

東京都消費生活基本計画（改定）について

改定の背景

消費生活を取り巻く状況の変化（消費者被害の多発・深刻化、重大な商品事故、偽装表示など）
国の消費者行政の動向（消費者庁の設置など）

前回策定：平成9年2月

計画の性格

都の消費生活関連施策を計画的・総合的に推進する基本指針（消費生活条例第43条に基づく計画）

計画期間

平成20年度から24年度まで（5年間）

消費生活の現状

横行する悪質商法と深刻な消費者被害（次々販売、催眠商法、キャッチセールス、マルチ商法 など）
商品やサービスに関する様々な不安（商品等による危害・危険、食や表示に対する不安・不信 など）

現場主義の視点から、緊急に取り組む4つの対策

緊急対策 1

高齢者・若者等を狙う悪質商法を撲滅します

悪質事業者を取締る「特別機動調査班」の体制強化
関係部局・警察と連携し、行政処分権限等をフルに行使（法適用の包囲網）
首都圏連合で、広域的に暗躍する悪質事業者を排除 など

緊急対策 2

「待ち」から「攻め」へ、情報を収集し発信します

「ひやり・ハッと体験」の掘り起こし（都民1万人対象に調査）
大学の落語研究会やボランティアによる「出前講座」「出前寄席」 など

緊急対策 3

東京都消費生活総合センターを強化します

専門知識・経験をもつ消費生活相談員の確保
平日以外の相談窓口の開設 など

緊急対策 4

法制度上の問題点の改善を、国に働きかけます

商号を変えて悪質商法を繰り返す事業者
行政処分の根拠となる証言をした消費者に損害賠償を求める事業者 など

都政全般にわたる政策課題と施策の方向

政策課題 1 消費者被害を防止し、救済を図る
35事業 消費者被害の防止・救済

政策課題 2 悪質事業者を市場から排除
8事業 取締りの強化・適正な指導

政策課題 3 商品やサービスの安全・安心を確保
38事業 電子商取引における安心の確保
多様な商品選択の実現 など

政策課題 4 「自ら考え行動する」消費者になるよう支援
41事業 役立つ情報の提供
消費者教育・啓発 など

政策課題 5 消費者の意見や考えを、行政や事業者の活動に活かす
11事業 消費者との協働の推進
都と区市町村との連携 など