

第5期消費者基本計画に向けた考え方の整理

現状の課題 – 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（Web3、AI、5G、自動運転、ダークパターン、SNS等）
 - ・デジタル・非デジタルにおける消費者保護水準の格差
 - ・消費者の取引環境の劇的な変化 等
- ② 国際的な取引の普遍化（越境取引、インバウンド等）
 - ・国や地域による法規制及び商慣行の違い 等
- ③ 社会構造の変化（高齢化、世帯構造の変化、物価等）
 - ・少子高齢化の進行、家計の多様化
 - ・物価や賃金に対する意識の変化 等
- ④ 国際協調への機運の高まり（エシカル消費、サステナブル経営等）
 - ・持続可能かつ包摂性のある社会への転換
 - ・経済活動における社会価値への注目 等
- ⑤ 激甚化、頻発化する国家危機の到来（自然災害、社会的なパンデミック等）
 - ・エネルギー・食料等の安定供給に関するリスクの高まり
 - ・緊急時における消費行動の変化 等

消費者政策が目指すべきところ（目標）

- ① 消費者が信頼できる公正な環境の確保
 - ・事業者による自主的なルール整備や悪質事業者の排除
 - ・消費者被害の拡大防止及び救済 等
- ② 見抜ける消費者の増加・消費者力の成長
 - ・自ら学び行動する、自立した消費者の育成
 - ・「消費者力」の実践と消費者市民社会の構築 等
- ③ 持続可能で包摂的な社会の実現
 - ・消費者法制度における規律のベストミックス
 - ・非対症療法かつ実効性の高い新たな規律手段の検討 等

2025 年度以降の消費者政策の進め方

- ① 関係者の役割分担
 - ・事業者、消費者、行政の取組の明確化
 - ・事業者の自主的な取組の推進 等
- ② 推進手法の強化
 - ・消費者行政の DX
 - ・消費者基本計画の EBPM 活用 等

消費者が直面する課題への対応

- ① 政府全体で対応すべき課題の取組（第 5 期消費者基本計画における重点課題）
- ② 現状の課題を踏まえた消費者行政の取組
- ③ 消費者基本法第 2 章に掲げる基本的施策の取組