

東京都消費生活基本計画 5年間の主な実績

平成30年度～令和4年度

(1) 被害防止のための注意喚起・情報発信

○ホームページ「東京くらしWEB」(くらしに関わる東京都の情報サイト)のアクセス数の増加

サイトの改修を行い、「伝わる情報発信」に向けたユーザビリティを向上。成年年齢引下げに関する特設ページ開設等社会情勢に対応した情報を随時発信



○SNS (Twitter (現: X) ・ Facebook) のフォロワー数の増加
インターネット広告、SNS広告の配信

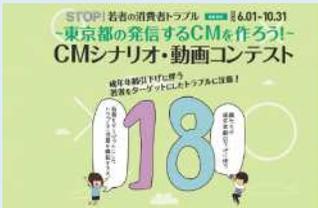
○学生向けメルマガの配信先拡大 (成年年齢引下げを見据えた注意喚起情報の提供)
大学・専門学校等、都立高校・特別支援学校等の全教員、希望する私立高校に配信

○悪質商法被害防止キャンペーンの実施
毎年9月に高齢者向けに、1月～3月に若者向けのキャンペーン月間を設定し、ポスター、リーフレット、交通広告等の様々な媒体を活用した広報や特別相談を実施



取組	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
ウェブサイトアクセス数	1,276,112	1,656,386	1,652,315	2,271,607	1,925,766
Twitter (現: X) フォロワー数	16,193	16,731	17,493	20,123	20,195
メルマガの配信先数	95	370	370	375	380

○成年年齢引下げ対策 若者向け消費者被害防止啓発事業の実施

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
概要	<p>STOP! 悪質商法THEライブ</p> 	<p>現代TOKYO 怖話</p> 	<p>ラジオCMコピーアワード</p> 	<p>ラジオCMコピーアワード</p> 	<p>STOP! 若者の消費者トラブル CMシナリオ・動画コンテスト</p> 
	<ul style="list-style-type: none"> 悪質商法をテーマに芸人が作った漫才・コントを公開収録し、動画で公開 「お笑い」に消費者被害防止のメッセージを乗せた作品を10組の芸人が披露 	<ul style="list-style-type: none"> 若者からショートストーリーと短編動画を公募。プロの映像クリエイター等が優秀作品を選考し、動画を制作・配信 	<ul style="list-style-type: none"> 若者からコピーを公募し、入賞作品をもとに、声優や芸人がラジオCMや動画を制作 審査会を公開収録し、ラジオ番組内で放送 	<ul style="list-style-type: none"> 若者からコピーを公募し、入賞作品をもとに、声優や芸人がラジオCMや映像を制作 審査会を公開収録し、ラジオ番組内で放送 	<ul style="list-style-type: none"> 若者からCMシナリオ及び動画を公募 受賞作品はプロのクリエイターが映像作品化 消費者啓発フォーラム開催等によるプロモーション
実績	<ul style="list-style-type: none"> 公開収録観客数74名 公開収録したネタ動画をYouTube（東京動画）で配信 	<ul style="list-style-type: none"> 応募件数 265件 制作した動画をYouTube（東京動画）で配信 YouTube広告で展開 制作者等によるSNSでの情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> 応募件数 674件 ラジオCMは文化放送で放送 制作した動画をYouTube（東京動画）で配信 都営地下鉄車内ビジョンで放映 Twitter（現：X）広告で展開 制作者等によるSNSでの情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> 応募件数 2,791件 ラジオCMは文化放送で放送 制作した動画をYouTube（東京動画）で配信 都営地下鉄車内ビジョンで放映 Twitter（現：X）等SNS広告で展開 制作者等によるSNSでの情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> 応募件数 8,740件 制作した動画をYouTube（東京動画）で配信 Twitter（現：X）等SNS広告で展開 「STOP! 若者の消費者トラブル 楽しく学ぶフォーラム」で授賞式の実施、審査会の記録映像を上映

(2) 高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見

資料4 ③

○区市町村における見守りネットワーク構築支援

- ・見守りネットワーク構築に必要な要件の充足状況を区市町村自らが確認可能なチェックシートを活用し現状・課題を把握
- ・ネットワーク未構築の区市町村に対しては、アウトリーチ訪問を実施し、個別に助言を実施

取組	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
区市町村における見守りネットワークの構築自治体数	23	35	42	48	53

○地域の見守り人材の育成

取組		平成30年度	令和元年度	令和2年度※	令和3年度※	令和4年度
高齢者見守り人材向け出前講座	開催回数	300回	271回	41回	48回	102回
	受講者数	6,726名	6,026名	838名	749名	2,595名

※緊急事態宣言中は講師の派遣を中止

○宅配事業者等と連携し、注意喚起リーフレットを高齢者や見守る方へ手渡し

連携事業者	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
ヤマト運輸、コープみらい、ヤクルト等	156,000枚	160,000枚	160,000枚	160,000枚	160,000枚

○高齢者被害110番・高齢消費者見守りホットラインの実施

(1) 不適正な取引行為等の排除

○悪質事業者に対する取締りの徹底

【行政指導】

年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
指導実施件数	88	89	119	82	84

【行政処分等】

内容・年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
業務停止命令件数	7	12	3	2	9
指示実施件数	7	12	3	2	9
業務禁止命令実施件数	6	13	4	2	9
是正勧告等実施件数	2	0	0	0	0
情報提供実施件数	2	2	0	0	0

【主な処分内容①】

マッチングアプリ等で誘い出した大学生等に借金をさせ高額な契約をさせていた3事業者及び勧誘者に業務停止命令（9か月）



【主な処分内容②】

「屋根がはがれているのが見えた」などと消費者宅を訪問し、リフォーム工事を勧誘する事業者に、業務停止命令（6か月）



○悪質事業者通報サイトに寄せられた通報の調査

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
悪質事業者	432件	654件	824件	868件	814件
誇大広告	74件	133件	170件	209件	248件
架空請求	2,564件	926件	596件	770件	1147件

【主な通報の内容】

- ・「代金を振り込んだのに商品が届かず、事業者と連絡がつかない」など詐欺サイトと思われる通販サイト（悪質事業者）
- ・野菜を原料としたお茶に、医薬品以上の効果があるかのようにうたっている。（誇大広告）
- ・メールアドレスに身に覚えのない「アダルト動画サイト」の利用料金の督促があった。（架空請求）



※通報に基づく事業者指導、処分等
(令和4年度)

行政指導：28件(悪質事業者)
14件(誇大広告)

行政処分：1件(悪質事業者)
1件(誇大広告)

事業者名等の公表：23件(架空請求)

○不当表示に対する監視等の徹底

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
措置命令	2件	2件	2件	2件	2件
指 導	402件	453件	355件	275件	300件

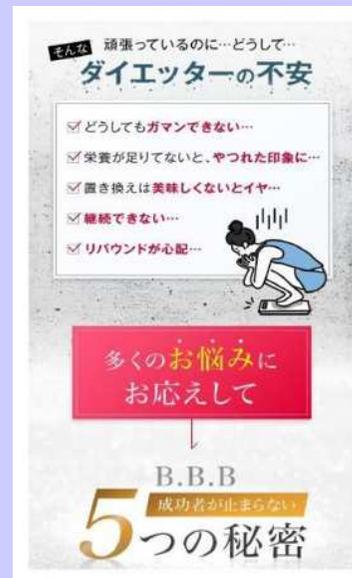
【景品表示法に基づく措置命令の例】

○景品表示法に基づく措置命令

置き換えダイエット食品の効果について不当表示を行っていたインターネット通信販売事業者及び医薬部外品のシワ改善効果について不当表示を行っていたインターネット通信販売事業者に景品表示法に基づく措置命令（令和5年3月）

<優良誤認に該当する不当表示>

当該商品を利用するだけで、容易に顕著な痩身効果や美容医療と同様のシワ改善効果を得られるかのように示す表示を行っていたが、表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すことができなかった。



○指導事例

- 商品（サプリメント等）を利用するだけで痩せるなどの効果を容易に得られるような広告
- 健康食品や化粧品について、薬や医療行為のような効果をうたう広告



(2) 健全な市場の形成

資料4 ⑦

○事業者向けコンプライアンス講習会の開催（法令・違反事例等の解説、業界団体の参考事例など）

対象	平成30年度	令和元年度	令和2年度 (WEB配信)	令和3年度 (WEB配信)	令和4年度 (WEB配信)
通信販売を行う事業者向け	226名	217名	264名	337名	1283名
訪問販売・電話勧誘販売・特定継続的役務提供を行う事業者向け	170名	122名	151名	190名	1129名
広告表示を行う事業者向け	469名	441名	434名	539名	2372名

○事業者団体等のニーズに応じた講師派遣（出前）型講習会の実施

平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
5回	3回	2回	3回	3回

○事業者向け学習コンテンツ 「クイズで学ぶ法令遵守」のコース増設

平成30年度	東京都消費生活条例
令和元年度	特定商取引法 訪問販売編 2
令和2年度	特定商取引法 通信販売編
令和3年度	特定商取引法 通信販売編 2
令和4年度	景品表示法 応用編 4

compliance 三択クイズで楽しく学ぼう

クイズで学ぶ法令遵守

チャレンジするコースを選んでください

景品表示法

広告や商品等の表示を行う時、イベント等での商品をどうするか考える時に役立つ基本的な情報をクイズにしました。知っておいて損はしません。チャレンジしませんか？

→ 詳細を見る

特定商取引法 《新規問題追加》

特定商取引法が関係する取引を行っている全ての事業者の皆様へ、「これだけは知っておいていただきたい」ことを広く集めました。まずはここから力試しをしてみませんか？

→ 詳細を見る

東京都消費生活条例

東京都消費生活条例では、事業者が消費者に対して行う不適正な取引行為を禁止しています。どのような行為が不適正な取引行為に当たるのか、チェックしてみませんか？

→ 詳細を見る

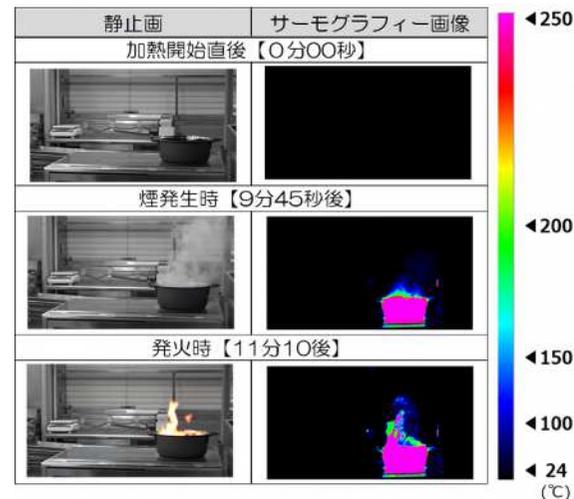
政策3 消費生活の安全・安心の確保

(1) 商品・サービスの安全の確保

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
商品の安全性に関する調査・商品テスト	<ul style="list-style-type: none"> ・子供用ライフジャケットの安全性に関する調査 ・スチームクリーナーの商品テスト ・薄型テレビの安全性に関する調査 ・ベビーバスの安全性に関する調査 	<ul style="list-style-type: none"> ・スマートフォン用ガラスフィルムの商品テスト ・オーブントースターの安全性に関する調査 ・つめ替え用洗剤類の安全性に関する調査 ・つえの商品テスト 	<ul style="list-style-type: none"> ・乳幼児の身の回りの椅子の安全性に関する調査 ・ガストーチの安全な使用に関する調査 	<ul style="list-style-type: none"> ・カップ麺による子供のやけどに関する調査 	<ul style="list-style-type: none"> ・清涼飲料水用ペットボトルの安全性に関する調査 ・IHクッキングヒーターの安全性に関する調査
ヒヤリ・ハット調査	<ul style="list-style-type: none"> ・乳幼児の寝ているときの危険 	<ul style="list-style-type: none"> ・帰省先などの自宅とは異なる住まいでの乳幼児の危険 	<ul style="list-style-type: none"> ・年齢の異なる子供がいる家庭での乳幼児の危険 	<ul style="list-style-type: none"> ・誤飲等による乳幼児の危険 	



「清涼飲料水用ペットボトルの安全性に関する調査」

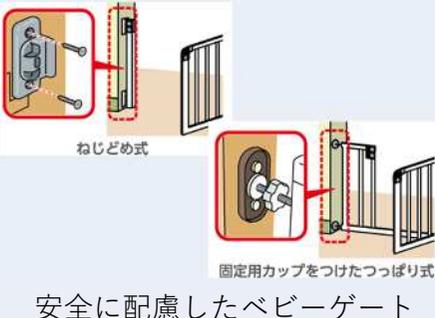


「IHクッキングヒーターに関する調査」



「誤飲等による乳幼児の事故防止ガイド」

○東京都商品等安全対策協議会における消費者・事業者の協力による商品等の安全対策の推進

平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和4年度
子供に対する電気ポットの安全対策	ベビーゲート等の使用に関する安全確保	防水スプレー等の安全対策	子どもの安全のためのプラットフォーム
			 子どものけがを減らすために みんなをつなぐプラットフォーム

(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進

○子育て支援団体と共催でセーフティグッズフェアを開催

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度※	令和4年度※
参加人数	6,296名	6,126名	新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から中止	7,191名	18,573名

※オンライン開催

○キッズデザイン賞の審査料を補助

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
補助件数	25件	24件	18件	25件	19件

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

資料4 ⑩

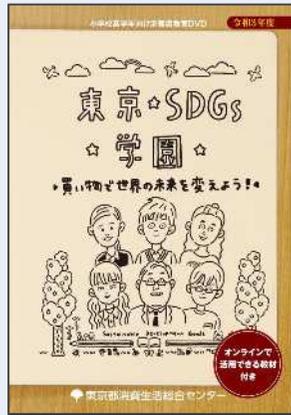
※新型コロナウイルス感染拡大防止対策として、講座の一部中止、延期、縮小開催、WEB開催等の対応を実施

(1) 主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進

消費生活講座	平成30年度		令和元年度		令和2年度※		令和3年度※		令和4年度※	
	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数
啓発講座	22	900	17	825	5	229	10	319	26	1,144
うち大・中規模講座	5	363	3	354	—	—	1	137	9	621
うち実験実習講座	16	377	13	287	4	68	9	182	16	367
うち多様な主体との連携講座	1	160	1	184	1	161	—	—	1	156
消費者問題マスター講座	26	1,723	26	1,967	—	—	26	1,110	39	1,126
消費者問題教員講座	32	1,155	31	1,187	—	—	5	366	16	1,075
市町村共催講座	22	459	24	576	12	242	16	299	20	387
多摩消費生活センター主催講座	31	1,481	26	1,180	2	40	18	970	24	1,273
合計	133	5,718	124	5,735	19	511	75	3,064	125	5,005

	平成30年度		令和元年度		令和2年度※		令和3年度※		令和4年度※	
	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数
出前講座	354	29,251	332	19,984	80	3,397	78	8,340	196	13,923
出前寄席	436	30,705	389	19,772	43	1,465	28	2,672	204	11,662
計	790	59,956	721	39,756	123	4,862	106	11,012	400	25,585

○消費者教育用教材の作成

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
Web	<p>もしも未来が見えたなら ～いつかクレジットカードを使う日に～ 〔改訂〕</p> 	<p>世界の未来をかえる店 エシカルスーパーマーケット</p> 	<p>情報社会を泳ぎきる！ かしこいヒツジへの道 〔改訂〕</p>  <p>カートくんの買い物★ なびげ～しょん —「消費者の権利と責任」の社会— 〔改訂〕</p> 	<p>大人になる君へ 社会で役立つ契約知識</p>  <p>※令和4年4月成年年齢引下げ 対応教材</p>	<p>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</p> 
DVD	<p>慣れと油断は事故のもと! ～製品事故から身を守るために～</p> 	<p>ホントに“いいね!”? その契約</p> 	<p>～そのお金の使い方大丈夫!?～ パピ君と学ぶ! キャッシュレス社会の歩き方</p> 	<p>東京☆SDGs☆学園☆ ▶買い物で世界の未来を変えよう! ◀</p> 	<p>キャッシュレス決済の お品書き ～賢く選んで買い物上手～</p> 

○高校生向け消費者教育・啓発ノートの配布（都内全高校2年生へ配布 120,000部）

○若者に向けた情報提供

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、HP内に「サッと読めるちょっとお耳に入りたい話」として連載形式で掲載し、インターネット広告から誘導

○成年年齢引下げ等を見据えた消費者教育の充実

- ・消費者教育推進庁内連絡会議の設置（令和2年4月～）
- ・消費者教育コーディネーターの配置（令和2年4月～）

東京都消費生活総合センターに、令和2年度1名配置、4年度1名増員（中学校担当）。

リーフレット配布やメールマガジン、校長連絡会等を通じて制度の周知。

コーディネート実施（）内は中学校

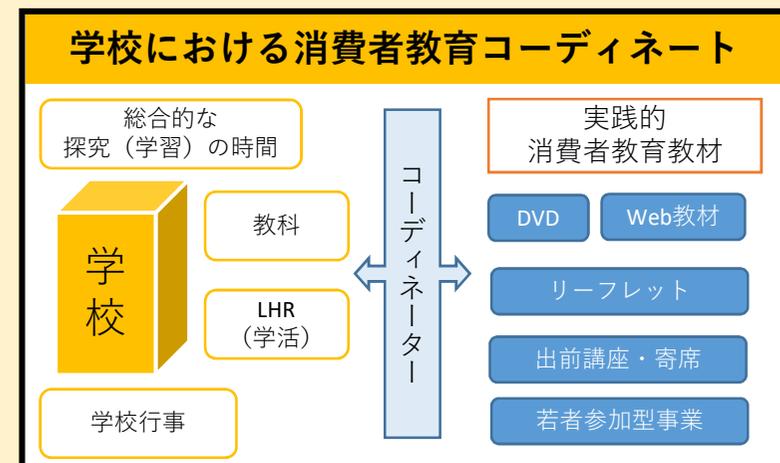
個別相談対応：令和2年度 10校
令和3年度 17校
令和4年度 38校（21校）

コーディネート学校数：令和2年度 3校
令和3年度 12校
令和4年度 25校（9校）

【主な生徒の感想】

- ・他人事と思っていたことを、自分の問題と捉えられた。
- ・消費生活センターが、どのようなところか理解できた。
- ・自分の意思をしっかりと持ち、行動するの必要を感じた。

- ・啓発チラシの作成・配布（平成30年度：高校生向け、令和2・3・4年度：保護者向け）
- ・「東京くらしねっと」や「わたしは消費者」等での情報提供
- ・出前講座・教員講座の実施、教材の作成・提供



(2) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進

○エシカル消費の普及啓発

平成30年度

◆エシカル消費の理念をわかりやすく
紹介するPR動画の作成・配信

< 動画再生回数及び配信個所 >

YouTube 234,652回

SNS、交通広告、街頭ビジョン、
テレビCM等

◆チラシの作成 15,000部

区市消費生活センター、講座、イベント、
都内国公立・私立学校等で配布

HPに紹介ページを作成



シンポジウムの開催

受講者数 160名



令和元年度

◆都内大学（101か所）、講座、イベント等
での普及啓発

・グッズ、チラシの配布、ポスターの掲出、PR動画放映

◆交流フェスタでワークショップ開催
オリジナルエコバッグ作成スマホスタンド
国産ヒノキ間伐材使用大学内生協・書店等での
グッズ配布交流フェスタの動画放映
ポスター・パネル展示交流フェスタの
ワークショップブース

令和2年度

○スーパーマーケットにおける普及啓発（10月）

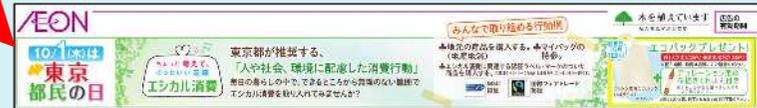
- ・ 都内イトーヨーカドー・イオン等計46店舗にて実施
- ・ 特設WEBサイト（楽しくエシカル消費を学べるクイズなど掲載）
- ・ WEBサイト内のアンケート回答者に抽選でKURUMIRU（福祉保健局）の雑貨をプレゼント



エシカル消費に関連する商品の売り場コーナーを設置(ポスター・POP等を掲示)



イオンのチラシ紙面でのキャンペーン告知



○SNS等を活用した普及啓発（10月～11月）

- ・ Yahoo! JAPANバナー広告、YouTube及びInstagram動画広告

○東京都エシカル消費普及啓発協力事業の推進

- ・ 普及啓発に協力してくれる区市町村や事業者等にロゴマーク、グッズ、チラシを提供

令和3年度

○デジタル絵本による普及啓発

主に幼児とその保護者をターゲットとしたデジタル絵本・絵本の概要をまとめたショートムービーを制作。SNSやオンラインイベントで広く発信

○エシカル消費講座のカリキュラム等の作成・活用

幅広いエシカル消費について、全般にわたり説明できる人材育成のため、エシカル消費講座のカリキュラム、レジュメ、講師用解説書を作成。それらを使ったモデル出前講座を区市町村向けに実施

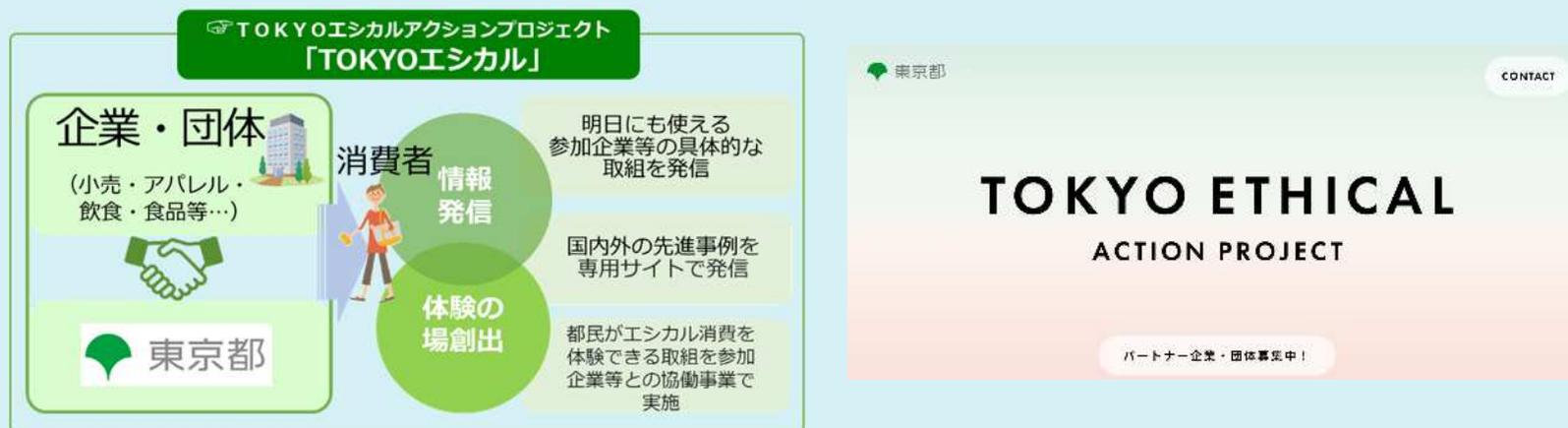


デジタル絵本

○「TOKYOエシカル」アクションプロジェクト開始（9月）

「エシカル消費」につながる取組を実施しているパートナー企業・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。

- ・アンバサダー：鈴木福さん（俳優）、
紀野紗良さん（東京大学大学院生・「東大王」（TBS）出演）
- ・パートナー企業・団体募集（第1次・第2次）：約160社決定



○国内最大級エシカル関連イベント「NEW ENERGY TOKYO」で「TOKYO エシカルゾーン」を展開（2月）

スペシャルトークイベント「今日からできるエシカル」、パートナー企業・団体によるエシカル消費体験・体感ブース展示。

○専用WEBサイト・Instagramによる情報発信

(1) 消費生活トラブルの解決に向けた相談対応

【相談件数の推移】

区分		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
相談受付件数	東京都全体	139,215	139,305	136,635	124,095	130,088
	高齢者（60歳以上）	56,073	51,949	42,142	39,762	42,447
	（全相談件数に占める割合）	（40.3%）	（37.3%）	（30.8%）	（32.0%）	（32.6%）
	若者（29歳以下）	13,240	15,630	17,582	15,948	17,229
	（全相談件数に占める割合）	（9.5%）	（11.2%）	（12.9%）	（12.9%）	（13.2%）

○ 多様な人々への相談対応

- ・外国人からの相談に対応するため、通訳を介した電話による三者間通話を実施
- ・障害者への対応充実を図るため、聴覚障害者向け電子メール相談や、タブレット端末を介した遠隔手話通訳を利用した相談を実施

○ 消費生活相談カウンセラーの活用

- ・心のケアが必要な相談者への対応強化等を図るため、精神保健福祉士を活用

(2) 被害回復のための取組の推進

○ 消費者被害救済委員会による紛争解決

【処理件数の推移】

区分	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
付託件数	3	3	2	3	2
報告件数	4	3	3	2	3