

# 平成29年度 東京都消費生活基本計画の具体的施策の状況

資料 4

## <東京都消費生活基本計画の基本的考え方>

- 都の消費生活に関連する施策・事業を「消費者の視点」に立って、計画的、総合的に推進していくための基本方針
- 計画期間は、平成25年度から29年度までの5年間
- 都は毎年度当初に、各施策・事業について、東京都消費生活対策審議会に実績報告、審議会での意見を施策・事業に反映

## 【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

番号	施策名	主な取組状況(平成29年度)	取組による成果	参考資料 ①ページ
2-1-1	悪質事業者に対する取締りの徹底	<ul style="list-style-type: none"> <li>・立入指導を含む立入調査(16件)、行政処分等(11件)、事業者名含む情報提供(2件)を実施。</li> <li>・悪質業者や新たな手口などの情報を受ける「悪質事業者通報サイト」へ都民から286件の通報を受理</li> <li>・事業者向けコンプライアンス講習会(集合型)を平成29年10月末から11月上旬に開催、新たに出前型講習会事業を試行実施</li> <li>・事業者向け学習コンテンツに新コースを増設</li> </ul>	悪質事業者に対し、案件に応じた的確に処分したことにより、効果的な被害の拡大防止と消費者への周知につなげた。	35
2-1-2	五都県及び関係機関との連携(取締りの徹底)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・五都県悪質事業者対策会議を(1回)、担当者会議(6回)により他県と連携し、特定商取引法に基づき、合同立入調査(3件)、合同指導(19件)実施</li> <li>・消費者庁との連携により、合同調査(2件)、都民に対し事業者名を含む情報提供(2件)の実施</li> </ul>	5都県で情報を共有し、合同指導等を実施することにより、悪質事業者の広域的な取り締まりを実施し、消費者被害の減少につなげた。	36
2-1-3 (5-5-1)	法制度上の問題点の改善に係る国への働きかけ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・下記の内容について国に提案要求 行政処分の根拠となる証言を行った消費者を支援する仕組みを創設すること。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成28年6月改正特定商取引法が公布され、指定権利制の見直しにより、訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売における規制対象の拡大、業務停止を命ぜられた法人の取締役等に対して新たな法人の設立・継続行務の禁止等が盛り込まれた。</li> <li>・平成28年10月改正割賦販売法が公布され、決済代行業者等の登録制度導入、加盟店への指導・調査の義務付け等が盛り込まれた。</li> </ul>	37
2-2-2	不当表示に対する監視等の徹底	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「打消し表示」について重点調査を実施 調査対象件数82件(47事業者)うち指導件数82件(47事業者)</li> <li>・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(28年度の調査結果を公表:不当表示357件に改善指導)</li> <li>・景品表示法による事業者への措置命令(1件)</li> </ul>	事業者に対する継続的な監視と指導等を行い、その結果を分析し適宜公表している。消費者への情報提供や注意喚起が適切に行われることで表示の適正化が推進されるとともに消費者被害の防止に寄与した。	39

番号	施策名	主な取組状況(平成29年度)	取組による成果	参考資料 ①ページ
2-2-4	事業者のコンプライアンス意識の醸成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事業者の法令遵守意識を高めるためのコンプライアンス講習会を開催(計3回)</li> <li>・講習会の受講者に対しては、「事業者向け景品表示法ガイドブック」及び「事業者向け特定商取引法ガイドブック」や訪問販売等の事業者の法令遵守の取組状況についてまとめた「景品表示法及び特定商取引法のコンプライアンス事例集」、「景品表示法及び特定商取引法のコンプライアンス取組のススメ編」を配布</li> <li>・ホームページ上の事業者向け学習コンテンツ「クイズで学ぶ法令遵守」に、特定商取引法、景品表示法のコースをそれぞれ増設</li> <li>・従来の講習会に加え、事業者団体のニーズに応じてプログラムをカスタマイズする出前型の講習会事業を試行実施</li> </ul>	事業者の法令遵守意識が高まることにより、悪質な販売や不当な広告の抑制が図られた。	41

## 【重点施策2】 ライフステージに応じた消費者教育の推進

番号	施策名	主な取組状況(平成29年度)	取組による成果	参考資料 ①ページ
4-2-1	体系的な消費者教育の推進	東京都消費者教育推進計画及び東京都消費者教育推進アクションプログラムに基づき、事業者・事業者団体等の多様な主体との連携強化に取組むとともに、「若者」と「高齢者」の消費者被害防止のための消費者教育を重点的に実施した。	消費者教育を推進するため、大学や事業者等を訪問し消費者教育の重要性を説明し理解いただくなどの地道な取組と様々な事業実施によって消費者教育への関心・必要性への理解が高まり、消費者教育に取組む大学や事業者等の増加に寄与することができた。	84
4-2-2	消費者教育アクションプログラム(仮称)の策定	・東京都消費者教育推進協議会の意見を聴取し、アクションプログラム(平成29年度版)を策定した。(平成29年2月)	アクションプログラムを踏まえ、消費者教育推進のための具体的な事業を実施したことで、都内における消費者教育推進の機運醸成につなげることができている。	85
4-2-3	東京都消費者教育推進地域協議会(仮称)の設置	東京都消費者教育推進協議会(平成29年度は東京都消費生活対策審議会と合同開催)において、平成30年度からの5年間を計画期間とする「東京都消費生活基本計画」の策定に向け意見聴取をした。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・改定基本計画には、時代に即した施策(成年年齢引下げを見据えた若年層への消費者教育の充実、エンカル消費の理解促進等)を盛り込んでいる。</li> <li>・協議会の意見聴取により毎年度アクションプログラムを更新し、消費者教育推進の機運醸成につなげることができている。</li> </ul>	86
4-2-7 (5-4-1)	区市町村の消費者教育推進の支援	<p>平成25年度から平成27年度までの3か年の間に実施された事業成果を活かし、区市町村に対する助言や情報提供を実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・区市が実施するイベント等において、啓発グッズの提供や若者向け悪質商法被害防止キャンペーンキャラクター着ぐるみの貸出、イベント集客のための広報協力を実施</li> <li>・多摩地域における市町村支援 市町村との共催講座開催実績:24回(21市1町2ブロック)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各区市町村の特性を活かした消費者教育事例の普及を図ることにより、都内全域の消費者教育の水準向上につなげることができた。</li> <li>・キャラクターの親しみやすさを活かし、都内のあらゆる地域で悪質商法被害の防止を呼びかけることで、関心の薄い層を含め幅広く啓発を行うことができた。</li> <li>・多摩地域の市町村との共催講座において、テーマの設定や講師の選定などに関してタイムリーな情報提供を行うことができた。</li> </ul>	89

【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

番号	施策名	主な取組状況(平成29年度)	取組による成果	参考資料 ①ページ
1-1-7 (3-1-2)	リコール製品の情報提供の促進	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	あらゆる広報媒体を活用して、リコール製品に関する積極的な注意喚起を実施し、危害の未然・拡大防止に役立てることができた。	7
1-1-11 (4-1-4)	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・東京都商品等安全対策協議会子供のベランダからの転落防止への取組の提言を受け、関係機関等と連携してリーフレットを10万部作成、都内の保育所、保健所、小児科等で配布することで注意喚起を実施</li> <li>・子供の事故防止に関する総合的な啓発誌「Safe Kidsー子供を事故から守るためにー」を作成し、都内の保育園、幼稚園等に配布、ホームページ掲載</li> <li>・子供や家族連れが集まるイベント等で、子供の生活事故防止に関する講演、家の中や子供服の危険に関する模型・パネル等の展示実施</li> <li>・区市町村が実施する消費生活展での模型・パネル等の展示実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品等安全対策協議会の提言を受けた取組がきっかけとなり、消費者による安全性の高い商品の選択に繋げることができた。</li> <li>・総合的な啓発誌に関しては、都内の保育所、幼稚園、保健所などから、追加配布の依頼が相次ぎ、多くの保護者に注意喚起ができた。</li> <li>・展示等の実施により、子供の身の回りの危険について、保護者や子供に視覚的にわかりやすく伝え、理解を深めてもらうとともに、たまたまイベントに来ていた方など、日頃、子供の安全についてそれほど関心を持っていない方にも効果的に普及啓発することができた。</li> </ul>	11
1-1-12	消費者被害防止啓発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者悪質商法被害防止キャンペーンの実施(啓発用ポスター、リーフレット配布、介護事業者等への啓発用ステッカーの配布、交通広告の実施等)</li> <li>・若者向け悪質商法被害防止キャンペーンの実施(啓発用ポスター、リーフレットの配布、交通広告の実施、啓発用グッズの配布、啓発動画の作成・配信、SNS等による動画広告の実施、着ぐるみを活用した広報啓発活動、自動車学校での動画放映、悪質商法をテーマに若手芸人が作った漫才・コントを公開イベントで披露・ネット動画で公開等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者悪質商法被害防止キャンペーンでは、本人への注意喚起に加えて、高齢者の周囲を見守る介護事業者等への啓発を重視したキャンペーンを実施することができた。</li> <li>・若者向けキャンペーンにおいては、若者全般に対して啓発事業を複合的に実施するとともに、社会に出る前の世代(大学生等)に対する様々な機会を捉えた啓発事業を実施することで、啓発効果を高めることができた。</li> </ul>	12
4-1-1	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・レスポンスデザインの特徴を生かし、スマートフォンでもパソコンでも「見やすい」「使いやすい」情報発信の実施</li> <li>・ホームページ「東京くらしWEB」アクセス件数 約103万件(平成29年度)</li> <li>・ツイッター「東京都消費生活行政ツイッター」フォロワー数 15,680人(平成30年3月30日現在)</li> </ul>	都民が「困ったときに頼りになる」「知りたいときにわかりやすく学べる」よう、「東京くらしWEB」等の情報発信ツールを活用して、最新の消費生活情報を随時発信することで、都民の消費生活の安全・安心の確保に繋がった。	74

【重点施策4】 東京都消費生活総合センターの機能の充実

番号	施策名	主な取組状況(平成29年度)	取組による成果	参考資料 ①ページ
1-2-4 (5-2-7) (5-4-2)	消費者被害救済の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者被害救済委員会で前年度からの継続案件3件、新規付託案件4件の合計7件を処理</li> </ul>	取組により消費者個別の救済ができたことはもとより、同種事例・相談における解決の指針を提示することができ、今後の同種の被害の未然防止・拡大防止に資した。	29
1-2-6	消費生活相談体制の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>・11の専門分野グループによる効率的・効果的な相談処理等を実施 平成29年度相談受付件数:27,857件&lt;速報値&gt;(前年度比約4.4%減)</li> <li>・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</li> <li>・複雑高度な案件への対応を強化するため、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</li> <li>・民間ADR機関と情報交換会等を実施(8回)</li> <li>・聴覚障害者を対象としたタブレット端末を利用した手話通訳を介する消費生活相談を実施</li> <li>・心のケアが必要な相談者への対応強化等を図るため、消費生活相談カウンセラー(精神保健福祉士)を相談処理に活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・相談内容が高度・複雑化した中で、高度専門研修の実施により相談対応能力向上に努めているほか、アドバイザーの活用、区市町村への情報提供、ICTを活用した手話通訳や消費生活相談カウンセラーを設置するなど、相談体制の充実を図ることで、区市町村とともに消費者の被害救済・未然防止に努めることができた。</li> </ul>	30
1-2-7 (5-4-4)	区市町村相談窓口の支援強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・消費生活相談アドバイザーの活用(アドバイザー会議、相談コーナー等延べ121回)</li> <li>・消費生活相談アドバイザー及び相談員の派遣(多摩市町村支援 1回)</li> <li>・消費生活相談カウンセラーの活用(カウンセリングコーナー、研修、出張カウンセリング等 延べ58回)</li> <li>・区市町村消費者行政担当職員等との情報連絡会の開催 24回</li> <li>・「相談実務メモ」の発行 241件</li> <li>・区市町村からの相談処理に関する照会・回答 286件</li> <li>・「今月の消費者相談」の発行、専門分野別グループ報告等(冊子配布)</li> <li>・消費生活相談支援サイトの運用 44区市町で利用</li> <li>・消費生活相談担当職員研修の実施 6回</li> </ul>	区市町村で対応する困難な相談案件の処理等に関し、消費生活相談アドバイザーの助言、「相談実務メモ」や消費生活相談支援サイトによる最新情報の提供、問合せへの回答等により積極的に支援している。また、多摩地区のブロック毎の相談員研修等に消費生活相談アドバイザーや相談員を派遣し助言等を行うほか、消費生活相談カウンセラーを設置し助言を得る機会を確保するなど、相談業務の支援強化に努めることができた。	31
4-2-6 (5-3-1)	多様な主体との連携による消費者教育の展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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、都民向け講座の実施、啓発キャンペーンの実施)</li> <li>・従業員向け消費者教育の取組を行っている団体等の事例をホームページ等に掲載し紹介</li> <li>・大学との連携に向けた調整、事業実施(ゼミ単位での出前講座の実施、新入生向けガイダンス、学内イベント等での出前講座、出前寄席の実施)</li> <li>・警視庁との連携(啓発キャンペーンの実施)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・多様な主体と連携して事業を実施することで、テーマや課題に対する様々な立場の見解や取組を知る機会を提供し、都民自らが消費者として適切な行動がとれるよう働きかけることができた。</li> <li>・多様な主体と連携して啓発キャンペーンを行うことで、メディア等を含め都民の関心をより引き付けることが可能となり、啓発効果を高めることができた。</li> </ul>	88