

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-1	ホームページ「東京くらしWEB」等による消費生活情報の総合的な提供		
【 施策の概要 】			
くらしに関わる情報サイト「東京くらしWEB」で、消費者被害情報・危害危険情報等による注意喚起やアドバイス、困ったときに頼りになる相談FAQ、楽しく学べる動画やクイズ形式の教材などにより、総合的な消費生活関連情報を提供する。これらの情報は、SNS(消費生活行政ツイッター、フェイスブック)等を活用し、効果的に発信する。 また、新たに消費生活トラブルに関する情報(相談FAQ)を外国語(英・中・韓)で提供することで、外国語による情報提供の充実を図る。			
【 2018年度の取組状況 】			
・ホームページ「東京くらしWEB」で、最新の情報を迅速かつ効果的に発信するとともに、これと連動してSNS(消費生活行政ツイッター、フェイスブック)で拡散し、より多くの消費者に情報が届くよう工夫した。 ・チラシ・リーフレット、啓発グッズにホームページやSNSのQRコードを掲載することで、情報発信ツールを周知した。 ・若者向けには、著名人や芸人が悪質商法防止を呼び掛ける動画を配信するとともに、ホームページの情報内容を充実した。 ・悪質事業者通報サイト及び若者向けのページについては、インターネット広告を実施した。 ・6月に、今後増加が予想される中長期的に滞在する外国人向けに、外国語(英・中・韓)による消費生活トラブル等に係る相談事例集を公開した。			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
ホームページ、SNS、印刷物など多様な媒体による情報発信をすることで、都民の消費者被害の未然防止、拡大防止に寄与した。 著名人や芸人が出演する動画やインターネット広告などで、消費生活情報に関心のない層にも被害防止の注意喚起を図った。			
【 2019(平成31)年度の取組予定 】			
情報発信ツールの調査等を参考に、対象となる消費者に応じた広報媒体を選択し、情報発信の時期や伝達方法を工夫するなど、より効果的な情報発信を実施していく。			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活部	企画調整課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-2	対象や連携先の異なる多様な消費者被害防止啓発		
【 施策の概要 】			
消費者被害が深刻な高齢者と若者に啓発対象を絞ったキャンペーンや、事業者団体・関係機関等の多様な主体と連携したキャンペーンなど、様々な啓発活動を実施する。 また、啓発活動の実施に当たっては、都の広報媒体やポスター、交通広告、SNS等の各種広報メディアを活用し広く周知を図るとともに、お笑い芸人、著名人を活用した動画による注意喚起など、啓発対象の関心を引く新たな手法を積極的に活用しながら効果的な事業展開を図る。			
【 2018年度の取組状況 】			
○高齢者悪質商法被害防止キャンペーンを実施(9月:関東甲信越ブロック共同キャンペーン) テーマ『みんなで見守り 悪質商法をノックアウト!』 ・ポスター・リーフレット等の配布 ・交通広告の実施 都営地下鉄巣鴨駅で駅貼り広告、都営地下鉄・都バス・民営バス(多摩地域等)・コミュニティバス(一部地域)で車内広告(広告掲載期間:特別相談日を含む9月中の14日～30日間) ・高齢者被害特別相談の実施 9月10日(月)・11日(火)・12日(水)の3日間 ○若者向け悪質商法被害防止キャンペーンの実施 ・若者の多く集まる場所でのポスター掲示・リーフレット配布 ・交通広告の実施(3月) JR線及び東京メトロ(一部)、京王線全線、都営地下鉄全線、多摩モノレールの中吊り広告、都営地下鉄(新宿線・大江戸線・浅草線)での動画放映 ・啓発動画の作成・配信、SNS等による動画広告の実施(1～3月) ・着ぐるみを活用した広報啓発活動(1月) ・自動車学校での動画放映(1～3月) ・特別相談「若者のトラブル110番」の実施 平成31年3月11日(月)・12日(火)9時～17時 ○悪質商法をテーマに若手芸人が作った漫才・コントを公開収録イベントで披露するとともに、ネット動画で公開(公開収録イベント:平成30年12月、ネット動画公開:平成31年1月) ○事業者団体・関係機関等と連携した啓発キャンペーンを実施(街頭キャンペーン:3回 平成30年4月、9月、10月)			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
○高齢者の消費者被害の未然・拡大防止や早期発見に向け、高齢者本人はもとより、高齢者を周囲で見守る人々も対象とした注意喚起情報の提供や相談窓口の周知を図ることができた。 ○若手芸人による啓発については、公開収録イベントを実施することで、来場者(消費者問題に関心の薄い若年層等)に直接、悪質商法の手口を紹介することができた。また、ネット動画での公開を通じて、より広く啓発を図ることができた。 ○多様な主体と連携して啓発キャンペーンを行うことで、都民の関心をより引き付けることが可能となり、啓発グッズ等もより多くの方へ配布することができ、啓発効果を高めることができた。			
【 2019年度の取組予定 】			
○高齢者悪質商法被害防止キャンペーンを実施(9月:関東甲信越ブロック共同キャンペーン) ○若者向け悪質商法被害防止キャンペーンを実施(1～3月:関東甲信越ブロック共同キャンペーン) ○消費者トラブル防止をテーマに若者から公募したシナリオを基に、短編動画を作成し、ネット動画での公開等により啓発を行う。 ○様々な機会を捉えて、事業者団体・関係機関等と連携した啓発キャンペーンを実施する。			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

都民安全推進本部

※平成31年4月1日以降、上記局名となります

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】		【施策名】	
1-1-3		高齢者を狙った振り込め詐欺被害防止	
【 施策の概要 】			
都内における振り込め詐欺をはじめとする特殊詐欺(以下「振り込め詐欺等」という。)の被害状況は、平成30年3,913件と過去最悪の被害認知件数となり、被害額も約84億5,000万円と過去2番目の被害額となった。 これら振り込め詐欺等の被害防止のため、都は、物理的な対策として自動通話録音機の設置促進に対する補助金事業を実施している。また、警視庁、区市町村と連携し、各地において特殊詐欺根絶イベントや特殊詐欺被害防止公演などの広報啓発活動を実施している。			
【 2018年度の実施状況 】			
1 特殊詐欺根絶イベントの実施 大田区、日野市、江戸川区、武蔵野市と連携をし、計4回特殊詐欺根絶イベントを実施した。各イベントでは、プロの舞台俳優による特殊詐欺被害防止公演やゲストによるトークショーなどにより被害防止を呼び掛けた。 2 特殊詐欺被害防止公演の実施 特殊詐欺の手口や防犯対策などについて分かりやすく説明するため、寸劇を業者委託し、年間80回各地において実施した。 3 自動通話録音機の設置促進 平成30年度も各区市町村が自動通話録音機を購入した際の補助制度を継続し、自動通話録音機の設置促進を促した(30年度中、計37自治体から19,740台の申請があった)。 4 特殊詐欺撲滅川柳2018の実施 東京都、警視庁、第一生命保険株式会社(都とワイドコラボ協定を締結している)が連携をし、サラリーマン川柳とコラボした特殊詐欺撲滅川柳2018を実施し、川柳を通じて注意喚起を実施した。			
【 2018年度の実施状況 】			
自動通話録音機の補助制度を継続したことにより、各自治体の自動通話録音機の購入台数も増加し、多くの高齢者世帯に配布されるようになった。 特殊詐欺被害防止公演は、都民からも「話を聞くよりも劇で見た方が理解しやすかった。」などと言った声も多く、非常に好評で実施回数も年間上限の80回に達した。 特殊詐欺撲滅川柳2018を実施したところ、計1,086句の応募があった。また、入選句発表式は、多くのマスコミにも取り上げられるなど注目度も高く、特殊詐欺への関心を高めることができた。			
【 2019年度の実施予定 】			
平成31年度は、自動通話録音機の補助金事業を2万台から4万台に増加をし、各自治体と連携をし、更なる設置促進を図る。 特殊詐欺被害防止公演については、昨年度と同様に年80回都内各地において実施する。最新の手口や防犯対策などを盛り込み、劇を通じてより分かりやすく説明することにより、被害防止を図る。 特殊詐欺被害者の多くは高齢者であるが、被害を減らすためには高齢者だけでなく、その子供や孫などの家族に対する広報啓発活動も不可欠である。各地における特殊詐欺根絶イベントを実施し、より多くの都民が関心を示し、高齢者から孫まで家族で参加するイベントプログラムを構成・実施する。			
【 所管部署 】	局	部	課
	都民安全推進本部	総合推進部	治安対策課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

警視庁

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-4	サイバー犯罪被害防止のための情報発信・広報啓発活動の推進		
【 施策の概要 】			
都民のサイバーセキュリティ意識の向上、サイバー犯罪の被害の未然防止を目的として、サイバーセキュリティ広報啓発イベントの開催や基本的なサイバーセキュリティ対策を盛り込んだ広報啓発用資料の作成、サイバー犯罪防止対策用DVDの製作を行い、サイバーセキュリティイベントや学校、企業等で行われる各種セミナーで活用するなど、効果的な広報啓発活動を推進する。また、警視庁ホームページ内に設置したサイバー犯罪に関する情報発信コーナーや、社会に広く普及している情報伝達手段であるツイッター等のSNSを活用し、最新のサイバー犯罪やサイバー攻撃の予防、広報啓発活動等に関する情報をタイムリーに発信するとともに、サイバー犯罪に係る相談を電話で受け付け、対応要領について指導、助言を行い消費者被害の未然防止を図る。			
【 2018年度の取組状況 】			
民間企業と連携して、都民に直接啓発活動を行うサイバーセキュリティイベントを実施したほか、サイバー空間の脅威を体験して学ぶことで、より当事者意識を持たせるための体験型イベントを実施した。 また、日常生活での様々な場面で消費者の防犯・規範意識を高めることを目的に、街頭ビジョン等を活用したサイバーセキュリティ広報啓発用ポスター画像やサイバー犯罪防止対策用アニメーション映像の表示のほか、SNSを通じて最新の犯罪手口や情報の発信を行った。 ○ サイバーセキュリティ体験型イベントの実施 フィッシングメールを見抜くポイントをクイズ形式で体験できる「フィッシングメール間違い探しゲーム」やウィルス感染により、第三者に遠隔操作された状況を体験できる「パソコン乗っ取り疑似体験」等の体験型コンテンツを通じ、サイバー空間での対処方法を理解してもらいイベントを開催した。 ○ 官民連携によるフィッシング詐欺防止対策の実施 大手SNS企業等と連携し、SNSアプリ上において詐欺の手口や対策方法を学ぶネットワーク訓練を実施し、15日間で延べ300万人が参加するなど、フィッシング詐欺の被害防止を図った。 ○ あらゆる機会を通じた広報啓発活動の推進 各警察署において、管内情勢に応じたサイバーセキュリティイベントや都民向けサイバーセキュリティセミナーを実施するとともに、テレビ、デジタルサイネージ等の各種広告媒体を活用した広報啓発活動を行い、広く都民のサイバーセキュリティ意識の向上を図った。			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
身近なSNSツールであるTwitterでサイバー犯罪に関する最新情報を知ることができるようになったほか、サイバー犯罪について書かれたポスター画像等を目にする機会が増えたり、新宿駅西口で行われたサイバーセキュリティ体験型イベントを通じて楽しくサイバー犯罪について学ぶことができた。 ○ 約3万7千人のフォロワーに向けて、最新の情報や対策方法の紹介などを発信 ○ 街頭ビジョンや交番のデジタルサイネージなど約150箇所へ掲載した結果、都民が目にする機会が増加 ○ サイバーセキュリティ体験型イベントのアンケート集計結果は約7割が「理解できた」「また参加したい」と回答			
【 2019年度の取組予定 】			
引き続き、官民連携して、都民に直接啓発活動を行うサイバーセキュリティイベントの実施や、サイバー空間の脅威を体験して学ぶ、体験型イベントを実施することでサイバーセキュリティ意識の向上と被害防止を図るほか、サイバー空間を利用する一人一人に当事者意識を根付かせ、サイバーセキュリティへの興味や関心を促す。 ○ 大手SNS企業等と連携した「アカウントの重要性」に関する啓発活動 ○ サイバーセキュリティ体験型イベントを実施 ○ 昨年のサイバーセキュリティ体験型イベントで納品された機器を活用したイベントを各警察署で実施 ○ あらゆる機会を捉えた広報啓発活動の実施			
【 所管部署 】	局	部	課
	警視庁	サイバーセキュリティ対策本部	サイバーセキュリティ対策本部

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

警視庁

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-5	生活安全相談センター等における広報啓発活動のための情報発信・広報啓発活動の推進		
【 施策の概要 】			
生活安全相談センター、警察署等において、架空請求、悪質商法等に関する相談受理時、相談者に対する被害防止のための注意喚起を行うとともに被害防止に係る情報発信に努める。			
【 2018年度の実績 】			
○ 相談者の被害の未然防止、拡大防止に関して、相談者の立場に立った具体的な教示を行うなど、注意喚起を行った。 ○ 消費関連問題について、国民生活センターほか関係機関・部署等と連携した被害防止に係る情報発信に努めた。			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
警視庁ホームページ等の広報媒体を利用して、消費者が不安を感じる架空請求、悪質商法などの犯罪手口情報、各種相談窓口の連絡先等の最新情報を広報した結果、消費者が被害に遭う前に警察に相談を寄せ、その対応要領や被害防止策について指導・助言を受けたことによって、被害の未然防止が図られている。			
【 2019年度の実績 】			
○ 相談者の被害の未然防止、拡大防止に関して、相談者の立場に立った具体的な教示を行うなど、注意喚起を行う。 ○ 消費関連問題について、国民生活センターほか関係機関・部署等と連携した被害防止に係る情報発信に努める。			
【 所管部署 】	局	部	課
	警視庁	生活安全部	生活安全総務課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

東京消防庁

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-6	防災機器の不適正販売等に係る都民の被害等防止対策		
【 施策の概要 】			
住宅用火災警報器や消火器を始めとする住宅用防災機器等の普及促進に当たり、不適正販売を防止するため、リーフレットやホームページを通じ、悪質販売の被害に遭わないよう注意喚起するとともに、クーリングオフ制度を紹介する。			
【 2018年度の取組状況 】			
住宅用火災警報器設置促進用のリーフレット、住宅防火対策を促すリーフレットや東京消防庁ホームページに住宅用防災機器に関する不適正販売への注意を呼びかける内容を掲載するとともに、都民からの問合せについても不適正販売への注意の内容も含めて対応した。 また、地域で行われる防火防災訓練や消防署一般公開等の都民と接する機会を通じて、都民に対し不適正販売への注意を呼びかけた。 (参考) 住宅防火対策・住宅用防災機器等設置促進用リーフレット 29万枚			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
住宅用火災警報器の設置義務化に伴う不適正販売や、消火器の不正リース契約が発生していることから、さまざまな手段を通じて、発生後速やかに都民への注意喚起を図っている。 事案発生後速やかに、近隣町会、区市町村、近隣消防署と情報共有を図ることにより、不正販売等の未然防止に大きな効果がある。			
【 2019年度の取組予定 】			
引き続き住宅用火災警報器設置促進用のリーフレット、住宅防火対策を促すリーフレットや東京消防庁ホームページ等を活用した呼びかけを行い、不適正販売への注意喚起を継続する。 住宅防火対策・住宅用防災機器等設置促進用リーフレット 29万枚			
【 所管部署 】	局	部	課
	東京消防庁	防災部	防災安全課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

住宅政策本部

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-7	不動産取引に係る消費者向け情報提供		
【 施策の概要 】			
不動産の取引は、物件が高額であり、また、申込みから最終決定に至るまでに、契約や登記などの複雑な手続を要する。このため、消費者の取引に関する知識や経験が不足していることによるトラブルが発生している。このため、都は、消費者向けの「不動産売買の手引」、「住宅賃貸借契約の手引」などのパンフレットを通じて、不動産取引に関する普及啓発を図っている。また、消費者が安心して不動産取引を行えるよう、宅地建物取引業者の処分履歴等について、名簿の閲覧やインターネットにより情報提供している。今後も引き続き、消費者向けに不動産取引に係る情報提供を行う等により、消費者の知識の普及啓発に努めていく。			
【 2018年度の取組状況 】			
1 東京における住宅の賃貸借に係る紛争の防止に関する条例の公布(H16.3.31)、条例等の施行(H16.10.1)、条例等の一部改正(H29.10.13公布、同日施行) 2 賃貸住宅トラブル防止ガイドラインの作成(H16.9.16)、及び同条例施行規則改訂(H25.4月)、第三版(H30.3.30Web.H31.3.14冊子) 3 条例・ガイドライン概要版リーフレットの作成(H18.1.31) 4 都市整備局ホームページによる消費者向け情報提供(掲載内容のリニューアル H26.1月) ・不動産取引の手引き ・不動産相談 ・投資用マンション等についての悪質な勧誘電話等にご注意ください！ ・原野商法の二次被害にご注意ください！ ・最近の不動産相談事例から ・宅地建物取引における人権の尊重と個人情報の保護について ・宅地建物取引業者の免許情報提供サービス 等 5 条例に基づくモデル説明書等の外国語版(英・中・韓)の作成(H26.10.1) 6 チラシ「ご注意ください。原野商法処分の焦らせ転売話で被害者急増中」(H30.4月) 7 チラシ「屋外広告物のルール」(H30. 7月) 8 条例・ガイドライン概要版リーフレットの改訂(H30.3.30Web.H31.3.15冊子) 9 名簿の閲覧(30年3月末現在) 15,405 件			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
不動産取引に係る消費者向け情報提供の充実を図るとともに、東京都消費生活総合センターや業界団体等と連携し、トラブルの未然防止に向けて取り組んでいくことで、適正な不動産取引の確保に努めた。			
【 2019年度の取組予定 】			
東京都賃貸住宅紛争防止条例や「賃貸住宅トラブル防止ガイドライン」の普及により、賃貸借に関する紛争を未然に防止するとともに、消費者向けの「不動産売買の手引」、「住宅賃貸借契約の手引」などのパンフレットを通じて、不動産取引に関する知識の普及啓発を図っていく。また、外国人の賃借人が増加していることから、「賃貸住宅トラブル防止ガイドライン」の英語版を作成するとともに、その概要をまとめたリーフレットは、英語、中国語、韓国語版を作成し、住宅政策本部ホームページに掲載する。			
【 所管部署 】	局	部	課
	住宅政策本部	住宅企画部	不動産業課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-8	ヒヤリ・ハット調査を基礎とした潜在危険の情報提供		
【 施策の概要 】			
平成26年に公表された国民生活センター実施の国民生活動向調査によると、購入した商品や利用したサービスについて不満を感じたことがある、又は経済的・身体的な被害を受けたことがあると答えた人のうち、消費生活センターなど行政の相談窓口相談したのは2.8%となっている。 危害・危険情報は顕在化しにくく、身近に潜む危険を知らせるヒヤリ・ハット情報は、消費生活センター等へ情報提供されることなく、多数埋もれている現状がある。商品による身近な危害を未然に防止するためには、埋没しているヒヤリ・ハット情報の掘り起こしによる、危害・危険情報の把握が不可欠である。 そのため、ヒヤリ・ハット情報を含めた事故情報を、インターネットアンケート調査により収集・分析し、必要に応じて商品テスト等の調査を実施し、都民に情報を提供していく。			
【 2018年度の実績 】			
インターネットのアンケートにより、ヒヤリ・ハット体験事例を収集・分析するヒヤリ・ハット調査を実施した。調査結果を取りまとめ、ヒヤリ・ハットレポート等を作成・配布することに加え、「東京くらしWEB」等で配信し都民への注意喚起に取り組むとともに、関係機関及び事業者へ調査結果を情報提供し、被害の未然・拡大防止を図った。 ○平成30年度ヒヤリ・ハットレポート 「乳幼児の寝ているときの事故防止ガイド」平成30年10月 45,000部配布			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
乳幼児が使う製品や、保護者が乳幼児を育てるために使う製品による危険について、イラスト等を多用したわかりやすい事故防止ガイドを作成し、保育所、幼稚園、保健所等への配布を通じて、多くの保護者に普及啓発することができた。			
【 2019(平成31)年度の実績 】			
インターネットのアンケートにより、ヒヤリ・ハット体験事例を収集・分析するヒヤリ・ハット調査を実施する。調査結果を取りまとめ、ヒヤリ・ハットレポートを作成・配布し、都民への注意喚起に取り組むとともに、関係機関及び事業者へ調査結果を情報提供し、被害の未然・拡大防止を図っていく、 また、必要に応じて商品テストや安全性に係る調査のテーマとして取り上げ、調査・分析を行い、商品事故等の危害・危険防止対策につなげていく。 ○平成31年度ヒヤリ・ハットレポート 「帰省先などの自宅とは異なる住まいでの乳幼児の危険」作成予定			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活部	生活安全課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-9	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発		
【 施策の概要 】			
次代を担う子供の安全対策のため、商品・サービスに関する危害・危険について、子供が集まる各種イベントのほか、社会科見学や家族連れの来訪者の多い東京消防庁防災館において、日常における事故をわかりやすく伝達するなど普及啓発を実施するとともに、特定の商品等について問題が生じた場合に幼稚園や保育所を通して一人一人の保護者にチラシを配布したり、ネットへ情報を掲載するなど、必要な情報を必要としている消費者に届ける。			
【 2018年度の実施状況 】			
子育て支援団体と共催し、安全に配慮した商品見本市「セーフティグッズフェア」を実施した。(平成31年1、2月) 東京消防庁防災館(5月)との連携や、子育て世代が集まるイベント等への出展(8月、9月、10月、1月)を行うとともに、区市町村と連携し、消費生活展等での模型・パネル等の展示を行った。 また、ネット世代へ情報提供する手段として、事故事例と事故防止メッセージを加えた動画を作成し、YouTubeや東京くらしWEBへ掲載した。			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
子供の身の回りの危険について、模型やパネル等を使用して視覚的にわかりやすく伝えることができた。 子供の安全対策に関心の高い方はもとより、たまたまイベントに来ていた方や、親子連れ、地域の方々、日頃は子供の安全について関心の低い方などにも効果的に普及啓発することができた。			
【 2019(平成31)年度の実施予定 】			
東京消防庁防災館との連携や、子育て世代が集まるイベント等への出展を行うとともに、区市町村と連携し、消費生活展等での模型・パネル等の展示を行う。 また、ネット世代へ情報提供する手段として、事故事例と事故防止メッセージを加えた動画を作成し、YouTubeや東京くらしWEBへ掲載したり、商品等安全対策協議会の提言に基づいて作成したリーフレットを配布する等、普及啓発の取組をあらゆる方面から行っていく。			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活部	生活安全課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

福祉保健局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-10	乳幼児の事故防止に向けた啓発		
【 施策の概要 】			
保護者など周りの大人が子供の年齢や成長段階に応じた特性・行動を知ることにより、事故防止のための適切な行動を取れるよう、学習ソフト、ハンドブック等による啓発のほか、ホームページでの情報提供等を実施する。			
【 2018年度の実施状況 】			
ホームページに学習ソフトやハンドブック等を掲載し、情報提供を行った。			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
保護者など周りの大人が子供の年齢や成長段階に応じた特性・行動を知ることにより、事故防止のための適切な行動を取る一助となった。			
【 2019年度の実施予定 】			
引き続き、ホームページに学習ソフトやハンドブック等を掲載し、情報提供を行う。			
【 所管部署 】	局	部	課
	福祉保健局	少子社会対策部	家庭支援課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-11	リコール製品や長期使用製品による事故の防止		
【 施策の概要 】			
リコール製品に起因する事故の防止のため、東京くらしWEBから消費者庁リコール情報サイトへのリンクを構築するとともに、必要な場合には積極的な注意喚起を行う。 また、長期使用製品に関する事故も後を絶たない状況にあることから、長期使用製品安全点検・表示制度の周知など、長期使用製品による事故を防止するための注意喚起を適切に行う。			
【 2018年度の実績 】			
① 東京くらしWEB上に、消費者庁リコール情報サイトへのリンクを掲載 ② 危害・危険情報によりリコール製品関連情報を発信した(平成30年11月)			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
あらゆる広報媒体を活用して、リコール製品に関する注意喚起を行い、危害の未然・拡大防止に役立てることができた。			
【 2019年度の実績 】			
① 消費者庁リコール情報サイトへのリンク 東京くらしWEB上に、消費者庁リコール情報サイトへのリンクを掲載する ② 危害・危険情報によりリコール製品関連情報の発信 東京くらしWEBの危害・危険情報において、リコール製品に起因した事故等が発生した場合等をとらえ、リコール製品の所有状況の確認等について発信する ③ 長期使用製品関連情報の発信 東京くらしねっとや東京くらしWEBの危害・危険情報などを活用し、長期使用製品安全点検・表示制度について周知していく			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活部	生活安全課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

東京消防庁

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-12	都民生活において生じる事故防止対策の推進		
【 施策の概要 】			
建築設備や家電製品、生活用品に起因して発生した日常生活事故を、そのまま放置しておいた場合、重大事故や、繰り返し同種の事故が発生するおそれがある。そこで、事故に起因した建築設備や家電製品、生活用品を製造等した関係のある者に対し、事故の状況を通知するとともに、都民に対しても公表し事故防止の知識の普及、意識啓発を行い、都民生活における事故防止を図る。			
【 2018年度の取組状況 】			
日常生活事故の発生状況や事故要因を把握し、過去の発生状況などを踏まえ重大事故の未然防止に努めるとともに、繰り返し発生が危惧される事故について東京消防庁ホームページやTwitterなどを活用し、タイムリーかつ効果的に都民へ事故情報の提供と注意喚起を実施した。また、防災教育センター(防災館)や出初式等の都民が多く集まる各種イベントの機会を捉え、ターゲットを絞った注意喚起を実施した。			
1 報道発表及び報道機関への広報協力 15件 2 安全・安心情報のホームページ掲載 19件、フェイスブック掲載 16件、Twitter掲載 1件 3 東京都生活文化局等の関係機関への通知 2件 4 乳幼児の事故防止冊子「STOP！子どもの事故」を区市町村の保健所へ125,000部配布 5 高齢者の事故防止冊子「STOP！高齢者の事故」をシルバーパス発行窓口で105,000部配布 6 高齢者の転倒防止リーフレットを高齢者福祉施設及び消防署等へ223,700枚配布 7 日常生活事故防止(高齢者編・乳幼児編)のプロモーションビデオを制作し、東京チャンネル等で放映 8 実験実演90件、講義13件、実験映像の作成・発信による実効性のある情報提供			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
1 新聞、テレビ等のメディアを通じて、日常生活におこる事故の発生状況と事故防止のポイントを情報発信することにより、都民が日常生活に潜んでいる事故防止に関する知識の向上を図ることができた。 2 子どもに関する事故防止のポイントや応急手当の方法を紹介する冊子「STOP！子どもの事故」を区市町村の保健所等で母子健康手帳と一緒に配布することで、子どもに多い事故の情報を提供し、効果的な広報を実施している。 3 高齢者に関する事故防止のポイントをまとめた冊子「STOP！高齢者の事故」を東京都の支援のもと一般社団法人東京バス協会が実施しているシルバーパス事業にあわせて、70歳以上の新規申込者に配布することで、日常生活事故が多い世代にターゲットを絞った効果的な広報を実施している。			
【 2019年度の取組予定 】			
1 日常生活事故の防止を図るために、2018年度に制作したプロモーションビデオ及びリーフレット等を活用し、各種イベント等において注意喚起を促す。 2 関係機関と連携し、防災部防災安全課で発信している都民生活情報(季節ごとに多く発生する事故等)を活用し、ホームページやSNS等により、事故防止対策の情報を発信し、再発防止を図る。 3 冊子「STOP！子どもの事故」「STOP！高齢者の事故」を継続的に配布し、注意喚起を促す。 4 生活空間の中にある様々な日常生活事故の危険とその防止策について、AR技術やタブレット端末等を使用して学習できる、防災教育センター(防災館)の利用促進について周知する。			
【 所管部署 】	局	部	課
	東京消防庁	防災部・消防技術安全所	防災安全課・消防技術課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(30年度)取組予定(31年度) 調査票**

東京消防庁

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-13	火災調査結果等の安全対策への反映		
【 施策の概要 】			
火災調査結果等を再発防止に反映させるため、関係する業界やメーカー等に対して改善指導を行うとともに、報道発表やホームページへの掲載、ツイッター等を活用し、火災情報等を迅速に都民に提供する。			
【 2018年度の実績 】			
季節的に多発する火災や取扱いが不適と思われる火災が頻発した際に、関係各課と連携して実験映像等の動画を活用した火災予防資料を作成し、報道発表やSNS等を通じて都民に対し説得力のある安全・安心情報を発信した。 また、社告・リコール製品及び同一製品から多発している火災について、経済産業省など関係省庁へ情報提供を行うとともに、業界、メーカー等に対して改善要望を行い、ホームページには「リコール・社告品及び同一製品から多発している火災事例」として、更新を図った。 【参考】 ・実験映像を活用した報道発表 4件 ・報道機関からの取材への対応 6件 ・安全・安心情報に関するツイッター掲載 4件 ・安全・安心情報に関するフェイスブック掲載 8件 ・火災統計や安全・安心情報に関するホームページ掲載 9件			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
ツイッターに掲載された案件に対し「いいね」が平均で330件強、フェイスブックに掲載された案件に対する「いいね」が平均570件強、添付された実験動画の再生回数は計23万件を超えており、効果的に安全安心情報を訴えることができた。特に「スプレー缶等」、「電気ストーブ×ロボット掃除機」は動画再生回数、「いいね」件数が共に他に比べ突出しており、タイムリーに発信したことや数多く報道されたことで都民が高い関心を示したことが回数・件数の増加に繋がったものといえる。 報道発表に伴い、テレビ局や他府県の消防本部からの問合せや映像借用依頼も多く、都民に限らず全国での関心の高さが窺える。 長期的にみると火災件数は減少傾向で推移しており、積極的な報道発表や安全安心情報の掲載が都民の防火意識向上に繋がり件数が減少した要因の一つといえる。			
【 2019年度の実績 】			
季節的に多発する火災事案や取扱いが不適と思われる火災が発生した都度、関係各課と連携し、各種マスメディアを通じて実験映像等の動画を活用し、都民に対し説得力のある安全・安心情報を発信する。 過去の統計から得られた火災データに基づき、多発している火災事例の実験映像等の動画を関係各課と連携して撮影を行い、安全・安心情報発信の資料とする。 また、社告・リコール製品及び同一製品から多発している火災について、経済産業省など関係省庁への情報提供並びに業界、メーカー等に対しては改善要望を行う。ホームページには「リコール・社告品及び同一製品から多発している火災事例」として、定期的な更新を継続する。 【参考】 ・実験映像を活用した報道発表 季節ごと及び同内容事案発生都度 ・ツイッター、フェイスブック等SNSを活用した安全・安心に関する情報発信 季節ごと及び同内容事案発生都度 ・関係省庁の調査委員会等への積極的な情報提供			
【 所管部署 】	局	部	課
	東京消防庁	予防部	調査課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-14	消費生活基本調査		
【 施策の概要 】			
消費生活行政を効果的に展開するため、基本調査を実施し、消費者を取り巻く動向や被害の実態を的確に把握する。その結果は、被害の未然防止に向けた効果的な情報発信の在り方など、施策展開の基礎資料として活用する。			
【 2018年度の実施状況 】			
都が持つ情報発信ツールの利用実態等を調査し、消費者にとって、より「分かりやすい」「見やすい」「必要な情報が手に入る」情報発信を行うための参考とするため、15歳※から74歳までの男女3,000人を対象に「情報発信ツールに関する調査」を実施した。 ※ただし、満15歳に達した日以後の最初の3月31日が終了していない人は除く。			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
本調査の結果を活用し、消費者にとって、より「分かりやすい」「見やすい」「必要な情報が手に入る」情報発信のあり方を検討していくことで、都民の消費生活の安定と向上に繋げる。			
【 2019年度の実施予定 】			
消費者の消費生活における意識や行動、行政に対するニーズなど、今後の施策展開の基礎資料となる調査を実施する。			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活部	企画調整課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-15	相談情報を活用した情報発信		
【 施策の概要 】			
国民生活センターのデータベース「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」に、消費生活総合センター及び都内の消費生活センター等に寄せられた相談情報を蓄積し、相談処理に活用している。PIO-NETに蓄積された相談情報や分析結果を都民への注意喚起等に活用することで、消費者被害の未然防止・拡大防止を図っている。			
【 2018年度の取組状況 】			
都及び区市町村で受け付けた相談情報をPIO-NETシステムに登録・蓄積し、相談処理や相談傾向分析、都民への情報提供等に活用した。 ・全都域の相談状況の分析「平成29年度消費生活相談年報」を発行(12月) ・毎月の相談傾向、テーマ別分析及び消費者注意情報等をホームページ「東京くらしWEB」で発信 ・消費者教育資料等への事例掲載			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
PIO-NETシステムに蓄積した相談データを相談処理支援に活用するとともに、多面的な分析を通じて消費者注意情報などを都民に情報提供することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止や救済に役立てることができた。			
【 2019年度の取組予定 】			
都及び区市町村で受け付けた相談情報をPIO-NETシステムに登録・蓄積し、相談処理や相談傾向分析、都民への情報提供等に活用する。 ・全都域の相談状況の分析「平成30年度消費生活相談年報」を発行(9月) ・毎月の相談傾向、テーマ別分析及び消費者注意情報等をホームページ「東京くらしWEB」で発信 ・消費者教育資料等への事例掲載			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	相談課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信			
【 番号 】	【施策名】		
1-1-16	地方消費生活行政の充実・強化		
【 施策の概要 】			
地方消費生活行政を充実・強化して積極的な取組を実施するためには、国による財政支援が重要であり、これまで充実させてきた区市町村の事業を継続して実施できるよう、今後ともこれまでと同等以上の財政支援を行うとともに、必要な財源を継続的・安定的に確保することについて国に要請する。			
【 2018年度の取組状況 】			
○平成31年度国の施策及び予算に対する提案要求の実施 平成30年7月及び12月に、地方消費生活行政推進のために、平成29年度までと同等以上の財政支援を行うとともに、必要な財源を継続的・安定的に確保することについて提案要求を実施			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
地方消費者行政強化交付金(強化事業)の事業メニューが当初の13メニューから3メニュー追加され、16メニューに拡充されたことにより、各自治体を実施する事業の多様性が広がった。これにより、様々な角度から消費者の安全・安心を確保することにつながった。			
【 2019年度の取組予定 】			
○2020年度国の施策及び予算に対する提案要求の実施 一部事業メニューが追加されたものの、国の予算額は平成30年度以降減少傾向にあるため、昨年度に引き続き、地方消費生活行政推進のために、平成29年度までと同等以上の財政支援を行うとともに、必要な財源を継続的・安定的に確保することについて提案要求を実施する。			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活部	企画調整課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見			
【 番号 】		【施策名】	
1-2-1		高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの構築促進	
【 施策の概要 】			
高齢者の消費者被害防止のため、地域で高齢者を見守るネットワークが構築され、有効に機能するよう、高齢者見守り人材等育成支援や、区市町村が取組状況の自己評価や課題を把握できる取組を行うほか、高齢者福祉部門等と連携しながら、ネットワーク内で有効な見守りを広げるための区市町村への支援等を行う。			
【 2018年度の実績 】			
地域で見守りを行う人材の育成やモデル事業などの実施を通じて、高齢者の消費者被害防止に向けた見守りネットワークの構築に取り組む区市町村への支援を行った。 ・介護事業者等地域で高齢者を見守る人々を対象に、高齢者を狙う悪質商法の特徴や被害発見のポイント・発見時の対応のノウハウ等を提供する「高齢者見守り人材向け出前講座」を実施した。 ・高齢者の見守り体制の充実を目指す区市町村に対し、「高齢消費者見守り推進モデル事業」の実施を通じて、各自治体の取組の実情に応じ、都が助言や情報提供等の支援を行った(5自治体)。また、前年度のモデル事業の成果を事業実績報告書として取りまとめ、都内区市町村への普及を図った。 ・モデル事業実施自治体には、高齢者の消費者被害防止のための啓発グッズ(消費者ホットライン188を周知するクリアファイル)を提供し、地域の見守り活動に活用した。 ・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し、今後の取組につなげていくため、取組状況チェックシートによる現状・課題の把握を行うとともに、実施結果を取りまとめ、都内区市町村へネットワーク構築に向けた働きかけを行った。 ・区市町村の消費生活行政担当職員への研修の際に、福祉部門との連携強化の一助となるよう、福祉部門における高齢者の見守り施策や福祉部門との連携事例の紹介を行った。			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
・第23次東京都消費生活対策審議会答申「消費者被害から高齢者を見守る取組に係る都の役割と区市町村等との連携強化について」(平成27年12月)を踏まえ、様々な取組を複合的に実施することにより、区市町村における見守りネットワークの構築が進んでいる(平成30年度時点で累計23自治体(平成29年度は累計12自治体))			
【 2019年度の実績 】			
引き続き地域で見守りを行う人材の育成やモデル事業などを実施し、高齢者の消費者被害防止に向け、地域で高齢者を見守るネットワークが構築され、有効に機能するよう区市町村への支援を行っていく。			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活部・消費生活総合センター	企画調整課・活動推進課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見			
【 番号 】	【施策名】		
1-2-2	高齢者のための専用相談・通報受付		
【 施策の概要 】			
消費生活総合センターに高齢者支援グループを設けて専門相談員を配置するとともに、高齢者本人や家族からの相談を受け付ける専用電話「高齢者被害110番」、ケアマネジャー・ホームヘルパー・民生委員など高齢者の周囲の人たちから高齢者被害の通報を受け付ける専用電話「高齢者費者見守りホットライン」を設けて高齢者被害の相談に迅速に対応する。また、例年9月に実施される「高齢者悪質商法被害防止キャンペーン」と連携して「高齢者被害特別相談」を実施するなど、高齢者被害の未然防止・拡大防止を図る。			
【 2018年度の取組状況 】			
1 高齢者相談 9,709件<速報値>(うち特別相談 177件) (特別相談は関東甲信越ブロック及び都内区市町と合同で実施した。) 2 高齢消費者見守りホットライン82件<速報値> 3 関係機関との連携(高齢者被害相談関連) ・福祉保健局(高齢社会対策部施設支援課:有料老人ホーム関連情報交換) ・福祉保健局(高齢社会対策部住宅支援課:サービス付高齢者向け住宅に関する情報交換) ・公益社団法人有料老人ホーム協会(有料老人ホーム関連情報交換)			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
・高齢者関係事業を行うさまざまな機関との連携により、高齢者の周りの人々が高齢者の消費者問題に関心を示すようになり、消費者被害から高齢者を守る仕組みとして、見守りネットワークの必要性を認識するようになった。 ・見守りホットラインへの通報や、高齢者被害110番への相談などを通して、第三者からの通報が定着してきた。 ・福祉関連事業関係者も高齢者相談の増加傾向を注視するようになり、消費生活相談員による講演機会が増え、被害の実態を訴えることができた。			
【 2019年度の取組予定 】			
・高齢者相談の受付 1 高齢消費者見守りホットラインによる高齢者被害の通報受付 2 高齢者悪質商法被害防止キャンペーンと連携して「高齢者被害特別相談」を実施 3 関係機関との連携を図り、高齢者の見守りを働きかける。 ・福祉保健局 ・業界団体 他 4 マスコミへの働きかけを積極的に行う。			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	相談課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見			
【 番号 】	【施策名】		
1-2-3	高齢者等の消費者被害を防止するための見守り人材の育成		
【 施策の概要 】			
高齢者が地域の中で安心して暮らしていくためには、社会全体での見守りが重要である。そのため、高齢者の身近にいるケアマネジャー、ホームヘルパーなどの介護事業者、民生委員・児童委員、地域の高齢者見守りネットワークの関係者など、高齢者を見守る人々を対象に、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応などについて出前講座を実施する。			
【 2018年度の実施状況 】			
ホームヘルパー、ケアマネジャーなどの介護事業者や民生委員・児童委員、町会・自治会や老人会、高齢者見守りネットワークのメンバー、配送事業者等の高齢者を見守る立場の人を対象に、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応などについての出前講座を実施(300回、6,726名)			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
ホームヘルパー、ケアマネジャー等の介護事業者や民生委員、高齢者見守りネットワークの関係者等高齢者を見守る人々への出前講座の実施により、深刻化する高齢者被害の早期発見を図り、高齢者はもとより、家族や介護事業者等高齢者を取り巻く人々に注意喚起することができた。 実施後の感想では、「見守り、声掛け、相談機関へつなぐことの重要性について学んだので、今後実践していきたい。」「資料が良く、今後の見守り活動の参考にできるのでありがたい。」等の意見が寄せられている。			
【 2019年度の実施予定 】			
高齢者を見守る人々を対象に、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応などについて「高齢者見守り人材向け出前講座」を引き続き実施する。			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見			
【 番号 】	【施策名】		
1-2-4	民間事業者と連携した高齢者の消費者被害の防止		
【 施策の概要 】			
宅配業務等で都民宅を訪問する事業者と協定を締結し、事業者が高齢者宅等を訪問する際、悪質商法被害に関する注意喚起リーフレットを高齢者や高齢者を見守る方に声掛けしながら直接手渡しすることで、効果的に高齢者の消費者被害防止を図る。			
【 2018年度の取組状況 】			
○自宅まで商品やサービスを届ける宅配事業者等と連携し、高齢者世帯等に悪質商法被害に関するリーフレットを届け、注意喚起を実施(9月から12月までの実施期間で、都内全域で約15万6千部のリーフレットを配布)			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
○身近な事業者等から手渡しでリーフレットを届けることにより、印象に残る注意喚起を行うことができた。			
【 2019年度の取組予定 】			
○引き続き宅配事業者等と連携し、高齢者世帯等に悪質商法被害に関するリーフレットを届け、注意喚起を実施する。			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見			
【 番号 】	【施策名】		
1-2-5	高齢者に多い消費者被害を減らすための対策の検討		
【 施策の概要 】			
高齢者の被害は、他の年代に比べて、在宅時に被害に遭いやすい傾向があることから、訪問販売や電話勧誘販売等における消費者被害を減らすため、関係法令の規定遵守の徹底を改めて事業者に対し呼び掛けるほか、高齢者や高齢者を見守る人々に対しても勧誘に当たり事業者が遵守すべきルールの周知を行い、意にそぐわない勧誘をより断りやすい環境を整えるなど、消費者の意思を尊重した営業活動が行われるための取組を検討する。			
【 2018年度の実績 】			
高齢者の訪問販売や電話勧誘販売被害を減少させるため、東京くらしねっと9, 10月に消費者に向けた注意喚起の記事を掲載した。 また、事業者向けに、訪問販売を望まない消費者に対する対応等を学んでもらえるよう、ホームページ「東京くらしWEB」に設置している「クイズで学ぶ法令遵守」において、東京都消費生活条例のコースを新たに作り、消費者が迷惑であると感じる勧誘を条例で禁止していることの理解を進められるようにした。 このほか、訪問販売等の事業者団体に対し、個別にコンプライアンス講習の出前講座を行うなど、消費者・事業者、双方への働きかけを行った。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
東京都消費生活条例を切り口にした啓発を行うことにより、条例で迷惑勧誘等の行為が禁止されていることを周知するとともに高齢者等に向け注意喚起を行い、消費者被害の未然防止に寄与した。			
【 2019年度の実績 】			
①これまでの取組に加えて新たに、条例で禁止されている迷惑行為を伴う勧誘(主に訪問販売、電話勧誘販売)を周知し注意を呼びかけるため、消費者向けの啓発チラシを作成し、老人クラブ等の協力を仰ぎながら高齢者を中心に配布する。 ②事業者に対しても、東京都消費生活条例において消費者に対し迷惑と感じる勧誘等について禁止していることを周知するチラシを作成し、講習会や事業者団体等を通じて配布する。			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活部	取引指導課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

福祉保健局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止			
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見			
【 番号 】		【施策名】	
1-2-6		成年後見制度等の活用による消費者被害の防止・救済体制の充実	
【 施策の概要 】			
日常生活自立支事業は、介護保険制度導入や社会福祉事業法等の改正により、福祉サービスが措置から利用へと移行する中で、認知症高齢者や知的障害者等、福祉サービスの利用対象者の利益の保護を図る仕組みの一環として開始したもの。都においては本事業の取組を進めるとともに、権利擁護への取組をより一層進めるため、平成14年度からは福祉サービス総合支援事業、平成17年度からは成年後見活用あんしん生活創造事業を開始している。上記3事業については、その取組が都内区市町村等において着実に進んでいるところであり、今後も引き続き、事業実施主体への支援を進めることにより、都内における権利擁護に係る総合的な相談体制の充実、消費者被害の防止・救済体制の充実を図る。			
【 2018年度の取組状況 】			
都における権利擁護に係る取組について、中心となる3つの事業の実績により記載する。 ①日常生活自立支援事業については、都内62団体で実施しており、契約件数は3,200件を超える等、取組が着実に進んでいる。 ②福祉サービス総合支援事業については、都内では50区市村が実施し、未実施自治体についても立上げ支援の取組を行った。 ③成年後見活用あんしん生活創造事業については、都内49区市において成年後見制度を推進する機関を設置し、住民に身近な基礎的自治体での体制整備が整いつつある状況となった。また、未実施自治体についても立上げ支援の取組を行った。			
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】			
一人暮らしの高齢者等が、日常生活自立支援事業や福祉サービス総合支援事業により、日常生活の見守り等で、定期的に第三者が関わりを持つことで、消費者被害を未然に、または軽微にとどめることも可能である。また、消費者被害に遭いやすいと思われる判断能力が十分でない高齢者や障害者等は、成年後見制度を利用することにより、本人の権利が擁護される。 なお、平成29年の都内の成年後見申立て件数は5,071件であり、平成12年の制度開始時に比べ5倍になるなど着実にその利用が増えており、これらの権利擁護に係る施策は、判断能力が十分でない都民等の消費者保護につながっている。			
【 2019年度の取組予定 】			
都における権利擁護に係る取組について、中心となる3つの事業の実績により記載する。 ①日常生活自立支援事業については、制度創設以降、着実に利用件数が伸びていることから、所要額の確保等により、利用者サービスの充実を行う。 ②福祉サービス総合支援事業については、継続する地区への支援を継続するとともに、未実施自治体への働きかけにより、一層のサービスの充実に努める。 ③成年後見活用あんしん生活創造事業については、成年後見制度を推進する機関が安定的にニーズに応じたサービスを提供できるよう、推進機関連絡会や関係機関との連携を確保するとともに、都民に対する制度の普及啓発を図っていく。			
【 所管部署 】	局	部	課
	福祉保健局	生活福祉部	地域福祉課