整備等に向けた検討

〈デジタル・プラットフォーム事業者が介在する消費者取引のイメージ〉

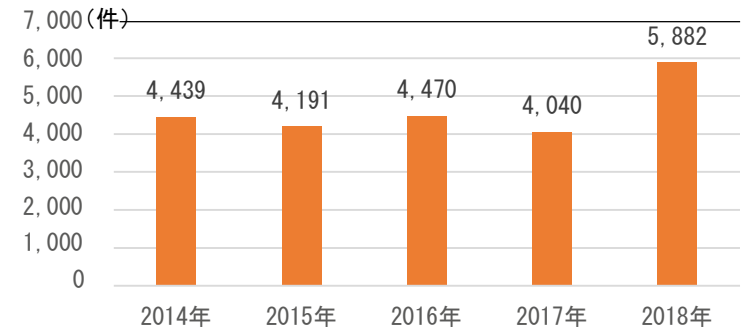


- ・ 消費者は、デジタル・プラットフォーム事業者の看板や対応を信用して取引しているのではないか
- ・ 一方で、商品が届かない等のトラブル発生時における当該事業者の対応内容は様々

- ・ デジタル・プラットフォーム事業者について、取引の場の提供者としての役割や消費者に対する情報提供の在り方を検討
- ・ プラットフォームの台頭その他のデジタル化が消費生活にもたらす変化に消費者はどう向き合えばよいかを検討 ※2020年夏頃を目途に結論
- ・ 消費生活相談におけるICTの導入について検討

施策例：国境を越えた消費者トラブルへの対応

〈CCJ(国民生活センター越境消費者センター)が受け付けた相談件数〉



- ・ 2018年にCCJが受け付けた相談件数のうち、97.4%は電子商取引に係るものであり、電子商取引の拡大に伴い、国境を越えた消費者トラブルは更に増加することが懸念

- ・ CCJ（国民生活センター越境消費者センター）について、海外機関との更なる連携強化・拡大を図る
- ・ G20消費者政策国際会合（2019.9）の成果をいかして国際的な連携の在り方の検討を進める

第3章 政策の基本方針 2. (5) 災害・感染症拡大など緊急時対応

- ・ **大規模災害の発生や感染症の拡大等の状況下**において、個人等によるSNSでの誤った風説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等により、**合理的でない消費行動や新たな消費者被害**が発生
- ・ 大規模災害の発生時や感染症の拡大時の消費者が感じる不安が増大する**緊急時における消費者の心理傾向や、情報化社会の特性も踏まえ**、こうした従前には見られなかったリスク・課題に柔軟かつ迅速に対応できるよう、**必要な施策を推進**

取組例：令和元年台風第19号の発生時における対応

- 2019年10月に発生し、家屋等に甚大な被害が発生
- こうした中、
 - ・ 災害義援金の募集をかたった悪質商法
 - ・ 被害を受けた家屋等の点検や修理に係る悪質商法等が発生

○消費者被害の防止の徹底等を推進するため、関係省庁や関連団体と連携し、災害に便乗した悪質商法に係る消費者への普及啓発等を実施

〈災害に便乗した悪質商法に係る消費者への注意喚起〉

取組例：新型コロナウイルス感染症の拡大時における対応

- 2019年12月以降、感染が国内外で拡大することに伴い、
 - ・ マスクの需要が急増中での高額転売
 - ・ 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

○国民生活安定緊急措置法に基づきマスクの転売を禁止（2020.3.15施行）

- 消費者被害の防止の徹底や消費者の冷静な対応等を推進するため、
 - ・ 正確な情報発信や不確かな情報の発信・拡散の抑制等に向けた消費者への普及啓発
 - ・ 事業者への改善要請など悪質商法への厳正な対応を実施

新型コロナウイルスに対する予防効果を標ぼうする商品に対し、景品表示法及び健康増進法の観点から事業者等に改善要請等を実施（2020.3.10）

第4章 政策推進のための行政基盤の整備

- ・ 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
- ・ 特に、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
- ・ また、2020年度から徳島県に設置する「消費者庁新未来創造戦略本部」の活用を始めとして、新たな消費者政策に関する研究を推進

人材

〈消費生活相談体制の強化〉

- ・ 消費生活相談員の適切な人材確保や、消費生活相談員への研修の推進
- ・ 社会的包摂の実現に向けた障害者からの消費生活相談体制の強化

〈見守りネットワークの整備〉

- ・ 福祉のネットワーク等を活用した見守りネットワークの設置促進
- ・ 民生委員や宅配業者等を消費生活協力員や協力団体として活用促進



〈消費者教育の体制整備〉

- ・ 消費者教育コーディネーターの育成・配置の促進

財政

〈財政支援〉

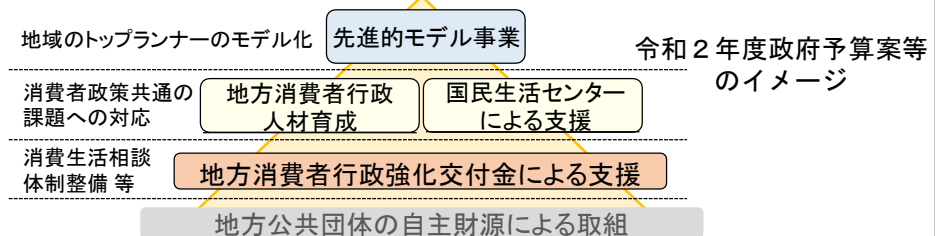
- ・ 地方消費者行政強化交付金等による財政支援を実施

〈地方での自主財源確保への働きかけ〉

- ・ 地方公共団体の首長等への働きかけを実施

〈先進的な取組を全国的に展開〉

- ・ 「地方モデル事業」により先進的なモデルとなる取組を支援し、優良事例として、全国的に横展開を図る



情報

〈PIO-NETの刷新〉

- ・ 消費生活相談情報のデータ精度の向上や相談業務・分析業務の効率化等を目的にPIO-NETを刷新（AI等を活用）

〈事故情報等の一元化〉

- ・ 消費者事故等に関する情報を一元的に集約し、管理するデータベースの入力項目の検討等

〈消費生活相談におけるICTの導入〉

- ・ 電話相談が困難な人向けのSNSでの相談受付や、チャットボットの活用を推進

法令等

〈法令と自主規制とのベストミックス〉

- ・ 行政による法令（行政規制、民事ルール）と、事業者等が形成する自主規制とを適切に組み合わせてルール整備を進める
- ・ 事業者等が、所管省庁の協力を得ること等により、自主規制を形成する際に、各々の自主規制に消費者行政の視点を反映する取組を推進

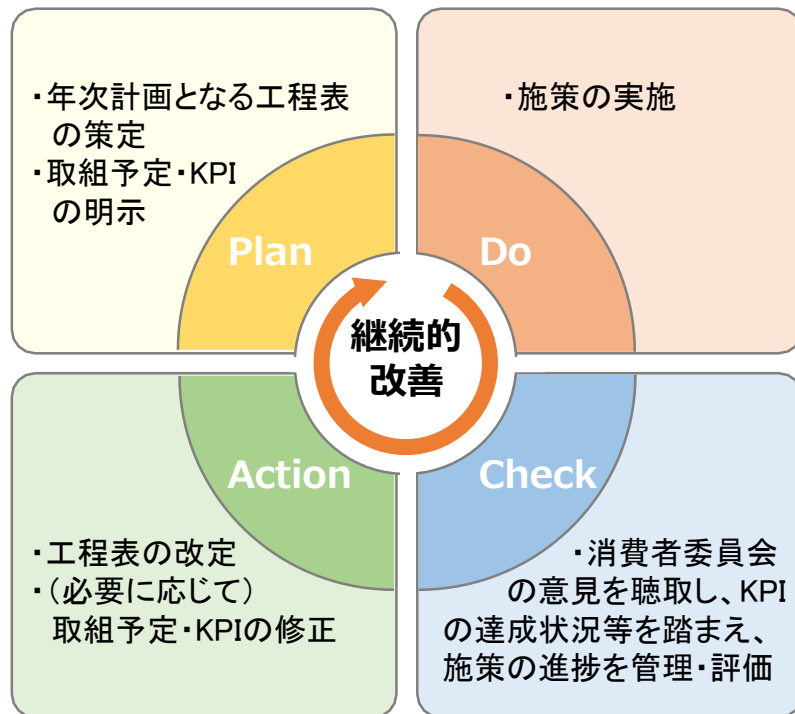
〈新たな消費者政策に関する研究の推進〉

- ・ 2020年度から徳島に「消費者庁新未来創造戦略本部」を設置し、行動経済学の活用など新たな消費者政策に関する研究を推進

第5章 重点的な施策の推進

- ・政策の基本方針に沿って、消費者が主役となる社会の実現のための施策を重点的に推進
- ・**具体的な施策については、年次計画となる工程表を定め、消費者政策を検証可能な形で体系的・包括的に推進**
- ・**工程表**においては、今期消費者基本計画の対象期間中の**取組予定**及び**KPI**（重要業績評価指標：Key Performance Indicator）を**明示**し、国民の意見を反映させるための取組を進めるとともに、消費者委員会の意見を聴取した上で**毎年度改定**

工程表の策定・改定による施策の継続的改善 (PDCAサイクル) のイメージ



(1) 消費者被害の防止

- ・消費者の安全の確保
- ・取引及び表示の適正化等
- ・ぜい弱性等を抱える消費者の支援
- ・消費者の苦情処理等のための枠組み整備

(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

- ・食品ロス削減等
- ・環境の保全
- ・その他の持続可能な社会形成に資する取組
- ・事業活動におけるコンプライアンス向上

(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

- ・デジタル・プラットフォーム等の利用と消費者利益の保護・増進の両立
- ・国際化の進展への対応
- ・新型コロナウイルス感染症拡大・災害など緊急時対応

(4) 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

- ・消費者教育の推進
- ・消費者政策の啓発活動の推進

(5) 消費者行政を推進するための体制整備

- ・消費者の意見反映・消費者政策の透明性確保
- ・国等における体制整備
- ・地方における体制整備