

次期京都市消費生活基本計画の策定について

1 次期京都市消費生活基本計画（以下「次期計画」という。）策定に当たっての考え方

(1) 次期計画策定の趣旨

京都市消費生活条例に定められている「消費生活施策を総合的かつ計画的に実施するため、消費者権の実現を図るための基本的な計画」として、令和3年1月に市長が京都市消費生活審議会に諮問、令和3年12月に同審議会の答申を経て、第3次京都市消費生活基本計画を策定（計画期間：令和3年度から令和7年度までの5年間）し、推進している。

現行の京都市消費生活基本計画の計画期間が令和7年度末で終了するため、国において、令和6年度中に策定予定の第5期消費者基本計画（令和7年度～令和11年度）の内容を踏まえ、令和8年度以降の本市の特性を活かした次期計画を策定する。

(2) 次期計画の在り方

次期計画は、現行計画も継承しつつ（消費者権の実現を図り、安心・安全な消費生活を目指すことを視点とする）、社会経済情勢の変化を踏まえ、計画内容を進化させる。

(3) 社会経済情勢の変化

デジタル技術の革新、少子高齢化の進行や物価高騰、SDGs 達成のための取組の加速化、自然災害の激甚化や頻発化、成年年齢引下げ等、社会経済情勢は大きく変化している。

(4) 計画期間

現行計画は、本市の総合計画である京都市基本計画の着実な推進のための分野別計画であることから、次期計画の実施期間については、現在策定に向けた検討が進められている次期総合計画との整合を図る。

（参考）

第1次計画：平成18年度～平成22年度（5年間）

第2次計画：平成23年度～令和2年度（10年間）

第3次計画：令和3年度～令和7年度（5年間）

(5) 今後のスケジュール（資料4参照）

国において令和6年度中に策定予定の第5期消費者基本計画の内容を踏まえ、次期計画の策定期間については、令和7年冬頃を目安とする。

2 国の動向等

(1) 第5期消費者基本計画の基本方針案（※令和6年4月 消費者庁）

- 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。

(参考) 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。

(2) 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（社会情勢・背景）

- ・ デジタル技術の飛躍
- ・ 国際的な取引の普遍化
- ・ 社会構造の変化
- ・ 国際協調への機運の高まり
- ・ 激甚化、頻発化する国家危機の到来

第2章 達成すべき消費者政策の基本的方針（中長期目標）

- ・ 消費者が信頼できる公正な環境の確保
- ・ 見抜ける消費者の増加・消費者力の成長
- ・ 持続可能で包摂的な社会の実現

第3章 消費者政策の推進手法（体制整備）

- ・ 行政の取組
- ・ 事業者の取組

第4章 消費者が直面する課題への取組（具体的取組）

- ・ 消費者行政の方向性
- ・ 消費者トラブルの解消、未然防止
- ・ 消費者政策における基本的施策の取組