

# 計画全体を貫く 視点の更新案

## 前文 新型コロナウイルス感染症の感染拡大をきっかけとした消費者を取り巻く環境の変化

社会の高度情報化・グローバル化や高齢化の進行等により、消費者を取り巻く環境は日々変化している。特に、新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、社会のシステムや人々の暮らし、意識に大きな変化を及ぼしており、消費者の行動変容の動きを加速化する、大きなきっかけとなった。

### <追加する要素① デジタル社会への対応>

人の移動と接触が制限される中、インターネット取引やキャッシュレス決済など、社会のデジタル化が一気に加速し、デジタル技術を活用した生活は、今後も不可逆的に拡大することが予想される。こうした変化は、商品やサービスの選択肢の拡大、購入時の利便性向上など、消費者の利益を増進させる一方、取引形態が多様化・複雑化することで、様々な消費者トラブルを引き起こしている。加えて、デジタル技術を利用する者と利用できない者との間に生じている、知識や機会等の格差への対応も重要な課題となっている。

また、外出自粛により、従来のリアルなつながりが制約されたことで、多くの人が身近な人とのつながりの重要性を再認識するとともに、デジタル技術の活用により、WEB会議やオンライン講座といった時間や空間の障壁を超えた新たなコミュニケーションが拡大している。その一方で、非対面化の浸透により、消費者の孤立を招き、消費者トラブルの増加や深刻化を引き起こすことが懸念されている。

### <追加する要素② サステナブルなライフスタイルの推進>

コロナ禍をきっかけに、人々の消費行動や企業等の事業活動において、利他的な活動や持続可能な社会、環境への意識・関心が高まっている。2030年までの国際目標であるSDGs（持続可能な開発目標）の達成、その先にあるカーボンニュートラルの世界を見据え、サステナブルなライフスタイルの実現に向け、今、大きなターニングポイントが到来している。

こうした社会環境の著しい変化に柔軟に対応しながら、都民の安全で安心な消費生活の実現を目指し、計画を推進していくに当たって特に留意すべき事項を、計画全体を貫く視点として、以下に掲げる。

## ポイント

- **3つの視点更新の背景である、新型コロナウイルス感染症の拡大による、消費者を取り巻く大きな変化（デジタル社会・サステナブルなライフスタイル）を、前文で明記**

## 主体的な消費行動への変革の促進

消費者被害や商品・サービス等に起因する事故を防止するためには、不適正な取引行為の是正や消費生活相談における助言、商品等の安全対策について都が取組を強化するほか、消費者自身が知識を身に付けて、トラブルに遭わないように注意する必要があります。

また、消費者も社会の一員として、持続可能性に配慮した消費行動をとることが求められており、消費者が持続可能性に配慮した商品等を選択することで、事業者も消費者のニーズに合わせて、商品等を持続可能性に配慮して生産するようになると考えられます。

2020年には、持続可能な運営を掲げる東京2020大会の開催が予定されており、大会の開催を通じて、消費者の持続可能な社会への関心の高まりが期待されます。

都は、消費者への適切な情報提供や消費者教育を推進していくことによって、消費者が主体的に、自らの消費生活トラブルを防止するとともに、持続可能な社会の形成に貢献していけるよう、消費行動の変革を促していきます。

## 主体的な消費行動への変革の促進

消費者トラブルを防止するには、不適正な取引行為等の排除や消費生活相談における助言、商品等の安全対策について、都が取組を強化することに加え、消費者自身が当事者意識を持って知識を身に付け、トラブルに遭わないよう、冷静かつ合理的な判断をすることが重要である。

また、国際目標であるSDGs（持続可能な開発目標）の達成に向けては、民間企業等も取組をはじめており、消費者も社会の一員として、一人一人が持続可能な社会の実現を意識して行動することで、貢献することができる。

都は、コロナ禍による社会状況の大きな変化を踏まえ、消費者への適切な情報提供や消費者教育を推進することによって、消費者が主体的に知識を習得し、自らの消費生活トラブルを防止するとともに、持続可能な社会の形成に参画していけるよう、事業者等とも連携を図り、消費行動の変革を一層促進していく必要がある。

## ポイント

- 消費者の当事者意識（他人事ではなく自分事として捉える）の重要性を強調
- 消費者一人一人が意識して行動することで、SDGsの達成に貢献
- 消費者が持続可能な社会の形成に参画していけるよう、事業者等とも連携が必要

## 情報通信技術の進化やグローバル社会への対応

情報通信技術の進化は、スマートフォンの普及によるライフスタイルの変化や取引における時間的・空間的障壁を取り除くなど、コミュニケーションや商取引の方法に変化をもたらしてきました。今後も情報通信技術に関する技術革新が見込まれ、これに起因する新たな消費生活トラブルが発生することも予想されます。

また、東京2020大会の開催に伴い、中長期間、東京に滞在する外国人も増えると見込まれることに加え、在住外国人も増加傾向にあるため、都は国際都市として、外国人の消費者問題への対応を充実していく必要があります。

このような情報通信技術の進化やグローバル化の進展による経済や社会環境の変化に消費生活行政としての的確に対応していきます。

## デジタル社会及びグローバル社会への対応

急速なデジタル化により、インターネット上の取引は拡大の一途を辿っている。スマートフォンの普及と相まって、誰もが、どこでも、いつでも、手軽に、商品やサービスを購入することが可能となるなど、消費者の利益の増進に繋がっている。

また、人々のコミュニケーション手段のデジタル化も進んでおり、SNSを利用する人は年代を問わず増加し、利便性の高いコミュニケーションツールとして社会の基盤の一部になりつつある。

このように、今後も消費生活のデジタル化は、一層拡大することが見込まれている。

その反面、デジタル化の進展に伴い、取引やコミュニケーションが多様化・複雑化・グローバル化しており、全ての消費者がトラブルに遭う可能性がより高くなっている。とりわけ、高齢者・障害者・外国人など、こうした社会環境の変化への対応が難しい消費者に対しては、一層の配慮が必要である。

都は、こうした社会経済環境の変化に、消費生活行政としての的確に対応していく必要がある。

## ポイント

- 消費生活のデジタル化による消費者の利便性の向上
- 取引やコミュニケーションの多様化・複雑化・グローバル化により、全ての消費者がトラブルに遭う可能性が高まる

### 様々な主体とのつながりと連携による取組の強化

消費者被害や商品・サービスによる事故の防止には、都と国や他道府県等の関係機関との連携、消費者教育における消費者団体、事業者団体等との連携、高齢者の見守りネットワークにおける消費生活部門と福祉部門との連携、高齢者とそれを見守る地域、団体、事業者、区市町村等とのつながりなど、様々な主体のつながりや連携を意識して取組を進める必要があります。

このほか、より良い商品・サービスを提供するための消費者と事業者の連携・協力関係、健全な取引を促すための事業者団体との連携など、消費生活行政を効果的に展開していくためには、今後更にこれらを意識して進めていくことが必要です。

都は、消費生活行政の推進に当たって、様々な主体間のつながりや連携を意識して施策を推進していきます。

### 多様な主体との連携・協働による取組の強化

都民の消費生活の安全・安心の確保はもとより、持続可能な社会の実現に向けた取組を進めていくには、都と国や他の行政機関、消費者団体、事業者団体等との連携、高齢者等を見守る地域社会のネットワーク構築の支援など、これまで築いてきた、様々な主体とのつながりや連携を一層強化していくことが重要である。

今後、社会経済状況の変化に伴う新たな課題にも柔軟に対応していくためには、既存の枠組みを超えた都・消費者・事業者の協働など、互いの役割を活かした取組も積極的に進めていく必要がある。

都は、消費生活行政の推進に当たって、多様な主体とのつながりや連携に加えて、更に一歩進んだ協働などを意識して政策を推進していくことが重要である。

## ポイント

- **これまで築いてきた様々な主体とのつながりや連携の更なる強化**
- **新たな課題にも柔軟に対応していくため、都・消費者・事業者との協働の推進**