

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【 番号 】	【施策名】		
4-1-1	消費者教育推進協議会の運営		
【 施策の概要 】			
消費者団体、事業者団体、教育関係者など、消費者教育に関係する構成員で組織する消費者教育推進協議会を、消費者教育推進法に基づき設置し、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して、情報交換及び調整を行う。 また、構成員間の意見交換等を通じて、消費者教育に関する情報収集を行う。			
【 2018年度の取組状況 】			
・都における消費者教育を総合的、効果的に推進していくため、平成31年2月20日に、第1回東京都消費者教育推進協議会を開催し、東京都消費生活基本計画のうち、消費者教育の推進に係る平成30年度の取組実績及び平成31年度の取組予定について報告し、意見交換を行った。また、構成員間の意見交換等を通じて、消費者教育に関する情報収集を行った。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
・東京都消費生活基本計画に基づく消費者教育の推進については、毎年度、協議会に事業実績を報告することとしており、取組が効果的に実施されているかといった評価の視点を含め、協議会での意見を次年度以降の施策・事業の実施につなげている。また、各構成員や所属団体の消費者教育に関する取組状況を相互に共有し、都内における消費者教育推進の機運醸成を図っている。			
【 2019年度の取組予定 】			
・都における消費者教育を総合的、効果的に推進していくため、協議会を開催し、意見交換等を行う。また、構成員間の意見交換等を通じて、消費者教育に関する情報収集を行う。			
【 所管部署 】	局	部	課
	生活文化局	消費生活部	企画調整課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】	【施策名】		
4-1-2	ライフステージに応じた消費生活情報の提供		
【施策の概要】			
消費生活に関わる様々な話題について情報を提供し、都民の消費者意識の高揚と主体的・合理的な消費行動の促進を図るため、消費者問題等の幅広い情報を提供する。 情報提供に当たっては、世代により情報収集する媒体が異なることを踏まえ、高齢者に対しては「東京くらしねっと」等の紙媒体を中心に情報発信を行い、若者に対してはTwitterやFacebook等の電子媒体を中心に情報発信を行うなど、より効果的な情報提供を実施する。			
【2018年度の取組状況】			
○消費生活情報紙「東京くらしねっと」を主に高齢者(成人一般を含む)を対象として発行。 ・隔月(奇数月)1日 80,000部発行 フルカラー 8ページ×6回 ・区市町村施設、図書館、駅、病院、チェーンストア、高齢者関係施設等に広く配布した。 ・学識経験者、消費者団体、読者から公募して採用した読者委員の外部委員とともに「編集企画会議」を開催のうえ、紙面内容を検討して作成した。 ・音声読み上げに対応したWEB版を作成し、東京くらしWEBに掲載した。 ・東京くらしねっとCD版を年6回発行し、視覚障害者に無料で配布した。 ○主に若者(成人一般を含む)に向けた情報提供として、東京くらしWEBに「サッと読める ちょっとお耳に入りたい話」を掲載するとともに、スマートフォンから情報を収集する若者に向けて、インターネット広告等を実施した。 ○消費生活に関連した情報(悪質商法の手口、相談窓口の紹介、消費者市民社会等)を幅広く掲載したノートに120,000部作成し、都内の高校2年生を対象に配布した。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
・高齢者に向けては、東京くらしねっとを中心に情報提供を行った。「今月の話題」で時期に応じたタイムリーな話題、「消費者相談窓口から」で相談事例に基づく消費者被害の解説及び情報提供、「安全シグナル」で製品等の危害・危険情報を提供し注意喚起を行うほか、講座等のお知らせなど消費者に有益な情報を届けた。 ・若者への情報提供については、スマートフォンから閲覧しやすい記事づくりを心掛け、若者の情報収集行動にあわせた情報提供を行った。			
【2019年度の取組予定】			
○消費生活情報紙「東京くらしねっと」を主に高齢者(成人一般を含む)を対象として発行する。 ・学識経験者、消費者団体、公募して採用した読者委員の外部委員とともに「編集企画会議」を開催のうえ、掲載記事テーマを検討して作成する。 ・音声の読み上げに対応した東京くらしねっとWEB版を作成し、東京くらしWEBに掲載する。 ・視覚障害者向けとして、東京くらしねっとCD版を年6回発行する。 ○主に若者(成人一般を含む)に向けた情報提供のため、東京くらしWEBに消費生活に関連した情報を掲載し、SNS等を活用した情報発信を実施する。 ○高校2年生を対象として、消費生活に関連した情報(悪質商法の手口、相談窓口の紹介、消費者市民社会等)を幅広く掲載したノートを配布する。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

教育庁

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】	【施策名】		
4-1-3	高等学校における消費者教育の推進		
【施策の概要】			
東京都内における29歳までの若者の相談件数は、相談件数全体の約1割程度で推移し、中でも、キャッチセールス、アポイントメントセールスに関する相談件数は、20代が常に高い割合を占めている。また、20代までの若者の多重債務に関する相談が700件前後寄せられている。とりわけ、社会経験の乏しい若者を狙った悪質商法や、多額の負債を抱えて困難に直面する多重債務が深刻な社会問題となっている。高校生は、卒業後間もなく成人し、様々な契約の主体となる。それを踏まえ、高校生の段階から計画的に実践的な消費者教育を推進することにより、消費生活に関して、自ら進んで必要な知識を習得し、必要な情報を収集する等、自主的かつ合理的に行動できる消費者を育成していく必要がある。そのため、家庭科・公民科など教科における消費者教育の充実を図り、教科における学習内容を踏まえた教育活動全体における消費者教育を推進していく。			
【2018年度の取組状況】			
校長連絡会、副校長連絡会において、東京都消費生活総合センターの「教員のための消費者教育講座」等について情報提供を行い、学校における消費者被害未然防止に向けた実践的な消費者教育を推進した。また、生活文化局等と連携し、「Web版消費者読本(高校)」の教材を開発した。家庭科教員対象の研究会等において消費者教育に関する情報発信、活用方法についての指導・助言を行った。 東京都消費生活総合センターが作成し各校へ配布した【高校生向け消費者教育DVD 住まいの知識は一生の知識～快適な住生活のために～ トラブル事例から考える賃貸契約編】、消費者庁が作成した「社会への扉」の活用について周知した。消費者教育の充実のために教員用リーフレットを作成し、配布した。リーフレットの説明会を開催し、消費者教育の推進について周知した。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
高等学校における消費者教育の充実に向けて、「教員のための消費者教育講座」、「Web版消費者読本(高校)」・「高校生向け消費者教育DVD 住まいの知識は一生の知識～快適な住生活のために～」等の東京都消費生活総合センターが行っている事業について、都立高等学校及び都立中等学校後期課程に周知することができた。また、教員用リーフレットを作成し、説明会を開催したことによって、高等学校教育における消費者教育の推進について、周知することができた。			
【2019年度の取組予定】			
学年集会やホームルーム等で活用できる生徒用リーフレットを作成し、消費者としての自覚を養う。消費者教育推進校を3校指定し、消費者教育の充実を図る。消費者庁作成の教材「社会への扉」を活用したモデル授業を実施し、教材の活用方法について周知し、平成32年度に全校での活用を目指す。校長連絡会、副校長連絡会等で、東京都消費生活総合センター主催の「教員のための消費者教育講座」、高校生向けの視聴覚教材等の活用について情報提供を行う。研修会等の機会を利用して、情報発信、指導助言を行い、消費者被害未然防止に向けた実践的な消費者教育の充実を図る。			
【所管部署】	局	部	課
	教育庁	指導部	高等学校教育指導課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

教育庁

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【 番号 】	【施策名】		
4-1-4	小・中学校における消費者教育の推進		
【 施策の概要 】			
現在、小・中学校においては、児童・生徒が消費者としての当事者意識をもてるよう計画的に指導を行うことが重要となっている。そのため、区市町村教育委員会を対象とした消費者教育推進委員会を、義務教育指導課事業説明会として年間3回開催する。この推進委員会において、東京都教育委員会の消費者教育に関わる事業の情報提供や、東京都消費生活総合センター等関係機関との情報交換などを行い、「契約」等消費者としての基礎的知識を習得させることを通して、小・中学校における消費者教育を推進する。			
【 2018年度の取組状況 】			
・小・中学校における消費者教育の充実に向けて、東京都が実施している消費者教育に関わる主な事業や区市町村教育委員会の取組について、年3回(4月・7月・11月)情報提供を行った。 ○ 東京都消費生活総合センターが実施している児童・生徒・教員を対象とした消費者教育に関わる事業についての情報提供 ・ 各種印刷物について ・ Web版読本について ・ 教員向け講座 ○ 東京都教育委員会の消費者教育に関わる主な事業についての情報提供 ・ 啓発資料「くらしと環境 学習Web」の活用について ○ 区市町村教育委員会の取組についての情報提供			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
区市町村教育委員会を対象に、東京都教育委員会や東京都消費生活総合センターが行っている事業について周知するとともに、区市町村教育委員会の取組を共有したことで、小・中学校における消費者教育の取組の促進につながった。			
【 2019年度の取組予定 】			
・小・中学校における消費者教育の充実に向けて、東京都及び東京都教育委員会の消費者教育に関わる主な事業や区市町村教育委員会の取組等について、区市町村教育委員会を対象に、年3回程度情報提供を行う。 ・消費者教育フェスタ開催についての周知を行う。 ・消費者教育を中心とした「法」に関する教育を推進するため、「『法』に関する教育推進校」を設置し、指導内容及び指導方法等についての研究・開発を行う。			
【 所管部署 】	局	部	課
	教育庁	指導部	義務教育指導課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】	【施策名】		
4-1-5	消費者教育に携わる教員への支援		
【施策の概要】			
消費者市民を育成するためには、小学校・中学校・高等学校における、学習指導要領に沿った児童生徒の発達段階に応じた消費者教育が重要であり、東京都教育庁等と連携しながら、実際に消費者教育に関する授業を実施する教員を支援する必要がある。 そのため、学校における消費者教育に必要な知識を提供するため、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターにおいて「消費者問題教員講座」を実施する。また、消費生活上の新たな課題や消費者教育に関する実践的な情報を提供するため、教員向け消費者教育情報提供誌「わたしは消費者」を発行し教育機関に配布するとともに、「東京くらしWEB」にWEB版を掲載し、広く、情報提供を図る。			
【2018年度の取組状況】			
○教員講座(講義12回×2、実験実習3回×2、見学講座2回) ・消費者問題のほか、関連分野も含めた幅広いテーマを設定し、ワークショップや最近の消費者問題の事例など、授業に役立つ具体的な手法や内容を取り入れて実施した。 ・教育庁の協力を得て、校長会や区市町村指導主事連絡会等で教員講座の案内をするとともに、東京都教職員研修センターのホームページに講座開催のお知らせを掲載し、周知を図った。 ・成年年齢引下げをテーマとした弁護士との意見交換や、消費者教育教材の活用事例紹介を行う「拡大講座」を実施した。(講義3回) ・私立学校関係団体に協力いただき、理事会で教員講座の周知を図った。 ○「わたしは消費者」を発行し、教員向けに、消費生活上の新たな課題(6月:貸借契約の流れと注意点、9月:電子マネーを知る、12月:「若者の消費者被害に対応する最近の法改正」と「成年年齢引下げによる影響」、3月:新たなJAS制度とJASマーク)及び教材の紹介等の情報を提供した。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
○教員講座については、全講座を通じて概ね満足度が高く、アンケートでは「成年年齢引下げの影響について、より具体的に学ぶことができた。」「アクティブ・ラーニングが消費者教育で効果的かつ、実施しやすいことがわかった。」「授業に生かすよい題材となった。」などの声が寄せられ、教員が授業等で消費者教育に取り組むための支援ができた。 ○わたしは消費者については、消費生活に関する新しい課題や教材・出前講座の活用事例を掲載し、学校での消費者教育に役立つ情報を提供した。			
【2019年度の取組予定】			
○夏休み期間中に消費者問題教員講座を実施する。実施に当たっては、最新の情報を取り入れながら学校における消費者教育に役立つテーマを幅広く設定するだけでなく、ワークショップ等、より実践的な内容を取り入れるなど、授業での活用を意識した講座を実施する。 ○「わたしは消費者」を年4回発行する。発行に当たっては、消費生活に関する法律や制度改正に関する動向も見据えながら、学校における消費者教育に役立つテーマ・内容を取り上げて教員を支援する。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-6		学生・生徒向けの消費生活講座	
【施策の概要】			
社会経験が浅く、契約に対する知識や経験も少ない若者は、マルチ商法など、悪質事業者のターゲットになりやすい傾向にある。また、現在国において議論されている成年年齢を18歳に引き下げる改正民法が施行された場合、現行法では未成年者取消権を主張できた18歳、19歳の若者が保護されない可能性もある。こうした若者の被害を未然に防止するためには、特に、社会に出る前の学生・生徒に対する消費者教育が重要である。 このため、大学を含む都内の学校に向け、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を講師として派遣する出前講座や社会人ボランティア等を活用した出前寄席を実施する。また、家庭や地域における消費者教育も重要であることから、PTAや保護者等を対象に、子供が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例や対処方法、金融経済教育に関する講義など、実践に役立つ内容の出前講座も実施する。			
【2018年度の取組状況】			
○小・中・高校(特別支援学校含む)の学生・生徒を対象にした学校向け出前講座の実施 (68回) ○大学等における新入生ガイダンス等で出前講座を実施 (102回) ○学校(大学等含む)を対象とした出前寄席を実施 (21回) ○PTA、保護者等を対象にした出前講座を実施(4回)。その他、保護者等も含む自治会等地域活動団体に講師を派遣 ○出前講座・出前寄席のリーフレットを作成・学校等に配布 ○大学等については、多くの学生が集まる新入生向けガイダンスや学内イベントでの出前講座・出前寄席の実施に加え、大学の教職員と連携してゼミ単位での出前講座等も実施した。(ゼミ単位3回:平成30年5月 受講者数5人、平成30年6月 受講者数約42人※、平成30年7月 受講者数8人)※学園祭におけるゼミの企画内で活用			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
○「学校向け出前講座」を実施することにより、若者が遭いやすいトラブルや悪質商法を紹介するとともに、その対応策等を周知し、消費者被害の未然防止を図った。また、学生(生徒)の年齢に応じた内容やロールプレイ等の手法を取り入れるなど、きめ細かい啓発を図った。 ○実施後の感想等では、「悪質商法のトラブル事例やクーリングオフ制度等の対処方法等を分かりやすく説明してもらえ、学校が悪質商法被害防止について啓発する機会として大変有用であった。」「スマートフォンやSNSの利用に関するトラブルや具体的対処法は、生徒の関心が高く、理解が深まったと思う。」「生徒の理解力に応じた具体的内容であり、生徒が意欲的に学習に取り組む様子が見られた。」「ロールプレイが体験的に学ぶことができてよかった。」等の意見が寄せられた。 ○保護者等に出前講座を通じて消費者教育の重要性を伝えることができた。 ○少人数のゼミの特徴を生かし、ロールプレイングなどの手法を交えながら、若者を取り巻く消費者問題について学んでもらうことができた。			
【2019年度の取組予定】			
○学校が、学生・生徒に対して悪質商法被害防止等を目的とする講座を実施する機会を捉え、「学校向け出前講座」を実施するとともに、活用の促進を図る。 ○大学等については、多くの学生が集まる新入生向けガイダンスや学内イベントでの出前講座・出前寄席の実施に加え、大学の教職員と連携してゼミ単位での出前講座・出前寄席による啓発も実施する。 ○PTA、保護者等を対象にした出前講座を継続して実施するとともに、活用の促進を図る。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-7		多種多様なテーマ・手法による消費生活講座	
【施策の概要】			
都民が消費生活において必要な知識や判断力を習得し、主体的に選択するなど自立した消費者として行動できるように、消費生活講座を開催する。 消費生活総合センター及び多摩消費生活センターでは、実験や調理を伴い実践的に学べる体験型の講座や、受講対象者のターゲットを絞ることで学んでほしい内容を的確に提供する講座などを開催する。 また、都民が企画するイベントや集会等に東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を派遣する出前講座や、社会人ボランティア等を派遣する出前寄席を実施するなど、消費生活講座の開催に当たっては、都民に関心を持ってもらえるテーマ等の選定だけでなく、受講者が利用しやすい消費生活講座を企画する。			
【2018年度の取組状況】			
○各種団体・グループが消費者問題についての講座を実施する際、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を講師として派遣し、出前講座を実施 ・移動講座(都が経費負担。学校向け出前講座含む。)の実施 276回、受講者26,499人 ・派遣講座(主催者が原則経費負担)の実施 78回、受講者2,752人 ・出前講座のリーフレット作成・配布 ○悪質商法の手口や実態、その対応策等を分かりやすく伝える落語・漫才等のシナリオを制作し、大学の落語研究会や社会人ボランティア等の協力を得て出前寄席を実施 ・出前寄席の実施 436回、参加者30,705人 ・新作台本の作成 6本 ・出前寄席の演目等が記載されたリーフレットの作成・配布 ○高齢者に対しては、介護施設、老人会、町内会等の高齢者が多く集まる場所において出前講座や出前寄席を実施 ・出前講座 101回、3,213人 ・出前寄席 367回、26,276人 ○「衣・食・住」に関連した日常生活に役立つ知識を、実験等を通じて学べる実験実習講座を開催した(8テーマ16回、377人) ○調理やグループワークを伴うなど、地産地消、食品ロス削減の推進等についてやさしく学べる食育講座を開催した(12回、203人)。 ○年金や相続など、高齢者向けの内容にテーマを絞った連続講座を開催した(11回、1,105人) ○お金の大切さやフェアトレード、食品ロス等、小学生向けの内容にテーマを絞った親子で参加できる親子夏休み講座を開催した(8回、173人)。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
○消費者啓発員や大学の落語研究会、社会人ボランティア等が消費者の希望する都内の場所へ出向き、消費者問題をわかりやすく伝える「届ける教育」(出前講座・出前寄席)を実施することにより、生活条件等により消費者教育事業に接する機会が少なかった消費者に対して、悪質商法の手口や対応策等を周知し消費者被害の未然防止を図った。実施後には「悪質商法の手口や対処法等を具体的事例を通じて知ることができ、勉強になった。」等の感想が寄せられた。 ○身近で話題性のあるテーマを取り上げた講座を通じ、受講した都民に対して、日々の生活に役立つ知識を提供することができた。 ○11月の食育講座は、食品の表示をメインテーマに選びながら、エシカル消費についても触れ、また、テーマの内容に鑑み、新たな試みとして、調理実習よりも座学に重点を置いた。受講者からは「保健機能食品(機能性表示食品)の容器包装をここまで丁寧に見たことはなかったので、大変参考になりました。今後は買い物の際にもっと表示を見ることにします。また、チョコレートムースもとっても美味しかったです。エシカル消費や児童労働の話をしながら子どもと作ります!!」と好評だった。			
【2019年度の取組予定】			
○引き続き、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)や大学の落語研究会、社会人ボランティア等を消費者の希望する場所へ派遣する出前講座、出前寄席を実施する。また、出前講座と出前寄席を組み合わせた実施など手法についても検討し、活用の促進を図る。 ○実験実習講座について、引き続き消費者に身近で話題のあるテーマを設定して実施する(8テーマ、16回)。 ○食育講座について、地産地消、食品ロスの削減、エシカル消費、食の安全等、食に関するテーマを取り上げる(6テーマ、各テーマ2回)。 ○親子夏休み講座について、小学生とその保護者を対象として、食育、実験実習、金銭教育、情報リテラシー等小学生への消費者教育において必要とされるテーマを取り上げる(年8回)。 ○連続講座について、終活をテーマとして、シニア世代のみならず、ミドル世代も対象に10講座程度実施する。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-8		事業者等による消費者教育の促進	
【施策の概要】			
事業者等における従業員向け消費者教育を促進するため、従業員向け消費者教育に積極的に取り組む事業者等の事例をホームページに掲載し紹介するなど、経営者向けの啓発を図る。また、事業者等のニーズに応じ、新入社員向け・中堅社員向けといったライフステージやテーマを分けた出前講座を実施する。			
【2018年度の取組状況】			
○事業者等のニーズを踏まえ、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)による従業員向け出前講座を実施した。 ・悪質商法、クレジットカードやインターネットのトラブル事例及びその対処方法などをテーマに、新入社員向けに講座を実施(6回) ・悪質商法被害防止や終活、ヒヤリハットなどをテーマに、中堅社員向けに講座を実施(9回) ○事業者等における従業員向け消費者教育に関する自主的な取組を促すため、東京都が提供できる出前講座やリーフレット等の紹介のほか、積極的な取組を行っている事業者等の事例を取り上げ、東京くらしWEB等に掲載(1団体)			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
○出前講座では、各事業者のニーズ(対象世代・テーマ等)に応じた講座を実施することが可能なため、有意義な消費者教育を実施することができた。 ○東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)について、経営者向けの講演にも幅広く活用できることを周知できた。 ○従業員向け消費者教育に活用できる出前講座やリーフレット等の紹介及び取組事例を取り上げることで、事業者・事業者団体等が同様の取組を実施するための検討材料を提供することができた。			
【2019年度の取組予定】			
○引き続き、事業者等のニーズ(対象世代・テーマ等)を踏まえた出前講座を実施する。 ○事業者・事業者団体等に対して、様々な機会を活用し、連携した啓発協力を依頼する。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-9		事業者団体等の取組に関する情報提供	
【施策の概要】			
事業者団体等は、その専門性を活かし、多種多様な消費者教育教材や啓発資料等を作成している。消費者教育を実践する場面のニーズに応じた教材等の活用により消費者教育の推進を図るため、事業者団体等が作成する教材等の認知度の向上・活用の促進を図る。			
【2018年度の取組状況】			
○消費者問題教員講座において、事業者団体等が作成した消費者教育教材の実物を収集・展示するとともに、各団体等が実施する出前授業に関する情報提供を行い、活用の促進を図った。 ○都区市町村センター所長会において、事業者団体等が作成した消費者教育教材及び各団体等が実施する出前授業を一覧化したリストを配布・周知することで、活用の促進を図った。 ○東京くらしWEBに事業者団体等が作成した消費者教育教材及び各団体が実施する出前授業に関する情報を掲載し情報提供を図った。 (教材展示:23団体、出前授業情報:24団体) ○展示・交流コーナーで、事業者団体等が作成した消費生活に関するリーフレット等の配架やパネル展示を行い、情報提供を行った。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
○授業ですぐに活用できる教材等を幅広く紹介することで、教員が消費者教育に取り組みやすくなるよう支援することができた。 ○事業者団体等の取組内容等を紹介することで、東京都消費生活総合センターを利用する消費者に有益な情報を提供することができた。			
【2019年度の取組予定】			
○消費者問題教員講座において、事業者団体や民間ADR機関が作成した消費者教育教材を収集・展示するとともに、各団体・機関が実施する出前授業に関する案内についての情報提供を継続して実施する。 ○展示・交流コーナーにおける、事業者団体等が作成した消費生活に関するリーフレット等の配架やパネル展示による情報提供について、継続して実施する。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-10		事業者団体等との連携による消費生活講座	
【施策の概要】			
消費者教育を推進するためには行政の対応だけでは限界がある。そのため、事業者団体等と連携することで、事業者団体等が持つ経験や専門性を活かした消費者教育を実践していくことが重要であることから、事業者団体や試験研究機関等と連携して、一般都民を対象とした啓発講座等を実施する。			
【2018年度の実績】			
○「多様な主体との連携講座」の開催 （平成24～26年度「消費者団体等連携講座」） ＜30年度実績＞ ・教育機関、企業、市民活動団体等と連携して、エシカル消費をテーマとしたシンポジウムを開催（平成30年11月、160人） ○東京都金融広報委員会と連携して、一般都民向けに消費生活講座を実施（平成30年7月、209人） ○東京都生活協同組合連合会との協働事業として、高齢者の消費者被害防止をテーマとしたセミナーを企画・実施（3回） ・狛江市：平成31年1月 参加者87人 ・荒川区：平成31年2月 参加者102人 ・小平市：平成31年3月 参加者95人 ○日本FP協会東京支部等が主催するイベントを後援し、一般都民向けセミナー、ブース展示等を実施（平成31年2月、191人）			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
○「多様な主体との連携講座」では、これまで連携の機会がなかった教育機関、企業、市民活動団体等と新たに連携することにより、様々な立場からの多様な活動や取組事例を紹介することができ、都民にエシカル消費に関する理解促進の機会を提供できた。 ○「賢い消費者のススメ」として、消費者被害の実例と騙されないための心構えについて解説するわかりやすい講座内容となり、都民に消費者被害の未然防止の重要性を伝える機会とすることができた。 ○他団体とセミナー等の実施で協力することにより、消費生活に関する啓発の機会を広げることができた。			
【2019年度の実績】			
○様々な分野における専門知識を持つ事業者団体等との連携を図り、「多様な主体との連携講座」を開催する。 ○身近で話題性のあるテーマを設定し、「消費生活講座」を開催する。 ○生活協同組合等との連携により、高齢者向けセミナーを実施する。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】	【施策名】		
4-1-11	区市町村における消費者教育推進の支援		
【施策の概要】			
主体的に選択・行動ができる自立した消費者への変革を促すためには、消費者の生活に身近な区市町村における消費者教育が重要である。しかし、消費者教育に携わる職員の体制や消費者教育に関するノウハウの有無などについては、自治体により違いがある。 このことから、都が持つ消費者教育講座に関するノウハウや消費生活情報の提供、職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修実施、区市町村で開催する消費生活展等で活用してもらうためのパネル等の貸出し等、様々な角度から支援を図る。			
【2018年度の取組状況】			
○消費生活に関する情報の提供及び共有を目的とし、「東京都・区市町村消費生活行政情報」を毎月発行した。 ○消費生活講座企画の際に参考としていただくため、各区市町村の消費生活講座開催状況をとりまとめて、情報提供を実施した(11月実施) ○区市町村が実施する消費生活展等において、啓発グッズの提供やパネル・着ぐるみの貸出、イベント集客のための広報協力実施した(着ぐるみ貸出8件、パネル貸出18件) ○消費生活行政担当職員等の職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修を実施した(9回、1,317人)。 ○区市町村において消費者教育等の担い手となる方等に消費者問題に関して知識を習得する機会を提供するため、消費者問題マスター講座に「区市町村優先枠」を設け、区市町村を通じて申し込みのあった受講生の受け入れを実施(7区市31人) ○独自に出前講座を実施している区市町村が、当該自治体においてテーマ、日程及び対象者等の調整が困難な場合に、東京都消費者啓発員を派遣して講座の実施を支援(35回、902人) ○多摩地域の市町村と「共催講座」を開催することを通じて、消費生活講座の開催に関するテーマや講師の選定について情報を提供するなど、多摩地域における消費者教育の推進を支援する(22回、459人)。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
○消費者問題マスター講座について、区市町村優先枠を設けて特定の講座受講希望者を受け入れ、地域包括支援センター職員、地域で消費者啓発活動に携わる方などに受講いただくことができた。 ○自前の出前講座を実施している区市町村からのエイドの派遣依頼は、一般的な悪質商法被害防止のほか、食品ロスや終活、事故防止(ヒヤリハット)等の個別テーマや実験を伴う講座も多く、これらの分野について区市町村を支援することができた。 ○共催講座において、経費の一部負担だけではなく、企画、講師選定についても支援することができた。			
【2019年度の取組予定】			
○引き続き、「東京都・区市町村消費生活行政情報」を発行し、区市町村への情報提供を図る。 ○消費生活行政担当職員等の職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修を継続して実施する。 ○区市町村において消費者教育等の担い手となる方等に消費者問題に関して知識を習得する機会を提供するため、消費者問題マスター講座に「区市町村優先枠」を設け、区市町村を通じて申し込みのあった受講生の受け入れを実施する。 ○区市町村に対し、東京都消費者啓発員派遣による出前講座の活用を働きかけていく。 ○市町村との共催講座について、20回程度開催予定。講座の開催規模が小さい市町村への働きかけを行うなど、できるだけ多くの市町村において開催できるよう調整を図る。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(30年度)取組予定(31年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-12		区市町村における消費者教育推進体制の整備等への支援	
【施策の概要】			
消費者教育推進法で努力義務とされている消費者教育推進計画の策定や消費者教育推進地域協議会の設置に向けて、区市町村に対して、情報提供を行うなどの支援を行う。 また、消費者教育コーディネーター、消費生活サポーターについては、区市町村へ活用事例の紹介を行うなど、理解の促進を図る。			
【2018年度の取組状況】			
・区市町村における消費者教育推進地域協議会の設置や消費者教育推進計画の策定に向けて、東京都・区市町村消費生活行政担当課長会において、設置方法等を提案し働きかけを行った。 ・平成30年3月に変更された国の「消費者教育の推進に関する基本的な方針」等、国の動向について随時各区市町村へ情報提供を行った。 ・消費生活総合センターにおいて、特色のある取組を行っている区市町村に対しヒアリングを行うなど、区市町村支援のための消費者教育に関する調査を実施した。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
・区市町村においては、消費者教育推進地域協議会の設置をきっかけとして、協議会での構成員相互の取組状況に関する情報交換や相互連携による取組の実施により、地域の実情を踏まえた消費者教育の推進を図っている。			
【2019年度の取組予定】			
・消費者教育推進法で努力義務とされている区市町村における消費者教育推進地域協議会の設置や消費者教育推進計画の策定に向け、取組事例の紹介を行うなど情報提供による制度等の理解の促進を図るとともに、平成30年度に消費生活総合センターが実施した調査結果等を踏まえ、区市町村の実情に合った支援策を検討する。 ・消費者教育コーディネーター、消費生活サポーターについては、国の動向を踏まえた情報提供により、制度理解の促進を図る。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活部 消費生活総合センター	企画調整課 活動推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-13		地域における消費者教育の担い手の育成	
【施策の概要】			
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て、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターにおいて、連続講座を開催する。 また、講座受講者の地域等での消費者教育活動を促進するため、講座受講者に区市等の活動の場に関する情報提供等を行う。			
【2018年度の取組状況】			
○消費者問題マスター講座(全13回／飯田橋は夜間・立川は昼間に実施) ○全13回のうち、「消費者市民としての役割・消費者団体の活動」をテーマに、消費者市民社会の考え方とともに消費者団体の活動について学ぶ講座を設定した。 ○区市町村において消費者教育等の担い手となる方等に消費者問題に関して知識を習得する機会を提供するため、受講者募集にあたり区市町村優先枠を設け受け入れを行った。(7区市31人) ○講座受講者の今後の活動につなげるため、区市において行う消費者教育啓発事業等の情報をまとめ、受講者に情報提供した。 ○希望する区市町村に対し、地域で消費者教育に携わる意思のある講座受講者の情報を提供することで、消費者啓発事業等への積極的な人材活用を促した。(6区市17人)			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
消費者問題マスター講座の受講者アンケートで、「私たちが各自治体に還元すること、身近な人に注意喚起するなど、何らかのアクションを起こすことが大切だと思った」「消費者団体の紹介がとても参考になった」「これからの活動に生かしていきたい」等の回答が寄せられた。			
【2019年度の取組予定】			
○消費者問題マスター講座を開催(全13回／飯田橋は夜間・立川は昼間に実施) ○講座受講者の活動を促進するため、講座受講者に対し、区市町村が実施する消費者啓発事業や消費者団体の活動等に関する情報を提供する。また、希望する区市町村に対し、地域で消費者教育に携わる意思のある講座受講者の情報を提供することで、消費者啓発事業等への積極的な人材活用を促す。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-14		消費者教育用教材の作成	
【施策の概要】			
主体的に選択・行動ができる消費者の育成・支援を図るため、WEB版消費者教育読本や消費者教育DVD等、小学生から高齢者に至るまでの各ライフステージや対象に応じた様々な消費者教育教材を作成する。また、これまでに作成した教材を長く有効活用するための取組を行う。			
【2018年度の取組状況】			
○消費者問題教員講座で、平成29年度作成教材(小学校向けWeb版消費者教育読本「知っているようで知らない『くらしとお金のヒミツ』」/高校生向けのDVD教材「住まいの知識は一生の知識～安全で快適な住環境のために～」)について紹介した。また、平成26年度作成教材(高校生向けWeb版消費者教育読本「もしも未来が見えたなら」)の実践例と授業の工夫を紹介した。 ○若者向け・ミドル層向け・シニア層向けに、様々な悪質商法の手口などを4コマ漫画で紹介する消費者読本「飯田橋四コマ劇場」を配布した。 ○授業や短時間の研修にも対応できるよう、若者に被害が多い「マルチ商法/マルチまがい商法」「アポイントメントセールス」「架空請求/不当請求」「ネット広告等をきっかけとしたトラブル」について、4コマ漫画で代表的な手口を示し、各商法の解説と被害を未然に防ぐためのアドバイス、クーリング・オフの説明、いざというときの相談先をまとめたリーフレットを作成・配布した。 ○平成26年度に作成した高校生向けweb版消費者読本「もしも未来が見えたなら～いつかクレジットカードを使う日に～」を改訂し、契約の重要性や消費者保護の仕組みが学習できる(成年年齢引下げ対応)内容などを加えるとともに、タブレットでも利用できるようにした。 ○平成29年度に作成した小学生向けWeb版消費者教育読本「知っているようで知らない～くらしとお金のヒミツ」を改修し、より授業で使いやすい教材とした。 ○消費者教育DVDソフトの案内リーフレットを教育機関等に配布するとともに、「消費者教育教材等検索サイト」により、これまでに作成したDVD等の教材の活用を促進する取り組みを進めた。 ○高齢者・見守りの方向けのDVD教材「慣れと油断は事故のもと！～製品事故から身を守るために～」を制作するとともに、グループ学習等で活用できるよう説明書(PDF資料)も添付した。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
○教材を使った講座を開催することで、教材の活用に関して周知を図ることができた。 ○悪質商法の手口等について、四コマ漫画で解説した消費者読本やリーフレットを配布することで、消費者被害の未然防止への一助となった。 ○東京くらしWEBにWeb版消費者教育読本や消費者教育DVDを掲載し、学習の一助とできた。 ○教育機関や他の行政機関からの複製依頼を通して、これまでに作成したDVD教材の活用を進めることができた。			
【2019年度の取組予定】			
○児童・生徒が消費者としての意識を持ち、社会の中で主体的に判断し行動できる力を身につけるための教材として、WEB版消費者教育読本の新作を作成する。また、作成後年数が経過し情報が古くなっているものや形式が使いにくくなっている教材について、順次、改修を行う。 ○ライフステージに応じた消費者教育を推進するため、若者向け・ミドル層向け・高齢者向けに、様々な悪質商法の手口などを4コマ漫画で紹介する消費者読本「飯田橋四コマ劇場」の活用を働きかける。 ○楽しく分かりやすい教材として、消費者教育DVDの新作を作成する。 ○消費者問題教員講座などで、新規及び既存教材の活用を働きかける。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-15		消費者団体等の活動支援	
【施策の概要】			
消費者問題の解決には、専門的な知識や経験を持つ消費者団体等との協働が重要である。そこで、協働の相手方である消費者団体等の自主的な学習や活動等を支援するため、各種情報及び活動の場を提供するとともに、一般消費者に対する情報発信等の活動が効果的に行われるよう協働学習会を実施するなど、消費者団体等の活動支援を図る。			
【2018年度の取組状況】			
○消費者団体・グループの活動の場として、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの学習室及び教室の貸出しを実施した。 ・消費生活総合センター(飯田橋) 2,213回 多摩消費生活センター(立川)1,293回 ○一般消費者に対する情報発信のための学習会として、消費者団体等と協働し協働学習会を実施16回			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
○消費者団体やグループ等の自主的な学習、情報発信等を支援することにより、消費者団体等にオピニオンリーダーとしての役割を果たしてもらうことができ、東京都消費者月間事業等の協働事業にもつなげていくことができた。 ○消費者団体と連携して講座を開催することにより、消費者団体のノウハウを活用することができた。			
【2019年度の取組予定】			
○消費者団体・グループの活動の場として、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの学習室及び教室の貸出しを実施する。 ○一般消費者に対する情報発信のための学習会として、引き続き消費者団体等と協働し協働学習会を実施する。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-16		消費生活に関する図書資料室等の運営	
【施策の概要】			
消費生活総合センター及び多摩消費生活センターに図書資料室を設置し、消費生活に関する図書、行政資料、団体資料(消費者団体、事業者団体)、DVD等を総合的に収集・整備し、閲覧や貸出に供する。 パンフレットコーナーでは、事業者団体等が発行するリーフレット等を配架し来所者に提供する。また、展示コーナーでは、商品テスト等の映像を見ることのできる大型液晶モニターを設置するとともに、商品テスト物等の展示を行い、消費者啓発を図る。			
【2018年度の取組状況】			
○消費生活総合センター(飯田橋)及び多摩消費生活センター(立川)図書資料室において、消費生活に関する図書・行政資料・団体資料・DVD等を収集、整備して、閲覧・貸出等により提供した。 ・消費生活総合センター(飯田橋) 蔵書数:図書資料 22,830冊、雑誌 4,372冊、DVD等 1,258本 貸出数:図書資料 2,925冊、DVD等 692本 利用者数 38,079人 ・多摩消費生活センター(立川) 蔵書数:図書資料 6,635冊、雑誌 196冊、DVD等 545本 貸出数:図書資料 823冊、DVD等 65本 貸出人数 431人 ○消費生活総合センター(飯田橋)展示コーナーについては、大型ディスプレイや商品テスト物等を活用した情報提供を行った。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
○都民に対し、消費生活を営むために必要な情報を、随時・的確に提供できた。利用者からは、「他の図書館にはない、消費生活関連の専門的な図書資料が充実している。」「社会的に話題になっているテーマに係る資料が幅広く揃っており便利である。」等の意見が寄せられている。 ○センターを会場とする講座のテーマに合わせて配架棚にて特設コーナーを設けるなど地道な作業により貸出件数が増加した。			
【2019年度の取組予定】			
○消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの図書資料室において、最新の動向を踏まえた消費生活に関する図書、行政資料、団体資料(消費者団体、事業者団体)、DVD等の収集・整備を行い、閲覧・貸出等により提供する。 ○パンフレットコーナー及び展示コーナーについては、随時内容の更新・変更等を行い、消費生活部生活安全課からの商品テスト物等の提供と併せて、都民が消費生活を営む上で有益な情報を提供する。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-17		消費者団体との協働事業	
【施策の概要】			
消費者団体と東京都による協働事業として、消費者月間事業を共催で実施する。 消費者月間事業は、都民の消費者としての自覚を促し、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に、毎年10月の東京都消費者月間を中心に各種事業を展開している。			
【2018年度の取組状況】			
消費者問題の解決に向け、共催する消費者団体と協働して、10月を中心に各種事業を実施した。 テーマ「もっと広げようコミュニケーションの輪～未来を拓く消費行動～」(参加消費者団体28団体) ○ 見て、聞いて、話そう！交流フェスタ （新宿駅西口広場イベントコーナー 10月12日、13日） くらし、環境、消費者被害防止、食、安全対策などについて展示発表等 参加者約38,500人 ○ メインシンポジウム 「ロボットがあなたのくらしにやって来る?! ～家事も介護もロボットがおたすけ～」 参加者181人 ○ 地域会場 3会場(多摩会場、大田会場、八王子会場) 参加者計475人 ○ 東京のがんばる農業応援バスツアー(小金井市) 参加者71人 ○ くらしフェスタ東京 食と農セミナー「食は『科学』で考える～その情報、ホント?!」 参加者149人 ○ エコプログラム「どうしたらいい？増え続けるプラスチックゴミ」 参加者181人 ○ 協賛事業 108件			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
○下山勲氏を講師に招いたメインシンポジウムでは、8割超の方々から好評を得た。 ○交流フェスタについても「知らないことが多く、とても勉強になった」「様々なブースで体験・学習ができ、多くの情報が得られた」「クイズラリーを通じて、親子で楽しみながら新たな知識を得られた」等の意見が多く寄せられた。 ○農業応援企画のバスツアーやセミナーでは、参加者から、生産者との交流を通じて東京の農業の実態や必要性が理解できたとの声が寄せられた。			
【2019年度の取組予定】			
消費者問題の解決に向け、消費者団体と東京都による協働事業として、消費者月間事業を引き続き実施。より多くの都民の参加が得られるよう企画立案を図り、10月を中心に事業展開を図る。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	消費生活総合センター	活動推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-18		計量に関する周知活動と教育の推進	
【施策の概要】			
消費者利益の確保を目的として、周知と教育の二つの観点から効果的に普及を進め、消費者自身の計量制度に対する認識の向上を図るものである。 1 情報発信 計量制度全般を取り扱う記念日行事を主催するほか、区市町村等の生活展への出展、ホームページ、ツイッター、リーフレットでの情報提供等を実施する。 2 消費者教育の推進 小学生の段階から計量に親しみ興味をもってもらえるよう、夏休み期間に計量器の工作などを体験する「親子はかり教室」を開催するとともに、計量及び学校教育の関係者と協力し、「出前計量教室」の開催や計量に関する教科の支援に取り組む。			
【2018年度の取組状況】			
計量制度の普及啓発を図るため、下記の取組を行った。 1 情報発信 (1) 関連団体と実行委員会を組織し、計量記念日(11/1)に新宿駅西口広場で「都民計量のひろば」を開催した。 (2) 関係機関や区市町村が主催する「消費生活展」等のイベント18会場に参加し、計量の普及啓発に努めた。 (3) 東京動画で計量検定所の業務を動画で紹介した他、東京くらしWEB、ツイッター、フェイスブック、リーフレットなどの活用及び計量に関する報道機関の取材に協力するなどして計量に関する情報提供に努め、計量制度の啓発を行った。 2 消費者教育の推進 (1) 消費生活調査員(生活文化局長から委嘱された消費者100名)による、食料品などの商品の計量調査を年6回実施して消費者の商品量目に関する意識の向上を図った。 (2) 計量展示室では、東京150年事業に協賛し、通常の展示に加え夏休み期間(8月)、強調月間(11月)には特別企画として東京の計量150年展示を実施した。 (3) 希望のあった都内公立小学校14校に出向き、児童向けの出前計量教室を実施した。 (4) 夏休み期間に3日間親子はかり教室(都内在住小学生とその保護者)を開催した。 (5) 小学校教員向け講座の「ジュニア計量学校」を実現するため、関係団体と協定を結び、計量に関する教材や模擬授業の実施など、具体化への検討を進めた。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
事業に参加した都民からは、「計量調査に参加して、自分の調査内容を子どもや家族に話したり、話し合うきっかけとなり、より良い消費者、行動する消費者として一歩踏み出すことができた。」、「計量調査が影ながら行われていることによって消費者の生活が守られていることを知ることが出来たのがすごく良かった。」、「こんなに楽しいイベントがあったなんて知らなかった。来年の11月1日の都民計量のひろばにもまた遊びに来たい。」「親子はかり教室が終わったあとに、子どもが検定所で働いてみたいと言った。」などの感想が聞かれた。アンケート結果からも好意的な評価が多く、事業実施の目的に対して一定の効果があったと考える。			
【2019年度の取組予定】			
計量制度の普及啓発を図るため、引き続き下記の取組を行う。 1 情報発信 (1) 関連団体と実行委員会を組織し、計量記念日(11/1)に「都民計量のひろば」を開催する。消費者が楽しみながら計量制度に親しむことができる取組みを進める。 (2) 関係機関や区市町村等が主催する消費者向けイベントに積極的に参加し、計量の普及啓発に努める。 (3) 東京くらしWEB、ツイッター、フェイスブックなどのSNSやリーフレットなどを有効活用して、計量に関する情報を広く発信し、計量制度の啓発を図る。 2 消費者教育の推進 (1) 消費者の商品量目に関する意識の向上を図るため、消費生活調査員(生活文化局長から委嘱された消費者100名)による食料品などの商品の計量調査を年6回実施する。 (2) 計量検定所の見学や計量展示室の公開で、消費者に計量検定所の役割や計量の歴史と制度を身近に感じてもらい関心を高めることで、計量の普及を図る。計量展示室では、特に夏休み期間(8月)及び計量記念日月間(11月)に、計量展示室特別公開として企画展示を実施する。 (3) 小学生向け事業として、出前計量教室(公立小学校)及び親子はかり教室(小学生とその保護者)を実施する。 (4) 小学校教員向け講座の「ジュニア計量学校」実現のため、関係団体と協力して学校教育の計量に関する授業に活かせる教材や計量に関するアドバイスを提供することの具体化に向けての検討を進める。			
【所管部署】	局	部	課
	生活文化局	計量検定所	管理指導課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

都民安全推進本部

※平成31年4月1日以降、上記局名となります

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-19		青少年のインターネット利用に係る被害等防止啓発講座	
【施策の概要】			
ネット・ケータイ等の中には青少年の健全な育成に有害なものがあり、それらへの過度なめり込みは、家庭内でのコミュニケーションや青少年の健全な育成の妨げとなることが懸念される。このような中、ネット・ケータイ等の悪影響から青少年を守るため、青少年や保護者等を対象としたファミリールール講座を開催している。 講座では、SNS等の利用による生徒同士のトラブル等を未然に防止するために、学校等に専門講師を派遣し、青少年の性被害の実態やその防止策等の講義、生徒自身によるルール作りの取組などを行う。			
【2018年度の取組状況】			
学校でメディア教育を受ける環境にある児童・生徒に比べ、インターネットの利用方法等に関する情報を得ることが少ない親世代への情報提供を進めるため、今後は保護者に対し、ネット・ケータイ利用に係る家庭でのルール作りやフィルタリング設定の促進など、知識を付与するための講習会等を実施した。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
講習会を通じ、青少年のネットトラブル被害の未然防止の意識啓発を図ることができた。			
【2019年度の取組予定】			
2019年度は未就学児の保護者向け講座や、大学生と考えるグループワークの実施数の増加を予定			
【所管部署】	局	部	課
	都民安全推進本部	総合推進部	都民安全推進課

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票

東京消防庁

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【番号】		【施策名】	
4-1-20		児童等に対する防火防災教育	
【施策の概要】			
児童等への防火防災教育を推進していく中で、遊具、建築設備、交通機関や日常生活用品等に起因して発生した日常生活事故事例を基に、これら事故に対する児童等の自らの危険予測及び将来にわたる危険回避能力を高めるための教育を実施する必要がある。そこで、消防職員や消防団員等が学校に出向いて実施する体系的な防火防災教育を総合防災教育として教育関係機関と連携して推進する。			
【2018年度の実績状況】			
教育機関等と連携して、幼児期から社会人に至るまでの段階に応じた総合防災教育を推進し、消防職員や消防団員等が学校などにおいて防災教育を実施した。 総合防災教育において、小学生期、中学生期、高校生期の段階に適する防災ノートなどの防災教育教材等を活用しながら、日常生活における危険予測及び危機回避能力を高めるための教育を行った。			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
2018年度は、当庁管内2,536校の小・中・高等学校のうち、2,133校(84.1%)の学校において、約124万人の児童等に対して、危険予測及び危険回避能力を高めるため、総合防災教育を実施した。 ※数値は2019年1月現在			
【2019年度の実績予定】			
教育機関等と連携して、引き続き、幼児期から社会人に至るまでの段階に応じた総合防災教育を継続して推進し、消防職員や消防団員等が学校などにおいて防災教育を実施していく。 日常生活の事故事例を基に、児童等の危険予測及び危険回避能力を高めるため、防災教育教材等を活用した効果的な防災教育を行っていく。			
【所管部署】	局	部	課
	東京消防庁	防災部	防災安全課

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(2018年度)取組予定(2019年度) 調査票**

中央卸売市場

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及			
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進			
【 番号 】	【施策名】		
4-1-21	食育推進活動支援のための情報提供		
【 施策の概要 】			
中央卸売市場では、料理講習会や市場まつり等、生鮮食料品等流通に関する知識の普及・啓発のために行う消費者向け事業において、食育・花育を推進している。また、「東京都食育推進計画」に基づき、実施している「いちば食育応援隊」事業では、生鮮食料品等やその流通に関する知識を有する市場関係者を、食育推進活動に有用な人材として登録し、その情報を広く都民へ提供し派遣している。「いちば食育応援隊」事業は食育を推進する団体により活用され一定の効果がみられる。今後、より一層派遣の機会を増やすため、当事業の周知を図り、都民の豊かな食生活の実現に寄与していく。			
【 2018年度の実施状況 】			
生鮮食料品等流通の基幹的な役割を担う中で豊富に蓄積されてきた食に関するノウハウ等を、食育・花育推進の観点から、下記の機会を通じて提供した。 ①生鮮食料品等の流通事情や商品知識の情報提供、食材の調理法や食文化の講演を内容とした料理講習会や市場見学会等を実施した。(4市場15回開催) ②市場施設を一般開放し、食育・花育に関するイベント等による市場のPRを内容とした市場まつりを、市場業界と連携して開催した。(9市場にて開催)			
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】			
市場まつりや料理講習会等において、生鮮食料品等に関する知識や市場における安全・安心対策等を知ることができた。			
【 2019年度の実施予定 】			
生鮮食料品流通の基幹的な役割を担う中で豊富に蓄積されてきた、食に関するノウハウ等を、食育・花育推進の観点から、様々な機会を捉えて、市場ならではの食育・花育を推進していく。 ①各市場における料理講習会等において、食育推進の観点から、旬の食材に関する知識や調理方法等の情報提供を充実させ、内容の充実を図っていく。 ②市場まつりにおいて、都民の食の安全・安心への関心に応えられるよう、市場業界と連携し、市場のしくみなどをより理解していただくよう内容を充実させていく。 ③いちば食育応援隊を利用する都民に対し、人材の紹介を行うとともに、区市町村や教育機関など、食育事業を実施する団体に対し、あらゆる機会をとらえて、HPなどを活用して、当事業の周知を図っていく。			
【 所管部署 】	局	部	課
	中央卸売市場	管理部	総務課