



2018

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

東京都消費生活基本計画

はじめに

悪質商法をはじめとする消費者被害は、未だ後を絶ちません。都内の消費生活センターに寄せられる相談件数は、12万件を超え、依然として高い水準で推移しています。

近年、スマートフォンの普及や電子商取引の増加など、消費者を取り巻く環境は、目まぐるしく変化しています。SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を悪用した若者への勧誘や仮想通貨にまつわる投資のトラブルなど、消費者を欺く新たな悪質商法の手口も発生しています。

一方、持続可能な社会を形成していくために、消費者一人ひとりがどのような行動ができるのか、という視点も重要です。

今回、都では、消費生活に関する政策をパッケージとしてとりまとめた「東京都消費生活基本計画」を策定しました。

この冊子では、「人」に着目し、計画に基づく平成30年度の主な取組を、わかりやすく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ていただきたいポイントや、消費生活に関する不安を感じたり、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、人・社会・環境に優しい「エシカル消費」の特集も掲載しています。

都は、消費生活の安全・安心の確保、そして都民の健康で豊かな消費生活の実現にしっかりと取り組んでまいります。

東京都知事 小池百合子



東京都消費生活基本計画について

- 都は、平成30年3月に、平成30(2018)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。

東京都消費生活基本計画



目次

● 消費生活をめぐる現状	3
● 全世代に共通する施策	5
● 乳幼児	7
● 小学生・中学生・高校生	9
● 若者	11
● 高齢者	13
● 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!	15
● 消費者団体	16
● 事業者・事業者団体	16
● 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(倫理的)消費	21
● 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

東京都はホームページ、SNSで、消費生活に関連する様々な情報を発信しています。

東京くらしWEB

<http://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.jp/>



Twitter

東京都消費生活行政



Facebook

東京都消費生活



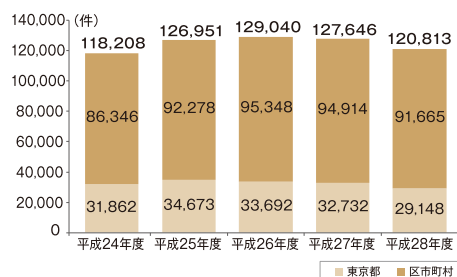
消費生活をめぐる現状

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て平成28年度に寄せられた消費生活相談件数は、120,813件となっており、依然として高い水準で推移しています。

平成28年度の相談の特徴としては、インターネットを利用した架空・不当請求に関する相談が最も多く、その中でも、有料サイト利用料の架空請求の相談が増加しました。また、インターネット通販等で、「お試し」のつもりで健康食品などを申し込んだら、実際には4～6回購入しなければならない「定期購入」だったという相談が増加しました。

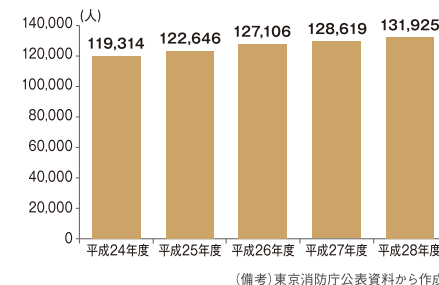
▼ 東京都と都内区市町村の相談件数の推移



日常生活における事故の状況

平成28年の都内における事故による救急搬送人員数は、131,925人でした。前年と比べて3,306人(2.6%)増加しており、年々増加傾向にあります。

▼ 都内における救急搬送人員数の推移



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、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。

平成29年度

- ✓ フードジャーの安全性に関する商品テスト
- ✓ 磁石の安全な使用に関する調査

[詳細はこちら](#)



また、商品やサービスの安全性について検討を行うため、消費者及び事業者、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、以下のテーマで検討を行いました。

平成29年度

- ✓ 子供のベランダからの転落防止のための手すりの安全対策

[詳細はこちら](#)



平成29年度行政処分事例

- ✓ 消費者宅を訪問して貴金属の売却を迫る訪問購入業者に業務改善を指示
- ✓ 無料点検を装った汚水桝及び排水管清掃事業者に業務停止命令(3か月)
- ✓ 屋根リフォーム工事等の訪問販売業者に業務停止命令(6か月)
- ✓ 飛び込みで消費者宅を訪問し、言葉巧みに貴金属の買取りを勧誘する訪問購入業者に業務改善を指示
- ✓ エキストラのバイト募集、オーディションを口実に消費者を呼び寄せ、レッスン契約を締結していた事業者にも業務停止命令(9か月)

[詳細はこちら](#)



消費生活に関する法令改正

消費者契約法の一部改正(平成29年6月施行)

契約の取消し事由(過量な内容の契約など)の追加、取消権行使期間の伸長、消費者の解除権を放棄させる条項の無効など

[詳細はこちら](#)



特定商取引に関する法律の一部改正(平成29年12月施行)

訪問販売、通信販売、電話勧誘販売等における規制対象の拡大、処分事業者の役員等に対する業務禁止命令制度の創設など

[詳細はこちら](#)



全世代に共通する施策

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による情報提供

- ✓ ホームページ「東京くらしWEB」により、消費生活における悪質被害や商品事故等の未然防止のための情報、その他消費生活に関する情報を迅速かつ効果的に提供します。
- ✓ 消費生活に関する様々な話題を掲載した情報誌「東京くらしねっと」を手の取りやすい場所に配置し、都民に役立つ情報を提供します。

ホームページ
「東京くらしWEB」



情報誌
「東京くらしねっと」



悪質事業者の取締りと不当表示の監視

- ✓ 特定商取引法、消費者安全法及び東京都消費生活条例に基づき、悪質事業者の調査を行い、指導・処分を実施します。
- ✓ これまでの体制に加え、情報管理班(仮称)を新たに設置し、迅速に端緒情報や適用法令の整理、情報の多角的な分析を行い、不適正な取引行為等を行う事業者の取締りを強化します
- ✓ 新たに不当表示の通報受付を開始するとともに、現在運用している悪質事業者及び架空・不当請求の通報サイトと合わせて都民からの通報受付を一元化し、都民が通報しやすい環境を整えます。

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し、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



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、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、都が持つノウハウの提供を行うなど、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。
- ✓ これまで相談がしづらかった聴覚障害者向けに、電子メールによる相談を新たに開始します。
- ✓ 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。

乳幼児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

- ✓ 子育て中の保護者等が多く集まるイベントや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。

安全に配慮した商品の普及

- ✓ 事業者団体等と連携し、安全に配慮した見本市「セーフティグッズフェア」を開催し、安全な商品の展示、販売を行います。
- ✓ 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が応募するために必要な審査料を補助するとともに、補助制度を活用し、応募・受賞した作品から、特に優れたものの一点に「東京都知事賞」を贈呈します。

安全に配慮した商品の普及



事業者等と連携した安全対策の推進

- ✓ 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・検討します。
- ✓ 協議会の検討結果を踏まえ、商品等の安全対策の強化や消費者への積極的な注意喚起について、事業者団体、国等に対して提案・要望を行うとともに、消費者への注意喚起を行います。

東京都商品等安全対策協議会



歯みがき中の子供の事故を防止するために、喉突き防止対策を施した歯ブラシの使用や保護者の見守りの中で床に座って歯みがきをするなど、事故のリスクを低減しましょう。

ドアの指はさみは場合によっては指を切断するなど、重大な事故につながります。
指はさみ防止グッズの設置等の指はさみ防止対策や子供がドアで遊ぶことがないように気をつけましょう。



子供のベランダからの転落事故を防止するために、ベランダに足掛かりになるものを置かないことや子供が小さいうちは部屋で子供が一人にならないように注意しましょう。

小学生・中学生・高校生

小学生や中学生、高校生が消費生活に関する知識等を習得できるよう、学校において消費者教育を進めていくほか、学校の授業で活用される消費者教育教材の作成等を行います。

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など、学校における消費者教育を支援します。

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、家庭での自主学习や学校の授業、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。

消費者教育教材等検索サイト



ネットやケータイ等に関する家庭等のルールづくり

- ✓ インターネットや携帯電話・スマートフォン等の悪影響から青少年を守るため、青少年や保護者等を対象としたファミリーeルール講座を開催します。

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」の開催や計量に関する教科の支援に取り組みます。

○×クイズ(小学生向け)(答えは12ページ)

買物に行く前に気をつけることは次のうちどれですか。

- ① 何を作るか決めてから買い物をする。
- ② 家族の人数に合わせて買うものの数量を決める。
- ③ お金は予算にかかわらずたくさん持っていく。
- ④ たくさん食べられるように多めに買う。
- ⑤ 買い置きがあるかどうか確認してから買い物メモを作成する。

Web版消費者教育読本「しっかり考え 楽しくチャレンジ さあ始めよう! 自分でお買い物」



三択クイズ(中学生向け)(答えは14ページ)

本を買ったときに、以下の3つのうち、法律上認められる行為はどれでしょう。

- ① 読みにくいので、他の本と交換してください。
- ② 他の店のほうが安かったので、返金してください。
- ③ ページが抜けていたので、交換してください。

Web版消費者教育読本「カートくんの買い物★なびげ〜しょんー『消費者の権利と責任の社会』」



消費生活に関連する重要なキーワード

成年年齢の引下げ

選挙年齢が18歳に引き下げられたことに合わせて、民法の成年年齢を18歳に引き下げることが国で議論されています。

成年年齢が18歳に引き下げられると、高校3年生で成人となり、単独で契約できるようになることから、18歳、19歳の若者を狙った消費者被害が増えるおそれがあります。

法改正後、数年間の周知期間が設けられることが見込まれますが、動向を注視していく必要があります。

若者の消費者被害を防止するため、若者向けの悪質商法被害防止キャンペーンの実施や、大学等や若者が集まる場での消費者教育、普及啓発を行います。

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、関東甲信越ブロック1都9県6政令指定都市及び国民生活センターと共同で、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、様々な啓発事業を実施します。
- ✓ 交通広告や街頭ビジョンでの動画放映、リーフレットの配布などを実施します。

詳細はこちら



「若手芸人」が演じるネット動画を活用した若者向け啓発

- ✓ 悪質商法をテーマに芸人が作った漫才・コントを披露し、ネット動画で公開して被害防止を呼びかけます。

詳細はこちら



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



マルチ商法／マルチまがい商法



マルチ商法とは、「必ずもうかる」などと誘われて商品販売組織に入会した人が、さらに他の人を入会させると利益が得られる仕組みの商法です。入会時の説明と違い、実際は一人も入会させられず、商品を購入するためのローンが残るといった被害が多く見られます。

きっかけはSNSであったり、事業者からの電話勧誘であったり、友人等からの誘いなど様々です。

また、先に商品の契約をさせ、「他の人を加入させると紹介料が得られる」などと後から勧誘するマルチまがい商法も増えています。

これだけは覚えておこう！

- 1 「必ずもうかる」などという甘い誘いには乗らないようにしましょう。
- 2 強引な勧誘で人間関係が壊れることがあります。また、知人を勧誘すると、自分自身が加害者になってしまうことになります。

飯田橋四コマ劇場(若者向け)



飯田橋四コマ劇場(ミドル層向け)



<○×クイズ(小学生向け)の答え> ①:○ ②:○ ③:× ④:× ⑤:○

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構築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。

高齢者の消費者被害を防止する見守りネットワークの構築促進

- ✓ 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構築を促進するため、高齢消費者の見守り体制の充実を目指す区市町村を対象に、高齢消費者見守り推進モデル事業を実施するなど、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。

高齢者見守り人材向け出前講座



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することで、“心に届く”注意喚起を行います。

悪質商法被害防止キャンペーン

- ✓ 高齢者の消費者被害の未然・拡大防止を図るため、関東甲信越ブロック1都9県6政令指定都市及び国民生活センターと共同で、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、様々な啓発事業を実施します。

悪質なリフォーム工事



「近所で屋根工事をしているが、お宅の屋根瓦がずれているのが見えたので、サービスで点検する。」と言って、屋根を点検し、「屋根が傷んでいて、このままでは雨漏りする」、「すぐに工事が必要」等と不安をあおり、不必要な工事の契約を迫るトラブルが発生しています。

これだけは覚えておこう！

- 1 契約を急かされても、その場ですぐに契約せず、消費生活センターに相談したり、複数の業者から見積もりを取るなど、慎重に検討しましょう。
- 2 トラブルの未然防止・早期発見のためには、周囲の方の見守りや声掛けが必要です。不審な工事等に気づいたら、すぐに本人に事情を確認しましょう。
- 3 突然訪問してきた事業者と契約した場合、契約書を渡された日から8日間はクーリング・オフができます。

飯田橋四コマ劇場（シニア世代向け）



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、一定期間内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・オフ手順の手順

1 契約書面を受け取った日を含めて8日
または20日以内に書面で通知します。

2 ハガキに書いて、両面をコピーします。
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：平成〇〇年〇月〇日

商品名：〇〇〇〇

契約金額：〇〇〇〇円

販売会社：株式会社××××

〇〇営業所

担当者 △△△△

支払った代金〇〇〇〇円を返金し、
商品を引取りてください。

平成〇〇年〇月〇日

東京都〇〇市〇〇町〇番〇号

氏名 〇〇〇〇

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。**

消費者団体

消費者団体との協働の推進

- ✓ 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、消費生活に関する各種イベントを実施します。

東京都消費者月間事業



特定適格消費者団体への総合的な支援

- ✓ 集团的消費者被害回復訴訟制度を都民に広く周知するとともに、都内の特定適格消費者団体が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。

訴訟制度の詳細はこちら



事業者・事業者団体

コンプライアンス向上のための取組の支援

- ✓ 事業者の方々が不適正な取引行為を行わず、適切な商品やサービスの実践など、法令を遵守した事業活動に取り組んでいけるよう、専門家による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集合形式、出前形式により開催します。
- ✓ 特定商取引法や景品表示法について、クイズ形式により気軽に学べるeラーニングサイト「クイズで学ぶ法令遵守」を「東京くらしWEB」上で提供し、企業等のコンプライアンス意識向上や社内研修等の取組での活用を促します。

事業者における消費者教育の促進

- ✓ 東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を企業に派遣し、新入社員や中堅社員、退職前の社員向け等対象者ごとに様々なテーマの出前講座を実施するなど、事業者による従業員への消費者教育を支援します。

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

「自分に関係ない」「私は大丈夫」と考えがちな悪質商法被害。悪質商法等のトラブル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。

「絶対にもうかる」そんなウマイ話はない

「仮想通貨は必ず値上がりするから、確実にもうかる」と勧められ、トラブルとなる事例が発生しています。

仮想通貨は、法定通貨と異なり、誰かがその価値を保証するものではありません。需要と供給など様々な要因で価格が変動するため、必ず値上がりするわけではなく、当然価格が下がるリスクもあります。

仮想通貨のリスク等を十分に理解・検討した上で、判断する必要があります。

「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回だけのつもりでお試して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」との勧誘に点検を依頼し、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たり、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。

身に覚えのない請求は無視をする

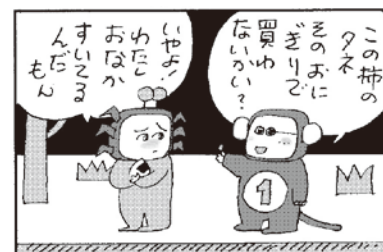
実在する事業者を装って、ショート・メッセージ・サービス(SMS)で架空の利用料金等を請求する手口による被害が発生しています。

身に覚えのない架空請求が届いても、連絡をせず、無視しましょう。

おかしいと思ったら、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。

利殖商法



トラブルを避けるポイント

儲け話を安易に信じず、家族や友人に相談するなど、慎重に検討しましょう！

架空請求(SMS)



トラブルを避けるポイント

「連絡がなければ法的措置をとる」など、利用した覚えのない有料サイトの未払料金などの架空請求が届いても、連絡せずに無視しましょう！

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。

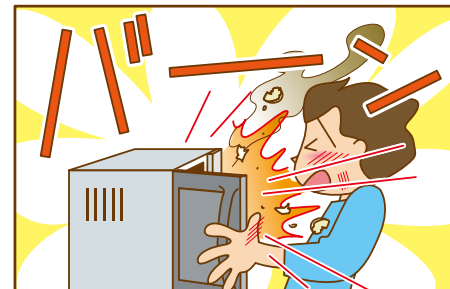
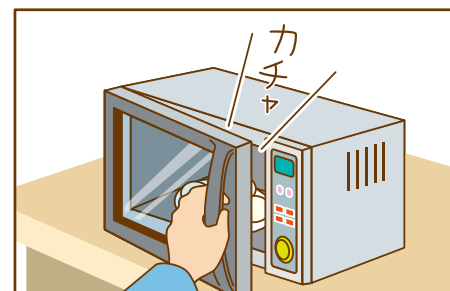
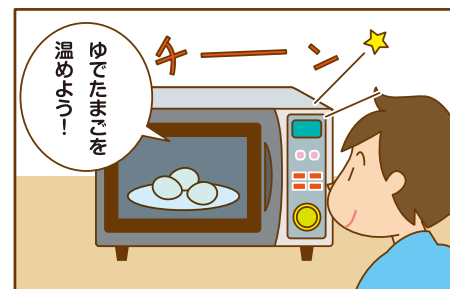
子供は、昨日できなかったことが今日できるようになることがあります

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出来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、又はしそうな場合、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同じような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ます。

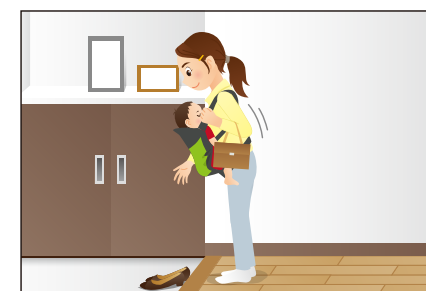
電子レンジを安全に使おう！



事故を防ぐポイント

- ・電子レンジで卵や栗・エビなど殻のついた食べ物を温めると破裂する危険があります。
- ・電子レンジの庫内で発火したとき、扉を開けると、急激に炎の勢が増すおそれがあるので、慌てて扉を開けないようにしましょう。

抱っこひもからの転落に注意！



事故を防ぐポイント

- ・抱っこひもの着け外しは、しゃがんだり、椅子に座るなど、低い姿勢で行いましょう。
- ・抱っこひもを着けたまま前かがみをするときは、赤ちゃんが倒れないように手を添えましょう。

エシカル(倫理的)消費

エシカル(倫理的)消費とは



わ たしたちは、日々いろいろなものを消費して生活しています。
例えば、買い物をするとき、買おうとするものの価格、品質、安全性以外に、どのように作られたかなどの背景や、自らの消費行動が現在及び将来にわたって環境や社会に及ぼす影響を考えたことがありますか？

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。

エシカル消費の例

- ◎ 環境に配慮した商品やリサイクル製品を購入する
- ◎ 地元の農産物を消費する(地産地消)
- ◎ 被災地の生産物を購入する(被災地支援)
- ◎ 福祉施設で作られた製品を購入する(障害者の自立支援)
- ◎ フェアトレード商品を購入する
- ◎ 必要な食品を必要なときに必要な量だけ購入する(食品ロスの削減)



など

エシカル消費をはじめよう

エ シカル消費につながる行動は、わたしたちの身近なところにも様々あります。持続可能な社会の実現に向けて、自らの消費行動を一度考えてみませんか。

毎日の行動のなかで、ちょっとしたことから無理のない範囲でエシカル消費をはじめてみましょう。

関連記事「生産者と消費者をつなげる
エシカルな消費スタイル」▶



身近で見かけるエシカル消費に関連する認証ラベル

み さんの身近で見かけるエシカル消費に関連する認証ラベルを紹介します。

エコマーク



「生産」から「廃棄」にわたるライフサイクル全体を通して環境への負荷が少なく、環境保全に役立つと認められた商品につけられる環境ラベル



MSC認証

持続可能で、環境に配慮した漁業で獲られた水産物の証、MSC「海のエコラベル」



FSC®認証

適切に管理された森林の木材とその木材から作られた製品であることを証明する認証ラベル



国際フェアトレード認証

開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す国際フェアトレードの認証ラベル



GOTS (オーガニック・テキスタイル世界基準)

オーガニックのコットン、ウール、麻、絹などの原料から環境的・社会的に配慮した方法で作られた繊維製品につけられる認証ラベル

このほかにも、エシカル消費に関連する認証ラベルはたくさんあります。
みなさんも、どのような商品に、どのような認証ラベルが付いているか、探してみてください。

エシカル消費に関連する都の施策

エシカル消費の理解の促進

●特設ページの作成

「エシカル(倫理的)消費」の理念を、広く都民に普及啓発し、理解の促進を図るため、「東京暮らしWEB」上にエシカル消費に関する特設ページを作成します。



●エシカル消費の動画制作

エシカル消費をわかりやすく紹介する動画を制作し、東京都公式動画チャンネル「東京動画」での配信や街頭ビジョンでの放映などを行います。



●様々な機会やツールを活用した普及啓発

若者が集まるイベントでの普及啓発、リーフレット等の作成、講座の開催など、様々な機会やツールを活用して、都民へのエシカル消費の理解の促進を図っていきます。



消費生活に関連する重要なキーワード

持続可能な開発目標 (SDGs)

平成27年9月に「国連持続可能な開発サミット」において、「持続可能な開発目標 (SDGs)」を中核とする「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が採択されました。持続可能な開発目標の17の目標のうち、目標12では、「持続可能な生産・消費形態を確保する」が掲げられ、人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが盛り込まれています。



(出典) 国際連合広報センターホームページから引用

福祉施設の自主製品の普及



都内3か所(都庁店、丸井錦糸町店、伊勢丹立川店)において、福祉施設の自主製品(雑貨)を販売するトライアルショップ「**KURUMIRU**」を運営し、自主製品の販路拡大や、製品の魅力を最大限に引き出す商品開発等を推進しています。



▲ KURUMIRU 都庁店

！詳細はこちら！



被災地支援につながる商品等の購入促進

- ◎ 鉄道事業者、他の自治体等様々な団体と連携し、福島県産品と観光への風評被害払拭に向けて、産直市の開催や専用ポータルサイトでの情報発信を展開しています。
- ◎ 都が主催する大規模なイベント等において、福島県、宮城県、岩手県の県産品販売等を行っています。

！詳細はこちら！



▲「ふくしま ↔ 東京キャンペーン」ロゴマーク



相談窓口

消費生活相談

消費者ホットライン (局番なし) 188

※お近く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

- ✓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

月曜日～土曜日 午前9時から午後5時まで
(祝日・年末年始(12/29～1/3)を除く)

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)

東京都都市整備局住宅政策推進部不動産業課

指導相談担当 03(5320)5071

月曜日～金曜日(祝日・年末年始(12/29～1/3)を除く)
面談相談:午前9時から午前11時まで、午後1時から午後4時まで
電話相談:午前9時から午後5時30分まで

賃貸住宅に関する相談、不動産取引の事前相談

東京都都市整備局住宅政策推進部不動産業課

賃貸ホットライン 03(5320)4958

月曜日～金曜日(祝日・年末年始(12/29～1/3)を除く)

面談相談:午前9時から午前11時まで、午後1時から午後4時まで

電話相談:午前9時から午後5時30分まで

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 午前9時から午後5時まで
(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 午前9時30分から午後6時まで
(祝日・年末年始(12/29～1/3)を除く)

こどものネット・ケータイのトラブル相談

こたエール(東京こどもネット・ケータイヘルプデスク)

インターネット なやみゼロに

0120-1-78302 (平成30年4月1日から)

月曜日～金曜日 午前9時から午後6時まで
土曜日 午前9時から午後5時まで
(祝日・年末年始(12/29～1/3)を除く)

メール相談 24時間いつでも受付中



こたエール



東京都消費生活総合センター

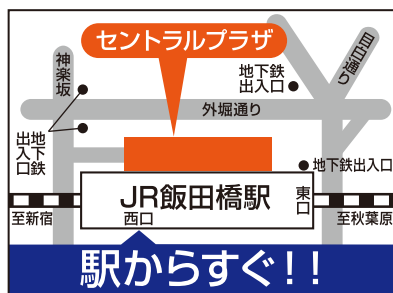
〒162-0823

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。)



☎03-3235-1155

消費者ホットライン

(局番なし) い や や !

 **1 8 8**

泣 き 寝 入 り !

お近くの消費生活相談窓口につながります。

 東京都

こちらの**シール**をはがして使ってください。
冷蔵庫など目立つ所に貼っておきましょう。