

東京都消費生活基本計画の次期改定に向けた
方向性の検討について

報告書

令和8年3月

第28次東京都消費生活対策審議会
基本計画の次期改定に向けた方向性の検討部会

はじめに

現行の東京都消費生活基本計画は令和5年度から令和9年度までの5か年を計画期間としており、令和7年度はその折り返し点にあたる。このため、デジタル化の進展など、この間の社会情勢の変化を踏まえ、次期改定を見据えて、次期基本計画において目指すべき方向性や盛り込むべき内容について審議会で検討を開始することとした。

計画において目標とすべき姿として『『消費者市民社会（※1）』において目指している『公正かつ持続可能な社会の形成』』を掲げ、こ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、集中的な審議を行った。

検討にあたっては、現在の消費者を取り巻く状況や、消費者市民社会を構成する各主体に期待される役割、施策の推進にあたり共通して重視すべき事項等について議論を行い、改定に向けた方向性を本報告書として取りまとめた。

なお、検討の経緯は次頁に示す表のとおりである。

※1 消費者市民社会：消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会

＜基本計画の次期改定に向けた方向性の検討の審議経過＞

開催日等		審議事項等
令和7年6月26日	第28次 第2回審議会	検討部会の設置と部会委員及び部会長の指名
令和7年8月7日	第1回検討部会	消費者を取り巻く状況と、消費者市民社会の実現のために果たすべき都の役割の検討
令和7年10月10日	第2回検討部会	消費者を取り巻く状況と、各主体に期待される役割、施策の推進にあたって必要な事項についての検討
令和7年11月18日	第3回検討部会	東京都消費生活基本計画の次期改定に向けた方向性の検討について 中間のまとめ
令和7年12月22日	第28次 第3回審議会	東京都消費生活基本計画の次期改定に向けた方向性の検討について 中間のまとめの報告
令和8年3月6日	第4回検討部会	東京都消費生活基本計画の次期改定に向けた方向性の検討について 報告書のまとめ

1 消費者を取り巻く状況

現行の基本計画策定以降、社会経済情勢は急速かつ多面的に変化している。

A Iをはじめとしたデジタル技術の革新的な変化、国際情勢の不安定化や気候変動など、国内外の環境変化が消費生活に影響を及ぼす事象も拡大している。

次期基本計画の改定にあたっては、これら社会経済環境の変容を的確に踏まえつつ、消費者を取り巻く課題やニーズの変化に十分留意し、以下に掲げる事項を中心に、総合的かつ計画的に検討を進める必要がある。

- デジタル技術の進展により、消費者は時間や場所に縛られずに商品・サービスへアクセスできるようになり、利便性が大きく向上している。一方で、利便性の向上に伴い、従来は想定されていなかった新たな種類のトラブルも発生している。
- S D G s やエシカル消費の普及啓発の取組により、環境や社会に配慮した消費行動が拡大しつつあるという兆しが見られる。
- 高齢化やデジタル化の進展、物価高の進行などにより、消費者が直面する課題や選択の困難さが増大している。
- グローバル化の進展に伴い、国際情勢の不安定化や越境取引の増加、世界的な気候変動の影響が拡大している。

- 上記を踏まえ、次のような消費者を取り巻く状況を踏まえて施策を推進していくことが必要である。
 - ・ 悪質巧妙化する手口による消費者被害が幅広く発生している。
 - ・ 多様な世代の消費者が、それぞれ異なる背景や制約のもとで多様な課題や脆弱性（※2）を有するようになっている。
 - ・ デジタル化の進展により、コミュニケーションや取引の非対面化が浸透し、消費者と事業者の関係性が変化している。
 - ・ 消費者と事業者の境目があいまいになっている。
 - ・ カスタマー・ハラスメント（※3）が社会問題化し、その防止に向けた取組が始まっている一方で、消費者の声が企業に届きにくくなるのではないかとの懸念も生じている。
 - ・ S D G s 達成のための機運が高まっている。
 - ・ カーボンニュートラル（※4）を見据えた取組が進められている。
 - ・ 情報が過剰なため、消費者にとって選択や判断が却って困難となり、消費者が利用するメディアや検索方法、接触する情報源が限られることによって情報収集手段・範囲の偏りが生じる傾向にある。
 - ・ A I の進化によって、A I が要約した情報を消費者が無批判に受け入れる傾向が強まり、自ら考える力や批判的に情報を吟味する機会が減少していく。

※2 脆弱性：消費者の置かれた状況や環境によって、適切な判断を下すことが困難となり、不利益を被る可能性が高まる状態

※3 カスタマー・ハラスメント：顧客等から事業者に対し、その業務に関して行われる著しい迷惑行為であって、就業環境を害するものをいう。

※4 カーボンニュートラル：二酸化炭素をはじめとする温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させ、その排出量を実質的にゼロにすることを意味する概念

2 各主体に期待される役割

本検討では、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実現するために、消費者市民社会を構成する各主体に期待される役割を整理し、その上で、各主体を支援するために東京都においてどのような取組が求められるかという観点から検討を進めることとした。

それにあたって、各主体と、期待される役割を整理する観点を以下のように分類した上で検討を行った。

- 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を実現するためには、消費者・事業者・行政・消費者団体等の多様な主体がそれぞれの立場を尊重しつつ参画し、連携・協働することが求められる。

そこで、各主体を分類し、それぞれの役割を体系的に整理することにより、課題や連携の方向性を明確にし、各主体の役割を支援するために都が講じるべき施策を具体化する。

- 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を実現するためには、公正な社会の構築と持続可能な社会の形成という、両輪の推進が不可欠である。

そのためにまず重視されるのは、消費者被害の未然防止と、被害にあった消費者の救済である。

また、消費者被害の発生を防ぐためには、不適正な取引行為の排除や消費生活の安全・安心の確保も不可欠である。

さらに、消費者自身が主体的に社会に参画し、被害を防止するため

には、消費者教育の推進も欠かせない。

それに加えて、近年災害の激甚化が進む中で、災害時などの非常時には不適正な情報や詐欺的な取引手法が蔓延する傾向にある。このような状況を踏まえ、非常時における消費行動も重視する必要がある。

そこで、各主体の役割等について、「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」の6つの観点から整理することとする。

なお、消費者教育の推進にあたっては、被害防止の観点からの消費者教育と、消費者市民社会の実現に向けた消費者教育の連続性・連携性に配慮して進めていく。

- 以上を踏まえ、各主体に対して期待される役割と、それを支援するために東京都に求められる取組を別表のとおり整理した。

3 施策の推進にあたって必要な事項

消費者市民社会の形成を通じ、事業者と共創・協働し、自分らしい選択ができ、地域のつながりなどの社会の豊かさを感じられるウェルビーイング（※5）の向上を消費者部門以外の他分野と連携して目指していく。それに向けて、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以下の観点を念頭におき、取り組む必要がある。

（1）多様な主体の連携

変化の大きい時代に対応していくためには、着実に取組を推進していく必要がある。

消費者行政は幅広い領域にまたがるため、施策を推進するにあたっては、以下のように多様な主体が連携して取り組むことが不可欠である。

- ・ 消費者行政に関わる多様な主体の、それぞれの立場や役割を尊重しながらの連携
- ・ 各主体による、公正かつ持続可能な社会の形成という共通目標の共有
- ・ 各主体の協働による、消費者が主体的な消費行動を選択できる環境の整備

例：消費者団体、事業者団体、弁護士会、医療機関、警察、消防、福祉部門、保健・衛生部門、教育部門などをはじめとした消費者に関連した組織・部門との連携

※5 ウェルビーイング：身体的・精神的・社会的に良好な状態を指し、短期的な幸福だけでなく、生きがいや人生の意義など、持続的な幸福を含む包括的な概念。多様な個人がそれぞれ幸せや生きがいを感じるとともに、地域や社会全体が豊かさや幸せを感じられる状態も含み、国や地域の文化・社会的背景によってその捉え方は異なる。

(2) 指標の設定による円滑な施策の推進（K P I（※6）の設定）

施策を実効性のあるものとするためには、以下の点を意識してK P Iを設定することが重要である。

- ・ 施策の成果を客観的に把握し、継続的な改善につなげるための、重点施策等についてのK P I の設定
- ・ 各施策へのK P I の有効性や親和性を意識した設定
- ・ 都民の意識・行動の変化の定量的・定性的評価による政策の実効性の向上

(3) 施策を推進するにあたって重視する視点

施策を推進するにあたっては、特に以下のような視点を重視して取り組んでいく

- ・ A I 等デジタル技術の発展への対応
- ・ 消費者が抱える多様な脆弱性を悪用した、自律的な意思決定への不当な干渉の防止
- ・ 不適正な取引行為の排除のための都による直接的な取組
- ・ 消費者と事業者の双方向の対話の促進
- ・ 都民の意識や実態の把握

※6 K P I：重要業績評価指標（Key Performance Indicator）。目標を達成するための取組の進捗状況を定量的に測定するための指標

第 28 次東京都消費生活対策審議会

基本計画の次期改定に向けた方向性の検討部会 委員名簿

役職等	氏 名	現 職
部会長	小野 由美子	東京家政学院大学現代生活学部教授
	生駒 芳子	ファッション・ジャーナリスト、 一般社団法人日本エシカル推進協議会会長
	神山 久美	山梨大学大学院総合研究部教育学域教授、 山梨大学教育学部附属小学校校長
	齊木 茂人	公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事
	坪田 郁子	公益社団法人全国消費生活相談員協会理事長
	原田 由里	一般社団法人 E C ネットワーク理事
	藤田 裕	弁護士
(専門員)	岡崎 竜子	東京都金融広報委員会事務局長

検討部会報告書 別表（2 各主体に期待される役割）

	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
都による直接的な取組	・被害防止のための注意喚起・情報発信	・被害回復のための取組の推進（消費者被害救済委員会） ・世代を問わず存在する「脆弱な消費者」への幅広い対策と情報発信 ・消費者と事業者の境界が曖昧になっていることを踏まえた対応 ・相談件数に現れない被害の存在を踏まえた対応	・悪質事業者に対する取締りの徹底 ・不当表示に対する監視等の徹底 ・悪質な訪問販売事業者対策 ・悪質なECサイト対策 ・消費者関連法令の改正のための働きかけ	・商品・サービスの安全の確保（商品テスト、注意情報の発信など）	・各種講座の実施、情報提供	・災害時等における消費生活の安心の確保（災害時等において合理的に行動するための情報提供、応急生活物資の流通確保等）

検討部会報告書 別表（２ 各主体に期待される役割）

	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
消費者に期待される役割	・ 自律的な意思決定を行い、消費者被害にあわないためのリテラシーの向上・ 批判的思考 ・ 地域における消費者支援活動への参画	・ 消費生活センター等への速やかな相談 ・ 悪質な取引に関する証拠（契約書類、音声記録）の保全	・ 悪質な取引・勧誘（チラシ、電話、サイト、メール等）の通報	・ 安全に配慮した商品・サービスの積極的な選択 ・ 商品・サービスの安全・安心に係る情報のプラットフォームの積極的な活用 ・ 製品の事故情報等の通報・発信	・ エシカル消費の意識と実践 ・ 事業者に対する適切な意見発信（カスタマー・ハラスメント） ・ 根拠を伴う情報の発信や災害時等における節度ある行動による、健全な市場形成への積極的な参加	・ 災害時等において合理的に行動するためのリテラシーの向上 ・ 根拠を伴う情報の発信や災害時等における節度ある行動による、健全な市場形成への積極的な参加（再掲）
	（支援する都の取組） ・ 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の強化 ・ 消費者被害にあわないための、発達段階に応じたSNSの利用方法についての啓発 ・ 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 ・ 消費者の自律的な意思決定がゆがめられることによる消費者被害を防ぐ取組 ・ 消費者の「気づく力」「断る力」「相談する力」（＝「消費者力」）の強化を支援する取組 ・ 消費者被害の加害者にならないための啓発	・ 消費生活トラブルの解決に向けた相談対応（高齢者・障害者の消費者被害、フィッシング被害や越境消費者被害、個人間取引など、救済が困難な消費者トラブル、救済対象か否かの判断が困難な消費者トラブル） ・ 消費生活センターの充実強化とさらなる認知度向上による、より積極的な消費生活相談の促進 （AIの活用や消費者被害の早期発見のための能動的な情報収集、デジタルツールなどを活用した相談しやすい仕組み作り）	・ 悪質な取引・勧誘（チラシ、電話、サイト、メール等）の通報サイトの積極的な運用	・ 安全に配慮した商品・サービスに係る情報の発信 ・ 安全に配慮した商品の普及のための取組（安全に配慮した商品見本市の開催・安全に配慮した商品の認証制度の支援） ・ 商品・サービスの安全・安心に係る情報のプラットフォーム運営支援 ・ 製品の事故情報等についての消費者からの通報・発信を促進するための啓発	・ エシカル消費の普及促進 ・ エシカル教育の推進（他者への配慮や利他的な行動、批判的思考の重要性を含む） ・ 消費者と事業者をつなぐ観点からの消費者に対する普及啓発 ・ 他者からの適切なサポートを受けた上で自らの価値観に基づく選択ができる、自律した消費者になるための基礎的な知識・各種リテラシー教育（金融経済・デジタル）	・ 災害時等における消費生活に関する知識と理解を深めるための啓発 （災害時等において合理的に行動するための啓発、災害等に乗じた悪質商法に関する消費者への注意喚起） ・ 正確な情報の発信や災害時等における節度ある行動を促す啓発

検討部会報告書 別表（２ 各主体に期待される役割）

		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
消費者に期待される役割		・ AI等デジタル化の進展による消費者被害を防止するための消費者教育（AIにより生成された情報を鵜呑みにしないための批判的思考力の養成） ・ キャッシュレス決済についての消費者への啓発・相談体制の整備	・ 悪質な取引に関する証拠保全に係る啓発 ・ 被害回復のための取組の推進（消費者被害救済委員会）（再掲）				
	（支援する都の取組）	・ 消費者被害防止の観点からの金融経済教育の実施（暗号資産のリスクに関する啓発や、警視庁との連携による投資詐欺やフェイクサイトについての啓発など） ・ 地域や職場などでの消費者教育等の推進に、中心的な役割を果たすことができる人材の育成（消費者問題マスター講座の開催）					

検討部会報告書 別表（2 各主体に期待される役割）

	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
事業者 に期待 される役割	・コンプライアンス意識の向上 ・法令等の遵守に向けた自主的な取組 ・消費者の自律的な意思決定をゆがめることのない健全な取引環境の確保	・消費者被害発生時の適正な対応	・コンプライアンス意識の向上 ・法令等の遵守に向けた自主的な取組 ・消費者の自律的な意思決定をゆがめることのない健全な取引環境の確保	・安全に配慮した商品の供給	・事業者等による消費者教育 ・消費者志向経営の実践	・災害時等における、商品情報の適時適切な発信
(支援 する 都の 取組)	・事業者のコンプライアンス意識の醸成 ・消費者の脆弱性を利用したダーク・コマーシャル・パターンや悪質広告の排除に向けた、事業者に対する働きかけとプラットフォーム事業者との連携	・被害回復のための取組の推進（消費者被害救済委員会）（再掲） ・消費者被害発生時の事業者による対応を促す働きかけ（金融機関などを含め事業者への啓発等）	・事業者のコンプライアンス意識の醸成 ・消費者の脆弱性を利用したダーク・コマーシャル・パターンや悪質広告の排除に向けた、事業者に対する働きかけとプラットフォーム事業者との連携	・安全に配慮した商品の普及のための取組（安全に配慮した商品見本市の開催・安全に配慮した商品の認証制度の支援）（再掲）	・事業者等による消費者教育の促進 ・事業者団体等の取組に関する情報提供 ・事業者団体等との連携による消費生活講座（金融経済教育推進機構、東京都金融広報委員会等との連携した啓発活動等を含む） ・パートナー企業・団体と連携した、「TOKYO エシカル」プロジェクトの協働事業	・災害時等における、事業者による商品情報の適時適切な発信の促進

検討部会報告書 別表（2 各主体に期待される役割）

		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
事業者 に期待される 役割						・消費者が事業者に対し適切な意見発信をし、事業者がそれを商品の改善等に活かすとともに、事業者が消費者に積極的に情報開示を行う消費者志向経営の支援（消費者への広報） ・消費者の意見を商品の改善等に活かす、企業のVOC活動の支援（AIを活用したVOC活動・電話など双方向のコミュニケーションによるVOC活動の重視） ・消費者の権利を尊重した、カスタマー・ハラスメントに係る問題への関心と理解の深化及びその防止に資する行動の実践	
	（支援する都の取組）						

検討部会報告書 別表（２ 各主体に期待される役割）

	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
消費者団体等に期待される役割	・消費者の被害防止・救済のための見守り ・被害防止のための消費者への注意喚起・情報発信 ・消費者と行政を効果的に結び付ける結節点としての役割	・消費者に代わって行う被害回復の取組（集团的消費者被害回復に係る訴訟制度）	・消費者の被害防止・救済のための見守り	・安全に配慮した商品・サービスに係る情報の発信 ・商品・サービスの安全・安心に係る情報のプラットフォームの運営	・相互理解を促進する消費者への啓発活動 ・相互理解を促進するための事業者への要望	・災害時等における応急生活物資等の流通確保
	（支援する都の取組） ・高齢者等の消費者被害を防止するための見守り人材の育成及び民間事業者との連携 ・地域における消費者教育の担い手の育成 ・消費者団体との協働事業 ・多様な消費者の被害防止・救済のための見守り（福祉部門との連携・消費者安全確保地域協議会）	・消費者の利益擁護のために活動する適格消費者団体・特定適格消費者団体との連携・支援（財政的支援・相談情報の提供） ・弁護士会との連携	・多様な消費者の被害防止・救済のための見守り（福祉部門との連携・消費者安全確保地域協議会）	・安全に配慮した商品・サービスに係る情報の発信に係る支援（連携・認証） ・商品・サービスの安全・安心に係る情報のプラットフォーム運営支援（連携・助成）	・相互理解を促進する消費者への啓発活動等の支援	・消費者団体等との協定締結による、災害時等における応急生活物資等の流通確保のための体制整備

検討部会報告書 別表（２ 各主体に期待される役割）

	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
区市町村に期待される役割	・消費者の被害防止・救済のための見守り ・被害防止のための消費者への啓発 ・消費者の多様な脆弱性に対応するきめ細かい施策（消費者安全確保地域協議会等） ・地域の消費者支援活動の担い手確保	・消費生活トラブルの解決に向けた相談対応	・消費者の被害防止・救済のための見守り	・安全に配慮した商品・サービスに係る情報発信	・消費者教育（地域の特性を生かした内容を含む） ・地域の事業者と住民とのつながりを深める取組	・災害時等における消費生活に関する知識と理解を深めるための啓発（災害時等において合理的に行動するための啓発、災害等に乗じた悪質商法に関する消費者への注意喚起）
	（支援する都の取組） ・高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの充実に向けた働きかけ、支援 ・区市町村に対する消費者教育推進に向けた支援 ・多様な消費者の被害防止・救済のための見守りネットワーク（福祉部門との連携・消費者安全確保地域協議会）設置及び運営のための支援と連携（東京都版の協議会の設置） ・区市町村の消費生活行政のさらなる充実	・区市町村消費生活相談窓口の支援（情報提供、研修、助言等）	・多様な消費者の被害防止・救済のための見守りネットワーク（福祉部門との連携・消費者安全確保地域協議会）設置及び運営のための支援と連携（東京都版の協議会の設置）	・安全に配慮した商品・サービスに係る情報提供等	・地域の事業者と消費者の交流促進に関する情報提供等	・災害時等における消費生活に関する知識と理解を深めるための啓発の支援

検討部会報告書 別表（２ 各主体に期待される役割）

		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
都の消費生活部門が連携する各主体の取組	都のその他の部署	・サイバー犯罪被害防止のための情報発信・広報啓発活動の推進@警視庁 ・防災機器の不適正販売等に係る都民の被害等防止対策@東京消防庁 ・不動産取引に係る消費者向け情報提供@住宅政策本部 ・成年後見制度等の活用による消費者被害の防止・救済体制の充実@福祉局 ・多様な消費者の被害防止のための見守り（消費者安全確保地域協議会）	・多重債務者の生活再生に向けた支援@福祉局 ・不動産取引に関するトラブルの解決・防止のための相談@住宅政策本部 ・生活安全相談センター等における迅速・的確な相談の受理@警視庁	・宅地建物取引業者の指導監督@住宅政策本部 ・貸金業の指導監督@産業労働局 ・旅行業者の登録等@産業労働局 ・詐欺容疑による逮捕・立件等@警視庁	・都民生活において生じる事故防止対策の推進@東京消防庁 ・乳幼児の事故防止に向けた啓発@福祉局 ・子供の安全・安心に係る総合的な取組@子供政策連携室 ・輸入食品対策の推進@保健医療局 ・室内化学物質の低減化対策の推進@保健医療局 ・食品の適正表示の推進@保健医療局 ・生鮮品等に関する情報の提供@中央卸売市場 ・消費者が安心して売買できる既存住宅市場環境の整備@住宅政策本部	・小・中・高等学校における消費者教育の推進@教育庁 ・ファイナンシャル・ウェルビーイング実現に向けた支援@産業労働局 ・廃プラスチック・食品ロスに係る資源ロス削減の推進@環境局 ・地産地消の推進@産業労働局 ・食育推進活動支援のための情報提供@中央卸売市場 ・食育の推進@産業労働局 ・環境問題に配慮する消費者行動促進支援@環境局 ・家庭の省エネ・節電促進@環境局 ・家庭における再生可能エネルギーの普及促進@環境局 ・カスタマー・ハラスメント防止のための取組@産業労働局	・震災時等における生鮮品の確保@中央卸売市場

検討部会報告書 別表（2 各主体に期待される役割）

		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
都の消費生活部門が連携する各主体の取組	消費者庁（消費者基本計画等）	・消費者法制度のパラダイムシフトに関する調査に基づく関連法制度整備（全項目に共通） ・悪質商法等による消費者被害を未然に防止するための消費者力の育成・強化 ・キャッシュレス決済に係る消費者トラブル防止のための法整備	・消費者団体訴訟制度の更なる活用、紛争解決のための枠組みの整備 ・消費生活相談員の国家資格の取得、相談員や行政職員の研修参加、指定消費生活相談員・主任相談員の配置の促進。国家資格の取得促進については、消費者庁による消費生活相談員の担い手確保のための事業の充実を図る。 ・越境消費者トラブルへの対応	・安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる取引環境の実現に向けた施策の実効性を確保するために必要な規律は、事業者の性質に応じて、手法や介入の度合いにグラデーションを設けながら様々なバリエーションによりメリハリを利かせることが有効であると考えられる。	・消費者の安全の確保について、大別して①消費者の安全・安心の確保、②子供の安全の確保、③食品の安全性の確保に恒常的に取り組む。 ・製品安全4法の改正（デジタルプラットフォーム経由の海外事業者からの危険な製品の規制、子どもの安全確保）	・「消費者が信頼できる取引環境」、「消費者力の実践」、「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・持続可能な社会の実現・ウェルビーイングの向上を目指し、基本計画に基づく政策を強力に推進する。 ・根拠を伴う情報の発信や非常時等における節度ある行動による、健全な市場形成への積極的な参加 ・付加価値やコストの適切な価格転嫁に対する理解の醸成	・災害その他の非常の事態においても、消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めるための消費者教育を推進する。
	国の施策に対する都の取組	（都の取組） ・国の方針の率先的な具現化 ・国と連携し、先進的な取組の具現化 ・全国的に対応すべき規制や、都県をまたぐ課題、国際的な対応が求められる問題など、国が対応すべき範疇の事項に対する積極的かつ継続的な意見表明（提案、要望）					