

第2部

第1章

第5期消費者基本計画の策定

第2部

消費者政策の実施の状況

第1章 第5期消費者基本計画の策定

消費者基本法において、政府は、長期的に講ずべき消費者政策の大綱として「消費者基本計画」を閣議で決定することとされています。

消費者庁及び消費者委員会の創設から15年を経て、2025年度から2029年度までの5年間を計画期間とする第5期消費者基本計画（以下「本計画」という。）が2025年3月に閣議決定されました（図表Ⅱ-1-1）。

昨今、高齢化やデジタル化の進展等により社会状況が大きく変化する中、インターネットを利用したメディアの多様化等、我が国の消費者を取り巻く環境は急速に変化しており、それにより消費者に多くの利益がもたらされる一方で、新たな課題も顕在化しています。また、従来の消費者概念や消費者が有する脆弱性に対する捉え方が変化しているほか、消費者取引にお

図表Ⅱ-1-1 第5期消費者基本計画について

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がない社会の構築

- 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）

いてデジタル取引と非デジタル取引には大きな違いがあり、消費者市民社会の深化のため、消費者と事業者が協働していくことも必要となっています。このため、消費者が日々の消費を通じてより良い社会の形成に寄与するとともに、国や地方公共団体、事業者等が社会の変化に応じて規律を適切なものに変えていくなど、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）が必要となっています。

こうした状況を受け、本計画では、消費者を

取り巻く環境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」、「『消費者力』の実践」及び「誰一人取り残されることのない社会の構築」により、安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現並びにウェルビーイングの向上を目指すこととしています。

本計画は4章立ての構成となっており（図表Ⅱ-1-2）、第1章の「消費生活を取り巻く現状の課題」では、デジタル技術の飛躍、消費生活

図表Ⅱ-1-2 第5期消費者基本計画の構成

【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的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) 消費者の自主的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

のグローバル化の進展、社会構造の変化、より良い社会の実現と国際協調への貢献及び緊急時における消費行動の変化の五つの課題について分析しています。例えば「デジタル技術」については、SNSの利用が65歳以上で約60%を占めるなど日常的なものとなりつつある中で、世代を問わず、SNS等に関する消費生活相談が寄せられており、近年その件数が増加傾向にあることを指摘しています。また「社会構造の変化」については、2040年には、65歳以上の世帯の約43%が単独世帯となるとの推計がなされており、今後の独居高齢者等の増加により消費生活相談にたどりつかずに、消費者被害がうずもれてしまうおそれがあることを指摘しています。

第2章では、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社会の姿を示しています。第1章で指摘した高齢化やデジタル化等に伴う消費者の取引環境の急激な変化を踏まえ、消費者政策の価値規範に関する考え方を転換し、これまでの一定の取引モデルとしての「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脆弱性に着目することや、情報等を提供する場合も消費者取引として捉えていくことを踏まえて、消費者法制度の再編・拡充に向けた検討を行うこととしています。その上で、消費者政策の目指すべき姿を三つ掲げています。一つ目は、デジタル化等による消費者の取引環境の急激な変化に対応するため、対症療法的な手法のみならず、包括的な視野に立った適切な規律の在り方を踏まえた「消費者が信頼できる公正な取引環境の確保」です。二つ目は、消費者市民社会の実現に向けた消費者教育の推進や、消費者と事業者とのコミュニケーションの促進である「全ての世代における『消費者力』の実践」です。三つ目は、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整備等である「持続可能で包摂的な社会の実現」です。

これらの目指すべき姿に向けて、多様な主体が連携して取組を推進する必要があります。第3章では、特に地方消費者行政の推進について、引き続き最重要政策課題の一つであることを確認しつつ、他方で、人口減少等の中でも、どこに住んでいても質の高い相談・救済を受けられ、消費者の安全・安心が確保される体制をユニ

バーサルサービスとして全国的に維持・拡充する必要があるとしています。

最後に、第4章では、消費者政策における基本的な施策として、第1章で指摘した消費生活を取り巻く現状の課題への対応に関する施策のみならず、高齢者や子供を始めとする消費者の安全及び合理的な選択の機会の確保について、各府省庁の消費者政策の施策を盛り込んでいます。本計画では、中長期先の未来を見据えて、政府全体で取り組むべき課題と消費者政策の基本的な方向性及び目指すべき社会の姿を示しているほか、行政、消費者及び事業者における役割及び期待並びに基本的な施策を示しています。消費者庁においては、関係機関と連携の上、本計画に基づき、消費者政策を強力に推進していきます。