

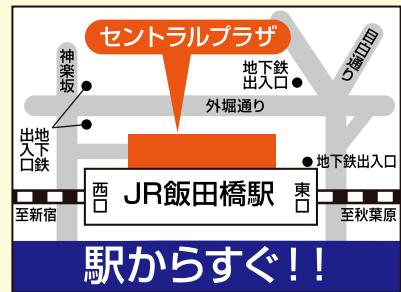
東京都消費生活総合センター

〒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



登録番号 (3) 41
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)

[印刷]シンソー印刷株式会社

リサイクル適性Ⓐ
この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。



東京都消費生活基本計画



2022 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

「私が消費者被害に遭うはずがない」 そう思っている人はいませんか？

都内の消費生活センターに寄せられる相談件数は、年間約13万件を超え、依然として高い水準で推移しています。

最近はインターネット通販に関する相談が増加しており、なかでも、SNSに表示された広告を見て買った商品が粗悪品だったなど、SNSが関連した相談が増えています。ショッピングの他にも、インターネットで探した業者にトイレの修理を依頼したところ、広告とかけ離れた高額な請求をされたといった相談も寄せられています。

また、身の回りのものにつまずいての転倒事故、スマホのガラスフィルムが割れてけがをしたなど商品による事故は、誰の身にも起こり得るものです。

この冊子では、「人」に着目し、東京都消費生活基本計画に基づく主な取組を、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、生活に役立つ情報も掲載しています。

一人一人が賢い消費者となり、消費者被害を未然に防ぎましょう。

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
乳幼児	7
若者（令和4年4月から成年年齢が引き下げられます）	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」を知っていますか？	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.jp/>

消費生活に関する様々な情報をSNSで発信しています。

東京都消費生活行政

@tocho_shouhi



消費生活をめぐる現状

消費生活相談の状況

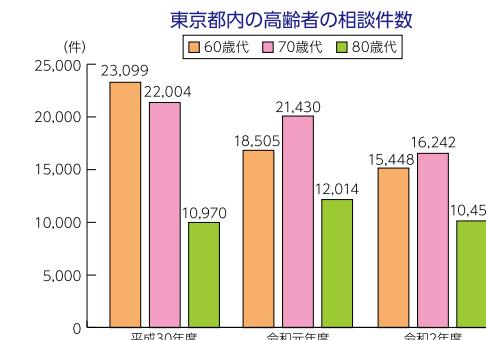
消費生活総合センター及び都内の区市町村の消費生活相談窓口に 令和2年度に寄せられた消費生活相談件数は、136,635件となっており、依然として高い水準で推移しています。

令和2年度は「インターネット通販」に関する相談が4万件を超え、過去最高となりました。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。



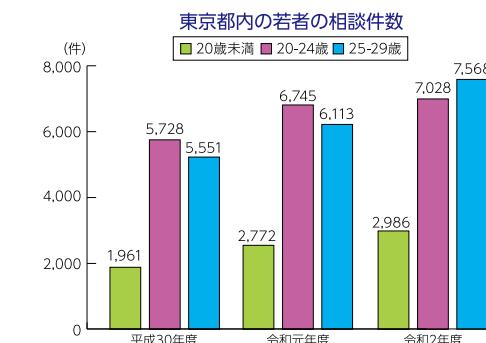
高齢者の相談

令和2年度の60歳以上の高齢者の相談件数は、約4万2千件で、相談全体の約3割を占めています。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2年度の29歳以下の若者の相談件数は、約1万7千件となり、増加傾向にあります。また、20歳を境に相談件数が一気に増加しており、成人になりたての若者が、悪質商法のターゲットにされています。



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

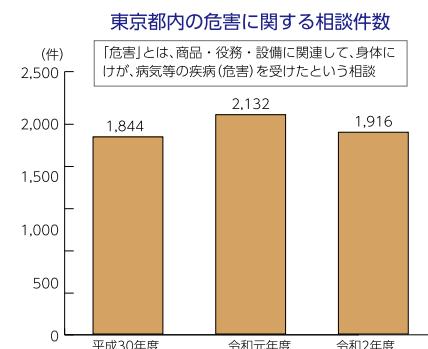
- 定期購入契約であるのに、「サンプル」「お試し」と表示するなど消費者を誤認させるような広告を行っていた通信販売事業者に3か月の業務停止命令及び指示、代表取締役に対し業務禁止命令(令和3年7月)
- 「シロアリの無料点検に伺います」などと無料点検を口実に訪問し、リフォーム工事を勧説する事業者に6か月の業務停止命令及び指示、代表取締役に対し業務禁止命令(令和3年10月)

詳細は
こちら



危害に関する相談の状況

令和2年度の「危害」に関する相談は1,916件で、前年度と比べて10.1%減少しました。「皮膚障害」「その他の傷病及び諸症状」「消化器障害」など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・危険に関す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する調査、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

- 乳幼児の身の回りにある椅子の安全性に関する調査(令和2年4月)
- ガストーチの安全な使用に関する調査(令和3年3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。



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。
- 不当な広告・表示について監視及び調査を行い、消費者に誤認を招くような表示を行う事業者に対して、景品表示法に基づき指導等を実施します。
- 事業者の方々が法令を遵守した事業活動に取り組んでいくよう、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中配信形式、講師派遣形式により実施します。

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。



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。
- 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。
- 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。



乳幼児

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

- 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



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。



安全に配慮した
商品の普及



乳幼児の事故防止に向けた注意喚起情報

椅子の上に乳幼児を立たせない工夫をしましょう！

乳幼児の椅子からの転落は、重いけがとなる可能性があります。子供を椅子の上に立たせない工夫が必要です。取扱説明書等を確認し、ベルト等を適切に使いましょう。

商品等の安全性に関する
調査・商品テスト



誤飲等による乳幼児の事故に注意！

子供はいろいろなものに興味を持ち、どんなものでも口に入れてしまします。子供の手が届かないように、危険なものを片付けるなど安全な環境を作り、また、応急手当の方法や相談先を日頃から確認しておきましょう。

ヒヤリ・ハット調査



自宅とは異なる住まいでの事故に注意！

帰省先や親族宅など自宅とは異なる住まいでは、使い慣れない製品や異なる環境により危険性を認識しづらくなります。また、子供は好奇心が旺盛で見慣れない製品に興味を持つことがあるため、普段以上に注意が必要です。子供の危険を未然に防ぐため、住人の理解や協力を得るなどして安全対策を行いましょう。

ヒヤリ・ハット調査



若者

成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます！

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す。成年年齢が18歳に引き下げられると、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りますから、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。

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

未成年者が法定代理人(親権者又は後見人)の同意を得ずに結んだ高額な契約は、原則として取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

- 學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。



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。

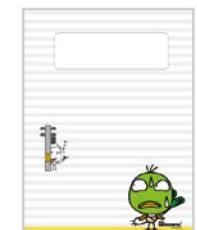


学校向けメルマガの配信

- 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



○×クイズ 中学生向け

(答えは12ページ)

クレジットカードについて、正しいのは次のうちどれですか。

- ①クレジットカードで買うのは「借金」をして買い物するのと同じである。
- ②他人のクレジットカードを使って買い物をした場合、謝れば契約の取消しができる。
- ③クレジットカードは前払のカードなので、中学生でも利用することができる。



WEB版消費者教育読本「情報社会を泳ぎきる! かしこいヒツジへの道」

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。

詳細は
こちら



はかるん兄妹

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。
- 交通広告や街頭ビジョンでの動画放映、リーフレットの配布などを行います。

詳細は
こちら



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



<○×クイズ(中学生向け)の答え> ①:○ ②:× ③:×

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「ちょっとお耳に入れたい話」コーナーでは、話題のテーマや特に今、若者に知ってほしい(伝えたい)情報を連載形式で、各分野の専門家がわかりやすく解説しています。

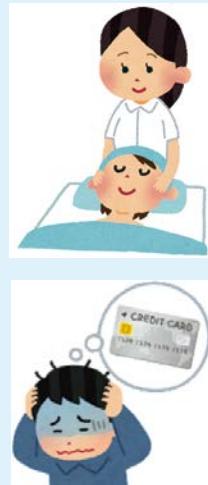
詳細は
こちら



若者に多い消費者トラブル

「こんなはずじゃなかった」?? ~美容やエステの契約は、 確認して理解して納得して~

無料動画サイトで脱毛のお試し980円という広告を見て、エステ店に出向いた。施術後に担当者から継続して通うことを勧められ、今日契約すれば割引になると言われた。2年間通い放題で24万円。月に2回通うのが目安と言われたので48回通えるのだと思い、クレジット契約をした。2回施術を受けたところで、毎月の支払いが大変だと感じた。解約しようと思い契約書を見てみると、2年間通い放題とあるものの、1回4万円、6回施術契約と書いてあり驚いてしまった。(20歳代男性)



東京都消費生活総合センターからのアドバイス

- 契約するときは、自分が受けられる施術の内容や回数、契約期間、解約条件について契約書及び店の人に確認し、よく理解してから慎重に契約しましょう。
- 美容等の施術は、個人の体質などによって、効果を感じられなかったり、自分の期待と異なる結果になることもあります。よく考え、納得したうえで契約しましょう。
- 契約内容に疑問が生じたときや事業者の対応に不審な点がある場合には、消費生活センターにご相談ください。

成年年齢引下げに伴う若者をターゲットにした消費者啓発

- 若者の消費者被害を防止するため、若者から作品を公募・選考して公開する参加型の消費者啓発事業を実施します。

詳細は
こちら



令和3年度事業

消費者トラブルを防ぐために、若者から「記憶に残るコピー」を募集、選考されたコピーをもとに、ラジオCMと動画を作成し、若者の消費者被害防止をアピールします。



入賞作品

花尾梨寿さんの作品

男性: 「君、ものすごく可愛いね♡
もっとキレイになりたいとか
思ったことある?」
女性: 「ありますけど、、、」
男性: 「今、アンケートに答えると、
これ無料でゲットできるけど、どう?」
女性: 「いえ、、、けっこうです。」
男性: 「でも今だけだよ、お得だよ!」
女性: 「私、今が一番可愛いのけっこうです。」
NA: 「断る勇気が大切!
東京都消費生活総合センターです。」

山崎貴太さんの作品

幹部: 「まだかなー、まだかなー」
部下: 「何がっすか。」
幹部: 「何がってお前、
成年年齢が18歳に
引き下げられんだろ。」
部下: 「親の同意がなくても契約できる
ようになるやつっすね。」
幹部: 「カモが増えると思うと楽しみで
寝られねーよ。
お正月より待ち遠しいよ。」
NA: 「成年年齢引下げを、悪質事業者は
待ちわびています。
東京都消費生活総合センター」

吉田ゆりさんの作品

男性1: 「最近ネット上で仲良くなった子がいるんだけど絶対自分に気があると思うんだよね。
で、この前誕生日だからって高いブランド物のバッグを買ってほしいって頼まれちゃってさ~。まあそこも可愛いんだけど。」
男性2: 「ああ、その女、オレだわ。」
NA: 「画面の向こう側はどんな人かわかりません。あやしいと思ったらまず相談。
東京都消費生活総合センターです。」

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

- 区市町村及び地域の関係者(民生委員、団体・事業者など)が連携して、高齢者の消費者被害の防止に向けた取組を行う見守り体制(見守りネットワーク)の構築を促進するため、地域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、配達事業者、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



民間事業者等と連携した注意喚起

- 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。

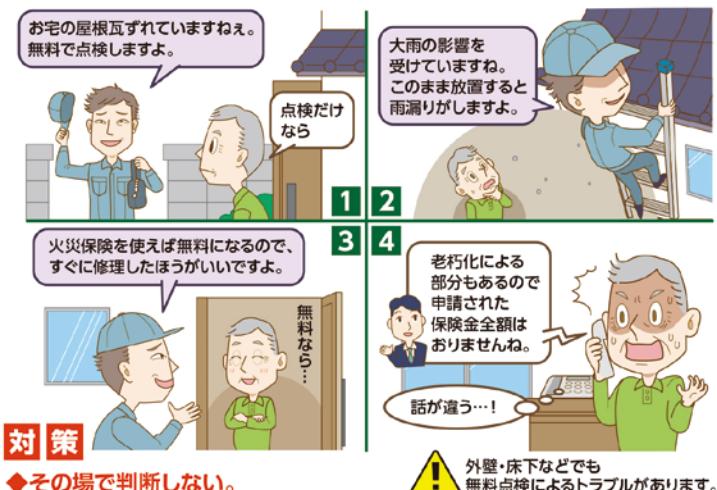
詳細は
こちら



高齢者に多い消費者トラブル

点検商法

「このままだと大変なことになる」など不安をあおる文句で契約を迫られた!



高齢者を見守る方へ、早期発見のポイント

- 見慣れない工事事業者がたびたび出入りしていないか気に掛ける。
- 「本当に必要な?」など周りからの声掛けで被害に気付くことも。

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。

「絶対にもうかる」そんなウマイ話はない

友人に「バイナリーオプション取引で簡単にもうかる」と誘われて、高額な投資学習用USBメモリを借金して購入したが、もうからず借金だけ残ったというトラブルが発生しています。

バイナリーオプション取引は、短時間において為替相場の上がり下がりを予想するものです。予想がはずれれば、損失が多額となるリスクがあります。事業者から、「借金してもすぐに返せる」などと勧められても、取引の内容やリスクを十分に理解したうえで、慎重に判断を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、家族に相談する、複数の業者に見積りをとるなど、慎重に対応しましょう。

身に覚えのない請求は無視をする

不審な電話やメール、実在する事業者をかたりコンテンツ料が未納とのSMSを送り付ける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。

投資用USB教材の勧誘に関するトラブルが発生しています！



通信販売の定期購入に関するトラブルが増えています！



(令和2年度にTwitter・Instagramで若者向けに広告配信した4コマ漫画)

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。

商品の使用だけがいたら、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できます。



防水スプレーを安全に使いましょう！

防水スプレーの細かい粒子を吸い込む事故が起こっています！

- 締め切った部屋で使って息苦しくなった。(30代、男性)
- 外で使用中、風向きが変わって吸い込んでしまった。
(50代、女性)

詳細は
こちら



安全に使うためのポイント

必ずマスクを着用して
屋外で使用する



屋外で風上から風下に
向かって使用する



身に着けたまま使うなど、
顔の近くでスプレーしない



ガストーチによる火災・やけどに注意！

レジャーや料理等で事故が発生しています！

- 魚をあぶっていた時に、近くにあるティッシュペーパーに火がついた。(60歳代、男性)
- キャンプで炭に火をつける時、ガストーチが熱くなり、やけどをした。(50歳代、男性)

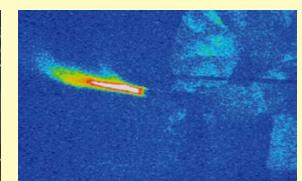
詳細は
こちら



東京消防庁
南多摩総合防災施設
ガス漏れ火災
(再現映像)



明るい場所では炎が見えづらい



サーモグラフィーでは、炎が大きく出ていることがわかる

- 炎が出ている間はもちろん、炎を消した後も数分間は火口付近が熱くなっています。温度が下がるまでは触らないようにしましょう。
- 屋外や明るい場所では炎が見えづらくなったり、風が強い場合は炎の向きが思わぬ方向に変わることがあります。風向きなどに注意して使いましょう。

「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、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”、“ぐつといい未来”に向けて行う消費行動がエシカル消費です。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



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つながっていきます

エシカル
消費紹介ページ



みんなでやってみよう！エシカル消費

エシカル消費を楽しくわかりやすく説明したデジタル絵本を作成しています。エシカルの森に暮らしている動物たちと一緒に、エシカル消費を実践してみましょう！

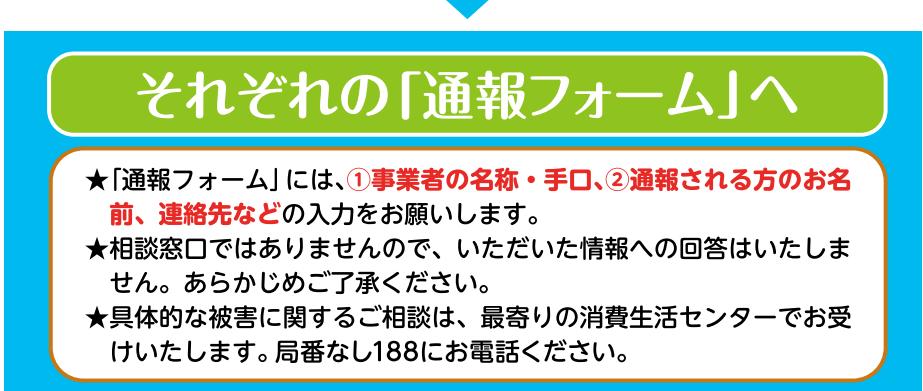
デジタル絵本
紹介ページ



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。

「東京暮らしWEB」内の専用バナーからお入りください



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 令和〇年〇月〇日
商品名 ○○○○
契約金額 ○○○○円
販売会社 株式会社 ××××
□□営業所
担当者 △△△△

支払った代金〇〇〇〇円を返金し、
商品を引き取ってください。

令和〇年〇月〇日
東京都〇〇市〇〇町〇番〇号
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

メールによる相談

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

専用ページは
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

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

