

「東京都消費生活基本計画」具体的施策 取組状況調査票

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	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	<p>○ホームページ「東京くらしWEB」で、最新の情報を迅速かつ効果的に発信するとともに、これと連動してSNS(消費生活行政Twitter、Facebook)で拡散し、より多くの消費者に情報が届くように工夫した。その結果、ページビュー数は平成30年から毎年、約10%ずつ増加している。</p> <p>○新型コロナウイルス感染症に関しては特設ページを開設し、消費生活関連相談FAQ等により、消費者への呼びかけや注意喚起等を行った。(令和2年3月～)</p> <p>○メールマガジンを大学や専門学校等に加え、都立高校・特別支援学校等の全教員及び希望する私立高校に向けて配信し、成年年齢下げを見据えた学生向け注意喚起情報の提供を行った。</p> <p>○若者の情報入手の実態やニーズを把握し、今後の効果的な情報発信に反映していくため、18歳19歳の男女に対するグループインタビュー調査を実施した。(令和2年10月)そこで得られた結果を踏まえ、画像のサイズやハッシュタグを工夫して、SNSを発信している。</p> <p>○若者などの消費生活問題に関心が薄い層に向けた情報発信の強化を図るため、TwitterとInstagramで四コマ漫画によるSNS広告を実施した。(令和3年1月から同年3月まで。)</p> <p>○広く都民へ消費生活に関する注意喚起情報を届けるため、Twitterでクイズを出題したり、定期的な連載記事にしたりするなど、新たな試みを行った。(令和2年9月～)</p> <p>○中長期的に滞在する外国人に向けた情報発信として、外国語版(英語・中国語・韓国語)の消費生活相談FAQを作成し、公開した。(平成30年6月～)</p>	<p>○情報発信ツールの調査や若者ヒアリング調査等を参考に、対象となる消費者に応じた広報媒体を選択し、情報発信の時期や伝達方法を工夫するなど、より効果的な情報発信を実施していく。</p> <p>○令和4年4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられることを踏まえ、若者の消費者被害防止のため、SNS広告の実施やTwitter発信のより一層の充実を図り、消費生活問題に関心の薄い若者層への情報発信を強化する。</p>	生活文化局
1	1	2	対象や連携先の異なる多様な消費者被害防止啓発	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○若者向け悪質商法被害防止キャンペーンの実施(令和3年1月～3月) テーマ『SNSがきっかけに！悪質商法に気をつけろ！！』 ・高校・大学・ネットカフェ等でのポスター掲示・リーフレット配布、啓発動画の作成・配信、交通広告、SNS等を活用した広告、自動車学校、街頭ビジョン等(1～3月) ・特別相談「若者のトラブル110番」の実施 令和3年3月8日(月)・9日(火)</p> <p>○高齢者悪質商法被害防止キャンペーンを実施(9月) テーマ『誰もがみんな 高齢者見守り隊！！』 ・高齢者関連施設・医療機関等でのポスター掲示・区市町村でのリーフレット等の配布、新聞広告の実施 ・高齢者被害特別相談の実施(9月14日(月)～16日(水))</p> <p>○成年年齢下げによる消費者被害防止のための若者参加型事業を実施 ・消費者トラブルをテーマに、29歳以下の若者からラジオCMコピーを公募・選考 ・入賞作品をプロのクリエイターがラジオCM化し、放送 ・選考されたラジオCMコピーと、ラジオCMをもとに制作した動画をインターネット等で公開、プロモーション(ラジオCMコピー公開:12月、動画公開:令和3年3月)</p> <p>○事業者団体・関係機関等と連携した啓発キャンペーンを実施(郵便局封筒広告掲載:令和2年12月から)</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○高齢者の消費者被害防止や早期発見に向け、高齢者本人はもとより高齢者を周囲で見守る人々も対象として効果的な啓発を行った。リーフレットについては、イラスト等を活用してわかりやすく記載するとともに、文字を大きくするなど工夫を施し、高齢者の特性に配慮しながら作成した。</p> <p>○若者の消費者被害の防止を図るため、様々な事業を展開することで、効果的な啓発を実施した。また、啓発リーフでは若者に被害の多い手口を4コマ漫画で紹介し、啓発動画では若者に認知が高いタレントを活用するなどの手法により、若者の関心を高める広報展開を行った。</p> <p>○若者参加型事業の実施により、若者が消費者トラブルを自分事として捉えるきっかけを提供した。本事業では、公募件数が令和元年度で265件、2年度では674件と約2.5倍となるなど、啓発を着実に進めることができた。</p> <p>○コロナ禍において、オンライン実施など新たな連携の形を取り入れながら、事業者団体・関係機関等と連携した啓発キャンペーンを実施した。</p>	<p>○高齢者悪質商法被害防止キャンペーンを実施(9月:関東甲信越ブロック共同キャンペーン)</p> <p>○若者向け悪質商法被害防止キャンペーンを実施(1～3月:関東甲信越ブロック共同キャンペーン)</p> <p>○若者参加型の消費者啓発を実施(消費者教育の機会を広く提供するため、都内高校等と連携を強化し、消費者トラブルをテーマに若者からラジオCMコピーを公募・選考した上で、ラジオCMとして放送。加えて、CMをもとに制作した動画をインターネット等で公開することにより、広く若者に情報発信)</p> <p>○様々な機会を捉えて、事業者団体・関係機関等と連携した啓発キャンペーンを実施する。</p>	生活文化局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
1	1	3	高齢者を狙った特殊詐欺被害防止	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○特殊詐欺被害防止公演の実施 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、寸劇を業者委託し、令和3年3月末時点で年間41回実施した。</p> <p>○自動通話録音機の設置促進 各区市町村が自動通話録音機を購入した際の補助制度を継続し、自動通話録音機の設置を促した。令和3年3月末時点で、自動通話録音機補助台数は 38自治体 38,015台となっている。</p> <p>○SNSによる情報発信 LINE公式アカウント「特殊詐欺対策・東京都」をはじめ、東京都都民安全推進本部ツイッター等で、特殊詐欺関連情報を発信した。</p> <p>○特殊詐欺被害防止対策用リーフレット及びポスターの作成 特殊詐欺の最新手口を記載したリーフレット30,000部のほか、新型コロナウイルス感染症に便乗した詐欺への注意喚起ポスター6,000部を作成し、公共施設、公共交通機関、食品スーパー等に掲示した。(令和2年6月)</p> <p>○特殊詐欺根絶ステージの実施 特殊詐欺を題材としたお芝居やクイズトークショーを実施し、その模様をテレビにて放送した。(令和3年2月実施、令和3年3月放送)</p> <p>【過去3年間の成果】 特殊詐欺被害防止公演やSNSを活用した情報発信など、様々な媒体を活用した普及啓発活動により、広く都民に特殊詐欺の最新の手口や防犯対策について理解を促し、特殊詐欺認知件数の減少に貢献した。 自動通話録音機の補助制度により、各自治体の自動通話録音機設置が促進され、多くの高齢者世帯に配布されるようになった。</p> <ul style="list-style-type: none"> 自動通話録音機補助台数 令和2年度 38自治体 38,015台(令和3年3月末現在) 令和元年度 38自治体 38,906台 平成30年度 37自治体 19,740台 特殊詐欺認知件数(都内) 令和2年1～12月 2,896件(前年比24.1%減少) 令和元年1～12月 3,815件(前年比 8.8%減少) 平成30年1～12月 4,185件 	<p>○特殊詐欺被害防止公演を年80回都内各地において実施する。最新の手口や防犯対策などを盛り込み、劇を通じてより分かりやすく説明することにより、被害防止を図る。</p> <p>○特殊詐欺被害者の多くは高齢者であるが、被害を減らすためには高齢者だけでなく、その子供や孫などの家族に対する広報啓発活動も不可欠であるため、より多くの都民が関心を持つよう特殊詐欺根絶イベントを、区市町村と連携し実施する。</p> <p>○自動通話録音機について、コロナ禍による影響等で区市町村による設置促進が停滞することのないよう、補助を実施し、各自治体と連携しながら設置促進を図る。</p> <p>○特殊詐欺の最新の手口を記載した特殊詐欺被害防止対策用リーフレットを作成し、関係機関・団体と連携して配布するとともに、SNSによる特殊詐欺関連情報の発信を行うなど、様々な媒体を活用し広報啓発を行う。</p>	都民安全推進本部
1	1	4	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	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○大手通信会社等と連携したサイバーセキュリティイベントの開催(令和2年6月9日～6月23日)</p> <p>○フィッシングメールによる個人情報流出やインターネットバンキング不正送金事案の被害防止を目的とした、Web版サイバーセキュリティ体験型イベントの開催(令和2年10月5日～12月31日)</p> <p>○トレインチャンネルにおいて「サイバー犯罪被害防止対策用アニメーション短編映像を放映(令和2年9月28日～10月25日 JR中央線快速、都営地下鉄、令和3年2月8日～2月14日 東京メトロ)</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○アカウントの重要性を学べるサイバーセキュリティイベントを大手通信会社等と連携してオンライン上で実施し、全国約570万人が各種コンテンツを体験した。</p> <p>○サイバーセキュリティ体験型イベントでは、サイバーセキュリティに関する〇×クイズやフィッシング詐欺の疑似体験等のコンテンツを提供し、参加者の当事者意識醸成に貢献した。</p> <p>○公式ツイッター、街頭ビジョン、トレインチャンネル等の各種広報媒体を活用し、サイバー犯罪に関する最新の情報を提供した。</p>	<p>いわゆるガラケーからスマートフォンへの切り替えにより新たにインターネットを利用し始めるユーザーを対象とした、トレインチャンネルや都内大型ビジョン等を活用したイベントを都内23区及び多摩地区で開催予定(令和3年6月17日～令和4年3月1日)</p>	警視庁
1	1	5	生活安全相談センター等における広報啓発活動	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○消費生活に関する問題について、国民生活センターほか関係機関・部署と連携した被害防止に係る情報発信を行った。</p> <p>○相談者の被害の未然防止・拡大防止に関して、警視庁が発信する各種情報について教示を行うなど、注意喚起を行った。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>警視庁ホームページ等の広報媒体を利用して、消費者が不安に感じる架空請求、悪質商法等の犯罪手口情報の発信及び注意喚起を行うとともに、各種相談窓口の連絡先等を広報した結果、消費者が被害に遭う前に警察に相談を寄せ、その対応要領や被害防止策について指導・助言を受けたことにより、被害の未然防止を図った。</p>	<p>○消費生活に関する問題について、消費生活センターほか関係機関等と連携した被害防止に係る情報発信を推進する。</p> <p>○相談者の被害の未然防止・拡大防止を図るために、警視庁が発信する各種情報について、相談者に教示し、注意喚起を行う。</p>	警視庁
1	1	6	防災機器の不適正販売等に係る都民の被害等防止対策	<p>○住宅用火災警報器設置促進用のリーフレット、住宅防火対策を促すリーフレットや東京消防庁ホームページに住宅用防災機器に関する不適正販売への注意を呼びかける内容を掲載するとともに、都民からの問合せについても不適正販売への注意の内容を含めて対応した。</p> <p>また、地域で行われる防火防災訓練等、都民と接する機会を通じて、不適正販売への注意を呼びかけた。</p> <p>○住宅防火対策・住宅用防災機器等設置促進用リーフレット 29万枚 (過去3年間においても、継続して配布している。)</p>	<p>○引き続き住宅用火災警報器設置促進用のリーフレット、住宅防火対策を促すリーフレットや東京消防庁ホームページ等を活用した呼びかけを行い、不適正販売への注意喚起を継続する。</p> <p>○住宅防火対策・住宅用防災機器等設置促進用リーフレット 29万枚</p>	東京消防庁

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
1	1	7	不動産取引に係る消費者向け情報提供	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○住宅政策本部ホームページによる消費者向け情報提供(掲載内容の追加 R3.2月) <ul style="list-style-type: none"> ・不動産取引の手引き ・不動産相談 ・投資用マンション等についての悪質な勧誘電話等にご注意ください!(R元. 5月) ・不動産の売却トラブルに注意してください!(R3. 2月) ・原野商法の二次被害にご注意ください! ・最近の不動産相談事例から(R3. 2月) ・宅地建物取引における人権の尊重と個人情報保護について ・宅地建物取引業者の免許情報提供サービス 等 ○民法改正 ~令和2年4月1日から賃貸借契約等に関する民法のルールが変わります。~(R2.3月) ○チラシ「ご注意ください。原野商法処分の焦らせ転売話で被害者急増中」(H30.4月) ○チラシ「屋外広告物のルール」(H30. 7月) ○名簿の閲覧(令和2年3月末現在) 8,676 件 <p>【過去3年間の成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○民間賃貸住宅の賃貸借をめぐるトラブルの防止を目的として作成された「賃貸住宅トラブル防止ガイドライン」の第三版(H30.3.30Web, H31.3.14冊子)、外国語版(英語)(R元.12.20Web)の作成 ○同ガイドライン概要版の改訂(H30.3.30Web, H31.3.15冊子)、外国語版(英・中・韓)作成(R元.12.20Web) 	<ul style="list-style-type: none"> ○東京都賃貸住宅紛争防止条例や「賃貸住宅トラブル防止ガイドライン」(日本語版、英語版)及び同概要版(日本語、英語、中国語、韓国語版)の普及により、賃貸借に関する紛争の防止を図る。 ○住宅政策本部ホームページや消費者向けの「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知識の普及啓発を図っていく。 	住宅政策本部
1	1	8	ヒヤリ・ハット調査を基礎とした潜在危険の情報提供	<p>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・ハット調査を実施した。調査結果を取りまとめ、ヒヤリ・ハットレポート等を作成・配布することに加え、「東京くらしWEB」等で配信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・拡大防止を図った。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○平成30年度 <ul style="list-style-type: none"> ・ヒヤリ・ハットレポート「乳幼児の寝ているときの事故防止ガイド」平成30年10月 45,000部配布 ・ヒヤリ・ハット調査「帰省先などの自宅とは異なる住まいでの乳幼児の危険」調査対象3,000人 平成30年12月～平成31年3月 ○令和元年度 <ul style="list-style-type: none"> ・ヒヤリ・ハットレポート「帰省先などの自宅とは異なる住まいでの乳幼児の事故防止ガイド」令和元年7月 45,000部配布 ・ヒヤリ・ハット調査「年齢の異なる子供のいる家庭での乳幼児の危険」調査対象3,000人 令和元年11月～令和2年3月 ○令和2年度 <ul style="list-style-type: none"> ・ヒヤリ・ハットレポート「年齢の異なる子供のいる家庭での乳幼児の事故防止ガイド」令和2年10月 45,000部配布 ・ヒヤリ・ハット調査「誤飲による乳幼児の危険」調査対象3,000人 令和2年12月～令和3年3月 	<p>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、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。</p> <p>また、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。</p>	生活文化局
1	1	9	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発	<p>東京消防庁防災館と連携し、子供の事故防止に関するパネルや子供の衣類等の常設展示を行ったほか、消費生活について楽しく学べるイベント(WEB開催)に出席(10月～12月)するとともに、区市町村と連携し、消費生活展等での模型・パネル等の貸出しを行った。</p> <p>また、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。</p> <p>なお、令和2年度は、東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催(予定)に伴い、「丸の内キッズジャンボリー」は休止し、また、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、「おやこぼうさいたいけん」は中止した。なお、「くらしフェスタ東京」は、初の試みとして、オンラインにより開催した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ○平成30年度 <ul style="list-style-type: none"> ・「おやこぼうさいたいけん」本所防災館 平成30年5月 ・「丸の内キッズジャンボリー」東京国際フォーラム 平成30年8月 ・「くらしフェスタ東京」新宿西口広場 平成30年10月 ○令和元年度 <ul style="list-style-type: none"> ・「おやこぼうさいたいけん」本所防災館 令和元年5月 ・「丸の内キッズジャンボリー」東京国際フォーラム 令和元年8月 ・「くらしフェスタ東京」新宿西口広場 令和元年10月 ○令和2年度 <ul style="list-style-type: none"> ・「くらしフェスタ東京」WEB交流フェスタ2020 令和2年10月9日～12月9日 	<p>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。</p> <p>また、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。</p>	生活文化局
1	1	10	乳幼児の事故防止に向けた啓発	<p>ホームページに、学習ソフトやハンドブック、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」等を掲載し、情報提供を行った。</p>	<p>引き続き、ホームページに学習ソフトやハンドブック等を掲載し、情報提供を行う。</p>	福祉保健局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
1	1	11	リコール製品や長期使用製品による事故の防止	<p>東京くらしWEB上に、消費者庁等の関係機関リコール情報サイトへのリンクを掲載し、リコール製品による事故の未然防止に努めた。</p> <p>○平成30年度 ・リコール情報サイトについて危害・危険情報を発信し、リコール情報の収集方法、身の回りの製品のチェックについて情報提供を実施した。平成30年11月</p> <p>○令和2年度 ・電気製品の長期使用に係る危害・危険情報を発信し、消費者への注意喚起を実施した。令和2年6月</p>	<p>○消費者庁リコール情報サイトへのリンク 東京くらしWEB上に、消費者庁等の関係機関リコール情報サイトへのリンクを掲載する。</p> <p>○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。</p> <p>○長期使用製品関連情報の発信 東京くらしねっとや東京くらし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。</p>	生活文化局
1	1	12	都民生活において生じる事故防止対策の推進	<p>○都民生活の事故発生状況や要因を把握し、過去に発生した事故状況などを踏まえ重大事故の未然防止に努めるとともに、繰り返し発生が危惧される事故及び季節に起因する事故について、定期的に事故防止対策をホームページ、東京消防庁公式アプリ、SNS等の各種広報媒体で発信した。</p> <p>○4月に発令された緊急事態宣言中に子どもが在宅で過ごす機会が増えることを想定し、3月に留守番中の子どもの事故防止について注意喚起を実施した。</p> <p>・報道発表及び報道機関への広報協力 5件 ・安全・安心情報に関するTwitter掲載 14件、フェイスブック掲載 13件 ・都民生活事故の統計や安全・安心情報に関するホームページ掲載 20件 ・安全・安心情報に関する東京消防庁公式チャンネルによる動画配信 6件 ・安全・安心情報に関する実験実演 3件 ・東京都生活文化局等の関係機関への通知 1件</p> <p>○都民に対する熱中症の予防についての通知を发出し、熱中症による救急搬送人員の抑制を図った。</p> <p>○乳幼児の事故防止冊子「STOP！子どもの事故」を平成27年から区市町村の保健所窓口等で、各年130,000部配布 乳幼児の事故による救急搬送人員9,499人(平成30年)→8,781人(令和2年)718人減少</p> <p>○高齢者の事故防止冊子「STOP！高齢者の事故」を平成29年からシルバーパス発行窓口等で、各年100,000部配布 高齢者の事故による救急搬送人員81,952人(平成30年)→76,707人(令和2年)5,245人減少</p>	<p>○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、事故にあい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。</p> <p>○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に広報するとともに、時季を捉えてホームページに掲載する各種事故防止情報及びSTOP！シリーズの小冊子等を活用して、具体的かつ実効性のある事故防止対策を推進する。</p> <p>○関係部局と連携し、都民生活情報(製品に関する事故等)を活用し、事故防止対策の情報を発信し、再発防止を図る。</p>	東京消防庁
1	1	13	火災調査結果等の安全対策への反映	<p>○季節的に多発する火災や取扱いが不適と思われる火災が頻発した際に、関係各課と連携して実験映像等の動画を活用した火災予防資料を作成し、報道発表やSNS等を通じて都民に対し説得力のある安全・安心情報を発信した。</p> <p>また、社告・リコール製品及び同一製品から多発している火災について、関係省庁へ情報提供を行うとともに、業界、メーカー等に対して改善要望を行い、ホームページには「リコール・社告品及び同一製品から多発している火災事例」として、更新を図った。</p> <p>・注意喚起に関する報道発表 2件 ・報道機関等からの取材への対応 1件 ・火災統計や安全・安心情報に関するホームページ掲載 5件 ・安全・安心情報に関するTwitter掲載 2件、フェイスブック掲載 5件</p> <p>○Twitterに掲載された案件に対し「いいね」が平均約70件、フェイスブックに掲載された案件に対する「いいね」が平均260件、添付された実験動画の再生回数は4800件を超えており、効果的に安全安心情報を訴えることができた。</p> <p>○平成30年度以降に「スプレー缶等による火災」、「電気ストーブ×ロボット掃除機による火災」の実験動画を発信したところ、動画再生回数、「いいね」件数がともに突出した数値を得た。これは、タイムリーに発信したことや数多く報道されたことで都民が高い関心を示したことが回数・件数の増加に繋がったものと推測する。報道発表に伴い、テレビ局や他府県の消防本部からの問合せや映像借用依頼も多く、都民に限らず全国での関心の高さが窺える。長期的にみると火災件数は減少傾向で推移しており、積極的な報道発表や安全安心情報の掲載が都民の防火意識向上に繋がりが件数が減少した要因の一つといえる。</p>	<p>○季節的に多発する火災事案や取扱いが不適と思われる火災が発生した都度、関係各課と連携し、各種マスメディアを通じて実験映像等の動画を活用し、都民に対し説得力のある安全・安心情報を発信する。</p> <p>○過去の統計から得られた火災データに基づき、多発している火災事例の実験映像等の動画を関係各課と連携して撮影を行い、安全・安心情報発信の資料とする。</p> <p>また、社告・リコール製品及び同一製品から多発している火災について、経済産業省など関係省庁への情報提供並びに業界、メーカー等に対しては改善要望を行う。ホームページには「リコール・社告品及び同一製品から多発している火災事例」として、定期的な更新を継続する。</p> <p>○実験映像を活用した報道発表(季節ごと及び同内容事案発生都度) ○ツイッター、フェイスブック等SNSを活用した安全・安心に関する情報発信(季節ごと及び同内容事案発生都度) ○関係省庁への積極的な情報提供</p>	東京消防庁
1	1	14	消費生活基本調査	<p>○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、消費生活基本調査を実施している。</p> <p>(平成30年度)「情報発信ツールに関する調査」 対象:都内在住の15歳から74歳までの男女3,000人 (令和元年度)「都民の消費生活に関する意識調査」 対象:都内在住の18歳以上の男女3,000人 (令和2年度)「若者の消費者被害に関する調査」 対象:都内在住の18歳以上29歳までの男女2,400人</p>	<p>○消費者の消費生活における意識や行動、行政に対するニーズなど、今後の施策展開の基礎資料となる調査を実施する。</p> <p>○令和3年度は、高齢者の消費者被害の実態等を把握し、高齢者の消費者被害防止に向けた施策に資するため、「高齢者の消費者被害に関する調査」実施予定</p>	生活文化局
1	1	15	相談情報を活用した情報発信	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○全都域の相談状況の分析「令和元年度消費生活相談年報」を発行(10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</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>PIO-NETシステムに蓄積した相談データを相談処理支援に活用するとともに、多面的な分析を通じて消費者注意情報などを都民に情報提供することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止や救済に役立てることができた。</p>	<p>都及び区市町村で受け付けた相談情報をPIO-NETシステムに登録・蓄積し、相談処理や相談傾向分析、都民への情報提供等に活用する。</p> <p>○全都域の相談状況の分析「令和2年度消費生活相談年報」を発行(10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</p>	生活文化局
1	1	16	地方消費生活行政の充実・強化	<p>○令和3年度国の施策及び予算に対する提案要求の実施</p> <p>・令和2年8月及び11月に、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</p> <p>○この提案要求については、毎年度継続的に実施してきた。まだ十分ではないが、メニューの見直しなど一定の効果は見られた。</p>	<p>○令和4年度国の施策及び予算に対する提案要求の実施</p> <p>・令和3年度に強化事業の使途が一新されメニューが増えたものの、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。</p> <p>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。</p>	生活文化局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	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構築促進	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○介護事業者等地域で高齢者を見守る人々を対象に、高齢者を狙う悪質商法の特徴や被害発見のポイント・発見時の対応のノウハウ等を提供する「高齢者見守り人材向け出前講座」を実施した。</p> <p>○見守りネットワーク構築に必要な要件の充足状況を区市町村自らが確認し、今後の取組につなげていくため、取組状況チェックシートによる現状・課題の把握を行うとともに、実施結果を取りまとめ、都内区市町村へネットワーク構築に向けた働きかけを行った。特に、ネットワーク未構築の区市町村に対しては、アウトリーチ訪問や個別相談を実施し、先行自治体の取組状況等の紹介や実情に応じて構築に向けた具体的なアドバイスを行った。</p> <p>○ネットワーク未構築区市町村には、地域の見守り活動に活用できる高齢者の消費者被害防止のための啓発グッズ(消費者ホットライン188を周知するタオルハンカチ)を提供した。</p> <p>○区市町村の消費生活行政担当職員への研修の際に、福祉部門との連携強化の一助となるよう、福祉部門における高齢者の見守り施策や福祉部門との連携事例の紹介を行った。また、福祉部門職員への研修の際に、消費生活部門での見守りネットワーク構築に向けた取り組みを紹介した。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○第23次東京都消費生活対策審議会答申「消費者被害から高齢者を見守る取組に係る都の役割と区市町村等との連携強化について」(平成27年12月)を踏まえ、アウトリーチ活動や個別相談によるネットワーク構築に関する情報提供など、様々な取組を複合的・積極的に実施することにより、区市町村における見守りネットワークの構築が進んでいる(令和2年度時点で累計42自治体(令和元年度は累計35自治体))</p>	<p>高齢者の消費者被害防止に向けて、各区市町村において地域で高齢者を見守るネットワークが構築され、有効に機能するよう、アウトリーチ活動や個別相談等により、自治体の実情に応じたきめ細かな支援を行っていく。また、各自治体の高齢者の見守り現状や課題を把握し、都内での地域における見守り体制のさらなる充実を図っていく。</p>	生活文化局
1	2	2	高齢者のための専用相談・通報受付	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>1 高齢者相談 7,490件(うち特別相談 119件) (特別相談は関東甲信越ブロック及び都内区市町と合同で実施した。)</p> <p>2 高齢消費者見守りホットライン182件</p> <p>3 関係機関との連携(高齢者被害相談関連) 東京都社会福祉協議会(地域福祉権利擁護事業関係団体連絡会議への参加)</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>・高齢者関係事業を行う様々な機関との連携により、高齢者の周りの人々が高齢者の消費者問題に関心を示すようになり、消費者被害から高齢者を守る仕組みとして、見守りネットワークの必要性を認識するようになった。</p> <p>・見守りホットラインへの通報や、高齢者被害110番への相談などを通して、第三者からの通報が定着してきた。</p> <p>・福祉関連事業関係者も高齢者相談の増加傾向を注視するようになり、消費生活相談員による講演機会が増え、被害の実態を訴えることができた。</p>	<p>高齢者相談の受付</p> <p>○高齢消費者見守りホットラインによる高齢者被害の通報受付</p> <p>○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</p> <p>○関係機関との連携を図り、高齢者の見守りを働きかける。</p> <p>・福祉保健局</p> <p>・業界団体 他</p> <p>○マスコミへの働きかけを積極的に行う。</p>	生活文化局
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	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>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、配送事業者等の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、被害発見時の対応などについての出前講座を実施(41回、838名)</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>出前講座の実施により、深刻化する高齢者被害の早期発見を図り、高齢者はもとより、家族や介護事業者等高齢者を取り巻く人々に注意喚起することができた。</p> <p>実施後の感想では、「見守りの大切さを実感したので、今後実践していきたい。」「高齢者からの相談の対応に活用できるのでありがたい」「困ったときには相談機関につなぐことを知り安心した。」「講義や資料がわかりやすかった。」等の意見が寄せられている。</p>	<p>高齢者を見守る人々を対象として実施する「高齢者見守り人材向け出前講座」について、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の要点を最新のトラブル事例を交えながら施設等の実情に合わせた形で提供するなど、効果的な内容で実施する。</p>	生活文化局
1	2	4	民間事業者と連携した高齢者の消費者被害の防止	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>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月から12月までの実施期間で、都内全域で約16万部のリーフレットを配布)</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>身近な事業者等から手渡してリーフレットを届けることにより、印象に残る注意喚起を行うことができた。リーフレットを受け取った方からは、「リーフレットの案内シールを冷蔵庫に貼付した直後に詐欺の手紙が家に届いた。シールに記載されている消費生活センターに連絡したところ、詐欺なので連絡しないでと言われ、被害に遭わずに済んだ。」「顔見知りの配達員から直接手渡しされると、安心感があって良い。」といった声が聞かれた。</p> <p>配達員の方からは、「地域の方と話すきっかけができて良かった。今後も継続して声掛けをしていこうと思った。」「地域の中での見守り意識が一層強まったように感じる。」といった感想があった。</p>	<p>悪質商法被害に関するリーフレットについて、配布計画に基づき、宅配事業者等と連携して高齢者世帯等に着実に届けることにより、効果的な注意喚起を行う。</p>	生活文化局
1	2	5	高齢者に多い消費者被害を減らすための対策の検討	<p>東京くらしねっと令和3年3・4月号に、高齢者向けの訪問販売や電話勧誘販売に関する注意喚起の記事を掲載した。</p> <p>事業者向けには、条例の理解を促進するため令和元年度に作成した啓発チラシについて、コンプライアンス講習会において、周知を図るとともに、ホームページ「東京くらしWEB」内のe-ラーニング「クイズで学ぶ法令遵守」の都条例コースの活用を促した。さらに、啓発チラシを事業者団体等にも配布するなど、消費者が迷惑と感じる勧誘を都条例で禁止していることについて広く周知した。</p>	<p>○令和元年に作成した事業者向け啓発チラシを、関係団体等の協力を得て配布するとともに、コンプライアンス講習会において周知する。</p> <p>○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に関する注意喚起を行う。</p>	生活文化局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
1	2	6	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	<p>都における権利擁護に係る取組について、中心となる3つの事業の実績により記載する。</p> <p>①日常生活自立支援事業については、都内62団体が実施しており、契約件数は3,400件を超える等、取組が着実に進んでいる。</p> <p>②福祉サービス総合支援事業については、都内では52区市町村が実施し、未実施自治体についても立上げ支援の取組を行った。</p> <p>③成年後見活用あんしん生活創造事業において、制度に関する相談や後見人支援等を行う成年後見制度推進機関を設置・運営する区市町村を支援するとともに、「成年後見地域連携ネットワーク会議」の開催等、定期的に家庭裁判所や専門職団体等と情報交換の機会を設け連携強化を図った。</p> <p>一人暮らしの高齢者等が、日常生活自立支援事業や福祉サービス総合支援事業により、日常生活の見守り等で、定期的に第三者が関わりを持つことで、消費者被害を未然に、または軽微にとどめることも可能である。</p> <p>・成年後見制度推進機関設置区市町村数(R3.4.1) 52区市町村</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>②福祉サービス総合支援事業については、継続する地区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る。</p> <p>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。</p>	福祉保健局
2	1	1	悪質事業者に対する取締りの徹底	<p>○立入調査5件(立入指導を含む)を実施</p> <p>○処分10件(業務禁止命令4件含む)</p> <p>○指導119件</p> <p>○主な処分等内容</p> <p>・学生ローン等で若者に借金をさせて高額な投資学習用USBメモリーを販売していた連鎖販売事業者に業務停止命令(3か月)及び指示、当該事業者の代表取締役に業務禁止命令(令和2年5月)</p> <p>・火災保険で無料で屋根を修理できますなどと消費者に告げて、火災保険申請サポート契約及びその後の住みリフォーム工事契約について、連携共同して勧誘していた訪問販売事業者2社に業務停止命令(6か月)及び指示、当該事業者の代表取締役に業務禁止命令(令和3年3月)</p> <p>○「悪質事業者通報サイト」に寄せられた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専門的に調査・分析し、不適正な取引行為等の取締りに活用(悪質事業者通報サイトの令和2年度通報件数:悪質事業者824件、不当表示170件 ※速報値)</p> <p>○通報に基づく処分3件、指導33件 ※速報値</p> <p>○令和2年8月、国に対して、以下の内容の提案要求を実施</p> <p>・不適正取引に対する行政処分等の充実・強化を図るために行政処分の根拠となる証言を行った消費者を支援する仕組みを創設すること</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OB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入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>○「情報管理班」において、「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、適切な法執行先へと繋げる。</p>	生活文化局
2	1	2	不当表示に対する監視等の徹底	<p>不当表示等を行っていた事業者に対し、景品表示法に基づく措置命令・指導を行った</p> <p>○措置命令2件・指導355件</p> <p>○主な処分等内容</p> <p>・子供用ライフジャケットの浮力について不当表示を行っていた事業者(令和2年4月)</p> <p>・インターネット通販で不当な価格表示を行っていたパソコンの販売事業者(令和3年3月)</p> <p>○五都県広告表示等適正化推進協議会</p> <p>・テーマ 「定期購入に係る通信販売の表示」</p> <p>・調査結果 8事業者に対し指導を実施した。</p> <p>○悪質事業者通報サイトに寄せられた通報から景品表示法に基づく事業者調査・指導を行った。</p> <p>・通報件数:170件 ※速報値</p> <p>・通報に基づく指導27件 ※速報値</p> <p>○インターネット広告の監視(調査期間:令和2年5月～令和3年2月)</p> <p>・調査方法 キーワードを決めてインターネット上の広告表示を年間24,000件抽出して調査</p> <p>・前年度指導結果の発表(令和元年度調査分)</p> <p>令和2年9月24日「329事業者に対し、改善指導を行いました！」</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>○五都県広告表示等適正化推進協議会において調査対象を決定し、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>○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>○インターネット広告監視として、毎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>	生活文化局
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>平成29年度以降、はがきを利用した架空請求に係る相談が急増したことから、平成30年9月に「STOP! 架空請求!」サイトに新たに架空請求はがき専用の通報窓口を設置し、身に覚えのない利用料を請求してくる「架空請求!」に対して、消費者被害の未然・拡大防止に取り組んでいる。</p> <p>○架空請求専用サイト「STOP! 架空請求!」を運営し、随時消費者へ情報を提供した。</p> <p>○都民通報制度等に寄せられた通報メールやはがき等(597件)について内容を調査し、条例違反認定を行った。</p> <p>○条例違反認定した事業者等については文書警告を行い、架空請求の送信に利用された携帯電話会社に対策を要請した。不適正な事業者名・サイト名等(35件)をホームページ上で都民に情報提供するとともに警視庁、消費者庁等へ情報提供を行った。</p>	<p>○都民通報制度に寄せられた通報を基に、条例違反事業者に対する警告や口座の記載があれば金融機関に対する口座凍結要請等を速やかに実施する。</p> <p>○ホームページ上で、条例違反事業者名や条例違反認定のサイト名等を情報提供する。また、同時に警視庁、消費者庁、総務省等に対しても情報提供を行う。</p> <p>○特に、スマートフォンの普及拡大から、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、新たな手口等について、積極的かつ速やかに都民に情報提供していく。</p>	生活文化局
2	1	4	適格消費者団体への支援	<p>○消費者団体訴訟制度連絡会の開催</p> <p>平成30年度 平成31年1月29日</p> <p>令和元年度 令和2年1月28日</p> <p>令和2年度 令和3年2月4日</p> <p>(新型コロナウイルス感染症拡大防止のため書面開催)</p> <p>○適格消費者団体の活動状況や都の事業者処分の実績、消費生活相談の傾向等を情報共有することにより、適格消費者団体による差止請求権の適切な行使に繋がった。</p>	<p>○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>○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>	生活文化局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
2	2	1	事業者のコンプライアンス意識の醸成	<p>平成22年より実施している事業者向け講習会事業は、令和2年11月に、事業者の法令遵守意識を高めるためのコンプライアンス講習会をWEB配信により実施した(3回コースを実施 ①特定商取引法(通信販売編)、②特定商取引法(訪問販売ほか編)、③景品表示法)。講習会では、弁護士などの専門家による法の解説だけでなく、都職員による条例の解説、実際に法令遵守の取組を行っている事業者団体から、団体における取組状況等報告を行った。講習会の受講者に対しては、「事業者向け景品表示法ガイドブック」及び「事業者向け特定商取引法ガイドブック」や訪問販売等の事業者の法令遵守の取組状況についてまとめた「景品表示法及び特定商取引法のコンプライアンス事例集」等の冊子データを案内した。</p> <p>また、平成29年度からは、従来の講習会に加え、事業者団体のニーズに応じてプログラムをカスタマイズする出前(講師派遣)型の講習会事業を実施しており、令和2年度は、WEB配信で2回実施した。</p> <p>さらに、平成26年度から作成したホームページ上の事業者向け学習コンテンツ「クイズで学ぶ法令遵守」について、「特定商取引法 通信販売編」のコースを増設した。</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、受講後の社内展開につなげることができる法務担当者や教育・研修担当者等を主な受講対象者とし社内啓発を推進する。</p> <p>○講師派遣(出前)型の講習会においては、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として、事業者の自主的な改善の取り組みを促す手段としても活用していく。</p> <p>○ホームページ「東京くらしWEB」上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ていく等、事業者全体のコンプライアンス意識の醸成を図っていく。</p> <p>○コンプライアンス講習会等でパンフレットを案内するなど、自主基準や公正競争規約等の普及啓発を行うとともに、景品表示法に関する助言や東京くらしWEBでの情報提供を随時実施する。</p>	生活文化局
2	2	2	商品量目立入検査・指導	<p>【令和2年度の主な取組状況】</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、量目立入検査を実施するものである。新型コロナウイルス感染者数の大幅な増加が続く中、検査場所となる店舗調理場内での感染リスクが懸念されることから立入検査の実施は中止した。 ・スーパーマーケットの業界団体と情報共有し、検査実施に向けた感染予防対策を策定した。 <p>○買取検査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗等への立入検査を中止する中、コロナ禍において需要が伸びた乾麺、適正管理事業所を返上した米穀組合の販売店から精米について買取検査を実施した。一部表記事項不備の商品は、行政指導で改善に取り組んだ。 ・量目等における情報提供を受けた商品について、特定店舗から商品を買取検査した。不適正商品はなく、店舗への結果通知と適正計量について啓発を行った(3件)。 <p>○計量実務連絡会</p> <ul style="list-style-type: none"> ・集合開催から書面開催としたことで、昨年度の資料提供は出席した区市町村19自治体のみのところ、今年度は53自治体に提供することができ、量目制度をはじめ計量法及び立入検査の周知をすることができた。 <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○商品量目立入検査</p> <p>都内エリア別に店舗等への立入検査を計画的に行ってきた。検査に入ることによって事業者の適正計量の意識向上に効果があった。また、大きな風袋商品や添え物がある商品は、不適正商品になりやすい傾向がわかるなど、今後の指導にもつなげていく知見が得られた。</p> <p>○買取検査</p> <p>商品を絞り、複数社で製造される同一商品の量目検査を実施した。全国販売されている商品などが不適正の場合はその影響が大きく、特に令和元年度、2年度と表記の不適正改善を他自治体と連携し対応し、適正計量の確保として大きな成果を得た。</p> <p>○計量実務連絡会</p> <p>今まで連携のなかった区市町村の消費者行政部署と横の連携を取ることで、計量検定所や量目制度の認知度向上を図ることができた。</p>	<p>○商品量目立入検査</p> <p>業界団体側との連携を図り、新型コロナウイルスの感染状況を考慮し効果的な方法を検討の上、可能な限り、量目立入検査を実施していく。また並行して、違反を事前に防止する取組として、事業者本部等に対し、風袋管理やチェック体制についての啓発にも力を入れていく。</p> <p>○買取検査</p> <p>その時の消費者に関心の高い商品などを見極め、広く検査を実施し、適正計量の確保を進めていく。</p> <p>○計量実務連絡会</p> <p>3年度は、多摩地区での開催を予定する。</p>	生活文化局
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>令和2年度は、新型コロナウイルスの状況により書面やメール等を活用して以下のとおり実施した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者への啓発活動として、計量管理推進のためのポスター、チラシの配布(159箇所)や計量法関係法令の改正に係る情報提供等を目的とした講習会(7回)を書面で開催 ・質量計の販売事業者に対し、法で定める遵守義務の履行状況調査と指導を電話やメールにより実施(実施時期:8月~1月、調査実績:40事業者)。 <p>【過去3年間の成果】</p> <p>講習会による最新の情報提供等事業者への啓発活動を継続的に実施するとともに、特定計量器の製造修理事業者38事業所、一般計量証明事業者85事業所、適正計量管理事業所295事業所に立入検査を行い、指導を実施したことで、正確な計量器の供給や適正計量の実施につながり、消費者利益の確保が図られている。</p>	<p>○事業者への啓発活動として、ポスター、チラシの配布を行うとともに、自主管理の好事例の紹介なども取り入れ、より一層の自主計量管理の推進を図る。</p> <p>○事業者向け啓発・学習資料のWEB掲載(チラシ、テキスト等)や計量法関係法令の改正等の情報提供を目的とした講習会を開催する。</p> <p>○正確な計量器の供給、適正な計量器の使用及び自主的な計量管理の推進を図るため、計量に係る事業者(届出製造・修理・販売事業者、一般計量証明事業者、適正計量管理事業所等)に対する指導を自己点検リストのWEB掲載なども活用しつつ、実施する。</p>	生活文化局
2	2	4	宅地建物取引業者の指導監督	<p>令和2年度行政処分等実績</p> <ul style="list-style-type: none"> 免許取消 22件 業務停止 1件 指示 2件 指導勧告 126件 	<p>引き続き、都民の相談等に基づく調査や立入調査等の実施により、業務停止や免許取消等の行政処分又は指導・勧告など、適切な対応を行っていく。</p>	住宅政策本部

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
2	2	5	貸金業の指導監督	<ul style="list-style-type: none"> ○2年度当初都知事登録貸金業者数544者(社) ○貸金業の登録・更新などの審査を厳格に行った。 ○貸金業に係る苦情・相談を受付処理した。 ○違法・不当行為を行った都知事登録貸金業者に対し、行政処分を行った。(2年度実績3件) ○弁護士・司法書士会の協力により、貸金業被害相談などを行った。 ○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」として車内広告等啓発宣伝を実施した。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した。(2年度7月・11月) ○大学生をはじめとする若者を対象に、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を支援する出前講座を実施した。(計7校 3,075人) ○上記の出前講座内容の充実を図っていくため、若者を対象に金融被害の最新の事例などを盛り込んだ教材を作成し、関係機関に配布した。 ○登録業者の資質向上のための講習会を実施した。(2年度2月) 	<ul style="list-style-type: none"> ○3年度当初都知事登録貸金業者数570者(社) ○貸金業の登録・更新などの審査を厳格に行う。 ○貸金業に係る苦情・相談を受付処理する。 ○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。 ○弁護士・司法書士会の協力により、貸金業被害相談などを行う。 ○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、パネル展示や街頭相談などの啓発宣伝を実施する。また、区部、多摩地域でヤミ金融被害防止のための啓発事業を実施する。 ○高齢者や大学生をはじめとする若者を対象に、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を支援する出前講座を実施する。 ○上記の出前講座内容の充実を図っていくため、高齢者を対象に金融被害の最新の事例などを盛り込んだ教材を作成し、関係機関に配布する。 ○登録業者の資質向上のための講習会を実施する。 	産業労働局
2	2	6	旅行業者の登録等	<ul style="list-style-type: none"> ○旅行業等の登録制度の実施・・・新規登録 276件(H30年度)、294件(R1年度)、176件(R2年度) 更新登録 327件(H30年度)、419件(R1年度)、318件(R2年度) 変更登録 9件(H30年度)、18件(R1年度)、26件(R2年度) 登録抹消 159件(H30年度)、207件(R1年度)、208件(R2年度) 登録事項変更 875件(H30年度)、781件(R1年度)、1024件(R2年度) 営業保証金取り戻し 71件(H30年度)、72件(R1年度)、122件(R2年度) ○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、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(実績:2件(H30年度)、0件(R1年度)、1件(R2年度))。 ○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出向き、契約行為が適切に行われているかを調査する(実績:21件(H30年度)、20件(R1年度)、21件(R2年度))。 	<ul style="list-style-type: none"> ○旅行業等の登録制度の実施・・・令和3年度見込:新規登録257件、更新登録303件、変更登録17件、登録抹消179件、登録事項変更820件、営業保証金取り戻し67件 ○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、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3年度見込:1件)。 ○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出向き、契約行為等が適切に行われているかを調査する(令和3年度予定:40件) 	産業労働局
2	2	7	消費生活調査員調査	<ul style="list-style-type: none"> ○平成30年度及び令和元年度実績(回数は各年度) 食品表示調査 5回 表示・広告調査 3回 計量調査 6回 ○令和2年度 食品表示調査 2回 表示・広告調査 3回 計量調査 3回 ○新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、調査方法や調査回数を変更して実施 ○消費者自らが都政に参加し、法律の遵守状況等を監視することで、より意識の高い消費者となることが期待できる。また、調査員による調査結果を基に行う職員の立入調査等により、不適正な表示に関する国への情報提供に繋がった事例もあった。 	<ul style="list-style-type: none"> ○都民から公募した調査員により、食品表示調査(食品表示法等)を5回、表示・広告調査(景品表示法等)を3回、計量調査(計量法)を6回、合計14回の調査を予定している。 ○調査員から消費生活全般について、気付いた点や意見を報告してもらった通信紙の内容及び調査結果については、事業運営の資料や事業行為の適正化等に活用していく。 ○消費生活調査員のうち、無償で災害時の緊急調査に協力する意向がある者を災害時緊急調査員として委嘱し、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。 	生活文化局
3	1	1	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	<ul style="list-style-type: none"> ○危害防止対策検討会で、消費生活総合センター等に寄せられる相談情報を始め、収集した危害・危険情報の分析・検討を行った。 ○消費生活条例第9条に基づく調査を実施し、公表した。(平成30年度) ・「子供用ライフジャケットの安全な使用に関する調査」 令和元年3月 ・「洗剤類のつめ替え、移し替えにおける安全性に関する調査」 令和元年9月(令和元年度) ・「オーブントースターの安全な使用に関する調査」 令和2年3月 ・「乳幼児の身の回りにある椅子の安全性に関する調査」 令和2年4月(令和2年度) ・「ガストーチの安全な使用に関する調査」 令和3年3月 ○商品テストを実施し、公表した。(平成30年度) ・「つえの安全性に関する商品テスト」 令和元年8月(令和元年度) ・「スマートフォン用ガラスフィルムの安全性に関する商品テスト」 令和2年3月 ○上記調査等の結果に基づき、国、事業者等への情報提供、要望を行ったほか、消費者への注意喚起を実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ○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。 	生活文化局
3	1	2	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	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○令和2年度協議会「防水スプレー等の安全対策」 ・令和2年10月から検討・協議を開始し、令和2年度中に3回の協議会を開催 ・協議会報告に基づき、製造事業者団体の「自主基準」が定めている安全確認試験を継続的に実施、「必ずマスク着用」表示の記載の徹底、取扱説明書の添付や理解しやすいレイアウトによる注意表示など抑揚のある注意事項の記載の工夫、より安全で安心な商品の研究開発の実施など商品等の安全対策等について、事業者団体等に対して提案・要望を行うとともに、ウェブサイト等を通して、消費者への注意喚起を実施 ・注意喚起リーフレット「防水スプレーを安全に使いましょう！」(6万部)を作成し、保健所・保健センター、消費生活センター、防水スプレーや靴の小売店、医療機関等へ配布した。 <p>【過去3年間の成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> 令和元年度「ベビーゲート等の使用に関する安全確保」 → ベビーゲート等の使用の推奨、耐衝撃性の向上などの安全対策を提言 平成30年度「子供に対する電気ポットの安全対策」 → 電気ポットの転倒流水試験の規定を電気用品安全法技術基準解釈別表第12の国際規格等に準拠した基準に整合したJIS規格に追加し、2021年1月に改正 	<ul style="list-style-type: none"> ○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。 	生活文化局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
3	1	3	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	<p>新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、都内の町村部立入検査の実施は控えたが、関東経済産業局と連携し、各区市における立入検査実施におけるサポートを実施した。</p> <p>令和2年6月に区市の消費生活行政担当者を対象として、消費生活用製品安全法に関する事務連絡会を書面開催により実施した。</p> <p>○特定製品及び特別特定製品10品目 (乳幼児用ベッド、携帯用レーザー応用装置、浴槽用温水循環器、登山用ロープ、家庭用圧力なべ・圧力がま、乗車用ヘルメット、石油給湯機、石油ふろがま、石油ストーブ、ライター)</p> <p>・立入調査実績 平成30年度:54店舗(違反:1) 令和元年度:50店舗(違反:0)</p> <p>○長期使用製品安全点検制度に基づく特定保守製品9品目 (屋内ガス瞬間湯沸器(都市ガス用・LPガス用)、屋内式ガスバーナー付ふろがま(都市ガス用・LPガス用)、石油給湯器、石油ふろがま、密閉燃焼式石油温風暖房機、ビルトイン式電気食器洗機、浴室用電気乾燥機)</p> <p>・立入調査実績 平成30年度:12店舗(違反:0) 令和元年度:8店舗(違反:0)</p>	<p>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。</p> <p>令和3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。</p>	生活文化局
3	1	4	輸入食品対策の推進	<p>○輸入食品の安全対策については、平成27年に改定した東京都食品安全推進計画の中で、重点的・優先的に推進する事業と位置付け、食品衛生監視指導計画の中でも重点事業として実施</p> <p>○令和2年度は、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立入りをを行い、1,202 検体の輸入食品を検査し、5品目の違反食品を発見し適切に処置(令和3年2月28日現在の速報値)</p> <p>※なお、平成30年度から令和2年度までの3年間において、延べ4,001検体の輸入食品を検査し、13品目の違反食品を発見(令和3年2月28日現在の速報値)</p> <p>○国の検疫所の検査を補完して食品等の検査を行うとともに、輸入者自らが輸入に関する正しい知識を持ち、取扱う食品の安全性を的確に把握できるよう指導することで、より安全・安心な輸入食品流通を担保している。</p>	<p>○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</p> <p>○輸入食品の残留農薬や添加物等の検査</p> <p>○ホームページにより監視や検査結果を情報提供</p> <p>○輸入事業者講習会の実施</p>	福祉保健局
3	1	5	米の安全性の確保	<p>○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 カドミウム164検体(530検体)(結果:0.4ppmを超える検体なし) 残留農薬20検体(60検体)(結果:基準値を超える検体なし) ※ カッコ内は、平成30年度から令和2年度までの3年間の実績</p> <p>○カドミウム及び農薬の汚染の恐れのある玄米については、都内搬入時点において検査し、汚染米の流通を未然に防止することにより、都民の健康と生命の安全確保を図っている。</p>	<p>○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</p> <p>○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</p>	福祉保健局
3	1	6	子供に対する室内化学物質の低減化対策の推進	<p>○「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(令和2年度3月からWEB配信)</p> <p>○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(令和2年度は中止のため、資料のみ配布)</p> <p>○「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(令和2年度は説明会中止のため、資料のみ配布)。</p> <p>○「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</p> <p>○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</p> <p>○「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の普及</p> <p>○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(令和2年度3月)</p>	<p>○「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</p> <p>○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</p> <p>○「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</p> <p>○「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</p> <p>○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</p> <p>○「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の普及</p> <p>○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</p>	福祉保健局
3	1	7	東京都農林総合研究センターの運営	<p>○令和2年度は、露地栽培イチゴ新品種「東京おひさまベリー」の栽培マニュアルを作成するうえで適正な施肥量を明らかにした。令和2年11月には「東京おひさまベリー」栽培マニュアルを公開した。</p> <p>○令和元年度は、「東京おひさまベリー」のさらなる普及に向けた栽培管理技術を目指し、仮植時の苗サイズや育苗方法の違いが、収量、品質に及ぼす影響について明らかにした。</p> <p>○平成30年度は「東京おひさまベリー」の品種特性を生かした栽培管理技術を確立するため、まだ十分に解明されていない栽培特性を明らかにする。また、栽培期間短縮のための春定植の可能性を検討した。</p>	<p>露地栽培イチゴ新品種「東京おひさまベリー」の育苗方法や収穫開始を早くするための保温、春定植の苗の比較を行う。</p>	産業労働局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局																																																								
3	1	8	青梅畜産センターの運営補助	<p>○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</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>R2</td> <td>R1</td> <td>H30</td> <td>H29</td> </tr> <tr> <td>トウキョウXの種豚供給</td> <td>122頭</td> <td>110頭</td> <td>80頭</td> <td>103頭</td> </tr> <tr> <td>東京しゃも雛供給</td> <td>12,533羽</td> <td>27,796羽</td> <td>28,632羽</td> <td>25,408羽</td> </tr> <tr> <td>東京うこっけい雛</td> <td>15,518羽</td> <td>14,988羽</td> <td>14,264羽</td> <td>14,473羽</td> </tr> </table> <p>○家畜防疫の強化のため、青梅庁舎バイオセキュリティ委員会を開催</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>R2</td> <td>R1</td> <td>H30</td> <td>H29</td> </tr> <tr> <td>委員会開催</td> <td>2回</td> <td>6回</td> <td>4回</td> <td>-</td> </tr> </table> <p>○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</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>R2</td> <td>R1</td> <td>H30</td> <td>H29</td> </tr> <tr> <td>家畜ふれあいデーの開催</td> <td>中止</td> <td>1回</td> <td>2回</td> <td>2回</td> </tr> <tr> <td>味わいフェスタ参加</td> <td>中止</td> <td>台風のため中止</td> <td>1回</td> <td>1回</td> </tr> <tr> <td>食育フェア参加</td> <td>中止</td> <td>1回</td> <td>1回</td> <td>1回</td> </tr> </table>		R2	R1	H30	H29	トウキョウXの種豚供給	122頭	110頭	80頭	103頭	東京しゃも雛供給	12,533羽	27,796羽	28,632羽	25,408羽	東京うこっけい雛	15,518羽	14,988羽	14,264羽	14,473羽		R2	R1	H30	H29	委員会開催	2回	6回	4回	-		R2	R1	H30	H29	家畜ふれあいデーの開催	中止	1回	2回	2回	味わいフェスタ参加	中止	台風のため中止	1回	1回	食育フェア参加	中止	1回	1回	1回	<p>○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</p> <table border="1"> <tr> <td>トウキョウXの種豚供給</td> <td>160頭</td> </tr> <tr> <td>東京しゃも雛供給</td> <td>24,000羽</td> </tr> <tr> <td>東京うこっけい雛</td> <td>14,000羽</td> </tr> </table> <p>○青梅庁舎バイオセキュリティ委員会の開催 年 3回</p> <p>○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する予定である。 家畜ふれあいデーの開催 1回 (春はコロナ対策のため中止、10月予定)</p> <p>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)</p>	トウキョウXの種豚供給	160頭	東京しゃも雛供給	24,000羽	東京うこっけい雛	14,000羽	産業労働局
	R2	R1	H30	H29																																																										
トウキョウXの種豚供給	122頭	110頭	80頭	103頭																																																										
東京しゃも雛供給	12,533羽	27,796羽	28,632羽	25,408羽																																																										
東京うこっけい雛	15,518羽	14,988羽	14,264羽	14,473羽																																																										
	R2	R1	H30	H29																																																										
委員会開催	2回	6回	4回	-																																																										
	R2	R1	H30	H29																																																										
家畜ふれあいデーの開催	中止	1回	2回	2回																																																										
味わいフェスタ参加	中止	台風のため中止	1回	1回																																																										
食育フェア参加	中止	1回	1回	1回																																																										
トウキョウXの種豚供給	160頭																																																													
東京しゃも雛供給	24,000羽																																																													
東京うこっけい雛	14,000羽																																																													
3	2	1	安全に配慮した商品の普及	<p>○子育て支援団体との共催でセーフティグッズフェアを開催し、安全に配慮した商品の展示・紹介のほか、安全をテーマとしたセミナーや企業向けに商品開発セミナー、消費者向けに安全ワークショップ等を実施した。なお、令和2年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から中止した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成30年度 令和元年1月、2月 参加人数:6,296人 ・令和元年度 令和2年1月、2月 参加人数:6,126人 <p>○子供の安全に配慮した商品等の顕彰制度に都内の中小企業等が応募するにあたり、必要となる審査料を補助することにより、安全な商品の開発・普及を促進した。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・平成30年度 補助件数:25件 ・令和元年度 補助件数:24件 ・令和2年度 補助件数:18件 <p>○子供の安全に配慮した商品等の顕彰制度に都内の中小企業等が応募した商品のうち、特に優れたもの1点に東京都知事賞を贈呈した。</p>	<p>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、商品の安全をテーマにしたセミナー等を実施し、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。</p> <p>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。</p>	生活文化局																																																								
3	2	2	食品の適正表示の推進	<p>○適正表示推進者育成講習会の開催 108人(1回実施)</p> <p>○フォローアップ講習会の開催 313人(1回実施)</p> <p>○消費生活調査員による調査 2回実施</p> <p>○消費生活調査員に対する研修の実施 書面開催 (講習会及び研修には新たに義務付けされた原料原産地表示制度に関する内容を含む)</p> <p>※平成30年度から令和2年度までに適正表示推進者育成講習会を5回開催し、1,515人の適正表示推進者を育成、適正表示推進者に法改正等の最新情報を付与するフォローアップ講習会を3回開催し、延べ1,301人参加</p> <p>○「東京都食品表示相談ダイヤル」を設置し、食品表示法に関する全般的な質問に対応</p> <p>○食品表示法に関する教材の作成、配布</p> <p>○関係機関の連携のもと、適正表示推進者の育成事業などを通じて、事業者が適正な食品表示を行うことにより、都民の食品を摂取する際の安全性の確保及び自主的かつ合理的な商品選択に資する効果がある。</p>	<p>○適正表示推進者育成講習会の開催 500人/回 年2回実施予定</p> <p>○フォローアップ講習会の開催 300人/回 年2回実施予定</p> <p>○消費生活調査員による調査 5回実施予定</p> <p>○消費生活調査員に対する研修の実施 3回実施予定</p> <p>○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</p> <p>○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</p> <p>○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)</p> <p>○平成29年の法改正により義務付けられた原料原産地表示やこれを受けて改正した消費生活条例の告示について周知</p>	生活文化局・福祉保健局																																																								
3	2	3	家庭用品の適正表示の推進	<p>○家庭用品品質表示法に基づく立入検査(町村域)</p> <table border="1"> <tr> <td>平成30年度 検査</td> <td>64件(16店舗)</td> <td>不適正件数</td> <td>12件</td> </tr> <tr> <td>令和元年度 検査</td> <td>67件(12店舗)</td> <td>不適正件数</td> <td>0件</td> </tr> </table> <p>○条例に基づく品質表示(9品目)の立入検査</p> <table border="1"> <tr> <td>平成30年度 検査</td> <td>80件(18店舗)</td> <td>不適正件数</td> <td>11件</td> </tr> <tr> <td>令和元年度 検査</td> <td>104件(18店舗)</td> <td>不適正件数</td> <td>15件</td> </tr> </table> <p>※令和2年度は新型コロナウイルス感染症感染拡大の影響により店舗等への立入検査は実施していない。</p>	平成30年度 検査	64件(16店舗)	不適正件数	12件	令和元年度 検査	67件(12店舗)	不適正件数	0件	平成30年度 検査	80件(18店舗)	不適正件数	11件	令和元年度 検査	104件(18店舗)	不適正件数	15件	<p>○家庭用品品質表示法に基づく小売店への立入検査権限が、平成24年4月から区・市に移譲されたことに伴い、都による立入検査は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。</p> <p>○ハンドブック「東京都消費生活条例に基づく品質表示(家庭用品)」やホームページ「東京暮らしWEB」等で情報発信していく。</p>	生活文化局																																								
平成30年度 検査	64件(16店舗)	不適正件数	12件																																																											
令和元年度 検査	67件(12店舗)	不適正件数	0件																																																											
平成30年度 検査	80件(18店舗)	不適正件数	11件																																																											
令和元年度 検査	104件(18店舗)	不適正件数	15件																																																											
3	2	4	介護サービス事業者情報の提供	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>利用者のサービス選択に資するよう、事業者指定に係る情報(名称、所在地等)をインターネット上で公表した(令和3年3月31日時点、11,675事業所)。また、事業所に対しては、利用者の安全確保・事故防止等に係る情報提供を行った。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○毎月の指定事業所数、廃止事業所数、サービス種別・法人種別ごとの指定事業所数等を情報提供し、サービスの選択に活用</p> <p>○毎月の指定事業所一覧で、サービス種別、事業所名、所在地、電話番号を情報提供し、サービスの選択に資している。</p> <p>○行政処分事業所、廃止事業所、休止事業所の情報を提供し、サービス選択の活用、サービスの質の確保に資している。</p>	<p>引続き、事業者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。</p>	福祉保健局																																																								

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
3	2	5	介護サービス情報の公表	<p>【令和2年度の主な取組状況】 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した。また、本制度に対するより一層の普及啓発に努めた。</p> <p>【過去3年間の成果】 誰もが容易に介護サービス情報にアクセス可能となることから、利用者等が介護サービス事業者を比較検討した上で選択し、自己決定していくことが可能となる。また、これにより各事業者にサービスの質の向上を促すことが期待される。</p>	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。	福祉保健局
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>○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」をホームページ上でデータをPDFファイルで提供した。</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た。</p> <p>○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、施設選びの情報源として活用してもらった。</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」をホームページ上でデータをPDFファイルで提供する。</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>○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、施設選びの情報源として活用してもらった。</p>	福祉保健局
3	2	7	高齢者向け民間賃貸住宅に関する情報提供	<p>民間賃貸住宅への入居に当たり、高齢者は入居選別を受けやすい状況が見られることから、高齢者の居住の安定確保を図るため、以下の制度を活用し、高齢者等の入居を受け入れる賃貸住宅についての情報提供を行った。</p> <p>○サービス付き高齢者向け住宅登録・閲覧制度 高齢者の居住の安定確保に関する法律に基づき、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、広く情報提供を行った。 ・サービス付き高齢者向け住宅登録戸数:16,265戸(令和3年3月31日現在)</p> <p>○東京シニア円滑入居賃貸住宅情報登録・閲覧制度 ・都で定める一定の基準を満たす高齢者の入居を拒まない賃貸住宅について、高齢者等に広く情報提供を行った。(～令和元年度) ・令和元年度末に、高齢者を含む住宅確保要配慮者の入居を拒まない賃貸住宅の登録制度(住宅セーフティネット制度)へ一本化し、制度終了。(制度終了時点での登録戸数:79,764戸) ・令和2年度からは住宅セーフティネット制度について情報提供を行った。(参考:3-2-19)</p>	<p>○サービス付き高齢者向け住宅登録・閲覧制度について、民間等と連携により広く情報提供を行う。</p>	住宅政策本部
3	2	8	生鮮食料品等に関する情報の提供	<p>○令和2年度については、STAY HOME週間の取組として、おうちde市場を掲載するなど、ホームページにおける生鮮食料品等に関する情報発信の充実を図った。</p> <p>○取組による成果としては、都民が求める情報のうち、毎日の生鮮食料品等の入荷量、卸売価格など、市場が発信できる情報について、ホームページ等への掲載内容を充実させることで、迅速に提供することができた。また、市場流通の仕組みなどについて、都民がパンフレットや市場見学等を通じて情報を得ることによって、理解を促進することができた。</p>	<p>市場の機能や役割、都民が求める生鮮食料品等についての知識、食の安全・安心の確保のために中央卸売市場が取り組む対策について、引き続き各種広報媒体を活用し、普及啓発に取り組む。</p> <p>○ホームページにより、毎日の生鮮食料品等の入荷量、卸売価格のほか、週間市況、月報、年報などの取引情報を公表するとともに、情報発信のさらなる充実を図っていく。</p> <p>○市場における見学者用パンフレット等を作成し、広報用ビデオも活用して、市場の概要や仕組みをわかりやすく説明していく。</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>○毎月公表される「小売り物価統計調査」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で情報提供している。</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、毎週水曜日にTwitterによる情報提供を行っている。</p>	<p>○ホームページ「東京くらしWEB」やTwitterにより、定期的(月に一度)に生活関連商品等の価格動向の情報提供を行っていく。</p> <p>○ガソリン・灯油の価格については、週に一度、Twitterによる情報提供を行う。</p>	生活文化局
3	2	10	建築物環境計画書制度等の活用	<p>【令和2年度の主な取組状況】 ○建築物環境計画書を中心にエネルギー有効利用計画書制度やマンション環境性能表示制度などの関係制度と密接に連携し、かつ、適切な運用を通じて大規模な建築物の新築・増築を行う建築主に、環境配慮の取組を誘導した(令和2年度からは建築物環境計画書の提出対象を延べ面積5,000㎡超から2,000㎡以上に拡大)。</p> <p>○また、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の水準より高い新築建築物の導入を促進した。</p> <p>【過去3年間の成果】 建築物環境計画書を提出した一定規模以上の新築マンションについて、販売等の広告時にマンションの環境性能を表示することを建築主に義務付けている(マンション環境性能表示制度)。この仕組みを通じて、マンションの購入等を検討している消費者がマンション情報誌等を閲覧した際にマンションの環境性能を比較検討できるようにしている。また、令和2年度からは建築物環境計画書の提出対象の拡大に伴い、本仕組みの対象も拡大した。</p>	<p>令和2年4月から改正後の建築物環境計画書制度とマンション環境性能表示制度を施行した。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>また、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の水準のより高い新築建築物の導入を誘導していく。</p>	環境局
3	2	11	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>令和2年度については、農業者に本制度の周知、新規認証取得、認証更新に向けた意識啓発を実施した。その結果、令和3年1月1日時点の認証者数は518人となった。</p> <p>さらに、認証農産物の消費者等へPRをするため、PR冊子を作成・配布した。また、東京産の食材を利用していることを都が認定する「とうきょう特産食材使用店」に本認証農産物を利用してもらうようPRした。</p> <p>また、3年間で認証者は4人増加し、518人となっている(令和3年1月1日現在)。</p>	<p>令和3年度は、JA等の関係機関と連携して農業者への説明会を開催して、新規認証者、更新者の掘り起こしを行い、認証農産物のPRを実施することで都内におけるエコ農産物の流通量の拡大を図り、消費者へ供給していく。</p> <p>また、引き続き、各種イベントでのPR活動を通して、消費者に対して本制度の周知も図っていく。</p>	産業労働局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
3	2	12	栽培漁業の育成	<p>○島しょ地域においては、東京都栽培漁業センターで生産した、アワビ種苗11.6万個、フクトコブシ種苗21.5万個、サザエ種苗46.3万個を、大島から御蔵島までの地域に供給した。</p> <p>○内水面においては、奥多摩さかな養殖センターで生産した、ヤマメ稚魚等38.9万尾、同発眼卵93万個、ニジマス稚魚等25.9万尾、同発眼卵13万個、イワナ稚魚0.5万尾、同発眼卵11.5万個、奥多摩やまめ稚魚1.1万尾、同発眼卵4.7万粒を都内河川漁協及び養殖業者に供給した。</p> <p>○平成30年度以降、種苗を生産・配付し、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ってきた。</p>	<p>島しょ地域においては、東京都栽培漁業センターで生産した、アワビ種苗8.2万個、フクトコブシ種苗20万個、サザエ種苗35.5万個を、大島から御蔵島までの地域に供給する予定である。</p> <p>内水面においては、奥多摩さかな養殖センターで生産した、ヤマメ稚魚等39.5万尾、同発眼卵104.2万粒、ニジマス稚魚等22.4万尾、同発眼卵20万粒、イワナ稚魚等0.6万尾、同発眼卵12万粒、奥多摩やまめ稚魚0.9万尾、同発眼卵5万粒を都内河川漁協及び養殖業者に供給する予定である。</p>	産業労働局
3	2	13	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>2020年で生産が禁止される規制フロンを使用した冷蔵機器から、地球温暖化係数の低い冷媒を使用した機器に更新するための工事を順次行っており、令和2年度については、豊島市場低温倉庫、板橋市場花き棟南側低温設備、北足立市場立体駐車場棟西側定温倉庫冷蔵設備及び葛西市場花き棟第1定温倉庫(南側)冷凍機の改修が完了した。</p> <p><平成30年度の取組></p> <ul style="list-style-type: none"> ・葛西市場青果低温倉庫冷凍機改修工事 <p><令和元年度の取組></p> <ul style="list-style-type: none"> ・世田谷市場南棟3階低温倉庫更新工事 ・北足立市場立体駐車場棟東側定温倉庫冷蔵設備更新工事 	<p>○2020年で生産が禁止される特定フロンを使用した冷蔵機器の更新</p> <ul style="list-style-type: none"> ・淀橋市場低温卸売場整備工事 ・足立市場低温卸売場低温設備更新工事 ・板橋市場第二低温倉庫低温設備更新工事 	中央卸売市場
3	2	14	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>○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、研修会を実施した。(令和2年度実績:1回、令和元年度実績:1回、平成30年度実績:2回)</p> <p>○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した。(令和2年度実績:13回、元年度実績:27回、平成30年度実績:33回)</p> <p>○食品危害発生時の緊急連絡体制の実効性を確保するため、安全・品質管理者を活用した情報伝達訓練を実施した。(令和2年度実績:3回、元年度実績:3回、平成30年度実績:3回)</p>	<p>○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。</p> <p>○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。</p> <p>○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。</p> <p>○食品衛生法の改正に伴うHACCP制度化を踏まえ、安全・品質管理者会議を開催し、HACCPに沿った衛生管理の定着を図る。</p>	中央卸売市場
3	2	15	マンションの管理や再生に係る情報提供・相談支援	<p>○マンションポータルサイトの運営やガイドブック(「マンション管理ガイドブック」、「マンション再生ガイドブック」等)の作成を通じ、マンションの適正な管理や再生等について、分かりやすく情報提供を行うなど、管理組合や区分所有者等の普及啓発に向けた取組を展開</p> <p>○適正な管理や改修等の方法について、経験やノウハウに乏しいマンション管理組合等に対し、建築士等の専門家を派遣する「管理アドバイザー制度」や「建替え・改修アドバイザー制度」を活用し、管理組合等の自主的な取組を支援</p> <p>○区市町村の相談窓口へ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、都が建築士や弁護士による専門相談を実施(令和2年度実績11件)するなど、区市町村と連携し、相談体制を充実</p>	<p>○「新しい日常」やDXなど、ポストコロナの新たな視点を踏まえ、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現など、より効果的な普及啓発を推進</p> <p>管理が良好なマンションが適正に評価される市場の形成に向け、マンション管理適正化法に基づく管理適正化推進計画を策定する区市を支援</p> <p>○マンション管理アドバイザー制度において、管理組合の課題やニーズに即した支援メニューの新設や従来メニューの拡充を検討</p> <p>○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による支援制度の導入を検討</p> <p>○管理不全の兆候のあるマンション向けに、専門家や管理組合用のマニュアルをそれぞれ作成するほか、マンション管理士向け研修を実施するなど、専門人材を育成</p>	住宅政策本部
3	2	16	安心して住宅リフォームができる環境整備	<p>○相談窓口において、戸建住宅のリフォームに関する専門家による相談会を実施(毎月2回開催・年24回)</p> <p>○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</p> <p>○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(令和2年10月)</p> <p>○区市町村と連携を図り、窓口担当者向けの講習会を開催(令和3年2月書面開催)</p>	<p>○リフォームに関する相談について、リフォーム相談窓口(東京都防災・建築まちづくりセンター)において技術的な助言を行う。</p> <p>○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、「住宅リフォームガイド」を活用し、適切な情報提供を行うとともに、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・啓発を図る。</p> <p>○区市町村の窓口担当者を対象とした講習会により、相談対応や情報提供を行う。(令和4年2月)</p>	住宅政策本部
3	2	17	住宅の耐震性の向上	<p>○住宅の耐震化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・整備地域内助成:整備地域を対象に、区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。アドバイザーを派遣 ・戸建住宅等助成:都内全域において、所有者への積極的な働きかけ等を行う区市町村を対象に、戸建住宅等の耐震診断・耐震改修等を助成 ・区市町村の助成制度を今年度版に更新し、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 <p>○マンションの耐震化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・過去に耐震化に取り組んだものの、その後進められていないマンション管理組合に対し、建築士等の専門家を派遣し合意形成を支援 ・「東京都マンション耐震化促進事業」の活用により、区市を通じて耐震診断・改修等に係る費用を助成 <p>○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 例年、9月～1月に耐震フォーラム、マンション耐震セミナー、耐震改修工法等の展示会等を実施令和2年度は新型コロナウイルス感染拡大防止のため内容を限定して実施 ・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>○上記取組の成果</p> <p>住宅の耐震化率は、87.5%(平成27年3月末時点)から92.0%(令和2年3月末時点)に改善</p>	<p>○住宅の耐震化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・整備地域内助成と戸建住宅等助成を一本化 所有者への積極的な働きかけ等を行うことを区市町村に対する補助の要件とし、整備地域内外を問わず、耐震診断・耐震改修等だけでなく除却についても助成を開始 ・引き続き、区市町村の助成制度の紹介、木造住宅の耐震改修工法・装置の選定、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"> ・管理状況の届出制度により把握した各マンションの情報を分析し、各マンションの課題に応じ専門家を派遣し、管理組合の合意形成を効果的に支援 ・引き続き、区市を通じて診断・改修等の助成により耐震化を促すとともに倒壊の危険性が高いマンションに対して、改修等の助成単価を引き上げ <p>管理組合の取組を集中的に支援</p> <ul style="list-style-type: none"> ○普及啓発等 ・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戸別訪問等に係る費用に対する補助を拡充 ・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

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
3	2	18	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>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>これまでの既存住宅流通に係る法改正や各種制度創設等を踏まえ、事業者を対象に、建物状況調査(インスペクション)、既存住宅売買瑕疵保険、住宅履歴情報、安心R住宅、事業者グループ登録制度等の認知度や利用状況、また既存住宅に関する意見や評価等を調査し、市場の現状把握を行った上で、今後の都における施策展開の方向性を取りまとめた。</p> <p>また、都民への普及啓発等を図るため、事業者グループ登録制度に登録したグループの活動を中心に既存住宅流通に係る取組事例などを掲載した「東京既存住宅ガイドブック」を作成した。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>平成29年度末に策定した「既存住宅の流通促進に向けた指針」を踏まえ、平成30年6月、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」を創設し、併せて、建物状況調査や既存住宅の普及活動等への「補助制度」を開始した。制度創設から令和元年度にかけて、制度の普及に取り組んできた結果、令和2年度末現在で、6事業者グループを登録し、36か所のワンストップ対応窓口が設置されている。また、令和元年度末に改定した「安心して既存住宅を売買するためのガイドブック(戸建住宅編)」等の活用により、消費者等への普及啓発を行った。さらに、令和元年度は、リフォームした住宅のモデルハウスを活用し、その魅力や性能向上リフォームの効果等を発信する東京リフォームモデルハウス事業を、新たに開始した。</p>	<p>引き続き、事業者グループの登録促進や、建物状況調査等への補助により、消費者が既存住宅を安心して売買できるよう環境整備を図る。また、消費者への事業者グループ登録制度の周知を進めるほか、事業者グループの取組紹介等により、広く既存住宅の普及啓発を行う。</p> <p>さらに、リフォームした住宅のモデルハウスを活用し、その魅力や性能向上リフォームの効果等を発信する事業を開始し、既存住宅の流通やリフォームの促進を図る。</p>	住宅政策本部
3	2	19	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>不動産事業者からの貸主への働きかけにより、空き家等が専用住宅に新たに登録された場合に、当該貸主及び事業者それぞれ1戸当たり5万円の報奨金を交付する制度や見守り機器の設置費等の1/2を貸主に補助する制度を開始するなど、東京ささエール住宅の登録を促進し、令和7年度までに3万戸という所期の登録目標を達成した。</p>	<p>引き続き登録を促進するとともに、居住支援関係者の連携強化やきめ細かい居住支援サービスの提供を目的とした安心居住パッケージ事業を開始し、東京ささエール住宅の居住の質の向上を図っていく。</p>	住宅政策本部
3	2	20	公衆浴場対策の推進	<p>新型コロナウイルス感染症の感染拡大に伴う利用者の不安や生活への影響に配慮して、令和2年入浴料金統制額を据え置いた。また、各種助成策を適正・的確に実施し、浴場業界における取組を支援した。さらに、公衆浴場活性化支援実証事業では、利用者が安心安全に浴場を利用できるよう、浴場に消毒・清掃の専門家を派遣した。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○令和元年公衆浴場入浴料金統制額を改定 大人 470円(+10円)、中人 180円、小人 80円 ○主な助成事業 <ul style="list-style-type: none"> ・健康増進型公衆浴場改築支援事業 → 13件 ・公衆浴場クリーンエネルギー化等推進事業 → 108件 ・公衆浴場耐震化促進支援事業 → 108件 ・公衆浴場地域交流拠点事業 → 43件 ○公衆浴場活性化支援実証事業(3年間の時限事業) <ul style="list-style-type: none"> ・公衆浴場への専門家派遣、連続セミナー、交流会、銭湯体験ツアー等を実施 	<p>東京都公衆浴場対策協議会を運営し、令和3年公衆浴場入浴料金統制額の指定を行うとともに、各種助成策を適正・的確に実施する。</p> <p>また、公衆浴場活性化支援実証事業の成果を踏まえ、拡充・再構築した利用促進事業により、浴場業界の主体的な取組を支援する。</p> <p>○令和3年度の主な助成事業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・健康増進型公衆浴場改築支援事業 ・公衆浴場クリーンエネルギー化等推進事業 ・公衆浴場耐震化促進支援事業 ・公衆浴場地域交流拠点事業 	生活文化局
3	2	21	生活協同組合の育成のための指導・支援	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○生協の健全な発展のため、法に基づく指導・法令検査を19件実施 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った。 ○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 <ul style="list-style-type: none"> ・管理運営に関する指導助言(92件)、管理運営状況等調査(21件) ・業務運営・経営健全化指導(6件)、講習会・研修会の企画・実施(9件) <p>【過去3年間の成果】</p> <p>生協の健全な発展は、その設立目的である国民生活の安定と生活文化の向上を達成するために不可欠である。東京都生活協同組合連合会と連携しながら、都内で活動する生協の運営状況及び会計状況を広く把握し、指導することにより、組合員である都民の利益を守ることにつなげた。</p>	<p>○生協の健全な発展のため、法に基づく許認可、指導・法令検査等を行う。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が実施する事業(生協に対する管理運営に関する指導助言、管理運営状況等調査及び業務運営・経営健全化指導並びに講習会・研修会)に対し補助を行うことで、都所管生協の支援を行う。</p>	生活文化局
3	2	22	身近な生活圏を支える商店街の振興	<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(環境や防犯・防災など)の解決につながる商店街の取組への支援を行った。</p> <p>○商店街の次代を担う若手商人の育成のため、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た。</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た。</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た。</p> <p>○こうした取組により、都民の消費生活を支え、地域コミュニティの核として重要な役割を果たす商店街の活性化につなげた。</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	震災時等における応急生活物資等の流通確保	<ul style="list-style-type: none"> ○協定事業者と連携した物資搬送訓練(11月実施)、物資要請訓練(7月、10月実施、2月中止) ○物資搬送訓練及び物資要請訓練は平成30年度、令和元年度にも実施し、災害時の物資調達を円滑に行えるよう備えている。 ○令和2年度には物資調達に関する協定を5団体と締結 	<p>○協定事業者と連携した物資搬送訓練(11月)及び物資要請訓練(10月、2月)を実施予定</p>	総務局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
3	3	2	震災時における応急生活物資等の流通確保	<p>【令和2年度の主な取組状況】</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>・協定の実効性を一層高めるために、総合防災部を中心に、関係各局及び関係団体の役割、調整手順等を定めた「東京都救援物資供給マニュアル」の策定に参加し、令和2年度から活用開始</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>・生協関係者及び関係各局において、情報交換及び具体的な課題についての意見交換を実施</p> <p>○令和2年度総合防災訓練における取組</p> <p>・応急生活物資の要請に係るMCA無線訓練やメール訓練を実施し、総合防災訓練において輸送拠点への要請物資引渡しの確認を行った。また、庁内における図上訓練に参加した。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>事業そのものの成果は災害発生時に発揮されるものであるが、マニュアルの見直し、総合防災訓練等により、災害時における都民への円滑な物資供給体制整備を一層進めることができた。</p>	<p>東京都地域防災計画等に基づく、「災害時における応急生活物資供給等に関する基本協定」の実効性を高める取組を実施</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を開催し、生協関係者及び関係各局において、情報交換及び具体的な課題についての意見交換を実施する。</p> <p>○総合防災訓練における取組として、応急生活物資の要請に係るMCA無線訓練やメール訓練を行い、輸送拠点への要請物資引渡しの確認を行う。また、庁内における図上訓練に参加する。</p>	生活文化局
3	3	3	震災時における生鮮食料品等の確保	<p>「大規模災害時における生鮮食料品の調達に関する協定」及び「災害時相互応援に関する協定」について、協定締結先と意見交換し、内容の確認等を行うことで、協定運用の実効性確保及び災害発生時の各都市との連携の円滑化を図った。</p>	<p>協定締結先と継続的に打合せ等を行い、協定運用の実効性をより高いものへ改善していくとともに、大規模災害発生時においても業務の継続性を確保するための体制や、実効性を高めるための訓練について検討していく。</p>	中央卸売市場
4	1	1	消費者教育推進協議会の運営	<p>○東京都消費者教育推進協議会を開催し、基本計画のうち、消費者教育の推進に係る取組の実績及び予定について報告し、意見交換を実施(令和3年2月16日開催)</p> <p>○消費者教育推進庁内連絡会議を設置し、情報共有や意見交換を実施(第1回:7月8日、第2回:令和3年2月10日開催)</p> <p>○令和元年度の準備会議を経て、令和2年度より消費者教育推進庁内連絡会議を設置したことにより、消費生活部門と学校教育部門の担当者間で顔の見える関係を構築することができ、成年年齢引下げを見据えた消費者教育の充実を図ることに繋がった。</p>	<p>○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。</p> <p>○消費生活部門と学校教育部門が連携し、消費者教育の充実を図るため、消費者教育推進庁内連絡会議を開催する。</p>	生活文化局
4	1	2	ライフステージに応じた消費生活情報の提供	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○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</p> <p>・隔月(奇数月)1日 80,000部発行 フルカラー 8ページ(年6回)</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>・東京くらしねっとCD版を発行し、視覚障害者に無料で配布した。(年6回)</p> <p>○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。</p> <p>○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120,000部作成し、都内の全高校2年生を対象に配布した。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○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」では、「キャッシュレス決済」「サブスクリプションサービス」などタイムリーな話題、「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の暮らしに役立つ情報を届ける工夫を行った。</p> <p>○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。また、インターネット広告を実施し、消費生活に興味がない若者にも情報を届けた。</p> <p>(GDN広告実施期間:令和2年11月~12月、バナークリック数:約3万回)</p> <p>○成年年齢引下げに伴い、被害に遭う可能性が高い学齢の生徒に向け、学校を通じて啓発ノートを配布することで、確実な情報提供を行うことができた。</p>	<p>○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。</p> <p>・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</p> <p>・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。</p> <p>・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。</p> <p>○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。</p> <p>○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した消費者教育・啓発ノートを配布する。</p>	生活文化局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
4	1	3	高等学校における消費者教育の推進	<p>【令和2年度の主な取組状況】 全都立高校で「社会への扉」の活用を促進するため、昨年度指定した消費者教育推進校3校による取組等を掲載した「令和元年度消費者教育推進校報告書」(8月)を各都立高校に配布し、各種連絡会で報告書の活用について促した。 東京都消費生活総合センターと連携して東京都消費者啓発員による学校向け「出前講座」や、教員向け消費者教育情報提供誌「わたしは消費者」の活用、消費生活メルマガ「シューマ&エルメ」を配信して、消費生活に関する情報を提供するとともに、校長連絡会や校長実践研究会等において消費者教育の教材について周知した。 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、研修内容に消費者教育を位置付け、中堅教諭等資質向上研修(悉皆研修)(8月)及び専門性向上研修「社会・公民Ⅱ」(研修タイトル「社会科で前進するシティズンシップ教育—法教育、消費者教育の充実—」(9月)を実施した。※新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、中堅教諭等資質向上研修は、課題提出による代替研修を実施した。 特別支援学校においては、令和2年2月に発行した都立特別支援学校高等部 主権者教育・消費者教育推進リーフレット「18歳から成人になるということ」を高等部の生徒及び保護者に配布し、校長連絡会で活用について促した。</p> <p>【過去3年間の成果】 平成30年3月に「高等学校における消費者教育リーフレット(教員用)」を作成し説明会を実施した。成年年齢引き下げの趣旨、学校での指導の時期、機会、関係機関の連携について理解を深めた。令和元年度は消費者推進校3校を指定し公開授業、連絡会を開催し、実践事例及び外部人材の活用事例の取組を公開することで教員の消費者教育の充実を図る一助となった。</p>	<p>令和3年度は、成年年齢引き下げを翌年に控え、各学校に消費者教育の推進について一層の周知を図る。全ての都立高校等の教員が消費者教育推進を図るために、連絡会等の開催を検討するとともに、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、関係機関の紹介などとして学校を支援する。 引き続き、生活文化局等との連携の下、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。 教員研修では、中堅教諭等資質向上研修(悉皆研修)及び専門性向上研修において、消費者教育に関する内容の集合研修を実施する。 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	4	小・中学校における消費者教育の推進	<p>【令和2年度の主な取組状況】 ○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、11月に情報提供を実施 ○消費者教育を中心とした「法」に関する教育を推進する「『法』に関する教育推進校」の成果報告会を開催(11月) ○「とくしま消費者教育フォーラム2020」開催についての周知 ○文部科学省消費者教育アドバイザーの活用についての周知 ○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、研修内容に消費者教育を位置付けた、専門性向上研修「社会・公民Ⅱ」(研修タイトル「社会科で前進するシティズンシップ教育—法教育、消費者教育の充実—」(9月)を実施</p> <p>【過去3年間の成果】 令和元・2年度において「法」に関する教育推進校を設置し、令和2年11月には、報告会を開催して、教育関係者への消費者教育を中心とした「法」に関する教育の推進に向けた取組についての理解の促進を図った。</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。 ○消費者教育フェスタ等の開催についての周知を行う。 ○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
4	1	5	消費者教育に携わる教員への支援	<p>【令和2年度の主な取組状況】 ○「わたしは消費者」を発行し、教員向けに、消費生活上の課題(9月:契約トラブルにあわないために～高校生に伝えたいこと～、12月:海賊版サイトをめぐる著作権法改正、3月:スマホやSNSをきっかけとしたトラブル事例と対応策)及び教材の紹介等の情報を提供した。※新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度は発行回数を3回に変更 ○過去に作成した消費者教育DVD(リーガル・レッスン、洗濯の心得)について、インターネット上で再配信を行った。 ○成年年齢引き下げにより若者の消費者被害拡大が懸念されることから、成年年齢引下げにかかる啓発チラシ(保護者向け)を120,000部作成し、学校を通じて、都内高校2年生の家庭に配布した。 ○メールマガジンを大学や専門学校等に加え、都立高校・特別支援学校等の全教員及び希望する私立高校に向けて配信し、成年年齢引下げを見据えた学生向け注意喚起情報の提供を行った。 ○校長連絡会・副校長連絡会等の場や教員向けメルマガ等で消費者教育コーディネーター制度と具体的な相談例を交えた活用方法を提示し、学校からの相談及びコーディネート業務を実施した。 ※新型コロナウイルス感染症の影響により、令和2年度の教員講座は中止</p> <p>【過去3年間の成果】 ○「わたしは消費者」については、消費生活に関する課題や教材・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ており、学校から「トラブル対応の参考にしている」「授業で新しい情報を生徒に伝えられる」といった声が寄せられている。 ○成年年齢引下げに伴い10代の消費者被害が増加する危険性について、啓発チラシの配布を通じて周知ができた。保護者向けのチラシではあるが、授業でチラシを活用したとの声も学校から寄せられており、成年年齢引下げに伴う啓発につながった。 ○令和2年度より開始した消費者教育コーディネーター制度について、教育庁等と連携しながら各学校に周知し、コロナ禍ではあったが、相談対応や消費者教育の実施につなげることができた。</p>	<p>○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、最新の情報や手法を取り入れながら、授業での活用を意識した講座の提供を行う。 ○「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。 ○高校2年生の保護者を対象に、成年年齢引下げにかかる啓発チラシを作成・配布する。 ○消費者教育コーディネーター制度を活用し、都教委等との連携強化を図りながら、学校現場における消費者教育をより一層推進する。 ○高校向けメールマガジンの配信を月1回程度実施するとともに、私立学校に対しては、私立学校所管部署や消費生活センターと連携して配信先拡大を図る。</p>	生活文化局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
4	1	6	学生・生徒向けの消費生活講座	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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(53回) ○生徒が校内教室に分散して受講するリモート実施にも対応(うち1回) ○校内のWEB会議システムを使って校外の生徒へのライブ配信(1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(3回) ○消費者教育コーディネーターとの連携により要望のあった高校に対して出前講座を提案・実施(3校) ○学校(大学等含む)を対象とした出前寄席を実施(2回) ○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、多くの学生が参加した新入生向けガイダンスや学内イベントで大学の教職員と連携してオンラインによる演習講座等も実施した。(実施回数1回:令和2年7月) <p>【過去3年間の成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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を取り入れるなど、きめ細かい啓発を図り、トラブル回避に寄与した。 ○実施後の感想等では、「悪質商法のトラブル事例や詐欺など、今まで自分には関係ないものと思っていた生徒が自分自身のこととして考える契機となった。」「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、教員にも好評であった。」「DVD等の映像やクイズを交えることで、具体的なトラブル事例について分かりやすく知ることができた。」「生徒が講師から出された質問について積極的に考え、適切な消費行動について学ぶことができた。」等の意見が寄せられた。 	<ul style="list-style-type: none"> ○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、多くの学生が参加す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、保護者等を対象と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。 ○成年年齢引き上げに対応するため、令和元年度に増員した東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)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。 	生活文化局
4	1	7	多種多様なテーマ・手法による消費生活講座	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)による出前講座を実施 ・移動講座(都が経費負担。学校向け出前講座含む。)61回、受講者2,974人 ・派遣講座(主催者が原則経費負担)19回、受講者423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43回、参加者1,465人、新作台本の作成7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 ○介護施設、老人会、町内会等で高齢者向け講座や寄席を実施(出前講座 13回、239人、出前寄席 43回、1,465人) ○実験実習講座を開催(2テーマ4回、68人) ○食育講座を開催した。(2テーマ2回、40人) ○オンラインによる講座の実施ルールを策定し、オンライン講座を開始した。 ○出前講座・寄席の派遣申込について電子申請での申込を開始した。 ○出前寄席の新作を紹介するPR動画を作成し、「東京動画」に掲載(R3年4月) ○多様な主体との連携講座は、オンラインによるシンポジウムを開催した。 <p>【過去3年間の成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○都民に対し、ターゲット、地域性、ライフステージ等に合わせて多様な講座を実施することにより、消費生活に関する知識や情報提供を行った(詳細は以下のとおり)。 ○消費者問題を分かりやすく伝える「届ける教育」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着実に消費者被害の未然防止を図った。 ○食育講座の開催により、調理実習等を通じて、地産地消や食品ロス削減など、持続可能な消費の普及に資する情報を提供することができた。 ○親子講座を夏休みに開催することにより、小学生とその保護者が一緒に身近な消費生活に係る問題について学ぶ機会を提供することができた。 ○連続講座の開催により、シニア・ミドル層を中心とした受講者に、セカンドライフに役立つ情報を提供することができた。 ○実験実習講座の開催により、受講者に対して、実験等を通じて日常に役立つ知識を提供することができた。 	<ul style="list-style-type: none"> ○オンラインによる開催方法も活用し、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、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。 ○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)。 ○食育講座では、地産地消、食品ロス削減、エンカル消費、食品の安全・表示等、食に関するテーマを取り上げる(6テーマ、各テーマ1~2回)。 ○親子講座では、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を取り上げる(4テーマ、4回)。 ○連続講座では、ライフワークをテーマとして、シニア・ミドル世代を対象に、10講座実施する。 ○センター自ら実施する講座や利用しやすい事業の提供等、様々な教育・啓発ツールの活用により、引き続き消費者教育の推進を図っていく。 	生活文化局
4	1	8	事業者等による消費者教育の促進	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○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を紹介 <p>【過去3年間の成果】</p> <ul style="list-style-type: none"> ○東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を経営者向けの講演にも派遣するなど、事業者等から幅広く活用された。 ○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をくらしWEBや区市町村との会議等において周知するほか、事業者等が従業員向けに実施している消費者教育の取組事例をくらしWEB等で紹介してきたが、年々実績が増加していることから、啓発が着実に進んでいる。 	<ul style="list-style-type: none"> ○都の方針を踏まえ、事業者等のニーズ(対象世代・テーマ等)に合わせた出前講座を実施する。 ○事業者・事業者団体等に対して、様々な機会や媒体を活用し、連携した啓発協力を依頼する。 	生活文化局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
4	1	9	事業者団体等の取組に関する情報提供	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○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。</p> <p>○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:22団体)</p> <p>○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。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○消費者問題教員講座において、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。</p> <p>○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。</p>	<p>○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。</p> <p>○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。</p>	生活文化局
4	1	10	事業者団体等との連携による消費生活講座	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○「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」)</p> <p>・教育機関、生活協同組合、市民活動団体等と連携して、消費生活を脅かす多様なリスクに対し、消費者被害の未然防止や、被害を最小限にするための、適正な消費行動について考えるオンラインシンポジウムを開催(令和2年12月10日～16日配信、161人)</p> <p>○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オンラインセミナーを実施(令和3年2月)</p> <p>※新型コロナウイルス感染症の影響により、東京都生活協同組合連合会との協働事業は従来の集合形式から、オンライン形式に切り替え</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○「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、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、都民自らが消費者として主体的かつ適切に行動できるよう知識を得る機会を提供できた。</p> <p>○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。</p> <p>○東京都金融広報委員会と連携した消費生活講座を開催し、消費者被害の実例とトラブルから自分を守るための工夫や心構えについて、わかりやすく解説することで、都民に金融や消費生活に関する知識を持つことがトラブル防止に重要であることを伝える機会となった。</p>	<p>○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。</p> <p>○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。</p> <p>○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。</p>	生活文化局
4	1	11	区市町村における消費者教育推進の支援	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○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。</p> <p>○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、情報提供を実施した。(12月実施)</p> <p>○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の貸出、イベント集客のための広報協力を実施した。(パネル貸出9件)</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実施した(9回(うち4回は資料配布)、391人(5回分))。</p> <p>○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(19回、449人)</p> <p>○多摩地域の市町村と「共催講座」を開催することを通じて、テーマ設定や講師の選定などに係る実施ノウハウ等について情報を提供し、多摩地域における消費者教育の推進を支援(12回、242人)</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○行政情報の発行や講座情報の提供、職員研修の実施を通じて、都・区市町村の相互の連携を深め、東京都の消費生活行政の質の維持・向上を図った。</p> <p>○自前出前講座を実施している区市町村からの東京都消費者啓発員(コンシューマーエイド)の派遣依頼は、一般的な悪質商法被害防止のほか、スマホのトラブル防止や終活、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、講座の実施を通して区市町村に講座内容へのアドバイスや運営ノウハウを提供することができた。</p> <p>○共催講座において、経費の一部負担だけでなく、企画、講師選定についても支援することができた。また、エンカル消費、キャッシュレス、老後資金等、様々なテーマに合致した講師を市町村に紹介することで、受講者の満足度が高い講座実施につなげることができた。</p> <p>○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、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消費者問題にかかる知識を学んでいただくことにより、区市町村における消費者教育・啓発活動の支援を行った。</p>	<p>○「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。</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・継続的に実施する。</p> <p>○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。</p> <p>○区市町村に対し、あらゆる機会を通じて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。</p> <p>○市町村との共催講座について20回程度開催(予定)。講座の開催実績がない市町村の状況を把握し、多くの市町村において開催できるよう働きかけを行う。</p>	生活文化局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
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	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○教育庁指導部が主催する区市町村教育委員会指導事務担当職員向けの説明会において、関係省庁連絡会議の設置をはじめとした国での動きや、昨年度区市町村消費生活部門に対して実施した調査結果等を説明した上で、区市町村における教育委員会と消費生活部門の連携について依頼を行った。(企画調整課長名で区市町村教育委員会指導事務主管課長あてに依頼文発出)また、この対応について区市町村消費生活部門に通知した。</p> <p>○国の動向について随時各区市町村へ情報提供を行った。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○区市町村との情報交換・連絡会議の場において、成年年齢引下げ対応などに関する消費生活対策審議会での審議内容の報告や、東京都教育委員会での推進状況等について情報提供を行うなど、区市町村における消費者教育の推進・支援を行った。</p> <p>○区市町村の消費者行政担当職員が集まる会議等で、随時情報提供を実施した。</p> <p>○令和元年度に区市町村の消費者教育に関する取組状況調査を実施、区市町村のニーズが把握できた。</p> <p>○令和2年度に消費者教育推進庁内連絡会議を設置したことで教育部門とより連携しやすくなったことから、区市町村における消費者教育推進支援の環境が整備された。</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> <p>○令和元年度に行った区市町村の消費者教育に関する取組状況調査結果を踏まえて、区市町村のニーズに合った消費者教育推進の支援を行う。</p>	生活文化局
4	1	13	地域における消費者教育の担い手の育成	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響により、令和2年度の消費者問題マスター講座は中止</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○消費者問題について体系的に学ぶことができる「消費者問題マスター講座」の修了者を対象に、「講座終了後、消費者問題に関する知識を活用し、地域や職場等において消費者教育や見守り活動などの活動をしたか」調査をしたところ、「活動した」との回答が約9割を占めており、地域における消費者教育の担い手育成につながった。</p> <p>○区市町村において消費者教育等の担い手となる方等に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。</p> <p>○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。</p> <p>○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。</p>	<p>○消費者問題マスター講座を開催(全13回)</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。</p>	生活文化局
4	1	14	消費者教育用教材の作成	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○全都立高校へ配布された消費者教育推進校報告書に、消費生活総合センター作成教材を掲載し、活用促進を図った。</p> <p>○高校生・若者向けのDVD教材「～そのお金の使い方大丈夫!?～パピ君と学ぶ! キャッシュレス社会の歩き方」を制作するとともに、本教材を授業で活用できるよう、教員用解説書、授業展開例、ワークシート等も収録した。</p> <p>○平成19年度に作成した中学校向けのWeb版消費者教育読本「情報社会を泳ぎきる! かしこいヒツジへの道」を全面改訂するとともに、教員用解説書、授業展開例、ワークシートなどを新たに作成した。</p> <p>○平成27年度に作成した中学生向けのWeb版消費者教育読本「カートくんの買い物★なびげ～しょん-消費者の権利と責任の社会-」について、キャッシュレス決済が進展する社会状況を踏まえて改訂した。</p> <p>○Adobe Flash Pleyerのサポート終了に伴い、これまでに同ソフトを使用して作成したWeb版消費者教育読本の一部について、継続して活用できるよう改修を行った。</p> <p>○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。</p> <p>○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」「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(定期購入)」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。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○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、毎年度、WEB版消費者教育読本と消費者教育DVDを作成し、活用を働きかけた。都内の高等学校を対象に、令和元年度に東京都で作成した消費者教育教材等に関する活用状況を調査したところ、都立で約5割、私立等で約3割の学校が活用していることが確認できた。</p> <p>○消費者読本「飯田橋4コマ劇場」、若者向け啓発リーフレットを作成し、学校等を通じて生徒に配布することで、消費者被害の未然防止・拡大防止に向けた効果的な啓発を行った。</p>	<p>○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。</p> <p>○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。</p> <p>○新規及び既存教材の活用について、校長連絡会や教育研究会などの組織や、現場の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た働きかけを行うなど、利用促進を強化する。</p> <p>○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。</p>	生活文化局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
4	1	15	消費者団体等の活動支援	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○新型コロナウイルスの感染状況を踏まえて利用者が遵守すべきガイドラインを作成し、教室の消毒など感染防止策を徹底し、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。また、コロナ禍での消費者団体の活動をサポートするため、Wi-Fi環境を整備し、オンライン学習も可能とした。</p> <p>・消費生活総合センター(飯田橋)1,477回、多摩消費生活センター(立川)259回</p> <p>○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 2回</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○消費者団体やグループの自主的な学習や情報発信を支援することができた。</p> <p>○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。</p>	<p>○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。</p> <p>○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。</p>	生活文化局
4	1	16	消費生活に関する図書資料室等の運営	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>・消費生活総合センター(飯田橋)</p> <p>蔵書数:図書資料 20,887冊、雑誌 3,885冊、DVD等 1,124本 貸出数:図書資料1,154冊、DVD等 162本 (3月末現在) 利用者数 17,295人</p> <p>・多摩消費生活センター(立川)</p> <p>蔵書数:図書資料 7,690冊、雑誌 290冊、DVD等 554本 貸出数:図書資料 119冊、DVD等 16本 貸出人数 73人</p> <p>○消費生活総合センター展示コーナーについては、商品テスト物等を活用した情報提供を行った。</p> <p>○新型コロナウイルス感染症拡大防止を図るため、利用に関するガイドラインを策定し、利用者の不安を招かないように感染症対策を徹底した。なお、緊急事態宣言等により、令和2年4月1日から5月31日まで、令和3年1月12日から3月31日まで、図書資料室を閉室した。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○都民に対し、消費生活に関する情報を、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。</p>	<p>○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。</p> <p>○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、都民の消費生活に有益な情報を提供する。</p> <p>○新型コロナウイルス感染症の状況や国・都の方針を踏まえ、利用者が不安なく施設を利用できるよう、感染症対策を徹底する。</p>	生活文化局
4	1	17	消費者団体との協働事業	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>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。実施に当たっては、オンライン開催の手法も取り入れながら、ウィズコロナの新しい日常において効果的な内容とすることを目指した。</p> <p>テーマ「誰もががくらしやすい未来へ」(参加消費者団体25団体)</p> <p>○WEB交流フェスタ 東京都消費者月間実行委員会ホームページ「くらしフェスタ東京」内で、特設サイトを開設し、くらし、環境、消費者被害防止、食、安全対策などについて情報提供を行った。ページビュー数:40,255 訪問数:20,624</p> <p>○メインシンポジウム(オンライン講演会) 「サーキュラー・エコノミー(循環経済)とは?～「ごみ」が「資源」になる未来～」3部構成で、平均視聴回数142回</p> <p>○地域会場 2会場(多摩会場、八王子会場) 参加者計128人</p> <p>○くらしフェスタ東京 食と農セミナー「気象予報士に聞く 異常気象に備えるくらし～農業や私たちの生活に与える影響～」参加者87人</p> <p>○エコプログラム(オンライン講演会)「食品ロス削減は家庭から～冷蔵庫の上手な使い方と保存のコツ～」(12月24日～2月12日配信)</p> <p>○協賛事業 22件(新型コロナウイルス感染症拡大により中止24件)</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○メインシンポジウムは、例年8割超の参加者から好評を得た。</p> <p>○交流フェスタについて、会場参加型のイベントに加え、オンラインという新たな手法も交えながら、都民の消費者としての自覚を促す機会を確保したほか、その他のツアーやセミナーについても、参加者から新たな知識習得のきっかけとなったことに満足する声が寄せられるなど、高い評価を得ることができた。</p>	<p>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情報提供手段を活用することでさらなる事業の拡充を図るほか、エンカル消費など時代にマッチしたテーマを取り扱うなど、企画立案の充実を図り、10月を中心に事業展開を図る。</p>	生活文化局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局									
4	1	18	計量に関する周知活動と教育の推進	<p>令和2年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため対面での実施方法を控えて計量制度の普及啓発を実施した。</p> <p>○情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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、イベント形式での開催を自粛して特設webページで「web版都民計量のひろば2020」を実施した(11月の1か月間)。 ・関係機関や区市町村が主催の「消費生活展」等のイベントの大部分が中止となったため3会場のみ参加に留まった。アフターコロナに対応するため、次年度以降の参加方法についての検討を行った。 ・令和元年に国民生活センターの「web版国民生活」に連載した「探検!計量の世界」の加筆修正版のweb公開、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3月1日版読売新聞夕刊への計量展示室の記事掲載など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。 <p>○消費者教育の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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とともに調査データの有効活用を図った。今年は調査員の負担軽減を考慮して規模を縮小して実施した。 ・計量展示室では、夏休み期間(8月)と計量強調月間(11月)に特別企画を実施してきたが、今年は開催を自粛し、直営での展示ケースの照明LED化工事や展示内容の見直し作業などを実施した。 ・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については、小学校からの開催要望はあったが開催を自粛した。来年度の開催に向けコロナ対応での実施に向けた検討を行った。 ・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」を開催しているが、今年は開催を自粛してHP上に「web版親子はかり教室2020」を夏休み期間公開した。 ・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。 <p>【過去3年間の主な実績】</p> <p>情報発信・消費者教育の事業については長年継続しているもので、アンケート結果などから一定の効果ができていると考えている。</p> <p>過去3年では、これらの通常の取り組みに加え、広く情報を発信するために様々なメディアによる情報発信を行った。主なものは次のとおり。①東京動画「計量検定所ってなに?知られざる計量の世界」公開(H30)、②web版国民生活「探検計量の世界」連載(H31)、③読売新聞夕刊「ミュージアムへ行こう」に計量展示室紹介記事掲載(R02)、④取材協力:NHK「News9」又吉直樹の「へウレイカ」(H31)・NTV「笑ってこらえて」・テレ東「所さんのそのまんまコラ」(R02)ほか、⑤「web版親子はかり教室2020」・「web版都民計量のひろば2020」のweb公開(R02)、ほか</p>	<p>計量制度の普及啓発を図るため引き続き次の取組を行う。ただし、新型コロナの感染による今年度の経験を活かし、イベントとweb双方の活用、イベント出展方法の見直しをするなど、アフターコロナに対応した取り組みを行っていく。</p> <p>○情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ・関連団体と実行委員会を組織し、計量記念日(11/1)を中心に「都民計量のひろば」等を開催する。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を進める。 ・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。 ・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。 <p>○消費者教育の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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う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。 ・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。 ・小学校教員に対し、学校教育における計量に関する授業に活用できる教材や計量に関するアドバイスを提供することを目的とする「ジュニア計量学校」を関係団体と協力してその具体化を進める。 	生活文化局									
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	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>当初はコロナ禍により講義のキャンセルが多数あったものの、体育館で講師と生徒がソーシャルディスタンスを保ちつつ講義を行ったり、別室の講師がモニターを通じて教室の生徒への講義を行うなど、新型コロナウイルス感染症対策を講じた上でファミリールール講座を開催した。令和3年3月末時点で、ファミリールール講座の開催数は649回、参加者 63,934人となっている。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○ファミリールール(開催数、参加者)</p> <table border="1"> <tr> <td>令和2年度</td> <td>649回</td> <td>63,934人</td> </tr> <tr> <td>令和元年度</td> <td>592回</td> <td>111,129人</td> </tr> <tr> <td>平成30年度</td> <td>599回</td> <td>103,802人</td> </tr> </table>	令和2年度	649回	63,934人	令和元年度	592回	111,129人	平成30年度	599回	103,802人	<p>新型コロナウイルス感染症防止対策を講じながら、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。</p>	都民安全推進本部
令和2年度	649回	63,934人													
令和元年度	592回	111,129人													
平成30年度	599回	103,802人													
4	1	20	児童等に対する防火防災教育	<p>○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、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た。</p> <p>○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。</p> <p>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、消防職員等と児童及び生徒が対面しない形で行うリモート型の総合防災教育を実施した。</p> <p>○令和2年度は、当庁管内2,542校の小・中・高等学校のうち、817校(32.1%)の学校等において、約21万人の児童及び生徒に対して、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。</p> <p>なお、コロナ禍の影響により、例年と比較して実施件数等は大きく減少している。</p> <p>※数値は令和3年2月末現在</p> <p>○総合防災教育実施件数</p> <table border="1"> <tr> <td>令和元年度</td> <td>2,537校のうち、2,166校(85.4%)</td> <td>で実施。約85万人</td> </tr> <tr> <td>平成30年度</td> <td>2,535校のうち、2,256校(89.0%)</td> <td>で実施。約97万人</td> </tr> </table>	令和元年度	2,537校のうち、2,166校(85.4%)	で実施。約85万人	平成30年度	2,535校のうち、2,256校(89.0%)	で実施。約97万人	<p>○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。</p> <p>○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。</p> <p>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、消防職員等と児童及び生徒が対面しない形で行うリモート型の総合防災教育を実施していく。</p>	東京消防庁			
令和元年度	2,537校のうち、2,166校(85.4%)	で実施。約85万人													
平成30年度	2,535校のうち、2,256校(89.0%)	で実施。約97万人													
4	1	21	食育推進活動支援のための情報提供	<p>○令和2年度については、料理講習会等や市場まつりといった機会を通じて、食育推進活動支援のための情報提供を行う予定であったが、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、中止となった。</p> <p>○平成30年度及び令和元年度の取組による成果としては、料理講習会等や市場まつりにおいて、生鮮食料品等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提供することができた。</p>	<p>新型コロナウイルス感染防止対策を講じた上で、中央卸売市場が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提供し、市場ならではの食育・花育を推進していく。</p> <p>○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。</p> <p>○市場まつりにおいて、生鮮食料品等の安定供給における市場の役割について、市場業界と連携し、消費者に理解をより深めていただくよう内容を充実させていく。</p> <p>○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、あらゆる機会を捉えて、HPなどを活用して、当事業の周知を図っていく。</p>	中央卸売市場									

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
4	2	1	エシカル(倫理的)消費の理解の促進	<p>○若年ファミリー層をターゲットに、都内スーパーマーケット46店舗で、エシカル消費に関連する商品を集めたコーナーの設置やポスター掲示、チラシ配布、動画放映などを行った。また、オリジナルエコバッグを自宅で作成できるよう、無地のエコバックと布描きくれよんをセットで配布した。(各店舗300セット限定)(10月)</p> <p>○キャンペーンサイトを開設し、エシカル消費の行動例や楽しみながらエシカル消費を学べるクイズを掲載、サイト内で実施したアンケートの回答者の中から抽選で500名に福祉保健局が運営する福祉・トライアルショップ「KURUMIRU」のグッズをプレゼント(10月～11月)</p> <p>○Yahoo!JAPANバナー広告のほか、テレビ、街頭ビジョン、インターネット上で動画広告を実施(動画広告実施期間(令和2年10月～11月)バナー広告クリック数:約6万回、15秒動画視聴回数約178万回)</p> <p>○消費者月間事業の特設サイト「WEB交流フェスタ」内で、認証マーク等が学べるゲームのほか、エコバッグ作成動画の紹介等を行い情報提供(令和2年10月～12月)</p> <p>○東京都エシカル消費普及啓発協力事業として、事業者等の取組をHP上で紹介したほか、ロゴマークや都制作チラシ・グッズ等を提供</p> <p>○エシカル消費の理解促進を図るため、令和元年度は都内大学で若者を対象に、令和2年度はスーパーマーケットで主にファミリー層に向けて、平成30年度に制作したPR動画を活用しながら様々な普及啓発に取り組んだ結果、エシカル消費の認知度の向上に繋がった。 (エシカル消費の認知度 6.1%(平成28年度) → 15.2%(令和2年度) 9.1ポイント増加「若者の消費者被害に関する調査」令和3年2月公表)</p>	<p>○幼少期から理念に親しみ、エシカル消費をスタンダードと思う世代を育てるため、主に幼児とその保護者をターゲットとしたデジタル絵本を作成。人気イラストレーターによるイラスト、インフルエンサーによるナレーションを入れ、絵本の概要をまとめたショートムービーを作成し、SNSやオンラインイベントにより普及啓発を行う。</p> <p>○幅広いエシカル消費の全体理念を説明できる講師が少ない実情を踏まえ、エシカル消費講座のカリキュラム、レジュメ、講師用解説書を作成し、それらを使ったモデル出前講座を区市町村向けに行う。作成したカリキュラム等を区市町村に提供し、将来的に自ら講座を開催できるよう支援</p> <p>○消費者月間事業等の機会を活用し、エシカル消費の普及啓発を行う。</p> <p>○東京くらしWEB上の紹介ページ、SNSなど様々なツールを活用するほか、各局・区市町村・民間団体と連携した取組を推進</p>	生活文化局
4	2	2	食品ロス・食品廃棄物対策	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○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」を開催し、11月には、各主体が自主的かつ連携して食品ロス削減に取り組む方向性を明示した「食品ロス削減に向けた提言」を策定した。</p> <p>○パートナーシップ会議の提言や国が策定した「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」を踏まえ、「東京都食品ロス削減推進計画」を3月に策定した。</p> <p>○食品ロス及び使い捨てプラスチック削減に向けて、広報啓発用の動画を12月に公開し、1月にはオンラインイベントを開催した。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○食品ロスを削減するためには、消費者の食品ロスに対する理解と削減行動が不可欠である。啓発用動画では、小学校高学年向けと中学生以上向けの2種類の動画を作成し、各世代の共感を得やすい内容とするとともに、自宅で過ごす時間の増加などの新しい日常における食品ロス削減のポイントを紹介するなど、オンラインイベントと合わせて消費者に食品ロスを考えるきっかけづくりを提供した。</p>	<p>○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。</p> <p>○区市町村とも連携した食品ロス削減キャンペーンや新しい生活様式下での食品ロス対策の普及啓発を実施し、食品ロス削減に向けた消費者のムーブメントを醸成していく。</p>	環境局
4	2	3	レジ袋対策	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>レジ袋をはじめとする使い捨てプラスチックの削減に向け、小学生向け、中学生以上向けの2種類の動画を制作し、広く周知した。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>使い捨てプラスチックの削減に向けて、普及啓発を行い意識醸成を図ることにより、ひとり一人の行動変容に向けたきっかけとなった。</p>	<p>新しい生活様式の下での持続可能な資源利用に向けた普及啓発を実施する中で、レジ袋をはじめとする使い捨てプラスチックの削減に向けて、消費者の意識醸成を図り、行動変容を促していく。</p>	環境局
4	2	4	「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>令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大の影響で、「ふくしま⇄東京キャンペーン」として例年実施している大門駅での産直市は開催できなかったが、鉄道事業者等と連携して、都営地下鉄駅構内において、福島県、宮城県、岩手県の県産品の品質や安全性を伝えるポスターを掲出。また、都内イベントやTwitterなどオンラインを活用した県産品や観光のPRを行い、被災地の県産品への風評被害の払拭と消費拡大に貢献した。</p> <p>○産直市実績 R2 実績なし H31大門駅 6/19～20及び10/2～3(売上金合計4,796千円) H30大門駅 6/28～29及び10/18～19(売上金合計4,202千円)</p>	<p>○「ふくしま⇄東京キャンペーン」の展開 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</p> <p>○被災3県の県産品の消費拡大 都が主催する大規模イベント等において、福島県、宮城県、岩手県の県産品販売等を実施</p>	総務局
4	2	5	福祉・トライアルショップの展開	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○自主製品販売ショップ「KURUMIRU」3店舗の安定運営</p> <p>○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4周年のフェアを開催)等を通じた商品開発・価値向上</p> <p>○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</p> <p>○販売レポートや説明会(実績:出品事業所向けR3.3 3回/新規事業所向けR3.3 1回)等による出品事業所全体の底上げ</p> <p>○各種イベントへ店舗として出店(実績:R2.10 1回、R2.11 1回、R2.12 1回/合計3回)及びノベルティ等の受注業務(実績:R2.10【生活文化局】エシカル消費普及啓発事業のアンケート回答者プレゼント品)</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○検品等を通じた製作へのアドバイスにより、商品の品質が向上</p> <p>○商品の企画・開発等へのサポートにより製品自体の価値や魅力が向上</p> <p>○本ショップでの製品購入が障害者支援につながることなど「KURUMIRU」への消費者の理解が進み、2020年度は新型コロナウイルスの影響により、全体売上は前年度と比べて減少しているものの、新商品の多い月(季節フェアの開催月など)は、前年度比を超える月もあるなど、お客様が着実に定着(常連化)</p> <p>○KURUMIRU出品後にKURUMIRU以外の販路が増えた事業所が全体の約30%(R2.5出品事業所調査)となっており、自主製品の認知が向上</p>	<p>○自主製品販売ショップ「KURUMIRU」3店舗の安定運営</p> <p>○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5周年のフェアを開催)等を通じた商品開発・価値向上</p> <p>○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</p> <p>○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</p> <p>○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</p> <p>○商品説明等を行うアプリやQRコード等を導入し、KURUMIRU店舗顧客の利便性の向上を図る</p>	福祉保健局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
4	2	6	身近な生活環境でのVOC(揮発性有機化合物)対策	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○2018年(平成30年)3月に作成した「身近な低VOC製品の選び方ガイドブック」については、新型コロナウイルス感染拡大防止の観点からイベント等の実施や参加を控えたため、窓口での配布を中心に行った。</p> <p>○VOC対策を身近に感じてもらうため、一般消費者が低VOC製品を選ぶ指標として用いることができるラベルについて調査し取りまとめを行った。また、取りまとめ結果等を踏まえた低VOC製品の選び方に関するWebコンテンツを作成した。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○一般消費者においては、VOCという用語に馴染みがない方が多いことから、ガイドブック等での周知を通して、身近な生活環境でのVOCについて認識する機会となる。</p> <p>○一般消費者が、低VOC製品を選ぶ際の指標を提供することが可能となる。</p>	<p>○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。</p> <p>○新型コロナウイルス感染拡大防止に配慮したかたちで、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。</p> <p>○R2年度に作成したWebコンテンツを活用したVOC対策サイトリニューアルを実施する。</p>	環境局
4	2	7	生物多様性の普及啓発	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○民間との連携による環境学習の推進 都とセブンイレブン記念財団と協働で自然環境保全・環境体験学習事業を実施。2020年度はコロナ感染症の影響で多くのプログラムを中止した。クラフト体験などを実施しており、参加人数は441名(2021年3月末時点)。</p> <p>○生態系に配慮した緑化の推進 「江戸のみどり登録緑地」新規登録2件。江戸のみどり登録緑地制度紹介パンフレットの製作。例年実施している生態系に配慮した緑化のための講習会については、新型コロナ対策のため、開催を見送り。</p> <p>○花と緑の東京募金及び花の都プロジェクト 都や民間団体主催のイベントにて「花と緑の東京募金」に関するパンフレットや普及啓発グッズを配布(4件)。花の都プロジェクトについては、新型コロナ対策のため、事業を見送り。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>都民が参加できる環境学習、生態系に配慮した緑化のための講習会等の実施により、生物多様性に関する普及啓発が図られている。</p>	<p>○民間との連携による環境学習の推進 ・都とセブ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。</p> <p>○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。</p> <p>○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」の改定作業を通じて、生物多様性の保全と持続可能な利用に関する普及啓発を行っていく。</p>	環境局
4	2	8	環境学習の推進	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○都民向けの環境学習講座をオンラインで3回実施し、社会人等における環境配慮の取組を一層推進した。</p> <p>○環境学習の多様な手法について提示するとともに、環境教育のリーダー的人材を養成するための、環境教育に関する教員向け研修会をオンラインで2回実施し、授業に生かせる体験動画を4本制作し配信した。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○公益財団法人東京都環境公社と連携した環境学習事業(教員向け環境教育研修会、都民向け環境学習講座等)の実施により、環境問題への理解が深まり、社会のあらゆる場面における自主的な環境配慮行動の促進が図られた。</p>	<p>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及び都民を対象としたテーマ別環境学習講座をオンラインも活用しながら、引き続き、実施していく。</p>	環境局
4	2	9	環境問題に配慮する消費者行動促進支援	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>都庁各組織によるグリーン購入の推進に向け、説明資料の配付やHP上の情報発信により、一層の周知を図った。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>グリーン購入の推進により環境配慮型市場への移行を図ることで、消費者がこれまで以上に環境配慮型製品を購入することが可能となる。</p>	<p>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。</p>	環境局
4	2	10	新たな環境施策を推進するための広報展開	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○インターネット(SNS等)の活用 ・ホームページを活用し、最新の情報発信を積極的に行うとともに、TwitterやFacebook、各種動画、インターネット広告等を活用した広報展開も実施</p> <p>○印刷物の活用 ・「広報東京都」に環境施策に関する解説記事や特集記事を適宜掲載。オンラインイベント等の告知記事を開催時期に合わせて掲載</p> <p>・23区の小学校で配布しているエコチル(こども環境情報紙)に素材を提供し情報発信(5件掲載)</p> <p>○パブリシティの活用 ・報道機関へ積極的にプレス発表を実施(約180件)</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>多様な媒体を活用し情報発信することで、都の環境施策がより多くの方の目に触れやすくなり、制度の利用やオンライン出展イベント等への参加など、一層の理解や行動変容に繋がっている。</p>	<p>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。</p>	環境局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
4	2	11	3Rの普及推進	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○3R普及促進事業: 令和元年度に作成した動画を、電車内電子広告(JR中央線快速、京浜東北線・根岸線、京葉線、埼京線、横浜線、南武線、常磐線各駅停車、中央総武線各駅停車、東京臨海新交通臨海線(ゆりかもめ))で放映した。</p> <p>○「チャレンジ省資源宣言」: 協力事業者と連携したPRキャンペーンをはじめとする普及啓発活動を行い、事業者の取組を効果的に発信するとともに、キャンペーン実施時のアンケート結果を分析し、消費者の意識を事業者に伝達することで事業者の取組を支援した。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○3R普及促進事業 動画を放映したことにより、幅広い世代の住民等にわかりやすく食品廃棄物削減の必要性や具体的な取組方法を周知した。</p> <p>○チャレンジ省資源宣言 容器包装や使い捨てプラスチック、食品ロスの削減に向けた事業者の取組の認知度向上及び域内住民の意識の向上を図った。</p>	<p>○3R普及促進事業 引き続き、食品廃棄物削減の必要性や取組方法を普及啓発し、わかりやすい内容で外国人も含めた幅広い世代に訴える普及啓発事業を実施する。</p> <p>○チャレンジ省資源宣言 協力事業者と連携して宣言事業者の商品の紹介を行うプレゼントキャンペーン等を実施するなど、事業者の取組成果を効果的に発信する。</p>	環境局
4	2	12	家庭の省エネ・節電促進	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○家庭の省エネ行動を促すため、省エネ家電の導入促進や省エネルギー性能の高い住宅の普及に向けた取組を進めている。</p> <p>○「令和元年度に引き続き、家庭のエネルギー消費のうち、特に消費量が多い冷蔵庫、エアコン又は給湯器を、省エネルギー性能の高い冷蔵庫、エアコン又は給湯器に買い換えた都民に対し、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実施する「家庭のゼロエミッション行動推進事業」を実施</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>省エネアドバイス等を通じて、省エネ・節電対策の手法や経済的メリット等を情報提供することにより、消費者自らの判断による省エネ行動が促進された。</p>	引き続き、家庭のエネルギー消費のうち、特に消費量が多い冷蔵庫、エアコン又は給湯器を、省エネルギー性能の高い冷蔵庫、エアコン又は給湯器に買い換えた都民に対し、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実施する「家庭のゼロエミッション行動推進事業」を実施する。	環境局
4	2	13	次世代自動車等の普及	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○都内に事業所等を有する法人又は個人に対して、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・バス、電動バイク等の購入補助を実施した。</p> <p>○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った。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>補助事業等を通じて、CO2やNOx等の削減などの環境面のメリットや、税制優遇・燃費改善などの経済的メリットなど、ZEV(ゼロエミッションビークル)等の有用性を消費者が理解し、環境により良い車の導入を促進した。</p>	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、プラグインハイブリッド自動車、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。	環境局
4	2	14	エコドライブ推進のための普及啓発	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○九都県市の連携によりエコドライブ講習会の実施を予定していたが、新型コロナウイルスの影響により中止した。</p> <p>○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した。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>これまでの九都県市エコドライブ講習会参加者の運転結果では、平均燃費が2割程度改善された。また、アンケートにおいて、参加者の多くは、エコドライブが燃費改善・事故防止に有効であることや、経済的であることを実感し、継続的にエコドライブを実践したいと回答している。</p>	<p>○九都県市の連携によるエコドライブ講習用動画コンテンツ(映像教材)を制作し普及に活用する。</p> <p>○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。</p>	環境局
4	2	15	環境にやさしい交通施策の推進	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○中野区の自転車シェアリング事業実施にあたり、「広域相互利用」(※)への参加に向けて支援した。 ※広域利用可能な自転車シェアリングの実施区市(R3.3末現在) ドコモバイクシェア:江東区、千代田区、港区、中央区、新宿区、文京区、大田区、渋谷区、品川区、目黒区及び中野区 ハローサイクリング:北区、府中市、台東区、国分寺市、稲城市、荒川区、板橋区、墨田区、足立区、調布市、小平市、国立市、世田谷区、江戸川区、八王子市</p> <p>○自転車シェアリングの普及促進に向け、庁内関係部局や関係自治体等との連絡調整・情報共有を実施するとともに、サイクルポートの拡充や補助金の交付等、各区市の円滑な事業実施に向けて支援を行った。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>自転車シェアリング実施自治体の増加(平成30年度以降15区市増)やサイクルポートの拡充等により、自転車シェアリングの普及促進・利便性向上を図った。</p>	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

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局															
4	2	16	家庭におけるエネルギー利用の高度化促進	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○自家消費プラン(家庭における蓄電池の導入支援)の助成金申請受付を令和2年9月に開始した。(申請期間:令和2年度~令和4年度)</p> <p>○家庭における熱の有効利用促進事業(高断熱窓、ドア、太陽熱利用機器、地中熱利用機器の導入支援)の助成金申請受付を令和2年7月に開始した。(申請期間:令和2年度~令和4年度)</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>家庭におけるエネルギー利用の高度化が図られることで、エネルギー消費量の削減や非常時の防災力向上が図られる。</p>	家庭におけるエネルギー利用の高度化が図られることで、エネルギー消費量の削減や非常時の防災力向上が図られる。	環境局															
4	2	17	太陽エネルギーの導入拡大	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○都内の建物の屋根ごとの太陽光発電等の導入ポテンシャルを表示する東京ソーラー屋根台帳を活用し、太陽光発電や太陽熱利用システムの設置への動機付けを図った。</p> <p>○都内での太陽光普及促進を図るため、セミナーを実施</p> <p>○住宅所有者の初期費用の負担なしで太陽光発電設備を設置するサービス(リースなど)を行う事業者に対し助成を行う、「住宅用太陽光発電初期費用ゼロ促進事業」を実施した(事業者への補助金はサービス利用料の低減等を通じ、住宅所有者へ還元)。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>住宅への太陽エネルギー利用機器の導入が大幅に進んだほか、家庭における太陽エネルギーの利用に関する理解が促進された。</p>	ソーラー屋根台帳の管理、セミナーの開催、「住宅用太陽光発電初期費用ゼロ促進事業」など、都内における太陽エネルギーの更なる普及拡大を実施する。	環境局															
5	1	1	高度専門的な消費生活相談	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○10の専門分野グループによる効率的・効果的な相談処理を行った。令和元年度相談受付件数:139,305件(前年度比約0.1%増)</p> <p>○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した。</p> <p>○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を計29回実施</p> <p>○外国人からの相談に対応するため、通訳派遣に加え、通訳を介した電話による三者間通話を実施</p> <p>○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を実施</p> <p>○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</p> <p>○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</p> <p>○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を実施(高齢者 119件、若者 30件)</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○相談内容が高度・複雑化した中で、消費生活相談アドバイザーや消費生活相談カウンセラーの活用及び高度専門研修等の実施により相談対応能力向上を図り、的確な相談処理に努めた。また、聴覚障害者向けのメール相談、ICTを活用した手話通訳及び通訳を介した三者間通話による外国語相談を実施するなど、相談対応の充実を図ることで消費者の被害救済・未然防止に努めている。</p>	<p>○高度化・複雑化する相談への対応能力を強化するため、専門分野グループによる効率的・効果的な相談処理を行う。</p> <p>○高度に専門的な相談に的確に対応するため、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する。</p> <p>○相談員の能力向上を図るため、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を実施する。</p> <p>○今後増加が予想される外国人からの相談に対応するため、通訳派遣に加え、通訳を介した電話による三者間通話を実施する。</p> <p>○障害者差別解消法の趣旨を踏まえ、障害者への対応充実を図るため、聴覚障害者向け電子メール相談を実施するほか、タブレット端末を活用し、手話通訳を介した相談を実施する。</p> <p>○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する。</p> <p>○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)を活用する。</p> <p>○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を実施する。</p>	生活文化局															
5	1	2	相談テストの実施及び技術情報の提供	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○都センター及び区市の相談員に対し、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した。特にコロナ禍で増加した、消毒剤・除菌剤、マスク、空気清浄等関連商品の問合せについて、テストや技術情報の提供を迅速に行った。</p> <p>○水漏れ・トイレ詰まりに関する相談が増加していることから「水回りトラブル解決」と、家庭で使用する洗剤等の正しい使用方法を伝えるため「化学の知識を掃除に活かす」の2テーマについて実験実習講座を開催した。</p> <p>○相談員に提供した技術情報をもとに、CBD製品及び次亜塩素酸水に関する消費者注意情報を発信し、都民に対する注意喚起を行った。</p> <p>○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(NITE)など庁内外の関係機関と積極的に情報交換を行い、連携の強化を図った。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○相談員に対して、事故原因究明のテスト結果や技術情報を提供し、的確な相談処理につなげた。</p> <p>○健康食品や家電製品の危害相談など、拡大被害につながるおそれのある事案等について、関係機関に情報提供し、被害防止を図った。</p> <p>○実験実習講座や消費者注意情報を通じて、商品・サービスによる危害危険防止に関する正しい情報を都民に提供した。</p>	<p>○都センターに寄せられた相談について、解決に必要な事故原因究明テストや、商品等に関連する技術情報の提供を行う。</p> <p>○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(NITE)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。</p> <p>○区市町村からの依頼に基づき、テスト及び技術情報の提供を行う。</p>	生活文化局															
5	1	3	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>都民等の啓発及びトラブルの解決・防止のために、電話及び窓口での相談業務を行っている。</p> <p>○不動産取引に関する相談件数(令和3年3月末現在)</p> <table border="1"> <tr> <td>〔来庁相談〕</td> <td>相談窓口</td> <td>388件</td> <td>特別相談室</td> <td>922件</td> </tr> <tr> <td>〔一般電話相談〕</td> <td>売買</td> <td>4,699件</td> <td>賃貸</td> <td>16,366件</td> </tr> <tr> <td>〔業者電話相談〕</td> <td colspan="4">12,283件(業法第50条第2項の相談を含む。)</td> </tr> </table>	〔来庁相談〕	相談窓口	388件	特別相談室	922件	〔一般電話相談〕	売買	4,699件	賃貸	16,366件	〔業者電話相談〕	12,283件(業法第50条第2項の相談を含む。)				引き続き、都民等の啓発及びトラブルの解決・防止のために、電話及び窓口での相談業務を行っていく。	住宅政策本部
〔来庁相談〕	相談窓口	388件	特別相談室	922件																	
〔一般電話相談〕	売買	4,699件	賃貸	16,366件																	
〔業者電話相談〕	12,283件(業法第50条第2項の相談を含む。)																				

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
5	1	4	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	<p>【令和2年度の主な取組状況】 福祉保健局、教育庁、若年支援課と共同でLINE相談を運営し、連携を図りながら青少年や保護者等からの相談に適切に対応した。令和3年3月末時点で、こたエールの相談件数は2,822件となっている。また、関係機関と相互に情報を共有する情報連絡会を開催した。</p> <p>【過去3年間の成果】 ○こたエール(相談件数) 令和2年度 2,822件 令和元年度 1,746件 平成30年度 1,757件</p>	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。	都民安全推進本部
5	1	5	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	<p>【令和2年度の主な取組状況】 ○相談受理者に対する指導、教養を実施し、相談係員の対応力の強化を図った。 ○相談窓口寄せられる多種多様な相談に対して具体的な指導・助言を行うと共に、被害の未然防止・拡大防止を図るため、関係機関窓口や迅速な手続き等の教示を行った。</p> <p>【過去3年間の成果】 相談受理環境を整え、関係機関・部署との連携を図るとともに、相談窓口寄せられる相談に対して、情勢を踏まえた具体的な指導・助言を行った。</p>	○生活安全相談係及び警察署における架空請求や悪質商法等の相談受理時は、相談者の立場に立ち、被害の未然防止、拡大防止に資する具体的な指導を行う。 ○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、国民生活センターほか関連機関・部署との連携に努めるなど、各種取り組みを実施する。	警視庁
5	1	6	区市町村消費生活相談窓口の支援	<p>【令和2年度の主な取組状況】 ○消費生活相談アドバイザー12人を活用した。(アドバイザー会議、相談コーナー等 延べ103回) ○消費生活相談アドバイザー及び相談員の派遣(多摩市町村支援) 受入研修 新型コロナウイルス感染拡大のため実績なし ○消費生活相談カウンセラー2人を活用した(カウンセリングコーナー、研修、出張カウンセリング等 延べ54回)。 ○区市町村消費生活行政担当職員等との情報連絡会の開催 14回(新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、4月、5月、8月、1月、2月は資料配布) ○「相談実務メモ」の発行 121件 ○区市町村からの相談処理に関する照会・回答93件(暫定) ○「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 44区市町で利用 ○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した(9回(うち4回は資料配布)、391人(5回分))。</p> <p>【過去3年間の成果】 ○区市町村で対応する困難な相談案件の処理等に関し、消費生活相談アドバイザーの助言、「相談実務メモ」や消費生活相談支援サイトによる最新情報の提供、問合せへの回答等により積極的に支援を実施。また、多摩地区のブロック毎の相談員研修等に消費生活相談アドバイザーや相談員を派遣し助言等を行ったほか、消費生活相談カウンセラーを設置し助言を得る機会を確保するなど、相談業務の支援強化に努めた。</p>	○消費生活相談アドバイザーの活用(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の派遣(多摩市町村支援) ○消費生活相談カウンセラーの活用(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の開催 ○「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、専門分野グループによる報告 ○PIO-NETシステムの運用支援 ○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継続して実施する。	生活文化局
5	1	7	東京都多重債務問題対策協議会の運営	<p>相談状況や国(金融庁)・金融業界の動向等を注視しながら、4つの部会が連携し、多重債務問題の解決に向けた具体的な取組を進めたが、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて、やむなく事業の中止や縮小をせざるを得ない状況があった。</p> <p>①情報連絡部会:新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から研修会は中止 ②相談部会:多重債務者を法律の専門家に確実につなぐ仕組み「東京モデル」の推進(2020年度実績:99件)及び無料特別相談「多重債務110番」(9月、3月)の実施(実績:9月 110件、3月(*速報値)181件) ③生活再建部会:多重債務問題を抱える相談者からの生活相談に対する助言、必要に応じた貸付の実施(2020年度相談実績:807件。前年度比75.7%) ④貸金業部会: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」(7月、11月)を実施 ※相談部会と貸金業部会の合同開催を1回実施し、情報の共有に努めた。 令和3年2月に書面開催した協議会において、コロナ禍における相談状況等について各委員から聞き取ったものをまとめ、情報共有した。 毎年度各部会が連携しながら着実に取組を進めてきており、多重債務者数の減少の一助となっていると思われる。</p>	<p>4つの部会が連携し、多重債務者の生活再建や多重債務問題の防止・抑止まで視野に入れた総合的な取組を推進していく。 特に今後はコロナ禍による失職や収入源の影響で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。</p> <p>※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。</p>	生活文化局・福祉保健局

柱	方向性	施策No.	施策名	令和2年度の主な取組状況を中心とした平成30年度以降の取組実績の成果	主な取組予定(令和3年度)	局
5	1	8	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>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○どこの区市町村の窓口へ行っても、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行った。</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」を実施した(2回)。また、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した。</p> <p>①令和2年9月7日、8日(2日間) 合計110件(うち都30件)</p> <p>②令和3年3月1日、2日(2日間) 合計180件(うち都25件)(暫定値)</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>○東京都及び区市町村が、一人でも多くの多重債務者を救済することを目指して、都内の弁護士会及び司法書士会とともに、関係団体(日本司法支援センター、(財)日本クレジットカウンセリング協会、全国クレサラ・生活再建問題被害者連絡協議会、財務省関東財務局東京財務事務所、日本貸金業協会)の協力を得て特別相談「多重債務110番」を実施したことで、多重債務者救済の一助とすることができた。</p> <p>○特別相談実施に関する都の広報媒体を積極的に活用し、多くの消費者へ事業周知をすることができた。</p>	<p>○どこの区市町村の窓口へ行っても、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に確実につなぐ「東京モデル」の積極的な活用を促すため、消費生活センター所長会、区市町村情報連絡会での情報提供等を行う。</p> <p>○特別相談「多重債務110番」を実施する際、都の広報媒体等により広く都民に周知し活用してもらうことで、一人でも多くの多重債務者の救済を図る。</p>	生活文化局
5	1	9	多重債務者の生活再生に向けた支援	<p>東京都生活再生相談窓口での相談体制の充実を図り、多重債務者の生活再建を支援するため、以下の取組を行った。</p> <p>○多重債務者への生活相談及び必要な資金の貸付</p> <p>令和3年1月末現在の生活相談件数及び必要な資金の貸付件数は次の通り</p> <p>来所相談件数 638人(前年度比約0.7倍)</p> <p>貸付実施件数 4件(前年度比約1倍)</p> <p>○窓口相談員等への研修の実施</p> <p>窓口相談員を講師に加えた「多重債務問題に関する研修」(経験者向け・新任向け 各2回)の実施を通じて、区市の相談窓口職員の多重債務問題への理解を深め、対応ノウハウの周知ができた。(令和2年度については、新型コロナウイルスの影響により中止)</p> <p>○広報活動の実施</p> <p>ヤミ金融被害防止キャンペーンや多重債務110番等を通じた東京都生活再生相談窓口の広報に加え、自殺対策関連のネットワークを活用して相談窓口情報を提供し、他機関と連携した広報活動を行った。</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</p> <p>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。</p> <p>○窓口相談員等への研修の実施</p> <p>経験度別の研修を実施することで、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</p> <p>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>	福祉保健局
5	2	1	消費者被害救済委員会による紛争解決	<p>【令和2年度の主な取組状況】</p> <p>○委員会の処理状況は、前年度からの継続の2件に加え、新規付託2件で合計4件</p> <p>① 86号案件「高齢者と複数店舗間のアクセサリ等の過量販売契約に係る紛争」一部会(01.6.13付託 02.12.17報告)部会21回実施、4社あっせん解決、1社あっせん・調停不調</p> <p>② 87号案件「エキストラ応募後に結んだレッスン契約に係る紛争」二部会(02.1.9付託 02.11.18報告)部会6回実施 あっせん・調停不調</p> <p>③ 88号案件「日本語教育サービスの中途解約に係る紛争」二部会(02.06.04付託 02.10.20報告)部会5回実施 手続き打ち切り</p> <p>④ 89号案件「SNSで知ったオーディションの合格を契機に締結したレッスン契約に係る紛争」(02.10.8付託)審議中</p> <p>○上記処理実績(4件)中、区市からの案件は2件。また、相談担当職員研修で、86号案件について部会委員から講義いただいた。</p> <p>【過去3年間の成果】</p> <p>各案件において付託及び報告の際には、それぞれプレス発表を行うとともに、東京都ホームページ及び「東京くらしWEB」への掲載により、都民に周知を図るとともに注意喚起を実施。また平成30年度から、消費者被害救済委員会で審議した案件のうち1件を選択し、相談担当職員研修において、部会の委員に講義していただいている。出席した相談員の反応も非常に良く、今後も実施していく。このことは、相談員のスキルアップにつながり、消費者トラブルの解決に役立つと考える。</p>	<p>○消費者被害を迅速に救済するため、①付託手続きの円滑化、②部会運営の迅速化を図っていく。</p> <p>○区市町村からの案件受け入れ促進のため、区市町村訪問を実施し、委員会のPRはもとより、解決困難案件などの情報収集や意見交換を行っていく。</p> <p>○より多くの消費者被害の救済を図るため、日ごろから都内の消費生活センター等との意思疎通を図り、連携を深めていく。</p>	生活文化局
5	2	2	特定適格消費者団体への支援	<p>○特定適格消費者団体が提訴した3事案について、被害回復裁判手続資金の貸付を平成30年度から継続して行っており、特定適格消費者団体による円滑な訴訟進行に寄与している。</p> <p>○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った。</p>	<p>○特定適格消費者団体による集団的消費者被害回復訴訟を円滑に遂行できるよう、総合的な支援を継続していく。具体的には、</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・特定適格消費者団体が被害回復関係業務を適切に運用できるようにするため、特定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。 ・特定適格消費者団体に対し、被害回復裁判手続資金の貸付を継続する。 	生活文化局