

東京都消費生活基本計画 令和 8 年度の主な取組

消費者被害の未然防止と拡大防止（政策 1）

民間事業者のノウハウ等を活用した「伝わる」広報の更なる推進

都の発信する消費生活情報を民間事業者が有するノウハウ等を活用して、マスメディアに効果的に露出させることで、より多くの都民等に「伝わる」広報を推進する

民間事業者のノウハウの活用

○ テレビ、新聞、雑誌、デジタルメディア等へのアプローチ

- ▶ 事業者のもつ幅広いネットワークを活かしたメディアリストの作成
- ▶ メディアの特性に応じたアプローチ計画の提案、アプローチ資料の作成

○ **タイアップ記事**（PR表記付き）の掲載 （Livedoor News 年間4本）

- ▶ 通常のアプローチにはなじまない事案を、閲覧数の多い媒体にタイアップ記事として掲載し、より多くの露出を狙う

○ 実績管理及び活動報告

メディアの**トレンド**やメディアに取り上げられるために**必要な取組等を都に提案**

- ▶ メディアが関心を示す「テーマの時事性」、「情報のストーリー」、「発信のタイミング」、「写真や資料映像のインパクト」などについて受託事業者が都の担当にアドバイス

「不当表示を許さない気運の醸成」と「事業者に働きかける取組」の実施

「東京デジタルCATS」の協力を得ながら、消費者・事業者に向けた情報発信や働きかけを更に充実させ、不当表示を許さない気運の醸成を図る

事業者規制

<措置命令・行政指導・監視>

	令和6年度	令和7年度
措置命令	2件	2件
行政指導	320件	455件

監視：WEB 16,000件、SNS 320件

全国に類を見ない監視・指導規模

※令和6年度において、全国実績の約50%が都の指導実績

<五都県広告表示等適正化推進協議会>

監視・調査手法等の共有、合同指導等により、広域的・効果的な表示等の適正化を推進

消費生活の安定と向上

<情報発信>

「東京デジタルCATSからのメッセージ」

ネット広告の最新事情、消費者が陥りやすい罠等について発信

@東京くらしWEB、X、Facebook、東京動画

- ・リアルな実態がそのまま伝わる発信（効果的な注意喚起）
- ・他自治体においても活用（波及効果）
- ・ネット上に東京デジタルCATSや都の不当表示防止の取組を掲載することで、不当な広告出稿を控えさせることができる

事業者向けコンプライアンス講習会

広告表示を行う事業者を対象とした科目を実施

業界団体等への要望・情報提供

表示適正化に向けた協力要請

指導実績のある事業者への情報提供

助言



東京デジタルCATS
CLEAN ADVERTISING TEAM OF SPECIALISTS



○ 不当広告対策は、**消費者の合理的な選択に資する適正表示の推進の視点**を持ち、

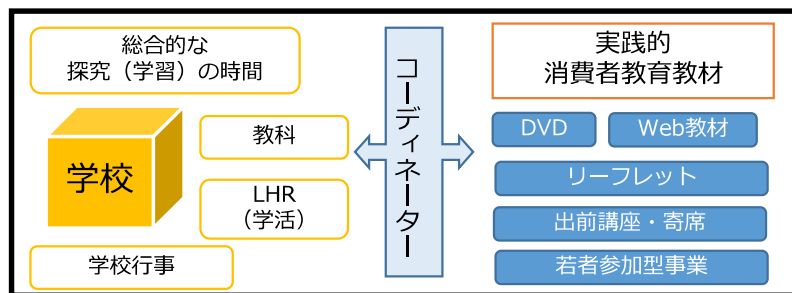
「事業者規制」（措置命令・指導・監視）と**「消費生活の安定と向上」**の両面から取組を拡充していく

消費者教育の推進と持続可能な消費の普及（政策 4）

教育現場に対する啓発活動と支援の強化

消費生活部門と学校教育部門のより強固な連携を構築し、消費者教育事業を学校現場に普及させるために東京都消費生活総合センターに消費者教育コーディネーターを設置

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。



提案例

コンテンツ例



【教科学習】 授業等で消費者教育を実施する際に、**東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）**を活用し講座等を実施

【総合的な探究（学習）の時間】 総合的な探究の時間の1テーマとして、都の**若者参加型事業**への参加をタイアップさせた**消費者教育プログラム**

【学校行事】 セーフティ教室やPTAの集まり等において、中学生・高校生の被害が増加している**消費者トラブルの現状**とその対策について、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）が講座を実施

<今年度の取組>

都教委等との連携強化を図り、校長会等で組織的な周知を行うほか、高校や中学校を始め、特別支援学校等への働きかけも更に推進

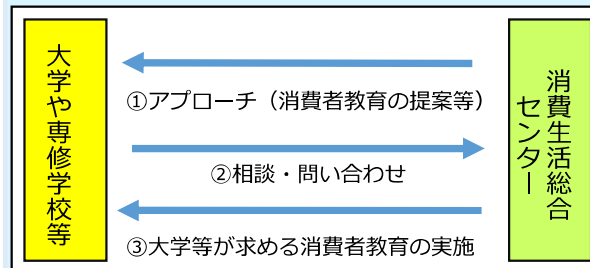
消費者教育の推進と持続可能な消費の普及（政策 4）

幅広い主体に対する消費者教育の実施（大学等と連携した若者への消費者教育の強化）

大学等を対象とした消費者教育コーディネーターを設置し、大学や専修学校等と連携した若者への消費者教育を強化



実施イメージ



サイネージ等での動画放映

令和 8 年度の実施内容

- ・ 団体や法人等への協力依頼（東京都専修学校各種学校協会等）
- ・ 大学や専修学校等への働きかけ
- ・ 新入生ガイダンスでの出前講座やサイネージでの啓発動画放映などの提案
- ・ 学園祭でのブース出展 等



消費者教育の推進と持続可能な消費の普及（政策 4）

幅広い主体に対する消費者教育の実施（若者参加型事業による被害防止啓発）

CMシナリオ・動画を公募し優秀作品をプロがCM映像化。SNS 配信等によるプロモーション展開



若者の視点
プロの手でCM

STOP!
若者の消費者
トラブル

**CMシナリオ・動画
コンテスト**

募集期間 2026.6.3(水) - 10.16(金)

優秀賞 3点
1日CMディレクター体験
進藤あまねさん他、
声のプロがナレーションを担当
プロが映像化!
Amazonギフト券
5万円分

優秀賞 特別賞 3点
Amazon
ギフト券
2万円分

入選 10点
Amazon
ギフト券
1万円分

アンバサダー
長浜広奈 (タレント)

審査員
代官 鈴木 貴子 (タレント)

ナレーションを担当!
進藤あまね (声優)

優秀賞の映像化を担当!
橋爪駿輝 (監督・脚本家・小説家)

みんなの応募を
サポートします

主催 | 東京都消費生活総合センター
詳しくは特設サイトをご覧ください →
東京都 CMコンテスト

成年年齢の引下げを踏まえ、若者の消費者被害防止のため、消費者トラブルをテーマに若者からCMのシナリオ及び動画を公募する『STOP！若者の消費者トラブルCMシナリオ・動画コンテスト』を実施。

18歳を迎える高校生などの被害防止のため、学校や社会教育施設等とのコラボを強化し、消費者教育を推進。また、映像化した受賞作品をSNS配信、地上波テレビ局で放送するなど、プロモーションを推進。

令和8年度スケジュール

6月
7月

公募開始

12月

優秀作品決定

3月
7月

プロモーション
(動画配信・
授賞式 等)

消費者教育の推進と持続可能な消費の普及（政策 4）

漫画やショート動画を利用した情報の作成・発信

都民全体への消費者トラブルに関する注意喚起の浸透と被害の未然防止のため、視覚的な訴求力の高い漫画やショート動画を利用して情報を作成・発信する

漫画による発信

相談が増加している新しい手口や注意が必要な商法等を「消費者注意情報」としてHP等でタイムリーに発信しており、この内容をより伝わりやすい「漫画」の手法を用いて作成・発信することにより、広く都民に対しての注意喚起を行い、消費者被害防止に役立てる。

ショート動画による発信

実験実習講座の重要なポイントや実験のハイライトを抽出し、1分程度のショート動画として作成・発信することで、広く都民に対しての注意喚起を行い、消費者被害防止に役立てる。



消費者教育の推進と持続可能な消費の普及（政策 4）

民間企業等とのネットワークによる、エシカル消費推進のためのプロジェクトの展開

OSDG s の達成には都民の誰もが日常的に行う「消費行動」の変革が不可欠
○人や社会、環境に配慮した「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ため、令和 4 年12月に「TOKYOエシカル」を立ち上げ

プロジェクトに賛同したパートナー企業等とともに
都民にエシカルを浸透させ、実践につなげる取組を展開

企業等に向けた取組

パートナー同士の連携による新たな取組を支援し
取組の幅を広げて気運を醸成

消費者に向けた取組

より多くの都民に子供のころから
エシカル消費について知り・考え・体験する機会を提供

カンファレンス

都と企業・企業同士が連携
全体会 年 2 回予定
企業間の連携と交流を促進



コミュニケーションツール
を活用した連携の強化
全体会終了後一定期間運用し、
パートナー同士の継続的な
交流を支援

助成事業

パートナー企業が連携して
実施する普及啓発事業に対
する経費の一部を助成



アクションコンテスト

小学生を対象に、日常生活
の中でのエシカルなアク
ションをテーマにしたイラ
ストを募集



エシカルキャンペーン

- ・ パートナーと連携し、店
舗でPOPポスター展開等
- ・ 若年層を中心にアプロ
ーチし、啓発動画をSNSで
放映



エシカル消費普及啓発推進事業助成

エシカル消費普及啓発推進事業助成



TOKYOエシカルのパートナー企業・団体向け 「エシカル消費普及啓発推進事業助成」 第1回募集を開始します！

東京都では「TOKYOエシカル」に参画しているパートナー企業・団体向けにエシカル消費の普及啓発活動に対する経費の一部を助成いたします。
パートナー企業・団体の皆様のご応募をお待ちしております！

助成募集スケジュール

- 第1回：令和8年5月1日（金）～6月30日（火）
第2回：令和8年8月17日（月）～9月30日（水）（予定）

区分A	パートナー同士の連携した取組に対する経費	区分B	パートナー単独でイベント・マルシェ等へ出展する際の経費
助成限度額	上限額30万円（助成率1/2）	助成限度額	上限額20万円（助成率1/2）
助成対象	- 複数のパートナーが連携して、都民へのエシカル消費の普及や体験の提供を目的としたイベント、マルシェ等の実施及びその成果を広報活動するための経費 - 複数のパートナーが連携して、エシカル消費の推進に資する事業連携についての広報活動を行うための経費	助成対象	パートナー単独で、東京都内で開催されるエシカル消費の普及啓発を目的とする民間主催のイベントやマルシェ等に出席する際の出展料
事業例	- パートナー同士が行ったエシカル消費に関する事業連携（イベントの共同実施や商品開発等）についての広報活動 - エシカル消費に関する体験ができる子供向けのワークショップの開催 等	出展例	- エシカルな商品の物販やエシカルな取組に基づくサービスの紹介 - エシカル消費をテーマにしたワークショップ、体験型企画の実施 - エシカル消費の取組や事業内容に関する展示、説明 等
助成事業の要件	- 新たに実施する事業 - 東京都内で実施する事業 等	助成事業の要件	- 初めて出展するイベント、マルシェ等 - 民間事業者が実施するエシカル消費の普及啓発を目的としたイベント、マルシェ等



東京都

TOKYO エシカルに参画する民間事業者が実施するエシカル消費の普及啓発活動に対する経費の一部を助成

対象事業

○パートナー同士の連携した取組に対する経費（区分A）

複数のパートナーが実施する都民のエシカル消費の認知度向上、興味・関心喚起、実践促進及びTOKYOエシカルの活動の普及に資する事業で、以下の1、2のいずれか又は両方に該当すること。

- 1 セミナーやワークショップ、マルシェ等、都民を対象にエシカル消費の習得や体験を提供する活動
- 2 エシカル消費の推進に資する事業連携についての広報活動

○イベント、マルシェ等への出展にかかる経費（区分B）

パートナー単独で、東京都内で開催されるエシカル消費の普及啓発を目的とする民間事業者主催のイベントやマルシェ等に出席する際の出展料

助成事業者

TOKYOエシカルのパートナーの決定を受けている企業・団体等

補助率

- （区分A）助成対象事業費の2分の1以内（上限は1事業につき30万円）
（区分B）助成対象事業費の2分の1以内（上限は1事業につき20万円）

募集期間

- ・ 第1回 令和8年5月 1日（金曜日）～令和8年6月30日（火曜日）
- ・ 第2回 令和8年8月17日（月曜日）～令和8年9月30日（水曜日）

エシカルアクションコンテスト

エシカルアクションコンテスト



特設サイト <https://ecochil.net/ethical-special/>

小学生を対象に、エシカル消費につながる日々のアクションをテーマとしたイラストを募集。応募作品の中から12作品をカレンダーにして都内の全小学校に配布することで、年間を通じたエシカルな行動を呼びかける。

環境問題や持続可能な開発目標（SDGs）の学習が始まる小学校4年生～6年生を対象とすることで、子どもたちが商品の選択基準がまだ形成されていない時期に、自らの日常の消費行動と社会課題との関係性を理解し、エシカルな価値観を定着させ、将来の持続可能な社会の担い手となることを目指す。

募集概要

■ 募集期間

令和8年6月1日（月）～9月30日（水）必着

■ 応募資格

都内在住・在学の小学校4年生～6年生相当

■ 応募形式

A3判以内の用紙（画用紙の場合は八つ切り）に 横向きで、日常生活の中でのエシカルなアクションについてイラストを描き、70文字程度の説明文とあわせて応募

■ カレンダーの作成

応募作品の中から12作品を選定しカレンダーを作成。
カレンダーは東京都内のすべての小学校に配布

■ 入選作品

カレンダーに選定された作品は特設サイトで発表。入選者を対象とした表彰式を開催。選定された作品には、賞状と図書カードを贈呈

TOKYOエシカルキャンペーン

エシカルキャンペーン

- パートナー、都、都民が連携しエシカル消費について一定の期間を定め、一斉・集中的に啓発の取組を実施
- 行動変容の気運を加速させる「様々な取組」を広く発信

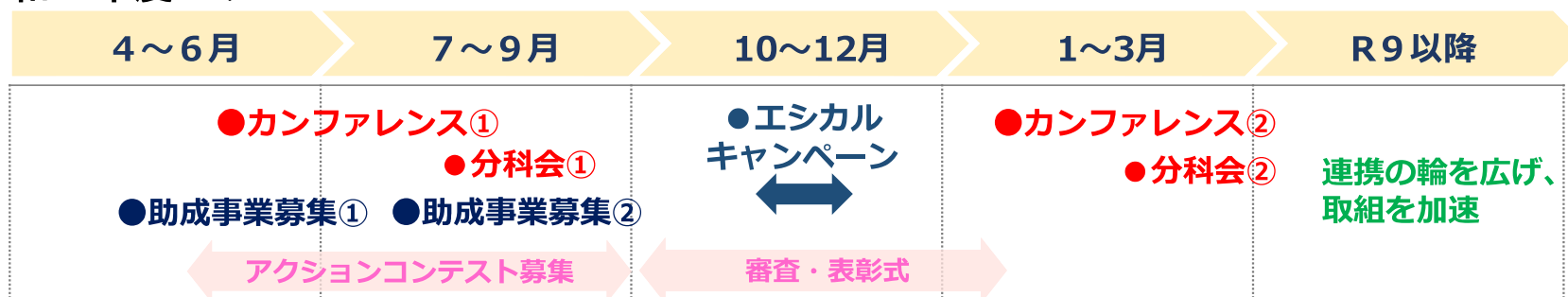


「様々な取組」のイメージ

- 店頭での特設コーナーと啓発POP一斉掲出
- 各企業のオウンドメディアでの発信
- 企業の賛同メッセージの掲出
- SNS広告、ビジネス向けWEBメディアでの発信
- 都民によるSNSフォロー&プレゼントキャンペーンの実施 等



令和8年度スケジュール



国への提案要求（その他の政策に関する分野）

全国的に対応すべき規制や、都県をまたぐ課題、国際的な対応が求められる問題など、国が対応すべき範疇の事項に対する積極的かつ継続的な意見表明

重点事項

- ・ デジタル取引に関する消費者保護規制の強化【新規】
- ・ 地方消費生活行政に対する財政支援
- ・ 消費生活相談業務の D X 化
- ・ 靈感商法等による消費者被害の救済の実効化

一般事項

- ・ 消費者の知識・経験・判断力の不足を不当に利用した取引の防止
- ・ 集団的消費者被害回復訴訟制度の推進
- ・ ハラスメント防止対策の総合的な推進（主管：産業労働局）
- ・ 原油価格・物価高騰対策による都民生活の安定確保
- ・ 公衆浴場業の事業用資産相続時の負担軽減措置強化

1 デジタル広告・オンライン取引における不当表示対策の高度化

(1) インターネット上のデジタル取引において、人の判断能力の脆弱性をついた不適正な手法が見られることから、

デジタル技術の特性を踏まえ、消費者を保護するために必要な法令改正を速やかに実施すること。

(2) あわせて、A I 等のデジタル技術を活用した法執行体制の構築を進めること。

< 具体的要求内容 >

(1) 消費者の選択を阻害する表示手法への横断的規律

定期購入等が初期状態で選択済となっているなど重要な情報の視認性を低下させる表示を禁止するとともに、カウントダウンタイマーなど虚偽の緊急性を組み合わせ消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある表示・広告手法について、関係法令にもとづく横断的な考え方及び指針を整理すること。

併せて、SNS 上のチャット機能等を通じて行われる勧誘・案内についても、その即時性、双方向性及び閉鎖性といった特性を踏まえ、表示行為と勧誘行為が連続・一体となって消費者の意思形成に影響を及ぼす実態を適切に反映した規制を導入すること。

(2) デジタル広告における関与主体等の法的責任の明確化

デジタル広告の作成においては、広告代理店、制作会社、アフィリエイト、インフルエンサー等が実質的に関与しているにもかかわらず、法律上の責任が広告主に限定され、抑止力が十分に機能していない。

デジタル広告の作成に関与する事業者等についても、その役割に応じた法的責任を明確に示し、現行法下で責任を有する広告主に加え、虚偽・誇大な広告の作成、表示等の実務を担う事業者に対する規制を導入すること。

また、身元が不明確な事業者や、偽商品の広告などの不当広告の放置に関するプラットフォーム事業者の応分の責任を整理し、実効的な抑止力を確保すること。

(3) 執行実務を支える共通制度・基盤の整備

デジタル広告の特性を踏まえ、オンライン表示に係る記録保存や活用のあり方を明確にするとともに、表示ログ等のデジタル証拠の保存、提供義務等の実効性の高い手法を導入すること。

また、A I やスクレイピング等の技術を広告監視・取締りに活用する手法について、国が主体的に広く整備・運用する枠組みを構築するとともに、その具体的手法に係る法的な位置付けや判断基準及び標準的運用ルールを明確化すること。

2 インターネット取引における不適正手法への包括的対応と消費者保護法制の強化

インターネット取引において、消費者の判断能力の脆弱性を突いた不適正な手法が見られることから、インターネット取引の特性を踏まえ、消費者を保護するために必要な法令改正を速やかに実施すること。

< 具体的要求内容 >

(1) 不意打ち性・誘引性・複雑性の高いインターネット取引に関する法令改正

電話勧誘販売や訪問販売等の勧誘規制に措置されている義務や禁止行為を、インターネット取引においても規定すること。具体的には、SNSのチャット機能やダイレクトメッセージを用いた取引について、威迫困惑等広告・勧誘の禁止、クーリング・オフの付与、不実告知等の誤認取消権の付与の対象となるよう、関係法令を改正すること。

また、広告と勧誘の区分が不明確となるインターネット取引において、消費者が営業行為であることを十分に認識できないまま契約に至ることがないように、契約に結び付ける意図をもって行われる行為について、販売目的明示義務の対象となるよう関係法令を改正すること。

(2) 法令改正に対応した法執行の円滑化及び実効性向上に係る支援

法令改正に伴う新たな制度・規律に的確に対応できるよう、都道府県職員に対する情報提供、助言及び研修制度の一層の充実を図るとともに、国・地方公共団体間の連携を強化すること。

地方消費生活行政推進のため、地域の実情を踏まえた十分な財政支援を行うこと。
あわせて、地方自治体が対応しやすいよう事務手続きを簡素化すること。

＜具体的要求内容＞

第5期消費者基本計画を鑑み、地方消費生活行政推進のために、地域の実情を踏まえ、平成29年度までと同等以上の十分な財政支援を行うこと。また、事務手続についても、支援対象である地方自治体にとって対応しやすいよう簡素化すること。

国が推進する消費生活相談D X化に係る新システムについては、令和8年9月の導入時に全国の自治体に過度な負担や混乱が生じないように、自治体の意見を反映した安定的な運用を図ること。導入後も相談業務の継続性や質が確保されるよう、国の責任において必要な支援 及び財政措置を講じること。また、自治体間の広域連携等を検討する際には、自治体の意向を十分に取り入れること。

<具体的要求内容>

新システムの仕様、運用ルール等について、自治体に対し早期かつ継続的に情報提供を行うとともに、定期的な意見交換を通じて、運用改善に反映すること。

また、相談現場に混乱が生じないように、試行・検証を十分に行い、その結果を踏まえた改善を進めるとともに、消費生活相談員等に対する業務・操作研修を継続的に実施すること。

あわせて、新システムの導入及び運用に必要な経費については、国の責任において、継続的かつ安定的な財源措置を講じること。

自治体間の広域連携等を検討する際には、自治体の意向を十分に取り入れること。

※ アドバイザリーボードには都も自治体代表として参加している。

- (1) 靈感商法等による消費者被害の救済のため、新法及び改正法に関する周知拡大に努め、消費者被害の未然防止の観点から注意喚起・情報提供を継続的に実施すること。
- (2) 新法及び改正法について施行状況を的確に把握し、今後予定されている見直しにおいて、より実効性ある内容とすること。

< 具体的要求内容 >

- (1) 靈感商法等による消費者被害の救済のため、新法及び改正法に関する周知拡大及び消費者被害の未然防止の観点から注意喚起・情報提供を継続的に実施すること。
- (2) 新法及び改正法について施行状況を的確に把握し、今後予定されている見直しにおいて、より実効性ある内容とすること。