

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	平成28年度	平成29年度
行政処分等	16	11	14	11	11
行政指導	81	104	101	98	100
立入調査	37	29	32	24	16

・「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	平成28年度	平成29年度
146	342	287	325	286

○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	平成28年度	平成29年度
合同指導	15	12	16	17	19
同時行政処分	4	2	2	0	3

○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	平成28年度
499	443	398	357

・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
平成28年度	・スポーツ・健康教室に関する広告表示調査
平成29年度	・打消し表示(強調表示に対し※などで適用条件、例外等を注記する表示)

○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増設

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、悪質・巧妙な手口が次々と現れている。
 ・平成29年から振り込め詐欺等の特殊詐欺の被害が急増している。

○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策が求められる。

○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する地域の見守り体制の構築

・地域の関係機関や団体、事業者等が連携して、高齢者の消費者被害の防止に向けた取組を行う地域の見守り体制(見守りネットワーク)の構築を進める必要がある。
 ・2024年度までに全区市町村での構築を「2020年に向けた実行プラン」でも目標値として掲げている。

行政(国・都など)の動き

<国の動き>

○特定商取引法改正(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29年12月施行
 ○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28年4月施行
 ○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

新計画において取り組む事項

○不適正な取引行為等の排除

・特定商取引法や東京都消費生活条例を駆使し、不適正な取引行為を行う事業者の取締りの強化・更なる取締りの徹底を行っていく。
 ・不適正な取引行為や不当表示情報を幅広く、迅速に収集するための仕組みの構築を図っていく。

○事業者によるコンプライアンス向上のための取組の支援

・事業者が不適正な取引の防止や法令を遵守した事業活動に取り組んでいけるよう、業界団体や事業者団体とも連携し、事業者のニーズに応じて機動的に意識啓発を図る仕組みを構築していく。

○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していく。

重点施策2 ライフステージに応じた消費者教育の推進

主な具体的施策の成果

○東京都消費者教育推進協議会の設置等

消費者教育推進法の施行を受け、東京都消費者教育推進協議会を設置、消費者教育推進計画策定などの取組実施。平成27年4月、東京都消費生活条例改正により消費者の消費者教育への参画、消費者団体等の役割を明確化。

○WEB広報の充実

「東京くらしWEB」での情報提供、SNSによる効果的な情報発信を実施

○媒体の充実

消費者教育DVDの制作、総合情報誌「東京くらしネット」の発行、学校の授業や家庭での学習でも活用することを想定したWEB版消費者教育読本の作成などにより消費者教育を推進

○消費者教育講座の実施

「啓発講座」、「消費者問題マスター講座」、「消費者問題教員講座」など各種消費者教育講座を実施

○出前講座・出前寄席の実施

東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を養成し、学校等へ派遣する出前講座、大学の落語研究会やボランティアがわかりやすく消費者被害の未然防止に役立つ情報を伝える出前寄席を実施

○区市町村が行う消費者教育に対する支援

・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、取組実施

<消費者教育モデル事業実績>平成28年度事業終了

平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度
8区市	8区市	5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	平成28年度	平成29年度
17	18	19	22	24

○区市町村における消費者教育の推進体制の整備に向けた支援

区市町村における消費者教育推進地域協議会等の設置に向けた情報提供や助言等の支援を実施

○消費者団体の消費者教育への支援

・消費者教育や啓発事業に取り組んでいる消費者団体等に各種情報や活動場所の提供等の支援を実施
・協働学習会の開催

現状・課題

○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)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である。

国の消費者教育推進会議による「消費者教育の推進に関する基本的な方針」では、「消費生活センター等における消費者教育の推進・拠点化」が示されており、消費者教育の拠点として、引き続き消費生活総合センターを中心に消費者教育の取組を進めていく必要がある。

○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たが、平成30年度末現在で、5区市(千代田区、新宿区、江東区、葛飾区、八王子市)にとどまっている。

○持続可能な消費

・基本計画では、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、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。

・平成28年1月に「持続可能な開発目標(SDGs)」が発効され、この目標は世界が持続可能な発展を続けていくための指針であり、都の消費生活行政においても、消費者一人ひとりの消費行動の観点から留意する必要がある。

行政(国・都など)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)」を平成27年9月採択、平成28年1月発効
○国際標準化機構において、ISO20400:持続可能な調達第3次原案が可決 平成28年2月

<国の動き>

○「消費者教育の推進に関する基本的な方針」平成30年3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)し、取りまとめを公表 平成29年4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確化)平成27年4月施行

新計画において取り組む事項

○消費者教育の総合的な推進

・東京都消費者教育推進協議会での意見を踏まえて、ライフステージに応じた体系的な消費者教育を推進していく。消費生活相談センターは、都における消費者教育の拠点として、講座の開催、担い手の育成、区市町村支援等に取り組んでいく。
・学校における消費者教育の推進や民法の成年年齢引下げを見据えた消費者教育の充実を図っていく。

○区市町村における消費者教育に対する支援

・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や消費者教育推進計画の策定等、消費者教育の推進体制整備に向けた支援を行っていく。

○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推進法では、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。新たな取組として「人や社会、環境に配慮した消費行動」であるエシカル消費の理念を普及していく等、理解促進を図っていく。

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

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

○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
- ・都が国や業界団体とともに取組を進めた結果、抱っこひもに関するSG基準(消費生活用製品の安全基準)の改正等、法令や基準等の改善につながった。

○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が、必要とする情報が必ずしも確実に届けていない。
- ・若者、高齢者や外国人など対象となる消費者に、必要な情報を入手しやすい媒体によりの確に情報発信していくことが必要である。
- ・消費生活行政に関心が低い人や消費生活の知識が不足している人への情報発信を工夫することが必要である。

○安全・安心な商品の普及

- ・商品等の安全対策として、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、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や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ことから、引き続きあらゆる機会をとらえて情報提供を行っていく必要がある。

行政(国・都など)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

新計画において取り組む事項

○消費者への確実な情報提供

- ・消費者被害や商品事故等の未然防止に向けた注意喚起やアドバイス、消費生活相談FAQ、動画などを充実し、消費生活情報をタイムリーかつわかりやすく提供していく。
- ・対象となる消費者に応じて、広報媒体の選択や発信のタイミング、情報伝達手法などを工夫し、効果的な情報発信を実施する。
- ・SNS等の積極的活用による発信の強化

○安全・安心な商品の普及

- ・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

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	平成28年度	平成29年度
34,673	33,692	32,732	29,148	27,857

- ・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
- ・複雑化・高度化する相談への対応強化を図るため、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

○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	平成28年度	平成29年度
継続案件	3	5	2	1	3
新規付託案件	7	5	4	6	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	平成28年度	平成29年度
139	156	130	128	121

・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	平成28年度	平成29年度
1,657	1,623	1,696	1,700	1,706

- ・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	平成28年度	平成29年度
「相談実務メモ」発行	124	155	164	223	241
相談処理に関する照会対応	445	586	428	363	286

・消費生活相談支援サイトの運用(44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、複雑化・高度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。

行政(国・都など)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28年4月施行
- 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

新計画において取り組む事項

○消費生活トラブルの解決に向けた相談対応

- ・外国語(英・中・韓)の三者間通話による電話相談や、聴覚障害者向けに電子メールによる相談を開始するなど消費生活相談の利用促進を図る。

○区市町村の消費生活相談窓口の支援

- ・消費生活相談アドバイザーや消費生活相談カウンセラーなどの専門家制度を活用した支援、区市町村からの相談処理に係る照会に対する助言等を行う。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窓口の充実に向けた支援を実施していく。

○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促進を図る。