

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
1	1	1	ホームページ「東京くらしWEB」等による消費生活情報の総合的な提供	○ホームページ「東京くらしWEB」で、注意喚起や教材等の有用な消費生活情報を効果的かつ迅速に発信するとともに、連動してSNS（X(旧Twitter)、Facebook）で拡散し、より多くの消費者に向け、伝わる情報発信を行った。 （東京くらしWEB：ウェブサイトアクセス数1,903,863） （X（旧Twitter）フォロワー数：21,304、発信数：655件） ○AI翻訳を導入し、「東京くらしWEB」のコンテンツについて、15カ国語での情報提供を行った。	○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する。 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、伝わる情報発信を行う。	生活文化スポーツ局
1	1	2	ライフステージに応じた消費生活情報の提供	○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) ・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） ○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」を掲載するほか、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（２～３月、バナークリック数：３万回）	○消費生活情報紙「東京くらしねっと」を主に高齢者（成人一般を含む）を対象として発行 ・学識経験者、消費者団体、公募して採用した読者委員の外部委員とともに「編集企画会議」を開催の上、掲載記事テーマを検討して作成 ・音声の読み上げに対応した東京くらしねっとWEB版を作成し、東京くらしWEBに掲載 ・視覚障害者向けに東京くらしねっとCD版を発行（年６回） ○主に若者（成人一般を含む）に向けた情報提供のため、東京くらしWEBに消費生活に関連した情報を掲載し、SNS等を活用した情報発信を実施	生活文化スポーツ局
1	1	3	効果的な情報発信による消費者被害防止啓発	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） テーマ『「この話、いいかも！と思ったあなた、いいかもです。』 ・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） ・特別相談「若者のトラブル１１０番」（３月11日・12日） ○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 ひとりひとりがきをつけナイト 街のみんなでみまもらナイト』 ・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 ・日本郵便のワイドコラボ協定を活用した都内郵便局でのリーフレット配架（９月～10月） ・高齢者被害特別相談（９月11日～13日） ○成年年齢下げを踏まえた消費者被害防止のための若者参加型事業 ・消費者トラブルをテーマに、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、消費者啓発フォーラムの開催等プロモーションの実施 ○事業者団体・関係機関等と連携した啓発	○高齢者悪質商法被害防止キャンペーン（９月：関東甲信越ブロック共同キャンペーン） ○若者向け悪質商法被害防止キャンペーン（１～３月：関東甲信越ブロック共同キャンペーン） ○成年年齢下げを踏まえた消費者被害防止のための若者参加型事業 ・消費者トラブルをテーマに、若者からCMシナリオ及び動画を公募 ・動画化した受賞作品のSNS配信、地上波ＴＶでの放送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	生活文化スポーツ局
1	1	4	高齢者を狙った特殊詐欺被害防止	○自治体が主催する防犯講習等に講師を派遣し、受講者に特殊詐欺の犯行手口を模した電話や、SMS（ショートメッセージサービス）を受信させ、特殊詐欺被害に遭う危険性を体感してもらうとともに、特殊詐欺の手口の解説や対策の説明等を行った。 ○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73回実施した。 ○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た。	○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。 ○特殊詐欺の手口や防犯対策などについて分かりやすく説明するため、特殊詐欺被害防止公演（寸劇）を80回実施する。 ○特殊詐欺の最新の手口や対策等を記載した被害防止リーフレットを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する。	生活文化スポーツ局
1	1	5	サイバー犯罪被害防止のための情報発信・広報啓発活動の推進	○都民に向けたサイバーセキュリティ広報啓発イベントの開催 都民一般を対象に、サイバー犯罪被害を身近な問題と捉えてもらうため、街頭キャンペーン、Web広告や大型電子掲示板の活用など、様々な情報発信手段による大規模なサイバーセキュリティ広報啓発イベントを実施した。 ○サイバーセキュリティ意識を醸成する広報啓発活動の展開 広報啓発用映像を制作し、X（旧Twitter）やYouTube公式チャンネル、交通広告（電車内ビジョン広告）等を活用して、サイバー犯罪の手口や対処方法について幅広い年齢層に対し、短時間で分かりやすい啓発を行った。 ○高齢者スマホ防犯教室の開催 スマートフォンの操作に不慣れな高齢者を対象とした、インターネット上の詐欺被害を疑似体験することができる「スマホ防犯教室」を開催した。	○都民に向けたサイバーセキュリティ広報啓発イベントの開催 都民一般を対象に、サイバー犯罪被害を身近な問題と捉えてもらうため、街頭キャンペーン、Web広告やデジタルサイネージの活用など、様々な情報発信手段による大規模なサイバーセキュリティ広報啓発イベントを実施する。 ○サイバーセキュリティ意識を醸成する広報啓発活動の展開 広報啓発用映像を制作し、X（旧Twitter）やYouTube公式チャンネル、交通広告（電車内ビジョン広告）等を活用して、サイバー犯罪の手口や対処方法について幅広い年齢層に対し、短時間で分かりやすい啓発を行う。 ○高齢者スマホ防犯教室の開催 スマートフォンの操作に不慣れな高齢者を対象とした、インターネット上の詐欺被害を疑似体験することができる「スマホ防犯教室」を開催する。	警視庁

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
1	1	6	生活安全相談センター等における広報啓発活動	○生活安全相談センター、警察署等において、特殊詐欺や悪質商法等に関する相談受理をした際、相談者だけではなく、家族に連絡をして家族で資産を守るという意識を植え付けるとともに、被害防止のための注意喚起を積極的に行い、被害防止に係る情報発信に努めた。 ○犯罪性のある消費者相談の対応については、相談者宅での聴取、業者の名刺等があれば業者への事実確認、警告を実施した。	○生活安全相談センター、警察署等において、特殊詐欺や悪質商法等に関する相談受理をした際、相談者だけではなく、家族に連絡をして家族で資産を守るという意識を植え付けるとともに、被害防止のための注意喚起を積極的に行い、被害防止に係る情報発信に努める。	警視庁
1	1	7	防災機器の不適正販売等に係る都民の被害等防止対策	住宅用火災警報器や消火器を始めとする住宅用防災機器等の普及促進のリーフレットやホームページに不適正販売への注意喚起の内容を掲載するとともに、クーリングオフ制度を紹介した。 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捉えて、不適正販売への注意を呼び掛けた。 住宅用火災警報器の設置・維持管理促進用リーフレット配布（１８万部）	○住宅用火災警報器や消火器を始めとする住宅用防災機器等の普及促進のリーフレットやホームページ等や防火防災訓練等の都民と接触する機会を捉えて、不適正販売等の被害を防止の注意喚起やクーリングオフ制度を紹介する。	東京消防庁
1	1	8	不動産取引に係る消費者向け情報提供	・住宅政策本部ホームページやリーフレット等を活用し、不動産取引に関する消費者向け情報提供を推進 ・消費者の不動産取引に関する知識の向上を図るため、多様な方法を用いて効果的な普及啓発を推進	・住宅政策本部ホームページやリーフレット等を活用し、不動産取引に関する消費者向け情報提供を推進 ・消費者の不動産取引に関する知識の向上を図るため、多様な方法を用いて効果的な普及啓発を推進	住宅政策本部
1	1	9	ヒヤリ・ハット調査を基礎とした潜在危険の情報提供	ヒヤリ・ハット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。 ○令和5年度 ・ヒヤリ・ハットレポート「公園等で使用するスポーツ用品（車輪のあるもの）による子供の事故防止ガイド」令和5年12月 50,000部配布	○インターネットのアンケートにより、ヒヤリ・ハット体験事例を収集・分析するヒヤリ・ハット調査を実施する。 調査結果を取りまとめたヒヤリ・ハットレポートを作成・配布し、都民への注意喚起に取り組むとともに、関係機関及び事業者へ調査結果を情報提供し、被害の未然・拡大防止を図る。 ○必要に応じて商品テストや安全性に係る調査のテーマとして取り上げ、調査・分析を行い、商品事故等の危害・危険防止対策につなげていく。	生活文化スポーツ局
1	1	10	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発	東京消防庁防災館と連携し、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へ掲載した。 ○令和5年度 ・「こどもの日 親子防災体験」東京消防庁本所防災館 令和5年5月 ・「くらしフェスタ東京」新宿西口広場 令和5年10月	○東京消防庁防災館との連携や、子育て世代が集まるイベント等への出展を行うとともに、区市町村と連携し、消費生活展等での模型・パネル等の展示を行う。 ○ネット世代へ情報提供する手段として、事故事例と事故防止メッセージを加えた動画を作成し、YouTubeや東京くらしWEBへ掲載したり、商品等安全対策協議会の提言に基づいて作成したリーフレットを配布する等、普及啓発の取組をあらゆる方面から行っていく。	生活文化スポーツ局
1	1	11	乳幼児の事故防止に向けた啓発	・事故防止学習ソフトにて啓発する事故事例の充実等、内容に関する更新・広報 ・ホームページ上に、事故防止教育ハンドブック及び幼児の視界を体験できる印刷物「東京都版チャイルドビジョン」を掲載し普及啓発	・事故防止学習ソフトに関する広報用印刷物を新規作成し、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する。 ・ホームページ上に、事故防止教育ハンドブック及び幼児の視界を体験できる印刷物「東京都版チャイルドビジョン」を掲載し普及啓発する。	福祉局
1	1	12	リコール製品や長期使用製品による事故の防止	東京くらしWEB上に、消費者庁等の関係機関の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。	○危害・危険情報によるリコール製品関連情報の発信 東京くらしWEBの危害・危険情報において、リコール製品に起因した事故等が発生した場合等をとらえ、リコール製品の所有状況の確認等について発信する。 ○長期使用製品関連情報の発信 東京くらし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。	生活文化スポーツ局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
1	1	13	都民生活において生じる事故防止対策の推進	○日常生活で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、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定期的に発信した。 ○都民に対する熱中症の予防についての通知を東京都の関係各局へ発出し、熱中症による救急搬送人員の抑制を図った。 ○乳幼児の事故防止冊子「ＳＴＯＰ！子どもの事故」を作成し、区市町村の保健所窓口等で、配布した。 ○高齢者の事故防止冊子「ＳＴＯＰ！高齢者の事故」をシルバーパス発行窓口、都内の日本年金機構等で配布した。 ○子供の日常生活事故防止に関する普及啓発動画「知ろう!!日常に潜む危険!!」を制作し、当庁のみならず子供の施策を担当している関係各局へ動画使用の協力を行った。	○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するとともに、関係部局等と連携して都民に配布し、継続的に注意喚起を促す。さらに、子供への事故防止については、令和５年度に制作した子供の日常生活事故防止に関する普及啓発動画「知ろう!!日常に潜む危険!!」を活用していく。 ○季節ごとに発生する事故の情報をタイムリーかつ効果的に広報するとともに、時季を捉えてホームページ等に掲載する各種事故防止情報を活用して、実効性のある事故防止対策を推進する。 ○関係部局と連携し、都民生活事故データを活用して、事故防止対策の情報を発信し、再発防止を図る。	東京消防庁
1	1	14	火災調査結果等の安全対策への反映	○火災調査結果等を再発防止に反映させるため、関係する業界やメーカー等に対して改善指導を行うとともに、報道発表やホームページへの掲載、SNS等を活用し、火災情報等を迅速に都民に提供した。 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。 【報道機関等】 ・報道発表「たばこの火種で火災発生！～喫煙マナーを守りましょう!!～」 ・報道発表「リチウムイオン電池搭載製品からの出火が過去最多～年末の大掃除、バッテリーの処分に注意！～」 【火災統計・HP】 ・たばこの投げ捨てで火災発生！～喫煙マナーを守りましょう!!～ ・誤ったごみの分別により火災が発生！ ・リチウムイオン電池搭載製品の出火危険 ・紙巻たばこの出火危険 ～小さな火種から延焼拡大～ ・「令和５年版 火災の実態」の発刊 ・令和５年中の火災状況（年報及び各四半期報）	○火災調査結果等を再発防止に反映させるため、関係する業界やメーカー等に対して改善指導を行うとともに、報道発表やホームページへの掲載、SNS等を活用し、火災情報等を迅速に都民に提供する。	東京消防庁
1	1	15	消費生活基本調査	○都民の日常の消費生活における意識や行動、消費者事故や契約トラブルの経験等について調査し、その結果を今後の施策展開の基礎資料として活用するため、都民2,400人を対象としたインターネットによる消費生活基本調査を実施した。 (テーマ：都民の消費生活に関する意識調査)	○消費者を取り巻く動向や被害の実態を的確に把握し、消費生活行政を効果的に展開するため、都民2,400人を対象としたインターネットによる消費生活基本調査を実施する。その結果は、効果的な情報発信の在り方など、施策展開の基礎資料として活用する。	生活文化スポーツ局
1	1	16	相談情報を活用した情報発信	○全都域の相談状況の分析「令和５年度消費生活相談年報」を発行（９月） ○毎月の相談傾向、テーマ別分析及び消費者注意情報等をホームページ「東京くらしＷＥＢ」で発信 ○消費者教育資料等への事例掲載	○全都域の相談状況の分析「令和６年度消費生活相談年報」を発行（９月） ○毎月の相談傾向、テーマ別分析及び消費者注意情報等をホームページ「東京くらしＷＥＢ」で発信 ○消費者教育資料等への事例掲載	生活文化スポーツ局
1	1	17	地方消費生活行政の充実・強化	○令和６年度国の施策及び予算に対する提案要求の実施 ・令和５年８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 ○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。	○令和７年度国の施策及び予算に対する提案要求の実施 ・令和３年度に強化事業の使途が一新され、毎年度メニューが見直されているものの、推進事業に比べ使途が限定されている上、補助率が低いため、現行の事業を維持するのに不十分である。 昨年度に引き続き、地方消費生活行政推進のために、平成29年度までと同等以上の財政支援を行うとともに、必要な財源を継続的・安定的に確保することについて提案要求を実施する。	生活文化スポーツ局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
1	2	1	高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの充実	以下の取組により、区市町村における高齢者の消費者被害防止の支援に努めた。 ○区市町村における消費者安全確保地域協議会の設置支援のため、アウトリーチ活動や設置状況調査を行い、状況分析の上、必要な情報提供や助言を行った。 なお、国に対する財政面や制度面の要望も行い、協議会を設置しやすい環境整備に努めた。 ○都内のほぼ全域で構築された高齢者見守りネットワークのさらなる機能充実に向けて、自己評価チェックシートによるチェックを継続して行い、結果に基づく現状把握を踏まえて助言や情報提供を実施した。 ○出前講座、出前寄席等の実施により地域で高齢者をサポートする見守り人材等の育成に取り組む。 ○民間事業者と連携しての個別訪問による高齢者本人や周囲の人への消費者被害に係る注意喚起を行う。 ○福祉局の高齢者福祉部門等と協力して、区市町村に向けて地域における消費生活部門と福祉部門との連携の重要性を説明するなど連携強化に係る働きかけを行った。	○都内の全域で高齢者見守りネットワークが構築されたことから、区市町村における消費者安全確保地域協議会の設置・運営に係る支援を中心に、高齢者の消費者被害防止のため次のとおり取り組む。 ・区市町村に対する消費者安全確保地域協議会の設置状況調査や、個別のアウトリーチ活動を通じて現状を把握し、設置や運営に係る情報提供や助言を行う。 ・福祉局と協力し、区市町村の消費生活部門と福祉部門の連携強化に係る働きかけを行う。 ○区市町村の高齢者見守りネットワークの運用について、アウトリーチ活動等を通じて状況を把握し、必要な情報提供や助言を行う。	生活文化スポーツ局
1	2	2	高齢者のための専用相談・通報受付	○高齢者相談8,079件（うち特別相談110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。） ○高齢消費者見守りホットライン61件、高齢者110番188件 ○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）	○高齢消費者見守りホットライン、高齢者110番での相談受付 ○関東甲信越ブロック及び都内区市町と合同で、高齢者被害特別相談を９月に実施 ○関係機関との連携（高齢者被害相談関連） 地域福祉権利擁護事業関係団体連絡会議への参加等を通じ、東京都社会福祉協議会との連携を図る。	生活文化スポーツ局
1	2	3	高齢者等の消費者被害を防止するための見守り人材の育成及び民間事業者との連携	○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（132回、2,688人） ○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）	○自宅まで商品やサービスを届ける宅配事業者等と連携し、高齢者世帯等に悪質商法被害に関するリーフレットを届け、注意喚起を実施（９月～12月。都内全域で約16万部配布） ○ホームヘルパー、ケアマネジャーなどの介護事業者や民生委員・児童委員、町会・自治会や老人会、高齢者見守りネットワークのメンバー、配送事業者など、高齢者を見守る立場の人を対象に、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応等についての出前講座を実施(300回実施予定)	生活文化スポーツ局
1	2	4	高齢者に多い消費者被害を減らすための対策の検討	年１回、東京くらしねっとに、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。 事業者向けには、条例の理解を促進するための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。	○事業者向け啓発チラシを事業者指導の際に配布したり、コンプライアンス講習会において周知する。 ○消費生活総合センターと連携して、条例で定める迷惑勧誘等の不適正な勧誘行為に関する注意喚起を行う。	生活文化スポーツ局
1	2	5	成年後見制度等の活用による消費者被害の防止・救済体制の充実	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。 ①日常生活自立支援事業については、都内62団体で実施しており、契約件数は4,200件を超える等、取組が着実に進んでいる。 ②福祉サービス総合支援事業については、都内では54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。 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。 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。 ・成年後見制度推進機関設置区市町村数（R6.3.31） 53区市町村	都における権利擁護に係る取組について、中心となる3つの事業について、記載する。 ①日常生活自立支援事業については、着実に取組を進める。 ②福祉サービス総合支援事業については、実施自治体への支援を継続するとともに、未実施自治体への働きかけにより、一層のサービスの充実に努めていく。 ③成年後見活用あんしん生活創造事業については、どの地域においても必要な方が適切に支援につながり安心して成年後見制度を利用できるよう、成年後見制度推進機関の未設置地区へ働きかけていくとともに、「地域と家庭裁判所の連携による成年後見制度の新たな選任・利用支援のしくみ」の普及を図るなど、各地域において地域連携ネットワークの整備及び一層の機能充実を図るよう支援していく。	福祉局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
2	1	1	悪質事業者に対する取締りの徹底	○処分：令和5年度6件 ○指導：令和5年度77件 ○主な処分等内容 ・「瓦がずれていて危ない」などと嘘を告げて、リフォーム工事を勧誘する訪問販売事業者２社に業務停止命令※それぞれ（15か月）（６か月）（令和5年度） ・「不用品回収代行業者です」などと告げて消費者宅を飛び込みで訪問し貴金属等の買取りを連携して行う3事業者に業務停止命令（９か月）（令和5年度） ・「屋根がはがれそうなどところがある」などと消費者宅を訪問し、リフォーム工事を勧誘する事業者に、業務停止命令（３か月）（令和5年度） ○「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に活用（悪質事業者通報サイトの令和５年度通報件数：悪質事業者634件、不当表示211件。通報に基づく処分３件、指導44件 ※速報値） ○五都県（東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県・静岡県）等で連携し、合同による指導を実施 令和５年度14件 ○毎年、国に対して、以下の内容の提案要求を実施 ・不適正取引に対する行政処分等の充実・強化を図るための方策を提案要求 ○令和４年６月に施行された通信販売に関する特定商取引法の改正を踏まえ、インターネット通信販売事業者に対する指導を積極的に実施。 令和５年度39件	○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。 ○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。 ○都単独での行政処分等にとどまらず、国、近隣県等と連携して対処をすることにより、悪質事業者を徹底して社会から排除していくとともに、消費者被害の実態や新手の悪質商法に対応するため、法令を運用する現場の視点から、国等に法改正等の働きかけを行う。 ○「悪質事業者通報サイト」に寄せられる都民からの通報や都内消費生活センターから収集した端緒情報を効果的に活用し、より精度の高い法令適用等を行うために、収集した情報を専門的に調査して多角的に分析し、適切な法執行につなげる。 ○発達が目覚ましいインターネットやSNSの最新機能について、専門家から学ぶ機会を確保する。これにより、最新機能を駆使して消費者に働きかける、通信販売その他の事業者に対しての、適時適切な処分・指導につなげる。	生活文化スポーツ局
2	1	2	不当表示に対する監視等の徹底	○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た調査・指導等を実施。 ・インターネット広告監視として各月キーワードを決め、インターネット上の広告表示１6,000件を調査。景表法に違反するおそれのある広告156件を抽出し、指導を行った。 ○不当なインターネット上の広告への対応力を強化する取組として、「東京デジタルCATS」を７月に発足。 ・デジタル技術などに高い専門性を備えたWEB専門家や弁護士等の専門的知見を有する助言員チームを導入し、不当表示に対する調査を行う上で必要な助言を得ながら2件の行政処分（措置命令）を実施。 ○SNS等広告監視として動画サイトの動画広告及びSNS広告100件を調査し、景表法に違反するおそれのある広告55件を抽出、指導を行った。 ○事業者・都民に対する注意喚起動画を作成し、年２回SNS広告等において集中的に情報発信を行った。 ○五都県広告表示等適正化推進協議会において、消費者庁との意見交換会及び景表法に違反するおそれのある８事業者に対し合同指導を実施。 ○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実施。	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た調査・指導等を行う。 ・インターネット広告監視として不当な広告表示について調査し、景表法に違反するおそれのある広告を抽出、指導を行う。 ・新たにSNS上で配信される広告表示について監視を強化し、景表法に違反するおそれのある広告を抽出、指導を行う。 ○不当なデジタル広告を行う事業者に対し、専門的知見を有する「東京デジタルCATS」助言員チームの協力を得ながら不当表示に対する調査を行い、適切な行政処分（措置命令）につなげる。 ○不当表示に関する注意喚起動画を活用し、行政処分の実施にあわせSNS広告等において事業者・都民に対し注意喚起を図る。 ○五都県広告表示等適正化推進協議会において、消費者庁等との意見交換会及び景表法に違反するおそれのある事業者に対し合同調査及び指導を行う。 ○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・表示について調査し、事業者に対して適切な指導を行う。	生活文化スポーツ局
2	1	3	架空・不当請求に対する消費者被害の未然・拡大防止対策	○架空請求専用サイト「ＳＴＯＰ！架空請求！」を運営し、通報窓口寄せられたメールやはがき等（平成30年度：2,564件、令和元年度：926件、令和２年度：596件、令和３年度：770件、令和４年度：1,147件、令和５年度：650件）について内容を調査し、条例に基づく違反認定を行った。 ○不適正な事業者名・サイト名等をホームページ上で都民に情報提供を行う(平成30年度：97件、令和元年度：51件、令和２年度：35件、令和３年度12件、令和4年度：23件、令和5年度31件）とともに、警視庁、消費者庁等へ情報提供を行った。	○必要に応じて消費生活条例違反の事業者への警告を行うとともに、通信事業者への対策要請等を行う。 ○関係部署と連携しつつ、ホームページ上で、都民に違反事業者名や違反認定のサイト名等を情報提供する。また、警視庁、消費者庁、総務省等に対しても情報提供を行う。 ○通信事業者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いるため、手口等について引き続き都民に情報提供していく。	生活文化スポーツ局
2	1	4	適格消費者団体への支援	○消費者団体訴訟制度連絡会を令和6年1月に開催し、情報や意見の交換を行った。 ○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った。（情報提供:4件） ○都が行う専門研修（法律等問題研修）への適格消費者団体職員の参加を受け入れた。	以下の取組により、適格消費者団体への支援を行っていく。 ①消費者団体訴訟制度連絡会を開催し、情報や意見の交換を行う。 ②適格消費者団体が差止請求権を適切に行使できるようにするため、適格消費者団体からの要請に応じて消費生活相談情報の提供を行う。 ③都が行う専門研修（法律等問題研修）への適格消費者団体職員の参加を受け入れる。	生活文化スポーツ局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
2	2	1	事業者のコンプライアンス意識の醸成	平成22年度から年１回、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（令和２年度からWEB配信）を実施している（①特定商取引法（通信販売編）、②特定商取引法（訪問販売等）、③景品表示法）。講習会では、弁護士等の専門家による法令の概要・違反事例の解説だけでなく、都職員による条例解説、法令遵守に取り組む事業者団体からの取組状況等報告を行うとともに、事業者向けの法令ガイドブックや事業者のコンプライアンス事例集等をデータで案内している。 また、受講者の利便性の向上を図るため、募集規模の拡大や配信期間の延長を行った。受講者－平成30年度：865名、令和元年度：780名、令和２年度：849名、令和３年度：1,066名、令和4年度：4,784名、令和5年度：13,291名）。 平成29年度から、事業者団体のニーズに応じて講師派遣型のコンプライアンス講習会を実施し、事業者団体等の自主的な取組を推進するための連携・支援を行っている（平成30年度：５回、平成31（令和元）年度：３回、令和２年度：２回、令和３年度：3回、令和４年度：3回、令和5年度：5回）。 さらに、平成26年度にホームページ「東京くらしWEB」に設置した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、平成30年度に「東京都消費生活条例」のコースを新設し、令和元年度に「特定商取引法」、令和４年度に「景品表示法」のコースを増設し、令和5年度は、「特定商取引法」のコースに「電話勧誘販売編」を増設した。	○「事業者向けコンプライアンス講習会（集中配信型）」については、募集規模増や配信期間の延長など受講しやすい環境の整備を行うとともに、適正なデジタル広告に関する知識の普及と法令遵守意識の浸透のため、引き続き「ネット広告総合コース」を設置するなど更なる講習内容の充実を図る。 ○講師派遣型の講習会については、事業者団体等のニーズを踏まえ、よりきめ細かな講習内容とするとともに、実際に発生した事例を盛り込むなど、事業者の自主的な取組を推進するための連携・支援を行う。 ○特定商取引法や景品表示法に係る事業者向けパンフレット等のデータを講習会等で周知するとともに、ホームページ「東京くらしWEB」に設置している学習コンテンツについて、事業者の研修や自主学習に活用できるように内容を充実し、事業者のコンプライアンス意識の醸成を図っていく。	生活文化スポーツ局
2	2	2	商品量目立入検査・指導	○商品量目立入検査 ・スーパーマーケット、一般小売店等を対象に、計量販売されている商品について、商品量目立入検査を三年ぶりに実施する。実施にあたり効率化を図る目的として、大手スーパーマーケット本社に対し、自主的な管理体制の構築をするための働きかけを行う。 ・過去の不適正事業者を抽出し効果的に商品量目立入検査を実施する。 ○買取検査 ・表記事項等に不適正の疑いがあるものとして情報提供を受けた商品及び昨今における市場の流通を鑑みて４品種20品目程度の買取検査を行う。 ○計量実務連絡会 ・福祉保健局が行っている「食品の適正表示推進者育成講習会」等を通し、計量法に基づく商品量目制度について情報発信する。	○商品量目立入検査 ・スーパーマーケット、一般小売店等を対象に、計量販売されている商品について、商品量目立入検査を実施する。実施にあたり効率化を図る目的として、昨年に引き続き大手スーパーマーケット本社に対し、自主的な管理体制の構築をするための働きかけを行う。 ・過去の不適正事業者を抽出し効果的に商品量目立入検査を実施する。 ○買取検査 ・表記事項等に不適正の疑いがあるものとして情報提供を受けた商品及び昨今における市場の流通を鑑みて４品種20品目程度の買取検査を行う。 ○計量実務連絡会 ・保健医療局が行っている「食品の適正表示推進者育成講習会」等を通し、計量法に基づく商品量目制度について情報発信する。	生活文化スポーツ局
2	2	3	計量の適正化に向けた事業者に対する啓発活動の推進	○届出事業者(製造・修理・販売各事業者) ・事業者向け手引書を活用し、事業開始時及び立入検査時において事業者指導を行っていく。 ・リモートや電子媒体等を使ったタッチレスによる履行状況調査を取り入れ、必要に応じた事業者指導を行っていく。 ○登録事業者(一般計量証明事業者) ・計量証明事業登録の条件である一般主任計量者認定のための講習会を実施し、試験を通じて多くの主任計量者を認定していく。 ・講習会においては新型コロナウイルス感染防止対策に考慮した講習会を実施する。 ○指定事業者(適正計量管理事業者) ・自主的な計量管理の推進を図るための適正計量管理主任者養成講習会を実施する。 ・毎年11月の計量強調月間において各種事業を行う。チラシ配布による適正計量の周知や強調月間中に行った適正計量に関する取組の報告をもらい、適正計量の啓発を行う。	届出事業者(製造・修理・販売各事業者) ・事業者向け手引書を活用し、事業開始時及び立入検査時において事業者指導を行っていく。 ・リモートや電子媒体等を使ったタッチレスによる履行状況調査を取り入れ、必要に応じた事業者指導を行っていく。 ○登録事業者(一般計量証明事業者) ・計量証明事業における主任計量者を認定するため、講習及び認定試験を実施する。 ○指定事業者(適正計量管理事業者) ・自主的な計量管理の推進を図るため、適正計量管理主任者の養成講習及び認定試験を実施する。 ・毎年11月の計量強調月間において各種事業を行う。チラシ配布による適正計量の周知や強調月間中に行った適正計量に関する取組の報告をもらい、適正計量の啓発を行う。	生活文化スポーツ局
2	2	4	宅地建物取引業者の指導監督	○宅建業者からの不動産の売買・賃貸借等に関する電話及び窓口での相談に対し、適切に助言等を実施 ○宅地建物取引業者に指導や業者の事務所への立入調査等を実施 ○悪質な業者については宅地建物取引業法に基づく行政処分を行う等により、適正な不動産取引の確保に向けて適切に指導監督を実施 ○「賃貸住宅紛争防止条例」に基づき、宅地建物取引業者に対する適切に指導等を実施するとともに、原状回復や入居中の修繕等の基本的な考え方等について分かりやすく解説した「賃貸住宅トラブル防止ガイドライン」の周知を実施 ○賃貸住宅紛争防止条例に基づく説明のオンライン化の普及に向けて、宅建業者に対する実施方法の周知や情報提供を実施	○宅建業者からの不動産の売買・賃貸借等に関する電話及び窓口での相談に対し、適切に助言等を実施 ○宅地建物取引業者に指導や業者の事務所への立入調査等を実施 ○悪質な業者については宅地建物取引業法に基づく行政処分を行う等により、適正な不動産取引の確保に向けて適切に指導監督を実施 ○「賃貸住宅紛争防止条例」に基づき、宅地建物取引業者に対する適切に指導等を実施するとともに、原状回復や入居中の修繕等の基本的な考え方等について分かりやすく解説した「賃貸住宅トラブル防止ガイドライン」の周知を実施 ○賃貸住宅紛争防止条例に基づく説明のオンライン化の普及に向けて、宅建業者に対する実施方法の周知や情報提供を実施	住宅政策本部

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
2	2	5	貸金業の指導監督	○５年度末東京都知事登録貸金業者数553者（社） ○貸金業の登録・更新等の審査を厳格に行った。 ○貸金業に係る苦情相談等を受け付け、処理を行った。。 ○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。（業務停止：１件、業務改善命令：２件） ○弁護士・司法書士会の協力により、貸金業被害相談等を行った。 ○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」として車内広告等の啓発宣伝を行う。また、ヤミ金融被害防止のため、区部、多摩地域での啓発事業を実施した。（６月・１１月） ○若者（高校生・大学生等）や高齢者を対象に、金融トラブルの事例、被害にあわないためのポイント、ローンやクレジット等に関する知識の習得を支援する出前講座を実施した。（24団体 3,105人（内高齢者向け １団体 25人）） ○登録業者の資質向上のための更新時講習会を実施した。（６月、９月、12月、２月）（受講修了者数 132者（社））	○６年度当初都知事登録貸金業者数553者（社） ○貸金業の登録・更新等の審査を厳格に行う。 ○貸金業に係る苦情相談等を受け付け、処理を行う。 ○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、貸金業被害相談等を行う。 ○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」として車内広告等の啓発宣伝を行う。また、ヤミ金融被害防止のため、区部、多摩地域での啓発事業を実施する。（６月・11月） ○若者（高校生・大学生等）や高齢者を対象に、金融トラブルの事例、被害にあわないためのポイント、ローンやクレジット等に関する知識の習得を支援する出前講座を実施する。 ○登録業者の資質向上のための更新時講習会を実施する。（６月、９月、12月、２月）	産業労働局
2	2	6	旅行者の登録等	○旅行業等の登録制度の実施 （令和5年度実績：新規登録296件、更新登録356件、変更登録10件、登録抹消142件、登録事項変更779件、営業保証金取り戻し54件） ○旅行者営業保証金還付に係る事務 旅行者が倒産などをした場合で、その旅行者者に債権を有している旅行者から申立（申出）があった場合、東京都がその申立（申出）を受け還付手続を行う。（令和5年度実績：0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5年度実績：８件）	○旅行業等の登録制度の実施 （令和６年度見込：新規登録355件、更新登録589件、変更登録12件、登録抹消170件、登録事項変更934件、営業保証金取り戻し65件） ○旅行者営業保証金還付に係る事務 旅行者が倒産などをした場合で、その旅行者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６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６年度予定：40件）	産業労働局
2	2	7	消費生活調査員調査	○都民から公募した調査員300名により、食品表示調査（食品表示法等）を3回、表示・広告調査（景品表示法等）を3回、計量調査（計量法）を3回、計9回の調査を各100人で実施した。調査結果は、事業行為の適正化等に活用した。 ○社会動向に即した調査として、エシカル消費や消費生活トラブル等に係る意識・行動変容に関する調査を行った。 ○災害時に実施する食品や日用品の品不足等の状況調査に係る訓練を実施した。	○都民から公募した調査員300名により、食品表示調査（食品表示法等）を3回、表示・広告調査（景品表示法等）を3回、計量調査（計量法）を3回、計9回の調査を各100人で実施し、調査結果は、事業行為の適正化等に活用していく。 ○社会動向に即した調査として、子供の安全、エシカル消費、インターネット上の広告表示等に関する調査を行う。 ○災害時には必要に応じて、食品や日用品の品不足等の状況を小売店で調査する。	生活文化スポーツ局
3	1	1	☆ 商品安全のための交流型デジタルプラットフォームの運用構築支援等	○民間主体でプラットフォームを運用するに当たり、消費者・事業者の参加を一層働きかけるとともに、運用を支援した。 ○子供政策連携室をはじめとする庁内関係部署や庁外関係機関と密に連携し、子供の事故に関する事例や対策、危害・危険情報の収集・発信、安全に配慮された商品の紹介、安全意識の向上につながるような学習コンテンツなどを掲載した。 〔令和5年度〕 ・プラットフォームの運用支援	○民間主体でプラットフォームを運用するにあたり、消費者・事業者の参加を働きかけるとともに、運用を支援していく。 ○子供政策連携室をはじめとする庁内関係部署や庁外関係機関と密に連携し、子供の事故に関する事例や対策、危害・危険情報の収集・発信、安全に配慮された商品の紹介、安全意識の向上につながるような学習コンテンツなどを掲載、充実させていく。	生活文化スポーツ局
3	1	2	危害・危険情報のための調査分析・商品テストと積極的な発信等	○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。 ○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。 （令和5年度） ・「ろうそくの安全性に関する調査」 令和6年4月 ・「カセットこんろの安全性に関する調査」 令和6年4月 ・「歯間ブラシノ安全性に関する調査」 令和6年6月	○商品等に関する危害・危険情報を広く収集し、危害防止対策検討会や消費者事故等情報検討会等を通じ情報の調査・分析、対応策の検討を行う。 ○収集した情報を基に問題となる商品等について、事業者や関係機関等から事情聴取等を行い、必要に応じて指導・改善要望等を行う。 ○商品等の安全性について必要な調査を実施し、事業者等への指導・要望、国等への提案・情報提供を行うほか、広く情報発信を行い、商品事故等の未然・拡大防止につなげていく。	生活文化スポーツ局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
3	1	3	商品等安全対策協議会における消費者・事業者の協力による商品等の安全対策の推進	【商品等安全対策協議会の主な取組状況】 〔令和５年度〕 「自転車用ヘルメットの着用と安全な使用」 ・着用の促進、安全性が確保された商品の普及、適切な使用について提言を受け、商品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「なぜ？なに？自転車用ヘルメット」（５万部）を作成し、都内の自転車販売店、中学校・高等学校、医療機関、保健所、警察署、消費生活センター等へ配布した。	○様々な手段により収集した商品等に関する危害・危険情報からテーマを選定し、安全対策の検討・協議を行う。 ○協議会報告が具体的な安全対策につながるよう、事業者団体、国等に要望するとともに、消費者に対し、効果的な情報発信を行う。	生活文化スポーツ局
3	1	4	消費生活用製品安全法に基づく立入検査の実施による製品の安全性の確保	○都内の町村部に立入検査をするともに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。 ○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実施した。 ○特定製品及び特別特定製品12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、磁性性娛樂用品、吸水性合成樹脂製玩具） ・立入調査実績 〔令和５年度〕 15店舗（違反0） ○長期使用製品安全点検制度に基づく特定保守製品２品目（石油給湯機、石油ふろがま） ・立入調査実績 〔令和５年度〕 ４店舗（違反0）	○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。 ○区市の消費生活行政担当者を対象とした消費生活用製品安全法に関する事務連絡会を開催し、区市の立入検査事務等をサポートする。	生活文化スポーツ局
3	1	5	輸入食品対策の推進	【令和５年度実績】 ○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、1,401検体の輸入食品を検査し、9品目の違反食品を発見し適切に処置 ○輸入食品の安全対策については、令和３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している。 ○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。	○保健所をはじめ関係機関が連携し、輸入業者、卸売市場、小売販売店などの事業者への監視指導の実施 ○輸入食品の残留農薬や添加物等の検査 ○ホームページにより監視や検査結果を情報提供 ○輸入事業者講習会の実施	保健医療局
3	1	6	米の安全性の確保	【令和５年度実績】 ○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119検体（結果：0.4 p p mを超える検体なし） 残留農薬19検体（結果：基準値を超える検体なし） ○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。	○都内に搬入される玄米に含まれるカドミウム及び残留農薬の検査を実施 ○分析対象品目及び検体数（予定） カドミウム186検体 残留農薬20検体	保健医療局
3	1	7	室内化学物質の低減化対策の推進	・「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youtubeにて３月から配信した。 ・６月に教育庁実施の学校施設管理者を対象とした講習会にて講演した。 ・６月にweb実施による「保育事務説明会」において、室内環境対策を区市町村の担当者に説明した。 ・「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した。 ・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した。 ・「化学物質の子供ガイドライン」「住まいの健康配慮ガイドライン」「健康・快適居住環境の指針」に基づいた室内環境対策や子供が利用する施設の適切な維持管理について、ホームページを利用した情報提供や都民からの相談対応等による正しい知識を普及した。 ・３月に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した。	健康で安全な室内環境の向上を目指し「化学物質の子供ガイドライン（室内空気編）」（平成15年３月策定）を活用し、子供が利用する施設の管理者へ普及啓発を実施する。また、住宅の高断熱・高気密化による室内化学物質の高濃度化が懸念されるため、「住まいの健康配慮ガイドライン」（平成21年３月改訂）により、室内の化学物質低減化に関する取組を進める。さらに、「健康・快適居住環境の指針」（平成28年度改訂版）により、室内空気中の化学物質対策を含んだ、より良い住まい方への提言を行う。	保健医療局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
3	1	8	東京都農林総合研究センターの運営	○オリジナル品種の開発・育成 大粒で良味のブルーベリーの開発を行い、２品種の登録出願を行った。ブバルディアの新品種開発については、候補品種の評価を行った。 ○病害虫防除 江東地域のコマツナで課題となっている葉の黄化症状に対して病害虫の観点から防除方法の確立を目指し、原因究明とその対策に取り組んだ。 ○スマート農業の推進 イチゴや果樹・鉢花等における環境制御栽培システムの開発を行った。ローカル５Gを活用した新しい農業技術の開発に取り組み、実証した。	○オリジナル品種の開発・育成 大粒で良味のブルーベリーの新品種の普及に向け栽培技術の確立に取り組むとともに、新たな有望系統の評価を実施する。 ○５月中旬に収穫できるスイートコーン栽培技術の開発 ５月中旬に収穫できる高品質なスイートコーン栽培技術の開発に取り組む。 ○病害虫防除 トマトの重要病害虫であるタバコナジラミについて、化学的・物理的・生物的防除法それぞれの検証と、それらを組み合わせた防除モデルの構築を目指す。	産業労働局
3	1	9	青梅畜産センターの運営補助	○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 トウキョウXの種豚供給 63頭 東京しゃも雛供給 13,558羽 東京うこっけい雛 13,397羽 ○家畜防疫強化のため、青梅庁舎バイオセキュリティ委員会開催 1回 ○都民の畜産に対する理解を促進するため、イベントの開催及び参加 家畜ふれあいデーの開催 2回 味わいフェスタ 0回 食育フェア参加 1回	○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 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 ○家畜防疫強化のため、青梅庁舎バイオセキュリティ委員会開催 2回 ○都民の畜産に対する理解を促進するため、イベントの開催及び参加 家畜ふれあいデーの開催 2回 味わいフェスタ 1回 食育フェア参加 1回	産業労働局
3	2	1	安全に配慮した商品の普及	○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、ワークショップや安全・安心を楽しく学ぶ体験コーナーなどのプログラムを実施した。あわせてオンラインサイトにおいて会場で展示した商品を紹介したほか、ワークショップや開発現場訪問ツアーなどを配信した。 〔令和５年度〕 イベント 令和６年２月 参加人数：532人 WEB 令和６年２月～３月 アクセス数：2,908件 ○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。 〔令和５年度〕 補助件数：17件 ○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。	○子育て支援団体との連携により、安全に配慮した商品見本市を開催し、安全な商品のPR・普及を図るとともに、商品の開発現場の紹介等を実施し、中小企業等へ安全な商品の開発・製造・販売・流通拡大を促進する。 ○子供の安全に配慮した商品に関しては、子育て支援団体が主催する子供の安全に配慮した商品等の顕彰制度において、子供たちの安全・安心に貢献するデザイン分野に都内の中小企業等が応募する際の審査料を補助する。また、同分野に都内の中小企業等が応募し、入賞した商品から、特に優れたもの１点に「東京都知事賞」を贈呈する。	生活文化スポーツ局
3	2	2	食品の適正表示の推進	○適正表示推進者育成講習会の開催 517人／回 集合形式で２回実施 ○フォローアップ講習会の開催 448人／回 集合形式で１回実施 ○消費生活調査員による調査 3回実施 ○消費生活調査員に対する研修の実施 ホームページ「東京くらしWEB」への掲載により実施 ○食品業界紙、メールマガジン、ホームページ「食品衛生の窓」等を活用した普及啓発の実施 ○食品表示制度に関するパンフレットを作成し、講習会、窓口等で配布 ○都民に対する表示の知識の普及 随時実施 (食品の表示に関するパンフレットを作成・配布)	○適正表示推進者育成講習会の開催 500人／回 集合形式で２回実施 ○フォローアップ講習会の開催 1,000人／回 集合形式で１回実施 ○消費生活調査員による調査 3回実施 ○消費生活調査員に対する研修の実施 ホームページ「東京くらしWEB」への掲載により実施 ○食品業界紙、メールマガジン、ホームページ「食品衛生の窓」等を活用した普及啓発の実施 ○食品表示制度に関するパンフレットを作成し、講習会、窓口等で配布	生活文化スポーツ局・保健医療局
3	2	3	家庭用品の適正表示の推進	○家庭用品品質表示法に基づく小売店への立入検査について、町村部の８店舗に対し実施。あわせて条例に基づく品質表示（９品目）の立入検査を行い、113件の調査を実施。 ○法及び条例について、「東京くらしWEB」等により事業者・消費者に対する普及啓発を行った。	○家庭用品品質表示法に基づく小売店への立入検査を町村部を対象に行う。また、条例に基づく品質表示（９品目）の立入検査を行う。 ○法及び条例について、「東京くらしWEB」等により事業者・消費者に対する普及啓発を図る。	生活文化スポーツ局
3	2	4	介護サービス事業者情報の提供	事業所指定に係る情報提供を行うとともに、事業所の介護サービスの提供の確保に係る必要な情報を提供した。	引き続き、事業所指定に係る情報提供を行うとともに、事業所の介護サービスの提供の確保に係る必要な情報を提供していく。	福祉局
3	2	5	介護サービス情報の公表	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。	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36種類のサービス事業者が都に報告する情報をインターネット上で公表する。また、本制度に対するより一層の普及啓発に努める。	福祉局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
3	2	6	有料老人ホームの運営指導及び都民への情報提供	○都民が安心して有料老人ホームを選択できるよう支援するため、有料老人ホームに関する基礎的な知識や各種情報の活用方法、目的に合った有料老人ホーム選びのポイントなどを分かりやすく解説した「あんしん なっとく 有料老人ホームの選び方」を都民からの希望に応じて無料で提供するとともに、データをホームページ上にPDFファイルで掲載した。ホームページに掲載されている施設一覧と合わせてホーム選びのための情報として活用されている。 ○東京都有料老人ホーム設置運営指導指針に基づき、重要事項説明書に東京都有料老人ホーム設置運営指導指針との適合表の添付をより一層徹底するよう指導し、入居者の福祉を重視するとともに、適正な事業運営の確保を促進した。現在は、公開している重要事項説明書のほぼ全てにおいて指針適合表が添付され、ホームの適正な事業運営についての情報を都民に提供することができている。 ○有料老人ホームの不当な表示を防止し、消費者目線での表示を徹底するため、都のホームページ内に消費者庁のホームページリンクを掲載し、運営事業者への情報提供や注意喚起を行った。 ○各ホームの新規開設時または毎年の報告基準日時点での重要事項説明書を、随時都のホームページ上で公開し、施設選びの情報源として活用してもらった。	○都民が安心して有料老人ホームを選択できるよう支援するため、有料老人ホームに関する基礎的な知識や各種情報の活用方法、目的に合った有料老人ホーム選びのポイントなどを分かりやすく解説した「あんしん なっとく 有料老人ホームの選び方」を都民からの希望に応じて無料で提供するとともに、データをホームページ上にPDFファイルで掲載する。 ○東京都有料老人ホーム設置運営指導指針に基づき、重要事項説明書に東京都有料老人ホーム設置運営指導指針との適合表の添付をより一層徹底するよう指導し、入居者の福祉を重視するとともに、適正な事業運営の確保を促進する。 ○有料老人ホームの不当な表示を防止し、消費者目線での表示を徹底するため、都のホームページ内に消費者庁のホームページリンクを掲載し、運営事業者への情報提供や注意喚起を行う。 ○各ホームの新規開設時または毎年の報告基準日時点での重要事項説明書を、随時都のホームページ上で公開し、施設選びの情報源として活用してもらう。	福祉局
3	2	7	高齢者向け民間賃貸住宅に関する情報提供	サービス付き高齢者向け住宅制度を活用し、高齢者等が安心して住める住まいとして、バリアフリー構造等を有し、安否確認サービス、生活相談サービス等を提供する賃貸住宅等を登録し、広く情報提供を行った。	引き続き、サービス付き高齢者向け住宅制度を活用し、高齢者等が安心して住める住まいとして、バリアフリー構造等を有し、安否確認サービス、生活相談サービス等を提供する賃貸住宅等を登録し、広く情報提供を行う。	住宅政策本部
3	2	8	生鮮品等に関する情報の提供	消費者に対し、以下による情報提供を行い、市場の機能や役割、生鮮品等についての知識の普及・啓発を図った。 ①ホームページやSNSへの掲載内容の充実 ②広報用ビデオの貸し出しや市場見学者に対するビデオ上映による理解促進 ③見学者用パンフレット等の印刷媒体を利用し、市場の概要や仕組みをわかりやすく説明 また、多くの方が来場する豊洲市場のPRコーナやあだち市場の日において、水産エコラベル等に関する資料等を設置することで消費者の認知を向上を図り、エシカル消費に資する情報提供を行った。	消費者に対し、以下による情報提供を行い、市場の機能や役割、生鮮品等についての知識の普及・啓発を図っていく。 ①ホームページやSNSへの掲載内容の充実 ②広報用ビデオの貸し出しや市場見学者に対するビデオ上映による理解促進 ③見学者用パンフレット等の印刷媒体を利用し、市場の概要や仕組みをわかりやすく説明 また、水産エコラベル等に関するパネル等の掲示物を作成し、市場の見学者が水産エコラベル等を知り、学ぶ機会を提供することで、水産エコラベル等の認知度向上を図っていく。来場者に向け、左記のような情報発信を行うことで、サステナブルな社会の実現に向けた取組を推進していく。	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	○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X（旧Twitter）で情報提供を行った。 ○ガソリン・灯油の価格については、週１回、X（旧Twitter）による情報提供を行った。	○毎月公表される「小売物価統計調査」の結果を活用し、生活に密着した食料品・日用雑貨品等の価格動向について、ホームページ「東京くらしWEB」やX（旧Twitter）で情報提供する。 ○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X（旧Twitter）による情報提供を行う。	生活文化スポーツ局
3	2	10	新たな住情報発信サイト「T O K Y O すまいと」を通じた情報提供	新たに追加した子供向け住教育や、D X ・環境・防災をはじめとする新たな日常に対応した住宅に関する情報、区市町村のハザードマップなど、良質な住まいを選ぶための情報を効果的に発信していく。	新たな日常に対応した住宅に関する情報その他の住まいに関する情報など、良質な住まいを選ぶための情報を効果的に発信していく。	住宅政策本部

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
3	2	11	建築物環境計画書制度及び中小規模新築建築物を対象とする新たな制度等の活用	【令和5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）。 ○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。 ○マンション環境性能表示の表示基準の改正においては、建築物省エネ法に基づく国の省エネラベルと表示内容を統一するなど、消費者の混乱を回避するとともに、再生可能エネルギーの設置や電気自動車充電設備の設置の表示を追加するなど表示内容を充実させ、令和7年度から改正した表示を行う予定。 ○加えて、戸建住宅等の一定の中小規模新築建築物に対して、断熱・省エネ性能の向上、再エネ設備及びZEV充電設備の設置を義務付け・誘導する「建築物環境報告書制度」について、令和7年度からの円滑な施行に向け、都民・事業者等への支援策を講じるとともに、環境性能の高い建築物の普及に取り組む意欲的な事業者を表彰する「東京エコビルダーズアワード」を実施するなど都民・事業者等の理解促進を図る取組を行った。 【取組成果】 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。	○現行の建築物環境計画書と関連する各制度（地域における脱炭素化に関する計画制度、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。 ○令和７年度の改正制度に向け、新たな制度システムの構築を進め、消費者にとっても分かりやすい建物の環境性能を案内できる様に表示内容の工夫に努めていく。 ○都市開発諸制度の基準も強化されているため、これらの制度等とも連携し、都市開発の機会を通じて、開発事業者に対し環境配慮水準のより高い新築建築物の導入を誘導していく。 ○マンション環境性能表示は、令和７年度からの表示に向け、対象事業者へ表示の仕組みや内容について周知を行うなど確実な表示に向けた準備を進めていく。 ○戸建住宅等の一定の中小規模新築建築物を対象とする建築物環境報告書制度については、令和７年度からの円滑な施行に向け、都民・事業者等への支援策を講じるとともに、都民・事業者等の理解促進を図る取組を推進していく。	環境局
3	2	12	環境と調和した農業の推進（安全・安心な東京農産物の提供）	○今後も環境保全型農業を推進していくために、東京都エコ農産物認証制度及び東京都GAP認証制度を中心に以下の取組を進める。 ・東京都エコ農産物認証制度は、認証取得者が簡便に使用した農薬、肥料を記帳し、かつ報告書に記載できるアプリを開発した。また関係機関も利用できるようにし、DX化による迅速で正確な確認体制を確立する。 ・東京都GAPは令和５年４月から国際水準GAPに準拠した新東京都GAP認証制度をスタートさせ、幅広い観点から安心安全に取り組めるよう、新東京都GAPへの移行を農業者へ勧め、認証者の増加を図る。 ・東京都エコ農産物認証、東京都GAP認証農産物の流通拡大を図る。	○東京都エコ農産物認証制度では、今後も認証者を増加させる。また、アプリの利用率を向上させるため、認証者やJAにアプリの利用を浸透させる。イベント等を利用したエコ農産物の認知度向上を図る。 ○新東京都GAP認証制度では、東京都GAPからの移行を図り、認証取得者の増加を目指す。R５年度に作成した認証ロゴマークを農業者も使用できるようにし、認証農産物が他の農産物と区別できるようにする。今年度も、小売店でのPR販売、大規模商談会への参加、バイヤーツアーなどを実施し、認証農産物の流通促進を目指す。	産業労働局
3	2	13	栽培漁業の育成	○島しょにおいては、貝類種苗の種苗生産を継続し、令和５年度はアワビ種苗8.7万個、フクトコシ種苗12.5万個、サザエ種苗24.5万個を、大島から御蔵島までの地域に供給した。 ○内水面（河川・湖沼）においては、冷水性魚類の優良種苗（発眼卵、稚魚等）の生産・配付を継続し、令和5年度はヤマメ稚魚等37.8万尾、同発眼卵84.6万粒、ニジマス稚魚等21.1万尾、同発眼卵32万粒、イワナ発眼卵6.6万粒、奥多摩やまめ稚魚1.5万尾、同発眼卵1.1万粒を都内河川漁協及び養殖業者に供給した。	○島しょにおいては、貝類種苗の種苗生産を継続し、令和６年度はアワビ種苗9.7万個、フクトコシ種苗12.5万個、サザエ24.5万個を大島から御蔵島までの地域に供給していく。 ○内水面（河川・湖沼）においては、冷水性魚類の優良種苗（発眼卵、稚魚等）の生産・配付を継続し、令和6年度にヤマメ稚魚等24.5万尾、同発眼卵100万粒、ニジマス稚魚等25万尾、同発眼卵21万粒、イワナ稚魚等1万尾、同発眼卵10.1万粒、奥多摩やまめ稚魚2万尾、同発眼卵9万粒を都内河川漁協及び養殖業者に供給していく。	産業労働局
3	2	14	卸売市場における食の安全・安心を確保するための施設整備の推進	○東京都が整備した冷蔵庫設備等の更新として、足立市場冷蔵庫棟改修工事及び板橋市場第二低温倉庫低温設備更新工事に着手した。 ○市場業者の設置している冷蔵庫設備等について、フロンに代わりグリーン冷媒を使用する省エネルギー型の冷蔵設備への更新を促進するための補助事業を令和4年度に引き続き実施した。	○東京都が整備した冷蔵庫設備等の更新として、足立市場冷蔵庫棟改修工事及び板橋市場第二低温倉庫低温設備更新工事により、グリーン媒体を使用する機器への更新を実施していく。 ○市場業者の設置している冷蔵庫設備等について、フロンに代わりグリーン冷媒を使用する省エネルギー型の冷蔵設備への更新を促進するための補助事業を令和5年度に引き続き実施する。	中央卸売市場
3	2	15	卸売市場における「安全・品質管理者（SQM）」を活用した食の安全・安心を守るための取組の促進	○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。（１回） ○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市場内業者に速やかに周知した。（２３回） ○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。（３回）	○安全・品質管理者の品質管理に関する知識を向上させるため、研修会を実施する。 ○安全な食品を流通させるため、自主回収等の食品危害に関する情報を安全・品質管理者経由で市場内業者に速やかに周知する。 ○食品危害発生時の緊急連絡体制の実効性をより高めるため、安全・品質管理者を活用した情報伝達訓練を実施する。	中央卸売市場

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
3	2	16	マンションの管理や再生に係る情報提供・相談支援	○DXを活用した普及啓発 ・東京都マンション管理・再生セミナーにおいて、集合形式及びオンライン配信による ハイブリッド型で実施 ○管理組合への支援 ・マンション管理アドバイザー制度において、マンションの管理不全予防・改善の取組を支援するため、長期修繕見直し案や修繕積立金の見直し案を作成するなどの支援を実施 ・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に外部専門家を第三者管理者等として試行的に派遣 ○相談体制の充実 ・区市町村の相談窓口に寄せられた相談のうち、専門家による対応が必要なものについては、都が弁護士による専門相談を実施するなど、区市町村と連携し、相談体制を充実	○DXを活用した普及啓発 ・引き続き、東京都マンション管理・再生セミナーにおいて、集合形式及びオンライン配信によるハイブリッド型で実施 ○管理組合への支援 ・引き続き、マンション管理アドバイザー制度において、マンションの管理不全予防・改善の取組を支援するため、長期修繕見直し案や修繕積立金の見直し案を作成するなどの支援を実施する。 ・高齢化等による管理組合の担い手不足等に対応するため、管理組合が機能していないマンションを対象とした外部専門家の活用を検討 ○相談体制の充実 ・引き続き、区市町村の相談窓口に寄せられた相談のうち、専門家による対応が必要なものについては、都が専門相談を実施する。	住宅政策本部
3	2	17	安心して住宅リフォームができる環境整備	○リフォームに関する相談 ・相談窓口（電話相談）において、住宅のリフォームに関する相談を実施 ○情報提供・普及啓発 ・消費者が安心して住宅リフォームが実施できる環境づくりのため、事業者等に対し、「住宅リフォーム事業者行動基準（リフォーム10）」の普及・啓発 ・住宅関連イベントなど各種催事において、住宅リフォームに関する情報提供 ○区市町村の窓口担当者向け講習会 ・区市町村と連携を図り、窓口担当者向けの講習会を開催	○リフォームに関する相談 ・相談窓口（電話相談）において、住宅のリフォームに関する相談を実施 ○情報提供・普及啓発 ・消費者が安心して住宅リフォームが実施できる環境づくりのため、事業者等に対し、「住宅リフォーム事業者行動基準（リフォーム10）」の普及・啓発 ・住宅関連イベントなど各種催事において、住宅リフォームに関する情報提供 ○区市町村の窓口担当者向け講習会 ・区市町村と連携を図り、窓口担当者向けの講習会を開催	住宅政策本部
3	2	18	住宅の耐震性の向上	○住宅の耐震化 ・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実施 ・令和５年度より、平成12年以前に建築された新耐震基準の木造住宅への助成を開始 ・区市町村の助成制度についてホームページ等で紹介 ・整備地域内において、アドバイザーを派遣。令和４年度より、都内全域に対象を拡大 ・「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 ○マンションの耐震化 ・区市と連携して耐震アドバイザー派遣、耐震診断、耐震改修に対する助成を実施 ・建築士等の専門家を派遣し、耐震化に向けた合意形成等を支援 ・パンフレット「マンションの耐震化のすすめ」、「マンション耐震化通信」を配布 ○普及啓発等 ・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 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 ・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 ○上記取組の成果 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	○住宅の耐震化 ・引き続き、区市町村を通じて、整備地域内外の耐震診断・耐震改修等の助成を実施し、戸建て住宅等の耐震化の促進を図る。 また、戸建て住宅向けアドバイザー制度派遣制度について、令和６年度から、耐震化だけでなく省エネ化やバリアフリ化などのリフォームについても助言できるよう拡充する。 ・引き続き、区市町村の助成制度の紹介、耐震診断事務所の登録などを実施する。 ○マンションの耐震化 ・引き続き、区市と連携して耐震アドバイザー派遣、耐震診断、耐震改修に対する助成を実施し、マンションの耐震化の促進を図る。 ・引き続き、建築士等の専門家を派遣し、耐震化に向けた合意形成等を支援する。 ・引き続き、パンフレット「マンションの耐震化のすすめ」、「マンション耐震化通信」を配布する。 ○普及啓発等 ・引き続き、区市町村耐震化促進普及啓発活動支援事業における区市町村の個別訪問等に係る費用に対する補助を実施する。 ・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

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
3	2	19	消費者が安心して売買できる既存住宅市場環境の整備	全住宅取引に占める既存住宅取引の割合は低水準に止まっているが、その要因の一つに、新築住宅と比較して既存住宅の品質や性能に関する情報が得られにくいこと等が指摘されている。 このため、都は、既存住宅の取引に当たって、売主と買主とが共有することが大切な情報について、双方が確認すべき事項や売買契約における留意事項等を盛り込んだ手引書である「安心して住宅を売買するためのガイドブック」（戸建住宅編）（マンション編）を、また、インスペクション（住宅検査）や既存住宅売買瑕疵保険などの認知度向上を図るためのパンフレット「安心して住宅を売買するために－知って役立つ３つのオススメー」を、不動産流通等関係事業者と連携して作成し、普及に取り組んできた。 また、令和５年度から新たに、既存住宅を良質な住宅に改修して適正な評価の下で流通させる取組や、建物状況調査や既存住宅売買瑕疵保険制度等の普及の取組を行う民間事業者等を支援する既存住宅流通促進民間支援事業を開始した。 今後も、既存住宅の流通にかかわる事業者の取組やインスペクションの実施への支援、またガイドブックによる普及啓発等により、消費者が安心して既存住宅を売買できる市場環境の整備に引き続き努めていく。	全住宅取引に占める既存住宅取引の割合は低水準に止まっているが、その要因の一つに、新築住宅と比較して既存住宅の品質や性能に関する情報が得られにくいこと等が指摘されている。 このため、都は、既存住宅の取引に当たって、売主と買主とが共有することが大切な情報について、双方が確認すべき事項や売買契約における留意事項等を盛り込んだ手引書である「安心して住宅を売買するためのガイドブック」（戸建住宅編）（マンション編）を、また、インスペクション（住宅検査）や既存住宅売買瑕疵保険などの認知度向上を図るためのパンフレット「安心して住宅を売買するために－知って役立つ３つのオススメー」を、不動産流通等関係事業者と連携して作成し、普及に取り組んできた。 また、令和５年度から開始した、既存住宅を良質な住宅に改修して適正な評価の下で流通させる取組や、建物状況調査や既存住宅売買瑕疵保険制度等の普及の取組を行う民間事業者等を支援する既存住宅流通促進民間支援事業を今年度も実施し、消費者が安心して既存住宅を売買できる市場環境の整備に引き続き努めていく。	住宅政策本部
3	2	20	住宅確保要配慮者向け民間賃貸住宅に関する登録制度	東京ささエール住宅の登録制度を適切に運用するとともに、新たに貸主に対する各補助メニューをパッケージ化した補助事業や、住宅の迅速な提供と入居後のきめ細かい生活支援などを行う居住支援法人等に対する補助事業を開始するなど、専用住宅の登録促進や居住支援の充実を図るための取組を行った。	引き続き、東京ささエール住宅の登録制度を適切に運用していくとともに、貸主に対する各補助メニューをパッケージ化した補助事業や、住宅の迅速な提供と入居後のきめ細かい生活支援などを行う居住支援法人等に対する補助事業を実施し、専用住宅の登録促進や居住支援の充実を図っていく。	住宅政策本部
3	2	21	公衆浴場対策の推進	公衆浴場経営に関して会計調査を行うとともに、東京都公衆浴場対策協議会を設置して統制額について関係者の意向を把握し、統制額を指定した。 また、各種補助事業等を通して、地域貢献度の高い施設への転換を図るとともに、地球温暖化や震災時における都民の安全・安心の確保など、社会的課題への対応を促進した。 加えて、利用者拡大につながる事業への補助を実施し、公衆浴場の経営の安定化促進を図るとともに、都民の公衆浴場利用機会を確保した。 【令和５年度】 ・令和５年公衆浴場入浴料金統制額を指定 大人 520円（＋20円）、中人 200円、小人100円 ・主な助成事業実績 健康増進型公衆浴場改築支援事業 → 4件 公衆浴場クリーンエネルギー化等推進事業 → 36件 公衆浴場耐震化促進支援事業 → 37件 公衆浴場地域交流拠点事業 → 15件 ・スポーツイベント等と連携した公衆浴場利用促進事業補助 100円で入浴できるモバイル割引入浴券を配布 延べ2万回の利用 ・公衆浴場向け燃料費高騰緊急対策事業 4～9月 1浴場162万円（定額）、10～3月 1浴場144万円（定額）を助成	○入浴料金統制額の指定 公衆浴場経営に関して会計調査を行うとともに、東京都公衆浴場対策協議会を設置して統制額について関係者の意向を把握し、統制額を指定 ○各種補助事業の実施 ・健康増進型公衆浴場改築支援事業等を通して、地域貢献度の高い施設への転換を図るとともに、地球温暖化や震災時における都民の安全・安心の確保など、社会的課題に対応するため、クリーンエネルギー化推進事業及び耐震化促進支援事業を実施 ・利用促進事業補助、地域交流拠点補助を実施し、公衆浴場の経営の安定化促進を図るとともに、都民の公衆浴場利用機会を確保 ・キャッシュレス決済導入促進事業補助を実施し、インバウンド客や若年層等の利便性向上を図るとともに、新規利用者の開拓につなげる。 ・観光客向け 銭湯の魅力発信・利用促進プロジェクト事業補助を実施し、銭湯の魅力を国内外に発信するなど東京を訪れる観光客の銭湯利用を促進するとともに、インバウンド客獲得に向けて力を入れる銭湯を支援する。	生活文化スポーツ局
3	2	22	生活協同組合の育成のための指導・支援	【令和５年度の主な取組状況】 ○生協の健全な発展のため、法に基づく指導・法令検査を計２１件実施した。 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 R5実績は以下のとおり。 ・管理運営に関する指導助言（93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) 【令和５年度の成果】 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スポーツの向上」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検査のうえ把握し、適切な指導をすることにより、組合員である都民の利益を守ることにつなげた。	令和６年度も５年度に引続き以下の取組みを確実に実施していく。 ○生協の健全な発展のため、法に基づく指導・法令検査を21件実施する。 課題を有している生協については、当該生協の方向性を見定めて法令に則った指導を行う。 ○７月の都知事選挙及び都議補欠選挙に当たり告示日前に８組合政治的中立検査を実施するとともに全組合に改めて趣旨を周知し組合の政治的中立を確保する。 ○東京都生活協同組合連合会に対する事業補助を行い、生協指導を実施する。 ・管理運営に関する指導助言、管理運営状況等調査 ・業務運営・経営健全化指導、講習会・研修会の企画・実施	生活文化スポーツ局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
3	2	23	身近な生活圏を支える商店街の振興	○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。 ○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。 ○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。 ○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。 ○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。	「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。 ○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。 ○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とともに、女性の活躍を後押しするほか、デジタル化など時代のニーズを捉えた商店街の意欲的な取組を支援していく。 ○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。	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	引き続き訓練や情報連絡会等を通じて、物資の輸送体制等を強化する。	引き続き訓練や情報連絡会等を通じて、物資の輸送体制等を強化する。	総務局
3	3	1	震災時等における応急生活物資等の流通確保	【令和５年度の主な取組状況】 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 ○実施細目中の「協力要請の手続き」をより機動的にするための検討を実施 ○東京都地域防災計画等に連動したマニュアル等の活用 ・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 ○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書面開催 ・関係先が能登半島地震対応のため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書面開催で意見交換を実施 ○令和５年度総合防災訓練における取組 ・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。 【成果】 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。	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 ○東京都地域防災計画等に連動したマニュアル等の活用 ○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 ○総合防災訓練等における取組 ・応急生活物資の要請に係るＭＣＡ無線訓練の実施、頭上訓練への参加	生活文化スポーツ局
3	3	2	震災時等における生鮮品の確保	令和５年度は豊洲市場など５場の内水氾濫や板橋市場などの河川氾濫の浸水シミュレーション調査を実施した。また、中央卸売市場BCPの改訂に向けて、その結果や令和4年度実施したリスクアセスメント調査の結果等を分析し、改訂の検討ポイントの洗い出しや方針の方向性を検討した。	令和４年度実施のリスクアセスメント調査及び令和５年度実施の浸水シミュレーションの結果を踏まえて、市場開設者である中央卸売市場の「災害対策マニュアル（中央卸売市場BCP）」の見直しを実施していく。	中央卸売市場
4	1	1	消費者教育推進協議会の運営	○東京都消費者教育推進協議会を開催し、情報・意見交換を実施した。 ○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。 ○特に令和５年度は、金融経済教育推進機構の設立等を見据え、東京都の取り組みについて報告し、意見交換を実施した。	○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６年度は消費社会の一員としての消費者の役割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。	生活文化スポーツ局
4	1	2	高等学校における消費者教育の推進	全都立高校等のキャリア教育、進路指導、消費者教育等を担当する教員を対象とした、「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」を10月に開催し、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とともに、学校における実践事例の紹介や外部講師による講演会を実施し、指導の充実を図った。 東京都消費生活総合センターと連携し、東京都消費者啓発員による学校向け「出前講座」の実施や、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、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。また、消費者教育リーフレット「高校生が、ねらわれる！？－18歳・19歳の消費者トラブルが増えています－」を作成・配布し、活用を促した。	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。	教育庁

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
4	1	3	小・中学校における消費者教育の推進	○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。	○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回程度、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や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。	教育庁
4	1	4	消費者教育に携わる教員への支援	○教員講座（受講者数延べ1,072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」「エシカル消費」などタイムリーなテーマを設定するほか、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：インターネット通信販売、９月：初めての不動産賃貸借契約、１２月：脱モラル、３月：ステルスマーケティング）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（12月） ○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のほか希望する私立高校に向けてメールマガジンを配信し、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	生活文化スポーツ局
4	1	5	生徒・学生等に対する消費者教育	○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（89回、7,908人） ・うちオンライン配信８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７回 ○大学等における新入生ガイダンス等での出前講座（18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（48回。大学等を含む） ・出前講座・出前寄席のリーフレットを作成・学校等に配布 ○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を作成した。	○学校向け出前講座 学生・生徒等に対して悪質商法の被害防止等を目的とする講座を実施。都教委や区市町村消費生活センター等関係機関と連携し、小中学校、高校、特別支援学校に対して組織的な周知や個別の働きかけを行う。 ○出前講座・寄席（大学等） 消費者教育コーディネーターから大学等に対して働きかけを行い、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（短時間（30分未満）の出前講座を含む）・出前寄席に加え、大学の教職員と連携してゼミ単位での出前講座・出前寄席を実施する。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） 学校等を通じた広報により保護者会などでの活用を促進 ○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。	生活文化スポーツ局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
4	2	1	多種多様なテーマ・手法による消費生活講座	○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137回含む。180回、15,463人） ・派遣講座（主催者が原則経費負担。42回、2,316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（370回、15,823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4本（うち1本やさしい日本語版）及び改訂台本2本作成、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。会場及びアーカイブ配信） ○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49回、1,726人、寄席296回、10,615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（11～2月、8回、471人、会場及びオンライン配信） ○実験実習講座（11回、243人（飯田橋）、68人（立川）） ○食育講座（6回、視聴回数983回YouTubeオンデマンド配信） ○親子講座（8回、視聴回数1677回YouTubeオンデマンド配信） ○連続講座（10回、視聴回数4166回YouTubeオンデマンド配信） ○多様な主体との連携講座（11月29日開催 69人、視聴回数2810回YouTubeオンデマンド配信）	○出前講座・出前寄席 東京都消費者啓発員（コンシューマー・エイド）や大学の落語研究会、社会人ボランティア等を消費者の希望する場所へ派遣（オンライン対応も行う）。オンライン開催時の講座内容の工夫など、提供内容や手法についても検討する。また、出前講座と出前寄席を組み合わせることで効果について啓発を図り、さらなる活用を促進していく。（出前講座330回予定、出前寄席300回予定） ○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） ○多様な主体との連携講座 多様な主体と連携し、消費者の関心の高いテーマで実施(1回)	生活文化スポーツ局
4	2	2	事業者等による消費者教育の促進	○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、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	○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	生活文化スポーツ局
4	2	3	事業者団体等の取組に関する情報提供	○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：23団体、出前授業情報：22団体） ○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 ○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により情報提供	○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実施 ○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	生活文化スポーツ局
4	2	4	事業者団体等との連携による消費生活講座	○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、278人） ○「多様な主体との連携講座」を開催（11月29日開催 69人、視聴回数2810回YouTubeオンデマンド配信） ○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（2月5日開催、104人）	○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(12月開催予定) 専門知識を持つ事業者団体等と連携を図りながら、デジタルや金融教育など消費者教育における喫緊の課題や消費者の関心の高いテーマで実施 ○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	生活文化スポーツ局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
4	2	5	区市町村に対する消費者教育推進に向けた支援	○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（11回、1,727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（9区市町、51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（18回、454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27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（17回、413人）	○「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）の派遣による出前講座の活用についてあらゆる機会を通じて働きかけ ○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。	生活文化スポーツ局
4	2	6	区市町村における消費者教育推進体制の整備等への支援	【令和5年度の主な取組状況】 ○消費者教育庁内連絡会議等を活用して教育庁、私学部と情報共有。 ○国の動向について随時各区市町村へ情報提供を行った。	○消費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。	生活文化スポーツ局
4	2	7	地域における消費者教育の担い手の育成	○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の育成を図るため、消費者問題マスター講座を実施（ライブ配信及び録画配信。各13回。延べ受講者数1,704人） ・「消費者市民としての役割・消費者団体の活動」をテーマに、消費者市民社会の考え方とともに消費者団体の活動について学ぶ講座を設定 ・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け入れ（9区市町、51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（４区市、11人） ・講座受講者の今後の活動につなげるため、区市において行う消費者教育啓発事業等の情報をまとめ、受講者に提供	○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。	生活文化スポーツ局
4	2	8	消費者教育教材の作成	○特別支援学校（高等部）・若者向けのWeb版消費者教育読本「ちえとまなぶのず～っと役立つお金の話 キャッシュレス決済に挑戦してみよう！」を作成。本教材を授業で活用できるよう、併せて解説書、授業展開例、ワークシート等も作成 ○高齢者向けのDVD教材「学んで実践 防ごう！契約トラブル」を制作。解説資料も作成 ○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（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	○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	生活文化スポーツ局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の実施状況及び成果	令和６年度の実施予定	局
4	2	9	消費者団体等の活動支援	○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 ・消費生活総合センター（飯田橋）841回、多摩消費生活センター（立川）275回 ・新型コロナウイルスの感染拡大状況に合わせて、感染防止策を徹底 ・施設のWi-Fi環境を充実させ、オンライン学習も可能とした。 ○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（5回）	○消費者団体・グループの活動の場として消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの学習室及び教室を貸出。申込をオンラインで受け付けるなど、利用者の利便性を向上させ、施設予約に係る負担の軽減を図る。 ○多摩消費生活センターにおいてセキュリティに配慮したWi-Fiを配備し、施設全域で来所者が自由に利用できる環境を整備 ○一般消費者に対する情報発信のための学習会として、消費者団体等と協働し協働学習会を実施	生活文化スポーツ局
4	2	10	消費生活に関する図書資料室等の運営	○消費生活総合センター（飯田橋） 蔵書数：図書資料20,959冊、雑誌4,742冊、DVD等658本 貸出数：図書資料1,326冊、DVD等228本 図書資料室の利用者数34,352人 ○多摩消費生活センター（立川） 蔵書数：図書資料6,512冊、雑誌234冊、DVD等572本 貸出数：図書資料82冊、DVD等6本 図書の貸出人数60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 ○多摩センター「市町村パンフレットコーナー」・「エシカルコーナー」における市町村資料やエシカル消費に関するパネル等を活用した情報提供	○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 ○センターを会場とする講座のテーマに合わせて配架棚にて特設コーナーを設けるなど利用者の利便性向上を図る。 ○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 ○多摩センターにおいては「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」を設置し、情報を提供	生活文化スポーツ局
4	2	11	消費者団体との協働事業	○消費者月間事業 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21団体） ○交流フェスタ 「見て、聞いて、話そう！交流フェスタ2023」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18,500人） ○メインシンポジウム 『「買う」と「買わない」の境目の心理学』（会場 103人、視聴回数：466回YouTubeオンデマンド配信） ○地域会場 多摩会場 「極地からの提案～無理なく楽しく食品ロス削減」（オンライン講演会 56人） 八王子会場 「これが出発点！フードマイレージから考える日本の食料問題」（会場 41人） ○くらしフェスタ東京 食と農セミナー 講演会・交流会「雑草と私たちのくらし～雑草から農業と環境を考える」（会場 113人） ○エシカル消費 「ごみを見つめて未来を変える SDG s とごみ対策」（視聴回数 630回YouTubeオンデマンド配信） ○協賛事業 66件	○消費者月間事業 消費者問題の解決に向け、消費者団体と東京都による協働事業として実施。より多くの都民の参加が得られるよう、オンライン配信等の活用やエシカル消費など時代に適合したテーマ設定など、企画立案の充実を図るとともに、広報展開も強化	生活文化スポーツ局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度取組状況及び成果	令和６年度取組予定	局
4	2	12	計量に関する周知活動と教育の推進	○情報発信 ・毎年11月1日の計量記念日行事として実施している「都民計量のひろば」について、イベント形式で開催する。また、特設webページで「web版都民計量のひろば2023」を実施する。 ・関係機関や区市町村が主催の「消費生活展」等のイベントに、新しい展示パネルや新たな参加方法で参加する。 ・HP上に公開している消費者向けの各種普及啓発資料について、時点修正を含めた改定を適宜行い、計量に関する情報提供に努め、計量制度の啓発を行う。 ○消費者教育の推進 ・消費生活調査員による、食料品の計量調査を実施し、消費者の商品量目に関する意識の向上を行う。 ・計量展示室では、夏休み期間(8月)と計量強調月間(11月)に特別企画を実施する。 ・都内公立小学校に出向いて実施する児童向けの出前計量教室を行う。 ・夏休み期間に3日間、はかりの工作と所内見学を行う「親子はかり教室」を開催する。また、HP上に「web版親子はかり教室 2 0 2 3」を夏休み期間に2カ月間公開する。 ・小学校教員向け講座の「ジュニア計量学校」を実現するため、関係団体と協定を結び、計量に関する教材や模擬授業の実施など、具体化への検討を行う。	○情報発信 ・11月1日の計量記念日行事として「都民計量のひろば」を開催する。また、「web版都民計量のひろば2024」を作成し公開する。 ・関係機関や区市町村が主催の「消費生活展」等のイベントに、新しい展示パネルや内容で参加する。 ・HP上に公開している消費者向けの各種普及啓発資料について、時点修正を含めた改定を適宜行い、計量に関する情報提供に努め、計量制度の啓発を行う。 ・SNSを活用して定期的な計量情報の発信を行う。 ○消費者教育の推進 ・消費生活調査員による、食料品の計量調査を実施し、消費者の商品量目に関する意識の向上を行う。 ・都内公立小学校に出向いて実施する児童向けの出前計量教室を行う。 ・夏休みに3日間、はかりの工作と所内見学を行う「親子はかり教室」を開催する。また、HP上に「web版親子はかり教室2024」を夏休みの間公開する。 ・小学校教員向けに計量に関する授業の提案を行う「ジュニア計量学校」を実現するため、関係団体と協働して指導案の提案を進める。	生活文化スポーツ局
4	2	13	青少年のインターネット利用に係る被害等防止啓発講座	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「ファミリールール講座」を804回開催し、139,172人が受講した。	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「ファミリールール講座」を開催する（800回程度開催予定）。	生活文化スポーツ局
4	2	14	SNSトラブル防止動画コンテスト	応募総数363作品のうち、14作品を入賞とし、最優秀賞、優秀賞等の作品は、デジタルサイネージ等で放映し、青少年のSNS利用による様々なトラブルや被害に対する意識啓発を図った。	都内在住・在学・在勤の13歳から29歳までの方からSNSトラブル防止を啓発する動画等のコンテンツを募集するコンテストを開催する。入選作品をデジタルサイネージ等で放映することで、青少年をトラブル等から守る気運を醸成する。	生活文化スポーツ局
4	2	15	児童等に対する防火防災教育	○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た。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。 ○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。 ○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と消防職員や消防団員等が学校などに出向いて行う対面型の防災教育を合わせて効率的に実施した。	○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ていく。児童のタブレット端末や当庁のデジタル教材を活用し、学習効果を高めていく。 ○日常生活の事故事例を基に、児童等の危険予測及び危機回避能力を高めるため、児童のタブレット端末や当庁のデジタル教材等を活用した効果的な防災教育を行っていく。	東京消防庁
4	2	16	食育推進活動支援のための情報提供	豊洲市場や大田市場の見学者コース等に青果のせり等の様子を動画で楽しめるQRコード等を設置した。 また、リアルで開催する料理教室等の実施状況をSNS等で広く紹介するなどデジタルを活用し、幅広い方に対して、食育等の推進につながる情報を発信した。 加えて、都民が子育てしやすい環境を食の面から支援していくため、2本の動画を作成・公開した。これらの動画において、「市場業者が持つ食材に関する豊富な知識」に「プロの料理人による料理の知識・技術」を融合させ、子育てに有用な食にまつわる工夫を盛り込んだ、市場ならではの「離乳食」と「幼児食」の献立・レシピを紹介した。 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した。	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のせり等のQR動画を展開していく。 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。 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し、今後、食育教室等において活用していく。 市場まつり等の機会を通じ、地域住民等と市場関係者との交流促進を図るとともに、食育等の普及などを目的に、市場関係者と連携したイベントを実施する。	中央卸売市場

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
4	2	17	食育の推進	・食育は、食に関する適切な判断力を養い、生涯に渡り健全な食生活を実現することにより、心身の健康の増進と豊かな人間形成に役立つものであるため、幅広い事業を展開しており、令和5年度は以下のとおり行う。 ・区市町村や民間団体が実施する食育推進活動を支援するため、区市町村及び食育団体等に食育に関する事業の経費の一部を支援するとともに、食育関連団体の参加を募り、食の安全・安心の普及啓発のために食育フェアを開催する。 ・とうきょう元気農場を活用し、地産地消の一層の促進や農業への理解、生産者への感謝の気持ちの醸成を図る。 ・都民が健全な食生活を実践することを後押しできるよう食育施策を進める。	・食育は、食に関する適切な判断力を養い、生涯に渡り健全な食生活を実現することにより、心身の健康の増進と豊かな人間形成に役立つものであるため、幅広い事業を展開しており、令和6年度は以下のとおり行う。 ・区市町村や民間団体が実施する食育推進活動を支援するため、区市町村及び食育団体等に食育に関する事業の経費の一部を支援するとともに、食育関連団体の参加を募り、食の安全・安心の普及啓発のために食育フェアを開催する。 ・とうきょう元気農場を活用し、地産地消の一層の促進や農業への理解、生産者への感謝の気持ちの醸成を図る。 ・都民が健全な食生活を実践することを後押しできるよう食育施策を進める。	産業労働局
4	2	18	金融リテラシーの向上	(１) アンバサダーによる情報発信 「お金」を学ぼう！アンバサダーによるSNS投稿や雑誌タイアップなどを通じて、金融への興味・関心を喚起。 (２) 企業や学校等への講師派遣 企業や学校等からの依頼を受け、国や金融機関等と連携しながら、金融経済教育に詳しい講師を都から派遣することで、金融に関する学びの場の創出を促進。(５月26日事業開始) (３) 若者向け金融セミナー、Tokyo Sustainable Finance Week FinCity.Tokyoの知見を活用し、若者を中心に金融リテラシーの向上や、E S G投資・サステナブルファイナンスの普及に向けたセミナーやイベントを開催。	(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、都民のfinancial well-beingにつなげるため、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すため、高齢者のwell-beingへとつながる金融知識に関するハンドブックを作成。	スタートアップ・国際金融都市戦略室
4	3	1	エシカル（倫理的）消費の理解の促進	令和４年度に立ち上げた「TOKYOエシカル」を土台に、パートナー企業・団体と連携し、都民を巻き込みながらムーブメントを育てるため、以下のとおり取組を実施した。 ○令和５年度末、約230のパートナー企業・団体が参画 ○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ため、6月にカンファレンス本会（71社116名参加）、11月に分科会（計3回、延べ66社）を開催 ○エシカル消費を体験できる機会を提供し、日常での実践・定着につなげるマルシェを7月に渋谷、3月に立川でそれぞれ開催 ○子供の頃からエシカル消費に親しみ、当たり前の世代を育成する子供向けの社会科見学・エシカル体験ツアーを10月、12月、1月の３回実施 ○通年で、エシカル消費の実践につなげる情報を専用サイト及びＳＮＳで発信 ○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2023」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	「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 ○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 ○子供の頃からエシカル消費に親しみ、当たり前の世代を育成するため、子供・若者を対象としたワークショップや成果発表会などを実施 ○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、都民・パートナー企業等との協働により発信を強化 ○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	生活文化スポーツ局
4	3	2	廃プラスチック・食品ロスに係る資源ロス削減の推進	【令和5年度の主な取組状況】 ○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した。 ○東京サーク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、サークュラーエコノミーの早期導入に当たる具体的な取組等への支援を行うことで都民の行動変容を促した。	○食品関連事業者、消費者団体、有識者等が一堂に会する「東京都食品ロス削減パートナーシップ会議」において、東京都食品ロス削減推進計画の進捗や各主体の取組状況等について意見を交換するとともに、協働の取組を一層推進する。 ○東京サーク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、サークュラーエコノミーの早期導入に当たる具体的な取組等への支援を行うことで都民の行動変容を促していく。	環境局
4	3	3	「ふくしま⇄東京キャンペーン」の展開と被災３県の県産品の消費拡大	令和４年度（第１回及び第２回）に続き、「東北３県（岩手・宮城・福島）ふるさと市」を、（第３回）９/15～21、（第４回）12/22～24の日程で年２回開催した。会場は、両日程とも東京メトロ「銀座駅ふるさとPRイベント会場」。両日程の売上金合計は、3,080千円。広報についても、福島県の復興支援関係のイベント情報等を都公式X（旧Twitter）や部HP等で広く発信した。	引き続き、「東北３県（岩手・宮城・福島）ふるさと市」を５月（第５回）及び11月（第６回）の年２回、開催予定。５月は「SusHi Tech Tokyo2024」の実施に合わせ、「シンボルブルムナード公園内」（江東区青海）で、11月は「御徒町南口駅前広場（おかちまちパンダ広場）」での開催を予定。広報についても、引き続き福島県の復興支援関係のイベント情報等を都公式X（旧Twitter）や部HP等で広く発信していく。	総務局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
4	3	4	福祉・トライアルショップの展開	・自主製品販売ショップ「KURUMIRU」の安定運営 ・自主製品の魅力を最大限に引き出すための企画（通年を通じて、季節・アイテム別、開店７周年のフェアを開催）等を通じた商品開発・価値向上 ○店舗への出店基準（表示義務等）に関する助言や著作権等権利に関する助言 ○販売レポートや説明会等による出品事業所全体の底上げ ○各種イベントへ店舗として出店及びノベルティ等の受注業務	・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	福祉局
4	3	5	地産地消の推進	・地産地消は、旬で新鮮な地元産食材を食べられるだけでなく、農地・海の環境保全、都市防災、流通に係る輸送燃料の節約など多面的な効果が見込まれるため、幅広い支援を展開している。 ・東京産食材の特徴や魅力をわかりやすく情報発信するとともに、それらの食材を使用する飲食店を紹介している。また、都民が食について考え、学ぶことのできるイベント開催やwebサイトを運営している。そして、地域を巻き込んだ地場産農産物の消費拡大と販路拡大を積極的に行う区市町村に経費の一部を支援している。 ・今後とも都民一人ひとりの意識を高め、地産地消を実践する機運醸成を図るとともに、機会の提供を支援していく。	・地産地消は、旬で新鮮な地元産食材を食べられるだけでなく、農地・海の環境保全、都市防災、流通に係る輸送燃料の節約など多面的な効果が見込まれるため、幅広い支援を展開している。 ・東京産食材の特徴や魅力をわかりやすく情報発信するとともに、それらの食材を使用する飲食店を紹介している。また、都民が食について考え、学ぶことのできるイベント開催やwebサイトを運営している。そして、地域を巻き込んだ地場産農産物の消費拡大と販路拡大を積極的に行う区市町村に経費の一部を支援している。 ・今後とも都民一人ひとりの意識を高め、地産地消を実践する機運醸成を図るとともに、機会の提供を支援していく。	産業労働局
4	3	6	身近な生活環境でのVOC（揮発性有機化合物）対策	【令和５年度の主な取組状況】 ○令和５年度に最新の情報を加えた「身近な低VOC製品の選び方ガイドブック」を作成し、窓口・区の環境イベントなど、関係するイベント等で配布を行った。 ○低VOC製品に関する一般都民向けのセミナーを動画配信で実施した。 ○新宿駅西口の大型ビジョンや都内のファミリーマートと協力して、デジタルサイネージにより、夏季のVOC削減について周知した。 ○葛飾区、江戸川区主催の環境イベント・上野恩賜公園開園150周年記念総合文化祭・エコプロダクツ展への出展等を通じて、パネル展示、環境配慮商品の紹介、アンケートの実施等によりVOCの説明と対策の必要性について周知した。 【取組成果】 ○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、ホームページ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を提供した。 ○ホームページにより一般消費者が、低VOC製品を選ぶ際の指標を提供した。	○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していく。 ○主にWeb形式により低VOC製品に関する一般都民向けのセミナー等を開催していく。 ○区市町村主催の環境イベントへの出展等により、VOCの説明と対策の必要性について周知を進めていく。	環境局
4	3	7	生物多様性の普及啓発	【令和５年度の主な取組状況】 ○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自然環境保全・環境体験学習事業を実施。森林整備、クラフト体験などを実施しており、参加人数は5,289名（2024年3月末時点）。 ○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１件。江戸のみどり登録緑地制度紹介パンフレットの更新。最新知見の習得及び江戸のみどり登録緑地登録者同士による情報共有を行う江戸のみどり連絡協議会を実施。 ○生物多様性の普及啓発 令和５年４月に「東京都生物多様性地域戦略」を改定し、都の生物多様性の主流化及び普及を図るため、内容をわかりやすくまとめた当該戦略の普及版を作成するとともに、シンポジウムを開催。 【取組成果】 都民が参加できる環境学習、シンポジウム等の実施により、生物多様性に関する普及啓発が図られている。	○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、内容の充実を図っていく。 ○生態系に配慮した緑化の推進 ・「植栽時における在来種選定ガイドライン」や「江戸のみどり登録緑地」制度等を活用して、事業者等に周知を図り、生物多様性に配慮した緑化を推進していく。 ○生物多様性の普及啓発 「東京都生物多様性地域戦略」を踏まえ、生物多様性の「保全と回復」、「持続可能な利用」、「価値認識と行動変容」に関する普及啓発を行っていく。	環境局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
4	3	8	環境学習の推進	【令和5年度の主な取組状況】 ○都民が環境問題への理解を深め、環境に配慮した自発的な行動を取れるよう、都民向けのテーマ別環境学習講座を対面及びオンラインで４回実施した。 ○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、環境教育に関する小学校教員向け研修会を対面及びオンラインで５回実施した。 ○環境に対する理解向上に向けて、環境学習動画として２テーマ制作し配信した。 ○都民の方々が環境に親しみながら学ぶことができる特設ホームページを運営。適宜、コンテンツを更新・充実させた。 【取組成果】 ○公益財団法人東京都環境公社と連携した環境学習事業（小学校教員向け環境教育研修会、都民向けテーマ別環境学習講座等）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。	これまで実施してきた小学校教員を対象とした環境教育研修会や都民を対象としたテーマ別環境学習講座等をデジタルも活用しながら、引き続き、実施していく。	環境局
4	3	9	環境問題に配慮する消費者行動促進支援	【令和５年度の主な取組状況】 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。 【取組成果】 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。	都各組織におけるグリーン購入達成率100%を目指し、庁内関係組織への周知をより一層推進する。	環境局
4	3	10	省エネラベリング制度	【令和５年度の主な取組状況】 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を促進した。 【取組成果】 省エネラベルの活用により、販売店で家電製品の省エネ性能がわかりやすく示されることで、消費者自らの判断による省エネ行動が促進された。	「家庭のゼロエミッション行動推進事業」等を通じて省エネラベリング制度を都民へ周知することで、消費者の省エネ型家電製品に対する選択を促し、省エネ製品の普及拡大と技術開発を促進する。	環境局
4	3	11	気候変動適応策の推進	【令和５年度の主な取組状況】 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た。 【取組成果】 令和６年３月に気候変動適応法に基づく「東京都気候変動適応計画」を改定し、併せて今後３年間の取組予定を「東京都気候変動適応計画アクションプラン」として示した。	全庁的な推進体制のもと、PDCAサイクルによる進行管理を徹底し、各局と連携した適応策を強力に推進していく。	環境局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
4	3	12	新たな環境施策を推進するための広報展開	【令和5年度の主な取組状況】 ○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（旧Twitter）（約700件投稿）やFacebook（約380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 ・「HTT ＜電力をHへらす・Tつくる・Tためる＞を進めよう」「キッズページ」家庭向け、事業者向けページなどHP内のページ更新、充実化を推進 ・機械翻訳によるホームページの多言語化対応を継続実施 ・GoogleAnalytics有償版等を活用し、HPやSNSの詳細なアクセス分析を継続実施 ・HPを更改し、MyTOKYOと連携した情報発信を実施 ○HTT ＜電力をHへらす・Tつくる・Tためる＞取組の推進 ・特設サイトを開設し、気候危機への対応だけでなく脱炭素社会の実現のため、「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 ○印刷物等の活用 ・「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）に環境施策や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260件） 【取組成果】 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、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。	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。 ○SNS・パブリシティ等を活用した情報発信の強化 ・X（旧Twitter）やFacebook等で伝わる内容を発信し、都の環境政策や都が抱える環境課題を広く周知。 ・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の促進。 ・報道機関への積極的なプレス発表を継続し、伝わる内容、表現で実施。 ○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、脱炭素社会に向けた、「電力をHへらす・Tつくる・Tためる」取組を発信。	環境局
4	3	13	ゼロエミッションモビリティの普及促進	■環境局 【令和5年度の主な取組状況】 ○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・トラック、電動バイク等の購入補助を実施した。 ○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。 【取組成果】 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。 ■産業労働局 ・都内に事業所等を有する法人に対して、電気自動車・バス・トラック、プラグインハイブリッド自動車・バス・トラック、燃料電池自動車、電動バイク等の購入補助を実施 ・EV充電器の導入費等の補助を実施（ZEV車両導入へのインセンティブを充実するほか、EVトラックを補助対象に追加） ・事業者等へのFCバス・FCトラック・FCフォークリフトの導入を促進 ・ごみ収集車などの事業用水素モビリティの実装支援 ・大型FCモビリティなどに対応が可能となるよう既存の水素ステーションに対する増設・改修の補助を拡充	■環境局 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、バス・トラック、電動バイク等の購入補助については、国との連携及び補助額・規模を拡大して実施する。また、タクシー事業者等を対象に、電気自動車、プラグインハイブリッド自動車のタクシー車両及び環境性能の高いユニバーサルデザインのタクシー車両の導入費用の補助を行う。 ■産業労働局 ・都内に事業所等を有する法人に対して、電気自動車・バス・トラック、プラグインハイブリッド自動車・バス・トラック、燃料電池自動車、電動バイク等の購入補助を実施 ・EV充電器の導入費等の補助を実施（ZEV車両導入へのインセンティブを充実） ・事業者等へのFCバス・FCトラック・FCフォークリフトの導入を促進 ・ごみ収集車などの事業用水素モビリティの実装支援 ・水素ステーションの整備・運営支援の実施 ・新たに35メガパスカルの水素ステーションとカーシェア等を併せて整備・運営する事業者への支援を開始	環境局 産業労働局
4	3	14	エコドライブ推進のための普及啓発	【令和5年度の主な取組状況】 ○九都県市の連携によるトレインチャンネル等の各種広告媒体を使ったエコドライブ普及活動を展開した。 ○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。 【取組成果】 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について、消費者の理解を促すことで、エコドライブの実践を推進した	○九都県市の連携によるトレインチャンネル等の各種広告媒体を使ったエコドライブ普及活動を展開する。 ○事業者等がエコドライブに取り組む環境を整備するために、研修等で活用できる教材を配布する。	環境局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
4	3	15	環境にやさしい交通施策の推進	【令和5年度の主な取組状況】 ○世田谷区、台東区の自転車シェアリング事業について、「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（R５年４月１日現在） 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、中野区、杉並区、練馬区、墨田区、世田谷区、台東区 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、福生市、町田市、立川市、三鷹市、武蔵村山市、狛江市、多摩市、練馬区、杉並区、葛飾区、千代田区、文京区、中野区、日野市、東大和市、東村山市 ○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。 【取組成果】 自転車シェアリング実施自治体の増加（令和元年度以降23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。	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。	環境局
4	3	16	ゼロエミッション住宅の普及促進	【令和５年度の主な取組状況】 ○家庭部門のエネルギー低減化を進めるため、高い断熱・省エネ性能を確保した「東京ゼロエミ住宅」の普及促進のための助成及び広報を実施している。 ○都内に「東京ゼロエミ住宅」を新築する建築主に対して、建設費の一部とともに、太陽光発電設備、蓄電池及びV２Hの設置費、機能性PV等への上乗せ助成を実施した。 【取組成果】 助成及び広報を継続して実施したことにより、省エネ性能に優れ、災害にも強く健康にも資する住宅の普及を促進した。	○「東京ゼロエミ住宅」の新築に対する助成及び広報を継続して実施し、更なる普及促進を図る。令和６年度の助成事業においても、建設費の一部とともに、太陽光発電設備、蓄電池及びV２Hの設置費、機能性PV等への上乗せ助成を実施する。 ○令和６年10月からは、更なる環境性能の向上等を図るため、太陽光発電設備等の再エネ利用設備の設置を要件化する等、新たな基準に基づく助成事業を実施する。 ○省エネ性に優れ、災害にも強く健康にも資する断熱・太陽光住宅の普及拡大を促進するため、高断熱化や蓄電池、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。	環境局
4	3	17	家庭の省エネ・節電促進	【令和５年度の主な取組状況】 ○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。 ○家庭でのエネルギー消費が大きいエアコン、冷蔵庫、給湯器又は照明器具を、より省エネ性能の高いエアコン、冷蔵庫、給湯器又はLED照明器具へ買い替えた都民に対し、「東京ゼロエミポイント」を付与し、ポイント数に応じた商品券等を交付するとともに省エネアドバイスを実施する「家庭のゼロエミッション行動推進事業」を実施。 【取組成果】 「東京ゼロエミポイント」の付与による省エネ性能の高い家電等への買い替えの促進及び省エネアドバイスの実施により、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で、消費者自らの判断による省エネ行動が促進された。	○脱炭素化及びエネルギーの安定確保に向けた家庭の節電対策として、HTT「㊸へらす・㊹つくる・㊹ためる」をキーワードに、様々な支援策を展開していく。 ○引き続き、家庭の省エネ行動を促すため、より省エネ性能の高いエアコン、冷蔵庫若しくは給湯器又はLED照明器具に買い替えた都民に対し、東京ゼロエミポイントを付与する「家庭のゼロエミッション行動推進事業」を実施する。また、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月以降、申請方法の変更及び支援拡充を予定している。	環境局
4	3	18	家庭における再生可能エネルギーの普及促進	【令和５年度の主な取組状況】 太陽光発電設備及び蓄電池の購入希望者を募集し、共同購入によるスケールメリットにより購入価格の低減を可能とする「太陽光発電及び蓄電池グループ購入促進事業」を開始した。 【取組成果】 太陽光発電設備及び蓄電池の導入に係る負担の軽減を図ることで、家庭における再生可能エネルギーの普及を促進した。	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」を引き続き実施する。	環境局
4	3	19	サステナブルファイナンスへの理解向上	○若者向け金融セミナー、Tokyo Sustainable Finance Week FinCity.Tokyoの知見を活用し、若者を中心に金融リテラシーの向上や、E S G投資・サステナブルファイナンスの普及に向けたセミナーやイベントを開催。（再掲）	Tokyo Sustainable Finance Week FinCity.Tokyoの知見を活用し、持続的な都市づくりに貢献するSDG s 投資・サステナブルファイナンスの普及に向けたセミナーやイベントを開催。	スタートアップ・国際金融都市戦略室

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
5	1	1	高度専門的な消費生活相談	○10の専門分野グループによる効率的・効果的な相談処理 令和５年度相談受付件数：26,641件（前年度比約４.0%増） ○弁護士や建築士、美容医療専門家等の消費生活相談アドバイザーを活用 ○高度専門研修や民間ADR機関などの関係団体との情報交換等（計30回） ○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 ○聴覚障害者向けに電子メール相談及びタブレット端末を活用し、手話通訳を介した相談 ○事業者団体や関係行政機関等に対し、消費者被害防止に向けた協力や必要な取組について要望 ○心のケアが必要な相談者への対応強化等を図るため、消費生活相談カウンセラー（精神保健福祉士）を活用 ○消費生活相談の特に多い年齢層（若者・高齢者）を対象にした特別相談（高齢者：110件、若者：27件）（速報値）	○10の専門分野グループによる効率的・効果的な相談処理 ○弁護士や建築士、美容医療専門家等の消費生活相談アドバイザーを活用 ○高度専門研修や民間ADR機関などの関係団体との情報交換等 ○外国人からの相談に対応するため、通訳を介した電話による三者間通話（英語、中国語、韓国語の３か国語に加えにタガログ語、ベトナム語を追加） ○聴覚障害者向けに電子メール相談及びタブレット端末を活用し、手話通訳を介した相談 ○事業者団体や関係行政機関等に対し、消費者被害防止に向けた協力や必要な取組について要望 ○心のケアが必要な相談者への対応強化等を図るため、消費生活相談カウンセラー（精神保健福祉士）を活用 ○消費生活相談の特に多い年齢層（若者・高齢者）を対象にした特別相談	生活文化スポーツ局
5	1	2	新たな情報通信技術の活用	○「消費生活相談デジタル化アドバイザーボード（消費者庁主催）」への参加及び意見提言の実施 ○令和５年度「国の施策及び予算に対する提案要求」の実施 ○東京くらしWEBにおけるチャットボットの運用	○「消費生活相談デジタル化アドバイザーボード（消費者庁主催）」への参加及び意見提言の実施 ○令和６年度「国の施策及び予算に対する提案要求」の実施 ○東京くらしWEBにおけるチャットボットの運用	生活文化スポーツ局
5	1	3	相談テストの実施及び技術情報の提供	○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 ○クリーニングトラブルや自転車の不具合に関するテストを実施（年間10件）した ○ネット通販で購入した海外製品等で事故が多く起きていることから、国の製品安全基準に適合した製品の目安について注意喚起を発信した ○道路交通法の基準に適合しない電動アシスト自転車に関する相談が増加しているため、注意喚起情報を発信した ○実験実習講座では、5月、6月実施分については感染症対策に配慮しつつ講師によるデモ実験を行い、7月以降は講師の指導の下、受講生によるグループ実験を実施した（年間11テーマ） ○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、消費生活部や保健医療局、国民生活センター、製品評価技術基盤機構（N I T E）など庁内外の関係機関と積極的に情報交換を行い、連携強化を推進した	○相談員への技術支援として、相談解決に必要なテストの実施及び商品等に関する技術情報の提供を行う ○商品等による危害・危険の未然・拡大防止として、相談情報の傾向を的確にとらえ、危害・危険の増加傾向にある商品等について注意喚起を発信する ○消費生活に役立つテーマについて、一般都民や教員向けに実験講座を実施する（年間11テーマ） ○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、消費生活部や保健医療局、国民生活センター、製品評価技術基盤機構（N I T E）など庁内外の関係機関と積極的に情報交換を行い、連携強化を図る	生活文化スポーツ局
5	1	4	不動産取引に関するトラブルの解決・防止のための相談	・不動産の売買・賃貸借等に関する都民からの電話及び窓口での相談に対しトラブル解決への適切なアドバイスを行うとともに、宅建業者からの宅建業法等の適用に関する問合せや相談にも適切に対応することにより、不動産取引に関するトラブルの未然防止に向けた取組を推進 ・多様な相談方法を導入することにより、消費者等が不動産取引に関する相談をしやすい環境の整備を推進	・不動産の売買・賃貸借等に関する都民からの電話及び窓口での相談に対しトラブル解決への適切なアドバイスを行うとともに、宅建業者からの宅建業法等の適用に関する問合せや相談にも適切に対応することにより、不動産取引に関するトラブルの未然防止に向けた取組を推進 ・多様な相談方法を導入することにより、消費者等が不動産取引に関する相談をしやすい環境の整備を推進	住宅政策本部
5	1	5	青少年のインターネット・スマートフォンのトラブル相談窓口	青少年や保護者等のインターネット・スマートフォン等に関するトラブル相談窓口（「こたエール」）を、関係機関と連携しながら、適切に運営した。（「こたエール」相談件数1,859件）	青少年や保護者等のインターネット・スマートフォン等に関するトラブル相談窓口（「こたエール」）を、関係機関と連携しながら、適切に運営する。	生活文化スポーツ局
5	1	6	生活安全相談センター等における迅速・的確な相談の受理	○生活安全相談センター、警察署等において、特殊詐欺や悪質商法等に関する相談受理をした際、銀行やカード会社の窓口を案内するだけでなく、警察官が直接連絡を取ったり、相談者の家族に対して説明をするなど、被害の拡大を確実に阻止した。 ○警察に寄せられる多種多様な消費関連問題に関する相談へ迅速・的確に対応するため、消費生活センターほか関係機関・部署との連携に努めるなど、各種取組を実施した。 ○相談者への防犯指導に留まらず、違法性があると思料される業者に対しては積極的に警察が介入して業者への事実確認をするよう取り組むとともに、関係機関との連携を図った。	○生活安全相談センター、警察署等において、特殊詐欺や悪質商法等に関する相談受理をした際、銀行やカード会社の窓口を案内するだけでなく、警察官が直接連絡を取ったり、相談者の家族に対して説明をするなど、被害の拡大を確実に阻止する。 ○警察に寄せられる多種多様な消費関連問題に関する相談へ迅速・的確に対応するため、消費生活センターほか関係機関・部署との連携に努めるなど、各種取組を実施する。	警視庁

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
5	1	7	区市町村消費生活相談窓口の支援	○消費生活相談アドバイザー12名を活用（アドバイザー会議、相談コーナー等 延べ181回） ○消費生活相談アドバイザー及び相談員を派遣（多摩市町村支援） ・豊島区、小金井市等６区市の相談員を各１～３名の受入れ研修を実施（延べ34日間） ○消費生活相談カウンセラー２名を活用（カウンセリングコーナー、研修、出張カウンセリング等 延べ53回） ○区市町村消費生活行政担当職員等との情報連絡会（24回） ※飯田橋会場は対面とオンライン同時開催、立川会場は対面のみ ○「相談実務メモ」の発行（151件） ○区市町村からの相談処理に関する照会・回答（170件） ○「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 50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（11回、1,727人）	○相談解決のための事故原因究明テストや、商品等に関連する技術情報を提供 ○消費生活相談アドバイザー12名を活用（アドバイザー会議、相談コーナー等 ） ○消費生活相談アドバイザー及び相談員を派遣（多摩市町村支援） ○消費生活相談カウンセラー２名を活用（カウンセリングコーナー、研修、出張カウンセリング等） ○区市町村消費生活行政担当職員等との情報連絡会を開催 ○「相談実務メモ」の発行 ○区市町村からの相談処理に関する照会・回答 ○「今月の消費生活相談」の発行、専門分野グループ報告等（冊子配布） ○PIO-NETシステムの運用支援を実施 ○消費生活相談支援サイトの運用 ○消費生活行政担当職員等の職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修を実施	生活文化スポーツ局
5	1	8	東京都多重債務問題対策協議会の運営	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。 ①情報連絡部会：新任職員向け（６月、１２月）、経験者向け（６月、２月）、それぞれ研修を実施。 ②相談部会：多重債務者を法律の専門家確実につなぐ仕組み「東京モデル」の推進（2023年度実績：82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 177件、３月 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（2023年度相談実績：1,161件。前年度比+2.7%） 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」（６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。 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。	多重債務者の生活再建や多重債務問題の防止・抑止を視野に入れたより効果的かつ総合的な取組を各部会が連携して推進していく。 特に今後はコロナ禍の失職や収入減に加え、その者を対象とした国の特例貸付の終了やその貸付の償還が始まること、また依然としてウクライナ情勢の影響による物価高騰など、多重債務につながる可能性がある生活困窮者の増加が見込まれることから、これまで以上に状況を注視しながら対応していく。 ○情報連絡部会：研修の実施、情報提供等により、都民対応窓口における多重債務者の発見及び適切な相談窓口への誘導を行う。 ○相談部会：多重債務者を法律の専門家につなぐ「東京モデル」を推進するとともに、無料特別相談「多重債務110番」を実施する。 ○生活再建部会：相談者のニーズに応じた資金貸付や関係機関との連携による効果的な広報活動を行い、生活再建事業を推進する。 ○貸金業部会：ヤミ金融の撲滅に向け、関係機関との合同による「一都三県ヤミ金融被害防止合同キャンペーン」を実施する。 ※課題によっては、部会を合同開催することにより、各部会で把握している多重債務の現状の共有及び情報交換を同時に行い、多重債務問題対策協議会としてより効果的な課題解決への取組を進める。	生活文化スポーツ局・福祉保健局
5	1	9	東京都・区市町村・関係団体との連携による多重債務相談	○どの区市町村窓口へ行っても適切な対応が行われることを目指し、多重債務相談を法律専門家に確実につなぐ「東京モデル」の積極的な活用を促すため、区市町村に情報提供等を実施 ○東京都、区市町村、関係団体が連携した特別相談「多重債務110番」を実施（２回）。一人でも多くの多重債務者の救済を図るため、都の広報媒体等を積極的に活用し広く都民に周知 ① 9月4日、5日（２日間） 合計177件（うち都62件） ② 3月4日、5日（２日間） 合計162件（うち都49件）（速報値）	○どの区市町村窓口へ行っても適切な対応が行われることを目指し、多重債務相談を法律専門家に確実につなぐ「東京モデル」の積極的な活用を促すため、区市町村に情報提供等を実施 ○東京都、区市町村、関係団体が連携した特別相談「多重債務110番」を実施（２回）。一人でも多くの多重債務者の救済を図るため、都の広報媒体等を積極的に活用し広く都民に周知	生活文化スポーツ局

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

政策No.	方向性	施策No.	施策名	令和５年度の取組状況及び成果	令和６年度の取組予定	局
5	1	10	多重債務者の生活再生に向けた支援	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。 ○多重債務者への生活相談及び必要な資金の貸付 令和５年度の生活相談件数及び必要な資金の貸付件数は次の通り 新規相談件数 1,161人（前年度比＋2.7%） 貸付決定件数 15件（前年度比－37.5%） ○都民対応窓口職員等への研修の実施 生活再生相談窓口相談員を講師に加えた「多重債務問題に関する研修」（新任向け・経験者向け 各２回）の実施を通じて、区市の相談窓口職員等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。 受講者数 新任向け（第１回）132人 経験者向け（第１回）58人 新任向け（第２回） 69人 経験者向け（第２回）50人 ○広報活動の実施 ヤミ金融被害防止キャンペーンや多重債務110番等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。	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。 ○多重債務者への生活相談及び必要な資金の貸付 引き続き多重債務者への生活相談対応を行い、家計状況を診断の上で必要に応じ資金の貸付を行う。国による緊急小口資金等の特例貸付の償還が令和５年１月から開始していることを踏まえ、令和５年２月以降、相談窓口への弁護士への派遣回数を週２日から週５日に拡充した。体制を強化して実施している相談支援を令和６年度も継続していく。 ○各種相談窓口職員等への研修の実施 生活再生相談窓口相談員を講師に加えた「多重債務問題に関する研修」を経験度別に複数回（新任向け・経験者向け 各２回）実施することで、区市の相談窓口職員等の多重債務問題への理解を深めると共に、更なる対応力向上を図る。 ○広報活動の実施 ヤミ金融被害防止キャンペーンや多重債務110番等、他機関と連携した活動を通じて、東京都生活再生相談窓口の広報を行い、制度周知を図る。	福祉局
5	2	1	消費者被害救済委員会による紛争解決	○委員会の処理状況は、前年度からの継続の１件に加え、新規付託２件で合計３件 ①94号案件「パーソナルトレーニング契約の中途解約に係る紛争」一部会(04.11.29付託 05.09.07報告)、部会８回実施、あっせん解決 ②95号案件「インフルエンサー養成講座契約に係る紛争」二部会(05.07.04付託 06.02.15報告)、部会７回実施、あっせん解決 ③96号案件「ロードサービスの契約に係る紛争」二部会(06.01.05付託) 審議中 ○上記処理実績（３件）は、区市からの付託	○より多くの消費者被害の救済に向け、付託手続の円滑化、部会運営の迅速化を図っていく。また、紛争の概要、審議の経過や結果を広く情報提供することで、個別案件の被害救済のみならず、同一又は同種の被害の防止と救済を図っていく。 ○区市町村からの案件受入れ促進のため、区市町村訪問等を実施し、委員会の役割を説明するとともに、最新の消費生活相談や解決困難案件等について情報収集や意見交換を行っていく。 ○付託案件に係る訴訟が提起された場合、当該消費者に対する訴訟資金の貸付、資料の提供等の必要な援助を行っていく。	生活文化スポーツ局
5	2	2	集団的消費者被害回復に係る訴訟制度を担う団体との連携	○特定適格消費者団体が提訴した事案について、被害回復裁判手続資金の貸付を継続して行った。（償還:1件） ○団体との意見交換等を行い、今後の提訴等に向け、貸付制度等による総合的な支援を図った。	○特定適格消費者団体が提訴した事案について、被害回復裁判手続資金の貸付を継続して行い、特定適格消費者団体による円滑な訴訟追行に寄与する。 ○団体との意見交換等を行い、今後の提訴等に向け、貸付制度等による総合的な支援を図っていく。	生活文化スポーツ局