

東京都消費生活基本計画の具体的施策の状況

＜東京都消費生活基本計画の基本的考え方＞

- 都の消費生活に関連する施策・事業を「消費者の視点」に立って、計画的、総合的に推進していくための基本指針
- 計画期間は、平成25年度から平成29年度までの5年間
- 都は毎年度当初に、各施策・事業について、東京都消費生活対策審議会に実績報告、審議会での意見を施策・事業に反映

【重点施策1】 高齢者・若者等を狙う悪質事業者の取締りと市場からの排除

番号	施策名	主な取組状況(平成25年度)	主な取組予定(平成26年度)	参考資料① 掲載ページ
2-1-1	悪質事業者に対する取締りの徹底	<ul style="list-style-type: none"> ・行政処分(16件)、行政指導(81件)及び立入調査(37件)を実施 ・ホームページ上に「悪質事業者通報サイト」を設置し、試行実施。都民から事業者や新 手の手口などの情報の通報を受ける体制を構築 	<ul style="list-style-type: none"> ・特別機動調査班6班体制により、立入調査を含めた悪質事業者に関する調査を実施、 案件に応じ法令に基づき的確に処分・指導を実施 ・「悪質事業者通報サイト」により、処分、指導につながる端緒情報を把握 	35
2-1-2	五都県及び関係機関との連携	<ul style="list-style-type: none"> ・特定商取引法に基づき、不適正取引事案について、五都県を中心に同時に行政処分 (4件)及び、合同指導(14件)を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・五都県悪質事業者対策会議による広域的連携を強化し、他の道府県とも積極的に連携 を図り、合同指導、同時処分を実施 ・特定商取引法の執行権限をもつ警視庁や国、他の法令を所管する関係機関とも連携し ながら、不適正取引を行う事業者への処分・指導を実施 	36
2-1-3 (5-5-1)	法制度上の問題点の改善に係る国 への働きかけ	<ul style="list-style-type: none"> ・以下の内容について国に提案要求 ①消費者安全法の改正(報告徴収・立入調査の権限の対象範囲の拡大、勧告・命令権限 の知事への委任) ②特定商取引法の改正(指定権利制の廃止) ③景品表示法の改正(措置命令権等について知事への権限委譲) ※③については、平成26年3月に改正法案が国会に提出 	<ul style="list-style-type: none"> ・引き続き以下の内容について国に提案要求 ①消費者安全法の改正(報告徴収・立入調査の権限の対象範囲の拡大、勧告・命令権限 の知事への委任) ②特定商取引法の改正(指定権利制の廃止) 	37
2-2-2	不当表示に対する監視等の徹底	<ul style="list-style-type: none"> ・年間24,000件のインターネット上の広告を監視し、不当表示となるものについて指導を実 施(24年度の調査結果を公表:不当表示499件への改善指導) ・「雑誌広告における美容関連商品の優良誤認表示」「新聞折込チラシ及びインターネット 広告における家電製品の有利誤認表示」について重点調査を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・重点調査のテーマを設定し、職権探知のほか、消費生活調査員から寄せられる情報と併 せて調査を行い、不当表示を行う事業者に対し改善を指導 ・毎月キーワードを定めた上で、インターネット上の広告表示を年間24,000件抽出し、調 査・指導 	39
2-2-4	事業者のコンプライアンス意識の醸 成	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者の法令遵守意識を高めるためにコンプライアンス講習会を開催(3回)。講習会の中 で、法令及び違反事例を解説し、法令遵守に積極的に取り組む事業者の取組事例を 紹介 ・「事業者向け特定商取引法ガイドブック」を作成、コンプライアンス講習会の受講者等に 配布 	<ul style="list-style-type: none"> ・例年実施しているコンプライアンス講習会(10～11月頃)に加え、メニュー等食品表示に 係る不当表示についてコンプライアンス講習会を実施(5月) ・社内研修、OJTに活用できるよう、ホームページ上に事業者向け法令学習ページを作 成・提供 	41

【重点施策2】 ライフステージに応じた消費者教育の推進

番号	施策名	主な取組状況(平成25年度)	主な取組予定(平成26年度)	参考資料① 掲載ページ
4-2-1	体系的な消費者教育の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・東京都消費者教育推進計画を策定(8月)。同計画及び東京都消費者教育アクションプ ログラム(以下「アクションプログラム」)に基づき、消費者教育について、消費者団体・事業 者団体等の多様な主体との連携、区市町村への支援、ライフステージごとの取組を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京都消費者教育推進計画及びアクションプログラムに基づき、消費者教育を推進 	84
4-2-2	消費者教育アクションプログラム(仮 称)の策定	<ul style="list-style-type: none"> ・東京都消費者教育推進協議会の意見を聴取し、重点的に取り組むテーマ・世代等を設 定し、アクションプログラム(平成25年度版)を策定(8月) ・アクションプログラム(平成26年度版)策定に向け、東京都消費者教育推進協議会の意 見を聴取 	<ul style="list-style-type: none"> ・アクションプログラム(平成27年度版)策定に向け、東京都消費者教育推進協議会の意 見を聴取 	85
4-2-3	東京都消費者教育推進地域協議会 (仮称)の設置	<ul style="list-style-type: none"> ・東京都消費生活対策審議会の部会として東京都消費者教育推進協議会を設置(5月) し、東京都消費者教育推進計画及びアクションプログラムの策定について意見聴取 	<ul style="list-style-type: none"> ・アクションプログラム(平成27年度版)の更新に向けて、意見聴取を実施 	86
4-2-7 (5-4-1)	区市町村の消費者教育推進の支援	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育モデル事業の推進(8区市) ・多摩地域市町村との共催講座開催(17回) 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育モデル事業の推進 ・多摩地域市町村との共催講座開催 	89

【重点施策3】 消費生活に関連する情報の戦略的な収集と発信

番号	施策名	主な取組状況(平成25年度)	主な取組予定(平成26年度)	参考資料① 掲載ページ
1-1-7 (3-1-2)	リコール製品の情報提供の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・東京くらしWEBから危害・危険情報の発信 ・ツイッターによる注意喚起 ・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 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京くらしWEB、ツイッター等を活用し、リコール製品について積極的な注意喚起を実施 	7
1-1-11 (4-1-4)	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発	<ul style="list-style-type: none"> ・子供や家族連れが集まるイベント等で、家の中や子供服の危険に関する模型・子供服・パネルの展示、子供の事故防止に関する講演等を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・東京消防庁防災館、子育て世代が集まるイベント、区市町村等と連携し、子供の事故防止に関する模型・パネル等の展示や講演等を実施 	11
1-1-12	消費者被害防止啓発	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者悪質商法被害防止キャンペーンの実施(啓発用ポスター・リーフレット配布、介護事業者等への啓発用ステッカーの配布、交通広告、新聞広告、啓発グッズの配布等) ・若者向け悪質商法被害防止キャンペーンの実施(啓発用ポスター・リーフレット配布、啓発グッズの配布、交通広告、映画館等におけるCMの上映、着ぐるみを活用した広報啓発活動、フリーペーパーへの広告等) 	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者悪質商法被害防止キャンペーンの実施(啓発用ポスター・リーフレット配布、介護事業者等への啓発用ステッカーの配布、交通広告、新聞広告等) ・若者向け悪質商法被害防止キャンペーンの実施(啓発用ポスター・リーフレット配布、啓発グッズの配布、交通広告、映画館におけるCMの上映、着ぐるみを活用した広報啓発活動等) 	12
4-1-1	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	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害情報、危害情報などの注意喚起、アドバイス、報道発表など、消費生活情報を迅速に発信 ・SNS等を活用し情報発信(ホームページ「東京くらしWEB」、ツイッター、フェイスブック等) 	<ul style="list-style-type: none"> ・「東京くらしWEB」で迅速かつ効果的に情報を発信。また、ツイッター、フェイスブック、ゲームアプリ「まもれ! シューマ&エルメ」と連動させ、より多くの消費者に情報発信 	74
4-1-2	新たな手法による情報発信の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・ゲームアプリ「まもれ! シューマ&エルメ」に、より多くアクセスしてもらえるようゲーム自体の魅力を上向きさせるとともに、消費生活情報が閲覧しやすいようバージョンアップを実施 ・ゲーム画面上のテロップを活用し、注意喚起情報、架空請求事業者名などの消費生活関連情報を迅速に配信 	<ul style="list-style-type: none"> ・より多くダウンロードしてもらえるようPR用チラシの配布等を通じ、アプリの普及を促進 ・配信記事の選定、配信時期、テロップの表現等に工夫を加え、より効果的に情報発信 	75

【重点施策4】 東京都消費生活総合センターの機能の充実

番号	施策名	主な取組状況(平成25年度)	主な取組予定(平成26年度)	参考資料① 掲載ページ
1-2-4 (5-2-7) (5-4-2)	消費者被害救済の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者被害救済委員会で前年度からの継続案件3件、新規付託案件7件の計10件を処理(うち区市からの依頼案件3件) 	<ul style="list-style-type: none"> ・より多くの消費者被害を迅速に救済するため、相談機関からの付託依頼の促進、付託手続きの円滑化、部会運営の迅速化を実施 ・区市等からの案件について、あっせん手続きや部会への区市等職員の参画を通して消費者被害救済委員会の設置、運営のノウハウを区市等へ提供 ・相談者が紛争解決機関として民間ADRを選択した場合、速やかな案件引継ぎ等、相談業務での連携の充実 	29
1-2-6	消費生活相談体制の充実	<ul style="list-style-type: none"> ・平成25年度相談受付件数34,673件(速報値、前年度比8%増) ・土曜相談、外国語相談、区市町村と連携したテーマ別特別相談を実施 ・複雑高度な案件対応強化のため、相談員への高度専門研修を実施したほか、弁護士、建築士、美容医療専門家等の消費生活相談アドバイザーを活用 ・連携ADR機関と情報交換会を実施(7回) 	<ul style="list-style-type: none"> ・土曜相談、外国語相談、区市町村と連携した特別相談を実施 ・相談員研修、弁護士等の消費生活相談アドバイザーの活用等により、複雑高度な案件対応を強化 	30
1-2-7 (5-4-4)	区市町村相談窓口の支援強化	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活相談アドバイザーの活用(アドバイザー会議、相談コーナー等のべ139回) ・区市町村消費者行政担当職員等との情報連絡会(24回) ・「相談実務メモ」の発行(124件) ・区市町村からの相談処理に関する照会や問い合わせ等への情報提供(445件) ・消費生活相談支援サイトの運用(43区市町で利用) 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活相談アドバイザーの活用(アドバイザー会議、相談コーナー等) ・区市町村消費者行政担当職員等との情報連絡会 ・「相談実務メモ」の発行 ・区市町村へからの相談処理に関する照会や問い合わせ等に対応した情報提供(技術情報を含む)など支援の強化 ・消費生活相談支援サイトの運用 ・PIO-NETシステムの運用支援 	31
4-2-6 (5-3-1)	多様な主体との連携による消費者教育の展開	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者団体、民間ADR機関等との連携(消費者教育教材の収集・紹介、都民向け講座実施、啓発キャンペーン実施) ・大学との連携(ゼミ単位での出前講座実施、消費者教育事業のPR) ・警視庁との連携(啓発キャンペーン等の実施) 	<ul style="list-style-type: none"> ・多様な主体と連携して、消費生活に関する講座、キャンペーン等の事業や教材作成等を実施 	88