

14	生活文化局	消費者被害の防止及び救済
事業概要	<p>平成28年度の都内消費生活相談件数は、120,813件と前年度より6,833件減少しているものの、悪質商法の被害に遭ったなど、消費者トラブルに関する都民からの相談が後を絶たない状況にある。</p> <p>東京都消費生活総合センターでの相談対応や消費者被害防止のための普及啓発・情報発信の実施、東京都消費者被害救済委員会による被害の救済などの取組を実施している。</p>	
これまでの経過	<p>○ 消費生活相談</p> <p>東京都消費生活総合センターにおいて相談窓口を開設し、都民から寄せられた消費生活相談に対応している。東京都消費生活総合センターでは、相談内容の複雑化・高度化に対応するため、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。</p> <p>また、区市町村においても消費生活相談窓口を開設しており、東京都消費生活総合センターは、相談処理に係る様々な助言・情報提供を行うほか、都が委嘱した消費生活相談アドバイザー（弁護士などの専門家）から助言を受ける機会を提供するなど様々な区市町村支援を実施している。</p> <p>○ 消費者に向けた普及啓発</p> <p>(1) 高齢者向け</p> <p>高齢者は判断能力の低下や不安につけこまれ、悪質な訪問販売や電話勧誘により高額な商品・役務契約を結ばされることがあるだけでなく、被害に遭っても「自分の責任」と思い込み被害が潜在化してしまうことが多い傾向にある。</p> <p>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」として、ポスターやリーフレット等による啓発、特別相談等を実施している。</p> <p>(2) 若者向け</p> <p>キャッチセールス、アポイントメントセールス等により高額な商品・役務契約を結ばされるといった若者特有の被害が後を絶たない。若者は社会経験が浅いことから、被害に遭ってもクーリング・オフ等早期の対応で解決可能なケースが多いことを知らないなど、被害に気付いても相談につながりにくいという傾向にある。</p> <p>1月から3月を「悪質商法被害防止キャンペーン期間」として、ポスターやリーフレット等による啓発、特別相談等を実施している。</p> <p>○ SNS等による情報発信</p> <p>ホームページ「東京くらしWEB」、ツイッター、フェイスブック、情報誌「東京くらしねっと」等の各種情報媒体を活用して情報発信を実施し、消費者被害の未然・拡大防止を図っている。</p> <p>○ 消費者被害の救済</p> <p>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、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。</p> <p>○ 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等</p> <p>高齢者の消費者被害防止のための区市町村における見守りネットワークを構築するため、区市町村における見守りネットワーク構築の支援を行うとともに、事業者と連携した情報提供を行うことで、区市町村の見守りネットワークを広域的な観点から補完する取組を行い、高齢者の消費者被害の未然防止・拡大防止を図っている。</p>	

	<p>平成 29 年度の状況</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 消費生活相談 <ul style="list-style-type: none"> <li>東京都消費生活総合センターでの相談受付件数 23,295 件（速報値） （平成 30 年 1 月末現在）</li> </ul> </li> <li>○ 消費者に向けた普及啓発 <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 高齢者向け <ul style="list-style-type: none"> <li>平成 29 年 9 月に、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、ポスター・リーフレット等による啓発を実施したほか、9 月 11 日から 13 日に「高齢者被害特別相談」を実施した。</li> <li>高齢者被害特別相談受付件数 519 件（都内区市町村を含む東京都内計）</li> </ul> </li> <li>(2) 若者向け <ul style="list-style-type: none"> <li>平成 30 年 1 月から 3 月に、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、ポスター・リーフレット等による啓発を実施した。また、3 月 12 日・13 日に特別相談「若者のトラブル 110 番」を実施するとともに、交通広告や Twitter、Facebook などの SNS 動画広告、キャンペーンキャラクターの着ぐるみによる広報啓発活動等を実施した。</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○ SNS 等による情報発信 <ul style="list-style-type: none"> <li>平成30年 3 月末現在 <ul style="list-style-type: none"> <li>ホームページ「東京くらしWEB」アクセス件数 1,032,802 件</li> <li>ツイッターフォロワー数 15,680 人</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○ 消費者被害の救済 <ul style="list-style-type: none"> <li>東京都消費者被害救済委員会による紛争処理件数 7 件(平成 30 年 3 月末現在) <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 脱毛エステの中途解約に係る紛争（あっせん解決）</li> <li>・ いわゆる健康食品の定期購入契約に係る紛争（あっせん解決）</li> <li>・ エステ及び関連する商品の解約に係る紛争（あっせん解決）</li> <li>・ 求人広告に応募しスキル不足を理由に誘引された入力業務習得講座の解約に係る紛争（あっせん解決）</li> <li>・ オーディション合格を契機としたレッスン契約に係る紛争（審議中）</li> <li>・ 甲社とのアーティスト等育成所属契約に係る紛争（審議中）</li> <li>・ 乙社とのアーティスト等育成所属契約に係る紛争（審議中）</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>○ 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等 <ul style="list-style-type: none"> <li>構築自治体数 12 自治体（平成 29 年 7 月調査時点） <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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に向けた区市町村支援の実施</li> <li>・ 宅配事業者等と連携し、高齢者に啓発リーフレットを声かけしながら手渡す「悪質商法注意喚起プロジェクト」を実施</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul>
--	--

現在の進行状況

<p style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">今後の見通し</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 東京都消費生活総合センターで消費生活相談に対応していくとともに、相談処理に係る様々な情報提供や弁護士などの専門家から助言を受ける機会を提供するなど区市町村支援を実施していく。</li> <li>○ 消費者に向けた普及啓発や情報発信を実施し、消費者被害の未然防止・拡大防止を図っていく。</li> <li>○ 東京都消費者被害救済委員会の紛争処理により、消費者被害の公正かつ速やかな解決を図っていく。</li> <li>○ 高齢者被害が深刻な現状を踏まえ、地域の見守りの仕組みが十分いかされるように区市町村への支援や、関係機関との連携を一層進めていくとともに、普及啓発等を実施していく。</li> </ul>		
<p>問い合わせ先</p>	<p>生活文化局 消費生活総合センター 活動推進課 生活文化局 消費生活部 企画調整課</p>	<p>電話</p>	<p>03-3235-1151 03-5388-3069</p>