

3 消費生活の安定と向上のための施策

1	消費生活行政の企画調整	100
2	取引指導事業	107
3	安全対策事業	112
4	消費生活協同組合の育成指導	115
5	公衆浴場対策	116
6	消費生活センター事業	120
7	計量の適正化	132

消費生活の安定と向上のための施策

都の消費生活行政は、商品事故、取引被害を防止するとともに、表示の適正化などにより消費者の適切な商品選択の確保策を講じるなど、消費者の生活を守るための諸施策を推進している。同時に、消費者と事業者間の構造的な情報力、交渉力の格差を埋めるため、消費生活相談、消費者教育、消費者への情報の提供等を通じた消費者支援を行い、消費者の権利の尊重と自立の支援を目指している。

主な事業は、次のとおりである。

1 消費生活行政の企画調整

消費生活に係る社会経済状況の変化に的確に対応し、消費生活関連施策を着実に推進するため、各種企画調整、情報の収集、調査分析等を行っている。

2 取引指導事業

不適正な取引行為や表示に対する調査等を行い、必要に応じて事業者指導、行政処分等を行っている。

3 安全対策事業

商品・サービスの利用に伴う危害・危険を防止するための情報収集や調査分析を行い、その結果を都民に提供することで都民の安全な消費生活の確保に努めている。

4 消費生活協同組合の育成指導

消費生活協同組合法に基づく許認可、検査等を行うほか、各種相談、業務運営上の各種調査・指導等を行っている。

5 公衆浴場対策

都民の入浴機会を確保し、適正な公衆衛生水準を維持するために必要な公衆浴場に対する各種助成策を実施するとともに、東京都公衆浴場対策協議会の意見を聴取しつつ、適正な入浴料金統制額の決定を行っている。

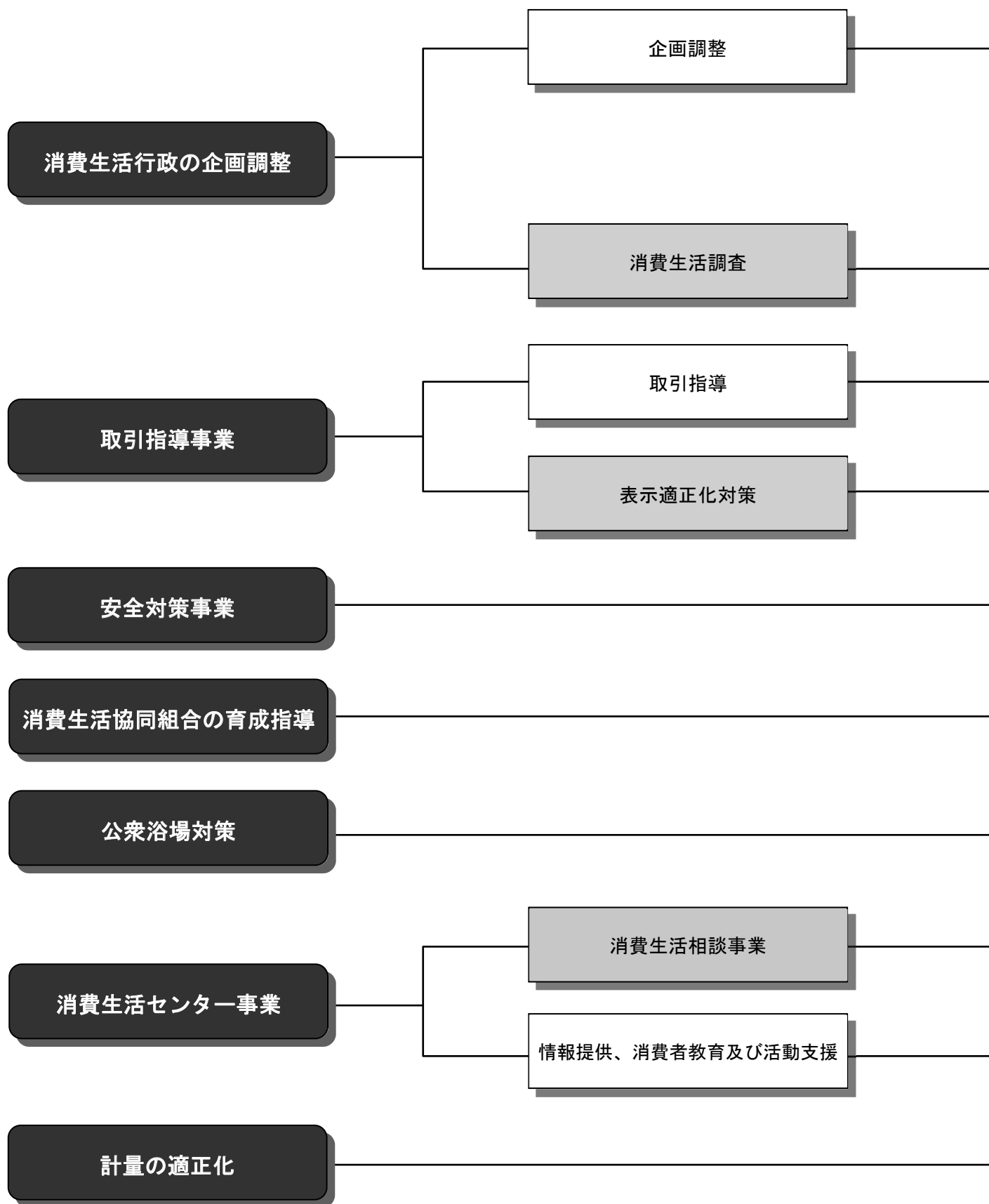
6 消費生活センター事業

消費生活を支援するため、消費生活相談、消費生活情報の提供及び被害防止啓発、消費者教育、消費者活動支援及び相談テスト等を行っている。

7 計量の適正化

適正な計量の実施を確保するため、製造・修理・販売事業者及び計量証明事業者の届出・登録等、各種特定計量器等の検定・検査及び普及啓発等の事業を実施している。

事業の体系



・消費生活対策審議会の事務局、基本計画の策定等各種企画調整事務の実施

・ホームページ「東京くらしWEB」及びSNS等による都民に向けた情報発信

・消費生活調査員調査等の実施

・不適正取引行為を行う事業者に対する法令等に基づく行政処分等の実施

・法令等に基づく商品・サービス等の表示調査、指導、措置等の実施

・危害・危険情報の収集・分析、商品等の安全性に関する調査、情報提供等の実施

・消費生活協同組合法に基づく指導・監督の実施

・公衆浴場対策協議会の事務局、公衆浴場利用機会の確保のための各種助成施策の実施

・消費生活相談、被害救済、相談テスト等の実施

・情報提供、消費者教育、消費者活動支援等の実施

・各種特定計量器等の検定・検査等及び普及啓発等の実施

1 消費生活行政の企画調整（消費生活部企画調整課）

(1) 東京都消費生活基本計画

東京都消費生活条例第43条は、「消費生活に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るための基本となる計画」を、知事が策定すると定めている。

この規定に基づき、平成9年2月に策定し、その後改定を重ね、平成30年3月に改定した「東京都消費生活基本計画」により、全庁横断的に消費生活に関わる施策を総合的に進めてきた。

今後の消費生活を展望すると、国際的な目標であるSDGsの達成と、その先にあるカーボンニュートラルの世界を見据え、都民一人一人の参画による持続可能な社会の実現に向けた一層の変革が必要であり、また、令和元年12月以降、新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴い、ネット取引やキャッシュレス決済など消費行動のデジタル化が加速し、今後も不可逆的に拡大することが見込まれている。

このため、SDGs達成の重要なカギとなる都民による「サステナブルなライフスタイルの推進」と、「デジタル社会の急速な進展に伴う新たな課題への対応」を2つのポイントとして、令和4年12月に東京都消費生活基本計画を改定した。

この東京都消費生活基本計画関連施策の着実な推進を図るため、「東京都消費生活対策推進会議」等により庁内各局との連携を図っている。

《東京都消費生活基本計画の概要》

○ 計画の性格

- ・ 東京都消費生活条例第43条に基づく基本計画及び消費者教育の推進に関する法律第10条に基づく都道府県消費者教育推進計画
- ・ 都の消費生活関連施策・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指針

○ 計画期間

令和5年度から令和9年度まで（5年間）

○ 計画の視点と政策の柱

都民の安全で安心な消費生活の実現を目指し、計画を推進していくに当たって特に留意すべき事項を、計画を貫く視点として3つ掲げた。また、都における消費生活をめぐる現状を踏まえ、計画を体系的に推進していくため、5つの政策の柱と施策の方向性を設定し、3つの視点に留意しながら施策を展開していく。

（計画全体を貫く3つの視点）

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

(政策の柱と施策の方向性)

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
- (2) 高齢者の見守りによる消費者被害の防止と早期発見

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
- (2) 健全な市場の形成

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
- (2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進
- (3) 災害時における消費生活の安心の確保

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
- (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
- (3) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進

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
- (2) 被害回復のための取組の推進

(2) 東京都消費生活対策審議会

都民の消費生活の安定と向上に関する基本的事項を調査審議するため、東京都消費生活条例第45条に基づき設置された知事の附属機関である。諮問を受け、消費者行政に関する方針や条例施行上の諸基準等を審議し答申する。

審議会委員は、知事が任命する30名以内で構成し、任期は2年。特別又は専門的な事項を審議する際は、臨時委員や専門員を置くことができる。

○ 第23次消費生活対策審議会（平成26年5月20日～）

- ・東京都における今後の消費生活行政の展開について（平成26年12月19日答申）
- ・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18日答申）

○ 第24次消費生活対策審議会（平成28年5月20日～）

- ・東京都消費生活基本計画及び東京都消費者教育推進計画の改定について（平成29年2月7日答申）
- ・東京都消費生活条例に基づく品質等の表示を行うべき商品の指定解除について（平成29年12月19日答申）

○ 第25次消費生活対策審議会（平成30年5月20日～）

- ・成年年齢引下げを踏まえ若年者の消費者被害を防止するために都が進めるべき消費者

教育について

(令和元年 9 月 30 日 答申)

- 第26次消費生活対策審議会（令和 2 年 5 月 20 日～）
 - ・ 東京都消費生活基本計画の改定について（令和 4 年 2 月 8 日 答申）
- 第27次消費生活対策審議会（令和 4 年 5 月 20 日～）
 - ・ 東京都消費生活条例施行規則の改正について（令和 5 年 1 月 31 日 答申）
 - ・ 多摩消費生活センターの機能強化について（令和 5 年 1 月 31 日 答申）
- 第28次消費生活対策審議会（令和 6 年 5 月 20 日～）

(3) 東京都消費者教育推進計画

都の消費者教育を体系的に推進していくために、消費者教育推進法と国が定める「消費者教育の推進に関する基本的な方針」を踏まえ、平成25年 8 月に策定した。

平成30年の改定に当たっては、これまでの消費生活基本計画と消費者教育推進計画を、一体的に策定し、消費生活に関連する施策を総合的に推進する新たな消費生活基本計画として策定した。令和 4 年12月の基本計画改定においても同様とし、5つの政策の柱のひとつとして、消費者教育の推進についての施策の方向性を設定している。

なお、計画に基づく消費者教育の推進については、消費生活対策審議会の部会として設置した「東京都消費者教育推進協議会」で情報交換・調整及び連携強化を図り、同協議会の意見を踏まえて施策を推進していく。

(4) エシカル消費の普及啓発

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していくため、「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、広く都民に普及啓発する取組を進めている。

令和 4 年度より、企業・団体とネットワークを構築し、エシカル消費を日常にするための社会的ムーブメントを創出するプロジェクト「TOKYOエシカル」を立ち上げ、エシカル消費の実践につながる情報発信やパートナー企業・団体との協働事業を実施している。令和 5 年度末時点で約230の企業・団体が参画し、令和 6 年度は、エシカル消費を体験するマルシェの開催や子供・若者を対象としたワークショップ等を実施するほか、都民・パートナー企業等との協働により発信を強化する。このほか、消費者月間事業「交流フェスタ」において普及啓発を行っている。

(5) 東京都多重債務問題対策協議会

多重債務者の生活再建、多重債務問題の防止・抑制を目的として、主要関係各局と弁護士会等民間団体とで構成される「東京都多重債務問題対策協議会」、庁内関係各局との連携を図る「多重債務問題対策庁内連絡会議」を平成19年 8 月に設置した。協議会の下に 4 つの部

会を設置し、各方面から具体的施策を進めている。

(6) 消費者団体訴訟制度連絡会

消費者団体訴訟制度は、消費者被害の未然防止又は被害回復を図るため、内閣総理大臣が認定した消費者団体が、消費者に代わって事業者に対して訴訟等を行うことができる制度である。平成19年に適格消費者団体による事業者の不当な行為に対する差止請求が可能になり、平成28年には、特定適格消費者団体が消費者に代わって、事業者に対して消費者の財産被害の回復を求めること（被害回復訴訟）が可能になった。

都内に活動拠点を有する適格消費者団体^{※1}及び特定適格消費者団体^{※2}と区市町村代表、都で構成する「消費者団体訴訟制度連絡会」を設置（平成19年設置）し、適格消費者団体及び特定適格消費者団体が期待される役割を十分に果たし、制度が効果的に機能するよう、環境整備を図っている。

※1 特定非営利活動法人消費者機構日本、公益社団法人全国消費生活相談員協会

※2 特定非営利活動法人消費者機構日本

(7) 特定適格消費者団体に対する財政支援

都民の被害回復をさらに推進していくためには、被害回復訴訟制度が円滑に機能することが重要である。そのため、都内に住所を有する特定適格消費者団体が継続的・安定的に被害回復関係業務を遂行できるよう、平成29年度に団体に対する、訴訟資金等の無利子貸付制度を創設し、支援を行っている。

(8) 高齢者被害対策

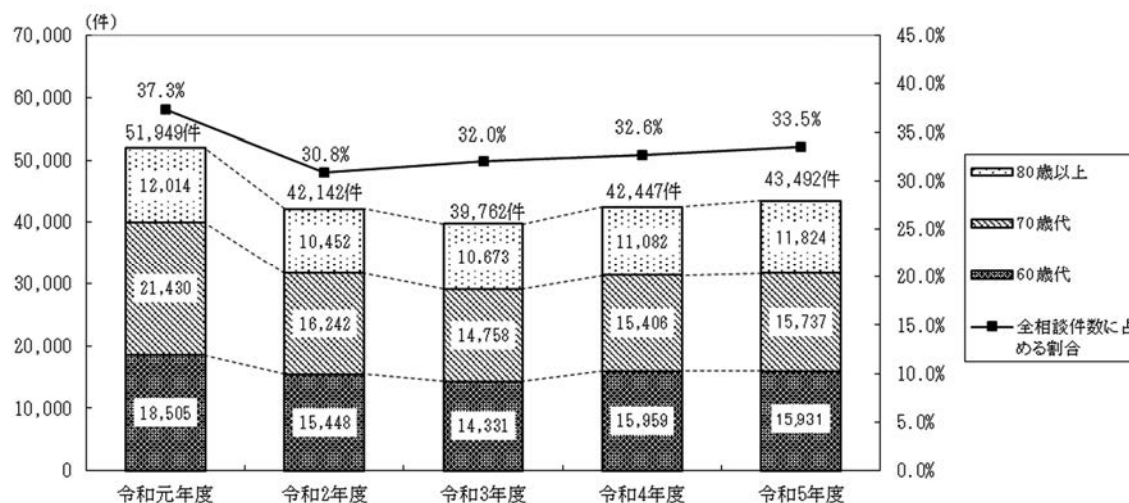
都内の高齢者(60歳以上)から寄せられる相談件数が全相談件数に占める割合は、令和5年度は約3分の1となっている。また、高齢者の平均契約金額は119万円と、59歳以下の平均契約金額100万円より高額となっている。

今後も増加が予想される高齢者については、在宅時に被害に遭いやすい傾向にあり、今後とも被害の拡大が懸念される。

そのため、高齢者とその家族、高齢者を見守る人々からの相談専用電話の設置や介護事業者等の高齢者を見守る人材向けの出前講座等を行うとともに、悪質事業者の取り締まり強化を図っている。

さらに、高齢者の消費者被害防止のセーフティーネットとして、各区市町村における地域の特性に応じた見守りネットワークの構築、その有効活用に向けた様々な支援及び消費者安全確保地域協議会の設置支援を実施している。

○ 高齢者の相談件数の推移（都・区市町村）



○ 専用電話の設置

「高齢者被害110番」 03（3235）3366

「高齢消費者見守りホットライン」 03（3235）1334

○ 高齢者見守り人材向け出前講座

○ 高齢者被害防止キャンペーン

○ 「高齢者の消費者被害防止リーフレット」の配布

※以上の事業は、東京都消費生活総合センターにて実施

(9) 東京都消費者行政強化交付金等

都はこれまで、平成27年4月に国が創設した「地方消費者行政推進交付金」に基づき創設した「東京都消費者行政推進交付金」により、事業の実施及び交付金事業を実施する区市町村への補助を行ってきた。平成30年4月に「地方消費者行政推進交付金」が「地方消費者行政強化交付金」に統合されたことに伴い、都は「東京都消費者行政強化交付金」を創設し、現在は、この交付金により事業を実施するとともに、交付金事業を実施する区市町村に補助を行っている。

「地方消費者行政強化交付金」は、平成29年度までに「地方消費者行政推進交付金」等を活用して行ってきた消費生活相談体制整備事業等を引き続き支援する地方消費者行政推進事業（以下「推進事業」という。）と、平成30年度に新設された国が指定する取組を行う地方公共団体を支援する地方消費者行政強化事業（以下「強化事業」という。）からなるものである。

〔国の「地方消費者行政強化交付金」の目的〕

この交付金は、都道府県及び市町村等の消費者行政の強化及び推進のために必要な経費を交付し、国として取り組むべき重要な消費者政策の推進のため、積極的に取り組む地方公共団体を支援する事業（強化事業）及び消費者行政推進に向けた地方公共団体の取組（推進事業）を支援することにより、地域の消費者の安全で安心な消費生活の実現及び地域の活性化に資することを目的とする。

〔国が定める「交付金を活用して行われる強化事業」〕

事業メニュー	事業内容
① 重要消費者政策に対応する地方消費者行政の充実・強化	消費生活相談の情報化対応の推進・自治体連携の促進による相談体制の維持・充実
	配慮を要する消費者（高齢者、障害者、外国人等）に対する相談・見守り体制の整備・運用
	消費者教育・啓発への取組
	SDGs への取組（エシカル消費、消費者志向経営、食品ロス削減等）
	法執行体制の強化、事業者のコンプライアンス確保への取組
② 国の重要政策に係る消費生活相談員等レベルアップ事業	国が指定するテーマの研修への参加
	国が指定するテーマでの研修開催
③ 靈感商法を含めた悪質商法対策事業	消費者被害の防止・早期発見
	消費生活相談等の機能強化

〔国が定める「交付金を活用して行われる推進事業」〕

事業メニュー	事業内容
① 消費生活相談機能整備・強化事業	消費生活センター等の設置・拡充等
② 消費生活相談員養成事業	消費生活相談を担う人材の養成
③ 消費生活相談員等レベルアップ事業	相談員等への研修開催、研修参加支援
④ 消費生活相談体制整備事業	消費者行政機能強化のための人的体制整備
⑤ 市町村等の基礎的な取組に対する支援事業	都道府県が実施する市町村等における消費生活相談等の体制整備
⑥ 地域社会における消費者問題解決力の強化に関する事業	消費者教育推進法を踏まえた、消費者の安全安心を確保する取組等
⑦ 消費者安全法第 47 条第 2 項の規定に基づく法定受託事務	当該事務に要する経費を補助

また、国の「地方消費者行政活性化交付金」を活用して、平成21年3月に「東京都消費者行政活性化基金」を創設した。当初は、基金のみを財源に補助を行っていたが、平成27年度以降は「東京都消費者行政推進交付金」と、平成30年度以降は「東京都消費者行政強化交付金」と併せて活用している。その間、本基金制度について見直しが行われ、平成27年度から平成29年度までは「地方消費者行政強化作戦の目標達成に必要な事業等」に限り活用できる取扱いとなったが、平成30年度からは、推進事業に広く活用できることとなり、令和2年度で運用が終了、令和3年度に精算手続を行い、基金を廃止した。

(10) 消費生活調査

消費者問題の実態を把握するとともに、問題に対する国の動向及び消費者又は事業者の先進的な取組等を把握するなど、消費生活施策の基礎資料を収集、提供している。

ア 都民の申出

東京都消費生活条例第8条においては、「都民の申出」制度を設け、都民がこの条例を積極的に活用し都政の運営に参加する道を開いている。

イ 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している。その結果は、施策展開の基礎資料として活用している。

ウ 消費生活調査員による調査

市場ルールの遵守状況調査や市場監視、消費者を取り巻く環境や課題の把握等を都民との協働により実施するため、消費生活調査員を設置している。都民300人の調査員（食品表示調査100人、表示・広告調査100人、計量調査100人）により小売店舗等における商品についての表示等の調査を実施し、調査結果を事業者指導等に活用しているほか、都が必要と判断したテーマによる調査を実施する。また、災害時かつ都が必要とするときに、災害時緊急調査として、小売店舗等における物資の流通状況等の調査を実施する。

○ 事業実績（令和5年度）

	第1回	第2回	第3回
① 食品表示調査	農産物の原産地等の表示	かつお削りぶしの原料原産地等の表示	農産物漬物（梅干）の原料原産地等の表示
② 表示・広告調査	最上級表現の打消し表示に関する広告	身体的な悩み等をあおる表示に関する広告	健康食品の無添加表示に関する広告（WEB）
③ 計量調査	量目調査	量目調査	量目調査
テーマ調査A	エシカル消費に関する調査（第1回）	エシカル消費に関する調査（第2回）	
テーマ調査B	消費生活情報に関する調査（第1回）	消費生活情報に関する調査（第2回）	

(11) ホームページ「東京くらしWEB」等の運営

消費生活にかかわる様々な問題についての的確に情報を提供し、都民の消費者意識の高揚と主体的かつ合理的な消費行動を促進し、消費者被害の未然防止や拡大防止を図るため、ホームページ「東京くらしWEB」を運営している（平成19年1月開設、平成24年4月リニューアル、令和5年3月デザインリニューアル）。

○ URL <https://www.shouhiseikatu.metro.tokyo.lg.jp/>

令和4年3月からは、成年年齢引下げに関する特設ページ、令和5年2月からは、靈感商法等に関する法改正に関する情報ページを設けるなど、社会情勢に対応した情報を随時発信している。また、X（旧Twitter）（『東京都 くらし・住まい』等）、フェイスブック（『東京都消費生活』）を活用し、消費生活関連情報を効果的に都民に発信している。

(12) 消費者事故等情報の消費者庁への通知

消費者安全法に基づき、相談情報等により得られた消費者事故等情報を消費者庁へ通知している。

2 取引指導事業（消費生活部取引指導課）

(1) 悪質事業者の取締り強化

多発・深刻化している不適正取引行為による消費者被害から都民の暮らしを守るため、悪質事業者を取り締まる「特別機動調査班」を設置し、警視庁とも連携しながら、特定商取引法や東京都消費生活条例等に基づく事業者調査を行っている。調査結果をもとに事業者を指導し、また、特定商取引法に基づく業務停止命令等の厳格な処分を行い、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めている。

平成25年度からは、多数消費者財産被害に係る消費者安全法の調査権限を受任し、都内所在の事業所等に対する調査を担当している。

悪質事業者による消費者被害の拡大を防止するため、平成25年5月から「悪質事業者通報サイト」をホームページ上に開設し、都民からの通報をもとに、処分、指導及び注意喚起を行っている。平成30年度には、「悪質事業者通報サイト」をリニューアルするとともに、新たに「情報管理班」を設置し、収集した事業者情報や適用法令を多角的に分析し、事業者調査の着手に迅速に繋げることにより、悪質事業者の取締りを強化している。

また、令和5年度は、不要な屋根工事等を勧誘する住宅リフォーム事業者、定期購入に関して誤認させる表示を行う通信販売事業者等に対する監視を強化し、不適正な取引行為に対する迅速な指導を行った。

○ 行政指導

東京都消費生活総合センター等からの通知や都民からの通報等で探知した不適正取引行為の情報をもとに事業者の調査を行い、是正指導を行う。（単位：件）

年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
指導実施件数	89	119	82	84	77

○ 行政処分、勧告等

不適正取引行為を繰り返す等の悪質事業者に対して、特定商取引法に基づく業務停止命令、指示及び業務禁止命令並びに東京都消費生活条例による是正勧告等を厳正に行い、事業者名等を公表する。また、消費者被害の発生と拡大を防止するため、消費者安全法等に基づく調査の経過・結果について情報提供する。（単位：件）

内 容 \ 年 度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
業務停止命令実施件数	12	3	2	9	6
指示実施件数	12	3	2	9	6
業務禁止命令実施件数	13	4	2	9	4
是正勧告等実施件数	0	0	0	0	0
情報提供(事業者名含む)実施件数	2	0	0	0	0

※件数は重複あり

(2) 悪質事業者取締りの首都圏ネットワーク

東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、静岡県の1都4県では、広域的に事業展開する悪質事業者に対応するため、「五都県悪質事業者対策会議」を設置し、情報交換や同時行政処分、合同指導などを行っている。

(3) 行政処分に協力した消費者に対する「支援プログラム」

迅速かつ適切な行政処分を執行していくには、実際に被害を受けた消費者から状況を聞き、事実を明らかにしていくことが必要である。消費者が事業者からの嫌がらせ等について心配することなく、安心して都に協力することができるよう、平成21年4月から行政処分に協力した消費者に対する「支援プログラム」を実施している。

※支援の内容：①東京都による事業者への警告 ②専門家（弁護士）による助言
③訴訟等に際しての弁護士費用の助成又は貸付

(4) 架空請求対策

平成17年3月から架空請求対策事業を開始し、架空請求専用相談電話として「架空請求110番」（東京都消費生活総合センターに設置）、架空請求専用サイト「STOP！架空請求！」における「架空請求都民通報窓口」等を設置した。都民から寄せられた通報について、東京都消費生活条例違反の有無を確認し、違反認定した架空請求行為は、事業者名・サイト名等を都民に情報提供している。また、架空請求に使用された携帯電話の利用停止やサイトの削除を関係機関に要請するとともに警視庁・消費者庁等の関係機関に情報提供を行っている。

(5) 割賦販売許可業者指導（割賦販売法関係）

都内にのみ営業所等を有する前払式割賦販売業者（ミシンやピアノ等を購入する目的で消費者に購入代金を一定額ずつ積み立てさせ、満期時に商品を引き渡す事業者）及び前払式特定取引業者（いわゆるデパートや専門店の友の会、冠婚葬祭互助会等の事業者のうち2ヶ月以上3回以上に分割して代金を受領することを条件とする者）に対する立入検査及び報告徴収を実施する。

○ 事業実績（令和5年度）

（単位：件）

事業区分		事業者数	報告徴収件数	立入検査件数	改善指摘件数
前払式特定 取引業者	友の会	8 事業者	1	2	2
	互助会	10 事業者	3	3	3
計		18 事業者	4	5	5

※前払式割賦販売業者については、都内にのみ営業所を有するものはない。

(6) 表示適正化対策

ア 品質表示等適正化（家庭用品品質表示法、東京都消費生活条例関係）

○ 家庭用品品質表示法に基づく表示等の適正化

家庭用品の品質に関する表示の適正化を図り、消費者の利益を保護するため、職権探知、消費者からの情報、関係機関からの通知等により、家庭用品品質表示法に基づき、適正表示遵守のため調査、指導、国への移送等を行う。

なお、都の事業者指導権限は、都内にのみ店舗・事務所が存在する小売事業者が表示者となる場合に限られるため、製造事業者・広域販売事業者が表示者である商品について不適正な表示が認められた場合は、国に移送している。

また、都内における表示状況を調査し、不適正な表示について指導するため、店舗への立入検査を実施している。

法改正により、平成24年4月1日から区・市に権限が一部移譲されたため、都は町村部店舗の立入検査を行う。

○ 事業実績（令和5年度）

〔指導等の件数〕

指 示	指 導	移 送	合 計
0件	0件	0件	0件

〔法定立入検査〕

検査品目	検査店舗数	検査件数	不適正件数
法の対象品目	8店舗	22件	0件

○ 東京都消費生活条例に基づく表示等の適正化

法令に基づく規制のない商品・サービスの表示等については、東京都消費生活対策審議会の答申を得ながら、東京都消費生活条例に基づき、品質等の表示、保証表示、単位価格・販売価格表示及び適正包装の確保等について遵守すべき事項又は必要な基準を定め、消費者の合理的な商品・サービス選択のための環境を整備し、消費者の権利の確保を図っている。また、職員による店舗立入調査等を実施し、事業者指導等必要な措置を行うとともに、パンフレット等により、消費者に対する普及啓発、事業者に対する周知徹底を図っている。

・ 品質表示及び保証表示等の告示品目（令和6年4月現在）

区 分		品目数
品質等表示	食品関係	4
	家庭用品関係	9
	サービス関係	3
	自動販売機により販売される商品類	4
品質等の保証表示		71
単位価格等の表示		68

・立入調査実績（令和5年度）

検査品目	検査店舗数	検査件数	不適正件数	指導事業者
品質等表示（家庭用品関係）	23店舗	113件	5件	0事業者

イ 景品表示適正化（景品表示法関係）

不当な景品類及び不当な表示による顧客の誘引を防止するため、職権探知、消費者からの情報、関係機関からの通知等により、景品表示法に基づく調査・指導等を行う。

また、消費生活調査員（表示・広告調査員100人）からの報告を受け、不当表示等に対する指導等を行っている。

健康食品については、保健医療局と連携し、試買調査に基づく指導等を行うとともに、講習会において事業者に対し、各法令の周知徹底を図っている。

さらに、東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、静岡県の1都4県では、広域的、効果的に表示適正化を推進するため、「五都県広告表示等適正化推進協議会」を設置し、景品表示法に違反するおそれのある広告・表示の合同調査・指導等を行っている。

このほか、公益社団法人日本広告審査機構（JARO）や各公正取引協議会などの民間自主規制機関との連携により事業者への啓発を図るなど表示適正化を推進している。

○ 事業実績（令和5年度）

〔指導・相談件数〕

区 分	指 導 等			相 談 等	
	措置命令	指 導	計	相 談	電話問い合わせ
景 品	0	3	3	2	470
表 示	2	256	258	4	
計	2	259	261	6	470

〔消費生活調査員による表示・広告調査〕

	調 査 対 象	回答総数	指導事業者数
第1回	最上級表現の打消し表示	90件	6事業者
第2回	身体的な悩み等をあおる表示	88件	11事業者
第3回	健康食品の無添加表示	84件	13事業者

〔健康食品の試買調査〕

調 査 件 数	薬機法等複数の法令のいずれかに違反している件数	うち景品表示法に基づく指導件数
125件	105件	41件

※指導件数は、上記〔指導・相談件数〕の指導件数の内数

〔五都県広告表示等適正化推進協議会〕

調査指導対象	指導事業者数
身体的な悩み等を煽るインターネット広告	7事業者

○ インターネット広告への対応（景品表示法関係）

インターネット通信販売では、商品選択等における消費者の情報入手が、インターネット上の情報に限定され、表示内容による誤認を招きやすい傾向がある。このため、平成21年度からインターネット上の広告・表示についての監視を開始し、景品表示法に違反するおそれのある広告・表示について、事業者への指導を行っている。

・事業実績（令和5年度）

監視件数	指導件数	指導事業者数
16,000件	156件	153事業者

※指導件数は、前記〔指導・相談件数〕の指導件数の内数



東京デジタルCATS
CLEAN ADVERTISING TEAM OF SPECIALISTS

○「東京デジタルCATS」の取組

令和5年度より「東京デジタルCATS」の取組として、SNS等に表示される不当なインターネット上の広告への対応力を強化するため、高い専門性を備えた助言員チームを導入するとともに、事業者・都民への情報発信などを実施している。

・事業実績（令和5年度）

デジタル広告表示適正化対策専門助言員による専門助言

「東京デジタルCATS」全体会議の実施

啓発動画による注意喚起

SNS広告等に対する監視の強化 等



※「東京デジタルCATS」

インターネットやSNSなどでの広告における悪質な不当表示の根絶を目指す取組

(7) 事業者向けコンプライアンス講習会

事業者による、法令を遵守した事業活動と消費者保護に向けた取組が推進されるよう、景品表示法、特定商取引法等の関係法令の概要説明、法令違反事例の解説等を行う集合型のコンプライアンス講習会を平成22年度から実施している。

さらに、平成29年度からは、事業者団体等と連携し、出前（講師派遣）型のコンプライアンス講習会を実施している。

○ 事業実績（令和5年度）

集合型講習会 ※WEB配信にて実施

	配信期間	対象者及び講習内容	受講者数
A コース	令和5年11月1日から 11月30日まで	○対象者 通信販売事業者 ○講習内容 ・特定商取引法の概要 ・特定商取引法違反事例の解説 ・事前質問への回答	2,516人
B コース		○対象者 特定商取引法のうち主に訪問販売、電話勧誘販売及び特定継続的役務提供などの取引類型に係る事業者 ○講習内容 ・特定商取引法の概要 ・特定商取引法違反事例の解説 ・事前質問への回答 ・東京都消費生活条例の概要	2,156人
C コース		○対象者 広告表示を行う事業者 ○講習内容 ・景品表示法の概要 ・景品表示法違反事例の解説 ・事前質問への回答 ・コンプライアンス活動報告	5,147人
D コース		○対象者 ネット広告を行う事業者 ○講習内容 ・デジタル広告をめぐる関連法制度の遵守に関する解説 ・医薬品医療機器等法の解説 ・事前質問への回答	3,472人

○ 事業実績（令和5年度）

出前（講師派遣）型講習会 5回（特定商取引法、景品表示法、消費者契約法）

受講者数 503人

3 安全対策事業（消費生活部生活安全課）

商品・サービスの利用に伴う危害・危険を防止するため、情報を的確に収集し、調査分析を行う。調査分析の結果については、都民に情報提供するとともに、必要がある場合には、事業者に対する措置をとるほか、国への提案要求を行っている。特に、商品等の改善や新たな安全基準の設定などの対策が必要な場合は、消費者・事業者・学識経験者からなる東京都商品等安全対策協議会において、具体的な対策の検討を行っている。

また、事業者による安全な商品開発・製造販売を支援し、消費者の主体的な商品選択・購入を促進するため、安全な商品のPR・普及を図っている。

(1) 危害・危険に関する情報収集・提供

○ 「ヒヤリ・ハット」体験の収集

商品やサービスに関する危害・危険情報のうち、「ヒヤリ・ハット」体験（実際にけがなどをしそうになった体験）は、消費生活センター等へ情報提供されることなく、多数埋もれている現状がある。このような危害・危険につながる可能性のある商品・サービスの「ヒヤリ・ハット」体験事例を積極的に掘り起こし、ヒヤリ・ハットレポートなどで情報発信することにより、被害の未然防止・拡大防止を図っている。

・事業実績（令和5年度）

レポート「公園等で使用するスポーツ用品（車輪のあるもの）による子供の事故防止ガイド」

○ 東京消防庁との連携

東京消防庁との間で、事故情報等の相互提供や事故の調査・分析等を行い、その結果を都民に情報提供している。

○ 消費生活センターの相談情報の収集

東京都消費生活総合センター、区市町の消費生活センターに都民から寄せられる危害・危険に関する相談情報を収集している。

○ 子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発

子育て世代が多く集まるイベントへの出展や、東京消防庁防災館、区市町村の事業との連携などを通じて、子供の安全対策についてわかりやすく啓発している。

また、民間団体と協働して、消費者と企業・行政をつなぐ「こどものケガを減らすためにみんなをつなぐプラットフォーム『Safe Kids』」を構築し、運用を支援している。

(2) 危害・危険に関する調査・分析

○ 東京都商品等安全対策協議会

商品等による危害の防止を目的とし、消費者代表・事業者代表・学識経験者が安全対策について協議し、都民の安全な消費生活の確保を図っている。これまで、ベランダの手すり、コイン形電池、ブラインド、使い捨てライターや子供服の安全対策などに取り組み、法規制やJIS規格化につなげるなどの具体的な成果を上げている。

・事業実績（令和5年度）

自転車用ヘルメットの着用や適切な使用などについて検討を行った。

検討内容を踏まえ、都は、事業者団体及び国等に対して提案・要望を行うとともに、ホームページ等を通じて、消費者への注意喚起を実施した。また、自転車用ヘルメットに関するリーフレットをまとめ、自転車販売店、学校、病院等に配布した。

○ 危害・危険情報に基づく調査、指導・要望等（東京都消費生活条例第9条、第10条）

東京都消費生活総合センター等に寄せられた商品・サービスの危害・危険に関する相談や様々な手段で収集した事故等の情報について、調査・分析を行うとともに、事業者や関

係事業者団体等に対し、商品改善などの指導・要望、国や関係機関への情報提供や提案・要望を行っている。

- 事業実績（令和5年度）

- カセットこんろの安全性に関する調査

- ろうそくの安全性に関する調査

- 歯間ブラシの安全性に関する調査

- 都民の申出調査（東京都消費生活条例第8条）

都民からの申出により、商品・サービス等の安全に関連した調査を実施し、調査結果について分析、評価を行い、安全の確保と都民の不安の解消を図っている。

- 商品事故に対する機動的調査の実施

商品やサービスに起因する事故情報のうち、緊急かつ詳細に調査すべきものについて、機動的に調査を行い、商品等に起因する危害・危険の再発防止及び未然防止を図っている。

- 事業実績（令和5年度）

- 機動的調査 12件

- 商品テストの実施

事故情報の収集分析や機動的調査の結果等に基づき抽出・選定した商品等について、テストを行い、商品等に起因する危害・危険の再発防止及び未然防止を図っている。

(3) 安全な商品のPR強化・普及

事業者等との連携により、子供の安全に配慮した商品見本市を開催し、安全・安心な商品のPR・普及を図るとともに、商品の安全をテーマとしたセミナー等を実施している。また、子供の安全に配慮した商品の顕彰制度に都内の中小企業が応募するために必要な審査料を補助している。これにより、安全な商品を主体的に選択・購入する消費者の育成を推進し、また、事業者による安全な商品の製造販売を促進している。

(4) 消費生活用製品安全法に基づく立入検査

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製品を特定製品（その中でさらに第三者機関の検査が義務付けられている製品を特別特定製品）として指定し、特定製品の販売事業者は、技術上の基準に適合した旨が表示されているものでなければ、特定製品を販売し、又は販売の目的で陳列してはならないこととしている。また、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、一般消費者の生命又は身体に対して特に重大な危害を及ぼすおそれが多いと認められる製品を特定保守製品として指定し、特定保守製品の取引事業者は、製品引渡しに際し、保守の必要性等を、取得者に対して説明しなければならないこととしている。

法改正により、平成24年度から都内区市の特定製品及び特定保守製品の販売店舗への立入検査等に関する権限が都から区市へ移譲されたため、都は、都内町村の販売店舗に立入検査

を行い、技術上の基準に適合した旨の表示がされていない、保守の必要性等を取締者に説明していないなどの法に違反する販売者に対し指導を行っている。

○ 事業実績（令和5年度）（単位：事業者）

	特定製品	特定保守製品
立入検査事業者数	11（違反対象なし）	2

〔消費生活用製品安全法で指定された特定製品及び特定保守製品一覧〕

特定製品	家庭用の圧力なべ及び圧力がま	
	乗車用ヘルメット	
	登山用ロープ	
	石油給湯機	
	石油ふろがま	
	石油ストーブ	
	吸水性合成樹脂製玩具	
	磁石製娯楽用品	
	特別 特定 製品	乳幼児用ベッド
		携帯用レーザー応用装置
		浴槽用温水循環器
		ライター
特定保守製品	石油給湯機	
	石油ふろがま	

4 消費生活協同組合の育成指導（消費生活部取引指導課）

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、消費生活協同組合法に基づき設立された法人で消費者が自発的に組織する非営利の団体である。

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・指導を行っている。また、各種相談、業務運営上の調査・指導等を対象として東京都生活協同組合連合会への補助事業を実施している。

○ 消費生活協同組合数及び加入者数(令和5年4月1日の属する事業年度末の決算数値による)

	職 域	地 域	連 合 会	合 計
組 合 数	39	38	1	78
組合員数	372千人	4,519千人	会員生協数 69組合	4,891千人

○ 消費生活協同組合の許認可等（令和5年度実績）

設	立	0件
合	併	0件
解	散	2件

定 款 変 更 20件
 規約変更・廃止 0 件
 員 外 利 用 1 件

○ 検査実績（令和5年度）

検査 20件（指導検査19件、法令検査1件）

○ 東京都生活協同組合連合会補助

連合会が各单位生協に対して行う各種相談・指導、調査、講習会等に要する経費の一部を補助している。

令和5年度 補助事業実績	延件数
管理運営に関する指導助言	93件
管理運営状況等調査	21組合
業務運営・経営健全化指導	6 組合
講習会・研修会の企画・実施	9 回

○ 災害時における生活物資の供給確保

平成8年1月22日、東京都と東京都生活協同組合連合会との間で、「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。これに基づき、「災害時における応急生活物資供給等に関する連絡会議」を開催している。

5 公衆浴場対策（消費生活部生活安全課）

都民の日常生活における健康の維持と適正な公衆衛生水準を確保する上で必要な公衆浴場が、浴場利用者の減少や後継者不足等による転廃業により著しく減少してきている。このため、都民の入浴機会の確保と浴場経営の安定を図ることを目的として、各種助成策を実施している。

○ 公衆浴場数の推移

（単位：軒）

年		平成26	平成27	平成28	平成29	平成30	令和元	令和2	令和3	令和4	令和5
都総数	浴 場 数	669	628	602	562	545	520	499	480	462	444
	新規開業	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	廃 業 数	38	41	26	40	17	25	21	19	18	18
内 訳	23区	浴 場 数	612	574	548	508	492	473	453	436	406
		新規開業	1	0	0	0	0	0	0	0	0
		廃 業 数	34	38	26	40	16	19	20	17	14
	市町村	浴 場 数	57	54	54	54	53	47	46	44	38
		新規開業	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		廃 業 数	4	3	0	0	1	6	1	2	4

注）浴場数は、各年12月末日現在

○ 公衆浴場利用者数の推移

区分 \ 年	平成 26	平成 27	平成 28	平成 29	平成 30	令和 元	令和 2	令和 3	令和 4	令和 5
延利用者都総数(千人)	25,007	24,089	23,881	23,157	23,083	23,389	21,937	19,770	20,020	20,069
1日1浴場当平均(人)	120	124	127	132	138	144	143	147	144	154

公衆浴場の入浴料金は、物価統制令に基づく統制料金となっており、統制額（上限額）の指定については、公衆浴場経営に関する会計調査を実施するとともに、東京都公衆浴場対策協議会において関係者の意向を十分把握することにより行っている。

入浴料金統制額は、コロナ禍による利用者減少や燃料費をはじめとする諸物価高騰等により経営を維持するために改定はやむをえないものと判断し、令和3年、4年、5年と大人料金の引き上げを行った。令和4年には平成12年来据え置いてきた中人及び小人料金についても、引き上げを行った。

令和6年は、依然として厳しい経営環境が続いていることから、大人料金をさらに30円引き上げた。

○ 入浴料金の統制額の推移（告示額）

区分 \ 年	平成 26	平成 27	平成 28	平成 29	平成 30	令和 元	令和 2	令和 3	令和 4	令和 5	令和 6
実 施 月 日	7.1	—	—	—	—	10.1	—	8.1	7.15	7.1	8.1
料 金 (円)	大 人	460	460	460	460	470	470	480	500	520	550
	中 人	180	180	180	180	180	180	180	200	200	200
	小 人	80	80	80	80	80	80	80	100	100	100

(1) 健康増進型公衆浴場改築支援事業

区市と連携しつつ、ミニデイサービスや健康増進事業などが実施できる場の提供やバリアフリー化を行い、高齢社会への対応を図るなど地域貢献度の高い浴場として施設更新する浴場に対し、改築費又は改修費の一部を補助している。

○ 補助率等 補助率1/4

補助限度額 改築 75,000千円

改修 25,000千円

(2) 公衆浴場クリーンエネルギー化等推進事業

公衆浴場の使用燃料を重油等から都市ガス等のクリーンエネルギーに転換し、また、LED照明器具を導入する経費等の一部を補助することにより、省エネ等を促進し、二酸化炭素等の排出削減に寄与するとともに、公衆浴場経営の安定を図っている。

○ 補助率等

区 分	補 助 率	補助限度額
クリーンエネルギー化	2/3	4,000千円
LED照明器具設置・更新	2/3	2,000千円
コージェネレーション設備設置・更新	2/3	4,000千円
太陽光発電システム設置	2/3	9,280千円
既設ガス燃料設備更新	2/3	4,000千円
高効率空調機設置	2/3	4,000千円

(3) 公衆浴場耐震化促進支援事業

耐震補強工事に要する経費の一部を補助することにより、都内公衆浴場の耐震化を促進し、公衆浴場利用者の安全・安心の確保を図っている。

○ 補助率等

区 分	補 助 率	補助限度額
応急的修繕	2/3	4,000千円
計画的修繕	2/3	6,600千円

(4) 公衆浴場改善資金利子補助

公衆浴場所有者又は経営者が、特定金融機関から公衆浴場の改築その他施設の改善等のために資金の貸付けを受けた場合、その利子の一部を補助することにより、公衆浴場経営の安定を図っている。

(5) 確保浴場融資利差補助

その地域になくなくてはならない浴場（確保浴場：一定距離内に他の公衆浴場がないこと、一定の利用人員がいること等を条件として、区部においては各々の区が、市町村部においては東京都が選定する。）への融資の促進を図るため、東浴信用組合が確保浴場に対し、日本政策金融公庫と同一の利率で貸し付けた場合に、同信用組合に対しその利差分を補助している。

○ 確保浴場数（令和5年12月末）

区 分	既 選 定
23 区	23
市町村	22
合 計	45

(6) 下水道料金補助

入浴料金の抑制と公衆浴場経営の安定を図るため、下水道局において公衆浴場用下水道料金の軽減措置を講じているが、この軽減分を下水道局に繰り出している。

(7) 生活保護世帯入浴券助成

生活保護世帯の家計費の負担を軽減するため、共通入浴券を配付することにより補助している（市部のみ。区部については、各々の区で実施）。

(8) 公衆浴場利用促進事業補助

ア 公衆浴場利用促進事業

東京都公衆浴場業生活衛生同業組合が行うホームページ掲載情報の更新やSNSを活用した銭湯情報の発信等に要する経費について、補助金を交付することにより、公衆浴場利用者の増加を促進し、浴場経営の安定を図っている。

- 補助率等 補助率2/3

補助限度額 21,529千円

イ 地域交流拠点事業

地域住民の健康増進や交流をはじめ公衆浴場を地域交流拠点として活用するとともに、持続可能な経営体質への改善に要する経費として補助金を交付することにより、新たな公衆浴場利用者の開拓、浴場経営の安定を図っている。

- 補助率等 補助率2/3

補助限度額 4,000千円

ウ 公衆浴場キャッシュレス決済導入促進事業

公衆浴場がキャッシュレス決済を導入する際に、導入に要する経費の一部を補助することにより、公衆浴場の新たな利用者層の開拓、利用者の利便性向上及び経営の効率化を図っている。

エ 観光客向け銭湯の魅力発信・利用促進プロジェクト

観光客にとって満足度の高い文化体験コンテンツとしての公衆浴場を海外に向けて発信し、また国内外から東京を訪れる観光客向けに公衆浴場の利用キャンペーンを実施するとともに、インバウンド客獲得に向けて力を入れる公衆浴場を支援することにより、公衆浴場利用者の増加を促進し、公衆浴場経営の安定を図っている。

(9) 公衆浴場対策協議会等

公衆浴場対策の円滑な推進を図るため、入浴料金の統制額の指定及び確保すべき浴場の選定などに関し、公衆浴場対策協議会の意見を聴取しつつ、各種問題の検討を行っている。