

現行計画 4 年間の主な実績

平成 3 0 年度～令和 3 年度

(1) 被害防止のための注意喚起・情報発信

○ホームページ「東京くらしWEB」(くらしに関わる東京都の情報サイト)のアクセス数の増加

令和3年度はトップページの改修を行い、「伝える情報発信」から「伝わる情報発信」へユーザビリティを向上



○SNS (Twitter・Facebook) のフォロワー数の増加

インターネット広告、SNS広告の配信

○学生向けメルマガの配信先拡大

大学・専門学校等に加え、令和元年度より都内高等学校等への配信開始

○悪質商法被害防止キャンペーンの実施

毎年9月に高齢者向けに、1月～3月に若者向けのキャンペーン月間を設定し、ポスター、リーフレット、交通広告等の様々な媒体を活用した広報や特別相談を実施



取組	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
ウェブサイトアクセス数	1,276,112	1,656,386	1,652,315	2,271,607
Twitterフォロワー数	16,193	16,731	17,493	20,123
メルマガの配信個所数	95	370	370	375

○成年年齢引下げ対策 若者向け消費者被害防止啓発事業の実施

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
概要	STOP! 悪質商法THEライブ  - 悪質商法をテーマに芸人が作った漫才・コントを公開収録し、インターネット動画で公開 「お笑い」に消費者被害防止のメッセージを乗せた作品を10組の芸人が披露	現代TOKYO 怖話  若者からショートストーリーと短編動画を公募。プロの映像クリエイター等が優秀作品を選考し、動画を制作・配信	ラジオCMコピーアワード  - 若者からコピーを公募し、入賞作品をもとに、声優や芸人がラジオCMや動画を制作 - 審査会を公開収録し、ラジオ番組内で放送	ラジオCMコピーアワード  - 若者からコピーを公募し、入賞作品をもとに、声優や芸人がラジオCMや映像を制作 - 審査会を公開収録し、ラジオ番組内で放送
実績	- 公開収録観客数 74名 - 公開収録したネタ動画をYouTube（東京動画）で配信	- 応募件数 265件 - 制作した動画をYouTube（東京動画）で配信 - YouTube広告で展開 - 制作者等によるSNSでの情報発信	- 応募件数 674件 - ラジオCMは文化放送で放送 - 制作した動画をYouTube（東京動画）で配信 - 都営地下鉄車内ビジョンで放映 - Twitter広告で展開 - 制作者等によるSNSでの情報発信	- 応募件数 2,791件 - ラジオCMは文化放送で放送 - 制作した動画をYouTube（東京動画）で配信 - 都営地下鉄車内ビジョンで放映 - Twitter等SNS広告で展開 - 制作者等によるSNSでの情報発信

(2) 高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見

○区市町村における見守りネットワーク構築支援

- ・見守りネットワーク構築に必要な要件の充足状況を区市町村自らが確認可能なチェックシートを活用し現状・課題を把握
- ・ネットワーク未構築の区市町村に対しては、アウトリーチ訪問を実施し、個別に助言を実施

取組	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
区市町村における見守りネットワークの構築自治体数	23	35	42	48

○地域の見守り人材の育成

取組		平成30年度	令和元年度	令和2年度※	令和3年度※
高齢者見守り人材向け出前講座	開催回数	300回	271回	41回	48回
	受講者数	6,726名	6,026名	838名	749名

※緊急事態宣言中は講師の派遣を中止

○宅配事業者等と連携し、注意喚起リーフレットを高齢者や見守る方へ手渡し

連携事業者	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
ヤマト運輸、コープみらい、ヤクルト等	156,000枚	160,000枚	160,000枚	160,000枚

○高齢者被害110番・高齢消費者見守りホットラインの実施

(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

【行政指導】

年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
指導実施件数	88	89	119	82

【行政処分等】

内容・年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
業務停止命令件数	7	12	3	2
指示実施件数	7	12	3	2
業務禁止命令実施件数	6	13	4	2
是正勧告等実施件数	2	0	0	0
情報提供実施件数	2	2	0	0

【主な処分内容①】

定期購入契約であるのに、「サンプル」「お試し」と表示するなど消費者を誤認させるような広告を行っていた通信販売事業者に対し、3か月の業務停止命令（令和3年7月）



【主な処分内容②】

「シロアリの無料点検に伺います」などと無料点検を口実に訪問し、リフォーム工事を勧誘する事業者に対し、6か月の業務停止命令（令和3年10月）

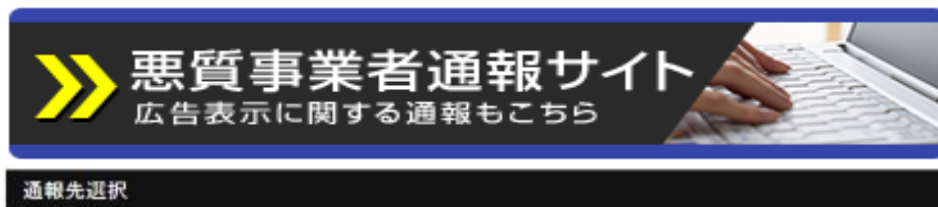


○悪質事業者通報サイトに寄せられた通報の調査

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
悪質事業者	432件	654件	824件	868件
誇大広告	74件	133件	170件	209件
架空請求	2,564件	926件	596件	770件

【主な通報の内容】

- ・近所で工事をしていて屋根が破損しているのを発見したなどと言って訪問した事業者に、高額な工事契約を締結させられた。（悪質事業者）
- ・サプリメントの広告でビフォーアフターの写真があるが、こんなに痩せる効果があるのだろうか。（誇大広告）
- ・実在する通信会社や大手通販サイト事業者名をかたり、SMSで利用料金の督促があった。（架空請求）



※通報に基づく事業者指導、処分等
(令和3年度)

行政指導：33件(悪質事業者)
14件(誇大広告)

行政処分：1件(悪質事業者)

事業者名等の公表：12件(架空請求)

○不当表示に対する監視等の徹底

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
措置命令	2件	2件	2件	2件
指 導	402件	453件	355件	275件

【景品表示法に基づく措置命令の例】

○景品表示法に基づく措置命令

瘦身効果等を標ぼうする下着等のインターネット通信販売事業者2社に景品表示法に基づく措置命令（令和4年3月）

○優良誤認に該当する不当表示

当該商品を利用するだけで、容易に瘦身効果や豊胸効果を得られるかのように示す表示を行っていたが、効果を実証する合理的根拠はなかった。

**ベルトを巻くだけ
体質強制変換!!**

無色透明の
「瘦身汗」
が出たら瘦せる奇蹟です

その威力は
たった10分で
ウエスト-5cm!

たった14日
ウエスト-16cm減!!

**POINT 1 臨床試験済みのバストケア成分で
ボリュームを実感**

女性のバストは約10%が「乳腺組織」、残り90%は「脂肪」で構成されています。つまり、バストアップには「脂肪」は欠かせません。そこで、ダイミードバストクリートは、今注目の最新バストケア成分により、バストに必要なたんぱく質を供給。

臨床試験済みバストケア成分配合

ボルフィリン
コシ科のバナムゲの根から抽出された、ナリササゲニンと抽出した、フランスのセダーマ社が特許した最新のバストケア成分。

胸の脂肪量 8.4% UP
する効果が立証されています
※約1ヶ月間、毎日バストクリートを使用し、脂肪量を測定。

アディフィリン
スペインのバスクン社が開発した、植物由来のジズノ酸を配合させた最新のバストケア成分。

胸の体積が 30倍 UP
する効果が立証されています
※約1ヶ月間、毎日バストクリートを使用し、胸の体積を測定。

○指導事例

- 商品（サプリメント等）を利用するだけで痩せるなどの効果を容易に得られるような広告
- 薬や医療行為の効果をうたう広告



(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の開催（法令・違反事例等の解説、業界団体の参考事例など）

対象	平成30年度	令和元年度	令和2年度 (WEB配信)	令和3年度 (WEB配信)
通信販売を行う事業者向け	226名	217名	264名	337名
訪問販売・電話勧誘販売・特定継続的 役務提供を行う事業者向け	170名	122名	151名	190名
広告表示を行う事業者向け	469名	441名	434名	539名

○事業者団体等のニーズに応じた講師派遣（出前）型講習会の実施

平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
5回	3回	2回	3回

○事業者向け学習コンテンツ 「クイズで学ぶ法令遵守」のコース増設

平成30年度	東京都消費生活条例
令和元年度	特定商取引法 訪問販売編 2
令和2年度	特定商取引法 通信販売編
令和3年度	特定商取引法 通信販売編 2



compliance 三択クイズで楽しく学ぼう

クイズで学ぶ法令遵守

チャレンジするコースを選んでください

景品表示法

広告や商品等の表示を行う時、イベント等での景品をどうするか考える時に役立つ基本的な情報をクイズにしました。知っておいて損はしません。チャレンジしませんか？

→ 詳細を見る

特定商取引法 《新規問題追加》

特定商取引法が関係する取引を行っている全ての事業者の皆様へ、「これだけは知っておいていただきたい」ことを広く集めました。まずはここから力試しをしてみませんか？

→ 詳細を見る

東京都消費生活条例

東京都消費生活条例では、事業者が消費者に対して行う不適正な取引行為を禁止しています。どのような行為が不適正な取引行為に当たるのか、チェックしてみませんか？

→ 詳細を見る

政策 3 消費生活の安全・安心の確保

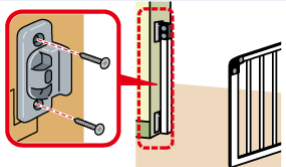
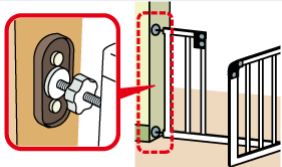
(1) 商品・サービスの安全の確保

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
安全性調査 商品テスト	・子供用ライフジャケットの安全性に関する調査 ・スチームクリーナーの商品テスト ・薄型テレビの安全性に関する調査 ・ベビーバスの安全性に関する調査	・スマートフォン用ガラスフィルムの商品テスト ・オーブントースターの安全性に関する調査 ・つめ替え用洗剤類の安全性に関する調査 ・つえの商品テスト	・乳幼児の身の回りの椅子の安全性に関する調査 ・ガストーチの安全な使用に関する調査	・カップ麺による子供のやけどに関する調査 ・清涼飲料水用ペットボトルの安全性に関する調査
ヒヤリ・ハット調査 レポート	・乳幼児の寝ているときの危険	・帰省先などの自宅とは異なる住まいでの乳幼児の危険	・年齢の異なる子供のいる家庭での乳幼児の危険	・誤飲等による乳幼児の危険



「カップ麺による子供のやけどに関する調査」「清涼飲料水用ペットボトルの安全性に関する調査」「誤飲等による乳幼児の事故防止ガイド」

○東京都商品等安全対策協議会における消費者・事業者の協力による商品等の安全対策の推進

平成30年度	令和元年度	令和 2 年度
子供に対する電気ポットの安全対策	ベビーゲート等の使用に関する安全確保	防水スプレー等の安全対策
	 ねじどめ式  固定用カップをつけたつっぱり式 安全に配慮したベビーゲート	 必ずマスクを着用して 屋外で使用する  屋外で風上から風下に向かって使用する

(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

	平成30年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度※
参加人数	6,296人	6,126人	新型コロナウイルス感染 拡大防止の観点から中止	7,191人

※オンライン開催

○キッズデザイン賞の審査料を補助

	平成30年度	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度
補助件数	2 5 件	2 4 件	1 8 件	2 5 件

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

資料4 - 1 ⑩

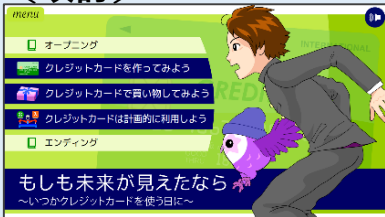
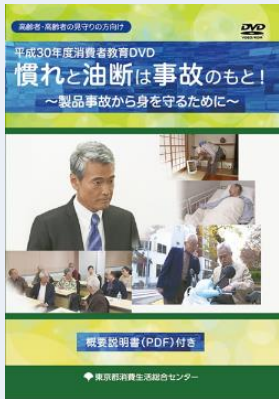
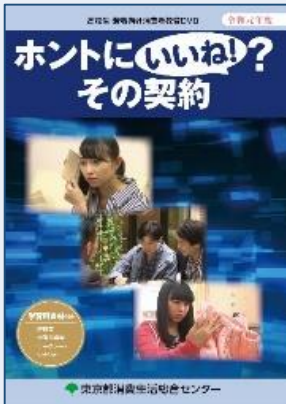
※新型コロナウイルス感染拡大防止対策として、講座の一部中止、延期、縮小開催、WEB開催等の対応を実施

(1) 主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進

		平成30年度		令和元年度		令和2年度※		令和3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	回数	受講者数
啓発講座		22	900	17	825	5	229	10	319
	うち大・中規模講座	5	363	3	354	—	—	1	137
	うち実験実習講座	16	377	13	287	4	68	9	182
	うち多様な主体との連携講座	1	160	1	184	1	161	—	—
消費者問題マスター講座		26	1,723	26	1,967	—	—	26	1,110
消費者問題教員講座		32	1,155	31	1,187	—	—	5	366
市町村共催講座		22	459	24	576	12	242	16	299
多摩消費生活センター主催講座		31	1,481	26	1,180	2	40	18	970
合計		133	5,718	124	5,735	19	511	75	3,064

	平成30年度		令和元年度		令和2年度※		令和3年度※	
	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数	回数	受講者数
出前講座	354	29,251	332	19,984	80	3,397	78	8,340
出前寄席	436	30,705	389	19,772	43	1,465	28	2,672
計	790	59,956	721	39,756	123	4,862	106	11,012

○消費者教育用教材の作成

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
Web	もしも未来が見えたなら ～いつかクレジットカードを使う日に～ 〔改訂〕 	世界の未来をかえる店 エシカルスーパーマーケット 	情報社会を泳ぎきる！ かしこいヒツジへの道 〔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—〔改訂〕	大人になる君へ 社会で役立つ契約知識 
DVD	慣れと油断は事故のもと！ ～製品事故から身を守るために～ 	ホントに“いいね！”？ その契約 	～そのお金の使い方大丈夫!?～ パピ君と学ぶ！キャッシュレス社会の歩き方 	東京☆SDGs☆学園☆ ▶買い物で世界の未来を変えよう！◀ 

○高校生向け消費者教育・啓発ノートの配布（都内全高校2年生へ配布 120,000部）

○若者に向けた情報提供

話題のテーマや、特に今若者に知ってほしい（伝えたい）情報を、HP内に「サッと読める ちょっとお耳に入りたい話」として連載形式で掲載し、インターネット広告から誘導

○成年年齢引下げ等を見据えた消費者教育の充実

- ・消費者教育推進庁内連絡会議の設置（令和2年4月～）
- ・消費者教育コーディネーターの配置（令和2年4月～）

東京都消費生活総合センターに、令和2年度1名配置、4年度1名増員。
リーフレット配布やメールマガジン、校長連絡会等を通じて制度の周知。

コーディネート実施：

個別相談対応 令和2年度 私立1校、都立 9校

令和3年度 私立2校、都立15校

コーディネート学校数：令和2年度 都立3校

令和3年度 私立1校、都立11校

【主な生徒の感想】

- ・他人事と思っていたことを、自分の問題と捉えられた。
- ・消費生活センターが、どのようなところか理解できた。
- ・自分の意思をしっかりと持ち、行動する必要を感じた。

学校における消費者教育コーディネート



- ・啓発チラシの作成・配布（平成30年度：高校生向け、令和2・3年度：保護者向け）
- ・「東京くらしねっと」や「わたしは消費者」等での情報提供
- ・出前講座・教員講座の実施、教材の作成・提供

(2) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進

○エシカル消費の普及啓発

平成30年度

◆エシカル消費の理念をわかりやすく
紹介するPR動画の作成・配信

< 動画再生回数及び配信個所 >

YouTube 234,652回

SNS、交通広告、街頭ビジョン、
テレビCM等

◆チラシの作成 15,000部

区市消費生活センター、講座、イベント、
都内国公立・私立学校等で配布

HPに紹介ページを作成



シンポジウムの開催

受講者数 160名



令和元年度

◆都内大学（101か所）、講座、イベント等
での普及啓発

・グッズ、チラシの配布、ポスターの掲出、PR動画放映

◆交流フェスタでワークショップ開催
オリジナルエコバッグ作成スマホスタンド
国産ヒノキ間伐材使用大学内生協・書店等での
グッズ配布交流フェスタの動画放映
ポスター・パネル展示交流フェスタの
ワークショップブース

○スーパーマーケットにおける普及啓発（10月）

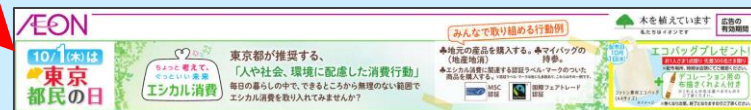
- ・都内イトーヨーカドー・イオン等計46店舗にて実施
- ・特設WEBサイト（楽しくエシカル消費を学べるクイズなど掲載）
- ・WEBサイト内のアンケート回答者に抽選でKURUMIRU（福祉保健局）の雑貨をプレゼント



エシカル消費に関連する商品の売り場コーナーを
設置（ポスター・POP等を掲示）



イオンのチラシ紙面でのキャンペーン告知



○SNS等を活用した普及啓発（10月～11月）

- ・Yahoo! JAPANバナー広告、YouTube及びInstagram動画広告

○東京都エシカル消費普及啓発協力事業の推進

- ・普及啓発に協力してくれる区市町村や事業者等にロゴマーク、グッズ、チラシを提供

○デジタル絵本による普及啓発

主に幼児とその保護者をターゲットとしたデジタル絵本・絵本の概要をまとめたショートムービーを制作。SNSやオンラインイベントで広く発信

○エシカル消費講座のカリキュラム等の作成・活用

幅広いエシカル消費について、全般にわたり説明できる人材育成のため、エシカル消費講座のカリキュラム、レジュメ、講師用解説書を作成。それらを使ったモデル出前講座を区市町村向けに実施



デジタル絵本

(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		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
相談受付件数	東京都全体	139,215	139,305	136,635	124,095
	高齢者（60歳以上）	56,073	51,949	42,142	39,762
	（全相談件数に占める割合）	（40.3％）	（37.3％）	（30.8％）	（32.0％）
	若者（29歳以下）	13,240	15,630	17,582	15,948
	（全相談件数に占める割合）	（9.5％）	（11.2％）	（12.9％）	（12.9％）

○ 多様な人々への相談対応

- ・外国人からの相談に対応するため、通訳派遣や通訳を介した電話による三者間通話を実施
- ・障害者への対応充実を図るため、聴覚障害者向け電子メール相談やタブレット端末を活用し、手話通訳を介した相談を実施

○ 消費生活相談カウンセラーの活用

- ・心のケアが必要な相談者への対応強化等を図るため、精神保健福祉士を活用

(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

【処理件数の推移】

区分	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
付託件数	3	3	2	3
報告件数	4	3	3	2