

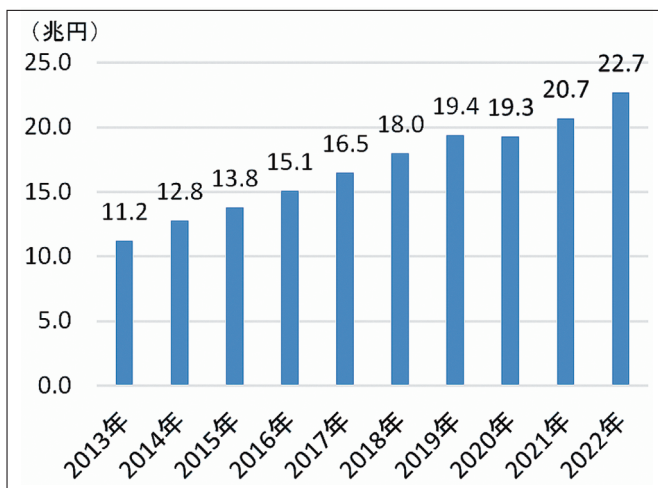
6 豊島区の消費生活

(1) 消費動向

消費行動の変化に対応した消費者教育が課題

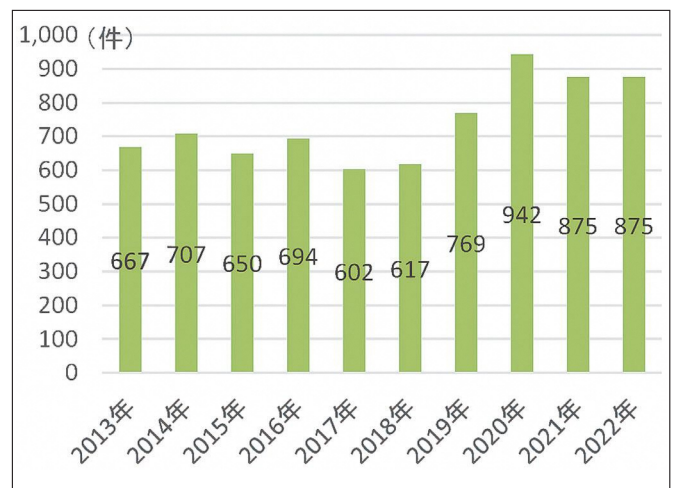
社会のデジタル化の急速な発展や、新型コロナウイルス感染症の感染拡大等により、社会環境が大きく変化する中で、消費者の意識や消費行動も変化しています。インターネット通販に代表される電子商取引*においても年々増加を続け、市場規模は 22 兆円を超えています。豊島区消費生活センターではトラブルに関する相談件数も増加傾向にあり、消費者教育の必要性が高まっています。

■「電子商取引」の市場規模■



(出典) 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」より作成

■「通信販売」に関する相談件数の推移■



(出典) 豊島区消費生活センター調べ

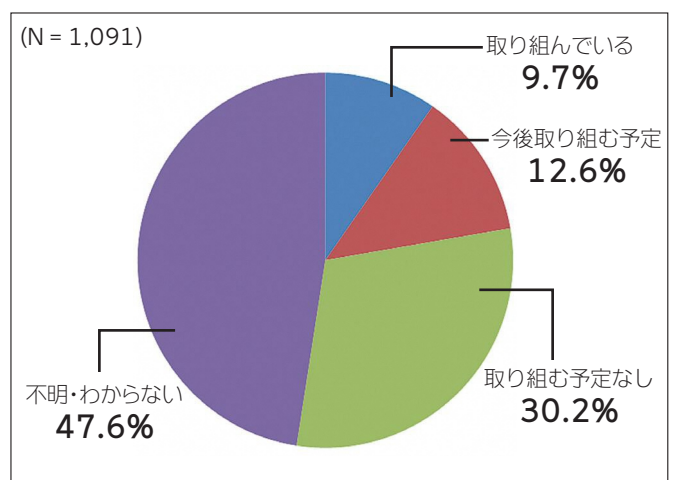
(2) SDGsに関する取組

消費者・事業者ともにSDGsに基づいた消費行動が課題

区民を対象にした意識調査によると SDGs に既に取り組んでいる区民は約 4 割となっており、取り組んでいるものとしては「マイバッグ・マイボトルを持ち歩く」や「電気をこまめに消す」といった日常生活に関するものが高い一方、「SDGs に積極的に取り組む企業を応援」は 8.5%と消費行動に関連する回答は低くなっています。

また、実態調査においては、エシカル消費*に対応した取組を行っている事業者は 9.7%と低く、「取り組む予定なし」は 30.2%、「不明・わからない」は 47.6%と事業者側においても消費行動に関する取組が進んでいない結果となっています。

■事業者におけるエシカル消費に対応する取組状況■



(出典) 豊島区「産業振興指針改定に伴う実態調査報告書-区内企業編-(2023年)」

コラム

身近なことから始めよう!SDGsの取組

豊島区では、区民、企業のみならず、そして区が一体となりSDGs推進を進めています。
みなさんも参加できる取組の一例をご紹介します。

官民一体で誇りや愛着を抱く“まちづくり”を目指す「チームとしま※」

官民が参画しそれぞれが抱えている課題や自社の資源を活かした解決策を会議の中で提言。「チームとしま※」を通じて生まれる“つながり”の中で社会課題解決を目指しています。

※「チームとしま」とは…区制 90 周年を機に発足した企業実行委員会でのつながりを、継承・発展させるための新たなプラットフォーム。企業が業種や業態を超えて、“豊島区のみちをもっとよくなること”を官民で考えて活動しています。



17

パートナーシップで
目標を達成しよう



「パートナーシップで目標を達成しよう」の達成へ

企業、区民、行政など、さまざまな団体や個人が連携し、それぞれの強みを生かした行動へ

次世代を担う子どもたちの声を聴く

「国連を支える世界こども未来会議 in TOSHIMA」

日頃から区内小学校で SDGs を学ぶ子どもたちが、未来の豊島区を描く取組。“住み続けたい未来の豊島区”をテーマに、子どもたちがグループに分かれて討議し、議場で提言を行います。

また、会議へ参加するヒントとなる準備講座として「SDGs 出前授業」も地元企業と連携して実施しています。



4

質の高い教育を
みんなに



「質の高い教育をみんなに」の達成へ

次世代の子どもたちが未来の魅力ある豊島区を描く