

第5期消費者基本計画の概要

令和7年3月
消費者庁



消費者ホットライン188
イメージキャラクター イヤヤン

第5期消費者基本計画(令和7~11年度)について

消費者基本計画とは

- 長期的に講ずべき消費者政策の大綱(根拠:消費者基本法第9条)
- 第5期基本計画の計画期間:令和7~11年度(5箇年)
- 決定から3年目を目処に中間点検、取組については不断の見直しを行う

第5期消費者基本計画のポイント

デジタル化・高齢化等により社会情勢が大きく変化する中で、

➤ 消費者が信頼できる公正な取引環境の確保

- デジタル市場における消費者被害の特定と対策
- SNS等のトラブル被害における警察機関等との連携
- 違法・有害情報等からの消費者利益の擁護 等

➤ 消費者力(気づく力、断る力、相談する力など)の実践

- 消費者教育の推進
- カスタマーハラスメント対策、食品ロス削減の推進 等

➤ 誰一人取り残されることのない社会の構築

- 地方消費者行政の充実・強化
- 見守り活動(消費者安全確保地域協議会・アウトリーチ)の推進等

安心・安全で豊かな消費生活の実現 を目指す

【参考】消費者基本計画の策定経緯

- ・ 平成16年 6月 消費者保護基本法 改正
(消費者基本法に改称)
- ・ 平成21年 9月 消費者庁、消費者委員会発足

【第1期基本計画】(平成17~21年度)

【第2期基本計画】(平成22~26年度)

【第5期基本計画】(令和 7~11年度)

第5期消費者基本計画(令和7～11年度) 構成

【第1章 消費生活を取り巻く現状の課題 ～消費者政策のパラダイムシフトの背景～】

1. デジタル技術の飛躍

- (1) 消費生活におけるデジタル技術の浸透
- (2) 消費者の取引環境の急激な変化に伴う環境整備の必要性

2. 消費生活のグローバル化の進展

- (1) 海外事業者との取引の増加
- (2) 訪日外国人旅行者等の消費の拡大

3. 社会構造の変化

- (1) 消費生活に配慮を要する消費者の拡大
- (2) コスト等の適切な価格転嫁に対する理解の醸成

4. より良い社会の実現と国際協調への貢献

- (1) 持続可能でより良い社会の実現
- (2) 事業者と消費者の共創・協働

5. 緊急時における消費行動の変化

社会情勢
・
背景

【第2章 本計画における消費者政策の基本的な方向性と目指すべき姿】

1. 消費者政策の基本的な方向性

- (1) 消費者政策の価値規範に関する考え方の転換
- (2) 消費者法制度の再編・拡充

2. 消費者政策の目指すべき姿

- (1) 消費者が信頼できる公正な取引環境の確保
- (2) 全ての世代における「消費者力」の実践
- (3) 持続可能で包摂的な社会の実現

目指すべき姿

【第3章 多様な主体が連携して推進する消費者政策】

1. 地方消費者行政の推進

- (1) 人口減少・高齢化、デジタル化に対応した地方消費者行政の方向性
- (2) 消費生活相談体制の充実
- (3) 地方における見守り活動
- (4) 地域社会における消費者教育推進の拠点
- (5) 地方消費者行政予算の拡充の促進と国の支援の充実

2. 事業者の責務と期待

- (1) 事業者の責務
- (2) 事業者の自主的な取組に対する期待

3. 消費者への期待

- (1) 消費者への期待
- (2) 消費者団体への期待

4. 行政、消費者及び事業者の連携による持続可能な社会の実現

持続的な社会の実現に資する商品・サービスの提供・購買・広報

主体間の
連携

【第4章 消費者政策における基本的な施策】

1. 消費生活を取り巻く現状の課題への対応

- (1) デジタル技術の飛躍への対応
- (2) 消費生活のグローバル化の進展への対応
- (3) 社会構造の変化への対応
- (4) より良い社会の実現と国際協調への貢献への対応
- (5) 緊急時における消費行動の変化への対応

2. 消費者の安全及び自主かつ合理的な選択の機会の確保

- (1) 消費者の安全の確保
- (2) 消費者の自主かつ合理的な選択の機会の確保
- (3) 消費者被害の防止及び救済

3. 消費者政策推進のための関係部局間の連携

基本的な
施策

参考資料

消費生活を取り巻く現状の課題 [第1章]

消費生活を取り巻く現状

1. デジタル技術の飛躍

- ・**モバイル端末**の保有率は**約86%** (2023年)
- ・**65歳以上の約60%**が**SNSを利用** (2023年)
- ・**SNS関係**の相談は**約8万件**で**5年前の約4.3倍** (2023年)

2. 消費生活のグローバル化の進展

- ・**海外事業者との取引**の市場規模は**4,208億円**、この**5年間で約1.5倍** (対米国・中国、2023年推計値)
 - ・**CCJのチャットボット**※へのアクセスは**7,707件**、この**5年間で約3.3倍** (2023年度)
- ※ 国民生活センターが運営。海外事業者との取引に関するトラブルの相談窓口 (CCJ) が、相談内容ごとの類似事例や対応方法を案内。

3. 社会構造の変化

- ・**2038年には、3人に一人が65歳以上**
- ・**2040年には、65歳以上の世帯の43%が単独世帯** (いずれも、国立社会保障・人口問題研究所令和6年推計)

4. より良い社会の実現と国際協調への貢献

- ・SDG12: 「**つくる責任、つかう責任**」の実現が重要

5. 緊急時における消費行動の変化

- ・能登半島地震においても**災害便乗商法**や**義援金詐欺**が発生

誰もが消費者トラブルに遭遇する可能性

⇒ **誰一人として取り残されることのない持続可能な社会の実現**

対応すべき主な課題

世代を問わず
SNSの利用率が増加



SNS等を利用した消費者トラブルが急増

認知症や独居の高齢者等の増加



相談にたどり着かず被害が埋もれるおそれのある消費者の増加

消費者政策の基本的な方向性と目指すべき社会の姿 [第2章]

- 第1章で示した課題(高齢化やデジタル化、国際化等)を踏まえた消費者政策の価値規範に関する考え方の転換(パラダイムシフト)
- 本計画が目指すべき社会の姿の提示

1. 基本的な方向性

- 消費者政策の価値規範に関する考え方の転換

一定のモデルとして
「一般的・平均的・合理的消費者像」

一定のモデルとして
「一般的・平均的・合理的消費者像」

だけでなく、

・全ての消費者が有する多様な「消費者の脆弱性」に着目
・情報、時間、関心等を提供する場合も消費者取引として捉えていく



- 考え方の転換を踏まえた消費者法制度の再編・拡充に向けた検討

2. 目指すべき社会の姿

- (1) 消費者が信頼できる公正な取引環境の確保
 - ・デジタル化等により複雑・巧妙化する消費者トラブルに対する、包括的な規制や予防・救済の観点を含めた対策の在り方の検討
 - ・行政と事業者等の協働による、悪質な事業者が市場から排除される仕組みの形成 等
- (2) 全ての世代における消費者力の実践
 - ・消費者市民社会の実現に向けた消費者教育の推進
 - ・消費者と事業者のコミュニケーションの深化 (カスタマーハラスメント対策を含む) 等
- (3) 持続可能で包摂的な社会の実現
 - ・どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられる体制の維持強化
 - ・誰一人取り残されることなく、安心して安全な消費生活を営むことができる社会の構築 等

多様な主体の連携 [第3章]

- 地方消費者行政の推進
- 事業者の責務と期待
- 消費者への期待
- 行政、消費者及び事業者の連携による持続可能な社会の実現

1. 地方消費者行政の推進

- 地方消費者行政の体制整備は引き続き最重要政策課題の一つ
 - ・地域の消費者の安全・安心の確保
 - ・消費者政策の基盤
(政策の企画立案・執行に活用)
- 人口減少等の中、より効率的な体制整備を促進し、ユニバーサルサービスとして全国的に維持・拡充する必要

- このため、地域の実情に応じて、
 - ・広域連携等の活用
 - ・都道府県による市町村の援助や調整
 - ・消費生活相談員の確保・技能向上
 - ・デジタル技術の活用による相談体制の強化
 - ・高齢者等の見守り活動の充実
 - ・消費者教育の充実 等
- ※ 国及び国民生活センターによる支援を更に充実

2. 事業者

- ・消費者の安全及び公正な取引の確保に努める。

3. 消費者

- ・消費者力(気づく力、断る力、相談する力など)を身に付け、実践する。

4. 行政、消費者及び事業者の連携による持続可能な社会の実現

- ・持続可能な社会の実現に資する商品・サービスの提供とともに、これを選択していく。

消費者政策における基本的な施策 [第4章]

- 消費生活を取り巻く現状の課題(第1章)への対応
- 消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択の機会の確保
- 消費者政策推進のための関係部局間の連携

1. 消費生活を取り巻く現状の課題(第1章)への対応

(1) デジタル技術の飛躍

- ・取引環境のデジタル化に伴う課題について、国際機関の議論への積極的な参加、諸外国の取組も参考にしつつ必要な対応
- ・特定商取引法等の効果的な執行
- ・個人情報 の有用性に配慮しつつ、個人の権利利益を保護
- ・違法・有害情報等からの消費者利益の擁護
- ・決済サービスの多様化への対応 等

(2) 消費生活のグローバル化

- ・越境消費者トラブル対応のため海外機関との連携強化 等

(3) 社会構造の変化

- ・見守りネットワーク(消費者安全確保地域協議会)の設置、見守り活動の充実
- ・高齢者等終身サポート事業者ガイドラインの周知
- ・成年後見制度等の活用 等

(4) より良い社会の実現と国際協調への貢献

- ・消費者教育の推進
- ・エシカル消費・消費者志向経営等の推進
- ・カスタマーハラスメント対策
- ・食育・食品ロス削減の推進 等

(5) 緊急時における消費行動の変化

- ・災害便乗行為等への対応 等

2. 消費者の安全及び自主的かつ合理的な選択の機会の確保

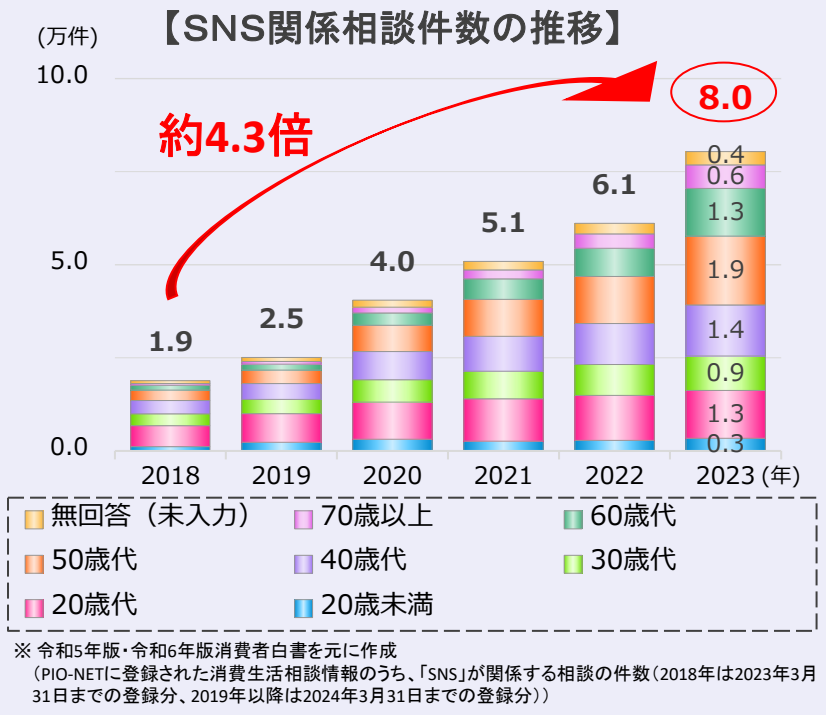
- ・高齢者や子供をはじめ消費者の安全、公正な取引、悪質商法対策、被害の適切・迅速な救済 等

3. 消費者政策推進のための関係部局間の連携

- ・国・地方公共団体の関係部局が連携し、情報共有や役割分担を行い、本計画に基づく施策を推進

【施策事例①】消費者の安心・安全の確保 ～SNS等を利用したトラブル～

現状・課題

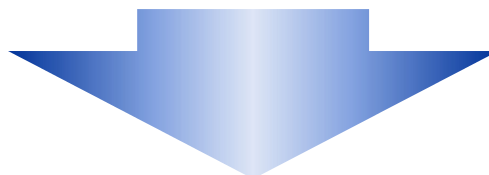


SNS上の投資に係る詐欺的なトラブル

SNSで知り合った人に誘われ、指示どおり海外FX口座を開設して何度も現金を振り込んだが、出金しようとしたら高額なお金を請求された 等

簡単なタスクの副業トラブル

ネット検索した副業広告からLINEに友だち登録したら初期費用無料のはずが電子書籍代を請求された 等



対応

●「国民を詐欺から守るための総合対策」※に基づき、特殊詐欺やSNS型投資詐欺等に誘導するSNS上の違法・有害情報等から消費者を守る

※ 令和6年6月18日犯罪対策閣僚会議決定

●具体的には、

- ・特殊詐欺等の被害実態に注目した広報・啓発等の被害に遭わない環境の構築
- ・青少年をアルバイト感覚で犯罪に加担させない教育・啓発
- ・デジタル環境を念頭においた、諸外国の規律の動きに注視しつつ、必要な対応

●消費生活相談体制の充実

(困ったら、一人で悩まず、まず相談)



【施策事例②】誰もが安心・安全に暮らせる生活環境～地方消費者行政の充実・強化～

