

「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」 答申(概要)

平成29年2月

第24次東京都消費生活対策審議会

I 計画の基本的な考え方

P. 2

1 計画の性格

東京都の消費生活に関連する施策・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

2 計画の位置付け

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を合わせた、都における消費生活に関する総合的・基本的計画として一体的に策定する。

3 計画期間

平成30(2018)年度から平成34(2022)年度までの5年間

4 計画の実効性の確保

毎年度当初に審議会に事業実績を報告し、必要がある場合には、審議会の意見を聴いた上で、計画の見直しを行う。

II 消費生活の現状に対する基本認識(1)

P. 3

1 消費生活相談の状況(P.3)

- 相談件数は、毎年約13万件
- 高齢者からの相談は高止まり(全体の約3割)
- 若者はマルチ商法、高齢者は訪問販売、電話勧誘販売等の被害が多い。
- 架空・不当請求に関する相談は年々増加

2 消費者を取り巻く環境の変化(P.5)

- 超高齢社会への突入
- インターネット閲覧時のスマートフォン利用の増加
- 消費者向け電子商取引の増加
- 在留外国人の増加

3 消費者の意識(P.8) <都民の消費生活に関する意識調査>

- 商品等購入時に「環境への影響」を意識する人の割合は「価格」等を意識する人の半分にも満たない。
- 消費者トラブルに遭わないためには「消費者自身が知識を身に付けて注意する」ことが必要との回答が圧倒的に多い。
- 都に力を入れてほしい取組の1位は、「悪質事業者の取締り強化」

2

II 消費生活の現状に対する基本認識(2)

P. 4

4 消費者教育(P.10) <都民の消費生活に関する意識調査>

- 消費者教育を受けた経験は、20代が一番高い。
- 20代は、学校で消費者教育を受けた人が多く、50代以上では、自治体を実施する講座・イベントで受けた人が多い。
- 消費者教育を行う場として、全年代で半数が「小中学校・高校」、「家庭」が重要と回答

5 国の消費者行政等の動向(P.13)

- 消費者ホットライン(188番)の案内開始
- 消費者庁及び消費者委員会設置法附則に規定された必要な措置の法制化
- 消費者教育推進会議や『『倫理的消費』調査研究会』での検討

6 国際的な動向(P.14)

- 国連サミットにおける「持続可能な開発目標(SDGs)」の採択・発効
- 17の目標と169のターゲットで構成され、目標12は「持続可能な生産・消費形態を確保する」
- 国内でも、総理大臣を本部長とした「持続可能な開発目標(SDGs)推進本部」が設置され、「持続可能な開発目標(SDGs)実施指針」の骨子を策定

3

Ⅲ 計画の体系

P. 16

新たに、計画全体を貫く「視点」を設定し、一体的に施策を推進する。

[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 情報通信技術の進化やグローバル社会への対応
- 視点3 様々な主体のつながりと連携の強化

[政策の柱]

- 政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止
- 政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成
- 政策3 消費生活の安全・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
- 政策5 消費者被害の救済の充実

4

Ⅳ 3つの視点

P. 17

視点1 主体的な消費行動への変革の促進

- 消費者被害防止には、不適正な取引の是正などのほか、消費者が被害に遭わない行動を選択できるよう促すことが重要
- 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催により、持続可能な社会への関心の高まりが期待される。
- 大会開催を契機として、自らの被害防止と持続可能な社会へ貢献する、消費者の主体的な消費行動への変革を促す。

視点2 情報通信技術の進化やグローバル社会への対応

- 大会開催に伴い、情報通信技術の進化や在住外国人の増加が見込まれるため、経済・社会環境の変化に的確に対応

視点3 様々な主体のつながりと連携の強化

- 消費者被害の防止には、消費者、地域、事業者等、各主体の“つながりと連携”が有効であり、これらを意識して施策を推進

5

V 政策の柱(政策1)

P. 18

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

- 世代によって遭いやすい消費者トラブルが異なるため、対象となる消費者に応じた意識啓発や注意喚起などを効果的に行うことによって、消費者自らが消費者トラブルに遭わない行動を選択できるよう促していかなければならない。

(2)高齢者等の消費者被害を防止する見守りネットワーク

- 高齢者等の消費者被害を防止する見守りネットワークの構築を促進していく必要がある。
- 高齢者に多い消費者被害を減らすため、普及啓発の継続的な実施に加え、例えば、勧誘を希望しない消費者の意思があらかじめ明確に事業者には伝わり、その意思を尊重した営業活動を事業者に促す取組などの検討が必要

6

V 政策の柱(政策2)

P. 19

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(P.19)

- 近年は意図的に法逃れを行う事業者が増えており、このような事業者に対応するため、早期に不適正な芽を発見できる調査手法の検討や、法改正にも対応したより精度の高い法令適用等を行える法執行体制の確保など、取締りを強化する取組が必要
- 実際に法令を運用する現場の視点から、時宜を逃さず、国への法令改正等の働きかけや条例改正の検討が必要

(2)健全な市場の形成(P.21)

- 事業者団体等と連携し、表示適正化のための業界団体の自主基準の策定やコンプライアンスの取組が遅れている事業者等のニーズに応じて機動的に意識啓発を図れる取組を検討するなど、事業者や事業者団体がコンプライアンスの取組を積極的に推進するための支援を進めていく必要がある。

7

V 政策の柱(政策3)

P. 21

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(P.21)

- これまで行ってきた商品テストや商品等安全対策協議会による調査・分析等について、その後の状況や消費者意識等を把握するなど、事故防止に向けた継続的な取組が必要

(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進(P.23)

- 消費者の商品・サービスの選択の目安となる情報提供など、消費者が商品・サービスを安心して選択するための取組を進めていく必要がある。

(3) 震災時等における消費生活の安心の確保(P.23)

- 生活協同組合連合会など、あらかじめ協定を締結した関係機関と連携して、引き続き災害時に備える取組を進めていく必要がある。

8

V 政策の柱(政策4)

P. 24

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

(1) 消費者教育の推進(P.24)

- 改訂が予定される学習指導要領に基づいて消費者教育を充実していくとともに、作成した教材を長く有効活用できる取組を進めていく必要がある。
- 民法の成年年齢引下げが実施されれば、消費者被害の低年齢層への拡大や深刻化のおそれがあることから、法改正の動向を注視しつつ、若年層への消費者教育を充実していく必要がある。

(2) 持続可能な消費の普及(P.25)

- 「持続可能な消費」は、これまでの環境に配慮した消費行動から、社会的課題の解決や世代間の公正を含めたものとして概念が拡大してきている。
- 東京2020大会の開催を契機として、持続可能な消費の普及啓発、消費者教育によって、消費行動の変容を促していく必要がある。

9

V 政策の柱(政策5)

P. 26

政策5 消費者被害の救済の充実

(1) 相談体制の充実(P.26)

- 近年、心の病気等を抱える消費者からの相談が増えてきており、このような相談者への対応を充実・強化していく必要がある。
- 今後、外国人の増加に伴って、日本語以外の言語による相談の増加が予想されることから、外国語による電話相談対応の充実の検討が必要
- 障害者差別解消法の趣旨を踏まえ、障害者のニーズ等の把握や相談初期段階における対応方法の多様化を検討する必要がある。

(2) 被害回復の充実(P.27)

- 消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律に基づく集団的消費者被害回復訴訟制度が円滑に機能していくため、特定適格消費者団体に対する情報面、財政面での支援が必要