

# 東京都消費生活基本計画 改定素案

## 第1 計画の基本理念

東京都は、平成9年2月に「東京都消費生活基本計画」を策定し、消費生活に関わる行政を総合的に進めてきました。

その後、少子高齢化の進行、インターネットの飛躍的な拡大、またグローバル化の進展など、消費生活をめぐる状況は大きく変化しています。

特に悪質商法による深刻な消費者被害が高齢者に多発しているのをはじめ、幅広い消費者から、数多くの消費者相談が寄せられるなど、消費者問題は深刻な状況にあります。また、商品やサービスについて、安全性に問題があったり、偽装表示などの不祥事も後を絶ちません。

このため、消費者被害をなくし、悪質な事業者を市場から排除するとともに、商品やサービスについて、その安全性を確保し、正しい表示に基づいて選択することができるなど、誰もが安心できる消費社会を確実に実現していくことが強く求められています。

このような施策の方向性を示すため、東京都消費生活基本計画を改定します。

## 第2 計画の性格

ア 消費者の視点に立ち、多様な消費者問題に的確に対応していくための基本指針となります。

イ 都が目指す方向性を示すことによって、消費者、事業者、区市町村などに対して、参加と協力を求めていきます。

## 第3 計画期間と進行管理

平成20年度から24年度までの5年間とします。また、毎年度の事業実績をもとに、進捗状況を東京都消費生活対策審議会に報告し、その意見を計画に反映していきます。

## 第4 消費生活の現状に関する基本認識

### 横行する悪質商法と深刻な消費者被害

主に高齢者を対象とした悪質商法が数多く発生しています。また、社会経験の乏しい若者をねらった商法や、多額の負債を抱えて困難に直面する多重債務問題も深刻な社会問題となっています。都の消費生活総合センターをはじめ、都内の消費生活センターに数多くの被害相談が寄せられています。

#### (1) 高齢者・若者の消費者被害

高齢者には一人暮らしの人も多く、言葉巧みな訪問販売の勧誘によって必要のない高額商品を次々と購入するケースが数多く発生しています。高齢者ばかりでなく、障害のある人にも同様の危険があります。若い人にもキャッチセールスやマルチ商法の被害が多く発生しています。

#### (2) 架空請求や不当請求

消費者のもとに突然ハガキや電子メールが送られ、身に覚えのない不当な請求を受けたという相談が年間数万件も寄せられています。

#### (3) インターネット利用に関する消費者被害

金融機関のホームページを巧みに装ってお金を騙し取るフィッシングや、個人情報などを不正に収集して悪用する事例が発生しています。出会い系サイトに関する広告などの迷惑メールも無視できない状況です。インターネットには消費者被害に直結する危険な要素が数多くあります。

#### (4) 多重債務問題

いくつもの業者から多額の借金をし、困難に直面して悩みを抱えている人が多くいます。

## 商品やサービスに関するさまざまな不安

商品やサービスの安全性など消費生活を送る上でさまざまな不安があります。

### ( 1 ) 身近な商品に潜む危険に対する不安

身近な商品やサービスに思わぬ危険が潜んでいるケースが少なくありません。

### ( 2 ) 食に対する不安

食品に関する偽装問題が相次ぎ、また、例えば牛海綿状脳症（BSE）問題など輸入食品の安全性に対する不安も残っています。

### ( 3 ) 表示に対する不信

商品やサービスについて、実際より優良であるかのような誤解を生む広告や表示が後を絶たず、インターネット上の広告についても同様の不安があります。表示が適正でなく、消費者が商品やサービスの選択が正しくできない状況も見られます。

### ( 4 ) 生活必需品の供給に関する不安

中小商店の経営者の高齢化などにより、生鮮食品など日常生活に必要な商品やサービスを地域の中で購入することができるかどうか不安があります。また、震災時など万一の際における物資の提供も課題です。

### ( 5 ) 地球環境の危機に対する不安

消費生活は環境問題と密接な関係にあります。今日、地球温暖化が深刻化していることから、一人ひとりの消費者が環境問題に対する意識を高め、実践することが求められています。家庭部門におけるCO<sub>2</sub>の排出量の抑制などが課題となっています。

## 第5 消費生活に関する施策の展開

### 政策課題と施策の方向

都民の消費生活の安定と向上を図るため、消費生活のさまざまな局面において行政が達成すべき課題を、「政策課題」と設定します。行政は、その課題について、消費者の視点に立ち、総合的・計画的に施策を推進していきます。

「政策課題」は、5つの柱から構成されます。

#### 政策課題 1

#### 消費者被害を防止し、救済を図る

悪質商法による消費者被害をできる限り防止しなければなりません。このため、悪質事業者の手口やその被害の実態について、消費者に幅広く注意を呼びかけることが重要です。

また、特に深刻な高齢者の消費者被害を防止するため、地域の中で見守るしくみづくりも欠かせません。

消費者被害は、一人ひとりの消費者個人を被害者とする紛争です。消費者被害の救済のためには、複雑・高度な内容の相談に十分に対応し、事業者に対して粘り強く交渉するなど、できるだけ被害を回復し、事業者に対して適切に対応することが求められます。

#### (1-1)消費者被害の防止

消費者に幅広く注意を呼びかけ、騙されることのないよう、さまざまな情報提供や普及啓発を行います。

[具体的な施策の例]

相談情報システムの整備

高齢者の消費者被害防止のための地域におけるしくみづくりの促進

高齢者を狙った犯罪の防止

生活安全相談センター等における広報啓発活動の推進

## (1 - 2) 消費者被害の救済

消費者被害について、高度な知識を持ち経験の豊富なスタッフが実情に即しながら親切丁寧に対応し、準司法的に関係者間の紛争を円満に解決していくとともに、複雑・多様な相談需要に適切に対応します。

また、多重債務者に一人でも多く相談窓口を訪ねてもらい、生活の再建までつなげていきます。

[具体的な施策の例]

消費生活相談体制の充実

消費者被害救済委員会の活用

多重債務問題対策の推進と多重債務者への支援

消費者団体訴訟を担う適格消費者団体に対する支援

### 消費者団体訴訟制度

消費者被害に遭った場合、個人で対応することが困難で泣き寝入りになってしまい、また、その間にも新たな被害が拡大しかねません。このため、一定の要件を満たした消費者団体が、消費者個人になり代わり、不当な取引の差止を請求することが可能になりました。

## 政策課題 2

### 悪質事業者を市場から排除する

消費者被害をなくすには、悪質な事業者に対する取締りを強化することが必要です。相談事例などに現れた問題のある事業者やその業界団体に対する指導の徹底、悪質な事業者に対する適切な取締りが求められます。

## (2 - 1) 適正な指導・取締り

今日、次々に新手が登場し、複雑・高度な手口を弄して、多額の被害を与える不適正な取引が増えています。悪質な事業者に対し、消費者の被害を回復する面にも配慮しながら、法律や条例などに基づき、迅速・適正に行政処分を行います。

また、広告や表示が正しく行われるよう、さまざまな手法を駆使し、監視を強化していきます。

[具体的な施策の例]

消費者被害の未然・拡大防止のための悪質事業者に対する取締強化  
広告表示適正化のための他県・民間自主規制機関との連携  
大学等との連携による不当表示・不当広告の調査

政策課題 3

商品・サービスを安心して購入・使用できる

誰もがいつでも安心して商品やサービスを購入し、使用することができなければ困ります。このため、安全で安心できる消費生活を的確に実現することが強く求められます。

### (3 - 1) 安全な商品とサービス

都民の安全な消費生活を確保するため、商品やサービスの安全性について、行政として厳正に監視し、必要な場合、事業者の指導、業界団体への要望等を行い、消費者に対して危険を回避するための情報を提供していきます。

また、東京消防庁などとも密接に連携し、商品やサービスに起因する危険な事例を的確に集約し、その情報を消費者に提供していきます。

[具体的な施策の例]

輸入食品対策の推進

危害・危険情報の収集、評価・分析及び安全性に関する調査

牛海綿状脳症（BSE）対策の推進

子どもに対する室内化学物質低減化対策の推進

都民生活において生ずる事故防止対策の推進

### (3 - 2) 地域における生活必需品の確保

日常生活で使用する商品やサービスが地域において安定して供給されるよう、地域の商店街の振興などの支援をします。

[具体的な施策の例]

身近な生活圏を支える商店街の振興

(3 - 3) 多様な商品選択の確保

有機農産物の流通を促進したり、生鮮食料品に関する生きた情報を提供するなど、消費者の幅広いニーズに応えます。

[具体的な施策の例]

加工食品の原料原産地表示の取組  
環境と調和した農業の推進  
生鮮食料品等に関する情報の提供

(3 - 4) 震災時等における生活物資等の確保

大地震など万一の場合にも都民生活に必要な物資を確保するため、あらかじめ関係機関と協定を締結し、いざという時に備えます。

[具体的な施策の例]

震災時等における食料品等の確保

(3 - 5) 誰もが安心できる消費生活

高齢者や障害のある人も、商品やサービスを安心して購入し、使用できるしくみづくりに努めます。

[具体的な施策の例]

有料老人ホームの運営指導及び都民への情報提供  
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

政策課題 4

「自ら考え行動する」消費者になるよう支援する

一人ひとりの消費者が契約などの経済行為に関する基礎的な知識を身につけ、正しい情報に基づいて、豊かな消費生活が送れるようにします。そのため、消費者の役に立つ情報の提供や消費に関する学習の機会が求められます。

(4 - 1) 役立つ情報の提供

消費生活を送る上で必要となる情報がそれを必要としている消費者に届けられ、実際の消費行動のために役立つしくみを整備します。

[具体的な施策の例]

ホームページ「東京くらしWEB」等による消費生活関連情報の総合的な提供

介護情報サービスの公表

リフォームガイドの作成等

不動産取引にかかる消費者向け啓発

#### (4 - 2) 消費者教育・啓発

一人ひとりの消費者が自ら考え、正しく行動できるように、行政としても消費に関する学習や教育の場を提供します。また、多重債務問題を回避するため、契約とは何か、賢いお金の使い方、クレジットカードの計画的な使い方などを教える金融経済教育の充実を検討します。

[具体的な施策の例]

消費者教育の推進

消費者教育・環境教育推進委員会の開催

食育推進活動支援のための情報提供

#### (4 - 3) 消費者の組織的な活動への支援

消費者問題の解決のために、多くの消費者団体が活発に活動しています。行政としても団体相互の交流や連携の場を提供します。

[具体的な施策の例]

消費者団体に対する支援

消費者月間事業の実施

#### (4 - 4) 環境問題に配慮する消費者を応援する

地球規模で深刻化する環境問題に関心を持ち憂慮する消費者の考えが活かされるよう、行政としても環境に配慮した消費行動を支援します。

[具体的な施策の例]

家庭の省エネ促進支援

公衆浴場のクリーンエネルギー化の促進



## 消費者の意見や考えを行政に活かす

消費者の意見や考えが、都はもちろん、国や区市町村の消費生活行政に活かされるよう、行政のさまざまな場面に消費者が参加し、参画していくことが重要です。

### (5 - 1) 消費者の都政への参加・参画

消費生活行政は、消費者が参画し、その意見や考えに接することによって、効果的に進めることができるようになります。このため、いろいろな調査や会議などに広く一般都民の参加と参画を求めています。

[具体的な施策の例]

消費生活調査員による調査  
インターネットアンケート調査

### (5 - 2) 消費者意見を区市町村にも届ける連携

都は消費者に身近な区市町村と密接に連携し、消費者の意見や考えが区市町村の消費生活行政にも活かされるような取組を進めます。特に、区市町村の消費生活センターとの連携を強化していきます。

[具体的な施策の例]

消費生活相談支援サイトの運用  
区市町村消費者行政への支援

### (5 - 3) 消費者との協働の推進

消費者や消費者団体と行政が手を携え、消費者の主体性が活かされた協働事業を実施し、消費者の活動がいつそう活発になるようにします。

[具体的な施策の例]

東京都消費者月間事業等における消費者団体との協働事業の実施