

第5期消費者基本計画の基本的方針案(計画開始:令和7年4月～)

- 高齢化の進展やデジタル技術の革新により、消費者を取り巻く環境に著しい変化が生じてきているところ、特に消費者取引に関する法制度について所謂パラダイムシフトが必要である。
- このため、従来計画の思想も踏襲しつつも、改めて消費者利益の擁護の観点に立ち返り、中長期先の「未来」を見据えた新たな消費者基本計画とすることとしたい。
- 具体的には、
 - ・ デジタル社会における誰しもが不利益・不公正な取引にさらされる可能性に配慮した消費者利益の擁護
 - ・ 高齢化、孤独・孤立社会に対応した包括的な消費者支援の在り方
 - ・ 取引の普遍的な国際化への対応 等の観点について消費者等の当事者の声を聞いた上で、政府全体で対応にあたる事項を記載した消費者基本計画を策定する。

○第1期消費者基本計画（平成17年4月～平成22年3月）

消費者基本法の制定に伴い、消費者利益の擁護・増進に関する重要課題に政府全体として計画的・一体的に取り組むに当たっての基本的方針を示した消費者行政初となる計画

○第2期消費者基本計画（平成22年4月～平成27年3月）

これまでの縦割り行政の転換の拠点となる消費者庁・消費者委員会の創設により、新たなステージに入った消費者政策に基づく計画

○第3期消費者基本計画（平成27年4月～令和2年3月）⇒以降、消費者基本計画工程表を別途作成

政府全体としての具体的な政策目標の設定、効果測定のための指標の設定等を図り、消費者を取り巻く環境の変化等に適切に対応した消費者政策を推進することを目指した計画

○第4期消費者基本計画（令和2年4月～令和7年3月）⇒現行計画

施策の実施体制を充実・強化し、これまで以上に消費者の利益の擁護・増進が図られるよう着実に成果を上げることを目指した計画
コロナ禍における「新しい生活様式」の実践に伴い、消費者を取り巻く環境が大きく変化したことを受け、消費者基本計画を改訂

第5期消費者基本計画骨子の構成

【第1章 消費者・消費者政策のパラダイム・シフトの必要性】

1. デジタル技術の飛躍

- (1) デジタル・非デジタルにおける消費者保護水準の格差
- (2) 消費者の取引環境の劇的な変化

2. 国際的な取引の普遍化

- (1) 国や地域による法規制及び商慣行の違い

3. 社会構造の変化

- (1) 少子高齢化の進行、家計の多様化
- (2) 物価や賃金に対する意識の変化

4. 国際協調への機運の高まり

- (1) 持続可能かつ包摂性のある社会への転換
- (2) 経済活動における社会価値への注目

5. 激甚化、頻発化する国家危機の到来

- (1) エネルギー・食料等の安定供給に関するリスクの高まり
- (2) 緊急時における消費行動の変化

社会情勢
・
背景

【第2章 達成すべき消費者政策の基本的方針】

1. 消費者が信頼できる公正な環境の確保

事業者を中心とした環境整備、消費者保護の仕組みづくり

2. 見抜ける消費者の増加・消費者力の成長

2030年のゴールに向けて消費者に求めるもの

3. 持続可能で包摂的な社会の実現

中長期
目標

【第3章 消費者政策の推進手法】

1. 行政の取組

規律のベストミックス、省庁連携、消費生活相談DX等

2. 事業者の取組

UDに配慮した商品開発、消費者との協働の場の形成等

体制整備

【第4章 消費者が直面する課題への取組】

1. 消費者行政の方向性

第1章の各課題に対して中長期的に実施する施策

2. 消費者トラブルの解消、未然防止

政府全体で取り組むべき施策

3. 消費者政策における基本的施策の取組

引き続き取り組むべき基本的施策（消費者白書と連携）

具体的
取組