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 …… 56
2　取引指導事業 …… 61
3　安全対策事業 …… 67
4　消費生活協同組合の育成指導 …… 70
5　公衆浴場対策 …… 71
6　消費生活センター事業 …… 76
7　計量の適正化 …… 88

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。

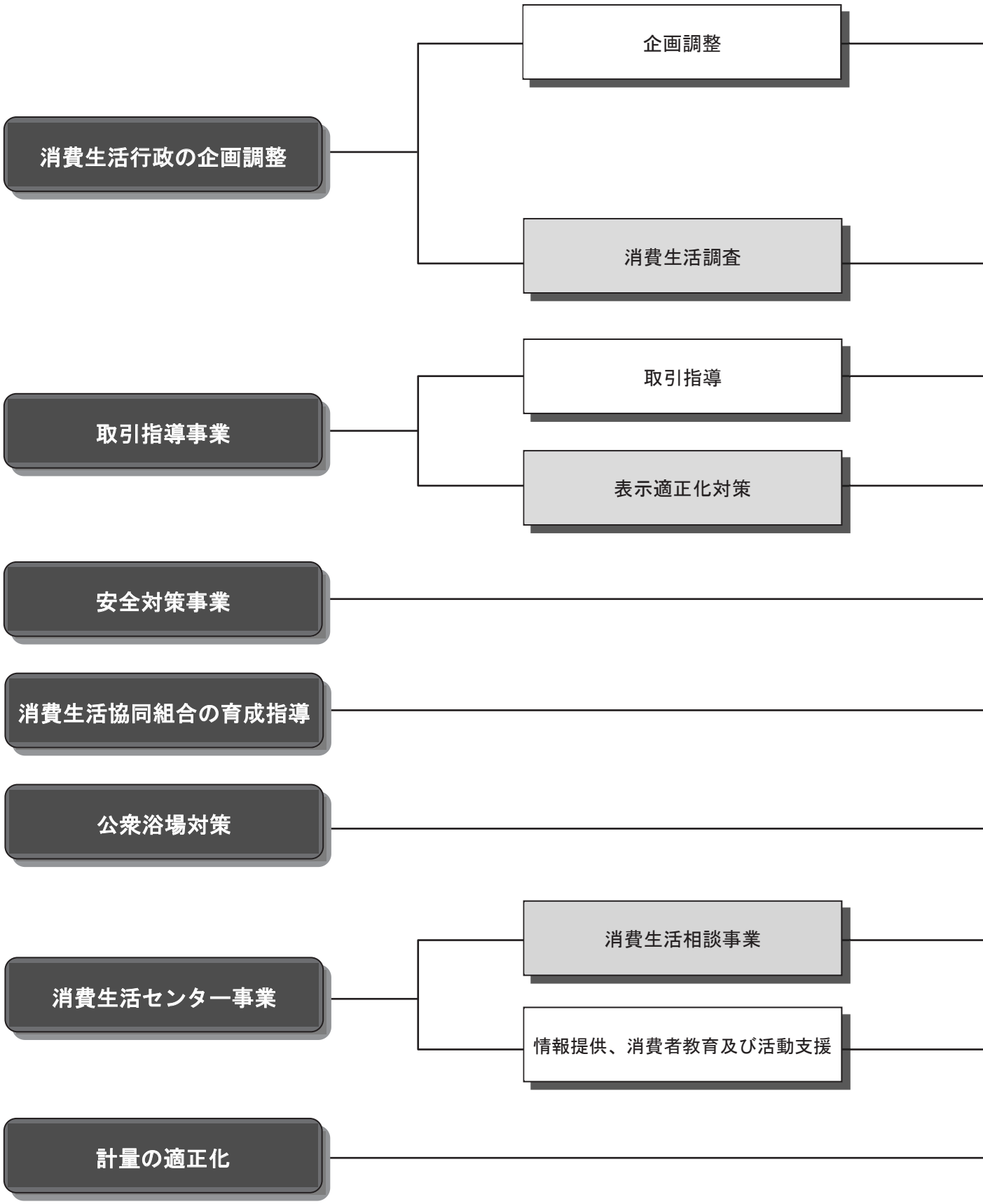
６　消費生活センター事業

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


消費生活行政の企画調整
企画調整
消費生活調査
取引指導事業
取引指導
表示適正化対策
安全対策事業
消費生活協同組合の育成指導
公衆浴場対策
消費生活センター事業
消費生活相談事業
情報提供、消費者教育及び活動支援
計量の適正化

・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）

⑴　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、新型コロナ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

⑵　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28次消費生活対策審議会（令和６年５月20日～）

・東京都消費生活条例に基づく商品表示事項等に関する改正について

（令和７年12月22日答申）

○　第29次消費生活対策審議会（令和８年５月20日～）

⑶　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年の改定に当たり、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のものとし、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、消費者教育推進地域協議会で情報交換・調整及び連携を図り、同協議会の意見を踏まえて施策を推進していく。

⑷ 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７年度末時点で295の企業・団体が参画。）。令和７年度より、子供向け啓発事業として「エシカルアクションコンテスト」やパートナー企業等の取組を支援するための助成事業を開始した。また、都民・パートナー企業等との協働によるキャンペーンを実施し、エシカル消費の気運を盛り上げる取組を展開している。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。

⑸ 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。

⑹ 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する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」を平成19年に設置し、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

⑺　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。

⑻　東京都消費者行政強化交付金

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」を創設した。国の交付金により都自ら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対して補助を行っている。

【国の交付金を活用して行われる「機能維持事業」】

①相談機能維持・未然防止強化型	消費生活相談機能整備・強化
	消費生活相談員養成
	消費生活相談員等レベルアップ
	消費生活相談体制整備
	市町村等の基礎的な取組に対する支援
	地域社会における消費者問題解決力の強化
②広域連携推進型	―
③地方消費者行政推進型	消費生活相談機能整備・強化
	消費生活相談員養成
	消費生活相談員等レベルアップ
	消費生活相談体制整備
	市町村等の基礎的な取組に対する支援
	地域社会における消費者問題解決力の強化
	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

【国の交付金を活用して行われる「機能強化事業」】

④相談・見守り連携強化型	―
⑤広域連携強化型	―
⑥担い手確保、人材育成・強化型（人材確保）	担い手掘り起こし・養成
	実務訓練（ＯＪＴ）
⑦担い手確保、人材育成・強化型（人材強化）	特定領域相談対応力強化

	市町村支援力強化
⑧重点課題対応型 １．消費生活相談体制の充実・強化	消費生活相談のデジタル対応を行うための体制整備
	配慮を要する消費者(高齢者、障害者、外国人等)に対する相談対応力の強化
	専門的知識を要する相談への対応力強化
	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
⑧重点課題対応型 ２．消費者の安全・安心の確保	消費者事故・被害の未然防止、見守り活動の活性化
	法執行体制の強化
	公益通報者保護制度の普及・啓発
	消費者団体訴訟制度の活用促進
	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
⑧重点課題対応型 ３．消費者教育等の推進	消費者教育の推進
	風評被害の払拭のための取組
	食品表示制度の普及・啓発
	エシカル消費の普及・促進
	消費者志向経営の普及・促進
	食品ロス削減の普及・促進
⑧重点課題対応型 ４．特に緊急的・集中的に対応が求められる取組	新ＰＩＯ－ＮＥＴシステムへの円滑な移行
	災害等に乗じた消費者被害の周知・啓発、相談機能の回復

⑼　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７年度）

	第１回	第２回	第３回
① 食品表示調査	カット野菜及びカットフルーツの表示	切干大根・乾しいたけの原料原産地等の表示	味付めかぶ・味付もずく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	定期購入等に関する広告（ＷＥＢ）	化粧品及び医薬部外品に関する広告
③ 計量調査	量目調査	量目調査	量目調査

⑽ ホームページ「東京くらしＷＥＢ」等の運営

消費生活に係る様々な問題について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）。

また、Ｘ（旧Ｔｗｉｔｔｅｒ）（『東京都 くらし・住まい』等）、Ｆａｃｅｂｏｏｋ（『東京都消費生活』）を活用するほか、メディアアプローチを通じ、消費生活関連情報を効果的に都民に発信している。

⑾ 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）

⑴ 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「東京くらしＷＥＢ」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「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７年度は、点検商法やレスキュー商法などの不適正な取引手法により深刻な消費者被害を生じさせた訪問販売事業者に対して行政処分を行うとともに、定期購入に関して誤認を招く表示を行う通信販売事業者等への監視を強化し、不適正な取引行為に対する迅速な指導等を実施した。

ア　行政指導

東京都消費生活総合センター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３年度	令和４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度
指導実施件数	82	84	77	80	103

イ　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）

年度／内容	令和３年度	令和４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度
業務停止命令実施件数	2	9	6	8	5
指示実施件数	2	9	6	11	5
業務禁止命令実施件数	2	9	4	5	7
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	0	0	0	0	0

※件数は重複あり

⑵　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。

⑶　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

⑷　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。

⑸　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７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	7 事業者	1	2	1
	互助会	10 事業者	2	3	3
計		17 事業者	3	5	4

⑹　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）

(ｱ)　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。

・指導等実績（令和７年度）　（単位：件）

指　示	指　導	移　送	合　計
0	0	0	0

・立入検査実績〔法定立入検査〕（令和７年度）　（単位：件）

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	52	0

(ｲ)　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、東京くらしＷＥＢ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８年４月現在）　（単位：品目）

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７年度）

調査品目	調査店舗数	調査件数	不適正件数	指導事業者
品質等表示（家庭用品関係）	12店舗	122件	0件	0事業者
単位価格等	12店舗	203件	70件	1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。

・指導等実績（令和７年度）　（単位：件）

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	5	5	0	252
表　示	2	450	452	0	
計	2	455	457	0	252

(ｱ)　消費生活調査員による表示・広告調査

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を行っている。

・事業実績（令和７年度）

	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	94件	10事業者
第２回	定期購入等に関する表示	93件	7事業者
第３回	化粧品及び医薬部外品に関する表示	90件	6事業者

(ｲ)　健康食品の試買調査

保健医療局と連携し、試買調査に基づく指導を行うとともに、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。

・事業実績（令和７年度）　（単位：件）

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	118	45

(ｳ)　五都県広告表示等適正化推進協議会

広域的、効果的に表示適正化を推進するため、東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、静岡県の１都４県で「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。

・事業実績（令和７年度）

調査指導対象	指導事業者数
ＳＮＳ等のバナー広告から遷移したＷｅｂサイト等における表示	３事業者（４件）

※上記の指導事業者数は都が関与した件数。五都県全体の指導事業者数は６事業者（７件）

(ｴ)　インターネット広告への対応

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源が、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７年度）

監　視　件　数	指　導　件　数	指導事業者数
16,000件	178件	163事業者

(ｵ)　ＳＮＳ広告等への対応

近年では、ＳＮＳ等において景品表示法に違反するおそれのある広告・表示（以下「不当表示」という。）が多数出稿されており、関連する消費生活相談も急増している。このため、令和６年度からＳＮＳ等における広告・表示についての監視を本格的に開始し、検出された不当表示について、事業者への指導を行っている。

・事業実績（令和７年度）

調　査　件　数	指　導　件　数	指導事業者数
320件	199件	149事業者

(ｶ)　「東京デジタルＣＡＴＳ」の取組

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ため、令和５年度に「東京デジタルＣＡＴＳ」を発足した。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。

令和７年度には、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や、東京くらしＷＥＢ・ＳＮＳ等を活用した注意喚起等を行った。



東京デジタルCATS
CLEAN ADVERTISING TEAM OF SPECIALISTS

(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７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７年11月４日から 12月24日まで	○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	1,151人

Bコース		○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 ・東京都消費生活条例の概要	2,008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	3,776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	2,628人

〔出前（講師派遣）型講習会〕

４回実施（特定商取引法、景品表示法、個人情報保護法）

受講者数　329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。

⑴　危害・危険に関する情報収集・提供

ア　「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７年度）

ヒヤリ・ハット調査「キャンプ・バーベキューに使用する製品等による危険」

イ　東京消防庁との連携

東京消防庁と事故情報等を相互に共有し、事故の調査・分析等を行うとともに、その結果を都民に提供している。

ウ　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。

エ　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構築したプラットフォーム「Safe Kids」に注意喚起情報を掲載し、子供の事故防止について発信している。

⑵　危害・危険に関する調査・分析

ア　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７年度）

エスカレーター利用者のための安全対策について実地調査結果の報告、来年度の検討を行った。

イ　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。

ウ　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。

エ　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７年度）

機動的調査　４件

オ　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。

⑶　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・普及を図っている。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。

⑷　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（令和７年12月の法改正の施行により創設された子供用特定製品を含む。）として指定し、このうち、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いる。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得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７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	28（違反対象なし）	２（違反対象なし）

〔消費生活用製品安全法で指定された特定製品一覧〕

特別特定製品	携帯用レーザー応用装置
	浴槽用温水循環器
	ライター
特別特定製品以外の特定製品	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
	磁石製娯楽用品
	吸水性合成樹脂製玩具
子供用特定製品かつ特別特定製品	乳幼児用ベッド
子供用特定製品かつ特別特定製品以外の特定製品	乳幼児用玩具
	乳幼児用ベッドガード
	ベビーカー

※「石油給湯機」「石油ふろがま」は特定保守製品

4　消費生活協同組合の育成指導（消費生活部取引指導課）

⑴ 消費生活協同組合法に基づく許認可、検査・指導等

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。

・都所管の消費生活協同組合数及び組合員数(令和７年４月１日の属する事業年度末の決算値)

	職 域	地 域	連合会	合 計
組 合 数	38	36	1	75
組合員数	366千人	4,477千人	※	4,843千人

※ 会員生協数66組合

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、東京都生活協同組合連合会が各単位生協に対して行う各種相談や業務運営上の調査・指導等を対象として、必要経費の一部を補助している。

・許認可等実績（令和７年度）

設　　立　　０件
合　　併　　０件
解　　散　　０件
定 款 変 更　　10件
規約変更・廃止　　０件
員 外 利 用　　０件

・検査実績（令和７年度）

19件（指導検査18件、法令検査１件）

・東京都生活協同組合連合会補助実績（令和７年度）

区分	延件数
管理運営に関する指導助言	91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

⑵　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、施設の老朽化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）

区分＼年			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	令和7
都総数		浴場数	602	562	545	520	499	480	462	444	430	417
		新規開業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		廃業数	26	40	17	25	21	19	18	18	14	13
内訳	23区	浴場数	548	508	492	473	453	436	420	406	393	382
		新規開業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		廃業数	26	40	16	19	20	17	16	14	13	11
	市町村	浴場数	54	54	53	47	46	44	42	38	37	35
		新規開業	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		廃業数	0	0	1	6	1	2	2	4	1	2

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	令和7
延利用者都総数(千人)	23,881	23,157	23,083	23,389	21,937	19,770	20,020	20,069	20,854	21,185
１日１浴場当平均(人)	127	132	138	144	143	147	144	154	163	180

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得ないものと判断し、令和３年から６年までの各年において、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８年は、会計調査によって導き出された原価と現在の統制額に乖離が生じていることや、他府県の統制額引き上げ状況などを踏まえ、大人料金を50円引き上げた。

○　入浴料金の統制額の推移

区分＼年		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	令和7	令和8
実施月日		－	－	－	10.1	－	8.1	7.15	7.1	8.1	－	8.1
料金（円）	大人	460	460	460	470	470	480	500	520	550	550	600
	中人	180	180	180	180	180	180	200	200	200	200	200
	小人	80	80	80	80	80	80	100	100	100	100	100

⑴　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1/2又は2/3（※）

補助限度額　改築　150,000千円（1/2）又は200,000千円（2/3）

改修　80,000千円（1/2）又は106,000千円（2/3）

※公衆浴場所在地の区市において①独自の公衆浴場利用促進事業及び②施設・設備補助等を実施している場合、補助率2/3

⑵　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	5,000千円
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	5,000千円
高効率空調機設置	2/3	4,000千円

⑶　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	8,000千円

ただし、構造部分：耐震診断結果が基準値未満の場合　補助率4/5

非構造部分：区市との災害時協定がある場合　補助率4/5

⑷　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。

⑸　確保浴場融資利差補助

その地域に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７年12月末）

区　　分	既　選　定
23　区	23
市町村	21
合　計	44

⑹　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。

⑺　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）。

⑻　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、若者向けＰＲ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。

イ　地域交流拠点事業

(ｱ)　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。

(ｲ)　若者向け銭湯活性化事業【若者向け利用促進事業】

東京都公衆浴場業生活衛生同業組合や各公衆浴場がＮＰＯや大学サークルなどの外部の非営利団体と連携して実施する若者向けの銭湯活性化・ＰＲ事業について、その費用の一部を補助する。

(ｳ)　東京銭湯U29割【若者向け利用促進事業】

東京都公衆浴場業生活衛生同業組合が若者（29歳以下）向けに実施する都内銭湯の割引入浴券（モバイルクーポン）を利用した銭湯の体験キャンペーンに係る費用を補助する。

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　東京の銭湯文化発信プロジェクト

宮造りをはじめとした文化的・歴史的コンテンツとしての東京の銭湯の魅力を国内外に向けて発信するため、浴場組合が実施する以下事業に係る費用を補助する。

・国際会議、国際スポーツ大会、江戸文化の魅力発信等の機会を活用し、銭湯のＰＲを行う事業

・割引入浴券（モバイルクーポン）を配布する事業

オ　経営支援機能強化事業

東京都公衆浴場業生活衛生同業組合の各公衆浴場に対する経営支援体制を強化するため、公衆浴場の経営相談や公衆浴場と後継者のマッチング等を支援する公衆浴場承継マッチング事業など、コンサルティング事業者を活用した取組に係る費用を補助する。

カ　公衆浴場後継者支援事業

公衆浴場承継マッチング事業でマッチングが成立した後継者等に対し、公衆浴場の賃料・

改修費等の補助を実施する。

⑼　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。

6　消費生活センター事業

消費生活総合センターは、東京都全体に及ぶ広域的な事業を展開するとともに、区市町村の消費生活行政を支援し、連携を深めて「センター・オブ・センターズ」としての役割を果たしている。

⑴　消費生活相談等（消費生活総合センター相談課）

ア　消費生活相談

相談窓口を開設し、消費生活相談員（定数 44 名）を配置して都民の消費生活に係る相談を受け付け、トラブル解決のための助言、あっせん及び情報提供等を行っている。

令和７年度の相談件数は約２万８千件であった。

都では一般の消費生活相談のほかに、平成 17 年３月から架空請求専用の「架空請求 110 番」、平成 18 年４月からは相談件数の３割以上を占める高齢者被害を防止するため、高齢者被害専用の「高齢者被害 110 番」、高齢者の身近にいるヘルパー等からの地域の高齢者被害についての通報や問い合わせ用として「高齢消費者見守りホットライン」を開設し、相談に当たっている。

さらに、深刻な多重債務に関する相談に対応するため、平成 20 年４月から、法律専門家等や生活再生窓口などに相談者を確実につなぐ多重債務相談「東京モデル」を実施している。

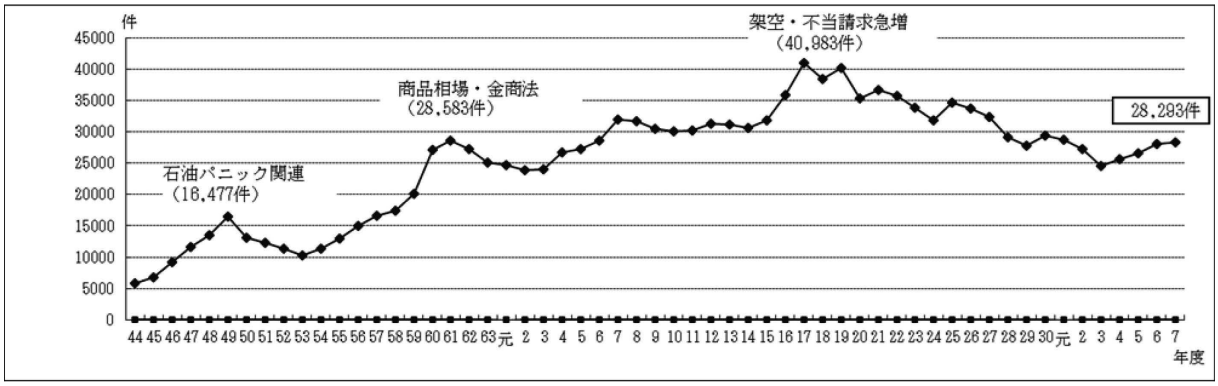
都民の利便性向上及び消費者被害の防止・救済を図るため、平成 21 年４月から土曜相談を開始するとともに、平成 25 年４月からは受付時間を１時間延長し、午後５時までとした。

また、日本語による相談が難しい相談者に対して、平成 29 年４月から通訳センターと電話回線を繋ぎ、英語・中国語・韓国語の通訳を介した三者間通話による外国語相談を開始し、令和５年４月からはタガログ語・ベトナム語を加え、５か国語に対応できるようにした。電話による相談が難しい聴覚障害者を対象として、平成 30 年７月からメール相談を、平成 31 年４月からタブレットを介した遠隔手話通訳システムを導入した。令和５年２月からは、消費者が自身で容易に情報収集を行い、問題解決を図ることができる環境を整備するため、チャットボットの運用を開始した。

・相談窓口

区　　分	相談専用電話	受付時間
消費生活相談	03（3235）1155	月曜日～土曜日 午前９時～午後５時
架空請求110番	03（3235）2400	
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	

・東京都消費生活総合センターで受け付けた年度別相談件数の推移



・相談受付実績（令和７年度）　　（単位：件）

	相談受付総件数	主な内容		
		高齢者相談	架空･不当請求相談	多重債務相談
都センター	28,293	8,813	1,074	421
都内全域	145,501	50,668	7,778	2,108

※内容の各項目は、一部重複

(ｱ)　専門分野活動

相談内容の複雑化・高度化に対応するため主任相談員制度を設けるとともに、専門分野グループ別に相談員を配置し、相談処理の向上を図っている。

専門分野グループ体制による活動については、消費生活総合センターにおける相談業務の質の向上のみならず、区市町村の相談処理業務の支援に役立てている。

専門分野は、新人相談員を育成する班と社会経済状況から的確な把握と対応が必要な分野を選定し、次の10グループとなっている。

・専門分野

指導育成班	法制度・学習	サイドビジネス	美容等
不動産	金融・多重債務	通信・デジタルコンテンツ	旅行等
高齢者支援	安全・表示		

(ｲ)　消費生活相談アドバイザー制度

都及び区市町村で受け付けた相談のうち高度・専門的な判断を必要とする案件の処理において、相談員及び職員が専門的な助言を得ることを目的に、弁護士等の専門家（12名）を消費生活相談アドバイザーとして委嘱している。

(ｳ)　消費生活相談カウンセラー制度

近年、心の病気を抱える相談者やギャンブル・アルコール・買い物などの依存症等から消費者トラブルを抱える相談者からの相談が増えてきている。専門家から必要に応じて助言を得ることで心の病気等を抱える相談者に適切に対応するとともに、都及び区市

町村の相談員・職員の精神的な負担を軽減することなどを目的として、平成28年度から精神保健福祉士を消費生活相談カウンセラーとして委嘱している。

(ｴ)　特別相談の実施

消費者被害の救済及び未然防止のため、特に消費生活相談の多い年齢層や取引など対象を特定して、そのトラブルが多く発生しやすい時期等を相談日と定め実施している。

・事業実績（令和７年度）

「高齢者被害特別相談」　（令和７年９月）

「多重債務110番」　（令和７年９月及び令和８年３月）

「若者のトラブル110番」　（令和８年３月）

イ　区市町村支援

(ｱ)　相談処理に係る情報提供等

都及び区市町村における情報の共有化を図るため、定期的に情報連絡会を開催している。また、相談処理マニュアルとして活用してもらうため、相談処理の参考になる情報をまとめた月刊の冊子「今月の消費生活相談」を発行し、区市町村に配布している。

・事業実績（令和７年度）

情報連絡会　24回（23区対象12回、市町村対象12回（オンラインまたは対面開催））

「今月の消費生活相談」の発行　12回

(ｲ)　消費生活相談支援サイト

都及び区市町村の消費生活相談窓口が関連の行政情報や事業者情報等を共有して迅速・的確な相談処理、厳正な事業者指導等に活用できるよう、消費生活相談支援サイトを運営し、相談処理に必要な最新情報を「相談実務メモ」として随時発信している。

・消費生活相談支援サイト運用状況（令和８年３月末現在）　23区、26市、１町

・相談実務メモの発信（令和７年度実績）　114件

ウ　関係機関との連携

広域的・多発的に発生する同種の消費者被害の未然防止・拡大防止と効果的な救済を図るため、関連業界団体等との情報交換を行い、事業者の事業活動の健全化を促進している。

エ　消費者注意情報等の発信

相談の受付状況から消費者被害が急増している、又は急増するおそれがあると判断したときなどには、被害の未然防止・拡大防止のため「消費者注意情報」等を発信し、都民に情報提供している。

オ　相談情報システム

(ｱ)　システムの運用

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に寄せられた相談情報を蓄積、相談処理に活用している。また、区市町村における相談情報システムの運用についても支援してい

る。

・ＰＩＯ－ＮＥＴ運用状況（令和８年３月末現在）

消費生活総合センター、23区、26市、１町

※　ＰＩＯ－ＮＥＴは、消費者被害の防止、被害の救済に役立てることを目的に、全国の消費生活センターと国民生活センターをネットワークで結び、全国の相談窓口で受けた相談情報を収集するシステムの名称

(ｲ)　相談情報の分析

消費者被害の未然防止・拡大防止に役立てるため、相談情報システムに蓄積されたデータから前年度の相談傾向を分析した「消費生活相談年報」を発行し、関係機関に配布している。

また、消費者トラブルの多い商品分野等を選択してテーマ別分析を行い、ホームページで公表している。

・分析テーマ（令和７年度）危害・危険、高齢者、若者、電話勧誘と家庭訪販

カ　相談テスト・技術情報提供

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ことにより、都内区市町村の消費生活相談窓口の相談解決に資する技術的支援を行っている。

製品使用時の危害・危険や不適切な商品表示に関する複雑困難な事例が増えていることから、平成21年４月に消費生活相談員の「安全・表示グループ」を設置し、技術支援部門と密接に連携し、受け付けた相談に対応している。

・事業実績（令和７年度）

分類	食料品	住居品	光熱水品	被服品	保健衛生品	教養娯楽品	車両・乗物	土地・建物	その他	合計
相談テスト	0	2	0	4	1	0	0	0	0	7
技術情報	37	196	11	107	56	91	66	128	42	734

※区市町村からの依頼分を含む。

○　テスト実施例

- 「クリーニングによるブランドロゴの破損と穴あき」の相談について、テストを行った結果、ロゴパーツ取付け部の表生地の裏側には、補強のために硬い芯が用いられていた。ロゴパーツ周辺に細かな穴が集中しているのは、破損したパーツがクリーニング中の摩擦によって傷つけたことが影響したと考えられる。
- 「スーツ生地の色の差異」の相談について、色差測定の結果から、ジャケットとパンツの表生地に目視で判別できる色差はないといえる。生地の緩やかな凹凸によっても濃淡が表れやすい。２枚の表生地が重なった際の地の目の角度差や、それを見ている

角度、また、斜文線によるわずかな段差においても、その模様や陰影によって色の見え方が異なることが考えられる。

キ　被害の救済（消費生活総合センター活動推進課）

東京都消費生活総合センター等に寄せられた苦情、相談のうち、都民の消費生活に著しく影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある紛争について、東京都消費生活条例第29条に基づき、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・調停」を行うことにより、公正かつ速やかな解決を図っている。

また、付託案件に係る消費者訴訟に対して、東京都消費生活条例第31条により訴訟資金の貸付け等の必要な援助を行っている。

平成24年度からは、より多くの消費者被害の救済を図るため、消費生活総合センターに寄せられた苦情、相談に加え、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、相談も対象にするなど受付範囲を拡大した。さらに、従来の部会（あっせん・調停第一部会）に加えて、新たに迅速かつ機動的な審議を図るための部会（あっせん・調停第二部会）を設置し、委員会の機能強化を図っている。

・事業実績（令和７年度）

処理件数　３件（継続１件、新規付託２件）

〔継続案件〕

紛　争　名	個別クレジットを利用した全身脱毛エステティック契約に係る紛争
処 理 期 間	令和６年10月22日 ～ 令和７年９月30日
処 理 結 果	あっせん解決

〔新規付託案件〕

紛　争　名	家庭教師及び関連する教材等の契約に係る紛争
処 理 期 間	令和７年７月18日 ～
処 理 結 果	審議中

紛　争　名	高齢者等終身サポート契約に係る紛争
処 理 期 間	令和８年１月７日 ～
処 理 結 果	審議中

⑵　情報提供、消費者教育及び活動支援（消費生活総合センター活動推進課）

都民が消費生活を営む上で、主体的・合理的に行動できるよう必要な情報を収集し、様々な方法で提供している。

ア　情報提供及び被害防止啓発

(ｱ)　図書資料室等の運営

都民が消費生活を営む上で必要な情報を提供するために、図書資料室を設け、消費生活に関する書籍・雑誌・資料・ＤＶＤ等を収集して、閲覧及び貸出を実施している。

展示コーナーでは、商品テスト物（サンプルを含む。）などの展示を行い、消費者啓発を図っている。

パンフレットコーナーでは、消費生活に関する、都・国・事業者団体等の発行したパンフレットを集め、都民に提供している。

a　図書資料室利用時間

消費生活総合センター	多摩消費生活センター
月曜日～木曜日 ： 午前９時～午後５時 金曜日 ： 午前９時～午後８時 土曜日 ： 午前10時～午後５時 （注）日曜日・祝日・年末年始・蔵書点検期間は休室	月曜日～金曜日 ： 午前９時～午後５時 （注）土曜日・日曜日・祝日・年末年始・蔵書点検日は休室

b　蔵書資料等　（令和８年３月末現在）

	消費生活総合センター	多摩消費生活センター
図　書　資　料	20,405冊	7,105冊
雑　　誌	5,100冊	166冊
ＣＤ‐ＲＯＭ･ＤＶＤ等	564本	269本

c　図書資料室の利用状況（令和７年度）

利用者数　34,608人　　※ 多摩消費生活センターを含む。

d　展示パネルの作成

多摩消費生活センターでは、消費生活の基礎知識や今日的な課題、商品の安全性や品質などについて、パネルを作成して展示を行うとともに、区市町村や消費者団体等へパネル等を貸し出すことにより消費者啓発を図っている。

(ｲ)　「東京くらしねっと」の発行

消費生活に関する様々な問題、消費生活相談事例、商品テスト結果、安全情報などを提供する情報誌「東京くらしねっと」を、主に高齢者を対象として隔月で発行している。



・事業実績（令和７年度）

発行部数　７万５千部

また、Ｗｅｂ版も作成し、ホームページに掲載している。

(ｳ)　視覚障害者のための情報提供

文字による情報を入手しにくい視覚障害者を対象に、「東京くらしねっと」ＣＤ版を作成し、団体等に配布している。

(ｴ)　消費者被害防止啓発

消費者被害の未然防止・拡大防止を図るために、ポスター、リーフレットや交通広告

等の様々な広報媒体により、都民を対象とした啓発事業を実施している。

特に、悪質商法による消費者被害に遭いやすい高齢者と若者に対象を絞ったキャンペーンを行い、それぞれの対象別にわかりやすい内容のリーフレット等を作成・配布するなどにより、効果的な消費者被害防止啓発に努めている。

a　高齢者被害防止キャンペーン

敬老の日を含む９月を「高齢者被害防止キャンペーン月間」とし、ポスター、リーフレット、ステッカーを作成し、高齢者施設等に配布するとともに、交通広告を実施している。



また、関東甲信越ブロック１都９県６政令指定都市及び国民生活センターと連携し「高齢者被害防止共同キャンペーン」を実施しているほか、平成27年度からは、宅配事業者等と連携し、高齢者や高齢者を見守る方を対象に、悪質商法に関するリーフレットを直接届ける取組を実施している。

b　若者被害防止キャンペーン

関東甲信越ブロック１都９県６政令指定都市及び国民生活センターと共同で、毎年１月から３月に「悪質商法被害防止共同キャンペーン」を実施している。



令和６年度からは、ポスター、リーフレットを大学、ボウリング場等の若者が多く集まる場所に配布するとともに、ＳＮＳを活用した動画広告等を実施している。また、高等学校２年生を対象に、成人になる前に押さえておきたい消費生活の知識や消費者トラブルに巻き込まれた場合の相談機関を紹介した啓発用のノートを作成し、学校を通じて配布している。

さらに、成年年齢引下げによる消費者被害防止のための若者参加型事業を実施。消費者被害をテーマに、中学生以上29歳以下の若者からＣＭシナリオ又は動画を公募。選考された作品をもとにＣＭ動画を制作し、ＳＮＳ等での公開や、地上波ＴＶでの放送などのプロモーションを実施した。

イ　消費者教育事業

都民が消費生活において必要な知識や判断力を習得し、「自立した消費者」として、主体的に行動できるように各種教育講座の開催、消費者学習教材の制作・提供を行っている。

(ｱ)　教育講座の開催

自立した消費者の育成を目的として各種教育講座を実施している。

講　座　名	目的・内容
啓発講座	身近で話題性のあるテーマを取り上げ、参加者が講義や実験を通じて消費者問題についての知識を得て、消費者意識を向上させ、消費者の権利を自覚することを目的とした講座 講義講座、実験実習講座、食育講座(*)、親子夏休み講座(*)、消費者問題連続講座(*)等を開催　（*）は多摩消費生活センターのみで実施
消費者問題マスター講座	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た連続講座
市町村共催講座	多摩地域の市町村の要望を受けて共催で実施する講座で、市町村支援の一環として実施（多摩消費生活センターで実施）

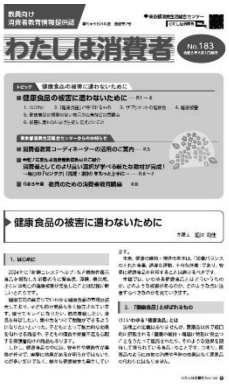
(ｲ)　学校教員向け支援

a　教員講座の開催

夏休み期間に、教員を対象として、学校における消費者教育に必要な知識を提供するための講座を実施している。

b　教員への情報提供

学校における消費者教育に取り組む教員を支援するため、教員向け情報提供誌「わたしは消費者」を年４回発行している。また、Ｗｅｂ版も作成し、ホームページに掲載している。



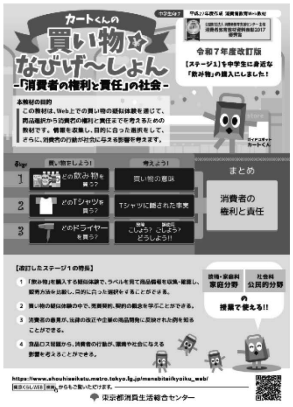
c　消費者教育Ｗｅｂ教材の作成

学校での消費者教育の推進を図るため、授業で使用することを想定した消費者教育教材をＷｅｂ版で作成し、ホームページに掲載している。

(ｳ)　消費者教育用ＤＶＤの作成

家庭・地域・学校等における消費者学習に活用できる「楽しくわかりやすい教材」として、消費者教育用ＤＶＤを作成し、区市町村や図書館、学校等に配布している。

また、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）が実施する出前講座や区市町村主催の都民向け講座の教材として活用することにより、消費者教育の推進を図っている。



・事業実績（令和７年度）

成人・高齢者向けＤＶＤ「服の案内人ジョー・ランドリーと学ぶ　未来につながる“センタク”」の作成・配布

(ｴ)　消費者教育コーディネーターの配置

消費生活部門と学校教育部門のより強固な連携を構築し、消費者教育事業を学校現場に普及させるため、消費生活総合センターでは令和２年度に高等学校担当、令和４年度に中学校担当の消費者教育コーディネーターを配置した。

また、令和５年度からは、特別支援学校等でもコーディネートを推進している。

さらに、令和６年度に大学や専修学校等と連携した若者への消費者教育を強化するため、大学等を対象とした消費者教育コーディネーターを配置した。

・事業実績（令和７年度）

区　　分		内　　容	件数
中学校・高等学校等	広報活動	校長会等や教員向けメールマガジンにおけるコーディネーター活用案内	46件
	個別相談	消費者教育内容や実施方法に係る学校からの質問等への対応	57校
	学校コーディネート	グループワークを取り入れた授業や講座等実践的な消費者教育の実施	40校
大学等での実施実績		大学祭等でのイベント実施、学内サイネージでの動画放映、出前講座　等	133件

ウ　活動支援・協働

消費者問題の解決に向けて、消費者団体・グループなど自ら学習・情報発信する消費者を支援し、協働するため、活動の場の提供や講師の派遣などの支援を行っている。

また、区市町村の消費生活行政を支援するため、研修会や消費生活行政情報誌の発行を行っている。

(ｱ)　協働による情報発信

a　出前講座

消費者問題に関する一定の知識を身につけた者を東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）として養成し、「出前講座」の講師として派遣している。

・事業実績（令和７年度）

実施回数　　250回　受講者数　21,469人

委　　嘱　　41人（一般啓発　34人、商品テスト　７人）

b　高齢者見守り人材向け出前講座

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、医療機関、配送事業者、町会・自治会、老人クラブのほか、地域の高齢者見守りネットワークの関係者など、高齢者を見守る方々を対象に、被害の早期発見、消費生活センター等への通報等に協力してもらうため、悪質商法の特徴、被害発見のポイント、被害発見時の対応などについて出前講座を行っている。

・事業実績（令和７年度）

実施回数　　138回　受講者数　3,077人

c　出前寄席

多発する消費者被害の未然防止を図るため、都内大学の落語研究会及び社会人ボランティアが、悪質商法への対応策等を都民に分かりやすく伝える落語等を制作・上演

する「出前寄席」を実施している。

・事業実績（令和７年度）

シナリオ制作　　新作台本　落語４演目　漫才１演目
　　改訂台本　落語１演目

出前寄席の実施　　416回　参加者数　24,525人

d　協働学習会

一般消費者への情報発信のための学習会を消費者団体・グループと協働して実施している。

・事業実績（令和７年度）

学習会の実施　　７回　参加者数　253人

e　東京都生活協同組合連合会との協働事業

東京都生活協同組合連合会との協働により、高齢者の消費者被害防止をテーマとした講演会等を企画・実施している。

・事業実績（令和７年度）

講演会　　１回　参加者数　96人

(ｲ)　活動支援

消費者の自主的な学習や活動に寄与するとともに、これらの活動を行うグループと協働するため、各種情報及び活動の場を提供する。

a　活動の場の提供

消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの教室、学習室、保育室などを消費者問題についての学習活動の場として提供している。（対象は、消費生活問題について学習・活動している都内の団体・グループ及び教育機関）

b　消費者団体・グループの学習支援

消費者団体・グループ等の実験・実習に関する助言・テスト指導等を行っている。

(ｳ)　消費者月間事業

都民の消費者としての自覚を促すとともに、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消費者団体相互の連携強化、③消費者・事業者・行政の協働の推進を目的とし、各種事業として「くらしフェスタ東京」（消費者月間事業の愛称）を展開している。

a　見て、聞いて、話そう！交流フェスタ2025（参加者数　約16,000人）

「消費者被害防止」「くらし」「環境・エシカル」「食」「子ども」「安全対策」の６つのエリアで、41の消費者団体・企業・行政が、パネル展示・クイズラリー等を実施

b　メインシンポジウム（参加者数 122人、動画配信 355回）

講演会：「ネット社会の落とし穴と私たちの選択－誹謗中傷・フェイク情報・社会への影響」

講師：山口　真一氏（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター教授）

c　東京のがんばる農業応援企画　食と農セミナー（参加者数 82人）

講演会：「コメ農家が伝える これまでの挑戦と今後の展望」

講師：横田　修一氏（(有)横田農場　代表取締役／茨城県稲作経営者会議会長）

d　エシカル消費(動画配信 1,383回)

オンライン講演会：「楽しいエコライフ～悲壮感のない節約・節電・節水術教えます！～」

講師：赤星　たみこ氏（漫画家／エッセイスト）

e　地域企画（消費者月間事業として、地域の特性・ニーズに合わせた企画を実施）

２会場（多摩会場、八王子会場）

f　協賛事業

71件

(ｴ)　高齢者被害対策

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。

(ｵ)　区市町村消費生活行政支援

a　消費生活行政担当職員等の研修会の実施

区市町村の消費生活行政の支援として、消費生活行政担当職員及び相談担当職員向けに職務に係る知識の充実を図るための研修を行っている。

b　消費生活行政情報の提供

都・国・区市町村の消費生活行政に係る最近の情報を都・区市町村で相互に共有するため、「東京都・区市町村消費生活行政情報」を発行している。

⑶　消費生活総合センターの管理運営（消費生活総合センター活動推進課）

ア　管理運営

消費生活総合センターの事業運営を適切に行うため、センター業務に関する基本的な事項について協議する運営協議会を設置している。運営協議会は、学識経験者、事業者団体代表、消費者団体代表で構成している。

また、消費生活総合センターと区市町村の消費生活センターとの情報交換を行うため、都区市町村消費生活センター所長会を開催している。

さらに、消費生活総合センターの事業及び施設の利用等について、消費者や消費者団体の意見・意向を反映させ、利用者の主体的な活動に資する運営を行うため、利用者懇談会を開催している。

イ　消費生活総合センター建物維持管理

消費生活総合センター事業実施のため、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの建物維持管理を行っている。

〔施設概況〕

名称	所在地	面積(㎡)	施設内容	開設年月
消費生活総合センター	新宿区神楽河岸1-1 セントラルプラザ 10・15・16・17階	2,313.67	相談窓口、図書資料室、教室、学習室、活動作業室、保育室、展示・交流コーナー、実験実習室、相談テスト室、倉庫	昭和44年４月 (東京都消費者センター) 昭和59年４月移転 平成９年４月名称変更
多摩消費生活センター	立川市曙町1-22-17 ｱｰﾊﾞﾝｾﾝﾀｰ立川３階	587.96	教室、学習室、図書資料室、交流コーナー、保育室	平成９年４月 平成20年３月移転 令和６年３月移転 ※実習室は北多摩北部建設事務所にて引き続き運用
	立川市柴崎町2-15-19 東京都北多摩北部 建設事務所３階	192.00	実習室（実験・調理）	

7　計量の適正化

(1)　事業登録・届出・指定（計量検定所管理指導課・検査課）

取引、証明に使用され、又は主として一般消費者の生活の用に供される計量器のうち、政令で定めるものを特定計量器という。計量法の規定に基づき、特定計量器の製造の事業を行おうとする者は都道府県知事を経由して経済産業大臣に、また、修理・販売の事業を行おうとする者は都道府県知事に届け出なければならない。

指定製造事業者及び国の指定に係る適正計量管理事業所の指定を受けようとする者は都道府県知事を経由して経済産業大臣に申請することになっている。また、国の指定に係る事業所を除く適正計量管理事業所の指定は都道府県知事に申請することになっている。

大臣権限の届出・申請等については、計量検定所で法令の基準に適合しているかを検査し、その結果を添えて経済産業省へ送付する。

計量証明事業を行おうとする者は、都道府県知事に申請し事業の登録を受けることになっており、要件を満たしている者には登録証が交付されている。

計量士の登録を受けようとする者は、都道府県知事を経由して経済産業大臣に申請をすることになっている。

ア　製造・修理・販売事業の届出

計量法では特定計量器の製造・修理・販売事業を届出制とし、一定の要件を備えた者が事業を行うことができる。製造・修理事業の場合は計量器の検査設備が一定の基準に適合すること、また、販売事業の場合は営業所を有することが要件となっている。

・事業実績（令和７年度）

(ｱ)　製造・修理事業

a　新規届出等件数

区　分	新規届出	変更等	廃　止	計
製　造	0	55	6	61
修　理	0	76	15	91

b　事業区分別事業者数　（令和８年３月31日現在）

事業区分	製造	修理	事業区分	製造	修理
タクシーメーター	2	24	排水積算体積計等	0	1
質量計第１類	12	23	量器用尺付タンク	1	0
質量計第２類	11	17	密度浮ひょう等	3	0
分銅等	6	3	耐圧浮ひょう型密度計	1	0
自重計	0	14	圧力計第１類	12	0
ガラス製温度計	12	0	圧力計第２類	12	6
ガラス製体温計	0	0	血圧計第１類	4	7
抵抗体温計	0	2	血圧計第２類	2	0
皮革面積計	1	1	積算熱量計	0	0
水道メーター第１類	1	0	照度計	3	0
水道メーター第２類	1	0	騒音計	1	1
温水メーター	0	0	振動レベル計	1	2
自動車等給油メーター	6	6	濃度計第１類	1	6
小型車載燃料油メーター	6	6	濃度計第２類	6	2
大型車載燃料油メーター	5	3	濃度計第３類	5	3
微流量燃料油メーター	0	0	ホッパースケール	20	11

定置燃料油メーター等	4	3	充填用自動はかり	28	10
液化石油ガスメーター	2	2	コンベヤスケール	16	5
ガスメーター第１類	1	0	自動捕捉式はかり	13	12
ガスメーター第２類	1	0	その他の自動はかり	20	10
排ガス積算体積計等	0	1	合　　計	220	181

(ｲ)　販売事業

a　新規届出等件数

新規届出	変　　更	廃　　止	計
28	130	2	160

b　届出事業者数

令和７年度末の販売事業届出事業者数は、968である。

イ　指定製造事業者の指定

指定製造事業者は、届出製造事業者のうち一定水準以上の品質管理能力を有すると経済産業大臣に認められた者が指定される。

指定を受けることによって、型式承認を受けた特定計量器について、公的機関の検定に代えて、技術基準に基づく自主検査により基準適合証印を付すことができる。

・事業実績（令和７年度）

〔指定等件数〕

指定申請	指定検査	変　　更	変更検査	立入検査	廃　　止
0	0	3	0	2	0

〔事業区分別指定製造事業者数　（令和８年３月31日現在)〕

事業区分	騒音計	振動 レベル計	濃度計 第一類	計
届出数	1	1	1	3

ウ　計量証明事業の登録

計量証明事業には、質量に係る計量（トラックの積載重量等)、面積に係る計量（皮革取引）の証明を行う一般計量証明事業と、大気、水又は土壌中の物質の濃度、騒音や振動の大きさなどを証明する環境計量証明事業とがある。登録の基準は事業所ごとに必要な設備を有し、使用される計量器が一定の基準に適合すること、計量器の取扱上必要な知識経験を有する者が置かれ、その者が当該事業に係る計量管理を行うことである。

・事業実績（令和７年度）

〔登録等件数〕

区　分	新規登録	変更等	再交付	廃　　止	計
一般計量証明	4	102	2	7	115
環境計量証明	1	179	0	0	180

〔事業区分別計量証明事業者数〕　（令和８年３月31日現在）

事業区分	一般計量証明					環境計量証明				計
	長　さ	質　量	面　積	体　積	熱　量	濃　度	特定濃度	音圧レベル	振動加速度レベル	
登録数	0	243	7	6	0	83	1	70	61	471

エ　計量士の登録

計量法では、計量器の検査等の計量管理を適正に行うために必要な知識・経験を有する者に、一定の要件のもとに計量士の資格を付与し、経済産業大臣の登録を受ける制度が定められている。計量士の登録区分には、一般計量士、環境計量士（濃度関係）及び環境計量士（騒音、振動関係）がある。

・事業実績（令和７年度）　（単位：人）

区　　分	登　録	再交付	資格認定	計
一般計量士	5	0	3	8
環境計量士	41	4	0	45
計	46	4	3	53

オ　適正計量管理事業所の指定

計量法では、適正な計量の実施を確保する施策の一つとして、法令に定める基準を満たし適正な自主計量管理を行うことが可能な事業者を適正計量管理事業所として指定する制度を設けており、指定を受けた事業所は、計量士による特定計量器及び量目の計画的な自主検査と従業員の指導並びに法定定期検査の実施が義務付けられている（計量法第19条第2項及び第128条）。

・事業実績（令和７年度）

〔指定等件数〕

区　　分	新規指定	指定検査	変更等	廃止	調査
国の権限に属するもの	0	0	0	0	0
都の権限に属するもの	2	2	3,057	7	88
計	2	2	3,057	7	88

〔適正計量管理事業所総数　（令和８年３月31日現在）〕

区　　分	事業所数
国の権限に属するもの	0
都の権限に属するもの	2,334
計	2,334

※郵政民営化（平成19年10月１日）により、郵便局等は国から知事へ指定が変更されている。

⑵　検定（計量検定所検定課）

検定とは、製造、修理、輸入された特定計量器が、法で定める構造に係る技術上の基準に適合し、器差が検定公差を超えていないか検査し、合格した特定計量器には、通常の使用状態において見やすく消滅しにくい部分に、検定証印を付すことで、取引又は証明における法定計量単位による計量に使用可能とする制度である。

検定の実施主体は、政令で計量器の区分ごとに経済産業大臣、都道府県知事等と定められており、一般的に使用されている特定計量器の多くは、都道府県知事が検定を行っている。

また、検定、定期検査等での器差の合否判定等は、法で定める基準器を用いて実施する。

ア　特定計量器の検定

近年、計量法関連の政省令改正が続き、特定計量器に関する技術基準が不明確となった。

こうした背景から、適正な品質管理体制を維持継続し、法令及び引用するJIS規格等を遵守した「正確な特定計量器の供給を確保」するため、計量検定所が、経済産業省等の関係機関と確認の上、届出製造・届出修理事業者に対して特定計量器の基準適合義務を果たすための指導・改善指示等を適切に実施することが重要な業務となってきている。

東京都が検定を行う主な特定計量器は、以下のとおりである。

・事業実績（令和７年度）

特定計量器の種類			検定個数	不合格数	不合格率
タクシーメーター		タクシーメーター装置検査	44,622	61	0.2%
体積計	積算体積計	水道メーター	0	0	—
		燃料油メーター	675	5	0.8%
		液化石油ガスメーター	88	0	0.0%
	量器用尺付タンク		1,311	1	0.1%
質量計		非自動はかり、分銅等	8,763	23	0.3%
皮革面積計			1	0	0.0%
温度計		ガラス製温度計	222	18	8.1%
		ガラス製体温計	0	0	—
アネロイド型圧力計		アネロイド型圧力計	2,572	8	0.4%
		アネロイド型血圧計	56,422	5,019	8.9%
密度浮ひょう			343	2	0.6%
濃　度　計		酒精度浮ひょう	386	110	28.5%
浮ひょう型比重		比重、重ボーメ度、日本酒度浮ひょう	5,361	99	1.9%
合　　計			120,766	5,346	4.5%

イ　基準器検査

基準器とは、特定計量器の検定、定期検査その他計量器の検査等の経済産業省令で定めるものに用いる計量器である。

・事業実績（令和７年度）

区　　分	検査個数	不合格数	不合格率	有効期間
タクシーメーター装置検査用基準器	9	0	0.0%	4年
質量基準器（基準分銅・基準はかり）	1,593	7	0.5%	1年、3年、5年
面積基準器（基準面積板）	1	0	0.0%	3年
基準積算体積計（基準ガスメーター）	0	0	—	2年
基準タンク（液体メーター用基準タンク）	8	1	12.5%	5年、8年
計	1,611	8	0.5%	種類ごとに規定

⑶　定期検査・計量証明検査（計量検定所検査課）

ア　定期検査

特定計量器のうち、「非自動はかり（一部除く）」、「分銅及びおもり」、「皮革面積計」は、

その構造、使用条件、使用状況等からみて、その性能及び器差に係る検査を定期的に行うものであると政令で定めている。取引又は証明に使用しているこれらの特定計量器について、２年に１回（皮革面積計は、１年に１回)、実施の期日及び場所等を公示し定期検査を行っている。

イ　計量証明検査

(ｱ)　一般計量証明検査

計量証明事業者が計量証明に使用する特定計量器で、政令で定めるもの（「非自動はかり」、「分銅及びおもり」、「皮革面積計」）については、計量証明検査を２年に１回（皮革面積計は、１年に１回）行っている。

(ｲ)　環境計量証明検査

環境計量証明事業者が使用している音圧レベル、振動加速度レベル及び濃度の計量証明に使用する特定計量器（「騒音計」、「振動レベル計」、「濃度計」）については、３年に１回計量証明検査を行っている。

ウ　指定定期検査機関への委託

「非自動はかり」、「分銅及びおもり」の定期検査及び計量証明検査については、以下のとおり、指定定期検査機関への委託を行っている。

平成14年4月から	２tを超えるもの
平成16年4月から	250kgを超えるもの
平成20年4月から	250kg以下のはかりのうち都が指定した地域

※　平成18年度からは、一部で実施していた集合検査を廃止し、全件所在地（特定計量器使用場所）に出向いて定期検査を実施

・事業実績（令和７年度）

区　　分		検査個数	不合格個数	不合格率
①　定期検査		33,567(25,638)	394(210)	1.2(0.8)%
②　計量証明検査	一般計量証明検査	101(　　93)	1(　1)	1.0(1.1)%
	環境計量証明検査	48	0	0.0%
	計	149(　　93)	1(　1)	0.7(1.1)%

(　) は指定定期・計量証明検査機関による実績で、内数

⑷　計量受託検査（計量検定所検定課）

東京都計量受託検査条例に基づき、使用者から申請のあった取引証明以外に使用する計量器及び物質の量の確認並びにはかりの検査等に用いる実用基準分銅の検査を実施している。

また、計量標準供給の国際整合性、品質管理の向上に伴い、国内における計量計測トレーサビリティ確保のニーズが高い実用クラスの分銅の標準供給を行い、都内企業の品質管理の向上、輸出促進への技術支援に貢献するため、平成14年にＪＣＳＳ校正事業者（質量区分:分銅等）の認定（国際MRA対応）を受け、国際的に通用する校正証明書を発行している。

（ＭＲＡ：(Mutual Recognition Arrangement) 多国間の相互承認）

・事業実績（令和７年度）

区　　分		検査個数
計量受託検査	取引証明外計量器・物質の量の確認及び実用基準分銅の検査	143
	ＪＣＳＳ校正「国際ＭＲＡ認定番号：JCSS0114」	351
	計	494

⑸　立入検査（計量検定所検査課）

ア　商品量目立入検査

各種商品の取引に当たっての商品量目の適否は、都民の経済生活に大きな影響を及ぼすことから、不適正量目を排除するため、百貨店、スーパーマーケット、一般小売店、食品製造所等の立入検査を行っており、夏期・年末時期の商品流通の繁忙時期には、例年、集中的な検査を実施している。

・事業実績（令和７年度）

区　　分	検査件数	不適正件数	不適正率
百　　貨　　店	0	0	－
スーパーマーケット	4,680	48	1.0%
一　般　小　売　店	161	2	1.2%
食　品　製　造　所　等	96	0	0.0%
計　量　相　談・苦　情	42	9	21.4%
計	4,979	59	1.2%

イ　計量器立入検査

特定計量器のうち、取引や証明に使用されている非自動はかり、ガス・水道メーター、燃料油メーター、タクシーメーター、電気子メーター等を対象に検定証印等の有無、有効期間の確認、定期検査の受検状況、また、使用方法の適否などの監視を目的として検査を実施し、適正な計量の実施を確保している。

・事業実績（令和７年度）

区	分	検査件数	不適正件数	不適正率
定期検査対象のもの	非自動はかり	578	4	0.7%
	皮革面積計	0	0	－
	計	578	4	0.7%
有効期間のあるもの	水道メーター	53	0	0.0%
	都市ガスメーター	0	0	－
	燃料油メーター	376	1	0.3%
	液化石油ガスメーター	1	0	0.0%
	石油ガスメーター	186	0	0.0%
	タクシーメーター	0	0	－
	タクシーメーター(駅頭)	0	0	－
	温水メーター・積算熱量計	0	0	－
	電気メーター	0	0	－
	電気子メーター	0	0	－
	水道・温水子メーター	0	0	－
	計	616	1	0.2%
計量器検査小計		1,194	5	0.4%
計量相談・苦情等		0	0	－
管理台帳調査		320,788	147	0.05%
合計		321,982	152	0.05%

ウ　買取検査

立入検査では内容量の確認が困難なもの、包装を破棄しなければ風袋量を把握できないもの、風袋量が不明確なもの、自然減量率の影響が大きいもの、商品量目について計量相談・苦情があったもの等の商品を、百貨店・スーパーマーケット等から買い取り、量目及び表記等について検査している。

・事業実績（令和７年度）

商品量目買取検査の成績　　上段：量目検査、下段：表示検査　（　）内：%

実施時期	買取商品名	検査種別	検査品目数	不適正品目数	検査件数	不適正件数
令和８年２月18日～３月６日	パスタソース	量目	10	0(0.0)	30	0(0.0)
		表示	10	0(0.0)	30	0(0.0)
令和８年２月18日～３月６日	ふりかけ	量目	10	0(0.0)	30	0(0.0)
		表示	10	0(0.0)	30	0(0.0)
令和８年２月25日～３月６日	グミ	量目	15	0(0.0)	45	0(0.0)
		表示	15	0(0.0)	45	0(0.0)
令和８年２月25日～３月６日	チョコレート	量目	14	0(0.0)	42	0(0.0)
		表示	14	0(0.0)	42	0(0.0)

エ　計量適正化協議会

立入検査及び買取検査の結果に基づき改善等を必要とする事業者及び関係業界団体に対し、計量の適正化に向け開催しているが、令和７年度は該当事業所等がなかったため開催していない。

⑹　普及啓発等（計量検定所管理指導課・検査課）

計量知識の普及啓発のため、消費者計量講習会、事業者計量講習会を実施するとともに、計量記念日事業等により、正しい計量を確保するための施策についてＰＲを行っている。

ア　消費者計量講習会

・事業実績（令和７年度）

７回　　参加延べ人数　　318人

イ　事業者計量講習会・説明会

・事業実績（令和７年度）

15回　　参加延べ人数　　318人

ウ　計量記念日事業

11月１日の計量記念日を中心に計量展「都民計量のひろば」（イベントの実施、WEB版の公開）、商店等の正量取引強調運動、計量管理強調運動等を実施している。

エ　消費生活展への参加

区市町村等が主催する「消費生活展」等に参加し、消費者に計量の意義をＰＲしている。

・事業実績（令和７年度）

10区・１市・その他３

オ　東京都消費生活調査員による計量調査

東京都消費生活調査員（区分Ｃ：計量調査）に、食料品を主とする計量販売実態の調査を依頼し、計量行政上有用な情報を収集するとともに、計量調査用の「はかり」を貸与し消費者の計量商品等の量目管理に対する認識の向上を図っている。

・事業実績（令和７年度）

・調査員人数　100人

・調査対象品　食料品を主とした計量販売商品

・調 査 期 間　令和７年７月～12月

・調 査 品 数　5,243品

カ　児童向け普及啓発事業

小学校の児童を対象に、計量や計量制度に対する理解を深めることを目的として、夏休み期間のイベントや計量教室等を開催している。

・事業実績（令和７年度）

(ｱ)　親子はかり教室

夏休み６日間　97組218人、特設ＷＥＢページの公開

(ｲ)　区市町村主催計量教室（区市町村で開催）

１区　48人

(ｳ)　出前計量教室（都内公立小学校へ出向いて開催）

３小学校　４教室　165 人

キ　計量相談

年間を通じて、消費者や事業者、区市町村及び他府県の行政関係者、報道関係者からの計量に関する相談や問い合わせについて回答を行っている。

・事業実績（令和７年度）

相談項目	相談件数	構成比
商品量目・表示関係	124	34.4%
特定計量器関係	16	4.4%
計量証明関係	38	10.5%
計量法の解釈等	10	2.8%
事業者届出・登録・指定等	173	47.9%
その他	0	―
合　　計	361	100.0%

⑺　計量技術の国際協力（計量検定所管理指導課）

国際協力事業の一環として、昭和61年以降実施している経済産業省の協力依頼に基づくＪＩＣＡ、ＡＯＴＳ等の「計量技術に関する研修事業」の研修生受け入れのほか、海外からの視察団の受入れなどを行っている。

⑻　計量検定所の建物維持管理（計量検定所管理指導課）

計量検定所事業実施のため、本所、タクシーメーター検査場の建物維持管理を行っている。

・計量検定所施設概況

施　　設		開始年月	所在地	規　模
本　　所		平成 26 年１月	江東区新砂三丁目３番 41 号	敷地　3,532.17 ㎡ 建物　4,353.14 ㎡
タクシーメーター検査場	港南検査場	平成 25 年 10 月	港区港南五丁目１番 26 号	敷地　2,794.42 ㎡ 建物　1,185.20 ㎡
	深川検査場	昭和 60 年５月	江東区千石一丁目５番７号	敷地　3,436.83 ㎡ 建物　2,066.02 ㎡
	立川検査場	昭和 44 年４月	立川市柴崎町六丁目８番 13 号	敷地　2,572.51 ㎡ 建物　280.00 ㎡