

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止

- 「伝わる」情報発信とコンテンツの充実
 - ・ AI翻訳導入により「東京くらしWEB」のコンテンツを15カ国語で提供
- 高齢者の被害防止と早期発見
 - ・ 見守り人材向け出前講座の開催
 - ・ 見守りネットワークの更なる充実や地域協議会設置に向けた支援
- 消費生活情報に関する都民の実態の調査

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成

- 不適正な取引行為や不当な表示に対する指導・処分の実施、デジタル広告への対応力の強化
- 事業者団体等の自主的取り組みの推進への支援

政策3 消費生活の安全・安心の確保

- 商品等の安全性調査
- 東京都商品等安全対策協議会の開催
- 商品安全のための交流型デジタルプラットフォーム「Safe Kids」の運用支援

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

- 教育現場に対する啓発活動と支援の強化
 - ・ 消費者教育コーディネーターの活用促進
 - ・ 消費者問題教員講座の開催
- 幅広い主体に対する消費者教育の実施
 - ・ 若者参加型事業による被害防止啓発
- 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
- エシカル消費推進のための民間企業等と構築するネットワークによる都民の行動変容につながるプロジェクトの展開

政策5 消費者被害の救済

- 新たなサービス・技術等に対する相談体制の強化
 - ・ 消費生活相談のチャットボットサービス導入
- 多様な主体への相談体制の充実
 - ・ 外国語通訳サービスの対応可能言語の拡充
- 消費者被害救済委員会によるあっせん・調停

政策 1 消費者被害の未然防止と拡大防止

○ 「伝わる」 情報発信とコンテンツの充実

・ AI翻訳導入により「東京くらしWEB」のコンテンツを15カ国語で提供

「東京くらしWEB」

すべての消費者の生活に関わる情報提供の根幹
※H30年6月から外国版消費生活FAQ（英・中・韓）

多文化共生社会の進展

グローバル化

行政発信情報への
ユニバーサルアクセスの要請

令和 5 年度から

多言語化対応の推進のため、15言語のAI翻訳機能を導入

※ 「注意喚起情報」等リアルタイム掲載情報を多言語で提供



政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成

資料5②

○インターネット広告に係る監視の強化（デジタルキャッツ）

デジタル化の急速な進展

インターネットをめぐる
悪質・巧妙な手口

消費者トラブル
の増加

不当なインターネット広告への対応力を強化します！
～「東京デジタルCATS」の始動～

「東京デジタルCATS」（CATS = Clean Advertising Team of Specialists）
＜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＞

- ・ 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
- ・ 調査に係る専門的知見を有する助言員チームの導入
- ・ 事業者・都民への情報発信

不当表示は許さない！

不当なインターネット広告への対応強化



東京デジタルCATS
CLEAN ADVERTISING TEAM OF SPECIALISTS

＜今年度の取組＞

【処分・指導】

- ・ 弁護士やWEB専門家等による助言員チームの発足
- ・ 違反広告の継続的な監視・追跡

【情報発信等】

- ・ 知事のメッセージ動画をSNS等で発信
- ・ 事業者向けコンプライアンス講習会の拡充
- ・ 事業者団体との連携

「東京デジタルCATS」助言員

弁護士 植村幸也
弁護士 橋本小智
一般社団法人日本アフィリエイト協会代表理事 笠井北斗
株式会社デトリタス代表取締役 土橋一夫
一般社団法人ECネットワーク理事 原田由里
消費生活相談員2名 （敬称略）



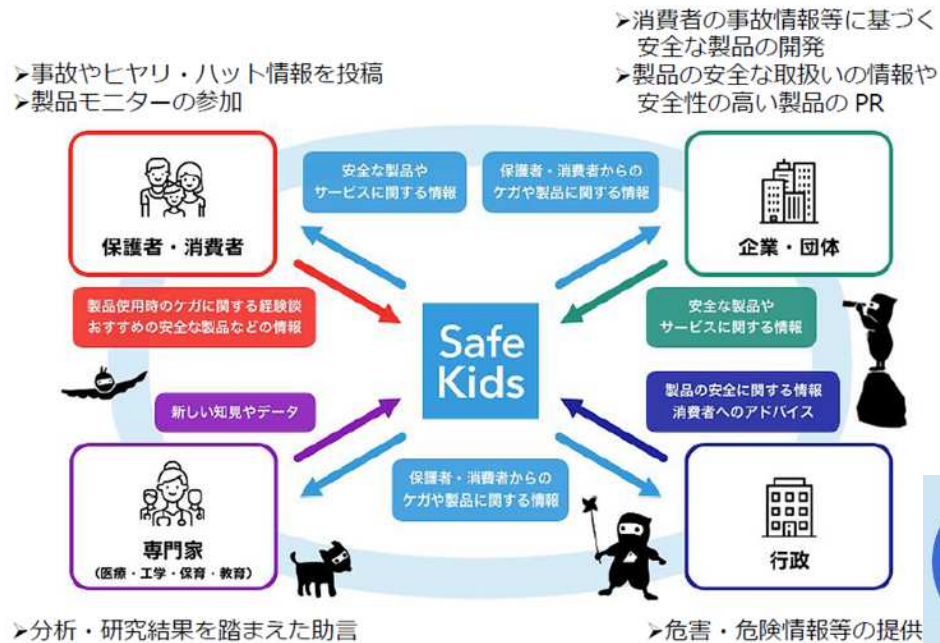
政策3 消費生活の安全・安心の確保

Safe Kids

資料5③

○商品安全のための交流型デジタルプラットフォーム「Safe Kids」の運用支援

名称：**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」**
運営：特定非営利活動法人 Safe Kids Japan（東京都は構築・運営を支援）
目的：**保護者・消費者や企業などの情報交流を促進**することで、**製品等による事故が起こりにくい社会の実現**を目指します。



「Safe Kids」の主なコンテンツ

○みんなの声

こどものケガの事例や、ケガを減らすために役立つ情報などを投稿できる

<主な投稿内容>

- 【こどもを育てている方から】
こどものケガ、ケガの予防に役立つ製品
- 【医療機関や研究機関から】
新しい知見やデータなど
- 【企業や行政から】
新製品、イベント、セミナーの情報など



- Instagram やTwitter に投稿された記事から役立つ情報を広く集めて紹介、「Safe Kids」公式アカウントからも随時発信

○ケガを減らすためのライブラリ

- ・普段の生活の中で役に立つ知恵
- ・医療・工学などの専門家向け論文や資料
- ・製品やサービス開発に活かせる情報 等



<今年度の取組>

- ・消費者・事業者の参加を一層働きかけ、運営を支援
- ・子供政策連携室・庁内関係部署や庁外関係機関と密に連携
- ・認知度の更なる向上のため、イベントでのポスター掲示、チラシ配布等を実施
- ・アクセス解析

○安全性の高い製品のご紹介

- ・キッズデザイン賞を受賞した製品
- ・安全基準を満たした製品、購入先 等
- ・製品の安全性を体験して評価するモニターなども募集予定



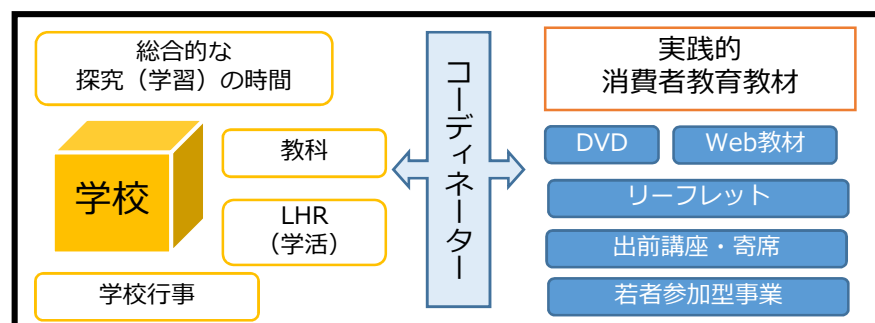
政策 4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

○消費者教育コーディネーターの活用促進

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に東京都消費生活総合センターに消費者教育コーディネーターを設置。

(令和2年度1名配置、令和4年度1名増員)

消費生活総合センターの様々な教育コンテンツを活用し、学校の消費者教育をより実践的な内容にするため、コーディネーターが、学校からの要望に合わせた提案を行う。質問・相談にもワンストップで対応。



提案例

【教科学習】 授業等で消費者教育を実施する際に、講師を派遣し講座を実施
【総合的な探究(学習)の時間】 総合的な探究の時間の1テーマとして、都の若者参加型事業への参加をタイアップさせた消費者教育プログラム
【学校行事】 セーフティ教室やPTAの集まり等において、中学生・高校生の被害が増加している消費者トラブルの現状とその対策について、消費生活センターの相談員等を講師とする講座を実施

コンテンツ例

<今年度の取組>

都教委等との連携強化を図り、校長会等で組織的な周知を行うほか、高校や中学校を始め、特別支援学校等にも働きかけを実施

政策4 消費者被害の未然防止と拡大防止

○若者参加型事業による被害防止啓発

CMシナリオ・動画を公募し優秀作品をCM映像化。SNS配信等によるプロモーション展開

東京都の発信するCMを作ろう!

STOP! 若者の消費者トラブル
CMシナリオ・動画
コンテスト

募集期間 2023.6.1(木) - 10.20(金)

4点 優秀賞
プロがCM映像化!
SNSで配信

18点 ディレクター
プロと一緒にCM制作

5万円分 Amazonギフト贈呈!

6点 入選
1万円分 Amazonギフト贈呈!

審査員
山之内すず (タレント・女優)
国山ハセン (プロデューサー/タレント)
金子みゆ (アイドル/タレント)
暁一 (YouTuber)

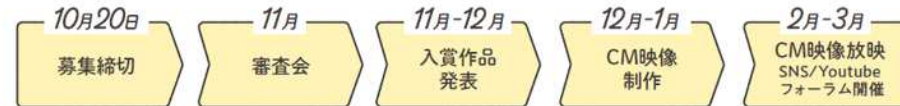
東京都消費生活総合センター
成年年齢引下げ対策 消費者被害防止啓発事業

詳しくは特設WEBサイトをチェック!
<https://cm-contest.jp>

成年年齢が引下げとなり、18歳・19歳の消費者トラブルに関する相談が増加していることから、若者の消費者トラブルを防止するため、『STOP! 若者の消費者トラブルCMシナリオ・動画コンテスト』を実施。

18歳を迎える高校生などの被害防止のため、学校や社会教育施設等とのコラボを強化し、消費者教育を推進。

スケジュール



Forum 楽しく学ぶ フォーラム について

2024年3月に都内イベントホールにて「楽しく学ぶフォーラム」を開催いたします。フォーラムでは、CMシナリオ・動画コンテストの優秀作品の発表と授賞式、消費者トラブルを題材にした漫才ステージや作品の審査を行ったゲストを招いてのパネルディスカッションなど、盛り沢山の内容で消費者トラブルに関して楽しく学ぶ機会を提供いたします。CMシナリオ・動画コンテストの応募者はフォーラムに参加いただけますので奮ってご応募ください。

※応募者多数の場合は抽選となります。

- 応募期間 令和5年6月1日～10月20日
- 応募資格 東京都内に在住・在学・在勤の中学生以上29歳以下(応募時点で)のアマチュアの方(個人・団体は問いません)
- 応募方法 特設サイトのフォームから応募 <https://cm-contest.jp/apply>
- 応募要件 右の3つのうちから1つ以上のメッセージを必ず盛り込む。
 WebCMは30秒なので無理のない長さで応募する。
 作品の最後に必ず「東京都消費生活総合センター」のワードを入れる。
- 審査 プロのクリエイター等による審査
- 賞 入賞10点(優秀賞4点・入選6点) → **優秀賞はプロがCM映像化し、SNSや東京都のホームページで配信!**
- 1 若者をターゲットにした悪質商法に引っかからないこと
 2 契約するときに慎重になること
 3 消費生活センターを活用すること

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

資料5⑥-1

○エシカル消費推進のための民間企業等と構築するネットワークによる都民の行動変容につながるプロジェクトの展開

- SDGsの達成には都民の誰もが日常的に行う「消費行動」の変革が不可欠
- 人や社会、環境に配慮した「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ため、昨年12月に「TOKYOエシカル」を立ち上げ

プロジェクトに賛同したパートナー企業等とともに
エシカルを浸透させ、実践につなげる取組を新たに展開

企業等のアイデア・
ノウハウを結集

カンファレンス

都と企業・企業同士が連携

全体会

プロジェクトのキックオフと
企業間の交流を促進

日程：6/23日(金)
会場：東京ウィメンズプラザ

分科会 年3回予定

テーマ別に、取組や企画の
提案を具体化

都とパートナー企業等で協働して、
都民へ「きっかけとなるエシカル体験」を提供

エシカルマルシェ

集客力のあるイベント等とコラボし、エシカル商品
を誰もが気軽に購入できるマルシェを開催

区部 J-WAVE presents INSPIRE TOKYO

「MUSIC」「FOOD」「FASHION」等が
集結する大規模フェスとコラボ

日程：7/15~17(土~月/祝)
会場：渋谷キャスト

若年層にPR

多摩

多摩地域の大規模複合施設で子供向けWS等も
展開

日程・会場：調整中

ファミリー層にPR

エシカル社会科見学

子供向けのアップサイクル等
のワークショップや企業見学
を実施



「TOKYOエシカル」のブランディングを推進し、エシカル消費の認知度を向上

- パートナー等と連携して「TOKYOエシカル」を発信し、都民が日常のさまざまな場面で「エシカル」を目にする機会を創出
- (例) イオンリテール株式会社と連携

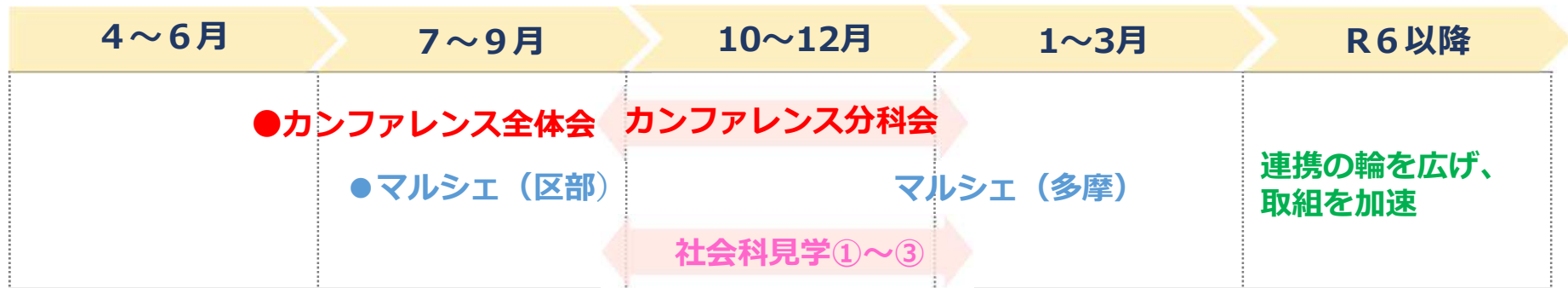
6月の環境月間に合わせ、都内イオン・イオンスタイル全17店舗で「TOKYOエシカル」をPRする持ち帰り専用かごを販売

※神奈川、千葉と同時開催

⇒今後もパートナーと連携し、エシカル消費の認知度向上に「TOKYOエシカル」のロゴを積極的に活用



今後のスケジュール



政策 5 消費者被害の救済

- 新たなサービス・技術等に対する相談体制の強化 ・消費生活相談のチャットボットサービス導入
- 多様な主体への相談体制の充実 ・外国語通訳サービスの対応可能言語の拡充

成年年齢引下げに伴う若者の消費者被害の増加

デジタル化の進展に伴い、取引やコミュニケーションが多様化・複雑化・グローバル化

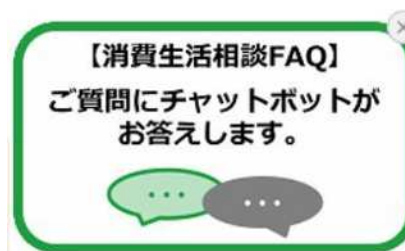
チャットボットサービスの導入

- ・消費者が容易に情報収集を行い、自身で問題解決を図ることができる。
- ・24時間365日質問できる。
- ・若者とのコミュニケーション手法の多様化を図る。
※令和4年度（令和5年2月13日）より先行導入。
改修・精度向上を進める。

外国語通訳サービスの対応可能言語の拡充

- ・相談員を介して通訳オペレーターに電話を繋ぐ三者間通話
- ・英語【English】・中国語【中文】・韓国語【한국어】に、
タガログ語【Tagalog】・ベトナム語【Tiếng Việt】を追加

若者・高齢者・障害者・外国人など、多様な主体からの相談に柔軟に対応できる相談体制を強化していく



その他

資料 5 ⑧

○多摩消費生活センター移転の進捗状況について

東京都多摩消費生活センター

・多摩地域における消費者行政サービスの提供／・市町村の消費者行政を支援する事業の実施

→ **さらなる環境整備と機能強化**（令和5年1月31日東京都消費生活対策審議会答申）

「多摩消費生活センターの機能強化について」【答申概要】

【第1章 多摩消費生活センターを取り巻く状況】

(1) 社会のデジタル化の進展

- ・オンラインミーティング・学習の機会増加
- ・高齢者とその他の世代で情報化の進展に格差

(2) 持続可能な開発目標（SDGs）の達成に向けた動き

- ・企業、消費者双方のSDGsへの関心の高まり
- ・エシカル消費の認知度も向上

(3) 多摩地域の特徴

- ・子ども、20歳以下の若年者、高齢者の人口割合が比較的高い
- ・都内における農産物の生産拠点としての一面

【第2章 多摩消費生活センターの現状と課題及び今後の取組の方向性】

1 今後の取組の方向性における基本方針

- (1) 東京都消費生活基本計画の基本方針：『サステナブルなライフスタイルの推進』『デジタル社会の急速な進展に伴う新たな課題への対応』
- (2) 多摩消費生活センターが今後果たすべき役割：『市町村や消費者団体等との連携・協働』『多摩地域の特徴に根差した事業の展開』

2 現状の課題と今後の取組

(1) 学習の場の提供

【課題】

消費者や消費者団体の自主的な学習・活動等に対する支援

【今後の方向性】

施設的环境整備や機能強化による利便性の向上

- ①安全で使いやすい通信環境の整備
- ②施設予約に係る負担の軽減（WEBの活用）
- ③交流コーナーのリニューアル
- ④図書資料室のサービス向上
- ⑤新規団体への活動場所の提供と交流促進

(2) 消費者教育

【課題】

消費者教育の一層の推進と持続可能な消費の普及

【今後の方向性】

- 多摩地域・多摩センターの特色を生かした情報発信・教育
- ①講座等のオンライン配信・収録に適した環境の整備
 - ②消費者団体との協働強化による啓発効果の向上
 - ③エシカル消費や食育の推進

(3) 市町村支援

【課題】

市町村における消費生活行政推進のための支援

【今後の方向性】

- センター機能の発揮による「点」から「面」への拡大
- 各種会議を通じた市町村との緊密な連携
 - 市町村との共催講座でのノウハウの共有、効果的な教育につながるコーディネート機能の充実
 - 市町村の取組を横断的に提供

令和5年9月末から、下記について一時利用休止
(利用再開時期は別途お知らせ)

教室・学習室・保育室・実習室・交流コーナー・図書資料室

移転先

立川市曙町一丁目22番17号 アーバンセンター立川3階

<最寄駅> JR線「立川」駅徒歩9分、多摩都市モノレール「立川北」駅徒歩9分

主な施設（予定）

教室、学習室、保育室、図書資料室、交流コーナー

※実習室は、現所在地（柴崎町二丁目15番19号東京都北多摩北部建設事務所3階）に残す予定

