

東京都消費生活基本計画について【概要】

○計画の位置づけ

- ・東京都の消費生活に関連する施策・事業を、計画的、総合的に推進していくための基本指針
- ・東京都消費生活条例第43条に基づく基本計画及び消費者教育推進法第10条に基づく都道府県消費者教育推進計画を一体的に策定

○計画期間 令和5年度から令和9年度までの5年間

計画の基本的な考え方

2030年のSDGsの達成、その先にあるカーボンニュートラルの世界や、社会のデジタル化の一層の進展など、消費生活をめぐる今後の展望を見据え、2つのポイントを踏まえて基本計画を策定

サステナブルなライフスタイルの推進

SDGsの達成の重要なカギとなる、都民の誰もが日常的に行う「消費行動」を変えていく。

デジタル社会の急速な進展に伴う新たな課題への対応

都民の利便性向上の一方で、横行する悪質・巧妙なデジタル広告・取引に対応するため、最新技術に関する専門知識を駆使し、対応力を強化していく。

これまで都民の消費生活の安定と向上のために進めてきた施策を引き続き着実に推進することに加え、これからの時代に求められる新たな施策を展開

- 民間企業等との協働によりエシカル消費を日常にする社会的ムーブメントを創出し、都民の消費行動の変容を強力に促進
- 急速に進展するデジタル社会における都民の安全で安心な消費生活の実現

<主な重点施策>

エシカル消費の推進【R4～先行実施】

民間企業・団体との連携・協働による都民の消費行動の変容につながる「TOKYOエシカルアクションプロジェクト」の展開

不当なデジタル広告への対応力の強化【新規】

健全な市場の形成を促進するため、専門人材の活用や継続的な監視体制の構築によりSNS、動画等の新たなデジタル広告を適正化

子供の安全確保【R4～先行実施】

消費者・事業者・都が双方向で情報発信・収集できる、商品安全の「交流型デジタルプラットフォーム」を運用支援

＜基本計画の構成＞

下線部は主な重点施策

視点1

主体的な消費行動への変革の促進

視点2

デジタル社会及びグローバル社会
への対応

視点3

多様な主体との連携・協働による
取組の強化

政策1	消費者被害の未然防止と拡大防止
1	被害防止のための注意喚起・情報発信 (1) デジタル社会に対応した「伝わる」情報発信 (2) 多様な主体との情報提供の場の開拓
2	高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見 (1) 見守りネットワーク機能の充実 (2) 消費者安全確保地域協議会設置に向けた働きかけ
政策2	不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成
1	不適正な取引行為等の排除 (1) <u>専門的な人材の活用や継続的な監視体制の構築によるデジタル広告への対応力強化</u> (2) 国や他県、業界団体等との連携
2	健全な市場の形成 ・事業者団体等の自主的取組の推進への支援
政策3	消費生活の安全・安心の確保
1	商品・サービスの安全の確保 ・ <u>商品安全のための交流型デジタルプラットフォームの運用支援</u>
2	安心して商品・サービスを選択できる取組の推進 ・安全な商品のPR・普及

3	災害時における消費生活の安心の確保 ・災害時における生活物資の供給確保
政策4	消費者教育の推進と持続可能な消費の普及
1	成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化 (1) 教育現場に対する啓発活動の強化 (2) 教育プログラムの充実による学校現場への支援強化 (3) 幅広い主体に対する消費者教育の実施
2	急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進 (1) デジタル技術を活用したサービスの提供の推進 (2) 全ての消費者に行き届く消費者教育の推進
3	持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進 ・ <u>エシカル消費推進のための民間企業等と構築するネットワークによる都民の行動変容につながるプロジェクトの展開</u>
政策5	消費者被害の救済
1	消費生活トラブルの解決に向けた相談対応 (1) 新たなサービス・技術等に対する相談体制の強化 (2) 多様な主体への相談体制の充実
2	被害回復のための取組の推進 ・消費者被害救済委員会によるあっせん・調停