

## 東京都消費生活基本計画の改定に関する答申

## 目 次

1	答申にあたって・・・・・・・・・・・・・・・・	1
2	第1章 計画の基本的考え方・・・・・・・・	2
3	第2章 消費生活の現状に対する基本認識・・・・・・・・	4
4	第3章 消費生活に関する施策の展開・・・・・・・・	6

# 答申にあたって

## 消費者行政に関する現下の状況と基本計画の改定

都は、都民の消費生活の安定と向上を図るため、いち早く消費者の権利を消費生活条例上に明確に定めたほか、不適正取引の規制事項拡大、禁止命令違反事業者に対する罰則適用など、必要に応じて条例改正を行い、また、全国に先駆けて消費生活基本計画を策定するなど、関係局が連携して全庁横断的に消費生活に関する施策を推進してきた。

しかし、その後も、悪質商法被害の増大、インターネット取引被害の急増、偽装表示事件の続発など、消費生活をめぐる深刻かつ広範な問題は今日でも多発している。さらに、原油価格の高騰や世界的な食料問題など、今後の消費者問題に重大な影響を及ぼす課題も急浮上している。

都は、こうした状況を踏まえ、消費生活上の諸問題を解決するため、地方自治体の立場から、日々停滞することなく的確に取り組むことが重要である。

そこで、この度の消費生活基本計画の改定にあたっては、今後の消費生活に関する課題と方向性を的確に示し、都の行政全般にわたって消費者の視点から関連する施策を明確化することにより、総合的・計画的に推進していくことが期待される。

折りしも、国は、消費者を主役とする政府の舵取り役として一元的な新組織である消費者庁を設置する構想を打ち出し、平成21年度の組織改正に向けて動きを早めている。その中で、消費者行政の充実強化は地方自治そのものであり、地域の現場でこれを飛躍的に充実させるため思い切った取組が必要である旨提言している。

この課題は、上記の基本計画の改定作業の枠を超えてより抜本的な対応が必要となるものと考えられる。

そこで、本答申にあたり、最近の国の消費者行政一元化の動向を的確に捉え、都として機動的に実効性ある取組を講じることを期待して、別紙のとおり提言を併せて行うものである。

# 東京都消費生活基本計画

～消費者が主役の「良質な市場」の実現と消費生活の安全・安心の確保～

## 第1章 計画の基本的考え方

### 1 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、消費生活に関わる施策を総合的に進めてきた。

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る。

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、また、商品やサービスの安全に関する事故や偽装表示などの不祥事も後を絶たない。

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、商品やサービスの安全性を確保し、正しい表示に基づいて選択できるなど、誰もが安心して消費生活を送ることができる社会の実現が強く求められている。

このために、消費者の権利を明確にし、消費者、事業者、消費者団体などの民間団体、区市町村や近隣自治体、教育機関などさまざまな関係者の努力とあいまって、消費者が直面するさまざまな課題を解決していくことにより、都民の消費生活の安定と向上を図るべきである。

### 2 計画の性格

ア 都の消費生活に関連する施策を「消費者の視点」に立って推進していくための基本指針となる。

イ 都が目指す方向を示し、消費者、事業者、区市町村など多くの主体に参加と協力を求めていく。

### 3 計画期間

計画期間は、平成20年度から24年度までの5年間とした上で、新たな消費者問題の発生などの状況の変化や国の動向をも踏まえ、必要がある場合には、この計画に新たな内容を盛り込み、又は見直しを行う。

## 4 計画の実効性確保

### (1) 消費生活基本計画の着実な推進

消費生活対策審議会は、毎年度当初に、各施策について、都民にどれだけ役立ったかという視点から事業実績を確認・評価するとともに、新たな消費者問題への対応について都に対して意見を述べる。都はこれを尊重し、施策に反映していく。

### (2) 消費者、事業者等への情報提供・意見反映

本計画の内容や進捗状況について、都民の意見を施策に反映していくため、広く消費者、事業者に向けて情報を発信する。

### (3) 国、区市町村、事業者団体及び消費者団体との連携

本計画の各施策の展開にあたっては関係する主体との連携を深める。

## 第2章 消費生活の現状に対する基本認識

### 横行する悪質商法と深刻な消費者被害

高齢者の生活を脅かす高額な消費者被害が数多く発生している。また、社会経験の乏しい若い人をねらった悪質商法や、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る。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は、被害の救済を求める相談が数多く寄せられている。

#### (1) 高齢者・若者などの消費者被害

高齢者は一人暮らしの人も多く、健康に関する不安につけ込み、訪問販売の巧みな勧誘によって必要のない高額商品を次々と購入させられるなど、生活の基盤を根底から危うくするケースが多発している。高齢者ばかりでなく、障害のある人も同様の危険があると考えられる。また、人、物、情報が集中する大都市には多くの若い人が魅きつけられているが、新しいサービスや流行に絡んだキャッチセールスなど、多くの被害が発生している。

#### (2) 架空請求や不当請求

携帯電話やパソコンのメールから有害なサイトに誘い込み、契約の成立を主張して執拗に料金を請求したり、商品を特定しないで代金を請求するなど、架空・不当請求が依然として多く発生している。また、電話番号だけでメールが送信できる機能を悪用して無理やり口座に振り込ませようと脅したり、公的な機関を装った架空請求なども多い。

#### (3) インターネット利用等ITに関する消費者被害

SNS（ソーシャルネットワークサービス）を介して知り合った人に勧められて消費者被害に遭うケースや、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る。また、携帯電話のポケット利用料金などに関する消費者トラブルも多数発生しており、インターネット上には消費者被害に直結する要素が数多くあると考えられる。

#### (4) 多重債務問題

いくつもの貸金業者からの多額の借金のため困窮し、一人で悩みを抱えている人も多い。多重債務問題は、最悪の場合、自殺や家庭崩壊にもつながりかねない深刻な社会問題となっている。また、ヤミ金融業者による被害も深刻である。

## 商品やサービスに関するさまざまな不安

食品をはじめ、身近な商品やサービスの安全性に対する社会的な不安が高まっており、商品の安定的な供給の面からも消費生活が揺らいでいる。また、地球環境の危機に対する不安もある。

### (1) 身近な商品に潜む危険

次から次に新商品が登場し、予期し得ない事故が発生したり、安全であると思われている商品においても、人体に危害が及ぶ事故が発生している。事故に至らないまでも、事業者がリコールする事例も毎日のように発生している。また、商品等の安全性の確保は、本来、事業者の責務であるが、問題が生じても隠蔽するケースもあり、消費者から見て十分に対応していないとの不信がある。

### (2) 食に対する不安

輸入食品の安全性について、残留農薬などさまざまな問題が相次いで発生している。また、品質や産地、賞味期限の偽装なども続発し、消費者の不信を招いている。

### (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、また、インターネット上の広告についても信頼性に関するさまざまな不安がある。表示が適正でなく、消費者が商品やサービスを正しく選択できない状況もある。

### (4) 生活必需品の供給に関する不安

世界的に需給が逼迫していくなかでの食料の安定的な供給や、中小商店経営者の高齢化などにより日常生活に必要な商品やサービスの地域内での購入に不安がある。また、震災時などの際における物資の確保にも不安がある。

### (5) 地球環境の危機に対する懸念

消費生活は環境問題と密接な関係にあるが、地球温暖化が深刻化しており、消費者の行動が及ぼす環境問題への影響が懸念される。消費生活の場である家庭生活におけるCO<sub>2</sub>の排出抑制を進めていくことが求められている。

## 第3章 消費生活に関する施策の展開

### 政策課題と施策の方向性

消費生活に関わる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、それぞれの政策課題ごとに施策の方向性を定めることが必要である。

「政策課題」は5つの柱から構成され、「施策の方向性」とあわせて、次のとおりとする。都として消費生活行政を機動的に推進していく観点から、これらの政策課題及び施策の方向性は、時機を失することなく的確に見直していくことが肝要である。

なお、(1-1)等は施策の方向性を示す。

#### 政策課題1 消費者被害を防止し、救済を図る

- (1-1) 消費者被害の防止
- (1-2) 消費者被害の救済

#### 政策課題2 悪質事業者を市場から排除する

- (2-1) 取締の強化
- (2-2) 適正な指導等

#### 政策課題3 商品やサービスの安全・安心を確保する

- (3-1) 安全な商品とサービスの確保
- (3-2) インターネット等電子商取引における安心の確保
- (3-3) 多様な商品選択の実現
- (3-4) 高齢者、障害者など誰もが安心できる消費の実現
- (3-5) 地域における生活必需品の確保
- (3-6) 資源エネルギー等の価格変動への対応
- (3-7) 震災時等における生活物資等の確保

#### 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

- (4-1) 役立つ情報の提供
- (4-2) 消費者教育・啓発
- (4-3) 消費者の組織的な活動への支援
- (4-4) 環境問題に配慮する消費者を応援
- (4-5) 食に関する持続可能な消費生活の実現

政策課題5 消費者の意見や考えを、行政や事業者の活動に活かす

(5 - 1) 消費者の都政への参加・参画

(5 - 2) 消費者との協働の推進

(5 - 3) 都と区市町村との連携

## 消費者被害を防止し、救済を図る

消費生活の安定のためには、まず、悪質商法による消費者被害をできる限り防止していくことが求められる。

特に、事業者との取引において弱い立場にある高齢者に対する被害は、被害金額も大きく、高齢者の生活を脅かし、社会全体に与える影響が大きいことから、地域の中で社会的に被害を防止する仕組みづくりが欠かせない。

また、若い人など社会的な経験の乏しい消費者をターゲットにした悪質な商法も数多く見受けられる。このため、悪質事業者の手口やその被害の実態について、被害を受けやすい消費者に対して効果的に注意を呼びかけることが重要である。

不適正な取引によって生ずる消費者被害は、1件当たりの金額も大きく、生活そのものを脅かす高額なものも珍しくない。消費者被害は、消費者の権利を侵害するものであり、迅速かつ適正に救済されなければならない。加えて、新たな被害者を生じさせないためにも、事業者に対して的確に対処することが求められる。

### (1-1)消費者被害の防止

消費者被害を防止するため、特に取引行為における弱者をターゲットにした悪質な商法が横行していることから、高齢者をはじめ障害者、若い人に対し、被害にあわないための仕組みづくりや情報提供などを行う。

#### [具体的な施策の例]

##### 高齢者の消費者被害防止のための地域における仕組みづくりの促進

区市町村ごとに高齢者福祉部門と消費生活部門が連携した地域の見守りネットワークの仕組みづくりを促進する。

##### 高齢者被害専用相談の実施

介護事業者等の高齢者の身近にいる方々の協力を得て、高齢者を対象とした消費者被害110番やホットラインを実施する。

##### 架空請求・不当請求に対する消費者被害の未然防止・拡大防止

問題のあるサイトに関する通報メールを幅広く受け付け、アダルトサイト等の調

査分析を行ない、文書警告、金融機関への口座凍結要請、都民への情報提供を行う。

#### 相談情報システムの活用

都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、相談処理支援情報として活用するとともに、データを分析して都民への情報提供、消費者教育等各種事業の実施、行政施策の企画立案等の基礎資料として活用する。

#### 生活安全相談センター等における広報啓発活動の推進

警察署においてヤミ金融や悪質商法など消費者の不安に関する幅広い相談に応じていることを周知し、迅速・的確な助言等を行う。

### (1 - 2)消費者被害の救済

消費生活センターに寄せられる相談の多くは消費者が直面する被害の救済と解決を求めるものであり、消費生活相談は事業者と消費者の間の紛争を解決する機能を担っている。その内容は複雑・高度で、あっせん解決にあたる消費生活相談員には専門的な知識や経験の積み重ねが必要となっている。

また、相談ニーズに適切に対応するには、国や区市町村との連携が重要である。都として消費生活総合センターを強化することはもとより、区市町村の消費生活センターに対する一層の支援と連携強化が求められる。

なお、相談の過程で明らかとなったさまざまな問題について、当該事業者の指導や処分はもとより、商品やサービスの安全性の確保などの消費生活施策に的確につなげていくことが重要である。

#### [具体的な施策の例]

##### 消費生活相談体制の充実

複雑・高度化する相談に応じられるよう、高度な知識を有し、実際的な経験が豊富な相談員を確保する。また、多様な相談需要に応じるため、平日以外にも窓口を開設するよう、検討する。

##### 区市町村相談窓口の支援強化

住民に身近な相談窓口である区市町村の消費生活相談窓口に対して、都の高度専門的機能を活かし、相談マニュアルの作成・提供、弁護士等のアドバイザーによる助言、消費生活相談支援サイトの運用などによる支援を進め、都域全体の消費者被害防止・救済機能向上を図っていく。

### 消費者被害救済委員会の積極的な活用

都民の消費生活に広く影響する紛争について、知事の附属機関である「東京都消費者被害救済委員会」に付託し、あっせん・調停により迅速・公正な解決を図る。

同一又は同種の原因による被害が発生しないよう、事件の概要等を周知するとともに、関係機関に情報提供し、事業者の指導等に活かしていく。

### 多重債務問題対策の推進と多重債務者への支援

東京都多重債務問題対策協議会を運営し、関係機関と連携して多角的に問題の解決を図るとともに、多重債務に陥っている債務者に対して債務整理や生活再建のための相談にきめ細かく応じていくよう、体制の整備を図る。

### 適格消費者団体に対する支援

消費者団体訴訟制度を担う「適格消費者団体」について、消費者団体訴訟制度連絡会を定期的を開催するとともに、個人情報を適切に処理しつつ情報面などでの支援に努める。

#### 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は困難で、結局、泣き寝入りになり、その間にも新たな被害が拡大してしまう。このため、一定の要件を満たした消費者団体が「適格消費者団体」として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となった。

## 悪質事業者を市場から排除する

悪質な事業者に対する取締りを徹底・強化する。また、問題のある事業者や業界団体に対する指導を徹底していく。

### (2 - 1)取締の強化

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正な取引が増えている。悪質な商法を行う事業者に対し、消費者の被害を回復する面にも配慮をしながら、法律や条例などに基づき、迅速・適正に行政処分を行う。

#### [具体的な施策の例]

##### 悪質事業者に対する取締りを強化

不適正な取引行為を行う悪質な事業者に対し、消費者の証言や証拠を入手し、厳正かつ迅速に処分する。

また、問題を起こした事業者に対し、被害の補填を含めた改善を有効に行う指導方策について検討する。

さらに、事業者団体が行う被害救済方策とも連携し、消費者被害の実質的な回復に努める。

悪質な事業の実態を明らかにするためには、実際に被害をこうむった消費者の証言が欠かせない。証人となる消費者の権利を守る仕組みについて検討する。

### (2 - 2)適正な指導等

不適正な取引を行う事業者を適切に指導するとともに、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、監視を強化していく。

また、事業者団体等と協力し、事業者が最低限の取引ルールを守るだけでなく、より高いコンプライアンスを確保するよう、啓発に努める。

#### 広告表示適正化のための近県との連携及び民間自主規制機関との連携

J A R O (社団法人 日本広告審査機構)等と随時連絡調整を行う。また、5都県との協議会を設置して定期的に開催し、課題の共有を図る。

#### 大学等との連携による不当表示・不当広告の収集調査

インターネットや携帯電話による広告表示について、都内の大学生などを調査員として情報収集し、不当表示・広告の監視を強化する。

## 商品の量目立入検査・指導

計量法に基づき、スーパーマーケット等に対する立入検査を通じて、商品の正確計量・表示を指導し、消費者の利益を確保する。

## 商品やサービスの安全・安心を確保する

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消費生活は安定しない。商品やサービスの安全の確保に万全を期すことが強く求められる。

### (3 - 1) 安全な商品とサービスの確保

子どもや高齢者をはじめ、広く一般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、関係機関と連携してテストを行うなど、行政として厳正に監視し、必要な場合、事業者の指導、国及び業界団体への提案要望等を行い、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く。

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、その情報を消費者や事業者に確実に提供していく。

#### [具体的な施策の例]

##### 輸入食品対策の推進

輸入食品の安全・安心を確保するため残留農薬、遺伝子組換え食品及び残留放射能の検査を実施するとともに、事業者への監視指導、講習会などを実施する。

##### 危害・危険情報の収集・分析・発信

子どもが使用するものをはじめ身近な商品について、危害・危険情報を収集し、危害拡大の可能性分析及び安全性に関する調査を行う。また、消費者、事業者及び学識経験者からなる「商品等安全対策協議会」を常設するとともに、東京消防庁と連携し、商品やサービスの安全対策を進める。調査等の結果を踏まえて、事業者への指導、国、業界団体への要望及び消費者への的確な注意喚起を行う。

##### 牛海綿状脳症（BSE）対策の推進

BSE検査やピッシングの中止など感染防止に必要な対策を講じる。

##### 子どもに対する室内化学物質低減対策の推進

化学物質による健康影響を防ぐため、子どもが利用する施設の環境確保に関する普及・啓発等を行う。

## 都民生活において生ずる事故防止対策の推進

救急現場における建築設備や生活用品に起因した事故の状況を関係者に通知し、都民に公表することにより、事故の防止を図る。

### (3 - 2) インターネット等電子商取引における安心の確保

インターネットや携帯電話を活用した商取引に関する消費者トラブルが増えており、こうした取引を安心して利用できる環境を確保する。

#### [具体的な施策の例]

#### ハイテク犯罪被害防止のための情報発信・広報啓発活動の推進

警視庁ホームページ等を活用した情報発信や、相談窓口を充実するなど、消費者に対する広報啓発活動を推進し、消費者被害の未然防止を図る。

#### 架空請求・不当請求に対する消費者被害の未然防止・拡大防止

問題のあるサイトに関する通報メールを幅広く受け、アダルトサイト等の調査分析を行ない、文書警告、金融機関への口座凍結要請、都民への情報提供を行う。(再掲)

#### 大学等との連携による不当表示・不当広告の収集調査

インターネットや携帯電話による広告表示について、都内の大学生などを調査員として情報収集し、不当表示・広告の監視を強化する。(再掲)

### (3 - 3) 多様な商品選択の実現

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る。

#### [具体的な施策の例]

#### 食品の原料原産地表示の推進

消費生活条例の告示を改正し、国内で製造される調理冷凍食品の主な原材料について原料原産地表示を義務づけ、制度の円滑な運営を図る。

#### 環境と調和した農業の推進

「東京都特別栽培農産物認証制度」の運営や有機農業技術支援を通じて、有機農業の普及拡大を図る。

#### 生鮮食料品等に関する情報の提供

インターネットなどを活用し、旬の食材情報など生鮮食料品等に関するさまざま

まな情報を提供する。

(3 - 4) 高齢者、障害者など誰もが安心できる消費の実現

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、使用できる仕組みづくりに努める。

[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

「東京都有料老人ホーム設置運営指針」に基づき、入居者の福祉を重視する観点から適正な運営の確保に努める。また、さまざまな媒体を活用して有料老人ホームの選択に役立つ情報を提供する。

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

認知症高齢者や知的障害者等の消費生活上の権利を擁護するため、「成年後見活用あんしん生活創造事業」など多くの制度を活用し、消費者被害の防止・救済体制の充実を図る。

(3 - 5) 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行う。

[具体的な施策の例]

身近な生活圏を支える商店街の振興

「新・元気を出せ！商店街事業」として、街路灯設置などのハード事業、ホームページ作成やポイントカード導入などのソフト事業、又はイベント事業などに対する補助を行う。

「進め！若手商人育成事業」として、次代の商店街を担う若手経営者の育成を中心に「商店街の人づくり」に対して多面的に支援する。

(3 - 6) 資源エネルギー等の価格変動への対応

資源エネルギーなどに関する国際的な価格が長期的に上昇傾向にある。このため、商品やサービスの価格の動向を注視し、適切に対応する。

[具体的な施策の例]

原油価格変動に伴う行政連絡会議の運営

原油価格に関し、関係 8 局が各種データ・所管の取組につき継続的に情

報交換等を行う。

ホームページ「東京くらしWEB」による情報提供  
生活関連商品等の価格動向に関して消費者に情報提供を行う。

(3 - 7) 震災時等における生活物資等の確保

いつ発生してもおかしくない直下型地震などの災害時に、都民生活に必要な物資を確保する。そのため、あらかじめ関係機関と協定を締結し、災害時における商品等の供給に備える。

[具体的な施策の例]

震災時等における食料品等の確保

消費生活協同組合の協力を得て締結した基本協定に基づき、災害時に応急生活物資を調達して供給する。また、「東京都地域防災計画」に基づき、卸売業者等から必要な量を購入するほか、他の自治体にも応援要請を行う。

## 「自ら考え行動する」消費者になるよう支援する

新手の悪質商法、表示をめぐるさまざまな問題、国の制度や組織の動き、また、資源やエネルギーに関する世界情勢など、消費者をめぐる環境は変化のスピードが速まっている。このような状況にあって、行政は、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一層支援していく。また、消費者の役に立つ情報や、消費に関する学習機会の提供などが求められている。

### (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取組を進める。

[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

消費生活に関するさまざまな情報をホームページ上に掲載するとともに、一人でも多くの消費者がアクセスするようPRに努める。

介護サービス情報の公表

介護保険法に基づき、事業者が都に報告した情報を都民に提供していく。

消費者が安心して住宅リフォームできる環境の整備

「住宅リフォームガイド」を作成するほか、都、(財)東京都防災・まちづくりセンター及び東京都地域住宅生産者協議会が連携し、戸建て住宅のリフォーム全般に関するアドバイスを行うなどして、消費者が安心して住宅リフォームを実施できる環境整備を図る。

不動産取引に係る消費者向け情報提供

消費者向け「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啓発を図る。また、宅地建物取引業者の処分履歴等に関する情報を提供する。

### (4 - 2) 消費者教育・啓発

一人ひとりの消費者が自ら考え、主体的に行動できるよう、消費に関する学習や教育の場を提供する。また、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する。

[具体的な施策の例]

#### 消費者教育の推進

各種の消費生活講座の開催、消費者教育読本の開発、自主学習支援のためのビデオソフトの作成等を行う。

#### 金融経済教育モデル事業の実施

多重債務問題の未然防止施策の一環として、ノウハウを持つ団体との連携により、発達段階に応じた適切な教材の開発や必要な講師の提供を行うなど、区市町村において金融経済教育のモデル事業を行う。

#### 消費者教育・環境教育推進委員会の開催による消費者教育の推進

区市町村小・中学校の特色ある消費者教育事例を紹介していく。

#### 食育推進活動支援のための情報提供

「東京都食育推進計画」に基づき、市場関係者と連携し、食育推進活動に有用な人材に関する情報を消費者に提供していく。

### (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おり、団体相互の交流や連携の場を提供する。

[具体的な施策の例]

#### 適格消費者団体への支援

適格消費者団体について消費者団体訴訟制度連絡会を定期的で開催するとともに、消費者団体との連携を深める。

### (4 - 4) 環境問題に配慮する消費者を応援

地球規模で環境問題が深刻化するなか、消費者が環境に配慮した行動を行うための条件整備や普及啓発に努めていく。

[具体的な施策の例]

#### 家庭の省エネ促進

家庭における温暖化ガスの排出量の6割が電力消費に起因することから、省エネ家電製品利用について周知していく。

## 都市空間すきま緑化

「駐車場ガイドライン」を策定して駐車場の緑化を行うなど、都市空間における「すきま」の緑化を進める。

### (4 - 5)食に関する持続可能な消費生活の実現

世界的な人口の増加や多くの国の経済発展を背景として食料の需給が逼迫してきているなかで、わが国はカロリーベースで食料の6割以上を海外からの輸入に頼っている。食料の長距離輸送に伴う多量のCO<sub>2</sub>排出も見逃ごせない。その一方で、偏った食生活に陥ったり、食べ残しなど大量の食品が廃棄されている現実がある。

このため、健康面も考慮した無駄のない食生活や、食料自給率の向上、地球環境の保全などについて、広く理解と共感を得ていく必要がある。

(4 - 2)、(5 - 2)の消費者教育や消費者月間事業などさまざまな事業の内容として、今後、このような視点を積極的に盛り込んでいくことが重要である。

#### [具体的な施策の例]

##### 消費者教育の推進

各種の消費生活講座のなかで食料の供給や食生活に関する問題を取上げる。また、多摩消費生活センターを活用し、地産地消の取組を進める消費者教育を推進する。

##### 消費者団体との協働

消費者団体等とも連携し、食料の供給や食生活に関する関心を広めるための検討を進める。

## 消費者の意見や考えを、行政や事業者の活動に活かす

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施策に活かされるよう、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ある。

### (5 - 1)消費者の都政への参加・参画

消費者行政は、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る。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く。

[具体的な施策の例]

#### 消費生活調査員による調査

消費生活に関するさまざまな調査のスタッフを都民を対象に公募し、消費生活調査員として市場ルールの遵守状況等の監視を行う。

#### インターネットアンケート調査

消費生活に関してインターネットを通じたアンケート調査を行い、多くの都民の参加を求める。

#### 都民参加による情報誌の編集

消費生活に関する情報誌「東京くらしねっと」の編集にあたり、公募による都民参加を求める。

### (5 - 2)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する。

[具体的な施策の例]

#### 消費者月間事業等における連携の拡充

消費者意識の啓発、消費者団体相互の連携強化、消費者・事業者・行政の協働を推進するため、毎年実行委員会に参加し、「くらしフェスタ東京」を開催する。

### (5 - 3)都と区市町村との連携

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

市町村にも活かされるような取組を進める。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く。

[具体的な施策の例]

区市町村消費者行政への支援

区市町村の消費生活行政を支援するため、消費生活行政担当職員や相談員を対象に職務に係る知識や実務能力の向上に資するための研修を行うとともに、必要な情報を提供する。