

## 東京都消費生活基本計画（概要）

## 基本的考え方

- 消費者被害をなくし、誰もが正確な情報に基づき、商品・サービスを選択・購入できるなど、消費生活の安全・安心の実現を図ること
- 消費者が消費行動を通じて社会に参加し、持続可能な社会をつくりこっていくこととする「消費者市民社会」の実現に向け、消費者教育が必要

## 計画の性格

- 都の消費生活関連施策を計画的・総合的に推進していくための基本指針（消費生活条例第43条に基づく計画）

## 計画期間

- 平成25年度から平成29年度まで（5年間）

消費生活の現状に  
対する基本認識

- 横行する悪質商法と深刻な消費者被害（実態不明な高額の投資商品等を購入させられる高齢者、インターネット通販のトラブルや、SNSを利用した勧誘による被害）
- 消費者教育の機会や情報伝達の不足（児童から社会人に至るまでの体系的な消費者教育ができていない、被害の未然防止の強化のために情報発信の充実が課題）
- 商品やサービスに関する様々な不安（身近な商品やサービスに潜む危険や、食中毒被害や産地偽装など食の安全に関して消費者を不安にする問題）

## 5年間で重点的に取り組むべき施策

## 政策課題と取組の方向性

## 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

- 特定商取引法や消費生活条例を駆使し、積極的に行政処分を実施
- 消費者安全法の改正により委任された、財産被害に係る立入調査権限等の積極的な活用 など

## 政策課題 1 消費者被害の防止と救済

- (1-1) 消費者被害の防止
- (1-2) 消費者被害の救済

合計 164事業

## 重点施策2 ライフステージに応じた消費者教育の推進

- 体系的な消費者教育のための消費者教育推進計画を策定
- 都が持つ消費者教育のノウハウを活用し、区市町村の消費者教育の推進を支援 など

## 政策課題 2 悪質事業者の市場からの排除と取引の適正化

- (2-1) 取締りの徹底
- (2-2) 適正な指導等

## 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

- 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
- スマートフォンアプリを開発し、若者への情報発信を充実 など

## 政策課題 3 商品やサービスの安全・安心の確保

- (3-1) 安全な商品とサービスの確保
- (3-2) インターネットの普及拡大に伴う安心の確保
- (3-3) 誰もが安心できる消費生活の実現
- (3-4) 生活関連商品や資源エネルギー等の価格変動への対応
- (3-5) 震災時等における生活物資等の確保

## 政策課題 4 「自ら考え行動する」消費者になるための支援

- (4-1) 効果的な情報の発信
- (4-2) 消費者教育の推進
- (4-3) 消費者の組織的な活動への支援
- (4-4) 持続可能な社会の実現に向けた支援

## 重点施策4 東京都消費生活総合センターの機能の充実

- 研修や民間ADR機関などの情報交換等により、都の相談員の相談対応力を向上
- 都の相談員が多摩地域の市町村に出張して助言するなど、区市町村への相談支援を強化 など

## 政策課題 5 消費者団体・事業者団体や区市町村等との連携強化

- (5-1) 消費者の都政への参加・参画
- (5-2) 消費者・消費者団体との連携
- (5-3) 事業者団体等との連携
- (5-4) 区市町村との連携
- (5-5) 園との連携・働きかけ