

平成30年度 東京都消費生活基本計画における取組予定

<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
「東京都消費生活基本計画」と「東京都消費者教育推進計画」の2つの計画を、都における消費生活に関する総合的・基本的計画として一体的に改定
- 計画期間は、平成30年度から34年度までの5年間
- 各施策を進めるに当たって留意すべき事項を、計画全体を貫く「視点」とし、計画の5つの「政策の柱」を新たに設定
- 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

【政策1】 消費者被害の未然防止と拡大防止

☆:前計画以降の新たな取組を含む施策

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
1-1-1 ☆	ホームページ「東京暮らしWEB」等による消費生活情報の総合的な提供	暮らしに関わる情報サイト「東京暮らしWEB」で、消費者被害情報・危害危険情報等による注意喚起やアドバイス、困ったときに頼りになる相談FAQ、楽しく学べる動画やクイズ形式の教材などにより、総合的な消費生活関連情報を提供する。これらの情報は、SNS(消費生活行政ツイッター、フェイスブック)等を活用し、効果的に発信する。また、新たに消費生活トラブルに関する情報(相談FAQ)を外国語(英・中・韓)で提供することで、外国語による情報提供の充実を図る。	<ul style="list-style-type: none"> ・コンテンツ管理システム(CMS)を利用して、「東京暮らしWEB」で迅速かつ効果的に情報を発信するとともにSNS(消費生活行政ツイッター、フェイスブック)と連動させ、より多くの消費者の手元に情報を届ける。 ・今後増加が予想される中長期的に滞在する外国人に向け、外国語(英・中・韓)による消費生活トラブル等に係る情報提供の充実を図る。 	1
1-1-2 ☆	対象や連携先の異なる多様な消費者被害防止啓発	<p>消費者被害が深刻な高齢者と若者に啓発対象を絞ったキャンペーンや、事業者団体・関係機関等の多様な主体と連携したキャンペーンなど、様々な啓発活動を実施する。</p> <p>また、啓発活動の実施に当たっては、都の広報媒体やポスター、交通広告、SNS等の各種広報メディアを活用し広く周知を図るとともに、お笑い芸人、著名人を活用した動画による注意喚起など、啓発対象の関心を引く新たな手法を積極的に活用しながら効果的な事業展開を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者悪質商法被害防止キャンペーンを実施(9月:関東甲信越ブロック共同キャンペーン) ・若者向け悪質商法被害防止キャンペーンを実施(1~3月:関東甲信越ブロック共同キャンペーン) ・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等で披露するとともに、ネット動画で公開 ・事業者団体・関係機関等と連携した啓発キャンペーンを実施 	1

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
1-1-8	ヒヤリ・ハット調査を基礎とした潜在危険の情報提供	平成26年に公表された国民生活センター実施の国民生活動向調査によると、購入した商品や利用したサービスについて不満を感じたことがある、又は経済的・身体的な被害を受けたことがあると答えた人のうち、消費生活センターなど行政の相談窓口にご相談したのは2.8%となっている。危害・危険情報は顕在化しにくく、身近に潜む危険を知らせるヒヤリ・ハット情報は、家庭や社会の片隅に埋没してしまっている。 商品による身近な危害を未然に防止するためには、埋没しているヒヤリ・ハット情報の掘り起こしによる、危害・危険情報の把握が不可欠である。そのため、ヒヤリ・ハット情報を含めた事故情報を、インターネットアンケート調査により収集・分析し、必要に応じて商品テスト等の調査を実施し、都民に情報を提供していく。	<ul style="list-style-type: none"> インターネット調査結果を踏まえ、ヒヤリ・ハットレポート等を作成・配布し、都民への注意喚起に取り組むとともに、関係機関及び事業者へ調査結果を情報提供し、被害の未然・拡大防止を図る。 必要に応じて商品テストや安全性に係る調査のテーマとして取り上げ、調査・分析を行い、商品事故等の危害・危険防止対策につなげる。 平成30年度ヒヤリ・ハットレポート「乳幼児における寝ている時の危険」作成予定 	2
1-1-9	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発	次代を担う子供の安全対策のため、商品・サービスに関する危害・危険について、子供が集まる各種イベントのほか、社会科見学や家族連れのお客の多い東京消防庁防災館において、日常における事故をわかりやすく伝達するなど普及啓発を実施するとともに、特定の商品等について問題が生じた場合に幼稚園や保育所を通して一人一人の保護者にチラシを配布したり、ネットへ情報を掲載するなど、必要な情報を必要としている消費者に届ける。	<ul style="list-style-type: none"> 東京消防庁防災館との連携(5月)や、子育て世代が集まるイベント等への出展(8月、9月、1月)を行うとともに、区市町村と連携し、消費生活展等での模型・パネル等の展示実施。 ネット世代へ情報提供する手段として、事故事例と事故防止メッセージを加えた動画を作成し、YouTubeや東京くらしWEBへ掲載したり、商品等安全協議会の提言に基づいて作成したリーフレットを配布する等、普及啓発の取組の継続実施。 	2
1-1-11 ☆	リコール製品や長期使用製品による事故の防止	リコール製品に起因する事故の防止のため、東京くらしWEBから消費者庁リコール情報サイトへのリンクを構築するとともに、必要な場合には積極的な注意喚起を行う。 また、長期使用製品に関する事故も後を絶たない状況にあることから、長期使用製品安全点検・表示制度の周知など、長期使用製品による事故を防止するための注意喚起を適切に行う。	<ul style="list-style-type: none"> 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 東京くらしWEBの危害・危険情報において、リコール製品に起因した事故等が発生した場合等をとらえ、リコール製品の所有状況の確認等について発信 東京くらしねっとや東京くらしWEBの危害・危険情報などを活用し、長期使用製品安全点検・表示制度について周知 	2
1-1-14	消費生活基本調査	消費生活行政を効果的に展開するため、基本調査を実施し、消費者を取り巻く動向や被害の実態を的確に把握する。その結果は、被害の未然防止に向けた効果的な情報発信の在り方など、施策展開の基礎資料として活用する。	消費者の消費生活における意識や行動、行政に対するニーズなど、今後の施策展開の検討に係る基礎資料となる有用な調査を実施。	3

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
1-1-15	相談情報を活用した情報発信	国民生活センターのデータベース「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」に、消費生活総合センター及び都内の消費生活センター等に寄せられた相談情報を蓄積し、相談処理に活用している。 PIO-NETに蓄積された相談情報や分析結果を都民への注意喚起等に活用することで、消費者被害の未然防止・拡大防止を図っている。	<ul style="list-style-type: none"> 都全域の相談情報を分析した「消費生活相談年報」を作成し、都民や関係行政機関等への情報提供を図る。 ホームページ「東京くらしWEB」での消費者注意情報の発信や消費者教育教材への相談事例の掲載などにより、都民への注意喚起を図る。 	3
1-1-16	地方消費生活行政の充実・強化	地方消費生活行政を充実・強化して積極的な取組を実施するためには、国による財政支援が重要であり、これまで充実させてきた区市町村の事業を継続して実施できるよう、今後ともこれまでと同等以上の財政支援を行うとともに、必要な財源を継続的・安定的に確保することについて国に要請する。	<ul style="list-style-type: none"> 「平成31年度国の施策及び予算に対する提案要求」において、地方消費生活行政推進のために、平成29年度までと同等以上の財政支援を行うとともに、必要な財源を継続的・安定的に確保することについて提案要求を実施 	3
1-2-1 ☆	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	高齢者の消費者被害防止のため、地域で高齢者を見守るネットワークが構築され、有効に機能するよう、高齢者見守り人材等育成支援や、区市町村が取組状況の自己評価や課題を把握できる取組を行うほか、高齢者福祉部門等と連携しながら、ネットワーク内で有効な見守りを広げるための区市町村への支援等を行う。	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者見守り人材向け出前講座の実施に加えて、高齢者の見守り体制の充実を目指す区市町村に対して、見守り関係者と消費生活センターとの連絡・通報手段の明確化や継続的な情報提供などきめ細かな支援を行うモデル事業を実施する。 区市町村が自らの見守りネットワークの現状と課題を把握できるよう、「取組状況チェックシート」を作成し、集計結果をフィードバックすることで取組の促進を図る。 	3
1-2-2	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高齢者支援グループを設けて専門相談員を配置するとともに、高齢者本人や家族からの相談を受け付ける専用電話「高齢者被害110番」、ケアマネジャー・ホームヘルパー・民生委員など高齢者の周囲の人たちから高齢者被害の通報を受け付ける専用電話「高齢消費者見守りホットライン」を設けて高齢者被害の相談に迅速に対応する。 また、例年9月に実施される「高齢者悪質商法被害防止キャンペーン」と連携して「高齢者被害特別相談」を実施するなど、高齢者被害の未然防止・拡大防止を図る。	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者支援グループによる高齢者相談の受付 高齢消費者見守りホットラインによる高齢者被害の通報受付 高齢者悪質商法被害防止キャンペーンと連携して「高齢者被害特別相談」を実施 	3
1-2-3	高齢者等の消費者被害を防止するための見守り人材の育成	高齢者が地域の中で安心して暮らしていくためには、社会全体での見守りが重要である。そのため、高齢者の身近にいるケアマネジャー、ホームヘルパーなどの介護事業者、民生委員・児童委員、地域の高齢者見守りネットワークの関係者など、高齢者を見守る人々を対象に、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応などについて出前講座を実施する。	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者を見守る人々を対象に、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応などについて「高齢者見守り人材向け出前講座」を実施。 	3

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
1-2-4 ☆	民間事業者と連携した高齢者の消費者被害の防止	宅配業務等で都民宅を訪問する事業者と協定を締結し、事業者が高齢者宅等を訪問する際、悪質商法被害に関する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かけしながら直接手渡しすることで、効果的に高齢者の消費者被害防止を図る。	・宅配事業者等と連携し、高齢者世帯等に悪質商法被害に関するリーフレットを届け、注意喚起を実施。	3
1-2-5 ☆	高齢者に多い消費者被害を減らすための対策の検討	高齢者の被害は、他の年代に比べて、在宅時に被害に遭いやすい傾向があることから、訪問販売や電話勧誘販売等における消費者被害を減らすため、関係法令の規定遵守の徹底を改めて事業者に対し呼び掛けるほか、高齢者や高齢者を見守る人々に対しても勧誘に当たり事業者が遵守すべきルール周知を行い、意にそぐわない勧誘をより断りやすい環境に整えるなど、消費者の意思を尊重した営業活動が行われるための取組を検討する。	・事業者及び事業者団体に対し、コンプライアンス講習会開催時等の機会も利用して、現行の消費生活条例で規制されている「不当勧誘行為」等の禁止事項等について記載したチラシ等を配布することにより、法令を遵守した営業活動の徹底を呼びかける。 ・消費者が意にそぐわない勧誘をより断りやすい環境づくりに向け、高齢者や家族等の高齢者の見守りをしている人に対して、広報紙への掲載等により条例の規制内容等を周知する。	4

【政策2】 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
2-1-1 ☆	悪質事業者に対する取締りの徹底	<p>特定商取引法、消費者安全法及び東京都消費生活条例に基づき、不適正な取引行為を行う事業者について調査し、厳格な指導・処分等を行う。</p> <p>近年は意図的に法逃れを行う事業者が増えているため、早期に不適正な芽を発見し、より精度の高い法令適用を行うため、新たに情報管理班(仮称)を設置し、迅速な端緒情報の収集、多角的な情報分析を行い、不適正な取引行為等の取締りを強化する。</p> <p>また、広域的な事案については、国や五都県(東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県・静岡県)等で連携して指導・処分を行うとともに、法令を運用する現場の視点から、時機を逃さず、国への法令改正等の働きかけを行う。</p> <p>法のすき間事案等については、消費者安全法の受任による財産被害に係る報告徴収・立入調査権限を機動的に行使するなど、積極的な対応を図る。</p>	<p>・特定商取引法、消費者安全法、消費生活条例等に基づいた迅速な指導・処分等を行い、取締りの強化。</p> <p>・速やかな消費者被害防止のため、警察官OBを含む特別機動調査班による立入調査や行政処分を実施し、処分事業者名とその内容等について消費者に情報提供を行い、消費者の自主的な行動を促す。</p> <p>・都単独での行政処分等にとどまらず、国、近隣県等と連携して対応をすることにより、悪質事業者を徹底して社会から排除していくとともに、消費者被害の実態や、新卒の悪質商法に対応するため、法令を運用する現場の視点から、国等に法改正等の働きかけを行う。</p> <p>・現在ホームページ上に設置されている都民からの直接通報制度である悪質事業者通報サイトをリニューアルし、消費者被害の端緒情報をより多く収集。</p> <p>・都内消費生活センターに寄せられた相談情報や、都民からの直接通報制度により収集した端緒情報を効果的に活用し、より精度の高い法令適用等を行うために、収集した情報を専門的に調査して多角的に分析し、適切な法執行先へと繋げる情報管理班を設置。</p>	5

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
2-1-2 ☆	不当表示に対する監視等の徹底	<p>都民による商品・サービスの合理的な選択を確保するため、景品表示法(不当景品類及び不当表示防止法)に抵触する不当な表示について監視を強化し、表示の適正化を図る。</p> <p>インターネット上の広告については、スマートフォンの普及が進み、インターネット取引が拡大している状況を踏まえ、広告表示の監視を行い、不当表示については迅速かつ適正な指導を行う。</p> <p>また、五都県広告表示等適正化推進協議会(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県及び静岡県)での合同調査及び合同指導を推進し、広域連携による監視をより一層強めていく。さらに、リニューアルする通報サイトにおいて、特定商取引法及び架空請求に関する通報に加え、景品表示法に関する情報の受付を新たに開始するとともに、消費生活センターから情報提供を受けるなど、より幅広く情報を収集し、不当表示の調査・指導等につなげていく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネット広告監視として、各月キーワードを決めて、インターネット上の広告表示を抽出し、調査実施。 ・五都県広告表示等適正化推進協議会において調査対象を決定し、景品表示法に違反するおそれのある広告・表示について調査を行い、事業者に対して行政指導等の実施。 ・リニューアルする通報サイトにおいて、景品表示法に関する通報の受け付けを開始する。また、消費生活センターから不当表示に関する情報提供の受け付けを開始し、不当表示の端緒情報をより多く収集。 	5
2-1-3	架空・不当請求に対する消費者被害の未然・拡大防止対策	<p>平成17年3月1日から架空請求対策事業を開始し、消費生活総合センターに「架空請求110番」を設置し都民が架空請求を受けた際に相談及び適切な助言が受けられるようにするとともに、架空請求メール等を受け取った都民からの直接通報制度として、架空請求の通報サイト「STOP!架空請求!」(ホームページ「東京くらしWEB」上に設置)を設置している。</p> <p>都民から通報されたメールやサイトについては、消費生活条例違反の有無を確認し、条例違反事業者には文書警告を行い、口座が記載されている場合には、金融機関に口座凍結を要請し、携帯電話会社及びサイトを管理するプロバイダには対策を要請する。</p> <p>また、都民にはホームページ「STOP!架空請求!」上で条例違反事業者名・サイト名等を情報提供するとともに、関係行政機関への情報提供を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・都民通報制度に寄せられた通報を基に、条例違反事業者に対する警告や口座の記載があれば金融機関に対する口座凍結要請等を実施。 ・ホームページ上で、条例違反事業者名や条例違反認定のサイト名を情報提供する。また、同時に警視庁、消費者庁等に対しても情報提供を行うとともに、携帯電話会社への情報提供により該当する機種の使用停止などの連携を図る。 ・特に、スマートフォンの普及拡大から、ショートメールによる架空・不当請求やキャリアや送信元情報をわかりにくくしたケース、実在の企業名をかたるケースなど手口が巧妙化してきているため、入手した新たな手口について、積極的かつ速やかに都民に情報提供。 	5
2-1-4	適格消費者団体への支援	<p>消費者被害が増加する中、消費者個人による訴訟が困難であることを受けて、内閣総理大臣が認定する団体が消費者に代わり訴訟提起できる消費者団体訴訟制度が平成19年6月に創設された。この制度を担う適格消費者団体が期待される役割を十分果たすことができるよう、平成19年8月に消費者団体訴訟制度連絡会を設置し、定期的に情報や意見の交換を行うとともに、必要な相談情報の提供、都が行う専門研修への団体職員受入れなどの支援を行っている。</p>	<p>以下の取組により、適格消費者団体への支援を行っていく。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・消費者団体訴訟制度連絡会を開催し、情報や意見の交換を行う。 ・適格消費者団体が差止請求権を適切に行使できるようにするため、適格消費者団体からの要請に応じて消費生活相談情報の提供を行う。 ・都が行う専門研修(法律等問題研修)への適格消費者団体職員の参加を受け入れる。 	5

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
2-2-1 ☆	事業者のコンプライアンス意識の醸成	<p>不適正な取引や不当表示による消費者被害が後を絶たない中、事業者が消費者の立場に立ち、法令を遵守した事業活動を推進するよう、景品表示法及び特定商取引法の概要や法令違反事例の解説などを行う集合型のコンプライアンス講習会を実施することに加え、事業者団体等と連携して出前型の講習会を実施することで、事業者のコンプライアンス意識の向上を推進していく。</p> <p>特定商取引法に係る事業者向けパンフレット及び景品表示法に係る事業者向けパンフレットを作成し、講習会資料として配布するとともに、関係法令に係るeラーニングのコンテンツを制作し、ホームページで公開するなど、事業者のコンプライアンス意識の醸成に努めていく。</p> <p>また、自主基準策定など事業者団体の取組を推進するため、自主基準や公正競争規約等の普及啓発を図るとともに、景品表示法に関する助言を行うなど事業者団体に対する支援を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> •集合型の「事業者向けコンプライアンス講習会」については、参加者の属性等によって講習内容への理解度や満足度に差が生じている状況に対応するため、受講後の社内展開につなげることができる法務担当者や教育・研修担当者等を主な受講対象者とするにより、社内啓発を推進する。 •出前型の講習会においては、事業者団体等のニーズを踏まえ、よりきめ細やかな講習内容とするとともに、実際にトラブルとなっている事例を盛り込むなどして、事業者の自主的な改善の取り組みを促す手段としても活用していく。 •HP「東京くらしWEB」上に設置している学習コンテンツについて、事業者の研修や自主学習に活用できるように内容を充実していく等、事業者全体のコンプライアンス意識の醸成を図っていく。 •コンプライアンス講習会等でパンフレットを配布するなど、自主基準や公正競争規約等の普及啓発を行うとともに、景品表示法に関する助言や東京くらしWEBでの情報提供を随時実施する。 	6
2-2-2	商品量目立入検査・指導	<p>我が国経済の公正性・信頼性を担保する計量法は、消費生活に関連の深い「特定商品」を販売する事業者に対し、量目(内容量)の正確表記を義務付けている。</p> <p>「商品量目立入検査」では、消費者に身近な食料品を中心に、包装商品等の量目表示について、事業者への定期的な立入検査を実施し監視を行う。本検査では、法令で定められた誤差を超えて内容量が不足した商品を「不適正商品」とし、「不適正商品」があった場合には、その場で再計量の指示を行ったり、計量に携わる従業員等への教育を徹底するよう指導するとともに、不適正商品数が全検査点数の5%を超えた「不適正事業所」には、適宜、再立入検査を含む継続的な指導を実施していく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> •商品量目立入検査の実施、(特に、夏期、年末期の商品流通の繁忙時期には、集中的に立入検査を実施)、買取検査等の実施等により、商品の表示や量目(内容量)管理についての更なる適正化推進を図る。 •消費者行政担当者向け「計量実務連絡会」を開催し、商品量目に関する実務力向上を図る。 	6

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
2-2-3	計量の適正化に向けた事業者に対する啓発活動の推進	<p>計量法では、取引・証明用及び主に一般消費者が使用する用途の計量器のうち、一定の規制が必要なものを特定計量器として定めている。特定計量器には、都民のライフラインとして使用されるガス・水道・電力の各メーターのほか、商取引に使用される商業用はかり・タクシーメーター・燃料油メーター、健康管理のための体重計・血圧計・体温計や環境計量器など18機種があり、これらは都民の消費生活の安全・安心を確保するために欠かすことができないものである。これらの特定計量器を製造・修理・販売を行う者には、正確な計量器を供給するために計量法に定める技術基準の確保や製造能力等の維持、計量器を使用して商品の販売などの事業を行う者には、使用中の計量器の性能確保や適正計量の実施等が義務付けられるなど各種規制が課せられている。</p> <p>都は、事業者には課せられた義務規定の実施状況やその実態を把握するため、立入検査等を適宜実施して計量の適正化を指導している。また、計量制度などの周知資料の配布や計量管理に関する講習会等の開催などにより、これら事業者に対する監視・指導及び啓発活動を実施して、適正な計量器や商品のみが市場に供給されることで、適正計量を実現して消費者の利益が確保されるよう努めている。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 適正な計量の実施を確保することを目的として、正確な計量器の供給、適正な計量器の使用及び自主的な計量管理の推進を図るため、適正計量の遵守状況の実態把握や適正化指導(啓発のための冊子配布や制度説明等を含む。)など、計量に係る事業者に対する立入検査及び指導を引き続き実施する。 平成29年度に計量法関係政省令が改正され、主に生産工場などで使用されている自動はかりが新たに特定計量器に指定された。新制度へのスムーズな移行に向けて、経済産業省計量行政室及び関係機関と連携して事業者への周知活動や相談受付を積極的に実施していく。また、今後は技術基準の改正が順次進められる予定であり、例年啓発活動として行っている事業者講習会・講演会についても、平成30年度は技術基準の改正に関するテーマを選定して開催していく。 	6
2-2-7	消費生活調査員調査	<p>市場ルールへの遵守状況の把握や市場監視を都民との協働により実施するため、消費生活調査員500人を公募により選任し、小売店舗等における商品等の表示及び食品等の計量に係る法律の遵守状況を調査している。その結果を事業者指導等に活用するとともに、事業行為の適正化を図ることで、都民の消費生活の安定と向上に努める。</p> <p>調査は、食品表示調査、表示・広告調査、計量調査の3区分で実施している。</p> <p>なお、災害時には、必要に応じて、食品や日用品の品不足等の状況を小売店で調査する「災害時緊急調査」を実施する。</p>	<p>都民から公募した調査員約500名により食品表示調査(食品表示法等)を5回、表示・広告調査(景品表示法等)を3回、計量調査(計量法)を6回、計14回の調査を実施する。調査結果は、事業行為の適正化等に活用していく。</p> <p>また、消費生活全般について積極的に情報提供や意見を求め、事業運営の資料として活用する。</p> <p>消費生活調査員のうち無償で災害時の緊急調査に協力する意向がある者を災害時緊急調査員として委嘱し、災害時には必要に応じて食品や日用品の品不足等の状況を小売店で調査する。</p>	7

【政策3】 消費生活の安全・安心の確保

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
3-1-1	危害・危険情報のための調査分析・商品テストと積極的な発信等	<p>商品・サービスによる危害・危険を防止するため、消費生活総合センター等に寄せられる相談情報を始め、商品等に関する危害・危険情報を広く収集し、「危害防止対策検討会」において必要な対応策について検討している。また、都立産業技術研究センター、東京都健康安全研究センター、国民生活センター等と連携し、「消費者事故等情報検討会」を組織し、事故原因の究明、調査・分析機能の更なる強化を図っている。</p> <p>安全性に疑いがある商品等については必要な調査・分析、テストを実施し、商品等に関する安全確保について、事業者への指導、関係機関への要望、消費者への注意喚起を行っている。</p> <p>引き続き、迅速かつ的確な情報の収集・分析を行うとともに、関係機関と連携してその調査結果を国に対する規制強化等の要請や、事業者や関係事業者団体への指導・要望、消費生活条例による製品の改善勧告などへより一層活用していく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 商品等に関する危害・危険情報を広く収集し、危害防止対策検討会や消費者事故等情報検討会等を通じ情報の調査・分析、対応策の検討を行う。 収集した情報をもとに問題となる商品等について、事業者や関係機関等から事情聴取等を行い、必要に応じて指導・改善要望等を行う。 商品等の安全性について必要な調査を実施し、事業者等への指導・要望、国等への提案・情報提供を行うほか、広く情報発信を行い、商品事故等の未然・拡大防止につなげていく。 	8
3-1-2 ☆	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	<p>消費者、事業者及び学識経験者で構成する「商品等の安全問題に関する協議会」を設置し、平成10年3月から、安全対策が必要な商品(群)について、危害防止のための方策を協議・検討し、具体的な提言を行ってきた。また、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いる。</p> <p>協議会を機動的に運営し、より効果的な情報発信を行うため、平成20年度、「商品等安全対策協議会」に改組した。今後も引き続き、タイムリーなテーマにより継続的に協議・検討を行い、都民の安全な消費生活の確保を図っていくとともに、過去に取り組んだテーマについて、その後の国・事業者における取組状況や消費者の意識等を把握するなど効果検証を行い、事故防止に向けた継続的な取組を進めていく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 様々な手段により収集した商品等に関する危害・危険情報からテーマを選定し、安全対策の検討・協議を行う。 協議会報告が具体的な安全対策につながるよう、事業者団体、国等に要望するとともに、消費者に対し、効果的な情報発信を行う。 	8

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
3-1-3	消費生活用製品安全法に基づく立入検査の実施による製品の安全性の確保	<p>消費生活用製品安全法では、一般消費者の生命又は身体に対して、特に危害を及ぼすおそれが多いと認められる特定製品(10品目)と、長期間の使用に伴い生ずる劣化により安全上支障が生じ、特に重大な危害を及ぼすおそれの多い特定保守製品(9品目)を定めている。</p> <p>平成23年度まで、都内の特定製品販売事業者及び特定保守製品取扱事業者に対する報告の徴収、立入検査、製品提出命令の事務を行っていた。平成24年度から区・市内の事業者に対する権限は区市へ移譲された。都は町村において引き続き事務を行う。区市に対しては、国・区市間の報告の移送等の的確な協力を実施する。</p>	<p>町村の区域について計画的に立入検査を実施していくとともに、区市の立入検査が円滑に実施できるよう適切に協力していく。</p>	8
3-2-1 ☆	安全に配慮した商品の普及	<p>事業者等と連携して、子供の安全に配慮した商品見本市を開催し、商品のPR強化、事業者による安全な商品の開発・製造、販売・流通拡大の促進、商品を主体的に選択・購入する消費者の育成を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・子育て支援団体との連携により、安全に配慮した商品見本市を開催し、安全な商品のPR・普及を図るとともに、商品の安全をテーマにしたセミナー等を実施。 ・子供の安全に配慮した商品については、NPO法人キッズデザイン協議会が主催する「キッズデザイン賞」において、子供たちの安全・安心に貢献するデザイン分野に都内の中小企業が応募する際の審査料を補助し、その中で特に優れたものに都知事賞を贈呈。 	9

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
3-2-2	食品の適正表示の推進	<p>「食品の適正表示」は、事業者から消費者へ商品(食品)の情報を提供することにより、消費者が商品(食品)の情報を知り、合理的に選択するための重要な役割を果たしている。</p> <p>食品の表示に関係する法令は、「食品表示法」、「農林物資の規格化に関する法律(JAS法)」、「健康増進法」、「不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法)」、「消費生活条例」等、多岐にわたっている。また、平成29年の食品表示法に基づく基準の改正による原料原産地表示の義務付けなど、制度改正等により表示事項の変更が行われることも多く、表示を行う事業者及び消費者にとって分かりにくいものとなっている。</p> <p>ホームページ等を通じて、食品の適正表示について情報発信し、都民の食品表示に関する理解を深めるとともに、事業者による適正表示を推進し、事業者が守るべき表示の基準に違反した場合には、適正な表示が行われるよう指導する。</p> <p>さらに、食品表示法をはじめとする食品表示制度に関する事業者の正しい理解を促進し、適正表示推進の核となる人材を育成することを目的に、食品表示関係法令を所管する部署が連携して「食品の適正表示推進者育成講習会」などを実施し、「食品の適正表示」を推進する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・適正表示推進者育成講習会の開催 500人/回 年2回実施予定 ・フォローアップ講習会の開催 300人/回 年2回実施予定 ・消費生活調査員による調査 5回実施予定 ・消費生活調査員に対する研修の実施 3回実施予定 ・食品業界紙、メールマガジン、ホームページ「食品衛生の窓」等を活用した普及啓発の実施 ・食品表示制度に関するパンフレットを作成し、講習会、窓口等で配布 ・都民に対する表示の知識の普及 随時実施(食品の表示に関するパンフレットを作成・配布) ・平成29年の法改正により義務付けられた原料原産地表示やこれを受けて改正した消費生活条例の告示について周知 	10
3-2-3	家庭用品の適正表示の推進	<p>家庭用品の品質表示は、事業者から消費者へ商品の情報を提供することにより、消費者が商品の情報を知り、合理的に選択するための重要な役割を果たしている。</p> <p>家庭用品の品質表示については、家庭用品品質表示法で規定されており、同法の規定のない9商品について消費生活条例で表示すべき事項等を定めている。</p> <p>法及び条例に基づき、店舗立入検査等を行い、不適正な表示を行う事業者を指導する。また、法及び条例について、パンフレットやホームページ「東京くらしWEB」等で、事業者・消費者に対する普及啓発を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・家庭用品品質表示法に基づく町村部の小売店を対象に、立入検査を行う。(区部・市部は区市が実施)また、条例に基づく品質表示(9品目)の立入検査の実施。 ・ハンドブック「東京都消費生活条例に基づく品質表示(家庭用品)」を改訂するとともに、ホームページ「東京くらしWEB」等で情報発信。 	10

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
3-2-9	生活関連商品の価格動向に関する情報の提供	毎月実施される「小売物価統計調査」の結果を活用し、ホームページ「東京くらしWEB」やツイッターで、生活に密着した食料品・日用雑貨品等の価格動向を分かりやすく情報提供する。	ホームページ「東京くらしWEB」やツイッターにより、価格動向の情報提供を行う。 ガソリン・灯油等の価格については、毎週1回、ツイッターによる情報提供を実施する。	11
3-2-20	公衆浴場対策の推進	都民の日常生活における健康維持や衛生水準を確保する上で必要な公衆浴場は、入浴者数の減少や後継者不足等による転廃業により減少を続けている。 都民の入浴機会の確保と経営の安定化を図るため、各種助成策を実施するとともに、適正な入浴料金の指定を行っている。 平成20年度からは、地球温暖化や震災時における都民の安全・安心の確保など、社会的課題に対応するため、クリーンエネルギー化推進事業及び耐震化促進支援事業を実施した。平成25年度からは、太陽光発電やコージェネレーション設備の設置等の創エネ化推進事業を新たに加え、公衆浴場経営の安定化を図るとともに、地域貢献度の高い施設への転換を図っていく。 さらに平成29年度からは、LED照明設備設置工事について工事費用の高騰に対応し補助限度額を2倍にし、実際の工事に対応できるようにしている。	東京都公衆浴場対策協議会を運営し、平成30年公衆浴場入浴料金統制額の指定を行うとともに、各種助成策を適正・的確に実施する。また、29年度に設置した公衆浴場活性化検討会から提案された活性化策について、都としても、実証事業を実施するとともに、浴場業界における取組を支援する。 平成30年度の主な助成事業 ○健康増進型公衆浴場改築支援事業 ○公衆浴場クリーンエネルギー化等推進事業 ○公衆浴場耐震化促進支援事業 ○公衆浴場地域交流拠点事業	14
3-2-21	生活協同組合の育成のための指導・支援	生活協同組合は、国民生活の安定と生活文化の向上を期することを目的として、昭和23年に制定された消費生活協同組合法に基づき設立された消費者の自主的な非営利の組織体である。 都は、生活協同組合の健全な発展を図るため、消費生活協同組合法に基づく許認可、検査、指導等を行っている。 また、東京都生活協同組合連合会に対する事業補助を行うことで、消費者の自主的、組織的な活動主体として、社会的にも重要な役割を担っている生活協同組合の育成を図っていく。	・生協の健全な発展のため、法に基づく許認可、指導・法令検査等を行う。課題を有している生協については、当該生協の方向性を見定めて、法令に則った指導を行う。 ・東京都生活協同組合連合会が実施する事業(生協に対する管理運営に関する指導助言、管理運営状況等調査及び業務運営・経営健全化指導並びに講習会・研修会)に対し補助を行うことで、都所管生協の支援を行う。	14

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
3-3-2	震災時等における応急生活物資等の流通確保	東京都生活協同組合連合会と都は、平成8年に「災害時における応急生活物資供給等に関する基本協定」を締結した。 この基本協定に基づき、災害時における応急生活物資の調達と安定供給、医療・保健活動、ボランティア活動、生活情報の収集・提供等の救援活動を円滑に行うための体制を整備している。 このうち、応急生活物資である食糧・生活必需品の供給は、福祉保健局の依頼により、生活文化局が東京都生活協同組合連合会に必要な物資の調達要請等を行うことになっている。災害時の円滑な対応に向け、「東京都地域防災計画」等と連動した応急生活物資の手配から供給までを行う実効性のある訓練やマニュアルの見直しなどに取り組んでいく。	<ul style="list-style-type: none"> 基本協定の実効性を一層高めるために、東京都地域防災計画等に連動したマニュアル等について、関係各局の関連施策との調整を行い、必要に応じ双方のマニュアル等の見直しを行う。 災害時における応急生活物資供給等に関する連絡会議等の開催により、生協関係者と、東京都地域防災計画等に沿って具体的な課題を抽出し、関係各局防災部署と基本協定全般に係る調整・意見交換を行う。 総合防災訓練における取組として、応急生活物資の要請に係るMCA無線訓練を行い、輸送拠点への要請物資引渡しの確認を行う。また、庁内における図上訓練に参加する。 	15

【政策4】 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
4-1-1	消費者教育推進協議会の運営	消費者団体、事業者団体、教育関係者など、消費者教育に関係する構成員で組織する消費者教育推進協議会を、消費者教育推進法に基づき設置し、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して、情報交換及び調整を行う。 また、構成員間の意見交換等を通じて、消費者教育に関する情報収集を行う。	<ul style="list-style-type: none"> 都における消費者教育を総合的、効果的に推進していくため、「東京都消費者教育推進協議会」を開催し意見交換等を行う。また、構成員間の意見交換等を通じて、消費者教育に関する情報収集を行う。 	16
4-1-2	ライフステージに応じた消費生活情報の提供	消費生活に関わる様々な話題について情報を提供し、都民の消費者意識の高揚と主体的・合理的な消費行動の促進を図るため、消費者問題等の幅広い情報を提供する。 情報提供に当たっては、世代により情報収集する媒体が異なることを踏まえ、高齢者に対しては「東京くらしねっと」等の紙媒体を中心に情報発信を行い、若者に対してはTwitterやFacebook等の電子媒体を中心に情報発信を行うなど、より効果的な情報提供を実施する。	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活情報紙「東京くらしねっと」を主に高齢者向け(成人一般を含む)の記事構成として発行 主に若者(成人一般を含む)に向けた情報提供のため、東京くらしWEBに消費生活に関連した情報を掲載し、SNS等を活用した情報発信を実施 高校生を対象として、消費生活に関連した情報(悪質商法の手口、相談窓口の紹介、消費者市民社会等)を幅広く掲載したノートを配布 	16

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
4-1-5	消費者教育に携わる教員への支援	<p>消費者市民を育成するためには、小学校・中学校・高等学校における、学習指導要領に沿った児童生徒の発達段階に応じた消費者教育が重要であり、東京都教育庁等と連携しながら、実際に消費者教育に関する授業を実施する教員を支援する必要がある。</p> <p>そのため、学校における消費者教育に必要な知識を提供するため、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターにおいて「消費者問題教員講座」を実施する。また、消費生活上の新たな課題や消費者教育に関する実践的な情報を提供するため、教員向け消費者教育情報提供誌「わたしは消費者」を発行し教育機関に配布するとともに、「東京くらしWEB」にWEB版を掲載し、広く、情報提供を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 夏休み期間中に消費者問題教員講座を実施する。実施に当たっては、最新の情報を取り入れながら学校における消費者教育に役立つテーマを幅広く設定するだけでなく、ワークショップ等、より実践的な内容を取り入れるなど、授業での活用を意識した講座を実施する。 「わたしは消費者」を年4回発行する。発行に当たっては、消費生活に関する法律や制度改正に関する動向も見据えながら、学校における消費者教育に役立つテーマ・内容を取り上げ教員を支援する。また、「東京くらしWEB」にWEB版を掲載し、広く、情報提供を図る。 	16
4-1-6	学生・生徒向けの消費生活講座	<p>社会経験が浅く、契約に対する知識や経験も少ない若者は、マルチ商法など、悪質事業者のターゲットになりやすい傾向にある。また、現在国において議論されている成年年齢を18歳に引き下げる改正民法が施行された場合、現行法では未成年者取消権を主張できた18歳、19歳の若者が保護されない可能性もある。こうした若者の被害を未然に防止するためには、特に、社会に出る前の学生・生徒に対する消費者教育が重要である。</p> <p>このため、大学を含む都内の学校に向け、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を講師として派遣する出前講座や社会人ボランティア等を活用した出前寄席を実施する。また、家庭や地域における消費者教育も重要であることから、PTAや保護者等を対象に、子供が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例や対処方法、金融経済教育に関する講義など、実践に役立つ内容の出前講座も実施する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 学校が、学生・生徒に対して悪質商法被害防止等を目的とする講座を実施する機会を捉え、「学校向け出前講座」を実施する。 大学等については、多くの学生が集まる新入生向けガイダンスや学内イベントでの出前講座、出前寄席の実施に加え、大学の教職員と連携してゼミ単位での出前講座も実施する。 PTA、保護者等を対象にした出前講座を実施する。 	17
4-1-7	多種多様なテーマ・手法による消費生活講座	<p>都民が消費生活において必要な知識や判断力を習得し、主体的に選択するなど自立した消費者として行動できるように、消費生活講座を開催する。</p> <p>消費生活総合センター及び多摩消費生活センターでは、実験や調理を伴い実践的に学べる体験型の講座や、受講対象者のターゲットを絞ることで学んでほしい内容を的確に提供する講座などを開催する。</p> <p>また、都民が企画するイベントや集会等に東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を派遣する出前講座や、社会人ボランティア等を派遣する出前寄席を実施するなど、消費生活講座の開催に当たっては、都民に関心を持ってもらえるテーマ等の選定だけでなく、受講者が利用しやすい消費生活講座を企画する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 各種団体・グループが消費者問題についての講座を実施する際、消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を講師として派遣し、出前講座を実施する。 悪質商法の手口や実態、その対応策等を分かりやすく伝える落語・漫才等のシナリオを制作し、大学の落語研究会や社会人ボランティア等の協力を得て出前寄席を実施する。 特に高齢者に対しては、地域のサロンや公衆浴場等の高齢者が多く集まる場所において出前講座や出前寄席を実施。 実験実習講座、食育講座、親子で参加できる親子夏休み講座を開催。 	17

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
4-1-8	事業者等による消費者教育の促進	事業者等における従業員向け消費者教育を促進するため、従業員向け消費者教育に積極的に取り組む事業者等の事例をホームページに掲載し紹介するなど、経営者向けの啓発を図る。また、事業者等のニーズに応じ、新入社員向け・中堅社員向けといったライフステージやテーマを分けた出前講座を実施する。	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者等における従業員向け消費者教育に関する自主的な取組を促すため、積極的な取組を行っている事業者等の事例を取り上げ、東京くらしWEB等に掲載する。 ・従業員向け消費者教育を支援するため、対象とする世代やテーマなどについて、事業者等のニーズを踏まえ、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を派遣する出前講座を実施する。 	17
4-1-9	事業者団体等の取組に関する情報提供	事業者団体等は、その専門性を活かし、多種多様な消費者教育教材や啓発資料等を作成している。消費者教育を実践する場面のニーズに応じた教材等の活用により消費者教育の推進を図るため、事業者団体等が作成する教材等の認知度の向上・活用の促進を図る。	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者団体等が作成した消費者教育教材や啓発資料等を、講座や会議等において 教員や区市町村に情報提供をするなどして、その教材等の認知度の向上・活用の促進を図る。また、東京くらしWEBに教材等の情報を掲載し、都民等への情報提供を図る。 ・展示・交流コーナーで、事業者団体等が作成した消費生活に関するリーフレット等の配架やパネル展示を行い、情報提供を図る。 	17
4-1-10	事業者団体等との連携による消費生活講座	消費者教育を推進するためには行政の対応だけでは限界がある。そのため、事業者団体等と連携することで、事業者団体等が持つ経験や専門性を活かした消費者教育を実践していくことが重要であることから、事業者団体や試験研究機関等と連携して、一般都民を対象とした啓発講座等を実施する。	<ul style="list-style-type: none"> ・ライフステージに応じた身近で話題性のあるテーマを設定し、「消費生活講座」を開催する。 ・様々な分野における専門知識を持つ事業者団体等との連携により「多様な主体との連携講座」を開催する。 ・生活協同組合等との連携による高齢者セミナーを実施する。 	17

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
4-1-11	区市町村における消費者教育推進の支援	<p>主体的に選択・行動ができる自立した消費者への変革を促すためには、消費者の生活に身近な区市町村における消費者教育が重要である。しかし、消費者教育に携わる職員の体制や消費者教育に関するノウハウの有無などについては、自治体により違いがある。</p> <p>このことから、都が持つ消費者教育講座に関するノウハウや消費生活情報の提供、職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修実施、区市町村で開催する消費生活展等で活用してもらうためのパネル等の貸出し等、様々な角度から支援を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 消費生活講座企画の際に参考となるように各区市町村の消費生活講座開催状況をとりまとめて、情報提供を図る。 消費生活に関する情報の提供及び共有を目的とし、「東京都・区市町村消費生活行政情報」を発行する。※昭和53年度～ 消費生活行政担当職員等の職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修を実施 区市町村が実施する消費生活展等において、啓発グッズの提供やパネル・着ぐるみの貸出、イベント集客のための広報協力実施 区市町村における消費者教育等を担う人材の育成支援のため、消費者問題マスター講座に「区市町村優先枠」を設け、区市町村を通じて申し込みのあった受講生の受け入れを実施 等 	18
4-1-12 ☆	区市町村における消費者教育推進体制の整備等への支援	<p>消費者教育推進法で努力義務とされている消費者教育推進計画の策定や消費者教育推進地域協議会の設置に向けて、区市町村に対して、情報提供を行うなどの支援を行う。</p> <p>また、消費者教育コーディネーター、消費生活サポーターについては、区市町村へ活用事例の紹介を行うなど、理解の促進を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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に向けて、区市町村の方針に応じて個別に働きかけや助言を行うなど、区市町村の実情に合った支援を行う。 消費者教育コーディネーター、消費生活サポーターについては、国の動向を踏まえた情報提供により、制度理解の促進を図る。 	18
4-1-13 ☆	地域における消費者教育の担い手の育成	<p>消費者問題について体系的に学ぶことにより、地域や職場などでの消費者教育等の推進について中心的な役割を果たすことができる人材の育成を目的として、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターにおいて、連続講座を開催する。</p> <p>また、講座受講者の地域等での消費者教育活動を促進するため、講座受講者に区市等の活動の場に関する情報提供等を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 消費者問題マスター講座を開催(全13回/飯田橋は夜間・立川は昼間に実施) 講座受講者の活動を促進するため、講座受講者に対し、区市町村が実施する消費者啓発事業や消費者団体の活動等に関する情報を提供する。また、希望する区市町村に対し、地域で消費者教育に携わる意思のある講座受講者の情報を提供することで、消費者啓発事業等への積極的な人材活用を促す。 	18

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
4-1-14 ☆	消費者教育教材の作成	主体的に選択・行動ができる消費者の育成・支援を図るため、WEB版消費者教育読本や消費者教育DVD等、小学生から高齢者に至るまでの各ライフステージや対象に応じた様々な消費者教育教材を作成する。また、これまでに作成した教材を長く有効活用するための取組を行う。	<ul style="list-style-type: none"> ・児童・生徒が消費者としての意識を持ち、社会の中で主体的に判断し行動できる力を身につけるための教材として、WEB版消費者教育読本の新作を作成する。また、作成後年数が経過し情報が古くなっているものや形式が使いにくくなっている教材について、順次、改修を行う。 ・ライフステージに応じた消費者教育を推進するため、若者向け・ミドル層向け・高齢者向けに、様々な悪質商法の手口などを4コマ漫画で紹介する消費者読本「飯田橋四コマ劇場」の活用を働きかける。 ・楽しく分かりやすい教材として、消費者教育DVDの新作を作成する。 ・消費者問題教員講座などで、新規及び既存教材の活用を働きかける。 	18
4-1-15	消費者団体等の活動支援	消費者問題の解決には、専門的な知識や経験を持つ消費者団体等との協働が重要である。そこで、協働の相手方である消費者団体等の自主的な学習や活動等を支援するため、各種情報及び活動の場を提供するとともに、一般消費者に対する情報発信等の活動が効果的に行われるよう協働学習会を実施するなど、消費者団体等の活動支援を図る。	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者団体・グループの活動の場として、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの学習室及び教室の貸出しを実施する。 ・一般消費者に対する情報発信のための学習会として、消費者団体等と協働し協働学習会を実施する。 	18
4-1-16	消費生活に関する図書資料室等の運営	消費生活総合センター及び多摩消費生活センターに図書資料室を設置し、消費生活に関する図書、行政資料、団体資料(消費者団体、事業者団体)、DVD等を総合的に収集・整備し、閲覧や貸出に供する。 パンフレットコーナーでは、事業者団体等が発行するリーフレット等を配架し来所者に提供する。また、展示コーナーでは、商品テスト等の映像を見ることのできる大型液晶モニターを設置するとともに、商品テスト物等の展示を行い、消費者啓発を図る。	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの図書資料室において、最新の動向を踏まえた消費生活に関する図書、行政資料、団体資料(消費者団体、事業者団体)、DVD等の収集・整備を行い、閲覧・貸出等により提供する。 ・パンフレットコーナー及び展示コーナーについては、随時内容の更新・変更等を行い、消費生活部生活安全課からの商品テスト物等の展示と併せて、都民が消費生活を営む上で有益な情報を提供する。 	18
4-1-17	消費者団体との協働事業	消費者団体と東京都による協働事業として、消費者月間事業を共催で実施する。 消費者月間事業は、都民の消費者としての自覚を促し、消費者の権利の確立と定着を図り、消費者問題の解決を促進するため、①消費者意識の啓発、②消費者相互の連携強化、③消費者・事業者・行政の協働の推進を目的に、毎年10月の東京都消費者月間を中心に各種事業を展開している。	消費者問題の解決に向け、共催する消費者団体と協働してより多くの都民の参加が得られるよう企画立案を図り、10月を中心に事業展開を図る。	19

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
4-1-18 ☆	計量に関する周知活動と教育の推進	<p>消費者利益の確保を目的として、周知と教育の二つの観点から効果的に普及を進め、消費者自身の計量制度に対する認識の向上を図るものである。</p> <p>①情報発信 計量制度全般を取り扱う記念日行事を主催するほか、区市町村等の生活展への出展、ホームページ、ツイッター、リーフレットでの情報提供等を実施する。</p> <p>②消費者教育の推進 小学生の段階から計量に親しみ興味をもってもらえるよう、夏休み期間に計量器の工作などを体験する「親子はかり教室」を開催するとともに、計量及び学校教育の関係者と協力し、「出前計量教室」の開催や計量に関する教科の支援に取り組む。</p>	<p>計量制度の普及啓発を図るため、下記の取組等を行う。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報発信(イベント、SNS等) ・消費者教育の推進(消費生活調査員による計量調査、計量展示室、親子はかり教室、出前計量教室、計量に関する教科の支援策の検討) 	19
4-2-1 ☆	エシカル(倫理的)消費の理解の促進	<p>消費者の持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進するため、「人や社会、環境に配慮した消費行動」である「エシカル(倫理的)消費」の理念を、イベントでの普及啓発や講座の開催、リーフレット、動画の作成など、様々な機会やツールを活用して広く都民に普及啓発し、理解の促進を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・普及啓発のための動画作成、「東京くらしWEB」特設ページの作成、普及啓発グッズ・チラシ作成・配布、芸人等を活用した消費者被害防止啓発イベントでの普及啓発等実施 	20

【政策5】 消費者被害の救済

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
5-1-1 ☆	高度専門的な消費生活相談	<p>消費者被害の未然防止や速やかな救済を図るため、専門の相談員が消費者の被害解決に向けた助言、あっせん等を実施する。</p> <p>相談処理に当たっては、高度化・複雑化する消費生活相談に適切に対応するため、専門分野別相談の実施や弁護士等の消費生活相談アドバイザーを活用するとともに、研修の実施や関係機関との連携等を図ることで相談対応能力の向上を図る。また、今後、相談件数の増加が予想される外国人や障害者の利便性の向上を図り、迅速かつ円滑な相談処理を実現するため、通訳を介した電話による三者間通話や聴覚障害者向けのメール相談を実施する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・専門分野グループによる効率的・効果的な相談処理の実施。 ・弁護士や建築士、美容医療専門家等の消費生活相談アドバイザーの活用。 ・高度専門研修や民間ADR機関などの関係団体との情報交換等の実施。 ・外国人からの相談に対応するため、通訳派遣に加え、通訳を介した電話による三者間通話を実施 ・障害者差別解消法の趣旨を踏まえ、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の開始 ・事業者団体や関係行政機関等に対し、消費者被害防止に向けた協力や必要な取組の要望実施 ・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)の活用。 ・消費生活相談の特に多い年齢層(若者・高齢者)を対象にした特別相談の実施。 	24
5-1-2	相談テストの実施及び技術情報の提供	<p>多様化・複雑化する商品・サービスによる事故等に関する消費生活相談を処理するため、科学的な視点から、当該商品等に係る事故原因究明テストや技術情報の提供などを行うとともに、関係機関等との連携強化を図りながら、安全で安心な消費生活の実現を支援する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・商品・サービスによる事故や不具合等に関する消費者からの相談について、当該商品等に係る事故原因の究明テストや、商品等に関連する技術情報の提供を行う。 ・多様化する商品事故に対する迅速な対応を確保するため、福祉保健局、国民生活センター、NITEなど庁内外の関係機関と積極的に情報交換を行うなど、連携の強化を図る。 ・区市町村からの依頼に基づき、テスト及び技術情報の提供を行う。 	24
5-1-6 ☆	区市町村消費生活相談窓口の支援	<p>住民に身近な区市町村の消費生活相談窓口を支援するため、都の高度専門的機能を活かした相談マニュアル等の提供や専門的知識を有する消費生活相談アドバイザー(弁護士等)・消費生活相談カウンセラー(精神保健福祉士)による助言、消費生活行政職員や相談員に対する研修、消費生活相談支援サイトによる情報提供などを実施する。また、消費生活相談アドバイザーや東京都消費生活総合センターの相談員を多摩地域の市町村へ派遣し助言等を行うなど、区市町村消費生活相談窓口の総合的な支援を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活相談アドバイザーの活用、消費生活相談アドバイザー及び相談員の派遣、消費生活相談カウンセラーの活用、区市町村消費生活行政担当職員等との情報連絡会の開催、「相談実務メモ」の発行、区市町村からの相談処理に関する照会・回答、「今月の消費生活相談」の発行、専門分野グループによる報告、PIO-NETシステムの運用支援、消費生活相談支援サイトの運用、消費生活相談担当職員研修の実施 	25

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
5-1-7	東京都多重債務問題対策協議会の運営	<p>平成19年8月に多重債務問題対策協議会及び多重債務問題対策庁内連絡会議を設置し、多重債務者の生活再建及び多重債務問題の防止・抑止を目的に、庁内各局や関係団体が連携し、総合的な取組を推進している。</p> <p>具体的には、協議会に情報連絡部会、相談部会、生活再建部会、貸金業部会の4つの部会(※)を設置し、各部会において関係団体と連携して取組を進めている。各部会では、検討課題についてそれぞれの分野での専門的な議論を経て、多重債務相談「東京モデル」の普及・実施、セーフティネット貸付けの提供等による生活再建事業の推進などに取り組んでいる。今後も、取組の着実な実施を図っていく。</p> <p>(※)金融経済教育部会は、平成25年度に消費者教育推進法に基づき設置された「東京都消費者教育推進協議会」に統合</p>	<p>庁内各局や関係団体の連携の下、4つの部会(情報連絡部会、相談部会、生活再建部会、貸金業部会)が連携し、多重債務者の生活再建や多重債務問題の防止・抑止まで視野に入れた総合的な取組を推進していく。</p> <p>※課題によっては、部会を合同開催することにより、各部会で把握している多重債務の現状の共有及び情報交換を同時に行い、多重債務問題対策協議会としてより効果的な課題解決への取組を進める。</p>	25
5-1-8	東京都・区市町村・関係団体との連携による多重債務相談	<p>多重債務で苦しむ相談者が、都内のどこの消費生活相談窓口にも相談しても適切な対応を受けられるようにするため、区市町村に対し必要な情報を提供し、多重債務相談を法律専門家に確実につなぐ「東京モデル」の積極的な活用を促す。</p> <p>また、法律専門家等と直接相談できる機会をそれぞれのニーズに応じて都民に提供する「特別相談(多重債務110番)」を、法律専門家等の協力を得て、区市町村・関係団体と連携して実施する。</p>	<p>・どこの区市町村の窓口へ行っても、適切な対応が行われることを目指し、多重債務相談を法律専門家に確実につなぐ「東京モデル」の積極的な活用を促すため、消費生活センター所長会、区市町村情報連絡会での情報提供等を行う。</p> <p>・特別相談「多重債務110番」を実施する際、都の広報媒体等により広く都民に周知し相談してもらうことで、一人でも多くの多重債務者の救済を図る。</p>	25
5-2-1	消費者被害救済委員会による紛争解決	<p>消費生活総合センター、区市町村及び一定の要件を満たす消費者団体に寄せられた苦情・相談のうち、都民の消費生活に著しい影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある紛争について、知事の附属機関である「東京都消費者被害救済委員会」に付託し、あっせんや調停を行うことで、公正かつ速やかな解決を図る。また、同一又は同種の原因による被害の防止及び救済を図るため、委員会で処理する紛争の概要、処理経過及び結果を、都民や関係機関等に広く周知する。</p> <p>さらに、委員会によるあっせん・調停が不調となった案件について訴訟が提起された場合、条例が規定する要件を満たすときは、委員会の意見を聴いて、当該被害者に対し、訴訟資金の貸付等、訴訟活動に必要な援助を行う。</p>	<p>・若者や高齢者をはじめとする多様な消費者被害を公正かつ迅速に救済する。</p> <p>・各相談機関との緊密な意見交換の実施により付託依頼を促すとともに、付託手続きの円滑化及び部会運営の迅速化を図る。</p> <p>・他のADR機関と連絡体制を保ち、相談者が適切な紛争解決手段を選択できるよう情報収集を図り、適宜、各相談機関へフィードバックする。</p>	26

番号	施策名	施策概要	平成30年度の取組予定	参考資料 ②ページ
5-2-2 ☆	特定適格消費者 団体への支援	相当多数の消費者に生じた財産的被害を民事の裁判手続きにより回復する「集団的消費者被害回復訴訟制度」が平成25年12月に創設され、平成28年10月からスタートした。この制度を担う特定適格消費者団体が継続的・安定的に業務を遂行することができるよう、平成29年4月に訴訟資金の無利子貸付制度を創設するとともに、必要な相談情報の提供などの総合的な支援を行っている。	<ul style="list-style-type: none"> ・特定適格消費者団体が集団的消費者被害回復訴訟を円滑に遂行できるよう、以下の取組等により、総合的な支援を行っていく。 消費者団体訴訟制度連絡会を開催し、情報や意見交換の実施、特定適格消費者団体へ消費生活相談情報提供の実施、特定適格消費者団体に対し、被害回復裁判手続資金の貸付実施等。 	26