

現行計画の主な実績

「東京都消費生活基本計画」(令和5年度～令和9年度)の構成

<基本計画の構成>

視点1

主体的な消費行動への変革の促進

視点2

デジタル社会及びグローバル社会
への対応

視点3

多様な主体との連携・協働による
取組の強化

政策 1	消費者被害の未然防止と拡大防止	3	災害時における消費生活の安心の確保 ・災害時における生活物資の供給確保
1	被害防止のための注意喚起・情報発信 (1) デジタル社会に対応した「伝わる」情報発信 (2) 多様な主体との情報提供の場の開拓	政策 4	消費者教育の推進と持続可能な消費の普及
2	高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見 (1) 見守りネットワーク機能の充実 (2) 消費者安全確保地域協議会設置に向けた働きかけ	1	成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化 (1) 教育現場に対する啓発活動の強化 (2) 教育プログラムの充実による学校現場への支援強化 (3) 幅広い主体に対する消費者教育の実施
政策 2	不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成	2	急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進 (1) デジタル技術を活用したサービスの提供の推進 (2) 全ての消費者に行き届く消費者教育の推進
1	不適正な取引行為等の排除 (1) 専門的な人材の活用や継続的な監視体制の構築によるデジタル広告への対応力強化 (2) 国や他県、業界団体等との連携	3	持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進 ・エシカル消費推進のための民間企業等と構築するネットワークによる都民の行動変容につながるプロジェクトの展開
2	健全な市場の形成 ・事業者団体等の自主的取組の推進への支援	政策 5	消費者被害の救済
政策 3	消費生活の安全・安心の確保	1	消費生活トラブルの解決に向けた相談対応 (1) 新たなサービス・技術等に対する相談体制の強化 (2) 多様な主体への相談体制の充実
1	商品・サービスの安全の確保 ・商品安全のための交流型デジタルプラットフォームの運用支援	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あっせん・調停
2	安心して商品・サービスを選択できる取組の推進 ・安全な商品のPR・普及		

(1) 被害防止のための注意喚起・情報発信

○消費生活情報の効果的な発信

- ・「東京くらしWEB」等による「伝わる情報発信」
- ・効果的なメディアアプローチによる発信

○ライフステージに応じた情報の提供

- ・若者啓発用動画の作成、放映（SNS、交通広告、街頭ビジョン等）
- ・学生向けメルマガの配信
- ・消費者被害防止啓発

(2) 高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見

○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充実

- ・「消費者安全確保地域協議会」の設置支援

○見守り人材の育成と民間事業者との連携

- ・見守る人を対象として出前講座の実施
- ・民間事業者との連携

○高齢者専用の相談受付

- ・専門相談員の配置
- ・ホットライン等の設置

(1) 被害防止のための注意喚起・情報発信

○「東京くらしWEB」等による「伝わる情報発信」

- ・ ウェブサイトアクセス数：

令和5年度 1,903,863回、令和6年度 1,792,577回、令和7年度 1,505,813回

- ・ 連動してSNSでも拡散

X (旧Twitter) フォロワー数：令和5年度 21,304、令和6年度 22,632、令和7年度 22,962

発信数：令和5年度 655件、令和6年度 707件、令和7年度 668件

- ・ 行政発信情報へのユニバーサルアクセス対応として、15言語のAI翻訳機能を導入

- ・ メディアアプローチによる露出実績

令和7年度 テレビ：9件、デジタルメディア：35件

○若者啓発用動画の作成、放映（SNS、交通広告、街頭ビジョン等）

若者が被害に遭いやすい商法や気を付けるべきキーワードを紹介

○学生向けメルマガの配信

大学・専門学校等、都立高校の全教員等、希望する私立高校に配信

○効果的な情報発信による消費者被害防止啓発

キャンペーン月間を設定（9月高齢者、1月～3月若者）。

交通広告、SNS等での動画広告、街頭ビジョンなど、

対象に応じた 様々な媒体を 活用した広報や、特別相談を実施



- ・見守りネットワーク：令和5年度全区市町村において構築完了
- ・消費者安全確保地域協議会：20自治体で設置済
- ・設置に関する調査（令和7年9月実施）→【設置予定】 10自治体（内1区市は令和7年度中に設置）

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・強化

○区市町村へのアウトリーチ活動や実態調査を踏まえた働きかけ、助言等を通じて

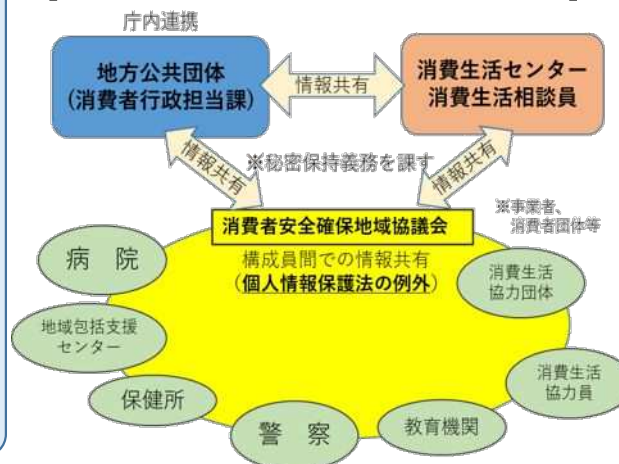
- ・区市町村における見守りネットワークの充実・強化に向けた支援
- ・区市町村の消費者安全確保地域協議会設置に向けた支援

地域の見守り人材の育成

○高齢者家族、ケアマネジャー、民生委員等高齢者を見守る人々を対象とした出前講座の実施（被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応等について）

令和5年度 132回実施、2,688人参加
令和6年度 139回実施、3,167人参加
令和7年度 140回実施、3,042人参加

【高齢者の見守りにおける地域の連携イメージ】



民間事業者との連携

○宅配事業者や生活協同組合等と連携し、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手渡し（高齢者に身近な事業者が実施することにより、効果的な啓発を実施）（令和5～7年度各16万部）



高齢者のための専用相談・通報受付

○消費生活総合センターに専門相談員を配置

○高齢者からの相談への迅速な対応

「高齢者被害110番」（令和5年度188件、令和6年度286件、令和7年度197件）

「高齢消費者見守りホットライン」

（令和5年度61件、令和6年度70件、令和7年度61件）

○高齢者被害の未然防止・拡大防止

高齢者悪質商法被害防止キャンペーンと連携した特別相談（令和5年度110件、令和6年度126件、令和7年度125件）

高齢消費者見守りホットライン

介護事業者・民生委員など高齢者の身近にいる方からの通報・問い合わせはこちらへ

☎ 03-3235-1334 月曜～土曜 午前9時～午後5時
（祝日・年末年始を除く）



(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

- ・悪質事業者通報サイトの活用

○不当表示に対する監視の徹底

- ・インターネット・SNS広告の監視
- ・有識者等による助言チームの活用

(2) 健全な市場の形成

○事業者向けのコンプライアンス講習会の実施

- ・専門家等による法令・最新の違反事例、業界団体の参考事例等の解説

○事業者向け学習コンテンツの作成

- ・「クイズで学ぶ法令遵守」の運用

(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（行政処分・指導の実施）

年度 内容・件数	令和5年度	令和6年度	令和7年度
業務停止命令	6	8	5
指示	6	11	5
業務禁止命令	4	5	7
行政指導	77	80	103

業務停止命令処分内容の事例

- ・レスキュー商法として、消費者からクーリング・オフの申出があったにもかかわらず、全額返金に応じなかった。
- ・点検商法として、点検を装って訪問し、ガス給湯器交換工事を勧誘した。

○悪質事業者通報サイトに寄せられた通報の件数

年度 種別・件数	令和5年度	令和6年度	令和7年度
悪質事業者に関する通報	634	576	620
誇大広告に関する通報	211	301	703
架空請求に関する通報	653	407	312

通報内容の事例

- ・【悪質事業者・偽サイト】ネット購入で商品が届かず、催促すると「欠品のため返金する」と決済用QRコードが送付され、その後連絡が取れなくなった。
- ・【誇大広告・優良誤認表示】「スマホ1台で」「1日15分で」等、実際より容易に成果が得られるかのような表示が見られた。
- ・【架空請求】サブスク料金の未払いを口実に、個人情報等の入力を求められた。

○通報をもとに事業者処分・指導等を行った件数

(令和5年度／令和6年度／令和7年度)

- ・悪質事業者に関する通報：法令に基づく行政処分 3件／3件／3件
- ・同上：法令に基づく行政指導 22件／16件／26件
- ・誇大広告に関する通報：法令に基づく行政指導 11件／18件／8件
- ・架空請求に関する通報：条例に基づき事業者名等を公表 31件／30件／9件

(1) 不適正な取引行為等の排除



東京デジタルCATS
CLEAN ADVERTISING TEAM OF SPECIALISTS

○不当表示に対する監視等の徹底

- ・インターネット広告監視（検索テーマとキーワードを設定し、年間16,000件を調査）
- ・SNS等広告監視（令和5年度100件、令和6年度240件、令和7年度320件を調査）
- ・不当なインターネット広告への対応力を強化するため、

弁護士やWEB専門家、消費生活相談員による助言員チームを活用

【情報発信】知事のメッセージ動画・啓発動画配信等、「東京デジタルCATSからのメッセージ」

【専門助言】デジタル広告監視・事業者調査等や景品表示法に基づく措置命令等に関する助言

年度 内容・件数	令和5年度	令和6年度	令和7年度
措置命令件数	2	2	2
行政指導実施件数	259	320	455

景品表示法に基づく措置命令の事例

- ・Instagram上の広告から遷移したアフィリエイト広告等で美白美容液に係る不当表示を行っていた通信販売事業者（優良誤認・有利誤認・ステルスマーケティング）
- ・Instagram上の広告から遷移したウェブサイト等で育毛剤に係る不当表示を行っていた通信販売事業者（優良誤認・ステルスマーケティング）

(2) 健全な市場の形成

○事業者向けコンプライアンス講習会

コース	受講者数		
	令和5年度	令和6年度	令和7年度
特定商取引法（訪問販売・電話勧誘販売・特定継続的役務提供編）	2,516名	1,400名	1,151名
特定商取引法（通信販売編）・東京都消費生活条例	2,156名	2,518名	2,008名
景品表示法・業界団体の参考事例	5,147名	4,438名	3,776名
ネット広告総合・医薬品医療機器等法（薬機法）	3,472名	2,941名	2,628名

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

- 安全性調査商品テストの実施
- ヒヤリ・ハット調査レポートの作成
- 商品等安全対策協議会における商品等の安全対策の推進

(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
- キッズデザイン賞の審査料を補助

政策3 消費生活の安全・安心の確保

資料7 ⑨

(1) 商品・サービスの安全の確保

	令和5年度	令和6年度
安全性調査 商品テスト	・ろうそくの安全性に関する調査 ・カセットこんろの安全性に関する調査	・傘の安全性に関する調査 ・水たばこの安全性に関する調査
ヒヤリ・ハット調査 レポート	・公園等で使用するスポーツ用品（車輪のあるもの）による子供の危険	・キャンプ・バーベキューに使用する製品等による危険
商品等安全 対策協議会	自転車用ヘルメットの着用と安全な使用	水辺のレジャーにおけるライフジャケットの着用と安全な使用

「傘の安全性に関する調査」



「水たばこの安全性に関する調査」



(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

	令和5年度	令和6年度	令和7年度
参加人数	参加人数：532人 配信：令和6年2月～3月アクセス数2,908件	参加人数：637人 配信：令和7年1月～3月アクセス数693件	参加人数：257人 配信：令和8年1月～3月アクセス数872件

○キッズデザイン賞の審査料を補助

	令和5年度	令和6年度	令和7年度
補助件数	17件	21件	19件

(1) 成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化

○高校・中学校等における消費者教育推進

- ・消費者教育コーディネーターの活動範囲の拡大
- ・消費者教育・啓発ノート、啓発チラシの作成・配布
- ・教員講座、教員向けの情報提供誌の発行
- ・小・中・高校（特別支援学校含む）学生・生徒を対象にした学校向け出前講座

○大学等と連携した若者への消費者教育

- ・出前講座や教職員と連携したゼミ単位での啓発

○消費者被害防止のための若者参加型事業の実施

- ・「CMシナリオ・動画コンテスト」の開催

(2) 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進

○消費生活講座・出前講座・出前寄席の実施、消費者教育用教材の作成

- ・多様なテーマ・手法の講座等を開催

○消費者団体との協働

- ・くらしフェスタ東京の開催

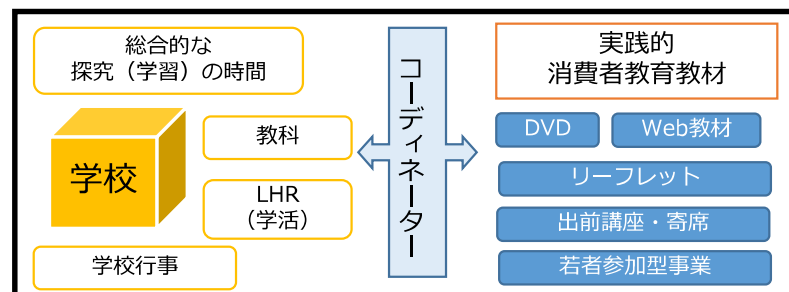
○計量に関する周知活動と教育の推進

(1) 成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化

○高校・中学校等における消費者教育推進

- ・消費者教育コーディネーターの活動範囲の拡大

消費生活総合センターの様々な教育コンテンツを活用し、学校の消費者教育をより実践的な内容にするため、コーディネーターが、学校からの要望に合わせた提案を行う。質問・相談にもワンストップで対応。



※コーディネーター：高校担当1名、中学校担当1名を配置

- ・消費者教育・啓発ノート、啓発チラシの作成・配布
(都内全高校2年生及び保護者向けに配布 令和5～7年度 各120,000部)
- ・教員講座(全16講座、延べ受講者数 令和5年度1,072人、令和6年度1,096人、令和7年度1,073人)
教員向けの情報提供誌「わたしは消費者」の発行(年4回)
- ・小・中・高校(特別支援学校含む)学生・生徒を対象にした学校向け出前講座
(令和5年度89回 7,908人、令和6年度91回 11,713人、令和7年度74回 7,500人)

○「CMシナリオ・動画コンテスト」の開催

- ・応募総数：令和5年度7,079件、令和6年度7,973件、令和7年度7,295件)
- ・CM動画の公開
(YouTube総再生数：令和5年度 約9.5万回、令和6年度46.5万回、令和7年度25.8万回)



(2) 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進

○消費生活講座・出前講座・出前寄席

		令和5年度		令和6年度		令和7年度	
消費生活講座		回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数
啓発講座		21回	3,939人	26回	4,089人	24回	4,858人
	うち大・中規模講座	9回	749人	9回	783人	9回	713人
	うち実験実習講座	11回	311人	16回	344人	16回	306人
	うち多様な主体との連携講座	1回	2,879人	1回	2,962人	1回	3,839人
消費者問題マスター講座		26回	1,704人	26回	2,845人	26回	2,721人
消費者問題教員講座		16回	1,072人	16回	1,096人	16回	1,073人
市町村共催講座		17回	413人	23回	580人	23回	742人
多摩消費生活センター主催講座		24回	3,011人	24回	4,523人	24回	4,515人
合計		104回	10,139人	115回	13,133人	113回	13,909人

		令和5年度		令和6年度		令和7年度	
		回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数
出前講座		222回	17,779人	248回	20,842人	250回	21,469人
出前寄席		370回	15,823人	368回	19,084人	416回	24,525人
計		592回	33,602人	616回	39,926人	666回	45,994人

※ 多摩消費生活センター主催講座の受講者数は受講決定者数

(2) 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進

○消費者教育用教材の作成

○WEB版消費者教育読本

ちえとまなぶと一緒に、
キャッシュレス決済を
体験して卒業後の実生活に
役立てよう！

(特別支援学校(高等部)・
若者向け)



(令和7年度改訂)

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—

(中学生期、高校生期、成人期(若者))



○消費者教育DVD



<<DVD>>

全消費者向け向け

「服の案内人ジョー・ランドリー
と学ぶ未来につながる"セシタク"
(成人・高齢者向け)

(2) 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進

○消費者団体との協働

		令和5年度	令和6年度	令和7年度
テーマ		「持続可能なやさしい未来へ」		「未来のために今できることを」
交流フェスタ	開催日	10月22日（日） 10月23日（月）	10月25日（金） 10月26日（土）	10月24日（金） 10月25日（土）
	会場	新宿駅西口広場	新宿駅西口広場	新宿駅西口広場
	来場者数	約18,500人	約12,500人	約16,000人



○計量に関する周知活動と教育の推進

○親子はかり教室 (7~9月)



○都民計量のひろば (11月)



(３) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進

○エシカル消費の理解と促進

- ・ パートナー企業の公募
- ・ WebサイトやSNS等による情報発信
- ・ カンファレンスの開催
パートナーの気運醸成と企業間の交流を促進、協働事業を見据え、企画を検討
- ・ エシカルキャンペーンの開催
パートナー企業等と連携し、都民にエシカルな行動を一斉・集中的に呼びかけるキャンペーンを開催
- ・ エシカルマルシェの開催
子供から大人まで楽しみながらエシカル消費を体感・体験できるマルシェの開催
- ・ エシカルアクションコンテストの実施（令和７年度より実施）
小学生を対象として、日々のエシカルなアクションをテーマにしたイラストを募集
応募作品の中から12作品を選定し、カレンダーにして都内全小学校に配布
- ・ パートナー向け助成事業の実施（令和７年度より実施）
パートナーの主体的な取組を支援し、エシカル消費の推進とパートナーの自走化を促進

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

資料7 ⑬

(3) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進

「TOKYOエシカル」R7年度の取組状況



パートナー公募

- エシカル消費に係る取組を推進する企業等を通年で公募
- 約295団体が参加(R8.3現在)



情報発信

- Webサイト・Instagram



カンファレンス

- 都、パートナー企業同士の連携強化
- シンポジウム、ネットワーキングを実施

第1回 6/17
第2回 2/10



エシカルミーティング

- キャンペーンに向けてパートナーによる発信コンテンツの検討を実施

第1回 9/2
第2回 2/10



エシカルキャンペーン

- パートナー企業・団体と連携し、都民にエシカルな行動を一斉・集中的に呼びかける「キャンペーン」を実施(10月～11月)



エシカルマルシェ

- 東京2025デフリンピックと連携し、駒沢オリンピック公園で「スポーツFUNPARK」「スポーツフェスタ」と同時開催11/22～11/24(3日間)



エシカルアクションコンテスト

- 小学校4年生～6年生を対象として、日々のエシカルなアクションをテーマにしたイラストを募集。応募作品の中から12作品を選定し、カレンダーにして都内全小学校に配布



(1) 消費生活トラブルの解決に向けた相談対応

○多様な主体への相談体制の充実

- ・外国語通訳サービスやチャットボットサービスの運用
- ・消費生活相談カウンセラー制度の活用

○相談受付状況にもとづく注意喚起

- ・トラブルの多い商品分野・販売方法等のテーマ分析と公表
- ・「消費者注意情報」等の発信
- ・事故原因の究明テストや技術情報の提供

○区市町村相談窓口の支援

- ・情報連絡会の開催、「相談実務メモ」の随時発信
- ・区市町村からの相談処理に関する照会・回答
- ・消費生活相談支援サイトの運営

(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

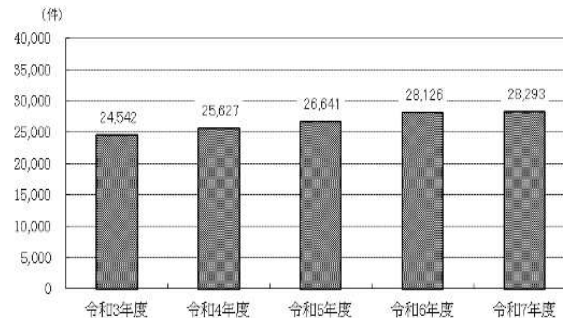
(1) 消費生活トラブルの解決に向けた相談対応

令和7年度消費生活相談の傾向 東京都消費生活総合センター受付分

1 令和7年度消費生活相談の傾向

- (1) 都に寄せられた相談件数は**28,293件**
(前年度比0.6%増 令和6年度28,126件)
- (2) 高齢者(60歳以上)の相談件数は**8,813件**
全相談の**31.1%**を占める。
(前年度比4.6%減少 令和6年度9,235件)
- (3) 若者(29歳以下)の相談件数は**3,981件**
全相談の**14.1%**を占める。
(前年度比8.8%増加 令和6年度3,660件)

【相談件数の推移】



【契約者の年代別構成比】



2 主な相談内容

- 相談件数が最も多い商品・役務は、賃貸アパート・賃貸マンションに関する相談が多く寄せられる「**レンタル・リース・貸借**」であった。
- 増加率が高い商品・役務
 - ・第1位「**レンタル・リース・貸借**」が大きく増加した。
 - ・第6位「**教室・講座**」は、スポーツ・健康教室やビジネス教室等の解約や返金トラブルの相談が増加した。
 - ・第10位「**インターネット通信サービス**」は、光回線や据置型Wi-Fiルーターの解約や契約変更トラブルの相談が増加した。

* 上記データは、都の受付分のみ。

【商品・役務別上位10位】

順位	商品・役務分類	令和7年度	令和6年度	対前年度比
1	レンタル・リース・貸借	2,741	2,234	122.7%
2	役務その他	2,067	1,972	104.8%
3	商品一般	1,952	2,271	86.0%
4	医療	969	1,052	92.1%
5	化粧品	852	1,026	83.0%
6	教室・講座	767	693	110.7%
7	工事・建築・加工	704	784	89.8%
8	他の教養・娯楽	698	691	101.0%
9	健康食品	691	905	76.4%
10	インターネット通信サービス	682	607	112.4%

(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		令和5年度	令和6年度	令和7年度
相談 受付 件数	都センター受付分	26,641	28,126	28,293
	契約当事者			
	高齢者（60歳以上）	8,077	9,235	8,813
	（全相談件数に占める割合）	（30.3%）	（32.8%）	（31.1%）
	若者（29歳以下）	3,544	3,660	3,981
	（全相談件数に占める割合）	（13.3%）	（13.0%）	（14.1%）

○多様な主体への相談体制の充実

- ・外国語通訳サービスの対応可能言語の拡充（英語・中国語・韓国語・タガログ語・ベトナム語）

○相談受付状況にもとづく注意喚起

- ・消費者被害の急増が懸念される場合「消費者注意情報」等を発信
（令和5年度18件、令和6年度13件、令和7年度20件）

○区市町村相談窓口の支援

- ・「相談実務メモ」の随時発信（令和5年度151件、令和6年度178件、令和7年度114件）
- ・相談処理の照会・回答（令和5年度170件、令和6年度153件、令和7年度170件）
- ・消費生活相談支援サイトの運営（令和7年度末時点、50区市町で利用）

(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

区分	令和5年度	令和6年度	令和7年度
付託件数	2件	2件	2件
報告件数	2件	2件	1件