

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

主な具体的施策の成果

○悪質事業者に対する取締りの徹底

・不適正な取引を行う事業者の処分・指導実績(件数)

区分	平成25年度	平成26年度	平成27年度
行政処分	16	11	14
行政指導	81	104	101
立入調査	37	29	32

・「悪質事業者通報サイト」の構築・運営
 <通報受理実績(件数)>

平成25年度	平成26年度	平成27年度
146	342	287

○五都県及び関係機関との連携(取締りの徹底)

・五都県による合同指導・同時行政処分実績(件数)

区分	平成25年度	平成26年度	平成27年度
合同指導	15	12	16
同時行政処分	4	2	2

○法制度上の問題点の改善に係る国への働きかけ

・消費者安全法、特定商取引法、景品表示法について、
 権限の委任、委譲、対象拡大等を国に提案要求

○不当表示に対する監視等の徹底

・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
 <改善指導実績(件数)>

平成25年度	平成26年度	平成27年度
499	443	398

・テーマを設定した「重点調査」の実施
 <調査テーマ>

平成25年度	・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
平成26年度	・メニュー・料理等食品表示に係る調査
平成27年度	・美容医療サービスに関する広告表示調査

○事業者のコンプライアンス意識の醸成

・事業者の法令遵守意識を高める「コンプライアンス講習会」の開催(年3回)
 ・WEB上に、特定商取引法、景品表示法の基礎が学べる事業者向け学習コンテンツ「クイズで学ぶ法令遵守」を掲載

現状・課題

○悪質事業者の手口の悪質化・巧妙化

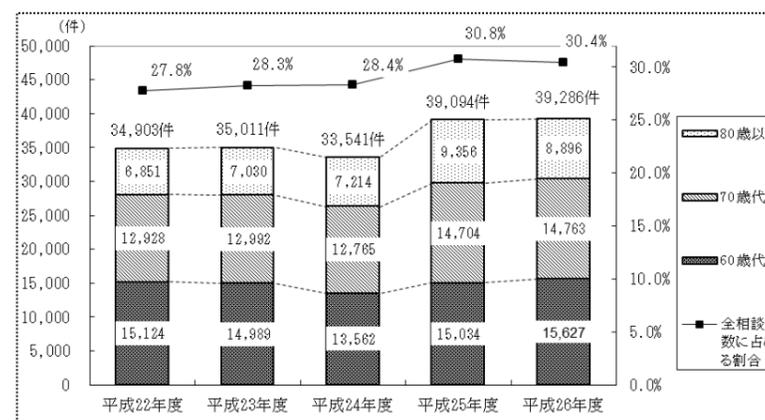
・いわゆる「劇場型勧誘」やSNSで知り合いになって高額な商品、サービスを契約させる手口、モデル・タレントの芸能事務所契約など、新たな手口が次々と現れている。
 ・新たな法人を次々と作って不適正な取引行為を行う事業者や法律の規制対象に該当しないように取引を行う事業者も現れている。

○事業者のコンプライアンス意識

・事業者向けのコンプライアンス講習会への応募事業者数は増加傾向にあり、全体的には事業者のコンプライアンス意識は高まっている。
 ・一方で、業界や企業の規模などによって取組の遅れている事業者もあり、これらの事業者のコンプライアンス意識の向上が求められる。

○高齢者の消費者被害の増加

・都内の消費生活センター等に寄せられた高齢者(60歳以上)の相談件数は、6年連続で3万件を超え、平成25年度以降は、全相談件数に占める割合が3割を超えている。



・高齢者の消費者被害防止のため、各地域において、日常的に高齢者の生活に関わる人々に被害発見の担い手となってもらい、消費生活相談につなげてもらう体制の構築が必要。
 ・平成28年3月30日に、高齢者等の見守り、認知症の方への支援、高齢者等の消費者被害防止、行方不明認知症高齢者の早期発見等を目的に、都内で広域に活動する16の事業者・団体と「都と事業者との連携による高齢者等を支える地域づくり協定」を締結。

現行計画策定後の動き

<国の動き>

○特定商取引法の改正案の国会提出(指定権利制の廃止、悪質事業者の役員等に対する業務禁止命令制度の創設等) 平成28年3月
 ○景品表示法改正
 ・措置命令等の権限を都道府県知事に付与 平成26年12月施行
 ・課徴金制度の導入 平成28年4月施行
 ○消費者安全法の改正(地域安全確保協議会) 平成26年6月公布
 ○食品表示法の制定(食品衛生法、JAS法、健康増進法の食品表示に係る規定の統合) 平成27年4月施行

<都の動き>

○東京都消費生活条例の改正(立入権限の強化、禁止命令の対象となる取引の拡大) 平成27年7月施行
 ○第23次東京都消費生活対策審議会(消費者被害から高齢者を見守る取組に係る都の役割と区市町村等との連携強化について) 平成27年12月答申

今後の方向性(予定)

○不適正な取引を行う事業者の取締りの強化・徹底

・特定商取引法や東京都消費生活条例を駆使し、悪質事業者の取締りの強化・更なる取締りの徹底を行う。
 ・改正特定商取引法の施行後、業務禁止命令等の新たな権限を適切に行使していく。

○事業者のコンプライアンス意識の向上

・事業者のコンプライアンス意識を維持・向上させるため、引き続きコンプライアンス講習会を開催していく。
 ・業界団体等とも連携し、取組の遅れている事業者のコンプライアンス意識向上を図るための施策の検討が必要

○高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの構築促進

・2024年度までに全区市町村で高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークを構築する。

重点施策2 ライフステージに応じた消費者教育の推進

東京都消費生活基本計画(平成25年度～平成29年度)

主な具体的施策の成果

○体系的な消費者教育の推進

- 平成25年6月に閣議決定された「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を踏まえて、東京都消費者教育推進計画を策定(平成25年8月)
- 東京都消費者教育アクションプログラムを年度ごとに策定し、消費者団体・事業者団体等と連携し、ライフステージに応じた消費者教育の取組を実施

○東京都消費者教育推進地域協議会(仮称)の設置

- 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東京都消費者教育アクションプログラムの策定について意見聴取

○区市町村の消費者教育の支援

- 都内の区市町村が実施する地域特性を生かした消費者教育事業を東京都消費者教育モデル事業として選定し、事業についての助言等を行うとともに、その成果を他の区市町村に広く普及

<消費者教育モデル事業実績>

平成25年度	平成26年度	平成27年度
8区市	8区市	5区市

- 多摩地域の市町村と消費生活講座を共催により開催

<共催講座開催実績(回)>

平成25年度	平成26年度	平成27年度
17	18	19

現状・課題

○多様な主体との連携

- 東京都消費者教育アクションプログラムでは、消費者教育について、平成27年度までに、平成25年度以降新たに連携する団体等の数を30団体とすることを到達目標としており、平成27年度までに、新たに連携した団体等の数は58団体に上っている。
- このため、計画の最終年度である平成29年度に向けては、新たに連携する団体への働きかけに加え、これまで連携実績のある団体やアクションプログラムでの取組により新たな連携を実施した団体に対して、継続的な連携や従来の連携とは異なる事業での連携などを働きかける等連携強化を図るため、平成29年度の到達目標として、平成28年度以降新たに連携する団体等の数を20団体、その結果連携する団体等の総数を180団体を設定し、取り組んでいる。

○区市町村における消費者教育推進地域協議会の設置

- 東京都消費者教育アクションプログラムでは、消費者教育推進地域協議会又はそれに類する連携のための組織を設置している区市町村について、10区市町村まで増やすことを到達目標としているが、平成27年度末現在で、4区(千代田区、新宿区、江東区、葛飾区)にとどまっている。

○持続可能な消費

- 現行計画では、政策課題4の中で、「持続可能な社会の実現に向けた支援」を掲げている。
- しかし、環境政策としての省エネや節電、3Rの普及促進は進められているものの、消費生活面における持続可能な社会実現のための取組は、必ずしも進んでいるとはいえない。
- 持続可能な社会の実現のためには、環境面での取組だけでなく、生産消費形態においても、持続可能性に配慮することが不可欠である。
- 東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会において、地球温暖化や資源の枯渇、生物多様性の損失などの環境問題、人権・労働問題、不公正な取引等の問題へのインパクトを考慮に入れた調達を行うため、「持続可能性に配慮した調達コード」の検討が進められている。

現行計画策定後の動き

<世界の動き>

- 国連持続可能な開発サミットにおいて、「持続可能な開発目標(SDGs)」を採択 平成27年9月
- 国際標準化機構において、ISO20400:持続可能な調達の第3次原案が可決 平成28年2月

<国の動き>

- 消費者教育推進会議による検討(取りまとめ 平成27年3月、報告書 平成28年4月)
- 消費者庁に『「倫理的消費」調査研究会』を設置 平成27年5月

<都の動き>

- 東京都消費生活条例の改正(消費者教育の基本的事項や消費者団体、事業者・事業者団体の役割等を明記) 平成27年4月施行

今後の方向性(予定)

○消費者教育の推進

- 東京都消費生活条例の改正(平成27年4月1日施行)により消費者の主体的な消費者教育への参画や、消費者団体、事業者・事業者団体による自主的な消費者教育の取組が求められており、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体それぞれが主体的に消費者教育を推進していくことが必要。

○区市町村における消費者教育推進地域協議会の設置促進

- 引き続き、区市町村における消費者教育推進地域協議会の設置について、区市町村に働きかけていく。

○持続可能な消費の普及

- 東京都消費生活条例や消費者教育の推進に関する法律では、消費者の持続可能な社会の形成に向けた消費者教育への参画や消費者市民社会への参画について規定されており、消費者への持続可能な消費の普及が求められている。
- 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催を契機として、「持続可能な消費」を普及していく必要がある。

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

東京都消費生活基本計画(平成25年度～平成29年度)

主な具体的施策の成果

○ホームページ「東京くらしWEB」による消費生活関連情報の総合的な提供

- ・「東京くらしWEB」について、利用者の端末環境に左右されることがなく、常に閲覧しやすいページ作りを可能にするレスポンシブデザインを導入
- ・消費生活行政ツイッター、フェイスブック等、SNSを活用して様々な情報を迅速に発信
- ・都が作成した消費者教育教材等を四つの検索項目(キーワード、教材の種類、対象者、具体的項目)で簡単に検索できる「消費者教育教材等検索サイト」を開設

○新たな手法による情報発信の充実

- ・ゲームアプリ「まもれ！シューマ&エルメ」の画面上部に流れるテロップを活用し、注意喚起情報や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(配信情報 平成27年度実績 205件)

○消費者被害防止啓発

- ・高齢者や若者向けの悪質商法被害防止キャンペーンとして以下の事業を実施(啓発用ポスター・リーフレット配布、啓発グッズの配布、介護事業者等への啓発用ステッカーの配布、交通広告・新聞広告の実施、映画館等におけるCMの上映、着ぐるみを活用した広報等)

○子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発

- ・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
- ・抱っこひも等による乳幼児の転落事故を防止するため、消費者庁等と連携してリーフレットを作成し、保育所、保健所、小児科等に配布するなど、注意喚起を実施

○リコール製品の情報提供の促進

- ・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

現状・課題

○消費者への消費者トラブル情報等の提供

- ・消費生活情報、消費者関連の講座、消費者被害情報・危害情報等を、「東京くらしWEB」、「東京くらしねっと」、ツイッターやフェイスブック等のSNSなど、複数のメディアで発信してきた。
- ・しかし、例えば、若者の消費者被害情報を、情報の対象である若者に確実に届けられているかという点、必ずしもそうとは言えない。
- ・情報の対象に合わせた媒体、方法を選択するなど、情報の対象に情報を届ける仕組みを検討する必要がある。
- ・また、在留外国人が年々増加していることから、在留外国人の消費生活トラブルに係る情報発信について、検討する必要がある。

○安全・安心な商品(セーフティグッズ)の普及

- ・商品等の安全対策の推進として、消費者、事業者及び学識経験者で構成する「商品等安全対策協議会」の提言を踏まえ、事業者、関係機関への要望、消費者への注意喚起を行ってきた。
- ・また、特定非営利活動法人キッズデザイン協議会等との共催により、子供の事故防止の視点で開発された安全・安心なデザインの商品セーフティグッズの展示やワークショップなどを行う「セーフティグッズフェア」を開催し、セーフティグッズの普及促進に取り組んできた。
- ・今後も、引き続き子供の事故を防止する安全・安心な商品について、事業者、関係機関等と連携し、普及を図っていく必要がある。

○商品やサービスに係る危害・危険情報の効果的な情報提供

- ・事故の未然防止、再発防止のため、関係機関との連携により、商品やサービスに係る危害・危険情報を収集し、商品等の安全性に関する調査分析を行い、消費者に情報提供を行ってきた。
- ・事業者が発表した製品回収(リコール)等の情報についても、各製品を所管する省庁の情報サイトのリンクを掲載するなど、東京くらしWEB、ツイッターやフェイスブック等のSNS等の複数のメディアで発信してきた。
- ・しかし、これら商品等の危害・危険に関する情報が、広く消費者に行き届いているとは言えず、消費者の誤使用等による事故も後を絶たない。

現行計画策定後の動き

<国の動き>

- 「消費者事故等の通知の運用マニュアル」の改訂 平成27年3月
- 障害者差別解消法の制定(不当な差別的取扱いの禁止、合理的配慮の提供) 平成28年4月施行

今後の方向性(予定)

○消費者への確実な情報提供

- ・情報提供の内容に応じて、対象となる消費者に的確に情報が届けられるよう、情報提供手段等を検討し、実施していく。

○在留外国人等への消費生活情報の提供

- ・在留外国人や中長期に滞在する外国人に対し、消費者被害情報など、消費生活に係る情報提供を行っていく。

○安全・安心な商品(セーフティグッズ)の普及

- ・子供の事故を防止する安全・安心な商品について、事業者、関係機関等と連携し、普及を図っていく。

○商品やサービスに係る危害・危険情報の効果的な情報提供の促進

- ・商品やサービスに係る危害・危険情報について情報収集し、対象となる消費者に広く情報が行き届き、商品等による事故の未然防止につながるよう、関係機関との連携を図りながら、様々な手段を通じて効果的に情報発信していく。

重点施策4 東京都消費生活総合センターの機能の充実

東京都消費生活基本計画(平成25年度～平成29年度)

主な具体的施策の成果

○消費生活相談体制の充実

- 相談受付実績(件数)

平成25年度	平成26年度	平成27年度
34,673	33,692	32,732

※平成27年度は速報値

- 都民の利便性向上と消費者被害の防止・救済を図るため、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

○消費者被害救済の充実

- 消費者被害救済委員会での処理実績(件数)

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
継続案件	3	5	2
新規付託案件	7	5	4

○区市町村相談窓口の支援強化

- 消費生活相談アドバイザーの活用(のべ件数)

平成25年度	平成26年度	平成27年度
139	156	130

- 区市町村相談担当・行政担当職員研修(のべ人数)

平成25年度	平成26年度	平成27年度
1,657	1,623	1,696

- 区市町村消費者行政担当職員等との情報連絡会(全24回)
- 区市町村への情報提供(件数)

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
「相談実務メモ」発行	124	155	164
相談処理に関する照会対応	445	586	428

- 消費生活相談支援サイトの運用(43区市町で利用)

○多様な主体との連携による消費者教育の展開

- 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、啓発キャンペーン等の実施)

現状・課題

○消費生活相談の更なる充実

- 年々、高度複雑化・多様化する相談への対応強化のため、相談員の専門分野グループの再編やアドバイザー制度の活用等による相談体制の強化だけでなく、障害を持つ相談者への対応や、通訳の確保による外国人対応等、相談業務の質の向上を図ってきた。
- こうした中、障害者差別解消法の施行(平成28年4月1日)に伴い、障害を持つ相談者への相談対応方法等の強化・充実が求められる。
- また、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催に伴い、訪日外国人の増加が見込まれ、同時に、中長期に滞在する外国人も増加することが考えられることから、外国人に対する相談体制の一層の整備が求められる。

○区市町村の相談機能強化に向けた支援

- 高齢者の消費者被害への対応など、都民に身近な区市町村の相談窓口求められる役割が、より一層大きくなっている。
- こうした中、消費生活相談アドバイザーの活用や行政担当職員・相談担当研修の実施、各種情報提供等を通じ、区市町村の相談機能強化を図ってきた。
- 多様化する消費者被害の相談に的確に対応するため、引き続き、区市町村への多面的な支援が求められる。

○多様な主体との連携による消費者教育の取組

- 事業者団体や民間ADR機関が作成した消費者教育教材や各団体・機関が実施する啓発講座に関する情報を収集し、教員や区市町村に対して情報提供を実施している。
- また、警視庁や事業者団体と共同で、消費者被害防止に向けた街頭キャンペーンを実施するなど、様々な機会を捉えて消費者被害防止の呼びかけを実施している。
- 多様な団体等との連携は、消費者教育の推進に大きく寄与することから、今後は、新たに連携する団体への働きかけだけでなく、これまで連携してきた団体との継続した取組が求められる。

現行計画策定後の動き

<国の動き>

- 3ケタの電話番号「188(いやや!)」番による身近な消費生活窓口の案内開始 平成27年7月
- 消費者安全法の改正(都道府県の役割の明確化、「消費生活相談員」の職の法定化等) 平成26年6月公布
- 障害者差別解消法の制定(不当な差別的取扱いの禁止、合理的配慮の提供) 平成28年4月施行

<都の動き>

- 東京都消費生活総合センター条例の制定 平成28年4月施行

今後の方向性(予定)

○消費生活総合センターの相談窓口の機能充実

- ・障害者や外国人からの相談のための体制整備など、消費生活総合センターの相談窓口の機能を充実させていく。

○区市町村の相談機能の支援

- ・消費生活相談アドバイザーによる助言や消費生活相談支援サイトによる情報提供、消費生活行政担当職員や相談員の研修など、引き続き区市町村の相談機能の支援策を実施していく。

○多様な主体との連携強化

- ・都と事業者団体等が連携して実施する取組を発展・継続させるとともに、それぞれの持つ専門性・能力・情報等を相互に活用することにより、更なる消費者教育の充実を図る。