東京都消費生活基本計画ＰＲ版

都民の暮らし輝く東京

2024

消費者が安心して暮らせる
社会を築くために

東京都
消費生活
基本計画

はじめに

ひとりひとりの消費行動が都民の暮らしを変えます！

コロナ禍を経て、消費者の意識や行動は大きく変わりました。

非対面化が進み、インターネット通販やキャッシュレス決済、WEB会議やSNSの利用が急速に広がりました。

これにより、社会のデジタル化が一層加速するとともに、取引やコミュニケーションが多様化し、生活の利便性は向上した一方で、悪質な手口による消費者トラブルに関する相談も増えています。

また、多くの人が利他的な活動や持続可能な社会への関心を持つようになりましたが、国際目標であるSDGｓの達成にはまだまだ課題があり、今後も日々の消費行動を通じて一人一人が参画していくことが求められています。

この冊子では東京都消費生活基本計画に基づく主な取組を、世代別にまとめました。消費者被害や商品・サービスによる身近な事故を防止するために注意したいポイントや、消費生活に関するトラブルに遭ったときの相談窓口など、生活に役立つ情報のほか、SDGｓの達成に向けたエシカル消費の実践についても紹介しています。

一人一人が当事者意識を持って知識を身に付け、消費者被害を未然に防止するとともに、社会の一員として主体的に行動できる賢い消費者を目指しましょう。

東京都消費生活基本計画について

○都は、令和４年12月に、令和５年度からの５年間を計画期間とする「東京都消費生活基本計画」を策定しました。

○本計画では、政策分野ごとの5つの政策の柱と計画全体を貫く３つの視点を掲げ、取組を進めることとしています。

詳細はこちら

目次

消費生活をめぐる現状	3
全世代に共通する施策	5
子供	7
若者	9
高齢者	15
消費者被害を防止するために	17
身近な事故を防止するために	19
エシカル消費の普及啓発	21
悪質事業者通報サイトへ情報をお寄せください	23
「クーリング・オフ」制度を利用しましょう！	24
相談窓口	25

シューマ
&
エルメ

東京都の消費生活行政のキャラクター

名前はconsumer（コンシューマー：消費者）とギリシャ神話の「情報伝達の神」Hermes（エルメス）に由来

詳しくはこちらをご覧ください。

東京くらしWEB

https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/

消費生活に関する様々な情報をSNSで発信しています。

東京都 くらし・住まい

@tocho_shouhi

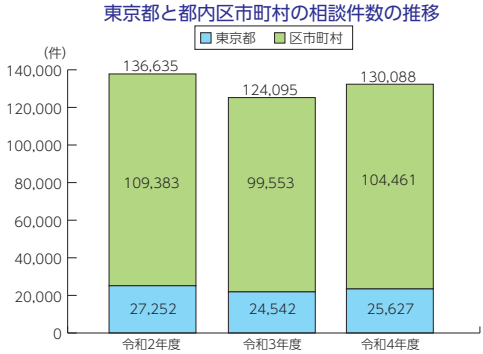
東京都消費生活

@tocho.shouhi

消費生活をめぐる現状

消費生活相談の状況

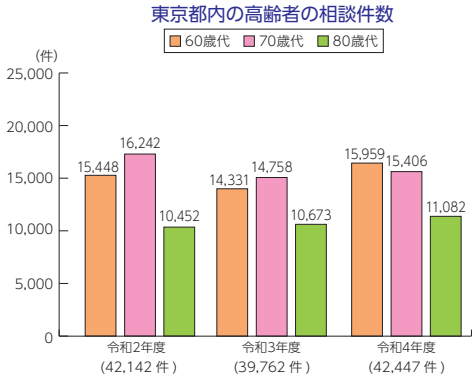
消費生活総合センター及び都内の区市町村の消費生活相談窓口に 令和4年度に寄せられた消費生活相談件数は、130,088件となっており、依然として高い水準で推移しています。



令和4年度は「インターネット通販」に関する相談が4万件近くあり、なかでも、何らかの形で「SNS」が関連する相談が増加傾向にあります。

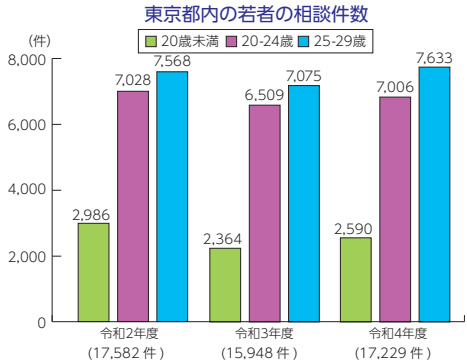
高齢者の相談

令和４年度の60歳以上の高齢者の相談件数は、約４万件で、相談全体の約30%を占めています。また、他の年代と比べて、平均契約金額が高額となっています。



若者の相談

令和４年度の29歳以下の若者の相談件数は、約１万7千件で、相談全体の約13%を占めています。20歳を境に相談件数が一気に増加しており、また、平均契約金額については、年齢とともに増加する傾向があります。



悪質事業者への指導・処分の状況

都は、不適正な取引行為による消費者被害の未然防止・拡大防止のため、特定商取引法や東京都消費生活条例等に基づき調査を行い、事業者等に対して、業務の改善の指導や業務停止・禁止命令など、厳格な指導・処分を行っています。

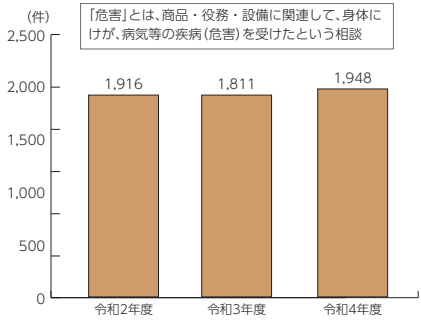
最近の行政処分事例

- 消費者宅を飛び込みで訪問し、勧誘を断った消費者を相手に「調べるだけです。」などと告げて貴金属等の物品を出させては、売るつもりのない消費者の意向を無視して、査定を進め書類を作成したり、「いまどき、こういうのは、流行らないですよ。」などと告げたりすることにより、消費者を仕方なく契約せざるを得ない状況に追い込むなどした3事業者に9か月間の業務停止命令等（令和5年12月）
- マッチングアプリ等で知り合った大学生等の若者を喫茶店等に誘い出して長時間勧誘し、借金をさせて、情報商材入りタブレットの販売及びビジネススクールの役務提供の契約をさせた3事業者に9か月の業務停止命令及び勧誘者に3か月の業務停止命令（令和5年3月）

危害に関する相談の状況

令和４年度の「危害」に関する相談は1,948件で、前年度と比べて7.6%増加しました。「化粧品」や「医療」「理美容」に関する相談が多くなっています。

東京都内の危害に関する相談件数



商品等の安全対策の取組状況

都は、商品・サービスの利用に伴う危害・危険を防止するため、危害・危険に関わる情報を的確に収集し、事故原因等を調査分析した上で、都民への情報提供等を行っています。商品等の安全性に関わる調査、商品テストについては、以下のとおり公表しました。

最近の調査、商品テスト

- ［電気ケトル］商品テスト（令和5年6月）
- ［電子レンジ］安全性に関する調査（令和5年4月）

詳細はこちら

全世代に共通する施策

東京都は、都民の消費生活の安全・安心を確保するため、消費者被害防止のための注意喚起や情報提供、悪質事業者の取締り、商品・サービスの安全対策、消費者教育、消費生活相談などの取組を進めます。

ホームページや情報誌等による情報提供

- ホームページ「東京くらしWEB」や情報誌「東京くらしねっと」等により、消費生活に関する情報を効果的に提供します。

ホームページ「東京くらしWEB」

情報誌「東京くらしねっと」

不適正な取引行為等の取締りとコンプライアンス向上の取組

- 特定商取引法、消費者安全法、景品表示法及び東京都消費生活条例に基づき、不適正な取引行為や不当な広告を行う事業者の調査を行い、指導・処分を実施します。
- デジタル社会における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します。
- 事業者が法令を遵守した事業活動に取り組んでいけるよう、法律や違反事例の解説を取り入れたコンプライアンス講習会を実施します。

商品・サービスの安全対策

- 子供や高齢者をはじめ、広く都民の安全・安心な消費生活を確保するため、商品やサービスに起因する事故や商品の安全性等について調査を行います。
- 消費者、事業者、学識経験者等で構成する東京都商品等安全対策協議会を開催し、商品等の効果的な安全対策について事業者等と連携して協議・検討を行います。
- 調査結果や協議会での検討結果を踏まえ、消費者へ注意喚起をするとともに、事業者への指導、国や事業者団体等の関係機関への要望等を行っていきます。
- 商品やサービスで実際にけがなどをしそうになった体験（「ヒヤリ・ハット」体験）事例を積極的に掘り起こし、ヒヤリ・ハットレポートなどで情報発信します。

ヒヤリ・ハットレポート

消費者教育の推進

- 消費生活に関する各種講座の開催、WEB版消費者教育読本や消費者教育DVDなどの消費者教育教材の作成、地域で消費者教育の担い手となる人材を育成するための講座の開催などにおいて、多様な人々に向け、社会のデジタル化の進展を踏まえた消費者教育を推進します。
- 区市町村の消費者教育講座の開催等について、講座テーマや開催方法などのノウハウを提供するなど、区市町村の消費者教育を支援します。

消費生活相談と消費者被害救済委員会

- 都民の消費生活に係る相談を受け付け、トラブル解決のための助言、あっせん、情報提供を行います。
- 区市町村の消費生活相談窓口を支援するため、相談員向けの研修の実施や専門家から相談処理に係る助言を受けられる機会の提供等を行います。
- 消費生活総合センター等に寄せられた苦情、相談のうち、都民の消費生活に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある紛争について、「東京都消費者被害救済委員会」に付託し、あっせん・調停を行うことにより、公正かつ速やかな解決を図ります。

消費者団体との協働の推進等

- 消費者意識の啓発、消費者団体相互の連携強化、消費者・事業者・行政の協働の推進を目的として、東京都と消費者団体が協働して、東京都の消費者月間である10月を中心に年間を通じて、シンポジウムや交流フェスタなど、オンライン配信も取り入れながら、各種イベントを実施します。

詳細はこちら

- 都内の特定適格消費者団体が集団的消費者被害回復訴訟制度による被害　回復関係業務を円滑に遂行できるよう、必要な相談情報の提供や訴訟資金の貸付けなどの総合的な支援を行うことで、消費者の被害回復を促進します。

詳細はこちら

子供

子供の事故を防止するため、事故に関する情報収集を積極的に行うとともに、日常生活での潜在的な危険性を掘り起こす調査を行い、保護者等への注意喚起や事業者への商品改善等への働きかけを行っていきます。

子供の事故防止に向けた注意喚起・情報発信

- 区市町村が開催する消費生活展、東京消防庁防災館等と連携し、家の中に潜む危険や子供服の危険について、ビジュアル的に再現する模型・パネルを展示します。
- 子育て支援団体等との協働により、子供の安全をテーマとした体験型の商品見本市を開催します。

安全に関する
印刷物・講座資料

解説パネル(子供服の安全性)

安全に配慮した商品の普及

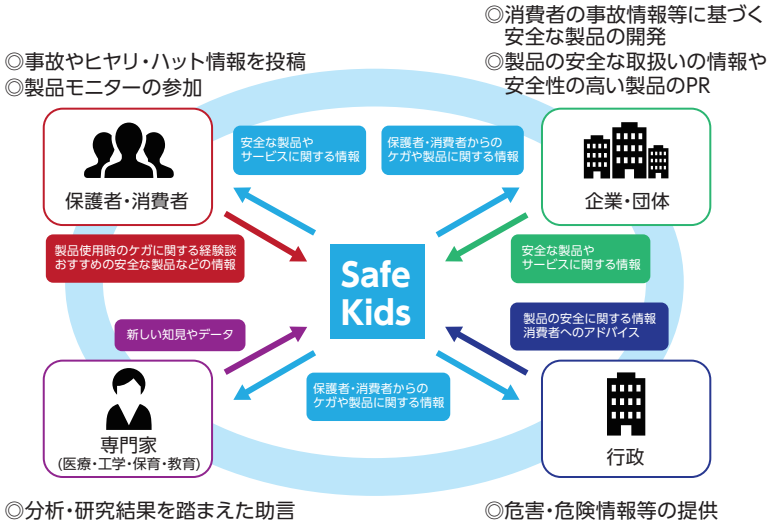
- 商品見本市において、安全に配慮した商品の展示、販売を行うほか、安全な商品の開発促進を目的とした消費者や事業者向けの啓発事業を行います。
- 子供の安全に配慮した商品の顕彰制度に都内の中小企業等が応募するために必要な審査料を補助するとともに、都内の中小企業等が応募・受賞した作品から、特に優れたもの一点に「東京都知事賞」を贈呈します。

KIDS
DESIGN
AWARD

安全に配慮した
商品の普及

民間団体と協働した事故防止の取組

製品等の安全への意識を高め、事故を減らす新たな取組として、民間団体と協働して、消費者と企業・行政をつなぐ、こどものケガを減らすためにみんなをつなぐプラットフォーム「Safe Kids」が開設されました。



運営：特定非営利活動法人Safe Kids Japan（東京都は運用を支援）

主なコンテンツ

- **みんなの声**
  こどものケガの事例やケガを減らすために役立つ情報が投稿できる
- **SNSを活用**
  InstagramやTwitterから記事を収集して紹介するとともに公式アカウントからも随時発信
- **ケガを減らすためのライブラリ**
  普段の生活の中で役に立つ知恵から、専門家向けの論文や資料、製品やサービス開発に活かせる情報まで、幅広い情報を掲示
- **安全性の高い製品のご紹介**
  キッズデザイン賞を受賞した製品や安全基準を満たした製品、それらの購入先等をお知らせ

Safe Kids

若者向け施策

成年年齢が20歳から18歳に引き下げられました！

令和4年4月から成年年齢を20歳から18歳に引き下げる改正民法が施行されました。

成年年齢が18歳に引き下げられたことにより、高校在学中に成人となり、親権者の同意がなくても、自らの判断で高額な商品購入やお金の借入ができるようになったことから、18歳、19歳の若者を狙った消費者被害の拡大が懸念されています。

都では、若者の消費者被害を防止するため、若者への消費者教育の充実に取り組んでいます。

なぜ、18歳、19歳の若者が狙われるのでしょうか？

理由 その1

自分の意思で高額な買物ができる！

親権者の同意が無くても、高額な買物ができるようになります。

理由 その2

親権者の承諾無く、お金が借りられる！

現金が無くても、クレジットカードのキャッシングや銀行ローン、消費者金融が利用できるようになります。

理由 その3

未成年者取消権が使えない！

成人になると未成年者取消権※は使えなくなります。

※未成年者取消権

未成年者が親権者の同意を得ずに結んだ高額な契約は、原則として取り消すことができるというもの

学校における消費者教育の推進

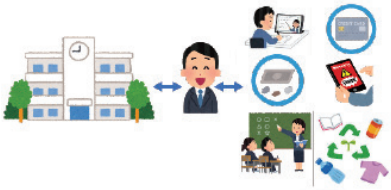
- 学習指導要領に基づいて、学年に応じた消費者教育を推進していきます。
- 東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を学校に派遣して出前講座を実施するほか、教員向け消費者教育講座の開催や情報誌の発行など、学校における消費者教育を支援します。

学校向け出前講座

教員向け情報誌

消費者教育コーディネーターの設置

- 学校における消費者教育を支援するため、消費者教育コーディネーターを設置しています。学校からの相談にワンストップで対応し、ニーズに合わせた消費者教育コンテンツ（教材、出前講座等）の紹介等を行います。

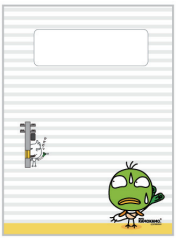


学校向けメルマガの配信

- 高校・大学・短大・専門学校等と連携し、若者からの相談が増加している手口や注意が必要な被害や商法、アドバイスをメールマガジンでお届けしています。

高校生向けに消費者教育・啓発ノートの配布

- 高校２年生を対象に、成人になる前に押さえておきたい消費生活の知識や消費者トラブルに巻き込まれた場合の相談機関を紹介した啓発用ノートを作成し、学校を通じて配布します。



効果的な消費者教育教材の作成

- 消費生活に役立つ情報を楽しくわかりやすく学習でき、家庭での自主学習や学校の授業、グループ学習などで活用できるＷＥＢ版消費者教育読本等を作成します。

詳細はこちら

チャレンジクイズ（答えは１２ページ）

メニューへ　ステージ 3 ステップ 1　買った商品を返品したい　音量 小

お店で靴を買って帰ったら、
サイズを間違えたことに気づいたんです。
靴はまだ使っていません。
買った時のレシートも持っています。
お金を返してもらいたいのですが、
返品できますか？

あなたはどう思う？

返品できない　返品できる

戻る

WEB版消費者教育読本「ちえとまなぶのず～っと役立つお金の話　～キャッシュレス決済に挑戦してみよう！～」より

計量思想の普及啓発

- 小学生の段階から計量に親しみ・興味をもってもらえるよう、夏休み期間に計量器の工作などを体験する「親子はかり教室」を開催するとともに、計量及び学校教育の関係者と協力し、「出前計量教室」の開催や計量に関係する教科の支援に取り組みます。

はかるん兄妹

詳細はこちら

悪質商法被害防止キャンペーン

詳細はこちら

- 若者の消費者被害の未然・拡大防止を図るため、1月から3月までを若者向けの悪質商法被害防止キャンペーン期間として、さまざまな啓発事業を実施します。
- 交通広告やSNSを活用した動画広告、リーフレットの配布などを行います。

保護者向けに成年年齢引下げ啓発チラシの配布

- 成年年齢引下げにより若者の消費者被害が増えるおそれがあることから、成年年齢引下げにかかる啓発チラシを作成し、都内高校2年生の保護者の方に学校を通じて配布します。

出前講座・出前寄席

- 大学等の新入生向けガイダンス、学内イベント等に、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）、大学の落語研究会や社会人ボランティアを派遣し、出前講座・出前寄席を実施します。
- 企業の新入社員研修等に講師等を派遣するなど、広く消費者教育を実施します。

出前講座

出前寄席

<チャレンジクイズの答え>返品できない

若者に向けた注意喚起情報の発信

- ホームページ「東京くらしＷＥＢ」上の情報コーナー「ちょっとお耳に入れたい話」では、話題のテーマや特に今、若者に知ってほしい内容を連載形式で、各分野の専門家がわかりやすく解説しています。

詳細はこちら

若者に多い消費者トラブル

稼げる投資を学べるというビジネススクールに勧誘され、借金をさせられた
～マッチングアプリを悪用した若者の被害が増えています～

マッチングアプリで仲良くなった人と食事をした時、「一緒にお金のノウハウを学んで稼ごう」と言われ、投資の先生を紹介された。「しっかり稼ぎたいなら、ビジネススクールで勉強したほうが良い。さらに他の人にスクールを紹介すれば紹介料として数万円支払う」と説明を受け、入会を勧められた。スクール代金は前払で約100万円だと言われたが、「お金がない」と断ると、消費者金融から借金するように言われ、借金方法を指南された。借金し、現金で支払ってしまったが解約したい。（20歳代）

東京都消費生活総合センターからのアドバイス

- 「今の収入に不安がある、もう少し稼ぎたい」という20歳代の若者を中心に、投資を教えるという「ビジネススクール」の契約トラブルが増えています。お金がないというと、「みんな借りている」、「すぐに取り戻せる」等と言って、消費者金融からの借金を勧められますが、実際には稼げるわけではなく借金だけが残ります。
- 同様に、マッチングアプリで知り合った人から、「資産形成について勉強できる」「投資に詳しい人を紹介する」等と、ビジネススクールの入会を勧誘されたという相談が多く寄せられています。こうしたケースの多くは紹介料目当てです。契約したとたんに連絡が取れなくなるケースも多いので、十分に気を付けましょう。

詳細はこちら

成年年齢引き下げを踏まえた若者をターゲットにした消費者啓発

● 若者から作品を公募する参加型事業の実施による消費者啓発を通じ、若者の消費者被害の未然防止・拡大防止を図ります。

詳細はこちら

令和5年度事業

消費者トラブルを防ぐために、若者からCMシナリオ及び動画を募集、選考された作品をもとにCM動画を制作し、若者の消費者被害防止をアピールします。

優秀賞4作品

加藤日和さんの作品

「恋愛ゲーム画面」

彼女：可愛くにこやかな表情。背景は淡いピンクでキラキラしている
「それでさ、もうすぐお母さんの誕生日なんでしょ？もうプレゼントは決めた？」
「日頃の感謝を込めて、ちょっと良いネックレスとかはどうかな？きっと喜ぶと思うよ！」
「私そういうお店で働いているからさ、特別に安く買えるようにするよ」
「それでもやっぱり高くなっちゃうけど、ローンを組んで月に一回、少しずつ払っていけばそこまで負担にならないよ」
徐々に彼女の姿が黒く悪魔のようになり、背景も赤くなっていく
「万が一お金を借りることになったとしても、その時は私がちゃんと責任もって返済を手伝うからさ」
「そうやってろくな知識もないまま私みたいな人間に搾取され続ける人生を歩めばいいんだよ」
スッと元の表情、背景に戻って
「買ってくれるでしょ？」

プレイヤーのセリフ3択
『買う』『買わない』
『消費生活センターに相談する』

NA：「東京都消費生活総合センター」

ちい森さんの作品

放課後の街角。2人の男子高校生が歩いている。
（1人が声をかけられ、セールスマンに商品と契約書を見せられる
a：「買います！」
b：「大丈夫？ちゃんと見なくて」
a：「平気平気！まだ高三だし？やばかったら取消するし」
（ヘラヘラと笑いながら言う）
b：「いやお前、今日から18だろ…」
a：「あ！」（青ざめて立ち止まる）

NA：「18歳から大人です、契約は慎重に！
東京都消費生活総合センターです」

小池優姫さんの作品

私（ほんわか女子）：「は～あ。お金欲しい～」
親友（クール系女子）：「なら良いのあるよ。教えてあげようか？」
私：「えっ！ほんと？教えて教えて！」
親友：「これなんだけど…（契約の紙）」
私：「めっちゃ稼げるし簡単じゃん！これ書けばいいんだよね！」
親友：「やっぱあんた騙されやすいわ。こういうのは私でも」
私：信用しちゃだめ」
「えぇ？」

NA：「親友でもしっかり断る事。
東京都消費生活総合センター」

渡口銀河さんの作品

漫才

芸人A・B：（手を叩きながら）「はいどうもー」
芸人B：「いやぁ、借金返してなくて困ってて さ」
芸人A：「それやったら、東京都消費生活総合センターに、相談してみたらええやん。電話でも相談できんねんで」
芸人B：「あ、でも携帯止められてて」
芸人A：「それやったら、チャットボットもあるみたいやから、パソコンとかからやってみて」
芸人B：「あ、でもパソコン質に入れてもうて」
芸人A：「連絡手段一個もないやん。でも大丈夫、直接センターに行って相談することもできるから、相談行ってみたらええやん」
芸人B：「なるほどな。じゃあ今から行ってくるわ」（舞台から降りて去っていく）
芸人A：「いや漫才どうすんねん。もうええわ」
「どうもありがとうございました」（お辞儀する）

NA：「東京都消費生活総合センター」

高齢者

高齢者の消費者被害を防止するため、高齢者に対する注意喚起・普及啓発を行うほか、区市町村における高齢者の消費者被害を防止する見守りネットワークの充実・強化等や見守り人材の育成など、高齢者を見守る体制の整備を進めます。

民間事業者等と連携した注意喚起

- 高齢者の消費者被害を防止するため、宅配業務等で直接消費者のご自宅に伺う事業者が、悪質商法被害に関する注意喚起情報（リーフレット）を高齢者や高齢者を見守る方に声かけをしながら手渡しすることで、“心に届く”注意喚起を行います。

詳細はこちら

悪質商法被害防止キャンペーン

- 高齢者の消費者被害未然・拡大防止を図るため、9月を「高齢者悪質商法被害防止キャンペーン月間」として、さまざまな啓発事業を実施します。

詳細はこちら

高齢者の消費者被害を防止する見守りネットワークの充実・強化等

- 区市町村における消費者安全確保地域協議会の設置を支援します。
- 区市町村における見守りネットワークの機能充実を図るため、各区市町村の実情に応じたきめ細かいアドバイスを行うなど、区市町村の取組を支援します。

消費者被害を防止する見守り人材の育成

- ケアマネジャー、ホームヘルパーなどの介護事業者、民生委員・児童委員、医療機関、配送事業者、町会・自治会、老人クラブのほか、地域の高齢者見守りネットワークの関係者など、高齢者を見守る方々を対象に、悪質商法の特徴、被害発見のポイント、被害発見時の対応などについて出前講座を実施します。

詳細はこちら

高齢者に多い消費者トラブル

消費者被害を防止するために

悪質商法のトラブルは意外と身近に潜んでいる

「自分は関係ない」「私は大丈夫」と考えがちな悪質商法被害ですが、実際は、意外と身近に潜んでいます。最近は、より巧妙に、より悪質になってきています。

「お試し」「無料」の言葉にも注意が必要

インターネットなどの通信販売で、1回だけお試しのつもりで申し込んだところ所定の回数購入しなければならない定期購入だったり、「無料で点検します」と言われて点検を依頼し、その後高額な工事契約をさせられる被害が発生しています。

「お試し」や「無料」といった言葉に惑わされず、申込みの際に契約内容をよく確認し、不安をあおる勧誘には、家族に相談したり、複数の業者に見積りをとるなど、慎重に検討しましょう。

SNS やマッチングアプリで知り合った人と会う時は慎重に！

SNSやマッチングアプリなどによる気軽なメッセージのやり取りを、勧誘手段として悪用する被害が急増しています。ちょっと会って食事するだけのつもりが、「いい話がある」と商品やサービスの契約を勧められたり、将来の不安をあおられたりすることもあります。その場の雰囲気で容易に契約を結ばないようにしましょう。また、悪質事業者が友達を装っている場合があるので、SNSやマッチングアプリで知り合った人と会う時は慎重に対応しましょう。

身に覚えのない請求は無視する

実在する事業者名を使った「未払いがある」といった不審な電話やメール、SMSが届いたという架空請求に関する相談が寄せられています。

身に覚えのない架空請求が届いたら、連絡をせず、無視しましょう。

おかしいなと思ったら、消費生活センターへ相談

少しでも「おかしいな」「悪質商法かな」と思ったら、ひとりで悩まず、すぐにお近くの消費生活センターへご相談ください。

動画を用いた注意喚起等の情報発信

マッチングアプリを上手に利用しましょう（動画）

こちらをクリックすると動画が視聴できます。

不当なインターネット広告への対応力を強化します！（動画）

こちらをクリックすると動画が視聴できます。

身近な事故を防止するために

商品は正しく使用しましょう

商品は、誤った使い方や通常の使用方法と異なる使い方をすると、思わぬ事故につながることがあります。商品を使用する際は、説明書や使用上の注意等をよく読んで正しく使用しましょう。

ちょっとした工夫、気配りが事故を防ぎます

高齢者であれば、段差など転倒の危険となる箇所はないか、子供であれば、手の届くところに誤飲やけがにつながる危険なものはないかなど、家庭内の環境を再確認し、家庭の状況に合った、事故を減らす工夫をしましょう。

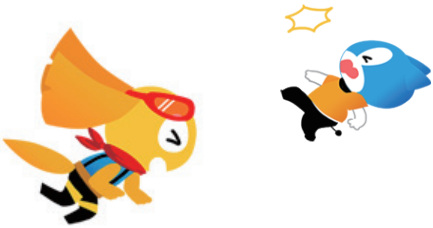
子供は、昨日できなかったことが今日できるようになることがあります

子供の成長は目覚ましく、「まだできない」と思っていたことが突然できるようになったりします。「次は何ができるようになるか？」を予測すると、安全対策をとりやすくなります。

商品の使用でけがをしたら、消費生活センターにも相談しましょう

商品の使用方法を守って使用したのにけがをした、または、しそうになった場合、メーカーのお客様相談室に相談するとともに、消費生活センターにも相談しましょう。

消費生活センターに事故やけがなどの情報が集まると、行政が同じような事故等を防ぐための対策の検討に役立てることができます。



STOP！子供のベランダ転落事故

ベランダからの子供の転落事故が繰り返し起こっています。

- 自宅の2階のベランダで台に乗って遊んでいたところ、ベランダの柵を飛び越えて転落した。
- 親が外出中に、2階のベランダを乗り越えベランダの柵ぶら下がった後、足から落ちた。

事故を防ぐポイント

ベランダ周辺環境の見直し

ベランダの柵の近くにプランター、椅子、テーブルなど子供の踏み台になるような物を置かない等

保護者の見守りや子供への教育

ベランダのある部屋に、短時間でも子供を一人にしない等

注意喚起動画「STOP！子供の転落事故」を作成しました。

詳細はこちら

自転車用ヘルメットを正しく着用しましょう!

令和5年4月1日の改正道路交通法の施行により、全年齢を対象に自転車乗車時のヘルメット着用努力義務が課されています。

ヘルメットを着用すると、致死率が下がることが確認されています。交通事故による被害を軽減するために、自転車用ヘルメットを正しく着用しましょう。

事故を防ぐポイント

- 自転車乗車時は、自転車用ヘルメットを着用しましょう。
- ヘルメットは、安全性に関する規格への適合が確認されたものを着用しましょう。
- 着用の際は、あごひもを確実に締めるなど、使用上の注意事項を守って正しく着用しましょう。

詳細はこちら

エシカル消費の推進

「エシカル消費」を知っていますか？

私たちは、ものを買ったり、食べたり、使ったり、日々何らかの消費をして生活しています。

例えば、買い物でどれを買うか選ぶとき、価格、品質、安全性のほかに、それがどのようにして作られたかといった背景や、それを選ぶことで世の中にどんな影響を与えるか、考えたことはありますか？

エシカルとは「倫理的」という意味で、「人や社会、環境に配慮した消費行動」のことを「エシカル（倫理的）消費」といいます。

なんだかちょっと難しく感じるかもしれませんが、自分のことだけでなく、自分以外の人や社会、環境のことを“ちょっと考えて、ぐっといい未来”に向けて行う消費行動がエシカル消費です。

エシカル消費 取組例

人や社会にやさしい

福祉施設で作られた製品の購入/フェアトレード商品を購入など

環境にやさしい

消費期限の近い食品から購入/再生ポリやアップサイクル製品等を購入など

地域にやさしい

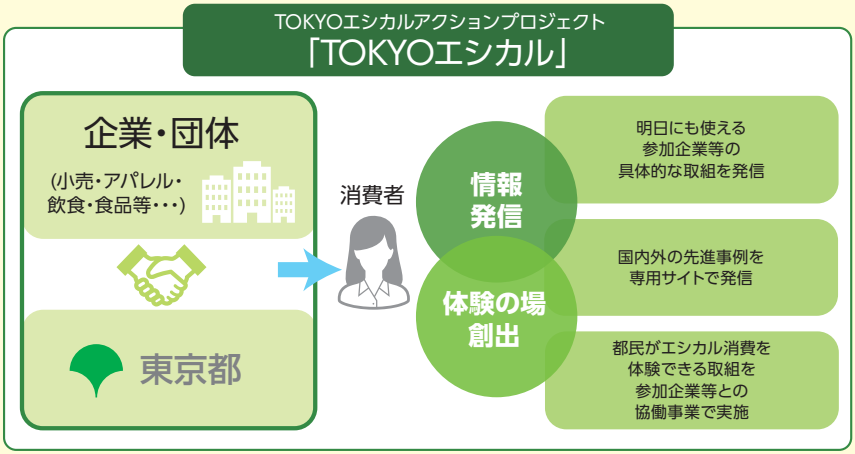
地元の産品を購入（地産地消）/被災地の産品を購入（被災地支援）など

エシカル消費を実践することで、SDGsが目指す持続可能な社会へとつながっていきます。

エシカル
消費紹介ページ

TOKYO エシカル

「TOKYOエシカル」は、エシカル消費をより多くの都民に広げていくため、エシカル消費につながる取組を実施している企業・団体とネットワークを構築し、エシカル消費を日常にするための社会的ムーブメントを創出するとともに、エシカル消費を実践しやすい環境の整備を目指していくプロジェクトです。



パートナー企業・団体とともに、エシカル消費とはなにか、なにをすればよいかなどエシカル消費に係る情報発信や体験型の取組を実施していきます。

公式WEBサイト
https://www.ethical-action.tokyo/

公式Instagram
https://www.instagram.com/tokyo_ethical/

悪質事業者通報サイトへ情報をお寄せください

窓口に相談するまでではないけれど、困った経験をしたことはありませんか？
受けた被害や不当と思われる広告表示をこのサイトに通報してみませんか。

「東京くらしWEB」内の専用バナーからお入りください

★スマホからも利用できます！

詳細はこちら

通報先選択

それぞれの「通報フォーム」へ

★「通報フォーム」には、**①事業者の名称・手口、②通報される方のお名前、連絡先など**の入力をお願いします。
★相談窓口ではありませんので、いただいた情報への回答はいたしません。あらかじめご了承ください。
★具体的な被害に関するご相談は、最寄りの消費生活センターでお受けいたします。東京都消費生活総合センターTEL.03(3235)1155

訪問販売・電話勧誘販売などの契約解除には、
「クーリング・オフ」制度を利用しましょう！

クーリングオフとは、訪問販売などの特定の取引の場合に、一定期間であれば、無条件で契約解除できる制度です。事業者などから強引な勧誘を受け、契約をしてしまった場合などに利用できます。

クーリング・オフ手続の手順

1 契約書面を受け取った日を含めて８日または 20 日以内に書面または電子メール等の電子媒体で通知します。

▼

2 ハガキまたは電子メール等の電子媒体に記載し、ハガキまたは電子媒体の画面をコピーします。コピーは大切に保管してください。

▼

3 ハガキは「特定記録郵便」または「簡易書留」で送ります。

▼

4 支払ったお金は、全額返金を要求できます。商品の引取り料金は事業者負担です。

ハガキの書き方の例

通 知 書

次の契約を解除します。

契約年月日　令和○年○月○日
商　品　名　○○○○
契 約 金 額　○○○○円
販 売 会 社　株式会社 ××××
　　□□営業所
　　担当者 △△△△

支払った代金○○○○円を返金し、
商品を引き取ってください。

令和○年○月○日
東京都○○市○○町○番○号
氏 名 ○○○○

詳細はこちら

クーリング・オフができる期間は以下のとおりです。

訪問販売(キャッチセールス、アポイントメントセールス等)、特定継続的役務提供(エステティックサロン、語学教室等)、電話勧誘販売、訪問購入(いわゆる訪問買取)	**8日間**
業務提供誘引販売取引(内職・モニター商法)、連鎖販売取引(マルチ商法)	**20日間**

- 通信販売は、原則クーリング・オフができません。
- 消耗品（化粧品・健康食品）で使用した分は、原則クーリング・オフができません。

クーリング・オフの適用には条件があるので、詳しくは消費生活センターに相談してください。

相談窓口

消費生活相談

消費者ホットライン　（局番なし）188

※お住まいの区市町村等の消費生活相談窓口につながります

東京都消費生活総合センター

月曜日～土曜日　9時～17時（祝日・年末年始（12/29～1/3）を除く）

・消費生活相談	03（3235）1155
・高齢者被害110番	03（3235）3366
・架空請求110番	03（3235）2400
・高齢消費者見守りホットライン	03（3235）1334

聴覚に障害がある等、電話による相談がしづらい方からの相談も受け付けています

聴覚障害者向けメール相談

専用ページはこちら

専用のページから事前質問に回答し、
メールを送付してください
※回答には1週間程度かかる場合があります

タブレット端末を利用した手話通訳による相談

予約は必要ありません。受付時間内に直接センターにお越しください

区市町村の消費生活相談窓口

お住まいの区市町村でも相談を受け付けています。区市町村によって受付時間が異なるため、詳細は以下のホームページをご覧ください。

23区

市・町

不動産取引相談（宅地建物取引業法関係）

東京都住宅政策本部住宅企画部不動産業課

指導相談担当　03（5320）5071（電話相談・面談相談予約受付）

月曜日～金曜日（祝日・年末年始（12/29～1/3）を除く）
電話相談：9時～17時30分
面談相談：【事前予約制】10時～12時、13時～16時

賃貸住宅に関する相談、不動産取引の事前相談

東京都住宅政策本部住宅企画部不動産業課

賃貸ホットライン　03（5320）4958（電話相談・面談相談予約受付）

月曜日～金曜日（祝日・年末年始（12/29～1/3）を除く）
電話相談：9時～17時30分
面談相談：【事前予約制】10時～12時、13時～16時

多重債務に関する相談

東京都消費生活総合センター

03（3235）1155

月曜日～土曜日　9時～17時（祝日・年末年始（12/29～1/3）を除く）

東京都生活再生相談窓口（多重債務者生活再生事業）

03（5227）7266

月曜日～金曜日　9時30分～18時（祝日・年末年始（12/29～1/3）を除く）

ネット・スマホのトラブル相談

インターネット　なやみゼロに
電話相談　0120－1－78302

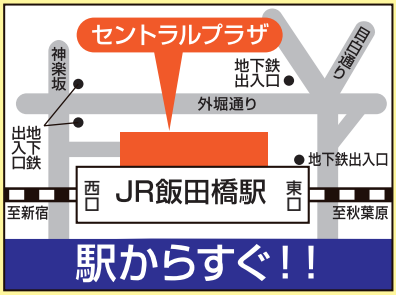
月～土曜日（祝日・年末年始（12/29～1/3）を除く）15時～21時

LINE相談　受付時間は電話相談と同じ
メール相談　24時間受付中！

こたエール

東京都消費生活総合センター

〒162-0823
東京都新宿区神楽河岸1-1
セントラルプラザ16階



消費生活相談

[受付時間]月～土曜・午前9時～午後5時
（日・祝日・年末年始はお休みです。）

TEL.03-3235-1155

（局番なし）**TEL.188**
いや　や！
泣き寝入り！

お住まいの区市町村等の
消費生活相談窓口につながります

東京都

都民の暮らし輝く東京
～消費者が安心して暮らせる社会を築くために～
[編集・発行] 東京都生活文化スポーツ局消費生活部企画調整課
（電話 03 (5388) 3053)
[デザイン]シンソー印刷株式会社