

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
(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
【 施策の概要 】	
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、WEBページの構造等の改修により、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(消費生活行政ツイッター、フェイスブック)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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○ホームページ「東京くらしWEB」で、被害情報・危害危険情報等の注意喚起や学習教材等の消費生活情報を、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、効果的かつ迅速に発信した。また、SNS(X(旧Twitter)、Facebook)を活用して、こうした情報を拡散するとともに、ホームページに蓄積された有用な情報を時宜を捉えて発信するなど、より多くの消費者に向け、伝わる情報発信を実践した。 ○「東京くらしWEB」の掲載コンテンツをAI翻訳により15カ国語で情報提供した。 ○大学・専門学校に向けて、学生への注意喚起情報をメールマガジンにより配信した。(計6回) ○成年年齢引下げを踏まえ、全都立高校教員及び希望のあった私立学校に向けて、高校生や高校卒業後に有用な注意喚起情報などの消費生活情報をメールマガジンにより配信した。(計8回)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○ホームページ、SNS、印刷物など消費者の属性等に応じて様々な媒体を用いることや、注意喚起やイベントなどに合わせ効果的なタイミングで情報発信を行うことを通じて、都民の消費者被害の未然防止、拡大防止に寄与した。	
【 令和7年度取組予定 】	
○情報発信ツールに関する調査やアクセス分析等を参考に、消費者の属性等に応じた広報媒体を選択するとともに、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。 ○消費生活相談チャットボットの運用に加え、「東京くらしWEB」訪問者に、サイト内でより多くの情報に触れ、関心を高めてもらえるページ作りを行う。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
(1-1-2)	ライフステージに応じた消費生活情報の提供
【 施策の概要 】	
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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○消費生活情報紙「東京くらしねっと」を主に高齢者(成人一般を含む)を対象として発行 ・隔月(奇数月)1日 8万部発行 フルカラー 8ページ(年6回予定) ・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 ・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で構成する「編集企画会議」を開催の上、紙面内容を検討して作成 ・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 ・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(年6回予定) ○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。また、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を実施予定(2月～3月)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○高齢者に対しては、東京くらしねっとを中心に情報提供を行った。「今月の話題」で時期に応じたタイムリーな話題を扱うほか、「相談の窓口から」では相談事例に基づく消費者被害の解説を、「安全シグナル」では製品等の危害・危険情報をそれぞれ提供して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。 ○若者に対しては、若者の情報収集行動に合わせ、スマートフォンから閲覧しやすい記事づくりに取り組んだ。	
【 令和7年度取組予定 】	
○消費生活情報紙「東京くらしねっと」を主に高齢者(成人一般を含む)を対象として発行 ・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	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
(1-1-3)	効果的な情報発信による消費者被害防止啓発
【 施策の概要 】	
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。	
【 令和6年度の取組状況 】令和6年11月末現在	
近隣自治体と合同の広報キャンペーンや若者参加型事業の実施などにより、多様な消費者への啓発を行っている。 ○若者向け悪質商法被害防止キャンペーン(1月～3月予定) テーマ『悪質商法かも！？勧誘されたら188番』 ・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、街頭ビジョン等(1～3月予定) ・特別相談「若者のトラブル110番」(3月10日・11日予定) ○高齢者悪質商法被害防止キャンペーン(9月) テーマ『高齢者の悪質商法被害防止には みんなでみまもる あにまる』 ・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、交通広告 ・高齢者被害特別相談(9月9日～11日) ○成年年齢引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、中学生以上29歳以下の若者から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、地上波TVでの放送(令和7年3月予定)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	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○高齢者の消費者被害の未然・拡大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図った。リーフレット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、高齢者の特性に配慮しながら作成した。 ○若者参加型事業ではCMシナリオ及び動画の公募を行うことで、若者が自分事として消費者トラブルを捉える契機とすることができた。また、消費者教育コーディネーター制度との事業間連携による学校との連携や、社会教育施設等へのアプローチ、動画化した受賞作品のSNS配信、地上波TVでの放送(令和7年3月予定)等プロモーションの実施などにより、広く啓発を図ることができた。 ○多様な主体と連携し、広く啓発を図ることができた。	
【 令和7年度の取組予定 】	
○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) ○成年年齢引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	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
(1-1-4)	高齢者を狙った特殊詐欺被害防止
【 施策の概要 】	
都内における令和5年の特殊詐欺の被害状況は、認知件数が2,918件、被害額は約81億5,000万円で、令和4年と比較して認知件数こそ減少したものの、被害額が増加しており、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事業を実施する。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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○自治体等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(11月末現在 18回開催)。 ○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(11月末現在 62回開催)。 ○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100,000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している。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○体験会は、特殊詐欺の犯行手口を模した電話やSMSを体験してもらい、併せて被害防止のポイントを説明することにより効果的な被害防止対策となっている。 ○特殊被害防止公演は、プロの劇団員が特殊詐欺の現状や特徴等について、非常にわかりやすく演じることで被害防止対策の浸透を図ることができている。 ○被害防止リーフレットを10万部を作成し配布することで、最新の手口や対策の周知啓発を図ることができている。	
【 令和7年度取組予定 】	
○各自治体等が主催する防犯講習等に講師を派遣し、手口の解説や対策の説明に加え、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体験会を実施する。 ○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。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
(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
【 施策の概要 】	
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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○「キャンプに使う製品等による危険」をテーマに、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ている。 その後、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。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
キャンプに使う製品等による危険について、イラスト等を多用した分かりやすい事故防止ガイドを作成し、保育所、幼稚園、保健所、子育て広場等への配布を通じて、多くの保護者に普及啓発することができる。	
【 令和7年度取組予定 】	
インターネットによるアンケート調査により、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。調査結果を基に、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。 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。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
(1-1-10)	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発
【 施策の概要 】	
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来訪者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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○東京消防庁防災館と連携し、防災館で実施されたイベントに出展(5月)するとともに、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。また、10月に開催された消費生活について楽しく学べるイベントに出展するとともに、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。 ○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、プラットフォーム「Safe Kids」へ掲載する等、普及啓発の取組をあらゆる方面から行った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
子供の身の回りの危険について、模型やパネル、動画等を使用して視覚的に分かりやすく伝えることができた。また、子供の安全対策に関心の高い方はもとより、イベントを目に留めた方や、親子連れ、地域の方々等にも効果的に普及啓発することができた。	
【 令和7年度取組予定 】	
○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、プラットフォーム「Safe Kids」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。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

福祉局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【番号】	【施策名】
(1-1-11)	乳幼児の事故防止に向けた啓発
【施策の概要】	
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。	
【令和6年度の実績】令和6年11月末現在	
・事故防止学習ソフトに関する広報用チラシ・ポスターを新規作成し、保育所や幼稚園、区市町村の保健センター、子育てひろば、児童館等を通じて都民に広く周知している。 ・ホームページ上に、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」を掲載し普及啓発している。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
・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る一助となった。	
【令和7年度の実績予定】	
・事故防止学習ソフトについて引き続き都民に広く周知する。 ・ホームページ上に、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」を掲載し普及啓発する。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見	
【番号】	【施策名】
(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
【施策の概要】	
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しする「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、引続き事業者と連携した効果的な啓発を実施する。	
【令和6年度の実績】令和6年11月末現在	
○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(68回、1,538人)	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○身近な事業者等から手渡しで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。 ○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。 実施後の感想では、「具体的な手口や対処法を知ることができ、大変勉強になった」、「実際の相談内容や見守りのポイントを聞くことができ、わかりやすかった」、「テキストも分かりやすく、それぞれが自分事として考えられた」等の意見が寄せられている。	
【令和7年度の実績】	
○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(68回、1,538人)	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)成年年齢引き下げに対応した消費者教育の強化	
【 番号 】	【施策名】
(4-1-1)	消費者教育推進協議会の運営
【 施策の概要 】	
消費者団体、事業者団体、教育関係者など、消費者教育に関係する構成員で組織する消費者教育推進協議会を、消費者教育推進法に基づき設置し、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して、情報交換及び調整を行う。 また、構成員間の意見交換等を通じて、消費者教育に関する情報収集を行う。	
【 令和6年度の取組状況 】令和6年11月末現在	
○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。令和6年度は、都における金融経済教育を議題として、関係者から意見・助言等を受ける(令和7年2月予定)。 ○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った。学校教育部門と消費生活行政との連携を目的とする会議体であるが、金融経済教育の推進という観点から、スタートアップ・国際金融都市戦略室にも参加してもらい、情報交換と認識の共有を行った。(当該内容を協議会に報告予定)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
・東京都消費生活基本計画に基づく消費者教育の推進については、毎年度、協議会に事業実績を報告することとしており、取組が効果的に実施されているかといった評価の視点を含め、協議会での意見を次年度以降の施策・事業の実施につなげている。また、各構成員や所属団体の消費者教育に関する取組状況を相互に共有することにより、都内における消費者教育推進の機運醸成を図っている。 ・消費者教育推進庁内連絡会議を開催することにより、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、金融経済教育等新たな課題について認識の共有を図り、消費者教育の充実を図ることにつながった。	
【 令和7年度の取組予定 】	
○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。 ○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。 ○特に令和7年度は基本計画改定に向け、今後の東京都が目指す消費者市民社会の構築等について検討していく予定であることから、消費者教育の一層の充実についても意見交換するとともに、消費者教育推進協議会と庁内連絡会議の活性化を目指す。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

教育庁

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-1-2)	高等学校における消費者教育の推進
【 施策の概要 】	
東京都内における29歳までの若者の相談件数は、相談件数全体の約1割程度で推移し、中でも、キャッチセールス、アポイントメントセールスに関する相談件数は、20代が常に高い割合を占めている。また、20代までの若者の多重債務に関する相談が700件前後寄せられている。とりわけ、社会経験の乏しい若者を狙った悪質商法や、多額の負債を抱えて困難に直面する多重債務が深刻な社会問題となっている。 成年年齢が満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。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。 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。	
【 令和6年度の取組状況 】令和6年11月末現在	
令和6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し、関係機関の紹介を行うなどして学校を支援する。 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。 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。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
「成年年齢引き下げに伴う諸課題に関する指導の充実に向けた研修会」では、大学教授による成年年齢引き下げと実践的な消費者教育の推進に関する講演を実施するとともに、東京都消費生活総合センターから、消費者被害の相談の特徴と被害事例の紹介、消費者教育コーディネーターの活用事例及び東京くらしWEBの活用について周知することで、消費者教育の充実を図った。	
【 令和7年度の取組予定 】	
各学校における消費者教育の更なる充実に向け、次の内容に取り組む。 ・公民科や家庭科において、消費生活に関する正しい知識を習得し、適切に行動する実践力を身に付ける授業の実施 ・研修会等の実施 ・東京都消費生活総合センターとの連携による、消費者教育講座の紹介、視聴覚教材の活用に向けた情報提供 ・生活文化スポーツ局配信の消費生活メールマガジンの周知	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

教育庁

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-1-3)	小・中学校における消費者教育の推進
【 施策の概要 】	
現在、小・中学校においては、児童・生徒が消費者としての当事者意識を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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○小・中学校における消費者教育の充実に向けて、区市町村教育委員会を対象とした義務教育指導課事業説明会において、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を情報提供するとともに、年3回、小・中学校において行っている消費者教育の取組等について協議を行った。 ○消費者教育フェスタ等の開催についての周知を行った。 ○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、消費者教育の推進や専門家並びに関係機関と連携した教材開発等に関する研修を実施した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○区市町村教育委員会に対し、東京都及び東京都教育委員会の消費者教育に関わる情報を提供したことにより、小・中学校における消費者教育を推進することができた。	
【 令和7年度取組予定 】	
○小・中学校における消費者教育の充実に向けて、区市町村教育委員会を対象とした義務教育指導課事業説明会において、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について情報提供や情報交換を行う。 ○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、消費者教育の推進や専門家並びに関係機関と連携した教材開発等に関する研修を実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)成年年齢引き下げに対応した消費者教育の強化	
【 番号 】	【施策名】
(4-1-4)	消費者教育に携わる教員への支援
【 施策の概要 】	
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、さら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。 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。 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。 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。	
【 令和6年度の取組状況 】令和6年11月末現在	
○教員講座(受講者数延べ1,096人) ・講義10回、実験3回×2を会場及びオンライン配信で実施 ・成年年齢引下げを踏まえた内容の講座や「エシカル消費」などタイムリーなテーマを設定し、また、最近の消費者問題の事例紹介や消費者教育教材の解説など、授業に役立つ具体的な内容や手法を取り入れて実施 ・教育庁の協力を得て、区市町村指導主事連絡会等での事業案内や、東京都教職員研修センターのホームページでの周知等を実施 ・私立学校関係団体との連携により、理事会で事業周知 ○「わたしは消費者」を発行し、教員向けに消費生活上の課題(6月:キャッシュレス決済、9月:海外インターネット通販、12月:製品安全、3月:未定)や消費者教育教材等について情報提供 ○成年年齢引下げにかかる啓発チラシ(保護者向け)を12万部作成し、学校を通じて都内高校2年生の家庭に配布予定(12月) ○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 ○消費者教育コーディネーター 校長連絡会・義務教育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実施例を交えた活用方法を提示し、高校や中学校を始め、特別支援学校等からの相談及びコーディネート業務を実施	

【「消費者の視点」から見た、取組による成果】

○教員講座については、全講座を通じて満足度が高く、アンケートでは「経験豊富な専門家の知見を得られた貴重な機会で、充実した講義だった。」「若者の最新の相談事例と対処法を詳しく知ることができ、大変参考になった。」「実際に教材体験をしながら解説を受けられたので、すぐに授業で実践できる講座だった。」などの声が寄せられ、教員が授業等で消費者教育に取り組むための支援ができた。

○「わたしは消費者」については、消費生活に関する課題や教材・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。

○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、消費者教育事業を学校現場に普及させた。

【令和7年度の取組予定】

○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)

○「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

○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

○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)

○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、特別支援学校等にも働きかけを実施

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1) 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の強化	
【 番号 】	【施策名】
(4-1-5)	生徒・学生等に対する消費者教育
【 施策の概要 】	
社会経験が浅く、契約に対する知識や経験も少ない若者は、マルチ商法など、悪質事業者のターゲットになりやすい傾向にある。令和4年度に行われた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。 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。 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や保護者等、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。これらの講座内容は、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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○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 (35回、5,606人) ・うちオンライン配信1回、消費者教育コーディネーターからの提案により実施したもの3回 ○大学等における新入生ガイダンス等での出前講座(19回) ・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 ○学校を対象とした出前寄席(15回 大学等を含む) ○新入生向けガイダンス用講座 早期に効果的な消費者教育を行う必要性から、大学生等の新入生向けガイダンス用に東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)が共通に使用する、悪質商法等の被害防止のレジメ及び貸出用DVDを昨年度作成した。 作成後は、大学等に働きかけ活用促進を図った。(3回)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○「学校向け出前講座」を実施することにより、若者が遭いやすいトラブルや悪質商法を紹介するとともに、その対応策等を周知し、消費者被害の未然防止を図った。また、学生(生徒)の年齢に応じた内容やロールプレイ等の手法を取り入れるなど、きめ細かい啓発を図った。 ○実施後の感想等では、「多様化し続ける犯罪、トラブルについて高校生にも理解できるようにお話しいただいた。生徒のアンケートをみてもほぼ全員が危険性を再認識していた。」「ロールプレイで確認しながらの取り組みや、生徒にとっても分かりやすく、学習内容を定めることができた。」「クーリング・オフ制度について理解することができた。何か困ったときは、東京都消費生活総合センターか「188(いやや)」に連絡して相談すればよいことが分かった。」等の意見が寄せられた。 ○少人数のゼミの特徴を生かし、具体的な事例等により自分事化できるような工夫をしながら、若者を取り巻く消費者問題について学んでもらうことができた。	
【 令和7年度取組予定 】	
○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引き続き実施していく。また、小中学校、高校、特別支援学校に対してチラシの配布等、定期的な周知や個別の働きかけを行い、活用の促進を図る。 ○出前講座・寄席(大学等) 大学等については、多くの学生が集まる新入生向けガイダンスや学内イベントでの出前講座・出前寄席の実施に加え、大学の教職員と連携してゼミ単位での出前講座・出前寄席による啓発も実施する。また、新入生向けガイダンス用に作成した悪質商法等の被害防止の講座及びDVDの活用促進を図るため、大学等に働きかける。 ○出前講座(PTA、保護者、NPO等) PTA、保護者等を対象にした出前講座を継続して実施するとともに、活用の促進を図る。 ○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するとともに、消費者教育コーディネーターが学校等におけるニーズを的確に捉え、効果的な消費者教育を推進する。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-2-1)	多種多様なテーマ・手法による消費生活講座
【 施策の概要 】	
都民が消費生活において必要な知識や判断力を習得し、主体的に選択するなど自立した消費者として行動できるように、消費生活講座を開催する。 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。 また、オンラインツールを活用するとともに、デジタルデバイスへの対応も念頭に、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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○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 ・移動講座(都が経費負担。学校向け出前講座74回含む。116回、11,800人) ・派遣講座(主催者が原則経費負担。21回、766人) ・出前講座のリーフレット作成・配布 ○大学の落語研究会や社会人ボランティア等による出前寄席(222回、13,005人) ・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・漫才等を制作 ・新作台本の作成4本(うち1本やさしい日本語版)、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 ・出前寄席新作発表会(2月開催予定。会場及び録画配信) ○介護施設、老人会、町内会等における高齢者向け出前講座や出前寄席(講座46回1,366人、寄席198回9,169人) ○出前講座・寄席の派遣申込について電子申請による受付を実施 ○消費生活講座 第1回:エシカル消費(11月)、第2回:IT(11~12月)、第3回:高齢者向け悪質商法被害防止(2月) ○実験実習講座 10回、134人(飯田橋)、80人(立川) ※令和6年11月末現在 ○食育講座(4回、視聴回数868回YouTubeオンデマンド配信) ○親子講座(全8回。うち7回YouTubeオンデマンド配信、視聴回数1,245回、1回は集合16人) ○連続講座(10回、視聴回数3,692回YouTubeオンデマンド配信) ○多様な主体との連携講座(12月5日開催 97人 12月27日~1月16日録画配信予定)	

【「消費者の視点」から見た、取組による成果】

○出前講座や出前寄席の実施を通じて消費者啓発員や大学の落語研究会、社会人ボランティア等が消費者の希望する都内の場所へ出向き、消費者問題をわかりやすく伝える「届ける教育」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て消費者被害の未然防止を図った。実施後には「詐欺の手口をわかりやすく、また面白く落語にしていたので、とても良かった。」「漫才はとても面白く、消費者トラブルについて理解が深まった。」「トラブルの多い事例を要所要所に笑いの部分を織り交ぜながら、注意喚起をしていたのでわかりやすかった。」等の感想が寄せられた。

○消費生活講座や実験実習講座など、身近で話題性のあるテーマを取り上げた講座を通じ、受講した都民に対して、日々の生活に役立つ知識を提供することができた。

○親子夏休み講座において、「未来の地球を守るエシカル消費のススメ」等の環境問題や、「お金の使い方」・「ネットのルール」に関するテーマを取り上げることで、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考えることができる機会を提供できた。

【令和7年度の取組予定】

○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、引き続き派遣する（オンライン対応も行う）。また、出前講座と出前寄席を組み合わせ実施することの効果について啓発を図り、さらなる活用を促進していく。

○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）

○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）。

○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）

○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）

○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）

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-2)	事業者等による消費者教育の促進
【施策の概要】	
事業者等における従業員向け消費者教育を促進するため、従業員向け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。	
【令和6年度の実績】令和6年11月末現在	
○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出前寄席のリーフレット等を紹介 ○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	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○出前講座や出前寄席では、各事業者のニーズ(対象世代・テーマ等)に応じた講座を実施することで、有意義な消費者教育を実施することができた。 ○従業員向け消費者教育に活用できる出前講座やリーフレット等を紹介するほか、取組事例を取り上げることで、事業者・事業者団体等が同様の取組を実施するための検討材料を提供することができた。	
【令和7年度の実績】	
○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。 ○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	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-2-3)	事業者団体等の取組に関する情報提供
【 施策の概要 】	
事業者団体等は、その専門性を活かし、多種多様な消費者教育教材・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、さらなる活用促進を図る。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○東京くらしWEB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が実施する出前授業に関する情報を提供するほか、都区市町村センター所長会において、同情報を一覧化したリストを区市町村に提供するなどにより、活用を促進(教材展示:21団体、出前授業情報:21団体) ○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、パネル展示は定期的に展示替えを行い最新情報を提供 ○消費者問題教員講座において、事業者団体等が作成した消費者教育教材を展示するとともに、各団体が実施する出前授業に関する情報を提供	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○授業ですぐに活用できる教材等を幅広く紹介することで、教員が消費者教育に取り組みやすくなるよう支援することができた。 ○事業者団体等の取組内容等を紹介することで、東京都消費生活総合センターを利用する消費者に有益な情報を提供することができた。	
【 令和7年度取組予定 】	
○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 ○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引き続き実施する。 ○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	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-4)	事業者団体等との連携による消費生活講座
【施策の概要】	
消費者教育を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。	
【令和6年度の実施状況】令和6年11月末現在	
○東京都金融広報委員会と連携した消費生活講座(会場とオンライン配信の併用。1回、437人) ○多様な主体との連携講座(12月5日開催 97人 12月27日～1月16日アーカイブ配信予定) ○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(1月実施予定)	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○東京都金融広報委員会と連携した消費生活講座では、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た。 ○「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、事業者、消費者団体等と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している。 ○他団体とセミナー等の実施を通じて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。	
【令和7年度の実施予定】	
○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 ○多様な主体との連携講座 専門知識を持つ事業者団体や消費者団体等と連携を図りながら、デジタルや環境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開催する。 ○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	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-2-5)	区市町村に対する消費者教育推進に向けた支援
【 施策の概要 】	
主体的に選択・行動ができる自立した消費者への変革を促すためには、消費者の生活に身近な区市町村における消費者教育が重要である。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。 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。	
【 令和6年度 of 取組状況 】令和6年11月末現在	
○消費生活に関する情報の提供及び共有を目的として「東京都・区市町村消費生活行政情報」を毎月発行 ○消費生活講座を企画する際に参考となるよう、各区市町村の消費生活講座開催状況をとりまとめて提供 ○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(7回、1,027人) ○区市町村において消費者教育等の担い手となる方等に消費者問題に関する知識習得の機会を提供するため、消費者問題マスター講座に「区市町村枠」を設け、区市町村を通じて申込のあった受講生を受け入れ(14区市、46人) ○独自に出前講座を実施している区市町村においてテーマ、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実施を支援(13回、273人) ○区市町村が実施する消費生活展等に向けたパネルの貸出やイベント集客のための広報協力(パネル貸出22件) ○多摩地域の市町村と「共催講座」を開催することを通じ、テーマ設定や講師の選定などに係るノウハウを提供し、多摩地域における消費者教育の推進を支援(8回、160人)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○消費生活行政に関する情報共有や研修実施などの支援を通じて都全域で消費生活行政の底上げを図ることで、区市町村における消費者教育等の体制強化につながった。 ○消費者問題マスター講座に「区市町村枠」を設け、地域包括支援センター職員や地域で消費者啓発活動に携わる方などに消費者問題に関する知識等を付与することにより、消費者教育・啓発活動の支援を行った。 ○自前の出前講座を実施している区市町村からのコンシューマー・エイドの派遣依頼は、一般的な悪質商法被害防止のほか、お金の使い方や健康な食生活、インターネットやSNSによるトラブル防止等の個別テーマや実験を伴う講座も多く、これらの分野について区市町村を支援することができた。 ○共催講座において、経費の一部負担だけではなく、企画、講師選定についても支援することができた。	

【 令和7年度の取組予定 】

- 「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
- 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)
- 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
- 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)による出前講座の活用について、引き続きあらゆる機会を通じて働きかけていく。
- 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。

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【 施策名 】
(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
【 施策の概要 】	
消費者教育推進法で努力義務とされている消費者教育推進計画の策定や消費者教育推進地域協議会の設置に向けて、区市町村に対して、情報提供を行うなどの支援を行う。 また、消費者教育コーディネーター、消費生活サポーターについては、区市町村へ活用事例の紹介を行うなど、理解の促進を図る。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
・国の動向について随時各区市町村へ情報提供を行った。 ・東京都消費者教育コーディネーター事業について、東京都・区市町村消費生活行政担当課長会において、区市町村への資料提供を行い、周知を図る(令和7年2月予定)。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
区市町村が消費者教育を行うに当たって課題としている「教育部門との連携」を支援することで、区市町村における消費者教育の推進が可能となる。	
【 令和7年度取組予定 】	
○消費者教育推進法で努力義務とされている区市町村における消費者教育推進地域協議会の設置や消費者教育推進計画の策定に向け、取組事例の紹介を行うなど情報提供による制度等の理解の促進を図るとともに、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。 ○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。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-2-7)	地域における消費者教育の担い手の育成
【 施策の概要 】	
消費者問題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。 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。	
【 令和6年度の実績 】令和6年11月末現在	
○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育成を図るため、消費者問題マスター講座を実施(ライブ配信及びオンデマンド配信、各13回。11月末現在受講者数延べ2,495人) ・「消費者市民としての私たちの役割」をテーマに、消費者市民社会の考え方と消費者市民としての役割等について学ぶ講座を設定 ・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する知識習得の機会を提供するため、「区市町村枠」を設け、区市町村を通じて申込のあった受講生を受入れ(14区市、46人) ・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進(今後予定) ・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や消費者団体の活動等の情報をまとめ、受講者に提供	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
消費者問題マスター講座の受講者アンケートでは、「消費者被害を防ぐためには、常に最新の手口を把握するとともに、その知識を周囲の方に伝えていくことが必要不可欠と感じた」「継続的な学習をして自分も地域サポーターになりたい」等の回答が寄せられており、受講者からの高い意欲に込められている。	
【 令和7年度の実績 】	
○消費者問題マスター講座(全13講座) 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。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-2-8)	消費者教育教材の作成
【 施策の概要 】	
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。 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、さらなる活用促進を図る。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○一般消費者、特に高齢者向けのDVD教材として、インターネット利用における情報モラルとトラブル防止策をテーマに制作中 ○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 ○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「消費者教育・啓発ノート」を12万部作成し、都内の全高校2年生を対象に配布予定(12月) ○教員講座において、教材の活用方法等を解説する講座を実施し、活用を働きかけ ○教材の活用 校長連絡会・教育研究会などの組織や、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	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○Web版消費者教育読本と消費者教育DVDの作成を通じ、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て行動できる力を身につけるための学習の一助となることが見込まれる。 ○教材の解説書等を作成し、教員講座での解説や教育庁との連携による周知に取り組むほか、他行政機関からの複製依頼等にも応えることで、教材の活用促進を図っている。 ○消費者読本「飯田橋四コマ劇場」や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・拡大防止に向けた啓発を実施する。	
【 令和7年度取組予定 】	
○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。 ○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 ○「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口などを4コマ漫画で紹介する消費者読本の活用を働きかけ ○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 ○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	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-2-9)	消費者団体等の活動支援
【 施策の概要 】	
消費者問題の解決には、専門的な知識や経験を持つ消費者団体等との協働が不可欠である。そこで、消費者団体・グループの活動の場として学習室・教室の貸出しを行い、自主的な学習や活動等を支援する。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。	
【 令和6年度の取組状況 】令和6年11月末現在	
○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等を貸出。オンラインでの申込受付を、多摩消費生活センターでは6月1日から開始、消費生活総合センターでは12月1日から開始予定で、利用者の利便性を向上させ、施設予約に係る負担軽減を図る。 ・消費生活総合センター（飯田橋）1,411回、多摩消費生活センター（立川）385回 ○一般消費者に対する情報発信等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（5回）	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○消費者団体やグループ等の自主的な学習、情報発信等を支援することにより、消費者団体等にオピニオンリーダーとしての役割を果たしてもらうことができ、東京都消費者月間事業等の協働事業にもつなげていくことができた。 ○消費者団体と連携して講座を開催することにより、消費者団体のノウハウを活用することができた。	
【 令和7年度の取組予定 】	
○消費者団体・グループの活動の場として消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの学習室及び教室を貸出を実施する。また、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。 ○消費生活総合センター及び多摩消費生活センターにおいて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 ○一般消費者に向けた啓発活動及び情報発信を推進するための学習会として、消費者団体等との協働による学習会を実施していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-2-10)	消費生活に関する図書資料室等の運営
【 施策の概要 】	
消費生活総合センターに図書資料室を設置し、消費生活に関する図書、行政資料、団体資料(消費者団体、事業者団体)、消費者教育用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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○消費生活総合センター(飯田橋) 蔵書数:図書資料21,046冊、雑誌4,951冊、DVD等660本 貸出数:図書資料865冊、DVD等116本 図書資料室の利用者数23,136人 ○多摩消費生活センター(立川) 蔵書数:図書資料6,701冊、雑誌187冊、DVD等254本 貸出数:図書資料120冊、DVD等11本 図書の貸出人数120人 ○消費生活総合センター展示コーナーにおける商品テスト物等を活用した情報提供	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○都民に対し、安全・安心な消費生活を営むために必要な情報を随時、的確に提供できた。利用者からは、「他の図書館にはない、消費生活関連の専門的な図書資料が充実している。」「社会的に話題になっているテーマに係る資料が幅広く揃っており便利である。」等の意見が寄せられている。 ○センターを会場とする講座のテーマやセンター発行の冊子等の内容に合わせて配架棚にて特設コーナーを設けるなど利用者の利便性向上を図った。	
【 令和7年度取組予定 】	
○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・貸出等により提供する。 ○センターを会場とする講座のテーマやセンター発行の冊子等の内容に合わせて配架棚にて特設コーナーを設けるなど利用者の利便性向上を図っていく。 ○パンフレットコーナー及び展示コーナー 内容の更新及び変更等を随時行う。また、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。 ○多摩センターにおいては、交流コーナーに設置した「市町村パンフレットコーナー」やエシカル消費に関するパネルやグッズ、パンフレットなどを展示する「エシカルコーナー」の情報を適宜更新し、有益な情報提供を図る。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-2-11)	消費者団体との協働事業
【 施策の概要 】	
消費者団体と東京都による協働事業として、消費者月間事業を共催で実施する。 消費者月間事業は、都民の消費者としての自覚を促し、消費者の権利の確立と定着を図り、消費者問題の解決を促進するため、①消費者意識の啓発、②消費者相互の連携強化、③消費者・事業者・行政の協働の推進を目的に、毎年10月の東京都消費者月間を中心に各種事業を展開している。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さらなる事業の拡充を図る。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○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10月を中心に各種事業を実施。より多くの都民の参加が得られるよう、オンライン配信等も活用し、時代に適合したテーマ設定など、暮らしに役立つ情報の発信を目指した。 テーマ「持続可能なやさしい未来へ」(参加消費者団体22団体) ○交流フェスタ 「見て、聞いて、話そう！交流フェスタ2024」をテーマに新宿駅西口広場イベントコーナーで開催。6つの出展ブースでは、消費生活に関する様々な情報発信を行い、暮らしに役立つセミナーステージやクイズラリー、体験コーナー等を実施(約12,500人) ○メインシンポジウム (会場及び録画配信) 「だまし被害にあわない！デジタル社会を生きる力」(会場 90人、11月25日～12月16日録画配信) ○地域会場(2会場) 多摩会場『炭素循環社会へ「グリーン水素」の挑戦』(会場 45人)、ワークショップ(会場 30人) 八王子会場「食の有効活用、おいしく無駄なく！野菜をいただく」(会場 56人)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○交流フェスタは、「とても勉強になりました」「扱うテーマが幅広く、生活の知識として役立つと思った。」「クイズラリーを通して、興味関心がないコーナーにも立ち寄れてよかった。」等の意見が多く寄せられた。 ○メインシンポジウムでは、「詐欺の手口もどんどん変わっていく中で、訓練することが大切だと感じた」「楽しく学ばせていただいた」等多くの方々から好評を得た。 ○地域企画の多摩会場では、「水素に関する新しいことを学ぶことができた」、「たくさんの学びがありました」、「ワークショップは楽しかった。良い交流ができた」等の意見が寄せられた。	
【 令和7年度取組予定 】	
○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引き続き実施。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ン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、広報展開も強化していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-2-12)	計量に関する周知活動と教育の推進
【 施策の概要 】	
消費者利益の確保を目的として、周知と教育の二つの観点から効果的に普及を進め、消費者自身の計量制度に対する認識の向上を図るものである。 ①情報発信 計量制度全般を取り扱う記念日行事を主催するほか、区市町村等の生活展への出展、ホームページ、ツイッター、リーフレットでの情報提供等を実施する。 ②消費者教育の推進 小学生の段階から計量に親しみ興味をもってもらえるよう、夏休み期間に計量器の工作などを体験する「親子はかり教室」を開催するとともに、計量及び学校教育の関係者と協力し、「出前計量教室」の開催や計量に関係する教科の支援に取り組む。	
【 令和6年度 of 取組状況 】令和6年11月末現在	
1 情報発信 ・関連団体と実行委員会を組織し、計量記念日(11/1)に新宿駅西口広場で「都民計量のひろば」を開催した。SNSの積極的活用やチラシ・ポスターの工夫、出展団体・企業による様々な計量に関するクイズラリーの実施などで、参加層の拡大、興味・関心の向上を図った。(約314名) イベント終了後、「web版都民計量の広場2024」の公開に向け作成に取り組んでいる。(2024年1月末公開予定) ・関係機関や区市町村が主催する「消費生活展」等のイベント12会場に参加し、計量の普及啓発に努めた。クイズの活用や実機の展示などにより、消費者のくらしに身近な計量器に関する法制度の知識定着を図った。 ・SNSを活用し計量に関する情報をタイムリーな話題と関連付けて発信し、計量になじみのない層、若い層を対象に計量の認知拡大と興味・関心の喚起を図った。(発信頻度月1～2回程度。11月末時点12回) 2 消費者教育の推進 ・消費生活調査員100名による、食料品などの商品の計量調査を2回実施して消費者の商品量目に関する意識の向上を図った。 ・計量関係団体と連携し、小学生を対象とした「出前計量教室」等(7教室)を実施した。 ・夏休み期間に3日間(7/22～24)に小学生とその保護者等を対象とした親子はかり教室を開催した(64組144名参加)。また、HP上に「web版親子はかり教室2024」を夏休み期間に2カ月間公開した。オリンピック・パラリンピックにちなんだタイムリーな記事を掲載するとともに、棒はかりの作り方を動画で紹介するなど、興味・関心を喚起しより分かりやすく広く周知を図れるよう取り組んだ。(動画は継続して公開) ・関係団体と協働し、小学校教員向けに算数の「重さ」の単元において、1人1台のはかりを使用する、体験型学習プログラムの提案を行う事業を開始した。(令和6年10月開始)	

【「消費者の視点」から見た、取組による成果】

1 情報発信

- ・「都民計量のひろば」で行った参加者へのアンケートでは、「身近なものはかる楽しさを学んだ」「私たちの生活ではかることの重要性を知ることができた」など計量に関する関心さらには制度への理解が進み、正しい計量の大切さに対する意識の向上につながった。
- ・消費生活展等への出展では、クイズを通して消費者のくらしに身近な計量器に関する法制度の知識定着を図った。
- ・SNSを活用し計量に関する情報発信を行い、X(旧Twitter)では各回8000前後のアクセスがあり、認知拡大につながっている。

2 消費者教育の推進

- ・「親子はかり教室」では、参加した保護者から「日常で“はかる”ということにあまり意識していなかったが、正確に“はかる”ことの大切さを再認識することができて勉強になった」、参加児童からは「実際に体験してわかることがいっぱいありおもしろかった」など、計量の様々な体験を通して興味・関心、正しい計量の大切さの意識へとつながった。
- ・「web版親子はかり教室2024」では、夏休みの自由研究等に活かせるタイムリーな情報提供を行うことができた。動画は工作したばかりを使って計量する体験を通してはかることのおもしろさ、正しい計量の大切さを実感できるものできた。
- ・関係団体と協働した、小学校教員向け体験型学習プログラムの提案事業については、都内小学校6校よりプログラム活用の応募があった。

【令和7年度の取組予定】

社会経済の基盤である計量の大切さをより広く認知し理解促進を図るため、計量制度150周年の機会を活用して、計量になじみのない層、特に小中高校生等をターゲットに計量の普及啓発の強化に取り組む。

具体的には、計量検定所の業務を通して計量制度についてわかりやすく学ぶことのできる動画や、計量制度とくらしの変遷を関連付けて計量の大切さをわかりやすく学ぶことのできる150年記念コンテンツの制作・公開を行うほか、計量記念日行事において小中高校生等を対象とした講演会等を開催する等、計量への興味・関心の喚起から主体的な学びへとつながるよう取組を行う。

1 情報発信

- ・関連団体と実行委員会を組織し、計量記念日(11/1)に「都民計量のひろば」を開催する。
新たに中高生等を対象した講演会、小学生対象としたパフォーマンスを通して計量を学ぶプログラム等を実施する。
- ・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やリーフレット、SNS等を有効活用するとともに取材の機会をとらえるなどして、計量に関する情報を広く効果的に発信し、計量制度の啓発を図る。

2 消費者教育の推進

- ・消費者の商品量目に関する意識の向上を図るため、消費生活調査員による食料品などの商品の計量調査を年3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い関心を高めることで、計量の普及を図る。
- ・小学生向け事業として、出前計量教室及び親子はかり教室(小学生とその保護者)を実施する。
親子はかり教室は実施回数を3回から6回に増やすことで、さらなる認知拡大・理解促進を図る。
- ・小学校教員に対し、学校教育における計量に関係する授業に活用できる体験型学習プログラムを提供する事業に関係団体と協力して取り組む。

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(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
【 施策の概要 】	
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。	
【 令和6年度 of 取組状況 】令和6年11月末現在	
令和6年11月末時点で、ファミリールール講座の開催数は743回、受講者数は129,807人。そのうち、保護者等を対象とした家庭等でのルール作りを支援する講座を計68回、生徒自身の自主ルール作りの支援を計24回、ネット利用を起因とした性被害等を身近な問題として理解を深めるための大学生ファシリテーターを活用したグループワークを計56回実施しており、様々な層にインターネットやSNSの適正な利用について広く啓発している。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
令和5年度の講座終了後のアンケート結果においては、「理解できた」「今後役に立つ」と回答した受講者がそれぞれ99%に達した。利用者のニーズに応じた講座構成やグループワークを実施することで高い満足度を得ている。	
【 令和7年度 of 取組予定 】	
引き続き、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」を開催していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-14)	SNSTラブル防止動画コンテスト
【施策の概要】	
都内在住・在学・在勤の13歳から29歳までの若者からSNST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機運を醸成している。	
【令和6年度の実施状況】令和6年11月末現在	
令和6年度のコンテスト応募テーマを「SNSを使うときに気を付けたいこと」、応募コンセプトを「私達を守るために、明るく楽しく生活するために」とし、令和6年6月21日から10月21日までの間、動画部門及び静止画部門の作品を募集した。令和7年2月に表彰式を開催の上、入賞作品はデジタルサイネージ等で放映を予定している。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
青少年が、SNSTラブル防止動画コンテストに応募するための動画等を自ら制作することで、SNSTラブル問題への理解の醸成となり、また入賞作品をデジタルサイネージ等で啓発することにより、青少年がSNSを安全に利用するための一助となった。	
【令和7年度の実施予定】	
引き続き、SNS上での様々なトラブル・犯罪被害等から青少年を守るため、青少年等から啓発作品を募集する「SNSTラブル防止動画コンテスト」を開催する。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

東京消防庁

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-15)	児童等に対する防火防災教育
【施策の概要】	
○児童等への防火防災教育を推進していく中で、遊具、建築設備、交通機関や日常生活用品等に起因して発生した日常生活事故事例を基に、これら事故に対する児童等の自らの危険予測及び将来にわたる危険回避能力を高めるための教育を実施する必要がある。そこで、消防職員や消防団員等が学校に出向いて実施する体系的な防火防災教育を総合防災教育として教育関係機関と連携して推進する。	
【令和6年度の実施状況】令和6年11月末現在	
○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、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。また、児童のタブレット端末や当庁のデジタル教材を活用し、学習効果を高めた。 ○こどもの発達段階に応じた事故事例や対応策を紹介するアニメーション動画「知ろう！！日常に潜む危険！！」を令和5年度に制作し、乳幼児編、小学生編、中高生編と幅広い児童等に注意喚起を図った。 ○総合防災教育実施件数及び人員（令和6年10月末現在の速報値）は、3,227件、308,495名であった。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○児童等の発達段階に応じた総合防災教育マニュアルやデジタル教材等を活用することにより、対象に応じた学習を行うことができ、理解を深めることができた。デジタル教材は当庁ホームページに掲載しているので、学校以外の場所でもいつでも気軽に視聴できる。	
【令和7年度の実施予定】	
○通年で行う総合防災教育を実施する際に、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等を基に、当庁で制作したデジタル教材や普及資料を活用するなど、教育関係機関と連携して児童及び生徒への防火防災指導を行っていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

中央卸売市場

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-2-16)	食育推進活動支援のための情報提供
【 施策の概要 】	
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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
豊洲市場や大田市場の見学者コース等で水産・青果のせり等の様子を紹介するQR動画を引き続き公開するとともに、新たに大田市場において花きを紹介するQR動画を設置するため、撮影等を進めている。 また、普段はなかなか教わることのできないプロの料理人が考案した、中央卸売市場の食材を使用したレシピによる料理教室を開催するとともに、動画配信を行うことで、中央卸売市場の理解促進と幅広い世代の食育を推進していくため、関係者等と調整を行っている。 さらに、現行の広報用動画の一つである「東京の魚市場」については、最新の状況を踏まえ、現在の魚市場の取組を正しく都民に伝える内容へと刷新するため、撮影等を進めている。 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。 ※市場まつり:8市場で開催、食育・花育教室等:5市場で18回開催(開催予定含む)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○見学者コースへのQRコードを設置し、見学者にせりの動画を視聴してもらうことで、せり時間外においても見学者が卸売場の臨場感を体感できるようになった。 ○食育・花育教室等の開催やデジタルを活用した広報活動により、生鮮食料品等に関する知識や市場における安全・安心対策等を知る機会が増えた。 ○令和6年度は開場後、初開催となる豊洲市場まつりをはじめ、8市場において市場まつりを開催し、都民の生鮮食料品等に対する都民の理解醸成を図るとともに、地域との交流促進につながる取組が実施できた。	
【 令和7年度取組予定 】	
○引き続き、食育・花育教室、市場まつり等を開催し、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提供することで、食育・花育を推進していく。 ○講習会等を開催の上、後日デジタルを活用して配信することで、より多くの都民に対し、食育・花育や市場流通への理解促進を図っていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

中央卸売市場

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
(4-2-16)	食育推進活動支援のための情報提供
【 施策の概要 】	
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。	
【 令和6年度の取組状況 】令和6年11月末現在	
豊洲市場や大田市場の見学者コース等で水産・青果のせり等の様子を紹介するQR動画を引き続き公開するとともに、新たに大田市場において花きを紹介するQR動画を設置するため、撮影等を進めている。 また、普段はなかなか教わることのできないプロの料理人が考案した、中央卸売市場の食材を使用したレシピによる料理教室を開催するとともに、動画配信を行うことで、中央卸売市場の理解促進と幅広い世代の食育を推進していくため、関係者等と調整を行っている。 さらに、現行の広報用動画の一つである「東京の魚市場」については、最新の状況を踏まえ、現在の魚市場の取組を正しく都民に伝える内容へと刷新するため、撮影等を進めている。 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。 ※市場まつり:8市場で開催、食育・花育教室等:5市場で18回開催(開催予定含む)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○見学者コースへのQRコードを設置し、見学者にせりの動画を視聴してもらうことで、せり時間外においても見学者が卸売場の臨場感を体感できるようになった。 ○食育・花育教室等の開催やデジタルを活用した広報活動により、生鮮食料品等に関する知識や市場における安全・安心対策等を知る機会が増えた。 ○令和6年度は開場後、初開催となる豊洲市場まつりをはじめ、8市場において市場まつりを開催し、都民の生鮮食料品等に対する都民の理解醸成を図るとともに、地域との交流促進につながる取組が実施できた。	
【 令和7年度の取組予定 】	
○引き続き、食育・花育教室、市場まつり等を開催し、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提供することで、食育・花育を推進していく。 ○講習会等を開催の上、後日デジタルを活用して配信することで、より多くの都民に対し、食育・花育や市場流通への理解促進を図っていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

スタートアップ・
国際金融都市戦略室

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-18)	金融リテラシーの向上
【施策の概要】	
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、全世代向けの金融経済教育実施に係る講師派遣の事業や、(一社)東京国際金融機構と連携した金融セミナーの実施等を通じ、都民の金融リテラシーの向上に資する取組を展開する。	
【令和6年度取組状況】令和6年11月末現在	
(1)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。 (2)都民向け金融セミナー FinCity.Tokyoの知見を活用し、ライフステージに合わせた金融知識を学ぶセミナーを実施。 (3)50代以降に特に必要な金融知識の普及 人生100年時代をより豊かに過ごせるよう、主に50代から60代を対象とする金融知識に関するハンドブックを作成中。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
セミナーや講師派遣により、金融知識を具体的に学ぶ機会を得られた。	
【令和7年度取組予定】	
都や(一社)東京国際金融機構が主催するイベント等において、金融経済教育推進機構(略称:J-FLEC)認定アドバイザー等と連携して個別無料相談会を実施する等、個人のファイナンシャル・ウェルビーイング実現に向けた支援を実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

生活文化スポーツ局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(4-3-1)	エシカル(倫理的)消費の理解の促進
【 施策の概要 】	
「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プロジェクトの展開などを行っていく。 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。	
【 令和6年度の取組状況 】令和6年11月末現在	
「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。 ○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(本会2回、分科会2回(予定)) ○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開催(5月有明、12月八王子で開催) ○子供の頃からエシカル消費に親しみ、当たり前世代を育成するため、中高生を対象に、ファッションを切り口に商品ができていく過程が人や環境にやさしいものになっているかを学び、考えるワークショップや成果発表会を実施 ○エシカル消費のさらなる実践拡大に向け、専用サイト及びSNSでの情報発信に加え、約100社のパートナー企業・団体と連携し、都民にエシカルな行動を一斉・集中的に呼びかける「キャンペーン」を実施。 ○新たなパートナー企業・団体の募集 ○エシカル消費をテーマにした消費生活講座を実施 ○消費者月間事業「交流フェスタ2024」にて、エシカル消費の啓発を目的にブースを出展 ○消費者月間事業でエシカル消費をテーマにしたオンライン講演会を実施	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
・エシカル消費の認知度向上だけでなく実践につなげるため、エシカル消費とはなにか、なにをすればよいかの情報をWEBサイトやInstagramで発信し、普及啓発することができた。 ・エシカルマルシェや中高生を対象としたワークショップなどの取組を通じ、都民がエシカル消費を体験し、日常での実践・定着につなげられる機会を提供した。 ・パートナー企業・団体と連携したTOKYOエシカルキャンペーンを通じ、都民が接する日常のさまざまな場面でエシカルな行動を一斉・集中的に呼びかけ、エシカル消費の実践につながる気運の醸成を図った。	
【 令和7年度の取組予定 】	
「TOKYOエシカル」において、「何がエシカル消費につながるのか」「自分の身近な場所でやれること」などの情報発信を継続して行うと同時に、未来を担う子供たちに向けた取組、体験の場の創出、エシカル消費の認知度向上と行動実践を促す気運醸成企画の3つを軸に、パートナー企業・団体と協働事業を展開する。 また、パートナー企業・団体が連携し、新規で実施するエシカル消費推進の取組に対する支援を行う。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(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
【 施策の概要 】	
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。 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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
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っている。(相談マッチング:56件)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
事業者が行うプラスチックや食品ロス等、資源循環に係る試験的な事業や仕組みづくり等への支援を通して、消費者にも事業の取組を体感いただくこと、また、専用ポータルサイトで自治体や企業の取組の好事例・最新情報等を発信し、資源ロス削減について考えるきっかけを提供した。	
【 令和7年度取組予定 】	
引き続き、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。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い、消費者の行動変容を促していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

総務局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(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
【施策の概要】	
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。 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。	
【令和6年度の実施状況】令和6年11月末現在	
・「東北3県(岩手・宮城・福島)ふるさと市」を、「SusHi Tech Tokyo2024」の実施に合わせ、「シンボルプロムナード公園内」(江東区青海)で5月(第5回)に開催。 ・能登半島地震の被災地も対象に加えた「復興応援ふるさと市」を、「御徒町南口駅前広場(おかちまちパンダ広場)」で11月(第6回)に開催。 ・被災県産品の魅力や販売イベント等の情報を、都公式X(旧Twitter)や部HP等で広く発信。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
消費者に、被災県産品に関する適切な情報を提供	
【令和7年度の実施予定】	
・令和6年度に引き続き、「復興応援ふるさと市」を5月(第7回)及び秋頃(第8回)の年2回、「御徒町南口駅前広場(おかちまちパンダ広場)」等で開催予定。 ・広報についても、引き続き被災県産品の魅力や販売イベント等の情報を、都公式X(旧Twitter)や部HP等で広く発信していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

福祉局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【 施策名 】
(4-3-4)	福祉・トライアルショップの展開
【 施策の概要 】	
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。 ・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年度にはネット通販を令和5年度には委託販売を開始した。 ・店舗等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。	
【 令和6年度の取組状況 】令和6年11月末現在	
・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8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	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
商品の企画・開発等へのサポートにより、自主製品の価値や魅力が向上するとともに、お客様が着実に定着(常連化)しており、自主製品を購入することが障害者支援やエシカル消費に繋がることなど、自主製品や本事業への消費者の理解が進んできている。	
【 令和7年度の取組予定 】	
・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9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	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-6)	身近な生活環境でのVOC(揮発性有機化合物)対策
【施策の概要】	
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。	
【令和6年度の実施状況】令和6年11月末現在	
ガイドブック配布やWebコンテンツ等による周知を引続き継続するとともに、関係する各種団体と連携した周知活動を強化。(特に、NGOと協力して大気環境に配慮した製品を紹介する特設サイト「Clear Sky Navi」をオープン) 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る。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
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、イベントや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。	
【令和7年度の実施予定】	
・VOCの夏季対策において、一般消費者向けに「VOC対策セミナー」として動画配信を実施 ・区の環境イベントに出展 ・「身近な低VOC製品の選び方ガイドブック」を、各イベントで配布 ・環境配慮商品の情報を、消費者に発信する取組推進	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(4-3-7)	生物多様性の普及啓発
【 施策の概要 】	
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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○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、参加者のニーズに合ったプログラムを検討し、内容の充実を図るなど、取組を推進 ○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	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
都民が参加できる環境学習等の実施により、生物多様性に関する普及啓発が図られている。	
【 令和7年度取組予定 】	
○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、参加者のニーズに合ったプログラムを検討し、内容の充実を図るなど、取組を推進していく ○生態系に配慮した緑化の推進 ・引き続き、「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	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(4-3-8)	環境学習の推進
【 施策の概要 】	
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、自ら気づき、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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○私立を含む都内小学校の教員等への実践的な環境教育の研修を行い、教科横断的かつ総合的に、環境に関する授業を実践できる人材を養成するため、小学校教員向け環境教育研修会を実施した。(5回) ○都民が自発的に環境に配慮した行動を取れるよう、都民の環境問題へ理解を深めることを目的にテーマ別環境学習講座を実施した。(オンライン開催1回、対面開催1回) ○環境学習総合ポータルサイトへの情報掲載や、環境学習動画の制作など、都民が場所と時間を選ばず環境学習ができる環境の充実を図った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○(公財)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。	
【 令和7年度取組予定 】	
○環境公社と連携し、小学校教員向け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を実施するとともに、環境への理解向上に資する普及啓発コンテンツの制作、特設ホームページによる情報発信など、引き続き、環境学習の推進に取り組む。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(4-3-9)	環境問題に配慮する消費者行動促進支援
【 施策の概要 】	
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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
グリーン購入に係る説明会の実施や資料配布、HP上の情報発信により、一層の周知を図った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
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。	
【 令和7年度取組予定 】	
都庁各組織によるグリーン購入の推進に向け、説明会の実施や資料配布、HP上の情報発信により、より一層の周知を図る。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【 施策名 】
(4-3-10)	省エネラベリング制度
【 施策の概要 】	
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。	
【 令和6年度の実施状況 】令和6年11月末現在	
「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。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
省エネラベリング制度の認知度が高まることで、消費者自らが家電の購入や買替時により省エネ性能が高い機器を選択するきっかけに繋がる。	
【 令和7年度の実施予定 】	
引き続き、「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。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(4-3-11)	気候変動適応策の推進
【 施策の概要 】	
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、区市町村や都民等への情報提供等を行う。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
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る。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
気候変動の影響や適応等に関する理解を深めるきっかけの提供などを通じて、適応策への取組を促した。	
【 令和7年度取組予定 】	
引き続き、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の収集、整理、分析及び提供等を行っていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(4-3-12)	新たな環境施策を推進するための広報展開
【 施策の概要 】	
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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○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、X(約500件投稿)やFacebook(約130件投稿)、各種動画、デジタルメディアプレスリリース、デジタルサイネージ、インターネット広告等を活用した広報展開も実施 ・環境局のホームページ管理システムを政策企画局が主導する新たなシステムへ更新し、新規コンテンツの作成等を実施 ・各部のSNSアカウントについてKPIを定め、達成状況について定期的に確認・報告 ・機械翻訳によるホームページの多言語化対応を継続して実施 ・GoogleAnalytics有償版を活用し、さらに詳細なアクセス分析を実施 ○HTT <電力をHへらす・Tつくる・Tためる>取組の推進 ・特設サイトを更改し、脱炭素社会の実現に向けた、「電力をHへらす・Tつくる・Tためる」取組を発信するとともに、でんき予報「東京エリア使用率」にて電力のひっ迫情報をリアルタイムに発信 ・HTTキッズページを新しくHPコンテンツとして公開 ・環境省が進める「デコ活」の取組を率先して実施していくため、HP、SNS、イベント等での発信を強化 ○印刷物等の活用 ・「広報東京都」に環境施策に関する特集記事やイベント等の告知記事を時期に合わせ掲載 ・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)にイベント情報などを掲載 ○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154(11月末時点)件)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
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、各種支援制度の利用やイベントへの参加など、一層の理解や行動変容に繋がっている。	
【 令和7年度取組予定 】	
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。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(4-3-13)	ゼロエミッションモビリティの普及促進
【 施策の概要 】	
走行時にCO₂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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
【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、プラグインハイブリッド自動車、燃料電池自動車、電動バス・トラック、燃料電池バス、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。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
【環境局】 補助事業等を通じて、CO₂やNO_x等の削減などの環境面のメリットや、税制優遇・燃費改善等の経済的メリットなど、次世代自動車等の有用性について消費者の理解が進み、環境により良い車の導入が促進された。	
【 令和7年度取組予定 】	
【環境局】 ○引き続き、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、電動バス・トラック、燃料電池バス、電動バイク等の購入補助を実施し、更なる普及拡大を図る。 ○引き続き、タクシー事業者を対象とした電気自動車、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一部補助を行う。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(4-3-14)	エコドライブ推進のための普及啓発
【 施策の概要 】	
自動車に起因するCO2排出量を削減するためには、誰もが手軽に行えてCO2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、イベントや講習会を通した普及啓発活動を行う。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
○九都県市の連携による映画館でのシネアド広告を11月に実施するなど、各種広告媒体を使ったエコドライブ普及活動を展開した。 ○九都県市の連携によるエコドライブ講習会を11月に実施した。 ○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。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
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。	
【 令和7年度取組予定 】	
・九都県市の連携によるエコドライブ講習会の実施 JAF、各都県の自動車教習所協会等の協力を得て、九都県市として講習会等を実施 ・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 ・広報東京都やシネアド広告等での広報活動	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(4-3-15)	環境にやさしい交通施策の推進
【 施策の概要 】	
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・CO2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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
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、普及啓発等に取り組み、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。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
自転車シェアリング実施自治体の増加やサイクルポートの拡充、普及啓発等により、自転車シェアリングの利便性向上・普及促進を図った。	
【 令和7年度取組予定 】	
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、普及啓発等に取り組み、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。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(4-3-16)	ゼロエミッション住宅の普及促進
【 施策の概要 】	
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。 ※都独自に定めた、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都独自の住宅	
【 令和6年度の取組状況 】令和6年11月末現在	
○「東京ゼロエミ住宅」基準を満たす新築住宅に対し、建設費及び太陽光発電設備設置費等に対する助成及び広報を継続して実施し、更なる普及促進を図っている。 ○令和6年10月からは、断熱・省エネ性能の基準の引き上げを行うとともに、太陽光発電設備等の再生可能エネルギー利用設備の設置を原則要件化し、新たな基準に基づく助成事業を実施している。 ○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、高断熱化や蓄電池、V2H、太陽熱利用システム、太陽光発電設備等の単独導入への補助、機能性PVの上乗せ補助を実施する。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○東京ゼロエミ住宅申請件数:9,619件(令和5年度) ○既存住宅の高断熱化や太陽光発電設備と蓄電池の設置により、断熱・太陽光住宅の普及が促進された。	
【 令和7年度の取組予定 】	
○引き続き、新たな「東京ゼロエミ住宅」基準を満たす新築住宅への助成及び広報を実施し、環境性能の高い住宅の普及を一層促進する。 ○引き続き、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、高断熱化や蓄電池、V2H、太陽熱利用システム、太陽光発電設備等の単独導入への補助、機能性PVの上乗せ補助を実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(4-3-17)	家庭の省エネ・節電促進
【 施策の概要 】	
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照明器具への買替等に対し、「東京ゼロエミポイント」を付与する「家庭のゼロエミッション行動推進事業」を実施している。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
「家庭のゼロエミッション行動推進事業」について、都民の利便性向上及び脱炭素化加速の観点より、令和6年10月、申請方法の変更及び支援拡充を行った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
省エネ性能の高い家電等の買替えを通じ、消費者自らによる省エネ行動が促進された。	
【 令和7年度取組予定 】	
引き続き、家庭の省エネ行動を促すため、事業を継続して実施するとともに各種媒体を通じた広報を行う。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

環境局

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
(4-3-18)	家庭における再生可能エネルギーの普及促進
【 施策の概要 】	
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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
家庭における再生可能エネルギーの普及促進を図るため、「太陽光発電及び蓄電池グループ購入促進事業」を引き続き実施している。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
市場想定価格より安価でかつ施工品質が確保された太陽光発電設備等を購入できる仕組みを都民に提供し、設置費用の負担軽減を図ることで、家庭における再エネ設備の導入が促進された。	
【 令和7年度取組予定 】	
引き続き、家庭における再エネ設備の導入促進に向け、「太陽光発電及び蓄電池グループ購入促進事業」を実施し、太陽光発電設備等の設置に係る都民の負担軽減を図る。	

**「東京都消費生活基本計画」
令和6年度取組実績・令和7年度取組予定 調査票**

スタートアップ・
国際金融都市戦略室

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【 施策名 】
(4-3-19)	サステナブルファイナンスへの理解向上
【 施策の概要 】	
(一社)東京国際金融機構への支援を通じて、「Tokyo Sustainable Finance Week」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。	
【 令和6年度取組状況 】令和6年11月末現在	
国内外の金融機関等、幅広い方からのご参加を得て、世界の動向や民間企業の先進的な取組等を共有・議論したほか、金融知識向上やサステナブルファイナンスの普及に向けたイベントを集中的に開催	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
セミナーを通じて、SDGs投資・サステナブルファイナンスの具体的な内容等の知識を得られた。	
【 令和7年度取組予定 】	
FinCity.Tokyo と連携して、サステナブルファイナンスに関するイベントを集中的に開催する。同時期に実施される他の関連イベントとも連携を図り、一大イベント・ウィークとして発信することで、サステナブルファイナンスの機運を醸成する。	