



## 1 第2回総会での決定事項

- 「消費者市民社会」において目指している「公正かつ持続可能な社会の形成」を次期基本計画における大きな目標として設定する。
- 「公正かつ持続可能な社会の形成」のために不足している取組や、さらに重視すべき取組を検討する。
- 上記の検討を短期間で効率的に行うため、審議会に検討部会を設置し、集中的な審議を行う。

## 2 検討の経緯

開催日等	審議事項等
令和7年6月26日	第2回総会
令和7年8月～11月	第1回～第3回検討部会
令和7年12月22日	第3回総会
令和8年2月（予定）	第4回検討部会
令和8年3月～5月（予定）	第4回総会

## 3 中間のまとめの構成とポイント

項目	趣旨	ポイント
1 消費者を取り巻く状況	前回改定時からの社会情勢の変化を受け、検討にあたって前提となる、現在の消費者を取り巻く状況を整理	<ul style="list-style-type: none"> <li>デジタル化の進展に伴い、消費者の利便性が向上する一方、直面する課題が困難化</li> <li>多様な世代の消費者が有する多様な脆弱性</li> <li>カスタマー・ハラスメントの社会問題化</li> </ul>
2 各主体に期待される役割	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者市民社会を構成する各主体に期待される役割を分野ごとに表形式で整理 <ul style="list-style-type: none"> <li>消費者市民社会を構成する主体 都、消費者、事業者、消費者団体等、区市町村、国</li> <li>役割の区分 被害防止 消費者被害の救済 不適正な取引行為の排除 安全・安心の確保 消費者市民社会の実現に向けた消費者教育 災害時その他の非常時における消費行動</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>AIの発展による消費者被害の防止への着目</li> <li>「消費者法制度のパラダイムシフトの概念の取込み</li> <li>消費者と事業者の対話の重視 (カスタマー・ハラスメント、消費者志向経営)</li> <li>消費者被害防止の観点からの金融経済教育の重視</li> <li>批判的思考の重視（被害防止、エシカル消費）</li> <li>多様な消費者の見守りの重視 (消費者安全確保地域協議会)</li> </ul>
3 施策の推進にあたって必要な事項	各施策を効果的かつ着実に推進するため、全体に共通する基本的な考え方として念頭において取り組むべき観点を抽出して整理	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者市民社会の形成を通じ、消費者行政からのウェルビーイングの実現を目指す</li> <li>多様な主体の連携、KPIの設定、重視する視点に留意</li> </ul>