

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
1	1	1	ホームページ「東京くらしWEB」等による消費生活情報の総合的な提供	くらしに関わる情報サイト「東京くらしWEB」で、消費者被害情報・危害危険情報等による注意喚起やアドバイス、困ったときに頼りになる相談FAQ、楽しく学べる動画やクイズ形式の教材などにより、総合的かつ時勢を捉えた有用な消費生活関連情報を簡潔で伝わりやすい表現等を工夫し提供すると共に、関心のあるテーマを探しやすく、かつ興味の深掘りや展開を促すための充実を図っていく。消費生活トラブルに関する情報（相談FAQ）は、併せて外国語（英・中・韓）での情報提供を行う。 これらの情報は、SNS（消費生活行政twitter、Facebook）等も活用し、「伝わる」情報発信となるよう、読みやすく消費者の関心を引き寄せる表現等を工夫しながら、効果的に発信する。	○ホームページ「東京くらしWEB」で、注意喚起や教材等の有用な消費生活情報を、動画やイラスト等も用いるなどして効果的かつ迅速に発信するとともに、連動してSNS（Twitter「東京都くらし・住まい」等、Facebook「東京都消費生活」）で拡散し、より多くの消費者に向け、伝わる情報発信を行う。 ○AI翻訳を導入し、「東京くらしWEB」のコンテンツについて、15カ国語での情報提供を行う。	生活文化スポーツ局
1	1	2	ライフステージに応じた消費生活情報の提供	最新の被害事例や注意点など、消費生活に関わる様々な話題についてわかりやすく情報提供し、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。 情報提供に当たっては、「東京くらしWEB」を基本としながら、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、若者にはSNS等の電子媒体を活用するなど、対象を明確にした上で重層的な情報発信を行い、効果的な広報展開を目指す。なお、視覚障害者向けに「東京くらしねっと」のCD版を作成するなど、消費者の多様性に配慮した情報発信にも取り組む。	○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 ・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」を開催の上、掲載記事テーマを検討して作成 ・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 ・視覚障害者向けに東京くらしねっとCD版を発行（年6回） ○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	生活文化スポーツ局
1	1	3	効果的な情報発信による消費者被害防止啓発	消費者被害が深刻な高齢者と若者に対象を絞ったキャンペーンや、事業者団体・関係機関など多様な主体との連携事業など、様々な啓発活動を実施する。 実施に当たっては、都の広報媒体を始め、ポスター、交通広告、SNSなど対象に合わせた媒体の活用や多様な主体との連携により広く周知を図る。対象に「伝わる」情報発信・注意喚起となるよう、提供手法や内容・コンテンツの充実を図ることにより事業への認知を高めながら、効果的な啓発を行う。	○高齢者悪質商法被害防止キャンペーン（9月：関東甲信越ブロック共同キャンペーン） ○若者向け悪質商法被害防止キャンペーン（1～3月：関東甲信越ブロック共同キャンペーン） ○成年年齢下げを踏まえた消費者被害防止のための若者参加型事業 ・消費者トラブルをテーマに、若者からCMシナリオ及び動画を公募 ・動画化した受賞作品のSNS配信、消費者啓発フォーラムの開催等プロモーションの実施 ○事業者団体・関係機関等と連携した啓発（郵便局封筒広告掲載：12月から）	生活文化スポーツ局
1	1	4	高齢者を狙った特殊詐欺被害防止	都内における令和3年の特殊詐欺の被害状況は、認知件数が3,319件、被害額は約66億2,000万円で、令和2年と比較して増加しており、予断を許さない状況である。これら特殊詐欺被害防止のため、都は、主に高齢者に対して、特殊詐欺の被害に遭う危険性を啓発するため、希望者に特殊詐欺の犯行手口を模した電話やSMSを受信させる特殊詐欺被害防止に向けた体験型啓発等を実施する。また、警視庁、区市町村と連携し、各地において特殊詐欺被害防止公演などの広報啓発活動を実施している。	○自治体が主催する防犯講習等に講師を派遣し、受講者に特殊詐欺の犯行手口を模した電話や、SMS（ショートメッセージサービス）を受信させ、特殊詐欺被害に遭う危険性を体感してもらうとともに、特殊詐欺の手口の解説や対策の説明等を行う。 ○特殊詐欺の手口や防犯対策などについて分かりやすく説明するため、特殊詐欺被害防止公演（寸劇）を80回実施する。 ○特殊詐欺の最新の手口や対策等を記載した被害防止リーフレットを70,000部作成し、各区市町村、警察署を通じて、都内在住の高齢者に配布する。	生活文化スポーツ局
1	1	5	サイバー犯罪被害防止のための情報発信・広報啓発活動の推進	DX推進によるインターネット利用機会の増加と、これに付随する高齢者におけるサイバーセキュリティ上のリスク向上に対処するため、都民のサイバーセキュリティ意識の向上、サイバー犯罪の被害の未然防止を目的として、サイバーセキュリティ広報啓発イベントの開催や基本的なサイバーセキュリティ対策を盛り込んだ広報啓発用資料の作成、サイバー犯罪被害防止対策啓発映像の制作を行い、サイバーセキュリティイベントや企業等で行われる各種セミナー等で活用するなど、効果的な広報啓発活動を推進する。 また、警視庁ホームページ内に設置したサイバー犯罪に関する情報発信コーナーや、ツイッター等のSNSを活用し、最新のサイバー犯罪や広報啓発活動等に関する情報をタイムリーに発信するなど、インターネットを使用する消費者のサイバー犯罪被害の未然防止を図る。	○都民に向けたサイバーセキュリティ広報啓発イベントの開催 都民一般を対象に、サイバー犯罪被害を身近な問題と捉えてもらうため、街頭キャンペーン、Web広告や大型電子掲示板の活用など、様々な情報発信手段による大規模なサイバーセキュリティ広報啓発イベントを実施する。 ○サイバーセキュリティ意識を醸成する広報啓発活動の展開 広報啓発用映像を制作し、公式TwitterやYouTube公式チャンネル、交通広告（電車内ビジョン広告）等を活用して、サイバー犯罪の手口や対処方法について幅広い年齢層に対し、短時間で分かりやすい啓発を行う。 ○高齢者スマホ防犯教室の開催 スマートフォンの操作に不慣れな高齢者を対象とした、インターネット上の詐欺被害を疑似体験させることで危険性を認識させて被害防止に繋げる高齢者スマホ防犯教室を開催する。	警視庁

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
1	1	6	生活安全相談センター等における広報啓発活動	生活安全相談センター、警察署等において、特殊詐欺や悪質商法等に関する相談受理時、相談者に対する被害防止のための注意喚起を行うとともに被害防止に係る情報発信に努める。	生活安全相談センター、警察署等において、特殊詐欺や悪質商法等に関する相談受理をした際、相談者だけではなく、家族に連絡をして家族で資産を守るという意識を植え付けるとともに、被害防止のための注意喚起を積極的に行い、被害防止に係る情報発信に努める。	警視庁
1	1	7	防災機器の不適正販売等に係る都民の被害等防止対策	住宅用火災警報器や消火器を始めとする住宅用防災機器等の普及促進に当たり、不適正販売等の被害を防止するため、リーフレットやホームページを通じ、注意喚起をするとともに、クーリングオフ制度を紹介する。	継続して、住宅用火災警報器や消火器を始めとする住宅用防災機器等の普及促進に当たり、不適正販売等の被害を防止するため、リーフレットやホームページを通じ、注意喚起をするとともに、クーリングオフ制度を紹介する。	東京消防庁
1	1	8	不動産取引に係る消費者向け情報提供	不動産の取引は、物件が高額であり、また、申込みから最終決定に至るまでに、契約や登記などの複雑な手続を要する。このため、消費者の取引に関する知識や経験が不足していることによるトラブルが発生している。 そこで、都は、トラブルを未然に防止するため消費者向けの「不動産売買の手引」、「住宅賃貸借契約の手引」などのパンフレットを通じて、不動産取引に関する普及啓発を図っている。また、消費者が安心して不動産取引を行えるよう、宅地建物取引業者の処分履歴等について、名簿の閲覧やインターネットにより情報提供している。 さらに、近年の民法改正（契約関係・成年年齢下げ）や宅地建物取引業法に基づく重要事項説明のオンライン化など、宅地建物取引における大きなルール変更があった状況を踏まえ、消費者に対し取引に際しての注意喚起を促す適時適切な情報提供が必要となっている。 今後も引き続き、消費者の不動産取引に関する知識の向上を図るための普及啓発に加え、新たな不動産取引の動向等を踏まえた効果的かつ即時性のある情報提供に取り組んでいく。	・住宅政策本部ホームページやリーフレット等を活用し、不動産取引に関する消費者向け情報提供を推進 ・消費者の不動産取引に関する知識の向上を図るため、多様な方法を用いて効果的な普及啓発を推進	住宅政策本部
1	1	9	ヒヤリ・ハット調査を基礎とした潜在危険の情報提供	平成26年に公表された国民生活センター実施の国民生活動向調査によると、購入した商品や利用したサービスについて不満を感じたことがある、又は経済的・身体的な被害を受けたことがあると答えた人のうち、消費生活センターなど行政の相談窓口にご相談したのは2.8%となっている。危害・危険情報は顕在化しにくく、身近に潜む危険を知らせるヒヤリ・ハット情報は、家庭や社会の片隅に埋没してしまっている。 商品による身近な危害を未然に防止するためには、埋没しているヒヤリ・ハット情報の掘り起こしによる、危害・危険情報の把握が不可欠である。 そのため、ヒヤリ・ハット情報を含めた事故情報を、インターネットアンケート調査により収集・分析し、必要に応じて商品テスト等の調査を実施し、都民に情報を提供していく。	○インターネットのアンケートにより、ヒヤリ・ハット体験事例を収集・分析するヒヤリ・ハット調査を実施する。 調査結果を取りまとめたヒヤリ・ハットレポートを作成・配布し、都民への注意喚起に取り組むとともに、関係機関及び事業者へ調査結果を情報提供し、被害の未然・拡大防止を図る。 ○必要に応じて商品テストや安全性に係る調査のテーマとして取り上げ、調査・分析を行い、商品事故等の危害・危険防止対策につなげていく。	生活文化スポーツ局
1	1	10	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発	次代を担う子供の安全対策のため、商品・サービスに関する危害・危険について、子供が集まる各種イベントのほか、社会科見学や家族連れの見学客の多い東京消防庁防災館において、日常における事故をわかりやすく伝達するなど普及啓発を実施するとともに、幼稚園や保育所等を通して保護者にチラシを配布したり、ネットへ情報を掲載するなど、必要な情報を必要としている消費者に届ける。	○東京消防庁防災館との連携や、子育て世代が集まるイベント等への出展を行うとともに、区市町村と連携し、消費生活展等での模型・パネル等の展示を行う。 ○ネット世代へ情報提供する手段として、事故事例と事故防止メッセージを加えた動画を作成し、YouTubeや東京くらしWEBへ掲載したり、商品等安全対策協議会の提言に基づいて作成したリーフレットを配布する等、普及啓発の取組をあらゆる方面から行っていく。	生活文化スポーツ局
1	1	11	乳幼児の事故防止に向けた啓発	保護者など周りの大人が子供の年齢や成長段階に応じた特性・行動を知ることにより、事故防止のための適切な行動を取れるよう、学習ソフト、ハンドブック等による啓発のほか、ホームページでの情報提供等を実施する。	・事故防止学習ソフトにて啓発する事故事例の充実等、内容に関する更新・広報 ・ホームページ上に、事故防止教育ハンドブック及び幼児の視界を体験できる印刷物「東京都版チャイルドビジョン」を掲載し普及啓発	福祉局
1	1	12	リコール製品や長期使用製品による事故の防止	リコール製品に起因する事故の防止のため、東京くらしWEBから消費者リコール情報サイトへのリンクを継続的に掲載するとともに、必要な場合には積極的な注意喚起を行う。 また、長期使用製品に関する事故も後を絶たない状況にあることから、長期使用製品安全点検の周知など、長期使用製品による事故を防止するための注意喚起を適切に行う。	○危害・危険情報によるリコール製品関連情報の発信 東京くらしWEBの危害・危険情報において、リコール製品に起因した事故等が発生した場合等をとらえ、リコール製品の所有状況の確認等について発信する。 ○長期使用製品関連情報の発信 東京くらしなっとや東京くらしWEBの危害・危険情報などを活用し、長期使用製品安全点検・表示制度について周知していく。	生活文化スポーツ局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
1	1	13	都民生活において生じる事故防止対策の推進	都民に対して事故の発生状況及び防止対策を、ホームページやSNS等を活用して、タイムリーかつ効果的に広報することで、事故防止対策の周知、意識啓発を行い、都民生活における事故の防止を図る。また、建築設備や家電製品、生活用品に起因して発生した事故を、そのまま放置しておいた場合、重大な事故や繰り返し同種の事故が発生するおそれがあるため、事故に起因した建築設備や家電製品、生活用品を製造等した関係のある者に対し、必要に応じて事故の状況を通知する。	<ul style="list-style-type: none"> ○都民生活事故全体の約7割を乳幼児と高齢者で占めているため、引き続き、事故にしやすい世代である乳幼児と高齢者にターゲットを絞った冊子を作成し、関係部局等と連携して都民に配布し、事故の多い世代等に対して、継続的に注意喚起を促す。 ○事故の抑制を図るため、季節ごとに発生する事故の情報をタイムリーかつ効果的に広報するとともに、時季を捉えてホームページ等に掲載する各種事故防止情報を利用して、実効性のある事故防止対策を推進する。 ○関係部局と連携し、都民生活事故データを活用して、事故防止対策の情報を発信し、再発防止を図る。 	東京消防庁
1	1	14	火災調査結果等の安全対策への反映	火災調査結果等を再発防止に反映させるため、関係する業界やメーカー等に対して改善指導を行うとともに、報道発表やホームページへの掲載、ツイッター等を活用し、火災情報等を迅速に都民に提供する。	火災調査結果等を再発防止に反映させるため、関係する業界やメーカー等に対して改善指導を行うとともに、報道発表やホームページへの掲載、ツイッター等を活用し、火災情報等を迅速に都民に提供する。	東京消防庁
1	1	15	消費生活基本調査	消費生活行政を効果的に展開するために必要な、消費者を取り巻くデジタル化の進展等の社会動向や被害の実態を的確に把握する基本調査を実施する。その結果は、被害の未然防止に向けた効果的な情報発信の在り方など、施策展開の基礎資料として活用する。	○消費者を取り巻く動向や被害の実態を的確に把握し、消費生活行政を効果的に展開するため、都民2,400人を対象としたインターネットによる消費生活基本調査を実施する。その結果は、効果的な情報発信の在り方など、施策展開の基礎資料として活用する。	生活文化スポーツ局
1	1	16	相談情報を活用した情報発信	国民生活センターのデータベース「全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）」に、消費生活総合センター及び都内の消費生活センター等に寄せられた相談情報を蓄積し、相談処理に活用している。 PIO-NETに蓄積された相談情報や分析結果を都民への注意喚起等に活用することで、消費者被害の未然防止・拡大防止を図っている。	<ul style="list-style-type: none"> ○全都域の相談状況の分析「令和4年度消費生活相談年報」を発行（9月） ○毎月の相談傾向、テーマ別分析及び消費者注意情報等をホームページ「東京くらしWEB」で発信 ○消費者教育資料等への事例掲載 	生活文化スポーツ局
1	1	17	地方消費生活行政の充実・強化	地方消費生活行政を充実・強化して積極的な取組を実施するためには、国による財政支援が重要であり、これまで充実させてきた区市町村の事業を継続して実施できるよう、今後ともこれまでと同等以上の財政支援を行うとともに、必要な財源を継続的・安定的に確保することについて国に要請する。	<ul style="list-style-type: none"> ○令和6年度国の施策及び予算に対する提案要求の実施 ・令和3年度に強化事業の使途が一新され、4～5年度もメニューが見直されているものの、推進事業に比べ使途が限定されている上、補助率が低いため、現行の事業を維持するのに不十分である。 ○昨年度に引き続き、地方消費生活行政推進のために、平成29年度までと同等以上の財政支援を行うとともに、必要な財源を継続的・安定的に確保することについて提案要求を実施する。 	生活文化スポーツ局
1	2	1	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充実	都内のほぼ全域で構築された高齢者見守りネットワークの更なる機能充実を図るため、区市町村に対して定期的なアウトリーチ活動を行い、現状把握とそれを踏まえた助言や情報提供等のフォローアップを行うほか、地域で高齢者をサポートする見守り人材等の育成支援に取り組む。 また、構築されたネットワークを基に消費者安全確保地域協議会の設置につなげられるよう、協議会未設置の区市町村の状況を分析し、必要な情報提供や地域の実情に応じたきめ細かい助言を行うほか、必要に応じて国に対する財政面や制度面の要望を行うなど、区市町村が協議会を設置しやすい環境整備に取り組んでいく。 なお、区市町村の見守りネットワーク活性化や協議会設置の働きかけに当たっては、高齢者福祉部門等と協力して地域における消費生活部門と福祉部門との連携強化を図る。	<ul style="list-style-type: none"> 以下の取組により、区市町村における高齢者の消費者被害防止を支援していく。 ○区市町村における消費者安全確保地域協議会の設置支援のため、アウトリーチ活動を行い、状況分析の上、必要な情報提供や助言を行う。 ○なお、国に対する財政面や制度面の要望も行き、協議会を設置しやすい環境整備を行う。 ○都内のほぼ全域で構築された高齢者見守りネットワークのさらなる機能充実に向けて、自己評価チェックシートによるチェックを継続して行い、結果に基づく現状把握を踏まえて助言や情報提供を行っていく。 ○出前講座、出前寄席等の実施により地域で高齢者をサポートする見守り人材等の育成に取り組む。 ○民間事業者と連携しての個別訪問による高齢者本人や周囲の人への消費者被害に係る注意喚起を行う。 ○高齢者福祉部門等と協力して、地域における消費生活部門と福祉部門との連携強化を図る。 	生活文化スポーツ局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
1	2	2	高齢者のための専用相談・通報受付	消費生活総合センターに高齢者支援グループを設けて専門相談員を配置するとともに、高齢者本人や家族からの相談を受け付ける専用電話「高齢者被害110番」や、ケアマネジャー、ホームヘルパー、民生委員・児童委員、地域の高齢者見守りネットワークのメンバーなど高齢者の周囲の人たちから高齢者被害の通報を受け付ける専用電話「高齢消費者見守りホットライン」を活用して、高齢者からの相談に迅速に対応する。 また、例年9月の「高齢者悪質商法被害防止キャンペーン」と連携して「高齢者被害特別相談」を実施するなど、高齢者被害の未然防止・拡大防止を図る。	○高齢消費者見守りホットライン、高齢者110番での相談受付 ○関東甲信越ブロック及び都内区市町と合同で、高齢者被害特別相談を9月に実施 ○関係機関との連携（高齢者被害相談関連） 地域福祉権利擁護事業関係団体連絡会議への参加等を通じ、東京都社会福祉協議会との連携を図る。	生活文化スポーツ局
1	2	3	高齢者等の消費者被害を防止するための見守り人材の育成及び民間事業者との連携	高齢者の身近にいる家族やケアマネジャー、民生委員・児童委員など高齢者を見守る人々を対象に、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応などをテーマとした出前講座を実施する。実施に当たっては、デジタル化やキャッシュレス化の進展など、社会の変化に即した新たな被害事例・手口への対応方法も盛り込む。 また、宅配業務等で高齢者世帯を訪問する事業者と協定を締結し、事業者が訪問時に高齢者本人や家族などに直接声かけしながら注意喚起リーフレットを直接手渡す「悪質商法注意喚起プロジェクト」を実施する。実施に当たっては、高齢者のライフスタイルに身近な事業者の新規開拓など、事業の拡充を検討しながら、引き続き事業者と連携した効果的な啓発を実施する。	○自宅まで商品やサービスを届ける宅配事業者等と連携し、高齢者世帯等に悪質商法被害に関するリーフレットを届け、注意喚起を実施（9月～12月。都内全域で約16万部配布） ○ホームヘルパー、ケアマネジャーなどの介護事業者や民生委員・児童委員、町会・自治会や老人会、高齢者見守りネットワークのメンバー、配送事業者など、高齢者を見守る立場の人を対象に、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応等についての出前講座を実施(300回実施予定)	生活文化スポーツ局
1	2	4	高齢者に多い消費者被害を減らすための対策の検討	高齢者の被害は、他の年代に比べて、在宅時に被害に遭いやすい傾向があることから、訪問販売や電話勧誘販売等における消費者被害を減らすため、関係法令の規定遵守の徹底を改めて事業者に対し呼び掛けるほか、高齢者や高齢者を見守る人々に対しても勧誘に当たり事業者が遵守すべきルールの周知を行い、意にそぐわない勧誘をより断りやすい環境に整えるなど、消費者の意思を尊重した営業活動が行われるための取組を検討する。	○令和元年に作成した事業者向け啓発チラシを事業者指導の際に配布したり、コンプライアンス講習会において周知する。 ○消費生活総合センターと連携して、条例で定める迷惑勧誘等の不適正な勧誘行為に関する注意喚起を行う。	生活文化スポーツ局
1	2	5	成年後見制度等の活用による消費者被害の防止・救済体制の充実	日常生活自立支援事業は、介護保険制度導入や社会福祉法等の改正により、福祉サービスが措置から利用へと移行する中で、認知症高齢者や知的障害者等、福祉サービスの利用対象者の利益の保護を図る仕組みの一環として開始したもので、都においては本事業の取組を進めるとともに、権利擁護への取組をより一層進めるため、平成14年度からは福祉サービス総合支援事業、平成17年度からは成年後見活用あんしん生活創造事業を開始している。 上記3事業については、その取組が都内区市町村等において着実に進んできているところであり、今後も引き続き、事業実施主体への支援を進めることにより、都内における権利擁護に係る総合的な相談体制の充実、消費者被害の防止・救済体制の充実を図る。	都における権利擁護に係る取組について、中心となる3つの事業について、記載する。 ①日常生活自立支援事業については、着実に取組を進める。 ②福祉サービス総合支援事業については、実施自治体への支援を継続するとともに、未実施自治体への働きかけにより、一層のサービスの充実に努めていく。 ③成年後見活用あんしん生活創造事業については、どの地域においても必要な方が適切に支援につながり、安心して成年後見制度を利用できるよう、成年後見制度推進機関の未設置地区へ働きかけていくとともに、「地域と家庭裁判所の連携による成年後見制度の新たな選任・利用支援のしくみ」の普及を図るなど、各地域において地域連携ネットワークの整備及び一層の機能充実に努めるよう支援していく。	福祉局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
2	1	1	悪質事業者に対する取締りの徹底	<p>特定商取引法、消費者安全法及び東京都消費生活条例に基づき、不適正な取引行為を行う事業者について調査し、厳格な指導・処分等を行う。</p> <p>早期に不適正な取引行為の芽を発見し、より精度の高い法令適用を行うため、迅速な端緒情報の収集、多角的な情報分析を行い、不適正な取引行為等の取締りを強化する。</p> <p>広域的な事案については、国や五都県等で連携をより一層強化して指導・処分を行う。特に消費者庁とは、調査手法等について積極的な情報交換を行っていく。</p> <p>また、デジタル技術などに詳しい専門家から適宜、適切なアドバイス等の支援を得られる体制を確保するとともに、研修等の強化や知識・経験を持つ幅広い人材の登用等により、進化するデジタル技術に対応した的確な調査を行う。</p> <p>法令を運用する現場の視点から、時機を逃さず、国への法令改正等の働きかけを行う。</p> <p>国への法令改正等の働きかけを行う。</p>	<p>○特定商取引法、消費者安全法、東京都消費生活条例等に基づいた迅速な調査等を行い、取締りを強化する。</p> <p>○速やかな消費者被害防止のため、警察官O Bを含む特別機動調査班による立入調査や行政処分等を実施し、処分事業者名等とその内容等について消費者に情報提供を行い、消費者の自主的な行動を促す。</p> <p>○都単独での行政処分等にとどまらず、国、近隣県等と連携して対処をすることにより、悪質事業者を徹底して社会から排除していくとともに、消費者被害の実態や新手の悪質商法に対応するため、法令を運用する現場の視点から、国等に法改正等の働きかけを行う。</p> <p>○「悪質事業者通報サイト」に寄せられる都民からの通報や都内消費生活センターから収集した端緒情報を効果的に活用し、より精度の高い法令適用等を行うために、収集した情報を専門的に調査して多角的に分析し、適切な法執行につなげる。</p> <p>○発達が目覚ましいインターネットやSNSの最新機能について、専門家から学ぶ機会を確保する。これにより、最新機能を駆使して消費者に働きかける、通信販売その他の事業者に対しての、適時適切な処分・指導につなげる。</p>	生活文化スポーツ局
2	1	2	不当表示に対する監視等の徹底	<p>景品表示法に抵触する不当な表示について監視を強化し、表示の適正化を図る。</p> <p>デジタル広告については、配信方法の変化・多様化等を踏まえ、デジタル技術などに高い専門性を備えた人材の活用を図ることにより監視を強化する。</p> <p>また、五都県広告表示等適正化推進協議会での合同調査・指導を推進し、広域連携による監視をより一層強めていく。</p> <p>さらに、新たに東京都消費生活調査員からデジタル広告に関する情報の受付を開始するなど、幅広く情報を収集し、不当表示の調査・指導等につなげていく。</p>	<p>○景品表示法に抵触する不当表示等について監視を強化し、表示の適正化に向けて調査・指導等を実施する。</p> <p>・インターネット広告監視として、各月キーワードを決めて、インターネット上の広告表示を抽出し、調査する。</p> <p>・また、SNS広告や動画広告（以下「SNS広告等」という。）については、デジタル技術などに高い専門性を備えたWEB専門家や弁護士等を専門助言員として委嘱し、監視体制の構築や調査等において、助言を得る。</p> <p>○五都県広告表示等適正化推進協議会での合同調査においては、SNS広告等も対象とするよう構成県に働きかけていく。</p> <p>○通報サイトに寄せられた情報のうち、景品表示法に違反するおそれのある広告・表示について調査を行い、事業者に対して行政指導等を行う。</p> <p>さらに、新たに東京都消費生活調査員からデジタル広告に関する情報の受付を開始するなど、幅広く情報を収集し、不当表示の調査・指導等につなげていくとともに、SNS広告等の調査手法等を検討していく。</p>	生活文化スポーツ局
2	1	3	架空・不当請求に対する消費者被害の未然・拡大防止対策	<p>消費生活総合センターに「架空請求110番」を設置するとともに、架空請求の通報サイトを開設している。</p> <p>通報されたメールやサイト等について、消費生活条例違反の有無を確認し、違反事業者への警告や通信事業者への対策要請等を行っている。</p> <p>また、ホームページ「STOP!架空請求!」で違反事業者名・サイト名等を公表するとともに、関係行政機関に情報提供を行っている。</p>	<p>○必要に応じて消費生活条例違反の事業者への警告を行うとともに通信事業者への対策要請等を行う。</p> <p>○関係部署と連携しつつ、ホームページ上で、都民に違反事業者名や違反認定のサイト名等を情報提供する。また、警視庁、消費者庁、総務省等に対しても情報提供を行う。</p> <p>○スマートフォン等へのショートメールによる架空・不当請求やキャリアや送信元情報をわかりにくくしたケースなど手口が巧妙化してきているため、新たな手口について積極的かつ速やかに都民に情報提供していく。</p>	生活文化スポーツ局
2	1	4	適格消費者団体への支援	<p>消費者被害が増加する中、消費者個人による訴訟が困難であることを受けて、内閣総理大臣が認定する団体が消費者に代わり訴訟提起できる消費者団体訴訟制度が平成19年6月に創設された。この制度を担う適格消費者団体が期待される役割を十分果たすことができるよう、平成19年8月に消費者団体訴訟制度連絡会を設置し、定期的に情報や意見の交換を行うとともに、必要な相談情報の提供、都が行う専門研修への団体職員受入れなどの支援を行っている。</p>	<p>以下の取組により、適格消費者団体への支援を行っていく。</p> <p>①消費者団体訴訟制度連絡会を開催し、情報や意見の交換を行う。</p> <p>②適格消費者団体が差止請求権を適切に行使できるようにするため、適格消費者団体からの要請に応じて消費生活相談情報の提供を行う。</p> <p>③都が行う専門研修（法律等問題研修）への適格消費者団体職員の参加を受け入れる。</p>	生活文化スポーツ局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
2	2	1	事業者のコンプライアンス意識の醸成	<p>事業者が消費者の立場に立ち、法令を遵守した事業活動を推進するよう、景品表示法及び特定商取引法の概要や法令違反事例の解説などを行う集中配信型のコンプライアンス講習会を実施し、受講者の利便性の向上と更なる講習内容の充実を図る。</p> <p>また、事業者団体等のニーズに応じて講師派遣型の講習会を実施することで、事業者団体等の自主的な取組を推進するための連携・支援を行う。</p> <p>さらに、関係法令に係るeラーニングのコンテンツを制作し、ホームページ「東京くらしWEB」で公開するなど、事業者のコンプライアンス意識の醸成に努めていく。</p>	<p>○「事業者向けコンプライアンス講習会（集中配信型）」については、募集規模増や配信期間の延長など受講しやすい環境の整備を行うとともに、適正なデジタル広告に関する知識の普及と法令遵守意識の浸透のため、新たに「ネット広告総合コース（仮称）」を増設するなど更なる講習内容の充実を図る。</p> <p>○講師派遣型の講習会については、事業者団体等のニーズを踏まえ、よりきめ細かな講習内容とするとともに、実際にトラブルとなっている事例を盛り込むなど、事業者の自主的な取組を推進するための連携・支援を行う。</p> <p>○特定商取引法や景品表示法に係る事業者向けパンフレット等のデータを講習会等で周知するとともに、ホームページ「東京くらしWEB」に設置している学習コンテンツについて、事業者の研修や自主学習に活用できるように内容を充実し、事業者のコンプライアンス意識の醸成を図っていく。</p>	生活文化スポーツ局
2	2	2	商品量目立入検査・指導	<p>我が国経済の公正性・信頼性を担保する計量法は、消費生活に関連の深い「特定商品」を販売する事業者に対し、量目（内容量）の正確表記を義務付けている。</p> <p>「商品量目立入検査」では、消費者に身近な食品を中心に、包装商品等の量目表示について、事業者への定期的な立入検査を実施し監視を行う。本検査では、法令で定められた誤差を超えて内容量が不足した商品を「不適正商品」とし、「不適正商品」があった場合には、その場で再計量の指示を行ったり、計量に携わる従業員等への教育を徹底するよう指導するとともに、適宜、再立入検査を含む継続的な指導を実施していく。</p> <p>また、事業者本部に対しても計量に関する自主的な管理体制を構築するための働きかけや支援を行っていく。</p>	<p>○商品量目立入検査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・スーパーマーケット、一般小売店等を対象に、計量販売されている商品について、商品量目立入検査を三年ぶりに実施する。実施にあたり効率化を図る目的として、大手スーパーマーケット本社に対し、自主的な管理体制の構築するための働きかけを行う。 ・過去の不適正事業者を抽出し効果的に商品量目立入検査を実施する。 <p>○買取検査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・表記事項等に不適正の疑いがあるものとして情報提供を受けた商品及び昨今における市場の流通を鑑みて4品種20品目程度の買取検査を行う。 <p>○計量実務連絡会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・福祉保健局が行っている「食品の適正表示推進者育成講習会」等を通じ、計量法に基づく商品量目制度について情報発信する。 	生活文化スポーツ局
2	2	3	計量の適正化に向けた事業者に対する啓発活動の推進	<p>計量法では、取引・証明用及び主に一般消費者が使用する用途の計量器のうち、一定の規制が必要なものを特定計量器として定めている。特定計量器には、都民のライフラインとして使用されるガス・水道・電力の各メーターのほか、商取引に使用される商業用はかり・タクシーメーター・燃料油メーター、健康管理のための体重計・血圧計・体温計や環境計量器など18機種があり、これらは都民の消費生活の安全・安心を確保するために欠かすことができないものである。</p> <p>これら特定計量器を製造・修理・販売を行う届出事業者や、これら特定計量器を使って計量証明を業とする登録された一般計量証明事業者、自主的に計量管理を行う指定を受けた適正計量管理事業者は、適正な計量の確保のため各種自主的な計量管理の規程制定を義務付けられている。</p> <p>都は、事業者課せられた義務規定の実施状況やその実態を把握・監視するため、各種事業者に対し立入検査等を適宜実施して計量の適正化を指導していく。また、計量法に関する計量制度などの周知のため、資料の配布や計量管理に関する講習会等の開催を実施していく。</p>	<p>○届出事業者（製造・修理・販売各事業者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者向け手引書を活用し、事業開始時及び立入検査時において事業者指導を行っていく。 ・リモートや電子媒体等を使ったタッチレスによる履行状況調査を取り入れ、必要に応じた事業者指導を行っていく。 <p>○登録事業者（一般計量証明事業者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・計量証明事業登録の条件である一般主任計量者認定のための講習会を実施し、試験を通じて多くの主任計量者を認定していく。 ・講習会においては新型コロナウイルス感染防止対策に考慮した講習会を実施する。 <p>○指定事業者（適正計量管理事業者）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自主的な計量管理の推進を図るための適正計量管理主任者養成講習会を実施する。 ・毎年11月の計量強調月間において各種事業を行う。チラシ配布による適正計量の周知や強調月間中に行った適正計量に関する取組の報告をもらい、適正計量の啓発を行う。 	生活文化スポーツ局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
2	2	4	宅地建物取引業者の指導監督	<p>不動産取引においては、多種多様なトラブル等が発生しており、都に寄せられる相談件数は高い水準で推移している。</p> <p>都は、不動産の売買・賃貸借等について、電話及び窓口での相談を行い、トラブル解決へのアドバイスを行っているほか、宅地建物取引業者に対して、消費者からの相談に基づく指導や業者の事務所への立入調査等を行い、特に悪質な業者については宅地建物取引業法に基づく行政処分を行う等により、適正な不動産取引の確保に努めており、今後も適切に指導監督を実施していく。</p> <p>また、平成16年には「賃貸住宅紛争防止条例」を制定し、宅地建物取引業者に対して契約時に原状回復等の基本的な考え方や特約の内容などの説明を行うことを義務付けるとともに、原状回復や入居中の修繕等の基本的な考え方等について分かりやすく解説した「賃貸住宅トラブル防止ガイドライン」を作成し、その周知を図っている。</p> <p>さらに、令和4年に賃貸住宅紛争防止条例を改正し、条例に基づく説明等のオンライン化が可能となったことから、宅建業者に対する実施方法の周知等に取り組み、消費者への適切な説明が行われるよう情報提供していく。</p> <p>今後も引き続き、適切な指導監督により宅地建物取引業の適正な運営を促進するとともに、不動産取引に関するトラブルの未然防止に取り組み、消費者保護や不動産流通の円滑化を図っていく。</p>	<p>○宅建業者からの不動産の売買・賃貸借等に関する電話及び窓口での相談に対し、適切に助言等を実施</p> <p>○宅地建物取引業者に指導や業者の事務所への立入調査等を実施</p> <p>○悪質な業者については宅地建物取引業法に基づく行政処分を行う等により、適正な不動産取引の確保に向けて適切に指導監督を実施</p> <p>○「賃貸住宅紛争防止条例」に基づき、宅地建物取引業者に対する適切に指導等を実施するとともに、原状回復や入居中の修繕等の基本的な考え方等について分かりやすく解説した「賃貸住宅トラブル防止ガイドライン」の周知を実施</p> <p>○賃貸住宅紛争防止条例に基づく説明のオンライン化の普及に向けて、宅建業者に対する実施方法の周知や情報提供を実施</p>	住宅政策本部
2	2	5	貸金業の指導監督	<p>貸金業法に基づき、新規・更新等の登録、立入検査等により貸金業者の指導監督を実施するとともに、苦情相談等に適切に対応することにより、貸金業者の業務の適正化と資金需要者等の利益の保護を図る。</p>	<p>○5年度当初都知事登録貸金業者数565者（社）</p> <p>○貸金業の登録・更新等の審査を厳格に行う。</p> <p>○貸金業に係る苦情相談等を受け付け、処理を行う。</p> <p>○違法・不当行為を行った都知事登録貸金業者に対し、行政処分を行う。</p> <p>○弁護士・司法書士会の協力により、貸金業被害相談等を行う。</p> <p>○国や近隣県と連携し、「一都三県ヤミ金融被害防止合同キャンペーン」として車内広告等の啓発宣伝を行う。また、ヤミ金融被害防止のため、区部、多摩地域での啓発事業を実施する。（6月・11月）</p> <p>○若者（高校生・大学生等）や高齢者を対象に、金融トラブルの事例、被害にあわないためのポイント、ローンやクレジット等に関する知識の習得を支援する出前講座を実施する。</p> <p>○登録業者の資質向上のための更新時講習会を実施する。（6月、9月、12月、2月）</p>	産業労働局
2	2	6	旅行業者の登録等	<p>主たる営業所を東京都内に置き、旅行業又は旅行業者代理業を営む者について登録制度を実施し、旅行業等を営む者の業務の適正な運営を確保するとともに、その組織する団体の適正な活動を促進することにより、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を図っている。</p> <p>現在の旅行業法は、昭和27年に「旅行あつ旋業法」として成立したもので、これまでに数回の改正を経ている。平成17年4月の改正では、旅行業の種別を第1種、第2種、第3種旅行業及び旅行業者代理業に区分し、種別ごとにその業務範囲が定められた。さらに平成19年5月の省令改正で、第3種旅行業の業務範囲が拡大し、営業所の所在地とそれに隣接する市町村の区域の範囲内に限り、「募集型企画旅行」を実施できることとなった。また、地域密着型の旅行への期待の高まりを背景に、平成25年4月の省令改正で地域限定旅行業が創設された。そして、平成30年1月の旅行業法改正により、旅行業者が旅行手配を依頼する、旅行サービス手配業（いわゆるランドオペレーター）についても登録制を創設し、一層の旅行の安全・取引の公正確保等を目指していく。</p> <p>今後とも、事業の継続的な実施により、旅行の安全の確保、旅行者利便の増進を図っていく。</p>	<p>○旅行業等の登録制度の実施 (令和5年度見込：新規登録249件、更新登録420件、変更登録18件、登録抹消192件、登録事項変更877件、営業保証金取り戻し89件)</p> <p>○旅行業者営業保証金還付に係る事務 旅行業者が倒産などをした場合で、その旅行業者に債権を有している旅行者から申立（申出）があった場合、東京都がその申立（申出）を受け還付手続を行う。（令和5年度見込：1件）</p> <p>○立入検査の実施 旅行業務に関し、取引をした者（特に消費者）の公正な取引を図るため、登録されている営業所に向向き、契約行為等が適切に行われているかを調査する。（令和5年度予定：40件）</p>	産業労働局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
2	2	7	消費生活調査員調査	消費生活調査員300人を公募により選任し、小売店舗等における商品等の表示及び食品等の計量に係る法律の遵守状況を調査している。その結果を事業者指導等に活用し、事業行為の適正化を図ることで、都民との協働による消費生活の安定と向上に努める。また、持続可能な社会生活の実現に向けた消費行動など、社会動向に即した調査等を行う。 なお、災害時には、必要に応じて、食品や日用品の品不足等の状況を小売店で調査する「災害時緊急調査」を実施する。	○都民から公募した調査員300名により、食品表示調査（食品表示法等）を3回、表示・広告調査（景品表示法等）を3回、計量調査（計量法）を3回、計9回の調査を各100人で実施し、調査結果は、事業行為の適正化等に活用していく。 ○社会動向に即した調査として、エンカル消費や消費生活トラブル等に係る情報発信についての意識・行動変容に関する調査を行う。 ○災害時には必要に応じて、食品や日用品の品不足等の状況を小売店で調査する。	生活文化スポーツ局
3	1	1	☆ 商品安全のための交流型デジタルプラットフォームの運用構築支援等	子育て世代への注意喚起・情報発信を効果的に行うため、民間団体と協力して消費者と事業者が交流する商品安全のためのデジタルプラットフォームを構築し、運用支援に取り組む。プラットフォームでは、例として子供の事故に関する事例や対策、危害・危険情報の収集・発信、安全に配慮された商品の紹介、安全意識の向上につながるような学習コンテンツなどを掲載する。 また、プラットフォームを魅力的で実効性のあるものとするには、消費者・事業者の双方にとってメリットのあるコンテンツを投入することが重要であるため、内容の更なる充実につとめ、またアクセス解析や消費者から投稿された事例の活用などを検討する。	○今年度より民間主体でプラットフォームを運用するに当たり、消費者・事業者の参加を一層働きかけていくとともに、運用を支援していく。 ○子供政策連携室をはじめとする庁内関係部署や庁外関係機関と密に連携し、子供の事故に関する事例や対策、危害・危険情報の収集・発信、安全に配慮された商品の紹介、安全意識の向上につながるような学習コンテンツなどを掲載していく。	生活文化スポーツ局
3	1	2	危害・危険情報のための調査分析・商品テストと積極的な発信等	商品・サービスによる危害・危険を防止するため、消費生活総合センター等に寄せられる相談情報を始め、商品等に関する危害・危険情報を広く収集し、「危害防止対策検討会」において必要な対応策について検討している。また、都立産業技術研究センター、東京都健康安全研究センター、国民生活センター等と連携し、「消費者事故等情報検討会」を組織し、事故原因の究明、調査・分析機能の更なる強化を図っている。 安全性に疑いがある商品等については必要な調査・分析、テストを実施し、商品等に関する安全確保について、事業者への指導、関係機関への要望、消費者への注意喚起を行っている。 引き続き、迅速かつ的確な情報の収集・分析を行うとともに、関係機関と連携してその調査結果を国に対する規制強化等の要請や、事業者や関係事業者団体への指導・要望、消費生活条例による製品の改善勧告などへより一層活用していく。	○商品等に関する危害・危険情報を広く収集し、危害防止対策検討会や消費者事故等情報検討会等を通じ情報の調査・分析、対応策の検討を行う。 ○収集した情報を基に問題となる商品等について、事業者や関係機関等から事情聴取等を行い、必要に応じて指導・改善要望等を行う。 ○商品等の安全性について必要な調査を実施し、事業者等への指導・要望、国等への提案・情報提供を行うほか、広く情報発信を行い、商品事故等の未然・拡大防止につなげていく。	生活文化スポーツ局
3	1	3	商品等安全対策協議会における消費者・事業者の協力による商品等の安全対策の推進	消費者、事業者及び学識経験者で構成する「商品等の安全問題に関する協議会」を設置し、平成10年3月から、安全対策が必要な商品（群）について、危害防止のための方策を協議・検討し、具体的な提言を行ってきた。また、協議会の提言を踏まえ、事業者、関係機関への要望、消費者への注意喚起を行っている。 協議会を機動的に運営し、より効果的な情報発信を行うため、平成20年度、「東京都商品等安全対策協議会」に改組した。今後も引き続き、タイムリーなテーマにより継続的に協議・検討を行い、都民の安全な消費生活の確保を図っていくとともに、過去に取り組んだテーマについて、その後の事故発生状況や国・事業者における取組状況、消費者の意識等を把握するなど効果検証を行い、事故防止に向けた継続的な取組を進めていく。	○様々な手段により収集した商品等に関する危害・危険情報からテーマを選定し、安全対策の検討・協議を行う。 ○協議会報告が具体的な安全対策につながるよう、事業者団体、国等に要望するとともに、消費者に対し、効果的な情報発信を行う。	生活文化スポーツ局
3	1	4	消費生活用製品安全法に基づく立入検査の実施による製品の安全性の確保	消費生活用製品安全法では、一般消費者の生命又は身体に対して、特に危害を及ぼすおそれが多いと認められる特定製品(12品目)と、長期間の使用に伴い生ずる劣化により安全上支障が生じ、特に重大な危害を及ぼすおそれの多い特定保守製品(2品目)を定めている。 都は町村において、特定製品販売事業者及び特定保守製品取扱事業者に対する報告の徴収、立入検査、製品提出命令の事務を行っている。区市に対しては、国・区市間の報告の移送等の的確な協力を実施する。	○町村の区域について計画的に立入検査を実施していくとともに、区市の立入検査が円滑に実施できるよう、関東経済産業局と連携して適切に協力していく。 ○令和5年6月に区市の消費生活行政担当者を対象とした消費生活用製品安全法に関する事務連絡会を開催し、区市の立入検査事務等をサポートする。	生活文化スポーツ局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
3	1	5	輸入食品対策の推進	我が国では国内で消費される食料の多くを外国からの輸入に依存しており、輸入食品の占める割合はカロリーベースで全体の約6割に達している。 また、輸入食品の安全性に対する都民の関心は高い。 都では、輸入食品を専門に監視する輸入食品監視班を設置し、流通前の倉庫保管段階における検査・監視指導及び輸入事業者が自ら行う衛生管理の推進に向けた支援等を重点的に行っている。 今後も、輸入食品の検査を実施し、その結果をホームページなどにより公表するとともに、事業者への監視指導や講習会などを実施することで、輸入食品に係る安全・安心を確保する。	<ul style="list-style-type: none"> ○保健所をはじめ関係機関が連携し、輸入業者、卸売市場、小売販売店などの事業者への監視指導の実施 ○輸入食品の残留農薬や添加物等の検査 ○ホームページにより監視や検査結果を情報提供 ○輸入事業者講習会の実施 	保健医療局
3	1	6	米の安全性の確保	都では、都内に搬入される玄米に含まれるカドミウム及び農薬等の有害物質について、「農用地の土壌の汚染防止等に関する法律」、「カドミウムによる環境汚染暫定対策要領」及び「食品衛生法」等に基づき、昭和48年度から「都内搬入米重金属等汚染検査要領」を定めて検査を実施している。 米穀は主食であり、都民の安全性への関心は一層高いことから、引き続き、「都内搬入米重金属等汚染検査」を実施し、基準値（0.4ppm）を超える米の流通の未然防止に努めている。	<ul style="list-style-type: none"> ○都内に搬入される玄米に含まれるカドミウム及び残留農薬の検査を実施 ○分析対象品目及び検体数（予定） カドミウム186検体 残留農薬20検体 	保健医療局
3	1	7	室内化学物質の低減化対策の推進	健康で安全な室内環境の向上を目指し「化学物質の子供ガイドライン（室内空気編）」（平成15年3月策定）を活用し、子供が利用する施設の管理者へ普及啓発を実施している。また、住宅の高断熱・高气密化による室内化学物質の高濃度化が懸念されるため、「住まいの健康配慮ガイドライン」（平成21年3月改訂）により、室内の化学物質低減化に関する取組を進めている。さらに、「健康・快適居住環境の指針」（平成28年度改訂版）により、室内空気中の化学物質対策を含んだ、より良い住まい方への提言を行っている。	<ul style="list-style-type: none"> ・「化学物質の子供ガイドライン」を活用し、子供が利用する施設の管理者や担当者等を対象に、室内空気中の化学物質の低減化対策のための講習会を開催する。 ・教育庁の実施する学校施設管理者を対象とした講習会にて講演する。 ・「保育事務説明会」において、室内環境対策を区市町村の担当者に説明する。 ・「健康・快適居住環境の指針」と、その分冊版リーフレットの活用により、化学物質の低減化対策等を含めたより良い住まい方について普及啓発する。 ・新生児を迎える家庭を対象としたリーフレット「赤ちゃんのための室内環境」を用いた普及啓発を実施する。 ・「化学物質の子供ガイドライン」「住まいの健康配慮ガイドライン」「健康・快適居住環境の指針」に基づいた室内環境対策や子供が利用する施設の適切な維持管理について、ホームページを利用した情報提供や都民からの相談対応等による正しい知識を普及する。 ・庁内関係局で連絡会を開催し、情報を共有して連携を強化する。 	保健医療局
3	1	8	東京都農林総合研究センターの運営	東京都農林総合研究センター（以下「研究センター」という。）は、東京の農林業や食品産業の振興に資する試験研究を的確かつ迅速に推進する研究機関として、平成17年に設立された。 研究センターでは、都民に安全・安心な農作物を提供するため、農薬・汚染物質等の残留実態の解明や病虫害防除の研究、東京特産品種の育成等を行っている。また、こうした調査・研究成果を農業者や都民に対し指導・情報提供し、農林水産業の振興と都市の良好な生活環境の保全に積極的に貢献している。 令和3年度には、食品加工分野の試験研究を担っていた食品技術センターが地方独立行政法人東京都立産業技術研究センターに移行したが、今後とも、食品産業と連携を図り、消費者や農林業者のニーズに的確に応えるような試験研究を実施していく。	<ul style="list-style-type: none"> ○オリジナル品種の開発・育成 大粒で良味のブルーベリーの開発やバルディアの新たな2品種の試験栽培などに取組む。 ○病虫害防除 江東地域のコマツナで課題となっている葉の黄化症状に対して病虫害の観点から防除方法の確立を目指すなど、新しく発生した病害虫の原因究明とその対策に取組む。 ○スマート農業の推進 イチゴや果樹・鉢花等における環境制御栽培システムの開発や、ローカル5Gを活用した新しい農業技術の開発に取組む。 	産業労働局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
3	1	9	青梅畜産センターの運営補助	青梅畜産センター（以下「センター」という。）は、都内畜産農家の経営安定と、都民に安全・安心な畜産物を将来にわたり安定供給するため、平成17年度に設立された。センターでは、「トウキョウX」等の血統維持・管理や、高品質な種豚・種鶏の生産・供給を行い、都民に安全・安心な畜産物を提供している畜産農家での生産拡大に努めている。今後は更に、都民の畜産に対する理解を深めるための活動を積極的に行っていく。	<ul style="list-style-type: none"> ○都民が安全安心な畜産物を入手しやすくなるよう、種豚・種鶏の生産を行なうとともに、都民に畜産物を提供している農家に対して、種豚や雛を供給する予定 トウキョウXの種豚供給 180頭 東京しゃも雛供給 24,000羽 東京うこっけい雛 14,000羽 ○青梅庁舎バイオセキュリティ委員会の開催 年 4回 ○都民の畜産に対する理解を促進するため、イベントの開催及び参加 家畜ふれあいデーの開催 2回(4月・10月予定) 味わいフェスタ 1回(10月予定) 食育フェア参加 1回(11月予定) 	産業労働局
3	2	1	安全に配慮した商品の普及	事業者等と連携して、子供の安全に配慮した商品見本市を開催し、商品のPR強化、事業者による安全な商品の開発・製造、販売・流通拡大の促進、商品を主体的に選択・購入する消費者の育成を図る。	<ul style="list-style-type: none"> ○子育て支援団体との連携により、安全に配慮した商品見本市を開催し、安全な商品のPR・普及を図るとともに、商品の開発現場の紹介等を実施し、中小企業等へ安全な商品の開発・製造・販売・流通拡大を促進する。 ○子供の安全に配慮した商品に関しては、子育て支援団体が主催する子供の安全に配慮した商品等の顕彰制度において、子供たちの安全・安心に貢献するデザイン分野に都内の中小企業等が応募する際の審査料を補助する。また、同分野に都内の中小企業等が応募し、入賞した商品から、特に優れたもの1点に「東京都知事賞」を贈呈する。 	生活文化スポーツ局
3	2	2	食品の適正表示の推進	<p>「食品の表示」は、事業者から消費者へ商品（食品）の情報を提供することにより、消費者が商品（食品）の情報を知り、合理的に選択するための重要な役割を果たしている。食品の表示に関係する法令は、「食品表示法」、「日本農林規格等に関する法律（JAS法）」、「健康増進法」、「不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」、「消費生活条例」等、多岐にわたっている。また、食品表示法に基づく基準が改正され、令和5年4月に遺伝子組換え食品に関する新たな任意表示制度が施行されるなど、制度改正等により表示事項の変更が行われることも多く、表示を行う事業者及び消費者にとって食品の表示は分かりにくいものとなっている。</p> <p>ホームページ等を通じて、食品の表示について情報発信し、事業者による適正表示を推進し、事業者が守るべき表示の基準に違反した場合には、適正な表示が行われるよう指導する。</p> <p>さらに、食品表示法をはじめとする食品表示制度に関する事業者の正しい理解を促進し、適正表示推進の核となる人材を育成することを目的に、食品表示関係法令を所管する部署が連携して「食品の適正表示推進者育成講習会」などを実施し、食品の適正表示を推進する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○適正表示推進者育成講習会の開催 500人/回 集合形式で2回実施 ○フォローアップ講習会の開催 1,000人/回 集合形式で1回実施 ○消費生活調査員による調査 3回実施 ○消費生活調査員に対する研修の実施 ホームページ「東京くらしWEB」への掲載により実施 ○食品業界紙、メールマガジン、ホームページ「食品衛生の窓」等を活用した普及啓発の実施 ○食品表示制度に関するパンフレットを作成し、講習会、窓口等で配布 ○都民に対する表示の知識の普及 随時実施 (食品の表示に関するパンフレットを作成・配布) 	生活文化スポーツ局・保健医療局
3	2	3	家庭用品の適正表示の推進	家庭用品の品質表示については、家庭用品品質表示法で規定されており、同法の規定のない9商品について東京都消費生活条例で表示すべき事項を定めている。また、食品も含めた単位価格表示等を定めている。法及び条例に基づき、店舗立入検査等を行い、不適正な表示を行う事業者を指導する。また、法及び条例について、「東京くらしWEB」等により事業者・消費者に対する普及啓発を図る。	<ul style="list-style-type: none"> ○家庭用品品質表示法に基づく小売店への立入検査を町村部を対象に行う。また、条例に基づく品質表示（9品目）の立入検査を行う。 ○法及び条例について、「東京くらしWEB」等により事業者・消費者に対する普及啓発を図る。 	生活文化スポーツ局
3	2	4	介護サービス事業者情報の提供	介護保険法に基づき指定した介護サービスを提供する事業所（居宅サービス、介護予防サービス、介護療養型医療施設の各事業）について、都民のサービス選択に資するよう、名称や所在地等の情報をインターネット上で公表している。今後とも、介護保険サービスの利用者にとって有用な情報を提供していく。	引続き、事業所指定に係る情報提供を行うとともに、事業所の介護サービスの提供の確保に係る必要な情報を提供していく。	福祉局
3	2	5	介護サービス情報の公表	介護保険法に基づき、利用者による介護サービス事業者の選択に資するため、平成18年度から、事業者が都に報告する情報及び都指定の調査機関が事業者を調査した結果を、「介護サービス情報公表システム」で公表している。	利用者が適切に介護サービス事業者を選択できるよう、居宅サービスや施設サービスなど37種類のサービス事業者が都に報告する情報をインターネット上で公表する。また、本制度に対するより一層の普及啓発に努める。	福祉局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
3	2	6	有料老人ホームの運営指導及び都民への情報提供	<p>有料老人ホームは、介護保険制度導入を契機として、多様な事業主体による参入が急速に進み、都民の高齢期におけるケア付き住まいの有力な選択肢の一つへと成長している。</p> <p>都民にとって、有料老人ホーム選びは、物理的・経済的負担を伴う「大きな買物」であり、様々な情報を適切に活用し、安心して有料老人ホームを選択できるよう支援することが求められる。</p> <p>①都民が安心して有料老人ホームを選択できるよう支援するため、有料老人ホームに関する基礎的な知識や各種情報の活用方法、目的に合った有料老人ホーム選びのポイントなどを分かりやすく解説した小冊子「あんしん なっとく 有料老人ホームの選び方」を作成。都民情報ルーム等で無料配布し、併せてホームページ上でデータをPDFファイルで提供する。</p> <p>②東京都有料老人ホーム設置運営指導指針に基づき、重要事項説明書に東京都有料老人ホーム設置運営指導指針との適合表の添付を指導し、入居者の福祉を重視するとともに、適正な事業運営の確保を促進していく。</p> <p>③相互連携協定を締結した消費者機構日本との定期的な課題検討会等の実施により、連携を強化する。</p> <p>④各ホームの重要事項説明書を都ホームページ上で公開し、有料老人ホーム選びの情報源として活用してもらう。</p>	<p>○都民が安心して有料老人ホームを選択できるよう支援するため、有料老人ホームに関する基礎的な知識や各種情報の活用方法、目的に合った有料老人ホーム選びのポイントなどを分かりやすく解説した「あんしん なっとく 有料老人ホームの選び方」を都民からの希望に応じて無料で提供するとともに、データをホームページ上にPDFファイルで掲載する。</p> <p>○東京都有料老人ホーム設置運営指導指針に基づき、重要事項説明書に東京都有料老人ホーム設置運営指導指針との適合表の添付をより一層徹底するよう指導し、入居者の福祉を重視するとともに、適正な事業運営の確保を促進する。</p> <p>○有料老人ホームの不当な表示を防止し、消費者目線での表示を徹底するため、都のホームページ内に消費者庁のホームページリンクを掲載し、運営事業者への情報提供や注意喚起を行う。</p> <p>○各ホームの新規開設時または毎年の報告基準日時点での重要事項説明書を、随時都のホームページ上で公開し、施設選びの情報源として活用してもらう。</p>	福祉局
3	2	7	高齢者向け民間賃貸住宅に関する情報提供	<p>高齢者が、要介護度に応じ、その身体機能の低下に対応した規模、構造及び設備を有し、その生活を支援するためのサービスの提供を受けられる住まいを選択できるようにすることは重要である。</p> <p>このため、都は、サービス付き高齢者向け住宅制度を活用し、高齢者等が安心して住める住まいとして、法に基づき、高齢者に適したバリアフリー構造等を有し、安否確認サービス・生活相談サービス等を提供する賃貸住宅等を登録し、その情報を広く提供している。</p>	<p>引き続き、サービス付き高齢者向け住宅制度を活用し、高齢者等が安心して住める住まいとして、バリアフリー構造等を有し、安否確認サービス、生活相談サービス等を提供する賃貸住宅等を登録し、広く情報提供を行う。</p>	住宅政策本部
3	2	8	生鮮品等に関する情報の提供	<p>市場の機能や役割、生鮮品等についての知識の普及・啓発を図るため、消費者に対し、①ホームページ及びSNS②広報用ビデオの貸出し③パンフレット等、多様な広報媒体を活用して積極的に情報提供を行う。</p> <p>また、消費者に身近な市場まつりや、今後開催される各種イベントを利用して、ブース出展等を行い、消費者が水産エコラベル等を知る機会を設け、認知度向上を図る。</p> <p>さらに、豊洲市場のPRコーナーや見学者通路等において水産エコラベル等に関する展示物を充実させることにより、見学者が、水産エコラベル等を知り、学ぶ機会を提供する。</p>	<p>消費者に対し、以下による情報提供を行い、市場の機能や役割、生鮮品等についての知識の普及・啓発を図っていく。</p> <p>①ホームページやSNSへの掲載内容の充実 ②広報用ビデオの貸出しや市場見学者に対するビデオ上映による理解促進 ③見学者用パンフレット等の印刷媒体を利用した市場の概要や仕組みのわかりやすく説明</p> <p>また、多くの方が来場する豊洲市場のPRコーナーなどに水産エコラベル等に関する資料等を設置することで消費者の認知を向上を図り、エンカ消費に資する情報提供を行う。</p>	中央卸売市場
3	2	9	生活関連商品の価格動向に関する情報の提供	<p>毎月実施される「小売物価統計調査」の結果を活用し、ホームページ「東京くらしWEB」やツイッターで、生活に密着した食料品・日用雑貨品等の価格動向を分かりやすく情報提供する。</p>	<p>○毎月公表される「小売物価統計調査」の結果を活用し、生活に密着した食料品・日用雑貨品等の価格動向について、ホームページ「東京くらしWEB」やTwitterで情報提供する。</p> <p>○価格の変動が頻繁なガソリン・灯油の価格については、原則、毎週水曜日Twitterによる情報提供を行う。</p>	生活文化スポーツ局
3	2	10	☆ 新たな住情報発信サイト「T O K Y O すまいと」を通じた情報提供	<p>住情報を集約したウェブサイト「T O K Y O すまいと」により、住み替えやリフォームをお考えの方が、契約する前に知っておきたい、良質な住まいを選ぶためのヒントや気を付けるべきポイントなどを簡潔に把握できるようにしている。</p> <p>本ウェブサイトの中では、賃貸住宅を借りる上で注意すべき点やトラブルが発生した際の相談窓口、住まいにお困りの方々をサポートする相談窓口やガイドラインなどを掲載している。</p>	<p>新たに追加した子供向け住教育や、DX・環境・防災をはじめとする新たな日常に対応した住宅に関する情報、区市町村のハザードマップなど、良質な住まいを選ぶための情報を効果的に発信していく。</p>	住宅政策本部

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
3	2	11	建築物環境計画書制度及び中小規模新築建築物を対象とする新たな制度等の活用	<p>大規模建築物の新築等を行う建築主に、環境配慮の措置と評価を記載した建築物環境計画書の提出を義務付け、都がその内容を公表することで、建築主の環境配慮の取組の誘導及び環境に配慮した建築物が評価される市場の形成を促進している。制度対象のうちマンションについては、都民がより環境性能の高いマンションを選択できるよう、マンションの建築主に対し、販売等の広告へマンション環境性能表示を義務付けている。今後、断熱・省エネ性能の強化、太陽光発電設備の設置を義務付け等の制度強化によって、大規模新築建築物の更なる性能向上を図るとともに、マンション環境性能表示の内容を拡充することで、都民の選択しやすい環境を整備していく。</p> <p>また、戸建住宅等の一定の中小規模新築建築物を対象とする新たな制度を創設し、高い断熱・省エネ性能の確保、太陽光発電設備の設置等を義務付ける制度的枠組みを構築し、レジリエントな健康住宅等を推進していく。今後、制度の円滑な運用とともに、太陽光発電設備等について、都民や事業者等へ分かりやすい広報活動、支援策を積極的に展開していく。</p>	<p>○現行の建築物環境計画書と関連する各制度（エネルギー有効利用計画書制度、マンション環境性能表示制度など）と引き続き密接に連携し、着実な制度運用を行い一定規模以上の建築物の新築・増築・改築を行う建築主に対し、環境配慮の取組を誘導していく。</p> <p>○都市開発諸制度等とも連携し、都市開発の機会を通じて、開発事業者に対し環境配慮水準のより高い新築建築物の導入を誘導していく。</p> <p>○建築物環境計画書の制度改正による強化を踏まえ、関連するマンション環境性能表示の内容の拡充に向けた検討を進め、表示基準の改正に反映していく。</p> <p>○戸建住宅等の一定の中小規模新築建築物を対象とする建築物環境報告書制度については、令和7年度からの円滑な施行に向け、都民・事業者等への支援策を充実するとともに、都民・事業者等の理解促進を図る取組を推進していく。</p>	環境局
3	2	12	環境と調和した農業の推進（安全・安心な東京農産物の提供）	<p>平成6年に策定（令和3年4月改定）した東京都環境保全型農業推進基本方針に基づき、都は環境負荷軽減を旨とした環境保全型農業の取組を推進している。その取組の中で、化学肥料の使用量と化学合成農薬の使用回数を削減して生産した農産物であることを都が認証する「東京都エコ農産物認証制度」を平成25年度に創設した。</p> <p>環境保全型農業を推進する観点から、東京都エコ農産物認証制度の普及と認証農産物の流通拡大に取り組み、認証を受けている農業者への支援と認証農産物の販路拡大等を行っていく。</p>	<p>○今後も環境保全型農業を推進していくために、東京都エコ農産物認証制度及び東京都GAP認証制度を中心に以下の取組を進める。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京都エコ農産物認証制度は、認証取得者が簡便に使用した農薬、肥料を帳簿し、かつ報告書に記載できるアプリを開発した。また関係機関も利用できるようにし、DX化による迅速で正確な確認体制を確立する。 ・東京都GAPは令和5年4月から国際水準GAPに準拠した新東京都GAP認証制度をスタートさせ、幅広い観点から安心安全に取り組めるよう、新東京都GAPへの移行を農業者へ勧め、認証者の増加を図る。 ・東京都エコ農産物認証、東京都GAP認証農産物の流通拡大を図る。 	産業労働局
3	2	13	栽培漁業の育成	<p>東京都の漁業者の経営安定と資源保護、及び都民への新鮮な魚介類の安定的な供給を図るため、優良な種苗の生産・配布を行っている。</p> <p>島しょにおいては主要魚種であるアワビ、サザエ等貝類の種苗を、内水面（河川・湖沼）においてはニジマス、ヤマメ等の冷水性魚類の種苗を、生産・配布している。</p> <p>今後は、種苗放流の効果が更に高められるよう、漁場環境も含めた対策の実施を目指していく。</p>	<p>○島しょにおいては、貝類種苗の種苗生産を継続し、令和5年度はアワビ種苗8.7万個、フクトコブシ種苗12.5万個、サザエ種苗24.5万個を、大島から御蔵島までの地域に供給していく。</p> <p>○内水面（河川・湖沼）においては、冷水性魚類の優良種苗（発眼卵、稚魚等）の生産・配付を継続し、令和5年度にヤマメ稚魚等40.4万尾、同発眼卵101.7万粒、ニジマス稚魚等24.8万尾、同発眼卵25万粒、イワナ稚魚等3千尾、同発眼卵14.5万粒、奥多摩やまめ稚魚1.7万尾、同発眼卵5.5万粒を都内河川漁協及び養殖業者に供給していく。</p>	産業労働局
3	2	14	卸売市場における食の安全・安心を確保するための施設整備の推進	<p>生鮮品等流通においては、食の安全・安心に対する消費者の関心の高まりを受けて、品質・衛生管理の高度化への取組が進められている。</p> <p>令和4年3月に策定した「東京都中央卸売市場経営計画」では、品質・衛生管理の高度化に柔軟に対応できるよう配慮した施設整備の方向性を示している。具体的な取組として、建物の構造体（スケルトン）を都が整備し、内部の仕上げや設備（インフィル）は、施設の利用者が目的や用途に沿った造作等により流通環境や顧客ニーズの変化を踏まえ、柔軟に施設整備を実施していくこととしている。</p> <p>また、市場事業のサステナブル化として、東京都が整備した特定フロンを使用した冷蔵庫設備等について、計画的にGWP（地球温暖化係数）の低いグリーン媒体を使用する機器に更新していくとともに、市場業者の設置している冷蔵庫設備等についても、グリーン冷媒使用機器等への更新を促進することとしている。</p>	<p>○東京都が整備した冷蔵庫設備等の更新として、足立市場冷蔵庫棟改修工事及び板橋市場第二低温倉庫低温設備更新工事に着手し、グリーン媒体を使用する機器への更新を実施していく。</p> <p>○市場業者の設置している冷蔵庫設備等について、フロンに代わりグリーン冷媒を使用する省エネルギー型の冷蔵設備への更新を促進するための補助事業を令和4年度に引き続き実施する。</p>	中央卸売市場

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
3	2	15	卸売市場における「安全・品質管理者(SQM)」を活用した食の安全・安心を守るための取組の促進	<p>市場を流通する生鮮品等の安全性を確保するため、平成15年度に東京都と市場関係者が連携し、各中央卸売市場に安全・品質管理者〔SQM(セーフティ&クオリティー・マネージャー)〕を設置した。</p> <p>SQMは食品危害発生時の連絡調整や市場業者による自主的な品質・衛生管理水準向上活動の推進者として活動している。</p> <p>さらに、特に近時、消費者である都民の関心も高い市場流通における食品表示の適正化の確保等に向け、定期的にSQMを活用した情報伝達訓練を実施する。</p> <p>今後もSQMの活動を促進することにより、市場で取り扱われる生鮮品等の安全性の確保と衛生水準の向上を図っていく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○安全・品質管理者の品質管理に関する知識を向上させるため、研修会を実施する。 ○安全な食品を流通させるため、自主回収等の食品危害に関する情報を安全・品質管理者経由で市場内業者に速やかに周知する。 ○食品危害発生時の緊急連絡体制の実効性をより高めるため、安全・品質管理者を活用した情報伝達訓練を実施する。 	中央卸売市場
3	2	16	マンションの管理や再生に係る情報提供・相談支援	<p>都内の分譲マンション戸数は、総世帯数の約4分の1に相当するなど、マンションは都民の主要な居住形態として広く普及している。マンションの管理や再生は、区分所有者等で構成される管理組合が自らの責任で行うことが基本であるが、専門的な知識やノウハウの不足、居住者の高齢化や賃貸化の進行等により、区分所有者等だけでは、適正な管理や円滑な再生を行うことが難しい面がある。そのため、マンションの適正な管理や円滑な再生を促進するため、管理組合や区分所有者等の自主的な取組を支援している。</p> <p>①管理組合等へのマンションの適正な管理や再生等に係る情報提供 マンションポータルサイトの運営やセミナーの開催、維持管理促進キャンペーンの実施、ガイドブックの作成などにより、周知している。</p> <p>②専門家の派遣によるアドバイス・情報提供 管理組合や区分所有者等にアドバイスや情報提供を行う「管理アドバイザー制度」、「建替え・改修アドバイザー制度」により、管理組合等の自主的な取組を支援している。</p> <p>③相談窓口の設置等 マンションの管理や再生に関する区市町村や関係団体の相談窓口を紹介するとともに、各区市町村の相談窓口で受け付けた相談のうち、専門家による対応が必要とされるものについては、都において建築士や弁護士による専門相談を実施している。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○DXを活用した普及啓発 ・ポストコロナの新たな視点を踏まえたデジタル広報を推進し、セミナーのオンデマンド化や相談窓口のオンライン対応の実施など、DXを活用した効果的な普及啓発を推進 ○管理組合への支援 ・マンション管理アドバイザー制度において、マンションの管理不全予防・改善の取組を支援するため、長期修繕見直し案や修繕積立金の見直し案を作成するなどの支援業務を拡充 ・高齢化等による管理組合の担い手不足等に対応するため、管理組合が機能していないマンションを対象とした外部専門家の活用を検討・選択できる環境を整備 ○相談体制の充実 ・引き続き、区市町村の相談窓口に寄せられた相談のうち、専門家による対応が必要なものについては、都が専門相談を実施 	住宅政策本部
3	2	17	安心して住宅リフォームができる環境整備	<p>リフォームの市場環境が十分に整備されていないことや、契約内容が曖昧なこと等により、住宅リフォームに関するトラブルが発生していることから、消費者が安心して住宅リフォームができる環境を整備していくことが必要である。</p> <p>このため、都は、平成17年7月より、(公財)東京都防災・建築まちづくりセンターと連携し、センターが運営する「東京都住宅リフォーム推進協議会」内に、消費者向けの住宅リフォームに関する相談窓口を設置している。</p> <p>また、リフォーム事業者が守ることが望ましい行動基準である「住宅リフォーム事業者行動基準(リフォーム10)」及び消費者向けの手引きとして「住宅リフォームガイド」を策定し、住宅リフォームについて普及啓発を図っている。</p> <p>さらに、区市町村とも連携を図り、窓口担当者向けの講習会を開催している。</p> <p>今後とも、安心して住宅リフォームができる環境整備に努めていく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○リフォームに関する相談 ・相談窓口(電話相談)において、住宅のリフォームに関する相談を実施 ○情報提供・普及啓発 ・消費者が安心して住宅リフォームが実施できる環境づくりのため、事業者等に対し、「住宅リフォーム事業者行動基準(リフォーム10)」の普及・啓発 ・住宅関連イベントなど各種催事において、住宅リフォームに関する情報提供 ○区市町村の窓口担当者向け講習会 ・区市町村と連携を図り、窓口担当者向けの講習会を開催 	住宅政策本部

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
3	2	18	住宅の耐震性の向上	<p>東京都耐震改修促進計画に基づき、耐震化費用の助成等の財政的支援、DVDの活用など広報活動や普及啓発により建物所有者が耐震化に取り組みやすい環境を整え、旧耐震基準で建てられた住宅の耐震化を推進する。</p> <p>①住宅の耐震化</p> <ul style="list-style-type: none"> 区市町村と連携して耐震診断・耐震改修助成を実施 区市町村の助成制度についてホームページ等で紹介 「安価で信頼できる木造住宅の耐震改修工法・装置」を公募・選定し、パンフレットや展示会等で広く紹介 一定水準以上の技術者がいる設計事務所を登録、ホームページや区市町村の窓口で紹介 耐震化アドバイザーを派遣 <p>②マンションの耐震化</p> <ul style="list-style-type: none"> 区市と連携して耐震アドバイザー派遣、耐震診断、耐震改修に対する助成を実施 マンションの耐震化に関する基礎的な情報をとりまとめたパンフレットを配布 <p>③普及啓発等</p> <ul style="list-style-type: none"> 耐震化総合相談窓口により、耐震化に関する様々な相談に対応 区市町村耐震化促進普及啓発活動支援事業による区市町村の耐震化に向けた普及啓発活動への支援 耐震キャンペーンの実施（耐震フォーラム・改修工法の展示会・マンション耐震化通信及び改修事例の現場見学会など） 耐震化に関する様々な情報を、耐震ポータルサイト及びマンションポータルサイトにより情報提供 	<p>○住宅の耐震化</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続き、区市町村を通じて、整備地域内外の耐震診断・耐震改修等の助成を実施し、戸建て住宅等の耐震化の促進を図る。 また、令和5年度からは、平成12年以前に建築された新耐震基準の木造住宅についても耐震化の支援を開始する。 引き続き、区市町村の助成制度の紹介、耐震診断事務所の登録などを実施 <p>○マンションの耐震化</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続き、区市と連携して耐震アドバイザー派遣、耐震診断、耐震改修に対する助成を実施し、マンションの耐震化の促進を図る。 引き続き、建築士等の専門家を派遣し、耐震化に向けた合意形成等を支援する。 引き続き、パンフレット「マンションの耐震化のすすめ」、「マンション耐震化通信」を配布する。 <p>○普及啓発等</p> <ul style="list-style-type: none"> 引き続き、区市町村耐震化促進普及啓発活動支援事業における区市町村の個別訪問等に係る費用に対する補助を実施 引き続き、耐震化総合相談窓口、耐震キャンペーン、ポータルサイトなどにより、耐震化への意識啓発や相談体制の充実強化を図る 	都市整備局・住宅政策本部
3	2	19	消費者が安心して売買できる既存住宅市場環境の整備	<p>全住宅取引に占める既存住宅取引の割合は低水準に止まっているが、その要因の一つに、新築住宅と比較して既存住宅の品質や性能に関する情報が得られにくいこと等が指摘されている。</p> <p>このため、都は、既存住宅の取引に当たって、売主と買主とが共有することが大切な情報について、双方が確認すべき事項や売買契約における留意事項等を盛り込んだ手引書である「安心して住宅を売買するためのガイドブック」（戸建住宅編）（マンション編）を、また、インスペクション（住宅検査）や既存住宅売買瑕疵保険などの認知度向上を図るためのパンフレット「安心して住宅を売買するために－知って役立つ3つのオススメ－」を、不動産流通等関係事業者と連携して作成し、普及に取り組んできた。</p> <p>また、既存住宅の売買に当たり、不動産・建設・建築士など関係する事業者が連携して、消費者に適切な情報提供や相談対応等を行う「既存住宅流通促進事業者グループ登録制度」（平成30年6月開始）を通じ、建物状況調査や既存住宅の普及活動等への支援を行っている。</p> <p>今後も、既存住宅の流通にかかわる事業者の取組やインスペクションの実施への支援、またガイドブックによる普及啓発等により、消費者が安心して既存住宅を売買できる市場環境の整備に引き続き努めていく。</p>	<p>全住宅取引に占める既存住宅取引の割合は低水準に止まっているが、その要因の一つに、新築住宅と比較して既存住宅の品質や性能に関する情報が得られにくいこと等が指摘されている。</p> <p>このため、都は、既存住宅の取引に当たって、売主と買主とが共有することが大切な情報について、双方が確認すべき事項や売買契約における留意事項等を盛り込んだ手引書である「安心して住宅を売買するためのガイドブック」（戸建住宅編）（マンション編）を、また、インスペクション（住宅検査）や既存住宅売買瑕疵保険などの認知度向上を図るためのパンフレット「安心して住宅を売買するために－知って役立つ3つのオススメ－」を、不動産流通等関係事業者と連携して作成し、普及に取り組んできた。</p> <p>また、今年度から新たに、既存住宅を良質な住宅に改修して適正な評価の下で流通させる取組や、建物状況調査や既存住宅売買瑕疵保険制度等の普及の取組を行う民間事業者等を支援する既存住宅流通促進民間支援事業を開始する。</p> <p>今後も、既存住宅の流通にかかわる事業者の取組やインスペクションの実施への支援、またガイドブックによる普及啓発等により、消費者が安心して既存住宅を売買できる市場環境の整備に引き続き努めていく。</p>	住宅政策本部
3	2	20	住宅確保要配慮者向け民間賃貸住宅に関する登録制度	<p>低額所得者、高齢者、障害者、子育て世帯等の住宅確保に配慮が必要な方々（住宅確保要配慮者）は、民間賃貸住宅市場において、入居を拒まれやすいといった状況が見られることから、入居支援策を実施することにより、居住の安定確保を図ることが必要である。</p> <p>このため、住宅セーフティネット法に基づき、住宅確保要配慮者の入居を拒まない賃貸住宅であるセーフティネット住宅（東京ささエール住宅）の登録制度を適切に運用していくとともに、セーフティネット住宅のうち、住宅確保要配慮者のみが入居可能な専用住宅の供給を促進していく。</p>	<p>引き続き、東京ささエール住宅の登録制度を適切に運用していくとともに、新たに貸主に対する各補助メニューをパッケージ化した補助事業や、住宅の迅速な提供と入居後のきめ細かい生活支援などを行う居住支援法人等に対する補助事業を開始し、専用住宅の登録促進や居住支援の充実を図っていく。</p>	住宅政策本部

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
3	2	21	公衆浴場対策の推進	<p>都民の日常生活における健康維持や衛生水準を確保する上で必要な公衆浴場は、入浴者数の減少や後継者不足等による転廃業により減少が続いている。</p> <p>都では、都民の入浴機会の確保と浴場経営の安定化を図るため、各種助成策を実施するとともに、適正な入浴料金統制額の指定を行っている。</p> <p>健康増進型公衆浴場改築支援事業等を通して、地域貢献度の高い施設への転換を図るとともに、平成20年度から地球温暖化や震災時における都民の安全・安心の確保など、社会的課題に対応するため、グリーンエネルギー化推進事業及び耐震化促進支援事業を開始した。</p> <p>加えて、令和3年度からは浴場組合や支部が行う浴場の存続支援、底上げ支援事業等の主体的な取組をメニュー化し、既存事業の拡充を図った。</p> <p>また、利用促進を通じた浴場支援にも取り組んでいく。</p>	<p>○入浴料金統制額の指定 公衆浴場経営に関して会計調査を行うとともに、東京都公衆浴場対策協議会を設置して統制額について関係者の意向を把握し、統制額を指定</p> <p>○各種補助事業の実施 ・健康増進型公衆浴場改築支援事業等を通して、地域貢献度の高い施設への転換を図るとともに、地球温暖化や震災時における都民の安全・安心の確保など、社会的課題に対応するため、グリーンエネルギー化推進事業及び耐震化促進支援事業を実施 ・利用促進事業補助、地域交流拠点補助を実施し、公衆浴場の経営の安定化促進を図るとともに、都民の公衆浴場利用機会を確保</p>	生活文化スポーツ局
3	2	22	生活協同組合の育成のための指導・支援	<p>都は、生活協同組合の健全な発展を図るため、消費生活協同組合法に基づく許認可、検査、指導等を行っている。</p> <p>また、東京都生活協同組合連合会に対する事業補助を行うことで、消費者の自主的、組織的な活動主体として、社会的にも重要な役割を担っている生活協同組合の育成を図っていく。</p>	<p>○生協の健全な発展のため、法に基づく指導・法令検査を実施する。 課題を有している生協については、当該生協の方向性を見定めて法令に則った指導を行う。</p> <p>○東京都生活協同組合連合会に対する事業補助を行い、生協指導を実施する。 ・管理運営に関する指導助言、管理運営状況等調査 ・業務運営・経営健全化指導、講習会・研修会の企画・実施</p>	生活文化スポーツ局
3	2	23	身近な生活圏を支える商店街の振興	<p>都民の消費生活を支えるとともに、地域コミュニティの維持発展に大きな役割を果たしている商店街の振興に向け幅広い支援を展開している。</p> <p>商店街の意欲的な取組（イベント事業、デジタル化事業、施設整備事業等）に対して支援を行うとともに、商店街の次代を担う人材育成への支援や商店街への開業支援等を実施しているが、集客力の低下、後継者不足、空き店舗の増加など商店街を取り巻く環境は依然として厳しい。</p> <p>今後も、魅力ある商店街づくりに向けて、将来を見据えた戦略的な取組にチャレンジする商店街に対して支援を行う「商店街チャレンジ戦略支援事業」等の商店街振興策を積極的に展開し、身近な生活圏を支える商店街の活性化を図っていく。</p>	<p>「商店街チャレンジ戦略支援事業」等について、具体的な支援等を実施していく。</p> <p>○各区市町村が策定した「商店街振興プラン」に基づき、商店街が実施するイベントや活性化に資する事業への支援を行うとともに、都が直面する行政課題（環境、防犯・防災など）の解決につながる商店街の取組を支援していく。</p> <p>○商店街の次代を担う人材育成のため、実践的な講座の開催や専門家の派遣などにより必要なアドバイスやノウハウを提供することで、商店街の意欲的な取組を支援していく。</p> <p>○商店街での開業等を促進するため、開業等を希望する人を対象に必要な経費を支援するとともに、商店街での販売経験を積めるチャレンジショップの運営等を行っていく。</p> <p>○まちづくり的な視点をもって商店街自らが活性化する取組などを支援し、空き店舗の活用等を図っていく。</p>	産業労働局
3	3	1	震災時における応急生活物資等の流通確保	<p>高齢者などの要配慮者及び女性の視点にも配慮した生活必需品の備蓄を行うため、都の備蓄体制の充実強化を行う。</p> <p>また、食料や飲料水、生理用品やおむつに加え、防災資機材などについて円滑な調達が可能となるよう、民間事業者との協定に基づく調達体制を強化する。</p> <p>さらに、備蓄物資や他自治体等からの支援物資を迅速に避難所に届けられるよう、国や区市町村、関係団体等と連携し、訓練や検証を積み重ねることで物資の輸送体制を更に強化する。</p>	<p>引き続き訓練や情報連絡会等を通じて、物資の輸送体制等を強化する。</p>	総務局
3	3	1	震災時における応急生活物資等の流通確保	<p>東京都生活協同組合連合会と都は、平成8年に「災害時における応急生活物資供給等に関する基本協定」を締結した。</p> <p>この基本協定に基づき、災害時における応急生活物資の調達と安定供給、医療・保健活動、ボランティア活動、生活情報の収集・提供等の救援活動を円滑に行うための体制を整備している。</p> <p>このうち、応急生活物資である食糧・生活必需品の供給は、福祉保健局の依頼により、生活文化スポーツ局が東京都生活協同組合連合会に必要な物資の調達要請等を行うことになっている。災害時の円滑な対応に向け、「東京都地域防災計画」等と連動した応急生活物資の手配から供給までを行う実効性のある訓練やマニュアルの見直しなどに取り組んでいく。</p>	<p>東京都地域防災計画等に基づく、協定の実効性を高める取組を実施</p> <p>○東京都地域防災計画等に連動したマニュアル等の活用</p> <p>○災害時における応急生活物資供給等に関する連絡会議の開催</p> <p>○総合防災訓練等における取組</p> <p>・応急生活物資の要請に係るM C A 無線訓練の実施、頭上訓練への参加</p>	生活文化スポーツ局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
3	3	2	震災時等における生鮮品の確保	<p>震災時等における必要な生鮮品を確保するため、都が卸売業者等から入荷物品及び在庫品のうち必要な量の物品を買い上げるほか、他府県市にも応援要請を行うこととしている。</p> <p>これを円滑に推進するため、都は、市場内卸売業者等との間で締結した「大規模災害時における生鮮食料品の調達に関する協定」や全国の中央卸売市場との間で締結した「災害時相互応援に関する協定」に基づき、場内における協力体制や、各都市間の応援体制を構築している。</p> <p>今後は、市場取引や市場運営に重大な影響を及ぼす様々なリスクの洗い出しや、地震や風水害等への万全の対策を講じるための浸水シミュレーション等の必要な対応を実施するとともに、これらの結果を踏まえた中央卸売市場BCPの改訂等を行い、引き続き震災時等における生鮮品の確保に努めていく。</p>	<p>令和5年度は豊洲市場など5場の内水氾濫や板橋市場などの河川氾濫の浸水シミュレーション調査を行う。また、中央卸売市場BCPの改訂に向けて、その結果や令和4年度実施したリスクアセスメント調査の結果等を分析することで、改訂の検討ポイントの洗い出しや方針の方向性を検討していく。</p>	中央卸売市場
4	1	1	消費者教育推進協議会の運営	<p>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。</p> <p>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。</p>	<p>○東京都消費者教育推進協議会を開催し、情報・意見交換を実施</p> <p>○消費者教育推進庁内連絡会議を設置し、情報共有や調整を行う。</p> <p>○特に令和5年度は、成年年齢引下げ後の状況について情報共有し、対応について検討するとともに、消費者教育の一層の充実を図る。</p>	生活文化スポーツ局
4	1	2	高等学校における消費者教育の推進	<p>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。</p> <p>成年年齢が18歳に引き下げられ、高校生であっても、様々な契約の主体となれることから、生徒自身が自ら考え自己表現を図るとともに、積極的に社会に参画する主体として自立することや、他者と協働してより良い社会を形成する資質・能力を育成することが一層重要になる。</p> <p>また、成年年齢引き下げにより懸念されている消費者被害の未然防止の観点から、消費者教育を充実させる必要もある。</p> <p>そのため、家庭科や公民科等の教科をはじめとする教育活動全体を通じて、消費者教育の充実を図り、消費者の権利と責任を踏まえ自立した消費行動をとることができる、社会の形成者として必要な資質・能力を育成する。</p>	<p>令和5年度は、指導の充実に向け、高校生の消費者被害の現状や未然防止のための取組事例等を周知する研修会を開催するとともに、全ての都立高校等での実施状況を把握し、適切に指導助言、関係機関の紹介を行うなどして学校を支援する。</p> <p>引き続き、生活文化スポーツ局等との連携の下、校長連絡会、副校長連絡会等において、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」や、消費生活メールマガジンの配信、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。</p> <p>その他、「消費者教育コーディネーター」との連携や研修会等の機会を利用するなどして、情報発信や指導・助言を行い、消費者教育の一層の充実を図る。</p>	教育庁
4	1	3	小・中学校における消費者教育の推進	<p>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持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・環境教育推進委員会を、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。</p>	<p>○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。</p> <p>○消費者教育フェスタ等の開催についての周知を行う。</p> <p>○消費者教育を担う教員を支援するため、東京都教職員研修センターにおいて、消費者教育に関する指導の工夫等公民的内容を学ぶ研修を実施する。</p>	教育庁

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
4	1	4	消費者教育に携わる教員への支援	<p>主体的な消費行動ができる消費者を育成するためには、小・中・高等学校において、学習指導要領に基づき児童生徒の発達段階に応じた消費者教育を行うことが重要である。学校での消費者教育の取組が進む中で、更なる定着を図るため、教育庁等と連携し、実際に消費者教育に関する授業や生徒指導を行う教員を支援する必要がある。</p> <p>ついては、学校における消費者教育に必要な知識を提供するため、小・中・高等学校、特別支援学校の教職員を対象とした「消費者問題教員講座」を区部・多摩の会場で実施する。実施に当たっては、社会情勢を踏まえた最新の消費者問題を取り上げるほか、オンラインツール等を活用しながら教員の負担軽減と利便性向上を図るなど、内容の充実と環境整備に取り組む。</p> <p>また、消費生活上の新たな課題や実践的な消費者教育に関する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」を発行して教育機関に配布するとともに、「東京くらしWEB」にWEB版を掲載することに加え、教員向けメールマガジンを活用する等、広く情報提供を図る。</p> <p>さらに、学校教育と消費者教育をつなぐ消費者教育コーディネーターが教員や学校から消費者教育に関する要望や相談を受け、消費者教育教材や出前講座等の実践的な消費者教育に資するコンテンツを提案するなど、教育活動に必要な調整を行っていく。</p>	<p>○消費者問題教員講座 最新の消費者教育や指導方法を取り入れながら、授業で知識や情報が適切に活用されることを意識した講座を実施（夏休み期間中。オンライン・集合）</p> <p>○「わたしは消費者」発行（年4回） 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を取り上げ作成</p> <p>○学校向けメールマガジンの配信（月1回程度） 教員講座や学生向け注意喚起などを提供</p> <p>○成年年齢引下げに係る啓発物の作成・配布 高校2年生の保護者を対象としたチラシ及び高校2年生を対象とした啓発ノート（各12万部）</p> <p>○消費者教育コーディネーター 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</p>	生活文化スポーツ局
4	1	5	生徒・学生等に対する消費者教育	<p>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。成年年齢引下げを踏まえ、18歳、19歳を始めと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生徒・学生に対する消費者教育が重要である。</p> <p>このため、高等学校や大学はもちろん義務教育も対象に東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）を講師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。</p> <p>また、学校教育に加えて家庭や地域における消費者教育を進めるため、PTAや保護者、消費者教育を受ける機会のない若者等に対し、若者が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例や対処方法、デジタル、金融経済教育に関する講義など、実践的な内容の出前講座や消費生活講座も実施する。これらの講座は、若者から寄せられた消費生活相談を基に被害実態を分析し、得られたデータを反映することにより、すぐに役立てられる有益な内容とする。さらに、周知は消費者団体やNPO等関係機関と連携して行うなど、幅広く普及に取り組んでいく。</p>	<p>○学校向け出前講座 学生・生徒等に対して悪質商法の被害防止等を目的とする講座を実施。都教委や区市町村消費生活センター等関係機関と連携し、小中学校、高校、特別支援学校に対して組織的な周知や個別の働きかけを行う。</p> <p>○出前講座・寄席（大学等） 多くの学生が参加する新入生向けガイダンスや学内イベント、大学の教職員と連携したゼミ単位での啓発を実施</p> <p>○出前講座（PTA、保護者、NPO等） 学校等を通じた広報により保護者会などでの活用を促進</p> <p>○成年年齢引き下げに対応するため、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）やボランティアを活用し、学校等における消費者教育へのニーズに的確に応えていく。</p>	生活文化スポーツ局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
 (改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
4	2	1	多種多様なテーマ・手法による消費生活講座	<p>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。</p> <p>具体的には、区部・多摩の会場において実験や調理を伴いSDGsや地産・池消等の理念を実践的に学べる体験型の講座（実験実習・食育等）や、親子やシニア・ミドル世代など対象別の講座等を開催するほか、都民が企画するイベント・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。実施に当たっては、社会の高度情報化により生じる新たな消費者トラブルを取り上げるほか、外国にルーツを持つ人々や障害者など、多様な消費者に寄り添える内容とする。</p> <p>また、オンラインツールを活用するとともに、デジタルバйдへの対応も念頭に、集合形式とオンラインを組み合わせた複合的な講座実施を進めるなど、わかりやすい運営に努め、受講者の負担軽減と利便性向上を図りながら、内容の充実と環境整備に取り組む。</p>	<p>○出前講座・出前寄席 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（オンライン対応も行う）。オンライン開催時の講座内容の工夫など、提供内容や手法についても検討し、さらなる活用の促進を図る。（出前講座330回予定、出前寄席300回予定）</p> <p>○消費生活講座 世代別・対象別など多様な消費者を対象に話題性のある様々なテーマを設定して実施（3回）</p> <p>○実験実習講座 消費者に身近で話題のあるテーマを設定して実施（8テーマ、16回）。</p> <p>○食育講座 地産地消、食品ロス削減、エシカル消費、食品の安全・表示等、食に関するテーマで実施（6回）</p> <p>○親子講座 小学生とその保護者を対象として、金銭教育、情報リテラシー、環境問題、食生活など、小学生への消費者教育において必要とされるテーマで実施（8回）</p> <p>○連続講座 シニア・ミドル世代を対象に生活に身近なテーマを設定することにより実施（10回）</p>	生活文化スポーツ局
4	2	2	事業者等による消費者教育の促進	<p>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、従業員向けの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て紹介するなど、啓発強化を図る。また、事業者等からのニーズに応じ、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活用するよう、働きかけを行う。</p>	<p>○事業者等のニーズ（対象世代・テーマ等）に応じた出前講座や出前寄席を実施し、効果的な消費者教育を行う。</p> <p>○事業者・事業者団体等が行う従業員向けの研修などの取組事例をくらしWEBで紹介し、事業者等の取組を促進</p>	生活文化スポーツ局
4	2	3	事業者団体等の取組に関する情報提供	<p>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・啓発資料等の作成や、学校等に対する講師派遣事業を行っている。消費者が状況に応じて適切な教材等を選択・活用できるようにするため、「東京くらしWEB」で教材等を紹介するほか、都で開催する講座や展示コーナーで資料等を配布するなど、認知を高めるとともに、更なる活用促進を図る。</p>	<p>○事業者団体等が作成した消費者教育教材及び各団体・機関が実施する出前授業に関する情報を東京くらしWEBに掲載</p> <p>○展示・交流コーナーにおいて、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を配架するほか、パネル展示による情報提供を実施</p> <p>○消費者問題教員講座において、事業者団体が作成した消費者教育教材等の展示による情報提供を実施</p>	生活文化スポーツ局
4	2	4	事業者団体等との連携による消費生活講座	<p>消費者教育を効果的に推進するためには事業者団体等が持つ経験や専門性を活かすことが不可欠である。そのため、事業者団体等とも連携しながら、都民を対象とした消費生活講座等を実施する。実施に当たっては、事業者団体等の知見も得ながら新たな消費者問題を取り上げるほか、オンラインツール等を活用しながら受講者の負担軽減と利便性向上を図るなど、幅広い年齢層が参加しやすい受講環境を整備することにより、適切な情報提供を行う。</p>	<p>○消費生活講座 身近で話題性のあるテーマを設定して開催</p> <p>○多様な主体との連携講座(11月開催予定)</p> <p>○専門知識を持つ事業者団体等と連携を図りながら、デジタルや金融教育など消費者教育における喫緊の課題や消費者の関心の高いテーマで実施</p> <p>○高齢者向けセミナー 東京都生活協同組合連合会と連携して高齢者の消費者被害防止をテーマとした講座を企画・実施</p>	生活文化スポーツ局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
4	2	5	区市町村に対する消費者教育推進のに向けた支援	<p>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。一方で、消費者教育に携わる職員の体制や教育に関するノウハウの有無等は自治体により違いがあるため、都として多角的な支援を行うことで、都内全域で消費者教育の質の向上を図る必要がある。</p> <p>具体的には、区市町村消費生活センター所長会等を活用し、消費生活行政や消費生活講座に関する情報・ノウハウを提供するほか、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講座の共催実施や消費生活展等で活用してもらうためのパネルの貸出しなどを行う。加えて、小・中学校における授業等で着実に消費者教育が行われるよう、消費者教育コーディネーターが地域の実情に応じて教材や講座等のコンテンツを提案するなど、学校における教育活動の推進に必要な調整を行っていく。</p>	<p>○「東京都・区市町村消費生活行政情報」の発行、消費生活講座開催状況の情報提供、区市町村消費生活センター所長会を通じて区市町村に消費生活に関する情報提供・共有を行い、区市町村における消費者教育等の体制を強化</p> <p>○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定期的・継続的に実施（11回）</p> <p>○消費者問題マスター講座において、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者を受け入れることで、地域における消費者教育等の担い手を育成</p> <p>○区市町村に対し、東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）の派遣による出前講座の活用についてあらゆる機会を通じて働きかけ</p> <p>○市町村との共催講座において、市町村の消費者教育事業の状況を把握した上で、都のノウハウ・経験をもとに活用しやすい事業を提案するなど、効果的な消費者教育につながるコーディネート機能を果たす。</p>	生活文化スポーツ局
4	2	6	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	<p>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。</p>	<p>○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、庁内連絡会を活用するなど教育部門との連携を強化することで、様々な機会を捉えて区市町村の消費者教育推進の支援を行う。</p> <p>○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、国の動向や都での実施状況等について情報提供を行いながら、制度理解の促進を図るとともに自治体での設置を促す。</p>	生活文化スポーツ局
4	2	7	地域における消費者教育の担い手の育成	<p>消費者問題を体系的に学ぶことにより、地域や職場などで消費者教育等の推進に中心的な役割を果たすことができる人材を育成するため、社会情勢の変化に伴い消費者に必要な知識等を提供する連続講座を区部・多摩の会場で開催する。実施に当たっては、最新の消費者問題に関するテーマを取り上げるとともに、オンラインツール等を活用することにより受講者の負担軽減や利便性の向上を図る。</p> <p>さらに、受講者に対しては、消費者教育活動を促進するため、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ほか、希望する区市町村に対しては、地域での活動に意欲のある受講者の情報を提供するなど、地域における消費者教育の推進を支援する。</p>	<p>○消費者問題マスター講座（全13講座）</p> <p>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。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、地域における積極的な人材活用を促す。</p>	生活文化スポーツ局
4	2	8	消費者教育教材の作成	<p>主体的に選択・行動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、子供から高齢者に至るまでの各ライフステージに対応した活用しやすい消費者教育教材を作成する。</p> <p>なお、既存教材を含めた教材の学校での活用については、校長連絡会や教育研究会などの場や、教員向けの消費者問題教員講座、個別学校への消費者教育コーディネートなどを通じて積極的に働きかけを行うなど、教材等に対する認知を高めるとともに、更なる活用促進を図る。</p>	<p>○WEB版消費者教育読本 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ことを目的とし、都教委や学校現場と連携して教材を作成。学校の授業等での活用を図る。</p> <p>○消費者教育DVD 楽しく分かりやすい教材として新作を作成</p> <p>○「飯田橋四コマ劇場」 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法などを4コマ漫画で紹介する消費者読本の活用を働きかけ</p> <p>○消費者教育・啓発ノート 高校2年生を対象として、成人になる前に押さえておきたい消費生活の知識や消費生活トラブルの相談機関を紹介</p> <p>○教材の活用 校長連絡会・教育研究会などの組織や、教員向けの消費者問題教員講座、個別学校への消費者教育コーディネーターなどを通じた働きかけなどを通じ、利用促進を強化</p>	生活文化スポーツ局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
4	2	9	消費者団体等の活動支援	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不可欠である。そこで、消費者団体・グループの活動の場として区部・多摩地域で学習室・教室の貸出しを行い、自主的な学習や活動を支援する。学習室や教室については、デジタル化に対応した設備を取り入れるなど、団体等が利用しやすい環境の整備に努める。また、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、消費者団体等と協働した「協働学習会」を実施するなど、団体等の活動支援を行う。	○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を貸出。申込をオンラインで受け付けるなど、利用者の利便性を向上させ、施設予約に係る負担の軽減を図る。 ○多摩消費生活センターにおいてセキュリティに配慮したWi-Fiを配備し、施設全域で来所者が自由に利用できる環境を整備 ○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て協働学習会を実施	生活文化スポーツ局
4	2	10	消費生活に関する図書資料室等の運営	消費生活総合センター（区部・多摩）にそれぞれ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）、消費者教育DVD等を総合的に収集・整備し、閲覧や貸出に供する。加えて、事業者団体等が発行するリーフレット等を配架して来所者に提供するほか、商品テスト物等の展示を行うなど、消費者への啓発強化を図る。	○図書資料室の運営 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 ○パンフレットコーナー及び展示コーナー 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、都民の消費生活に有益な情報を提供	生活文化スポーツ局
4	2	11	消費者団体との協働事業	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区部・多摩の会場で各種事業を展開している。実施に当たっては、より多くの都民の参加が得られるよう、消費者を取り巻く最新の消費者問題やSDGsなど時代に適合したテーマを取り上げるほか、オンライン配信等の情報提供手段も活用することで更なる事業の拡充を図る。	○消費者月間事業 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実施。より多くの都民の参加が得られるよう、オンライン配信等の活用やエシカル消費など時代に適合したテーマ設定など、企画立案の充実を図るとともに、広報展開も強化	生活文化スポーツ局
4	2	12	計量に関する周知活動と教育の推進	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」の開催や計量に関係する教科の支援に取り組む。	○情報発信 ・毎年11月1日の計量記念日行事として実施している「都民計量のひろば」について、イベント形式で開催する。また、特設webページで「web版都民計量のひろば2023」を実施する。 ・関係機関や区市町村が主催の「消費生活展」等のイベントに、新しい展示パネルや新たな参加方法で参加する。 ・HP上に公開している消費者向けの各種普及啓発資料について、時点修正を含めた改定を適宜行い、計量に関する情報提供に努め、計量制度の啓発を行う。 ○消費者教育の推進 ・消費生活調査員による、食料品の計量調査を実施し、消費者の商品量目に関する意識の向上を行う。 ・計量展示室では、夏休み期間(8月)と計量強調月間(11月)に特別企画を実施する。 ・都内公立小学校に出向いて実施する児童向けの出前計量教室を行う。 ・夏休み期間に3日間、はかりの工作と所内見学を行う「親子はかり教室」を開催する。また、HP上に「web版親子はかり教室2023」を夏休み期間に2カ月間公開する。 ・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、具体化への検討を行う。	生活文化スポーツ局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
4	2	13	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	スマートフォンやSNS等の急速な普及や利用の低年齢化に伴い、生活環境の乱れに繋がるインターネットの長時間利用や各種トラブル等が社会問題となっている。 こうしたトラブルに青少年が巻き込まれないよう、インターネット等の適正な利用のための知識を学ぶことができる「ファミリールール講座」を開催している。 この講座では、学校等に講師を派遣し、家庭でのルール作りや生徒自身による自主ルール作りを支援するとともに、講演及びグループワーク形式により、講義等を実施している。	青少年のインターネット利用環境の変化を踏まえ、最新の社会情勢を講座のテーマ設定に反映するなど、ネット上のトラブルや危険性を身近な問題として捉え、理解を深めてもらえるよう取組を進める。	生活文化スポーツ局
4	2	14	SNSトラブル防止動画コンテスト	都内在住・在学・在勤の13歳から29歳までの若者からSNSトラブル防止を啓発する動画等のコンテンツを募集するコンテストを開催している。 コンテスト参加者に作品制作を通じてSNSの適正利用等に理解を深めてもらうとともに、入賞作品のデジタルサイネージ等の放映を通じて青少年を被害から守る気運を醸成している。	SNS利用による様々なトラブルや被害の問題に対する意識啓発を図るため、引き続き取組を進める。	生活文化スポーツ局
4	2	15	児童等に対する防火防災教育	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。	○引き続き、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、あらゆる学校行事等の機会を捉え、新型コロナウイルス感染症拡大防止に最大限配慮しながら、消防職員や消防団員等が学校などに出向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。 また、地域の実情に応じて、タブレット端末、ビデオ会議システム、校内放送設備等を活用した、リモート型の総合防災教育を実施していく。	東京消防庁
4	2	16	食育推進活動支援のための情報提供	コロナ禍を契機とする非接触、非対面に対するニーズを踏まえ、都民や消費者との交流について、リモートでの実施やEコマース、Webの活用などを含めた開催のあり方を、業界団体と検討しながら、実施していく。 また、市場まつり、市場見学などの機会に、地域住民等と市場関係者との交流促進を図るとともに、食や食材に係る体験の提供、情報発信を行う。 加えて、食育・花育については、小学生からシニア層までセグメントに応じた、幅広い都民に対して実施していく。	豊洲市場や大田市場の見学者コース等に青果のせり等の様子を動画で楽しめるQRコード等を設置する。 また、リアルで開催する料理教室等の実施状況をSNS等で広く紹介するなどデジタルを活用し、幅広い方に対して、食育等の推進につながる情報を発信していく。 市場まつり等の機会を通じ、地域住民等と市場関係者との交流促進を図るとともに、食育等の普及などを目的に、市場関係者と連携したイベントを実施する。	中央卸売市場
4	2	17	食育の推進	食育は、食に関する適切な判断力を養い、生涯に渡り健全な食生活を実現することにより、心身の健康の増進と豊かな人間形成に役立つものであるため、幅広い事業を展開している。 具体的には、区市町村や民間団体が実施する食育推進活動を支援するため、区市町村及び食育団体等に食育に関する事業の経費の一部を支援するとともに、食育関連団体の参加を募り、食の安全・安心の普及啓発のために食育フェアを開催している。また、とうきょう元気農場を活用し、地産地消の一層の促進や農業への理解、生産者への感謝の気持ちの醸成を図っていく。 今後も、都民が健全な食生活を実践することを後押しできるよう食育施策を進めていく。	・食育は、食に関する適切な判断力を養い、生涯に渡り健全な食生活を実現することにより、心身の健康の増進と豊かな人間形成に役立つものであるため、幅広い事業を展開しており、令和5年度は以下のとおり行う。 ・区市町村や民間団体が実施する食育推進活動を支援するため、区市町村及び食育団体等に食育に関する事業の経費の一部を支援するとともに、食育関連団体の参加を募り、食の安全・安心の普及啓発のために食育フェアを開催する。 ・とうきょう元気農場を活用し、地産地消の一層の促進や農業への理解、生産者への感謝の気持ちの醸成を図る。 ・都民が健全な食生活を実践することを後押しできるよう食育施策を進める。	産業労働局
4	2	18	金融リテラシーの向上	安定的な家計金融資産の形成や金融市場の活性化に向け、(一社)東京国際金融機構への支援を通じた若者向け金融セミナーの実施等により、都民の金融リテラシーの向上を図る。	(1) アンバサダーによる情報発信 「お金」を学ぼう！アンバサダーによるSNS投稿や雑誌タイアップなどを通じて、金融への興味・関心を喚起。 (2) 企業や学校等への講師派遣 企業や学校等からの依頼を受け、国や金融機関等と連携しながら、金融経済教育に詳しい講師を都から派遣することで、金融に関する学びの場の創出を促進。(5月26日事業開始) (3) 若者向け金融セミナー、Tokyo Sustainable Finance Week FinCity.Tokyoの知見を活用し、若者の金融リテラシーの向上や、ESG投資・サステナブルファイナンスの普及に向けたセミナーやイベントを開催。	スタートアップ・国際金融都市戦略室

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
4	3	1	エシカル（倫理的）消費の理解の促進	<p>「人や社会、環境に配慮した消費行動」である「エシカル（倫理的）消費」について、より多くの人に実践してもらうために、その理念を更に広く都民に普及させるとともに、行動変容を促す一歩進んだ取組として、行政と民間企業等が共にムーブメントを作っていくネットワークを構築し、都民をエシカル消費の実践につなげる情報の発信やネットワークを土台にした企業等との協働事業の展開などを行っていく。</p> <p>併せて、イベントでの普及啓発や講座の開催、リーフレット、動画の作成など、様々な機会やツールを活用してエシカル消費の理念を広く都民に普及啓発し、理解の促進を図る。</p> <p>〔ネットワークを活用した取組〕</p> <ul style="list-style-type: none"> ・都民をエシカル消費の実践につなげる情報の発信 ・都民がエシカル消費を実践できる取組を企業等と協働で実施 	<p>令和4年度に立ち上げた「TOKYOエシカル」を土台に、パートナー企業・団体と連携し、都民を巻き込みながらムーブメントを育てていく。具体的な取組は以下のとおり。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○都とパートナー企業・団体の連携を強化し、アイデアを集結させるカンファレンスの開催 ○エシカル消費を体験できる機会を提供し、日常での実践・定着につなげるマルシェを区部・市部でそれぞれ開催 ○子供の頃からエシカル消費に親しみ、当たり前の世代を育成する子供向け企画（社会科見学等）を3回実施 ○エシカル消費をテーマにした消費生活講座を実施 ○エシカル消費の実践につなげる情報を専用サイト及びSNSで発信 ○新たなパートナー企業・団体の募集 	生活文化スポーツ局
4	3	2	廃プラスチック・食品ロスに係る資源ロス削減の推進	<p>持続可能な資源利用の達成に向け、プラスチック及び食品ロスに係る施策の推進により、資源ロス削減の推進を図る。</p> <p>また、東京都環境公社内に設置した「東京サーキュラーエコノミー推進センター」を循環経済の取組の輪を回すハブとして都民・事業者からの相談をワンストップで受け付けるとともに、食品ロスや使い捨てプラスチックの削減に向けた情報発信を行い、加えて、サーキュラーエコノミーの早期導入に当たる具体的な取組等への支援を行っていく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○食品関連事業者、消費者団体、有識者等が一堂に会する「東京都食品ロス削減パートナーシップ会議」において、東京都食品ロス削減推進計画の進捗や各主体の取組状況等について意見を交換するとともに、協働の取組を一層推進する。 ○東京サーキュラーエコノミー推進センターと連携し、プラスチック、食品ロス削減についての相談マッチングや情報発信を実施し、加えて、サーキュラーエコノミーの早期導入に当たる具体的な取組等への支援を行うことで都民の行動変容を促していく。 	環境局
4	3	3	「ふくしま⇔東京キャンペーン」の展開と被災3県の県産品の消費拡大	<p>【「ふくしま⇔東京キャンペーン」の展開】</p> <p>平成24年5月から鉄道事業者、自治体などの様々な団体と連携し、都内各地で福島県産品と観光への風評払しょくと需要回復に向けた支援を継続的に展開している。</p> <p>令和4年度からは、例年実施してきた「福島産直市」の規模を拡充し、岩手県、宮城県を加えた「東北3県（岩手・宮城・福島）ふるさと市」を開催することで、東北3県の魅力や安全・安心を発信し、風評被害払拭を強力に促進する。</p>	<p>令和4年度に続き、「東北3県（岩手・宮城・福島）ふるさと市」を9月（第3回）及び1月（第4回）の年2回、東京メトロ「銀座駅ふるさとPRイベント会場」等で開催予定。</p> <p>広報についても、引き続き福島県の復興支援関係のイベント情報等を都公式Twitterや部HP等で広く発信していく。</p>	総務局
4	3	4	福祉・トライアルショップの展開	<p>企業等で働くことが困難な障害者の就労の場である就労継続支援事業所（B型事業所）における、生産活動等（自主製品生産）により得られる工賃の向上を目的として、展開している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自主製品の販路拡大のため、継続的に自主製品をPRするとともに、製品を購入できる常設店舗「KURUMIRU」を平成28年度から3店舗運営し、令和4年度からはネット通販を運営している。 ・店舗の安定運営及び認知・集客のため、広報を積極的に行っていくとともに、一般商品に引けを取らない自主製品を揃え、都民にその魅力をアピールするため、商品開発・価値向上を行っていく。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自主製品販売ショップ「KURUMIRU」の安定運営 ・自主製品の魅力を最大限に引き出すための企画（通年を通じて、季節・アイテム別、開店7周年のフェアを開催）等を通じた商品開発・価値向上 ○店舗への出店基準（表示義務等）に関する助言や著作権等権利に関する助言 ○販売レポートや説明会等による出品事業所全体の底上げ ○各種イベントへ店舗として出店及びノベルティ等の受注業務 	福祉局
4	3	5	地産地消の推進	<p>地産地消は、旬で新鮮な地元産食材を食べられるだけでなく、農地・海・環境保全、都市防災、流通に係る輸送燃料の節約など多面的な効果が見込まれるため、幅広い支援を展開している。</p> <p>東京産食材の特徴や魅力をわかりやすく情報発信するとともに、それらの食材を使用する飲食店を紹介している。また、都民が食について考え、学ぶことのできるイベント開催やwebサイトを運営している。そして、地域を巻き込んだ地場産農産物の消費拡大と販路拡大を積極的に行う区市町村に経費の一部を支援している。</p> <p>今後とも都民一人ひとりの意識を高め、地産地消を実践する機運醸成を図るとともに、機会の提供を支援していく。</p>	<p>地産地消は、旬で新鮮な地元産食材を食べられるだけでなく、農地・海・環境保全、都市防災、流通に係る輸送燃料の節約など多面的な効果が見込まれるため、幅広い支援を展開している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・東京産食材の特徴や魅力をわかりやすく情報発信するとともに、それらの食材を使用する飲食店を紹介している。また、都民が食について考え、学ぶことのできるイベント開催やwebサイトを運営している。そして、地域を巻き込んだ地場産農産物の消費拡大と販路拡大を積極的に行う区市町村に経費の一部を支援している。 ・今後とも都民一人ひとりの意識を高め、地産地消を実践する機運醸成を図るとともに、機会の提供を支援していく。 	産業労働局
4	3	6	身近な生活環境でのVOC（揮発性有機化合物）対策	<p>PM2.5や光化学オキシダントなどの大気環境への関心は高まっているものの、その原因物質であるVOCについて身近な生活環境での排出抑制策はあまり浸透していない。このため、一般家庭、オフィス等の暮らしに身近な生活用品について、小売店と連携して販売現場における低VOC製品の見える化を実施するなど、低VOC商品の選択促進等に取り組んでいく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ガイドブック配布やWebコンテンツ等による周知を継続するとともに、関係する各種団体と連携した周知活動を強化していく。 ○集合形式や、Web形式により低VOC製品に関する一般都民向けのセミナー等を開催していく。 ○区市町村主催の環境イベントへの出展等により、VOCの説明と対策の必要性について周知を進めていく。 	環境局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
4	3	7	生物多様性の普及啓発	健全な生態系は、生きものの生存基盤であるほか、人々の暮らしに必要な資源の供給源でもある。また、潤いや安らぎを与えるだけでなく、防災・減災や暑熱環境の緩和にも寄与し、その役割は多様かつ重要なものである。一方で、東京に暮らす人々の生活や東京で行われる経済活動は、都内外の生物資源に大きく依存している。こうした状況を踏まえ、東京で消費行動や経済活動を行うあらゆる主体が、生物多様性の価値と重要性を認識し、自らの行動を生物多様性に配慮・貢献するものへと転換していくことが重要である。 そこで、より多くの都民に対して、生物多様性に配慮・貢献する行動を促すため、様々な機会を捉えて生物多様性に関する普及啓発を行っていく。	○民間との連携による環境学習の推進 ・都とセブーンイレブン記念財団と協働で実施する自然環境保全・環境体験学習事業について、適切なコロナ対策を実施しながら参加者のニーズに合ったプログラムを検討し、内容の充実を図っていく。 ○生態系に配慮した緑化の推進 ・「植栽時における在来種選定ガイドライン」や「江戸のみどり登録緑地」制度等を活用して、事業者等に周知を図り、生物多様性に配慮した緑化を推進していく。 ○生物多様性地域戦略の改定 東京都の「生物多様性地域戦略」の改定し、生物多様性の「保全と回復」、「持続可能な利用」、「価値認識と行動変容」に関する普及啓発を行っていく。	環境局
4	3	8	環境学習の推進	東京は、ヒト・モノ・カネ・情報が行き交う、グローバル経済の主要なハブの一つでありエネルギーや食料など多くの資源を消費することから、都民一人ひとりの生活様式や企業の経済活動が、地球温暖化の進行や生物多様性の損失に大きく影響している。 地球温暖化や生物多様性等に関する問題解決に向けて、自ら気付き、考え、行動する次世代を担う子供たちの育成を図るため、都内全ての児童がより充実した環境教育を受けられるよう小学校教員を対象に環境教育研修会を実施する。 また、都民向けの環境学習講座の実施や環境学習動画の配信、特設ホームページの運営を通じて、環境問題への理解を深めるとともに、社会のあらゆる場面における自発的な環境配慮行動を促進する。	これまで実施してきた小学校教員を対象とした環境教育研修会や都民を対象としたテーマ別環境学習講座等をデジタルも活用しながら、引き続き、実施していく。	環境局
4	3	9	環境問題に配慮する消費者行動促進支援	地球温暖化抑制や廃棄物の減量・リサイクル、生物多様性の保全と持続的な利用の観点から、環境負荷の小さい製品やサービスを優先的に選択し、その市場形成を促進させることが重要である。 都自らもグリーン購入を推進することにより、環境配慮型製品の市場を拡大し、製造者等の製品の開発や供給における環境負荷の低減に向けた取組を支援するとともに、都民や事業者によるグリーン購入を更に喚起し、持続可能な社会の実現に寄与する。	都各組織におけるグリーン購入達成率100%を目指し、庁内関係組織への周知をより一層推進する。	環境局
4	3	10	省エネラベリング制度	販売店で、家電製品の省エネ性能の違いが一目でわかる省エネラベルを表示することで、消費者の省エネ型家電製品に対する選択を促し、省エネ製品の普及拡大と技術開発を促進する。	「家庭のゼロエミッション行動推進事業」等を通じて省エネラベリング制度を都民へ周知することで、消費者の省エネ型家電製品に対する選択を促し、省エネ製品の普及拡大と技術開発を促進する。	環境局
4	3	11	気候変動適応策の推進	気候変動の影響が深刻化する中、温室効果ガスの排出を削減する「緩和策」を確実に進めるとともに、なお残る気候変動の影響を回避・軽減する「適応策」にも取り組むことが重要である。 このことから、東京都気候変動適応計画に基づき、全庁的な推進体制のもと、各局と連携した適応策を推進する。また、東京都気候変動適応センターと連携し、気候変動の影響や適応等に関する情報収集、整理及び分析とともに、区市町村や都民への情報提供等を行う。	全庁的な推進体制のもと、PDCAサイクルによる進行管理を徹底し、各局と連携した適応策を強力に推進していく。	環境局
4	3	12	新たな環境施策を推進するための広報展開	ホームページなど多様なメディアを活用し、ターゲットに応じた媒体によるPR展開をすることにより、都民の環境配慮の意識向上や行動の実践を促進する。	引き続き、多様な媒体を活用し、積極的な広報展開を実施していく。	環境局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
4	3	13	ゼロエミッションモビリティの普及促進	走行時にCO ₂ を排出しないZEV（電気自動車、プラグインハイブリッド自動車、燃料電池自動車）の普及拡大を図るとともに、環境性能が高く、誰もが利用しやすいユニバーサルデザインタクシーの導入を促進する。また、EV充電器や水素ステーションなどZEVの普及に欠かせないインフラの整備促進を図る。	【環境局】 都内に事業所等を有する法人又は個人に対する、電気自動車・バス・トラック、プラグインハイブリッド自動車・バス・トラック、燃料電池自動車・バス、電動バイク等の購入補助については、国との連携及び補助額・規模を拡大して実施する。また、タクシー事業者等を対象に、電気自動車、プラグインハイブリッド自動車のタクシー車両及び環境性能の高いユニバーサルデザインのタクシー車両の導入費用の補助を行う。 【産業労働局】 ・都内に事業所等を有する法人に対して、電気自動車・バス・トラック、プラグインハイブリッド自動車・バス・トラック、燃料電池自動車、電動バイク等の購入補助を実施 ・EV充電器の導入費等の補助を実施 （ZEV車両導入へのインセンティブを充実するほか、EVトラックを補助対象に追加） ・事業者等へのFCバス・FCトラック・FCフォークリフトの導入を促進 ・ごみ収集車などの事業用水素モビリティの実装支援 ・大型FCモビリティなどに対応が可能となるよう既存の水素ステーションに対する増設・改修の補助を拡充	環境局 産業労働局
4	3	14	エコドライブ推進のための普及啓発	自動車に起因するCO ₂ 2排出量を削減するためには、誰もが手軽に行えてCO ₂ 削減に即効性のあるエコドライブの普及啓発を一層進める必要がある。 今後、エコドライブの取組が一層社会に定着するよう、トレインチャンネル広告やイベント等や講習会を通じた普及啓発活動を行う。	○九都府市の連携によるトレインチャンネル等の各種広告媒体を使ったエコドライブ普及活動を展開する。 ○事業者等がエコドライブに取り組む環境を整備するために、研修等で活用できる教材を配布する。	環境局
4	3	15	環境にやさしい交通施策の推進	環境交通実現に向けた都民の行動転換を促進するため、地域・業界の特性に応じた自動車走行量抑制策や自転車・公共交通機関の利用促進策等を検討・展開することで、大気環境の改善・CO ₂ の削減を目指した持続可能な自動車交通対策を行っていく。	利用エリアの拡大に向けた事業者間の連携の推進やサイクルポートの拡充等に取り組み、区市町村が実施する自転車シェアリングの更なる利便性向上を図る。	環境局
4	3	16	ゼロエミッション住宅の普及促進	東京の地域特性を踏まえた断熱・省エネ性能の高い住宅を普及させるため、都内において「東京ゼロエミ住宅」（※）基準を満たす住宅を新築する建築主に対して、その経費の一部を助成すること等により、家庭におけるエネルギー消費量の低減を推進する。 また、省エネ性に優れ、災害にも強く、健康にも資する断熱・太陽光住宅の普及拡大を促進するため、高断熱窓・ドアへの改修や、蓄電池及びV2Hの設置に対して補助を行うとともに、併せて太陽光発電設備を設置する場合に上乗せして補助を行う。 （※都が独自に基準を定めた、高い断熱性能の断熱材や窓を用いたり、省エネ性能の高い照明やエアコンなどを取り入れた住宅）	○東京ゼロエミ住宅の新築に対する助成及び広報を継続して実施し、その普及促進を図る。令和5年度においては、機能性PVへの上乗せ補助等を実施する。 ○省エネ性に優れ、災害にも強く健康にも資する断熱・太陽光住宅の普及拡大を促進するため、高断熱化・高効率機器の導入、太陽光発電設備の単独導入、機能性PVの上乗せ補助を実施する。	環境局
4	3	17	家庭の省エネ・節電促進	より省エネ性能の高いエアコン、冷蔵庫若しくは給湯器又はLED照明器具に買い替えた都民に対し、商品券等に交換可能な「東京ゼロエミポイント」を付与するとともに省エネアドバイスを実施する。	○脱炭素化及びエネルギーの安定確保に向けた家庭の節電対策として、HTT「④へらす・①つくる・①ためる」をキーワードに、様々な支援策を展開していく。 ○引き続き、家庭の省エネ行動を促すため、より省エネ性能の高いエアコン、冷蔵庫若しくは給湯器又はLED照明器具に買い替えた都民に対し、東京ゼロエミポイントを付与し、ポイント数に応じた商品券等を交付するとともに省エネアドバイスを「家庭のゼロエミッション行動推進事業」を実施する。 令和5年4月以降購入分については、付与ポイント数を約2割アップする。	環境局
4	3	18	家庭における再生可能エネルギーの普及促進	スケールメリットを生かし、都民が通常より安い価格で太陽光発電設備等を購入できる仕組みを構築する。	太陽光発電設備及び蓄電池の導入に係る都民の負担を軽減するため、都と協定を締結する事業者が購入希望者を募集し、共同購入によるスケールメリットにより購入価格の低減を可能とする「太陽光発電及び蓄電池グループ購入促進事業」を開始する。	環境局
4	3	19	サステナブルファイナンスへの理解向上	（一社）東京国際金融機構への支援を通じて、「Tokyo Sustainable Finance Week」における都民向け金融セミナーの開催によるサステナブルファイナンスへの理解向上等を実現する。	○若者向け金融セミナー、Tokyo Sustainable Finance Week FinCity.Tokyoの知見を活用し、若者の金融リテラシーの向上や、E S G投資・サステナブルファイナンスの普及に向けたセミナーやイベントを開催。（再掲）	スタートアップ・国際金融都市戦略室

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
5	1	1	高度専門的な消費生活相談	<p>消費者被害の未然防止や速やかな救済を図るため、専門の相談員が消費者の被害解決に向けた助言、あっせん等を実施する。</p> <p>高度化・複雑化する消費生活相談に適切に対応するため、専門分野別相談の実施や弁護士等の消費生活相談アドバイザーを活用するとともに、社会情勢の変化に即した研修の充実や、関係機関との連携等を図ることで組織的に相談対応能力の向上を図る。</p> <p>また多様性に配慮し、外国人からの相談に対し、通訳を介した電話による三者間通話を活用し、迅速かつ円滑に対応するとともに、都内に在住する外国人の実情を踏まえ、対象言語の拡大を図る。</p> <p>電話による相談が困難な聴覚障害者に対しメールや手話通訳による相談対応をするとともに、依存症や障害等により、自らが抱える問題を整理することが難しい相談者に寄り添い、きめ細かく対応するため、消費生活相談カウンセラー（精神保健福祉士）の活用を推進する。</p> <p>また、障害者等の自立を支援する専門機関等と連携して、障害者等への相談対応力の向上を図るための相談員への研修や勉強会を実施するほか、相談者に必要な支援を行う。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○10の専門分野グループによる効率的・効果的な相談処理 ○弁護士や建築士、美容医療専門家等の消費生活相談アドバイザーを活用 ○高度専門研修や民間ADR機関などの関係団体との情報交換等 ○外国人からの相談に対応するため、通訳を介した電話による三者間通話（英語、中国語、韓国語の3か国語に加えにタガログ語、ベトナム語を追加） ○聴覚障害者向けに電子メール相談及びタブレット端末を活用し、手話通訳を介した相談 ○事業者団体や関係行政機関等に対し、消費者被害防止に向けた協力や必要な取組について要望 ○心のケアが必要な相談者への対応強化等を図るため、消費生活相談カウンセラー（精神保健福祉士）を活用 ○消費生活相談の特に多い年齢層（若者・高齢者）を対象にした特別相談 	生活文化スポーツ局
5	1	2	新たな情報通信技術の活用	<p>国が開発に向けて検討を進めている消費生活相談のD Xが現場の実態を踏まえたものとなるよう、積極的に国に働きかけ、意見提言を行う等により、新たな情報通信技術の活用の早期実現に向けた取り組みを進める。</p> <p>また東京都においても、東京くらしWEBにおける「消費生活相談FAQ」に導入したチャットボットを適切に運用する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○「消費生活相談デジタル化アドバイザーボード（消費者庁主催）」への参加及び意見提言の実施 ○令和6年度「国の施策及び予算に対する提案要求」の実施 ○東京くらしWEBにおけるチャットボットの運用。 	生活文化スポーツ局
5	1	3	相談テストの実施及び技術情報の提供	<p>多様化・複雑化する商品・サービスによる事故等に関する消費生活相談に対応するため、科学的な視点から、当該商品等に係る事故原因究明テストや、技術情報の提供などを積極的に行う。</p> <p>また、被害の再発が懸念される危害・危険情報について、都民に広く注意喚起するとともに、関係機関等と情報共有し、連携強化を図る。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ネット通販で購入した家電製品等で事故が多く起きていることから、相談員を通じて国内の安全基準について情報提供を実施 ○実務経験豊富な繊維分野の専門員を迎え、クリーニングトラブルに関するテストを実施 ○実験実習講座は感染対策を考慮しつつ、講師によるデモ実験や、個別で行う実験を実施（年間11テーマ実施） ○ネット通販で購入した家電製品で製品事故が起きていることから、相談事例を基に都民に対する注意喚起を実施 ○多様化する商品事故に対する迅速な対応を確保するため、消費生活部や福祉保健局、国民生活センター、製品評価技術基盤機構（N I T E）など庁内外の関係機関と積極的に情報交換を行い、連携の強化を図る。 	生活文化スポーツ局
5	1	4	不動産取引に関するトラブルの解決・防止のための相談	<p>不動産取引においては、多種多様なトラブル等が発生しており、都に寄せられる相談件数は高い水準で推移している。</p> <p>このため、都は、不動産の売買・賃貸借等について、都民からの電話及び窓口での相談に対応し、トラブル解決へのアドバイスを行っているほか、宅地建物取引業者からの宅地建物取引における宅建業法等の適用に関する問合せや相談に対応し、適正な不動産取引の確保に努めている。</p> <p>また、平成16年には「賃貸住宅紛争防止条例」を制定し、宅地建物取引業者に対して契約時に原状回復等の基本的な考え方や特約の内容などの説明を行うことを義務付けるとともに、原状回復や入居中の修繕等の基本的な考え方等について分かりやすく解説した「賃貸住宅トラブル防止ガイドライン」の周知を図っている。</p> <p>さらに、令和4年に賃貸住宅紛争防止条例を改正し、条例に基づく説明等のオンライン化が可能となったことから、宅建業者に対する実施方法の周知等に取り組み、消費者への適切な説明が行われるよう情報提供していく。</p> <p>今後も引き続き、不動産取引に関するトラブルの未然防止に向けて取り組んでいく。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・不動産の売買・賃貸借等に関する都民からの電話及び窓口での相談に対しトラブル解決への適切なアドバイスを行うとともに、宅建業者からの宅建業法等の適用に関する問合せや相談にも適切に対応することにより、不動産取引に関するトラブルの未然防止に向けた取組みを推進 ・多様な相談方法を導入することにより、消費者等が不動産取引に関する相談をしやすい環境の整備を推進 	住宅政策本部

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
5	1	5	青少年のインターネットや携帯電話等によるトラブルに関する相談	スマートフォンやSNS等の急速な普及や利用の低年齢化に伴い、生活環境の乱れに繋がるインターネットの長時間利用や各種トラブル等が社会問題となっている。 そこで、青少年やその保護者、学校関係者などを対象に、スマートフォンやSNS等に関する各種トラブルや悩みについて気軽に相談できる総合的な窓口「こたエール」を運営している。	青少年や保護者等のネット・スマホのトラブル相談に親身に対応し、関係機関と連携しながら、事業を実施していく。	生活文化スポーツ局
5	1	6	生活安全相談センター等における迅速・的確な相談の受理	生活安全相談センター、警察署等において、特殊詐欺や悪質商法等に関する相談を受理した際は、事件化を視野に入れた迅速・的確な対応により早期解決を図るとともに、相談者の再被害を防止するため、実際の事例や手口に基づく具体的な対策等について指導・助言を行う。	生活安全相談センター、警察署等において、特殊詐欺や悪質商法等に関する相談受理をした際、銀行やカード会社の窓口を案内するだけでなく、警察官が直接連絡を取ったり、相談者の家族に対して説明をするなど、被害の拡大を確実に阻止する。 警察に寄せられる多種多様な消費関連問題に関する相談へ迅速・的確に対応するため、消費生活センターほか関係機関・部署との連携に努めるなど、各種取組を実施する。	警視庁
5	1	7	区市町村消費生活相談窓口の支援	住民に身近な区市町村の消費生活相談窓口を支援するため、都の高度専門的機能を活かした相談マニュアルや、技術情報等を提供する。 また、専門的知識を有する消費生活相談アドバイザー（弁護士等）や、消費生活相談カウンセラー（精神保健福祉士）による助言、消費生活行政職員や相談員に対する研修などを実施する。 併せて、消費生活相談アドバイザーや東京都消費生活総合センターの相談員を多摩地域の市町村へ派遣し助言等を行う。 消費生活相談支援サイトについては掲示板機能等の活用により、区市町村が必要とする情報の迅速な発信・提供などに努め、区市町村消費生活相談窓口の総合的な支援を図る。	○相談解決のための事故原因究明テストや、商品等に関連する技術情報を提供 ○消費生活相談アドバイザー12名を活用（アドバイザー会議、相談コーナー等） ○消費生活相談アドバイザー及び相談員を派遣（多摩市町村支援） ○消費生活相談カウンセラー2名を活用（カウンセリングコーナー、研修、出張カウンセリング等） ○区市町村消費生活行政担当職員等との情報連絡会を開催 ○「相談実務メモ」の発行 ○区市町村からの相談処理に関する照会・回答 ○「今月の消費生活相談」の発行、専門分野グループ報告等（冊子配布） ○PIO-NETシステムの運用支援を実施 ○消費生活相談支援サイトの運用 ○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	生活文化スポーツ局
5	1	8	東京都多重債務問題対策協議会の運営	平成19年8月に多重債務問題対策協議会及び多重債務問題対策庁内連絡会議を設置し、多重債務者の生活再建及び多重債務問題の防止・抑止を目的に、庁内各局や関係団体が連携し、総合的な取組を推進している。 具体的には、協議会に情報連絡部会、相談部会、生活再建部会、貸金業部会の4つの部会（※）を設置し、各部会において関係団体と連携して取組を進めている。各部会では、検討課題についてそれぞれの分野での専門的な議論を経て、多重債務相談「東京モデル」の普及・実施、セーフティネット貸付けの提供等による生活再建事業の推進などに取り組んでいる。今後も、取組の着実な実施を図っていく。 （※）金融経済教育部会は、平成25年度に消費者教育推進法に基づき設置された「東京都消費者教育推進協議会」に統合	多重債務者の生活再建や多重債務問題の防止・抑止を視野に入れたより効果的かつ総合的な取組を各部会が連携して推進していく。 特に今後はコロナ禍の失職や収入減に加え、その者を対象とした国の特例貸付の終了やその貸付の償還が始まること、また依然としてウクライナ情勢の影響による物価高騰など、多重債務につながる可能性がある生活困窮者の増加が見込まれることから、これまで以上に状況を注視しながら対応していく。 ○情報連絡部会：研修の実施、情報提供等により、都民対応窓口における多重債務者の発見及び適切な相談窓口への誘導を行う。 ○相談部会：多重債務者を法律の専門家につなぐ「東京モデル」を推進するとともに、無料特別相談「多重債務110番」を実施する。 ○生活再建部会：相談者のニーズに応じた資金貸付や関係機関との連携による効果的な広報活動を行い、生活再建事業を推進する。 ○貸金業部会：ヤミ金融の撲滅に向け、関係機関との合同による「一都三県ヤミ金融被害防止合同キャンペーン」を実施する。 ※課題によっては、部会を合同開催することにより、各部会で把握している多重債務の現状の共有及び情報交換を同時に行い、多重債務問題対策協議会としてより効果的な課題解決への取組を進める。	生活文化スポーツ局・福祉局

東京都消費生活基本計画具体的施策 取組予定調査票
(改定後計画 計画期間：令和5年度～令和9年度)

柱	方向性	施策No.	施策名	施策概要	令和5年度の取組予定	局
5	1	9	東京都・区市町村・関係団体との連携による多重債務相談	<p>多重債務で苦しむ相談者が、都内のどこの消費生活相談窓口で相談しても適切な対応を受けられるようにするため、区市町村に対し必要な情報を提供し、多重債務相談を法律専門家等に確実につなぐ「東京モデル」の積極的な活用を促す。</p> <p>また、都民が法律専門家等と直接相談できる「特別相談（多重債務110番）」を、区市町村、関係団体と連携して実施する。</p>	<p>○どの区市町村窓口へ行っても適切な対応が行われることを目指し、多重債務相談を法律専門家等に確実につなぐ「東京モデル」の積極的な活用を促すため、区市町村に情報提供等を実施</p> <p>○東京都、区市町村、関係団体が連携した特別相談「多重債務110番」を実施（2回）。一人でも多くの多重債務者の救済を図るため、都の広報媒体等を積極的に活用し広く都民に周知</p>	生活文化スポーツ局
5	1	10	多重債務者の生活再生に向けた支援	<p>深刻な社会問題となっている多重債務問題の現状を踏まえ、平成19年8月に、多重債務者の救済及び多重債務問題の防止・抑止を目的とした、庁内各局や関係団体が連携して総合的な取組を推進する東京都多重債務問題対策協議会が設置された。この協議会における取組の柱の一つである「セーフティネット貸付けの提供」を実現するため、平成20年3月より「多重債務者生活再生事業」を開始した。この事業は、債務の状況把握や家計管理の助言等を行う生活相談、必要に応じて行う資金の貸付け及び貸付実行後のアフターフォローを実施することで、多重債務者の生活の再生を図るものである。</p> <p>貸付けに至らなかったケースについては、生活相談を行った後、弁護士会・司法書士会・日本クレジットカウンセリング協会・法テラス等へつなぐことで多重債務者の生活の再生を支援している。</p> <p>今後とも、弁護士会、司法書士会等関係機関との事業連携を推進していく。</p>	<p>東京都生活再生相談窓口での相談体制をより充実させ、多重債務者の生活再建を支援するため、下記の取組を行う。</p> <p>○多重債務者への生活相談及び必要な資金の貸付 引き続き多重債務者への生活相談対応を行い、家計状況を診断の上で必要に応じ資金の貸付を行う。国による緊急小口資金等の特例貸付の償還が令和5年1月から開始していることを踏まえ、令和5年2月以降、相談窓口への弁護士の派遣回数を週2日から週5日に拡充した。体制を強化して実施している相談支援を令和5年度も継続していく。</p> <p>○各種相談窓口職員等への研修の実施 生活再生相談窓口相談員を講師に加えた「多重債務問題に関する研修」を経験度別に複数回（経験者向け・新任向け 各2回）実施することで、区市の相談窓口職員等の多重債務問題への理解を深めると共に、更なる対応力向上を図る。</p> <p>○広報活動の実施 ヤミ金融被害防止キャンペーンや多重債務110番等、他機関と連携した活動を通じて、東京都生活再生相談窓口の広報を行い、制度周知を図る。</p>	福祉局
5	2	1	消費者被害救済委員会による紛争解決	<p>消費生活総合センター、区市町村及び一定の要件を満たす消費者団体に寄せられた苦情・相談のうち、都民の消費生活に著しい影響を及ぼし、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、あっせんや調停を行うことで、公正かつ速やかな解決を図る。また、同一又は同種の原因による被害の防止及び救済を図るため、委員会が処理する紛争の概要、処理経過及び結果を、都民や関係機関等に広く周知する。</p> <p>さらに、委員会によるあっせん・調停が不調となった案件について訴訟が提起された場合、条例が規定する要件を満たすときは、委員会の意見を聴いて、当該被害者に対し、訴訟資金の貸付等、訴訟活動に必要な援助を行う。</p>	<p>○より多くの消費者被害の救済に向け、付託手続の円滑化、部会運営の迅速化を図っていく。また、紛争の概要、審議の経過や結果を広く情報提供することで、個別案件の被害救済のみならず、同一又は同種の被害の防止と救済を図っていく。</p> <p>○区市町村からの案件受入れ促進のため、区市町村訪問等を実施し、委員会の役割を説明するとともに、最新の消費生活相談や解決困難案件等について情報収集や意見交換を行っていく。</p> <p>○付託案件に係る訴訟が提起された場合、当該消費者に対する訴訟資金の貸付、資料の提供等の必要な援助を行っていく。</p>	生活文化スポーツ局
5	2	2	集団的消費者被害回復に係る訴訟制度を担う団体との連携	<p>相当多数の消費者に生じた財産的被害を民事の裁判手続により回復する「集団的消費者被害回復訴訟制度」が平成25年12月に創設され、平成28年10月からスタートした。</p> <p>この制度を担う特定適格消費者団体が継続的・安定的に業務を遂行することができるよう、平成29年4月に訴訟資金の無利子貸付制度を創設するとともに、必要な相談情報の提供などの総合的な支援を行っている。</p>	<p>○特定適格消費者団体が提訴した事案について、被害回復裁判手続資金の貸付を継続して行い、特定適格消費者団体による円滑な訴訟進行に寄与する。</p> <p>○団体との意見交換等を行い、今後の提訴等に向け、貸付制度等による総合的な支援を図っていく。</p>	生活文化スポーツ局