

現行計画 2年間の主な実績

令和5年度～令和6年度

「東京都消費生活基本計画」(令和5年度～令和9年度)の構成

<基本計画の構成>

視点1

主体的な消費行動への変革の促進

視点2

デジタル社会及びグローバル社会
への対応

視点3

多様な主体との連携・協働による
取組の強化

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止

- 1 被害防止のための注意喚起・情報発信
 - (1) デジタル社会に対応した「伝わる」情報発信
 - (2) 多様な主体との情報提供の場の開拓
- 2 高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見
 - (1) 見守りネットワーク機能の充実
 - (2) 消費者安全確保地域協議会設置に向けた働きかけ

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成

- 1 不適正な取引行為等の排除
 - (1) 専門的な人材の活用や継続的な監視体制の構築によるデジタル広告への対応力強化
 - (2) 国や他県、業界団体等との連携
- 2 健全な市場の形成
 - ・事業者団体等の自主的取組の推進への支援

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
 - ・商品安全のための交流型デジタルプラットフォームの運用支援
- 2 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進
 - ・安全な商品のPR・普及

- 3 災害時における消費生活の安心の確保
 - ・災害時における生活物資の供給確保

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

- 1 成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化
 - (1) 教育現場に対する啓発活動の強化
 - (2) 教育プログラムの充実による学校現場への支援強化
 - (3) 幅広い主体に対する消費者教育の実施
- 2 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進
 - (1) デジタル技術を活用したサービスの提供の推進
 - (2) 全ての消費者に行き届く消費者教育の推進
- 3 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進
 - ・エシカル消費推進のための民間企業等と構築するネットワークによる都民の行動変容につながるプロジェクトの展開

政策5 消費者被害の救済

- 1 消費生活トラブルの解決に向けた相談対応
 - (1) 新たなサービス・技術等に対する相談体制の強化
 - (2) 多様な主体への相談体制の充実
- 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あっせん・調停

(1) 被害防止のための注意喚起・情報発信

○「東京くらしWEB」等による「伝わる情報発信」

・ ウェブサイトアクセス数：

令和 5 年度 1,903,863、令和 6 年度 1,792,577

・ 連動して SNS でも拡散

X (旧Twitter) フォロワー数：令和 5 年度 21,304、令和 6 年度 22,632

発信数：令和 5 年度 655 件、令和 6 年度 707 件

・ 行政発信情報へのユニバーサルアクセス対応として、

15 言語の AI 翻訳機能を導入



○社会情勢・話題性を捉えた有用性の高い情報発信

マッチングアプリをきっかけとした消費者被害や、悪質ホストクラブ等での高額な請求等に関するトラブルへの注意喚起

○若者啓発用動画の作成、放映 (SNS、交通広告、街頭ビジョン等)

若者が被害に遭いやすい商法や気を付けるべきキーワードを紹介



○学生向けメルマガの配信

大学・専門学校等、都立高校の全教員等、希望する私立高校に配信

○効果的な情報発信による消費者被害防止啓発

キャンペーン月間を設定 (9 月高齢者、1 月～3 月若者)。

交通広告、ワイドコラボ協定※を活用した郵便局でのリーフレット配架、SNS 等での動画広告など、対象に応じた様々な媒体を活用した広報や、特別相談を実施

※ワイドコラボ協定…企業等と複数の政策分野にまたがる包括的・横断的な連携・協力を行っていくための協定 (政策企画局)



(2) 高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見

- ・見守りネットワーク：令和5年度全区市町村において構築完了
- ・消費者安全確保地域協議会：6区9市で設置済み（令和7年5月末時点）
- ・設置に関する調査（令和6年8月実施）➡【設置予定】2区8市（内2市は令和6年度中に設置）

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・強化

- 区市町村へのアウトリーチ活動や実態調査を踏まえた働きかけ、助言等を通じて
 - ・区市町村における見守りネットワークの充実・強化に向けた支援
 - ・区市町村の消費者安全確保地域協議会設置に向けた支援

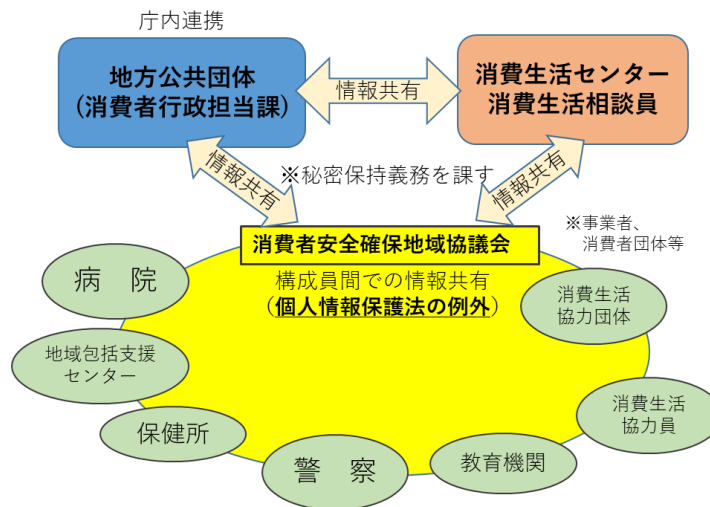
地域の見守り人材の育成

○高齢者家族、ケアマネジャー、民生委員等高齢者を見守る人々を対象とした出前講座の実施（被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応等について）

（令和5年度132回実施・2,688人参加）

（令和6年度139回実施、3,167人参加）

【高齢者の見守りにおける地域の連携イメージ】



民間事業者との連携

○宅配事業者や生活協同組合等と連携し、注意喚起リーフレットを高齢者や高齢者を見守る方に声掛けしながら手渡し（高齢者に身近な事業者が実施することにより、効果的な啓発を実施）（令和5・6年度各16万部）



高齢者のための専用相談・通報受付

○消費生活総合センターに専門相談員を配置

○高齢者からの相談への迅速な対応

「高齢者被害110番」（令和5年度188件、令和6年度286件）

「高齢消費者見守りホットライン」

（令和5年度61件、令和6年度70件）

○高齢者被害の未然防止・拡大防止

高齢者悪質商法被害防止キャンペーンと連携した特別相談（令和5年度110件、令和6年度126件）

高齢消費者見守りホットライン

介護事業者・民生委員など高齢者の身近にいる方からの通報・問い合わせはこちらへ

☎ 03-3235-1334 月曜～土曜 午前9時～午後5時
(祝日・年末年始を除く)



(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（行政処分・指導の実施） (件)

| 年度 内容・件数 | 令和5年度 | 令和6年度 |
|-------------|-------|-------|
| 業務停止命令 | 6 | 8 |
| 指示 | 6 | 11 |
| 業務禁止命令 | 4 | 5 |
| 行政指導 | 77 | 80 |

主な業務停止命令処分（令和6年度）

- ① 「「お宅の屋根がはがれている」などと嘘を告げてリフォーム工事を勧誘する訪問販売事業者2社に、3か月の業務停止命令を実施（9月20日）
- ② 「「しぼりがない」と広告し1年間のしぼりのある定期購入により、美容液・育毛剤を販売していた通信販売事業者3社に対し、3か月の業務停止命令を実施（11月1日）
- ③ 「「ゴキブリの卵がある」などと嘘を告げて害虫駆除・対策の役務提供契約を勧誘する訪問販売事業者2社に、12か月の業務停止命令を実施（令和7年3月27日）

○悪質事業者通報サイトに寄せられた通報の件数 (件)

| 年度 通報種別・件数 | 令和5年度 | 令和6年度 |
|---------------|-------|-------|
| 悪質事業者に関する通報 | 634 | 576 |
| 誇大広告に関する通報 | 211 | 301 |
| 架空請求に関する通報 | 653 | 407 |



【主な通報内容】

- ・ 給湯器の無料点検をするとの電話があり、大手ガス会社からの連絡と思いましたが、無関係の会社が来訪。「給湯器が古いので交換する必要がある。交換しないと危険だ。」と言われ、高額な給湯器交換工事を勧誘された。(悪質事業者)
- ・ 健康食品を摂取することにより痩身効果が得られるかのような表示をしている。(誇大広告)
- ・ メールを用いて、官公庁や電力会社、通信会社等を名乗り、未納料金の支払い催促がきた。(架空請求)



○通報をもとに事業者処分・指導等を行った件数 (令和5年度／令和6年度)

- ・ 悪質事業者に関する通報：法令に基づく行政処分 3件／3件
- ・ 同上：法令に基づく行政指導 22件／16件
- ・ 誇大広告に関する通報：法令に基づく行政指導 11件／18件
- ・ 架空請求に関する通報：条例に基づき事業者名等を公表 31件／30件

(1) 不適正な取引行為等の排除

○不当表示に対する監視等の徹底

- ・ インターネット広告監視（検索テーマとキーワードを設定し、年間16,000件を調査）
- ・ SNS等広告監視（動画広告・SNS広告について、令和5年度100件、令和6年度240件を調査）

- ・ 不当なインターネット広告への対応力を強化するため、弁護士やWEB専門家等による助言員チームを導入（令和5年度）

【情報発信】 知事のメッセージ動画・啓発動画配信等

【専門助言】 デジタル広告監視・事業者調査等や景品表示法に基づく措置命令等に関する助言



東京デジタルCATS
CLEAN ADVERTISING TEAM OF SPECIALISTS

| | 令和5年度 | 令和6年度 |
|----------|-------|-------|
| 措置命令件数 | 2 | 2 |
| 行政指導実施件数 | 259 | 320 |

景品表示法に基づく措置命令の事例（令和7年3月）

ダイエット食品の効果性能について不当表示を行っていたインターネット通信販売事業者

<優良誤認に該当する不当表示>

- ・ 当該商品を摂取するだけで、容易に顕著な腹部の痩身効果を得られるかのように示す表示を行っていたが、表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料が存在しなかった。
- ・ 当該商品について、「米国のダイエット部門で人気第1位に選ばれた」かのように示す表示を行っていたが実際にはそのような事実はなかった。

<ステルスマーケティング告示に該当する不当表示> ※地方自治体で初

- ・ インフルエンサーがInstagramに投稿した当該商品に関する表示について、実際には事業者が依頼した投稿であるにも関わらず、そのことを明らかにせず、自社ウェブサイトに掲載していた。

(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

専門家（弁護士等）による法令・最新の違反事例、業界団体の参考事例等の解説

令和5年11月1日（水）～11月30日（木）WEB配信にて実施

令和6年11月1日（金）～12月26日（木）WEB配信にて実施



| コース | 受講者数 | |
|--------------------------------|--------|--------|
| | 令和5年度 | 令和6年度 |
| 特定商取引法（訪問販売・電話勧誘販売・特定継続的役務提供編） | 2,516名 | 1,400名 |
| 特定商取引法（通信販売編）・東京都消費生活条例 | 2,156名 | 2,518名 |
| 景品表示法・業界団体の参考事例 | 5,147名 | 4,438名 |
| ネット広告総合・医薬品医療機器等法（薬機法）※ | 3,472名 | 2,941名 |

※令和5年度より新設

○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

令和5年度 特定商取引法（電話勧誘販売編）

令和6年度 景品表示法（応用編5）



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

| | 令和5年度 | 令和6年度 |
|-----------------------|---|---|
| 安全性調査 商品テスト | <ul style="list-style-type: none"> ろうそくの安全性に関する調査 カセットこんろの安全性に関する調査 | <ul style="list-style-type: none"> 傘の安全性に関する調査 水たばこの安全性に関する調査 |
| ヒヤリ・ ハット調査 レポート | <ul style="list-style-type: none"> 公園等で使用するスポーツ用品（車輪のあるもの）による子供の危険 | <ul style="list-style-type: none"> キャンプ・バーベキューに使用する製品等による危険 |



「傘の安全性に関する調査」



「水たばこの安全性に関する調査」

○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

| 令和5年度 | 令和6年度 |
|---|---|
| <p>自転車用ヘルメットの着用と安全な使用</p>  | <p>水辺のレジャーにおけるライフジャケットの着用と安全な使用</p>  |

(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

| | 令和5年度 | 令和6年度 |
|------|--------------------------------------|------------------------------------|
| 参加人数 | 参加人数：532人 配信：令和6年2月～3月アクセス数2,908件 | 参加人数：637人 配信：令和7年1月～3月アクセス数693件 |

○キッズデザイン賞の審査料を補助

| | 令和5年度 | 令和6年度 |
|------|-------|-------|
| 補助件数 | 17件 | 21件 |

(1) 成年年齢引下げに対応した消費者教育の強化

高校・中学校等における消費者教育推進

○消費者教育コーディネーターの活動範囲の拡大

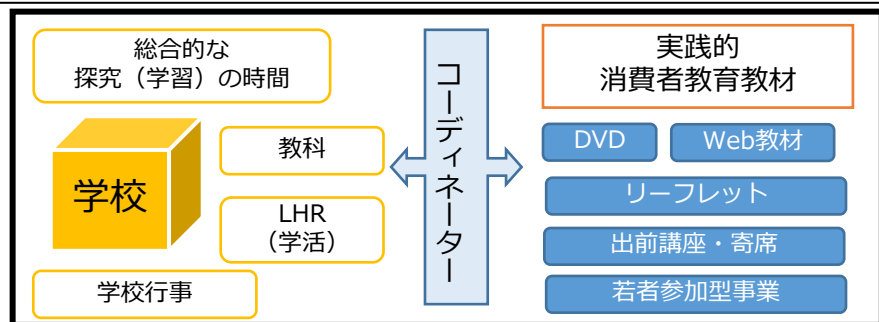
消費生活総合センターの様々な教育コンテンツを活用し、学校の消費者教育をより実践的な内容にするため、コーディネーターが、学校からの要望に合わせた提案を行う。質問・相談にもワンストップで対応。

○消費者教育・啓発ノート、啓発チラシの作成・配布

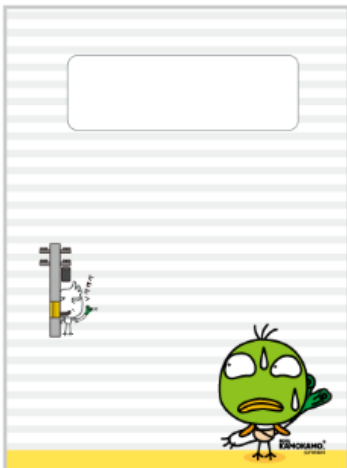
(都内全高校2年生及び保護者向けに配布 令和5・6年度 各120,000部)

○教員講座の実施 (全16講座、延べ受講者数 令和5年度1,072人、令和6年度1096人) 教員向けの情報提供誌「わたしは消費者」の発行 (年4回)

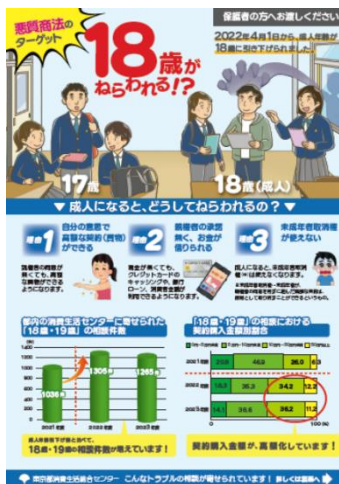
○小・中・高校 (特別支援学校含む) 学生・生徒を対象にした学校向け出前講座 (令和5年度89回 7,908人、令和6年度91回 11,713人)



※コーディネーター：高校担当1名、中学校担当1名を配置



消費者教育・啓発ノート、啓発チラシ



教員向け情報提供誌



学校向け出前講座チラシ

大学等と連携した若者への消費者教育

○大学や専修学校、学生寮等への働きかけ

- ・電話、メール、訪問等により、若者に多い消費者トラブル状況の紹介や大学等における消費者教育の提案等を実施

○消費者教育の実施

- ・出前講座や出前寄席の実施、サイネージでの動画放映、学園祭でのブース出展等



出前講座の様子



キャンパス内サイネージでの動画放映



学園祭でのブース出展の様子

消費者被害防止のための若者参加型事業の実施

○消費者トラブルをテーマに若者からCMシナリオ及び動画を公募（6月～10月）

○最終審査会（11月）（応募総数：令和5年度7,079件、令和6年度7,973件）

○完成したCM動画の公開（2月）

（YouTube総再生数：令和5年度約9.5万回、令和6年度46.5万回）



原作：遠藤 最さん（文教大学付属中学校2年）の作品



原作：野原 唯さん（立教大学3年）の作品



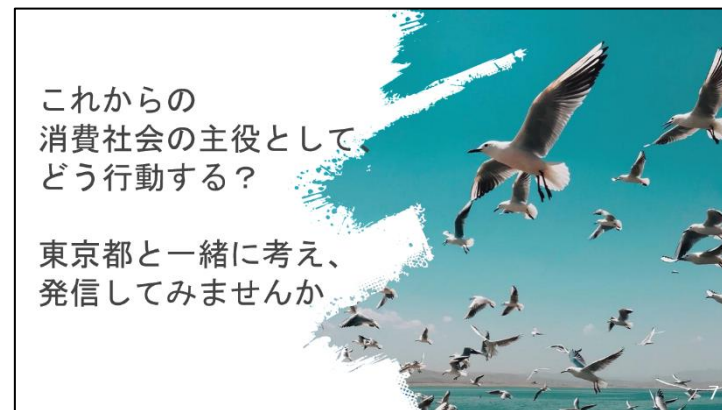
原作：rapisuさん（都立若葉総合高等学校）の作品

○プロモーションの展開、授賞式（2月～3月）



消費生活について考える学生によるミーティング企画の実施

- 成年年齢の引き下げやSNSの普及などによる消費者の姿や行動の変容を受け、次世代の消費社会を担う大学生に「これからの消費社会の主役として、どう行動するか」を考えてもらう企画を実施。



- ① 都内の大学生が3回にわたり集まり、4チームに分かれての議論を行った上で、チームごとに消費者に向けた提言を作成。（令和7年2～3月）
- ② 各チームの提言内容をもとに、広告研究会の学生が都民に向けたポスター4点を作成。本企画に参加した学生達自身による選考により、最優秀作品を決定。（令和7年6月）
- ③ 今後は都立施設へのポスターの掲示やデジタルサイネージへの掲載を行う。（予定）（令和7年7月～）

消費生活について考える学生によるミーティング企画の実施

各チームの提言と、それをもとにして作成したポスター

Aチーム提言

インターネットの情報や事象を正しく理解し、それを適切に判断、運用できる能力を身につける



Bチーム提言

自分たちは、情報社会の中で自分の身を自分で守れるような力を身につけていく必要がある。



Cチーム提言

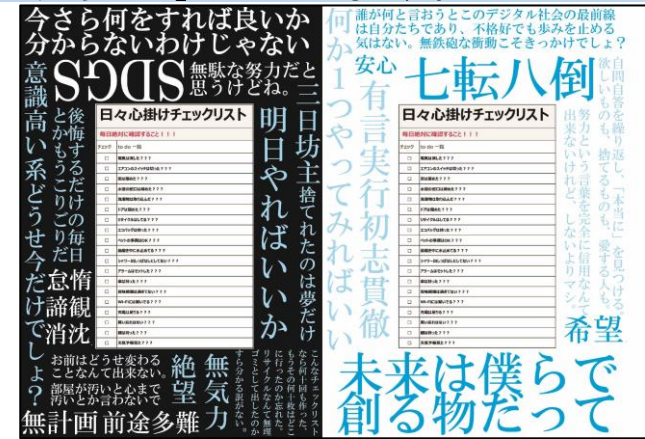
最終確認とスクリーンショットはセットで!



★
最優秀作品

Dチーム提言

私たち消費者は「未来を創る」担い手です。よりよい消費社会を目指し、できることから今求められる「デジタル社会の歩き方」をともに考え、行動することが大切です。



(2) 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進

消費生活講座・出前講座・出前寄席

| | 令和5年度 | | 令和6年度 | |
|----------------|-------|---------|-------|---------|
| | 回数 | 受講者数 | 回数 | 受講者数 |
| 消費生活講座 | | | | |
| 啓発講座 | 21回 | 3,939人 | 26回 | 4,089人 |
| うち大・中規模講座 | 9回 | 749人 | 9回 | 783人 |
| うち実験実習講座 | 11回 | 311人 | 16回 | 344人 |
| うち多様な主体との連携講座 | 1回 | 2,879人 | 1回 | 2,962人 |
| 消費者問題マスター講座 | 26回 | 1,704人 | 26回 | 2,845人 |
| 消費者問題教員講座 | 16回 | 1,072人 | 16回 | 1,096人 |
| 市町村共催講座 | 17回 | 413人 | 23回 | 580人 |
| 多摩消費生活センター主催講座 | 24回 | 3,011人 | 24回 | 4,523人 |
| 合計 | 104回 | 10,139人 | 115回 | 13,133人 |

※アーカイブ配信やオンデマンド配信など講座実施方法の工夫のほか、広報先拡大により受講者増

| | 令和5年度 | | 令和6年度 | |
|------|-------|---------|-------|---------|
| | 回数 | 受講者数 | 回数 | 受講者数 |
| 出前講座 | 222回 | 17,779人 | 248回 | 20,842人 |
| 出前寄席 | 370回 | 15,823人 | 368回 | 19,084人 |
| 計 | 592回 | 33,602人 | 616回 | 39,926人 |

※広報先拡大により、講座回数及び受講者増

消費者団体×事業者団体×行政による
「デジタル広告への対応と消費者力」
参加費 無料
インターネット上には、見分けのつかない偽・誤情報や不正広告が増え、情報の信頼性を確保することが難しくなっています。消費者・事業者・行政がそれぞれの役割を担い、私たちがどう対応していくかを考えます。
2024年12/5(木) 会場:150名
14:00~16:15(開場/13:30) 録音配信:定員なし
東京ウィメンズプラザ ホール
第1部 基調講演
「デジタル空間における偽・誤情報への対応と法規制」
講師 一橋大学法学部教授 生賀 直人 氏
第2部 質問応答 質疑応答
「インターネット広告ってホント?!!」
講師 株式会社デジタルマーケティング・エクスパート 取締役 西野 尚 氏
「JAROインターネット上の広告・表示 適正化への課題」
講師 川島 周 氏
「消費者政策の近況について」
講師 佐藤 俊史 氏
主催:東京消費生活総合センター
共催:公益財団法人東京消費者センター、コンサルタント、朝日新聞
お問い合わせ:03-5422-1111

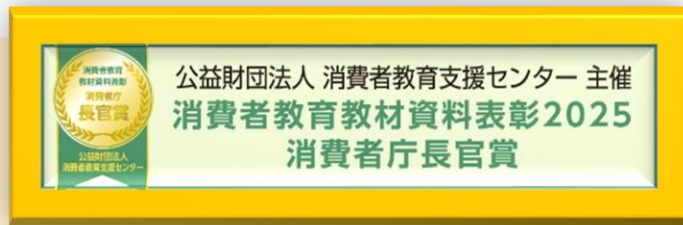
新作4本加わりました
出前寄席
参加費 無料
消費者問題の啓発に
電話、動画、コンテンツを
ご利用ください
東京消費生活総合センター

消費者教育用教材の作成

○WEB版消費者教育読本



(令和5年度作成)
 ちえとまなぶのず〜っと役立つお金の話
 ~キャッシュレス決済に挑戦してみよう!
 (特別支援学校(高等部)・若者向け)



○消費者教育DVD



(令和6年度作成)
 正しく知って、楽しく活用!
 ネット利用の心得
 ~カオナシナナシにご用心~
 (成人・高齢者向け)

(令和5年度作成)
 学んで実践 防ごう! 契約トラブル
 (高齢者向け)



消費者団体との協働

〇くらしフェスタ東京の開催（メインは10月）

| | | 令和5年度 | 令和6年度 |
|--------|------|------------------------|------------------------|
| テーマ | | 「持続可能なやさしい未来へ」 | |
| 交流フェスタ | 開催日 | 10月22日（日） 10月23日（月） | 10月25日（金） 10月26日（土） |
| | 会場 | 新宿駅西口広場 | 新宿駅西口広場 |
| | 来場者数 | 約18,500人 | 約12,500人 |



交流フェスタの様子

計量に関する周知活動と教育の推進

〇親子はかり教室
(7~9月)〇都民計量のひろば
(11月)

政策 4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

(3) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進



「TOKYOエシカル」R6年度の取組状況

パートナー公募

- エシカル消費に係る取組を推進する企業等を通年で公募
- 約270団体が参加 (R7.3現在)



情報発信

- Webサイト・Instagram



- テレビ朝日「東京サイト」で特集 (10/28～11/1)

カンファレンス

- 都、パートナー企業同士の連携強化
- シンポジウム、ネットワーキングを実施

第1回: 6/28
第2回: 11/15



エシカルミーティング

- キャンペーンに向けてパートナーによる発信コンテンツの検討を実施

第1回: 9/6
第2回: 2/27



エシカルキャンペーン

- パートナー企業・団体と連携し、都民にエシカルな行動を一斉・集中的に呼びかける「キャンペーン」を実施 (10月中旬～11月末)



エシカルマルシェ

- 子供から大人まで楽しみながらエシカル消費を体感・体験できるマルシェを開催
- 5月、江東区でSushITechTokyoの連携イベントとして開催
12月、八王子市のケイハチクリスマスマーケットにブース出展



中高生ワークショップ

- 中高生が身近なファッションテーマに、エシカルウェアの制作を通して、エシカル消費について学び、成果を発表 (8月～10月、全7回)



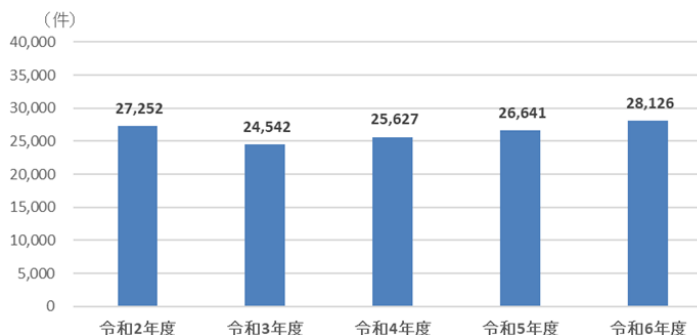
(1) 消費生活トラブルの解決に向けた相談対応

令和6年度消費生活相談の傾向 東京都消費生活総合センター受付分 (速報値)

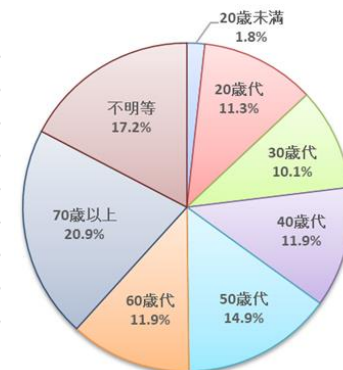
1 令和6年度消費生活相談の傾向

- (1) 都に寄せられた相談件数は**28,126件**
(前年度比5.6%増 令和5年度26,641件)
- (2) 高齢者(60歳以上)の相談件数は**9,235件**
全相談の**32.8%**を占める。
(前年度比14.3%増加 令和5年度8,077件)
- (3) 若者(29歳以下)の相談件数は**3,660件**
全相談の**13.0%**を占める。
(前年度比3.2%増加 令和5年度3,544件)

【相談件数の推移】



【契約者の年代別構成比】



2 主な相談内容

- 相談件数が最も多い商品・役務は、「**商品一般**」。架空請求と思われる不審な電話やメール、ショートメッセージに関する相談が多い。
- 増加率が高い商品・役務
 - ・第4位「**医療**」は、医療脱毛の一部の事業者に破産手続開始等の報道があったことで、解約・返金に関する相談が増加した。
 - ・第6位「**健康食品**」は、定期購入に関するトラブルの相談が大きく増加した。
 - ・第7位「**移動通信サービス**」は、携帯電話(スマートフォン)やモバイルルーターの通信サービスの解約や契約変更トラブルの相談が多い。

* 上記データは、都の受付分のみ。
都全体(都及び区市町村)の受付分は、現時点では未集計。

【商品・役務別上位10位】

| 順位 | 商品・役務分類 | 令和6年度 | 令和5年度 | 対前年度比 |
|----|-------------|-------|-------|--------|
| 1 | 商品一般 | 2,271 | 1,962 | 115.7% |
| 2 | レンタル・リース・貸借 | 2,234 | 1,974 | 113.2% |
| 3 | 役務その他 | 1,972 | 1,655 | 119.2% |
| 4 | 医療 | 1,052 | 809 | 130.0% |
| 5 | 化粧品 | 1,026 | 1,424 | 72.1% |
| 6 | 健康食品 | 905 | 660 | 137.1% |
| 7 | 移動通信サービス | 785 | 601 | 130.6% |
| 8 | 工事・建築・加工 | 784 | 742 | 105.7% |
| 9 | 教室・講座 | 693 | 631 | 109.8% |
| 10 | 他の教養・娯楽 | 691 | 738 | 93.6% |

(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 | | 令和5年度 | 令和6年度(速報値) | |
|---------------|-----------|---------------|------------|---------|
| 相談受付件数 | 都センター受付分 | 26,641 | 28,126 | |
| | 契約当事者 | 高齢者(60歳以上) | 8,077 | 9,235 |
| | | (全相談件数に占める割合) | (30.3%) | (32.8%) |
| | 若者(29歳以下) | 3,544 | 3,660 | |
| (全相談件数に占める割合) | | (13.3%) | (13.0%) | |

○多様な主体への相談体制の充実

- ・チャットボットサービスの活用<若者等への対応強化>
- ・消費生活相談カウンセラー制度の活用<心のケアが必要な相談者等への対応力向上>
- ・外国語通訳サービスの対応可能言語の拡充(令和5年度より2カ国語追加)
(英語・中国語・韓国語・タガログ語・ベトナム語)



○相談受付状況にもとづく注意喚起

- ・トラブルの多い商品分野・販売方法等についてテーマ分析を行い、ホームページで公表
- ・消費者被害の急増が懸念される場合「消費者注意情報」等を発信(令和5年度18件、令和6年度13件)
- ・事故や不具合等に関する相談について、事故原因の究明テストや技術情報の提供

○区市町村相談窓口の支援

- ・情報連絡会の開催(毎月)、「相談実務メモ」の随時発信
- ・消費生活相談支援サイトの運営(令和6年度末現在、50区市町で利用)

(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

| 区分 | 令和5年度 | 令和6年度 |
|------|-------|-------|
| 付託件数 | 2件 | 2件 |
| 報告件数 | 2件 | 2件 |