

I 計画の位置づけ

背景

- ・新型コロナやDX等、社会情勢の変化への即応やSDGsの達成に向けた消費者政策が不可欠
- ・消費者庁新未来創造戦略本部との連携のもと、徳島を「実証フィールド」に、現場主義に立った新次元の消費者行政・消費者教育の展開が必要

対策

- ・消費者基本計画(H29～R3)
- ・消費者教育推進計画(H30～R4)

一元化

両計画の一元化により、
「全世代にわたる消費者教育」を含む
一連の政策を、戦略的に展開！

II 基本理念

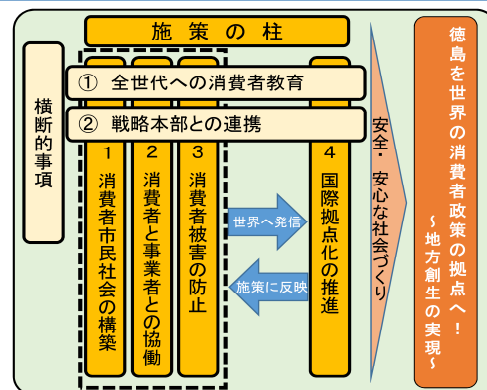
「デジタル社会」や「SDGsの達成」、「アフターコロナ」を見据え、安全・安心な社会づくりの推進のため、
・「全世代への消費者教育」、
・「エシカル消費」や「消費者志向経営」の実践など、
「新次元の消費者行政・消費者教育」を一体的かつ計画的に推進する「新たな羅針盤」として策定

III 計画の体系

- ・消費者・事業者等の取組ごとに4つの「**施策の柱**」を設定
- ・「**横割り**」の視点を取り入れ、共通的留意事項(手法)として2つの「**横断的事項**」を設定

計画期間

令和4年度～令和8年度(5年間)



IV 主なKPI

- ① **エシカル消費の実践意欲度**
 <実績> R2:53.6% → <目標> R8:80% 1.5倍へ
- ・ **消費者志向自主宣言事業者数**
 <実績> R2:36事業者 → <目標> R8:80事業者 2倍へ
- ② **LINEを活用した消費生活相談の友だち登録数**
 <実績> 新規 → <目標> R8:600人
- ③ **国際会議等の参加者数(オンライン試聴回数含む)**
 <実績> 新規 → <目標> R4以降 毎年300人以上

V 主な消費者施策

横断的事項

(1) 全世代への消費者教育

- ・**新** GIGAスクール構想でのデジタル教材の開発・活用
- ・**新** デジタル機器に不慣れな高齢者への消費者教育
- ・**新** 地域や職域での成人向けデジタル教材の活用

(2) 戦略本部との連携

- ・ 戦略本部のカウンターパートとして全面協力
- ・**新** 先駆的な消費者行政を展開し地方創生を加速

施策の柱

(1) 消費者市民社会の構築

- ・ 学校におけるエシカル消費の推進
- ・ エシカル消費自主宣言事業者の拡大
- ・**新** サステナブルファッションの推進

(2) 消費者と事業者との協働

- ・ 消費者志向自主宣言事業者の拡大
- ・**新** 消費者志向自主宣言事業者へのメリットシステムの導入
- ・ 公益通報者保護法に基づく体制整備の推進

(3) 消費者被害の防止

- ・**新** 消費生活センターにおける消費生活相談DXの推進
- ・**新** デジタル機器を活用した啓発・情報発信の充実
- ・**新** eラーニング等の活用による「見守りネットワーク」構成員のスキルアップ
- ・**新** HACCPを自主的に学べるデジタルツールの提供

(4) 国際拠点化の推進

- ・ 国際的なキーパーソンとのネットワークによる、欧米やアジアなど海外との連携体制の強化
- ・**新** 県内と海外の大学生や高校生など、若者同士の交流促進による、新たな国際連携の構築