

都民の
暮らし輝く

東京
2026



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

「消費者市民社会」を知っていますか

皆さんは、「消費者市民社会」という言葉を聞いたことがありますか。

消費者が、年齢や障害の有無などの特性や多様な生活スタイルをお互いに尊重し、一人ひとりの消費行動が将来にわたって、社会、経済、環境を変えていくことができるということを理解して、公正で持続可能な社会の形成に主体的に参画する社会のことです。

かつての「消費者」は「事業者が供給する商品やサービスの受け手」でした。デジタル化は、私たちの暮らしを変え、コロナ禍を経て非対面・非接触型のサービスやコミュニケーションツールが浸透したことで、「消費者」の行動も大きく変わりました。個人間取引や副業なども手軽になり、事業者や商品の評価を発信することも簡単になりました。私たち「消費者」の姿は、大きく変わりました。

このような変化は、生活を便利で豊かにする一方、新たな消費者トラブルも発生させています。マルチ商法やカスタマーハラスメントなど、消費者が意図せず加害者になってしまう事例もあります。消費者が安心して暮らせる社会を築くために、被害防止の取組に加え、「消費者自らの消費行動」のあり方が期待されていることを理解し、実践していく必要があります。

この冊子は、皆さんのより良い消費行動に向けたヒントとなるよう、東京都消費生活基本計画の主な取組を、世代別にまとめています。消費者被害防止のために注意したいポイントや、人や社会、環境に配慮した消費行動であるエシカル消費のほか、相談窓口のご案内も掲載しています。

一人ひとりが当事者意識を持って知識を身につけ、「消費者市民社会」の構築に向けて消費者が主体的に行動する東京を目指していきましょう。

東京都消費生活基本計画について

- 計画期間は、令和5年度から9年度までの5年間です。
- 5つの政策の柱と3つの視点を掲げ、取組を進めています。

詳細はこちら



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/hourei/kihon/>

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
エシカル消費の推進	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。



<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 暮らし・住まい

 @tocho_shouhi



東京都消費生活

 @tocho.shouhi



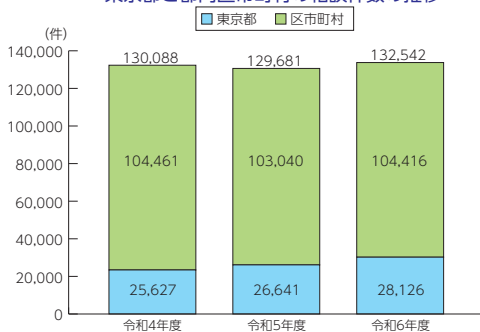
消費生活をめぐる現状

消費生活相談の状況

消費生活総合センター及び都内区市町村の消費生活相談窓口にて令和6年度に寄せられた消費生活相談は、132,542件で、引き続き高い水準となりました。

令和6年度は、「インターネット通販」に関する相談が3万1千件で、「SNS」が関連する相談の割合が増加しています。また、「美容医療」の相談が大幅に増加し、中でも「医療脱毛」の解約トラブルが激増しました。

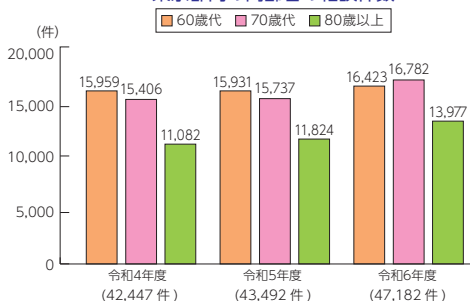
東京都と都内区市町村の相談件数の推移



高齢者の相談

令和6年度の60歳以上の高齢者の相談件数は、約4万7千件で、相談全体の35.6%を占めています。また、70歳以上の相談は約3万件と増加しています。

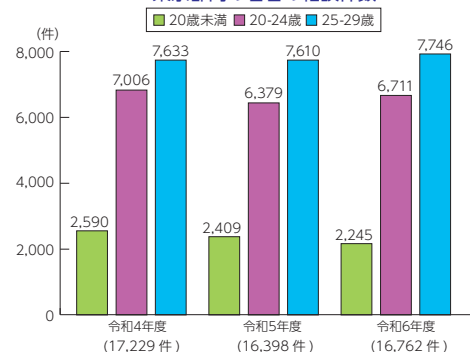
東京都内の高齢者の相談件数



若者の相談

令和6年度の29歳以下の若者の相談件数は、約1万6千件で、相談全体の12.6%を占めています。また、成年年齢引き下げ後も20歳以上になると相談件数が増加する傾向が続いており、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。

東京都内の若者の相談件数



悪質事業者への指導・処分の状況

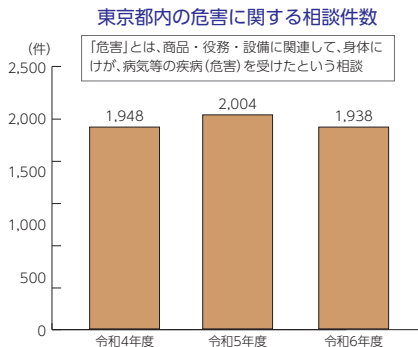
都は、不適正な取引行為による消費者被害の未然防止・拡大防止のため、特定商取引法や東京都消費生活条例等に基づき調査を行い、事業者等に対して、業務の改善の指導や業務停止・禁止命令など、厳格な指導・処分を行っています。

最近の行政処分事例

- 「ゴキブリの卵がある」等と嘘を告げて害虫駆除・対策の役務提供契約を勧誘する訪問販売事業者2社に12か月の業務停止命令等
- 「隣の家で工事している」「屋根が壊れているように見えた」などと嘘を告げて屋根工事等を勧誘していた訪問販売事業者に12か月の業務停止命令等
- ガス器具の点検の約束を取り付けて消費者宅を訪問し、「不完全燃焼して危ない」などと告げて交換工事を勧誘する事業者に6か月の業務停止命令等

危害に関する相談の状況

令和6年度の「危害」に関する相談は1,938件で、前年度と比べて3.3%減少しました。「医療」「化粧品」「健康食品」に関する相談が多くなっています。



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。

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/anzen/test/>

詳細はこちら



最近の調査、商品テスト

- [傘] 安全性に関する調査(令和7年3月)
- [水たばこ] 安全性に関する調査(令和7年3月)

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。

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/> \

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/kurashi/>

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な体験（「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



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/anzen/hiyarihato/> \

消費者教育の推進

- 消費生活に関する各種講座の開催、消費者教育Web教材や消費者教育DVDなどの教材の作成、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。

消費生活相談と東京都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、情報提供等を行います。
- 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を提供します。
- 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、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、消費生活に関する各種イベントを実施します。

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/center/gekkan/>

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。

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/etc/soshouseido.html>

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の服の危険について、ビジュアル的に再現する模型・パネルを展示します。

安全に関する
印刷物・講座資料



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/anzen/publication/>



解説パネル(子供服の安全性)

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にぶら下がった後、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

詳細はこちら



https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/anzen/kigaikiken/2025/documents/beranda25_05.html



注意喚起動画「STOP! 子供の転落事故」を作成しました。



安全に配慮した商品の普及

- 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商品見本市セーフティグッズフェアを開催し、子供の安全に配慮した商品の展示を行うほか、実際にさわって体験できるワークショップ等を実施します。

令和7年度のセーフティグッズフェア



- 子供の安全に配慮した商品の顕彰制度(キッズデザイン賞)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



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/anzen/safetygoods/>

若者

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引き続き懸念されます。

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契約(買物)ができる!

親権者の同意が無くても、高額な契約(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!

大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

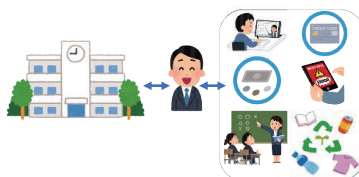


https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/manabitai/de_koza/school.html

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/manabitai/shouhisha/>

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。

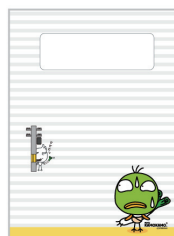


学校向けメルマガの配信

- 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ます。

高校生向けに消費者教育・啓発ノートの配布

- 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、都内すべての高校2年生に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消費者教育Web教材等を作成します。

<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/manabitai/kyouzai/>

詳細はこちら



チャレンジクイズ (答えは12ページ)

契約成立に伴う権利と義務



Q1

消費者がお店で、1足5,000円のスニーカーを購入した場合、契約はいつ成立したでしょうか？ 該当するイラストをクリックしましょう。

1



消費者が「1足5,000円のスニーカーをください」と言ったとき。

2



店員が「はい。分かりました。」と答えたとき。

3



消費者が代金を払い、店員がスニーカーを渡しながら代金を受け取ったとき。

消費者教育Web教材「知っているようで知らない!? インターネット通販の基礎知識」より

計量制度の普及啓発

- 小学生を対象とした夏休み「親子はかり教室」とともに、計量・学校関係者と連携し、「出前計量教室」や教員向け計量体験学習プログラムの提供に取り組んでいます。また、広く子供たちを対象に、江戸時代等の計量を体験できるウェブサイト「計量ミュージアム」を展開しています。



はかるん

詳細はこちら



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/keiryu/work/work8.html>

悪質商法被害防止キャンペーン

- 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。



詳細はこちら



https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/center/campaign/wakamono_press.html

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、都内すべての高校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



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

出前寄席



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

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」の情報コーナー「ちょっとお耳に入りたい話」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



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/wakamono/omiminiiretai/>

若者に多い消費者トラブル

美容に関するトラブル

美容医療や脱毛エステの「通い放題」につられて契約したが、予約が取れず支払いだけが残るなどのトラブル。



カモにならないために…

- 「今日契約するなら割引」などの勧誘にあわせてその場で契約せず、持ち帰って判断する。
- 必ず契約時に申込書面の内容（施術期間、回数、契約額）と支払方法（特に分割払の総額）を確認する。
- 契約前に身体へのリスクや安全性について説明を求め、慎重に検討する。

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



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/manabитай/tieup/seinen>

令和7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3作品

さささんさんの作品

アイドルAがライブで感謝の手紙を読み上げる。

アイドルA: 「いつも私の隣で私のことを励ましてくれるメンバー」
「私のことをずっと応援してくれているファンの子たち」
「このライブを支えてくれているスタッフのみなさん」
「本当に本当にありがとうございます」
「そして何よりも…私が一人暮らしを始めたとき、
悪質な契約で困った私を助けてくれた…」

ファン: 「うわー絶対お母さんだ、泣けるー」

アイドルA: 「消費生活総合センター」

ファン: 「え…」

NA: 「東京都消費生活総合センター」

広瀬蒼真さんの作品

先頭を走っている馬(あなた)逃げ切れるのか!!

実況: 「後ろから『誘惑』が迫ってきています!」
解説: 「これは耳触りの良いことを言って実は
何の効果もないサプリとかを買わせるやつですねー。」
実況: 「おっと! その後ろから『スカウト』がやってきたぞー」
解説: 「これはですね。上京したての子を狙った
悪いスカウトマンがお金だけ取っていきやつですねー。
危険ですよ」
実況: 「またまたきました! これは『アルバイト詐欺』だー!」
解説: 「これは簡単な仕事で大金が手に入ると
言われるやつですね。社会はそんな甘くないですよ。」
実況: 「しかし! 差は縮まらない!
そのまま、そのままゴール! 逃げ切ったー!」

NA: 「社会は甘くない。頑張った先に未来はある。」
「東京都消費生活総合センター」

ゆちさんの作品

(年代ばらばらの人が集まった野球の試合の場面)
(本人19歳: ショートを守っている)
(ユニホームには年齢が書かれていて、19~65歳までいる)
(相手: 「悪質業者」と書かれた野球のユニホームを着ている。
悪質業者のバッターが打球を打つ)
全部ショートを守っている本人に飛んでくる...5連続くらい)

「カキーン!!」
「カキキーン!!!」
「ぐあキキーン!!」...
「なんで全部俺のところに飛んでくるんだ... (へとへとになっている)」
「カキーン」
「カキキーン!!!」
「もしかして、俺、狙われているのか?!!」
(悪質業者に狙われていることに気が付く)
「ひっひっひっ...」
(悪質業者みんなで集まって本人に向かって
にやにやした悪い顔で狙っている様子)

「悪質な業者に狙われていると思ったら
東京都消費生活総合センターまで」

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、区市町村における見守りネットワークの充実・強化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、宅配業務等で消費者の自宅を訪問する事業者が、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



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/manabital/tieup/project/2025.html>

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



https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/center/campaign/kourei_press.html

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。
- 区市町村における消費者安全確保地域協議会の設置に向けた働きかけを行います。

詳細はこちら



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/korei/mimanori/>

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、金融機関、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



https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/manabitai/de_koza/kourei.html

高齢者に多い消費者トラブル

通信販売トラブル

「お試し価格」で購入したら、「定期購入が条件」だった！

An illustration showing a woman on the left sitting at a table with a cup of coffee, looking at her smartphone. A speech bubble above her says '健康食品 購入回数の縛りなし 今日だけお試し! 500円' and another says 'お試しだけ買ってみようかな'. An arrow points to the right, where the same woman is shown looking distressed while talking on her phone. Her speech bubbles say 'つながらない' and '解約できない'.

ここに注意

- SNSやネット上の情報を安易に信用しない。
- 安さを強調した広告に注意する。
- 注文確認前に、購入・返品条件をよく確認する。
- ネット通販では、広告や最終確認画面をスクリーンショット*で保存する。

見逃さない

- 見慣れない商品が増えたり、定期的な商品が届いていないか気をつける。

通信販売には、法律上のクーリング・オフ制度はありません。

*パソコンやスマートフォンなどの画面に表示されている情報を画像として記録する機能のこと。

消費者被害を防止するために

悪質商法の手口が巧妙化しています

「自分には関係ない」「私は大丈夫」と思いがちな悪質商法被害ですが、意外と身近に潜んでおり、手口はより巧妙・悪質になっています。

「お試し」「無料」などの誘い文句に注意

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が、実は複数回の購入が必要な定期購入だったり、「無料で点検します」と言われて依頼したところ、不安をあおられて高額な工事契約をさせられるケースが増えています。

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

SNSやマッチングアプリを悪用した契約トラブルに注意

SNSやマッチングアプリでの気軽なやり取りを勧誘手段として悪用したトラブルが急増しています。ちょっと会うつもりが、「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るケースもあります。また、悪質事業者が友達を装って近づく場合もあるため、SNSやマッチングアプリで知り合った人と会うときは十分注意してください。その場の雰囲気ですぐに契約を結ばないようにしましょう。

「料金未納」などのSMSやメールに注意

実在する事業者名を使い、「料金未納がある」などと不安をあおる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。

身に覚えのない請求が届いた場合、相手に連絡せず、無視しましょう。

おかしいなと思ったら、すぐに消費生活センターへ相談を

少しでも不安を感じたり、「悪質商法かも」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

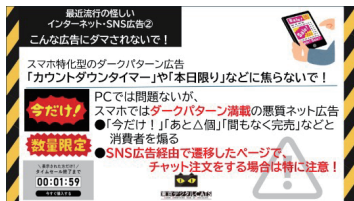
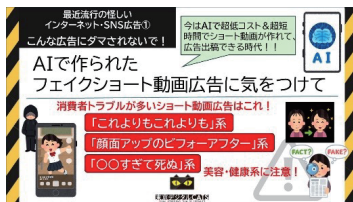
不当な広告表示を適正化する取組

<東京デジタルCATS>

(CATS = Clean Advertising Team of Specialists)

不当な広告表示の最新事情や調査に必要な専門的知見、デジタル技術等に高い専門性を備えたチーム(弁護士やIT専門家・消費生活相談員等7人)から助言を受け、監視や指導に活かしています。

膨大なインターネット広告について、事業者自らが適正な表示を行っていくよう働きかけるとともに、消費者被害の防止やリテラシーの向上を目指し、不当表示に対して社会全体で厳しい目を向けるための情報発信を行っています。



メッセージ動画や情報発信の取組等を掲載しています

東京デジタルCATS



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/torihiki/hyoji/cats/>

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場合があります。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ります。「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。



海や川などではライフジャケットを着用しましょう!

河川、海等における水難事故は毎年絶えず発生しており、おぼれる事故は「子供」だけでなく「大人」でも起こっています。

ライフジャケット着用に係るポイント

- ライフジャケットを着用していると、口と鼻がしっかりと水上に出るため、安定した呼吸ができます。
ライフジャケットは体にフィットするものを選び、ベルトを締め付けて着用しましょう。

詳細はこちら



<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/anzen/kigaikiken/2025/lifejacket.html> \

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



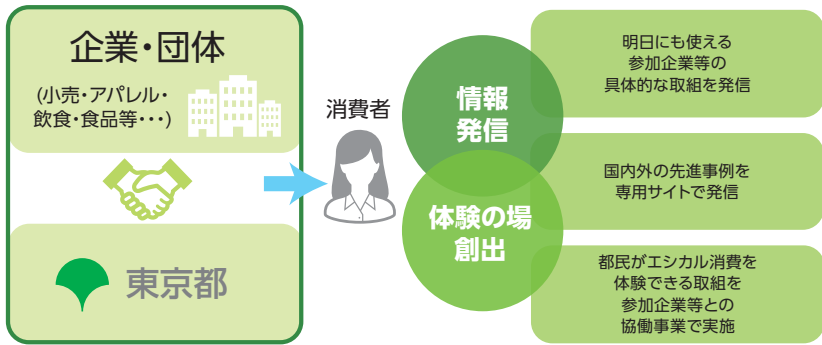
<https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/manabita/ethical/>

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。

TOKYOエシカルアクションプロジェクト 「TOKYOエシカル」



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。※令和8年3月現在：パートナー297企業・団体



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

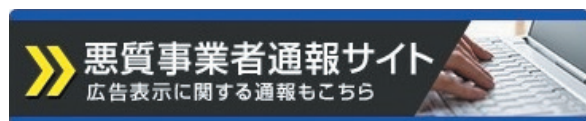


公式Instagram
https://www.instagram.com/tokyo_ethical/

悪質事業者通報サイトへ情報をお寄せください

窓口にご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



<https://www.shouhiseikatsu.metro.tokyo.lg.jp/tsuho/>

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・サイドビジネス商法等の契約解除には、 「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。電子メールや事業者のウェブサイトの専用フォームなどの電子媒体に加え、ハガキで通知することもできます。

クーリング・オフについて

メール等の場合

契約書面を受け取った日を含めて8日
または20日以内に通知します。

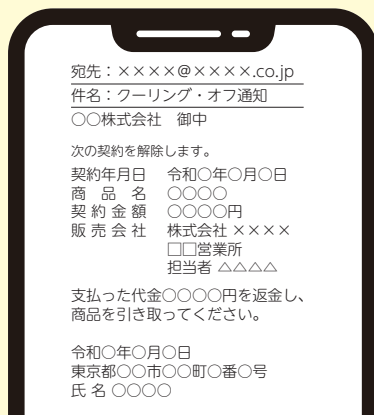
送信したメールは大切に保管してください。
ウェブサイトの専用フォーム等は、画面のス
クリーンショットを大切に保存してください。

支払った代金は、全額返金を要求できます。
商品の引き取り費用は事業者負担です。

※ハガキなど文書で通知する場合も、メールの記載例と同内容を記載し、「特定記録郵便」か「簡易書留」で送ります。ハガキの両面をコピーし、大切に保管してください。

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

メールの記載例



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(サイドビジネス商法等)、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・オフについて分からないときは、悩まず、
消費生活センターに相談してください。**

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 |

聴覚に障害があるなど電話による相談がしづらい方向けの相談

聴覚障害者向けメール相談

相談入力フォームから入力してください

https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/sodan/mail_4.html

詳細はこちら



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

外国語による相談

外国語 (英語・中国語・韓国語・タガログ語・ベトナム語) による相談を行っています。予約は必要ありません。受付時間内にお電話ください

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。

詳細は以下のホームページをご覧ください

23区



https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/link/mado_ku.html

市・町



https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/link/mado_shi.html

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民間住宅部不動産業課

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民間住宅部不動産業課

賃貸ホットライン
(賃料値上げ特別相談窓口) 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



<https://www.tokyohelpdesk.metro.tokyo.lg.jp/>

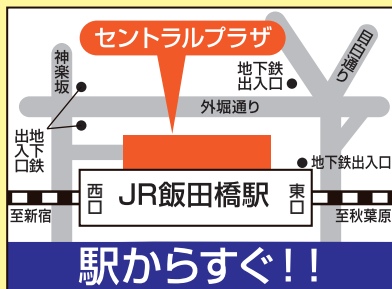
東京都消費生活総合センター

〒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

い や や !
(局番なし) **TEL. 1 8 8**
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

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] 東京都生活文化局消費生活部企画調整課

(電話 03 (5388) 3069)