

東京都消費者教育アクションプログラム
取組実績（28年度）取組予定（29年度）

調 査 票

（平成28年12月末現在）

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
大学等との連携による消費者教育			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
効果的な消費者教育の展開に向けた取組 1 多様な主体との連携			1-1
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> 大学からのインターンシップ生による若者向け悪質商法防止キャンペーンの企画 新入生ガイダンス等での出前講座の実施 			
■平成28年度の実績			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	大学等との連携により、新入生ガイダンス等に東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を出前講座の講師として派遣	47回 (16校、受講者数7,054人)	大学41回(12校) 専門学校6回(4校)
2	大学生等の消費者被害防止を目的とした啓発活動(出前講座活用実績のある大学等への個別案内)を実施	電話案内:19校 (大学15校 専門学校4校) 書面案内:74校 (大学34校 専門学校40校)	
3	大学からのインターンシップ生が持つ「若者の視点」を取り入れ、より効果的な若者向け悪質商法被害防止キャンペーンを企画(予定)	キャンペーン期間 平成29年1月～3月	
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<ul style="list-style-type: none"> 東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)が消費者の希望する場所へ出向き、消費者問題をわかりやすく伝える「届ける教育」(出前講座)を実施することにより、若者が被害に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の啓発を行った。大学のカリキュラムの中に組み込んで実施してもらうために、通常よりも短い時間で講座を実施しなければならないことがあるが、啓発員は、ポイントを絞って講義するなど、適宜柔軟に対応している。主催者からは、「新入生向けに内容を配慮してもらい、事例も具体的なものを取り上げてもらったので、学生にとってもわかりやすかった」「新入生などの若者の状況にあわせて事例をとりあげていただき、学生にとって被害のイメージを描きやすい内容であった」と好評だった。 個別に大学・専門学校に案内を行い、消費者教育の重要性について説明して理解を得たことにより、大学・専門学校での消費者被害防止の啓発実施に繋がった。 			
■平成29年度の実績予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	大学等との連携により、新入生ガイダンス等に東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を出前講座の講師として派遣	通年	
2	大学生等の消費者被害防止を目的とした啓発活動(出前講座活用実績のある大学等への個別案内)を実施		
3			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
事業者・事業者団体との連携による経営者向け啓発の実施			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
効果的な消費者教育の展開に向けた取組 1 多様な主体との連携			1-2
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> ・経営者に従業員向け消費者教育の必要性を理解してもらうため、事業者団体等の広報誌等に東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)派遣の情報を掲載 ・経営者向けのセミナーで、消費者教育をテーマとした講演を実施 ・事業者・事業者団体等の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、積極的な取組をしている団体等の取組をホームページ等に掲載し、紹介 			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	事業者・事業者団体等の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、積極的な取組を行っている団体等の事例をホームページ等に掲載し紹介	3団体	<連携先> カシオ計算機㈱、 ㈱ビルケアビジネス、 巣鴨信用金庫
2	30歳～50歳代のミドル層に多い消費者トラブルや暮らしに役立つ知識をまとめた「飯田橋四コマ劇場」(ミドル層向け消費者読本)を作成し、事業者・事業者団体で活用してもらえるよう提供	発行部数:5万部(12月発行) 配布状況:発行当初55団体に配布(事業者・事業者団体)	当初配布のほか、 出前講座等で随時 配布
3			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<ul style="list-style-type: none"> ・従業員向け消費者教育の取組事例を紹介することで、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。 ・働き盛り世代を対象とした消費者教育教材を提供することで、事業者・事業者団体等が従業員に対する消費者教育の重要性について考える機会を提供することができた。 			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	事業者・事業者団体等の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、積極的な取組を行っている団体等の事例をホームページ等に掲載し紹介		
2	事業者・事業者団体等に対し、様々な機会を活用して啓発協力を依頼		
3			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
事業者・事業者団体との連携による企業向け出前講座			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
効果的な消費者教育の展開に向けた取組 1 多様な主体との連携			1-3
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> ・東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を講師として企業に派遣 ・新入社員、中堅社員や退職前の社員向けなど対象者ごとに様々なテーマの講座を実施 ・消費者教育の意義を理解してもらう契機とするため、講師派遣料は初回無料 			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	事業者・事業者団体との連携により、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を企業の社員向け講座の講師として派遣した(新たに前出講座を利用する事業者・事業者団体については、初回に限り無料で実施)。	新入社員向け: 7回 (受講者数 307人) 中堅社員向け: 4回 (受講者数 144人)	
2			
3			
4			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<ul style="list-style-type: none"> ・企業等からの「社員が家族と情報を共有できるよう、消費者トラブルについて具体的な事例を交えてほしい」などの要望に、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)と企業等が内容を調整のうえ実施した。実施後、「様々な資料に加え、DVDやロールプレイを活用するなど、わかりやすく説明してもらい、全員が集中して受講でき、内容を理解することができた」、「ワンクリック詐欺など身近に起こりうる事例をもとに丁寧に説明してもらった」などの感想が寄せられた。(新入社員向け講座) ・「消費生活センターに入った相談事例を用いてわかりやすく説明してもらい、また、SNS利用の注意点について最新の情報を提供してもらったので、受講者にとって有意義なものであった」と評価を得ており、効果があった。(中堅社員向け講座) 			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	企業等に対して、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)派遣による出前講座を実施するとともに、活用の促進を図る。	通年	
2			
3			
4			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
事業者・事業者団体、試験研究機関等との連携による都民向け講座			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
効果的な消費者教育の展開に向けた取組 1 多様な主体との連携			1-4
■施策の概要			
・事業者団体や試験研究機関等と連携し、金融経済教育等をテーマとして都民を対象とした啓発講座等を実施			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	事業者団体等と連携し、一般都民向け講座等を実施	第1回(消費者志向経営:平成28年9月、123人)	<第1回連携先> (公社)消費者関連 専門家会議(ACA P)
2	金融経済教育など消費生活関連の教育に取り組む主体と連携を図り、消費生活講座を共催で実施	1回(金融経済教育:平成28年7月、132人)	<連携先> 東京都金融広報委 員会
3	東京都行政書士会が主催するセミナーを後援し、一般都民向け講座を実施	1回(高齢者の消費者トラブルと成年後見セミナー:平成28年11月)	
4	多様な主体と連携し、効果的に悪質商法等被害防止を呼びかけるため、街頭キャンペーンを実施し、啓発リーフレット等を配布	1回(飯田橋ラムラと連携、平成28年7月) 2回(飯田橋ラムラ等と連携、平成28年9月) 3回(日本証券業協会等と連携、平成28年10月)	<連携先> 第2回:日本証券業 協会、日本損害保 険協会、東京都行 政書士会 第3回:警視庁、関 東財務局
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<p>・参加者からは「消費者市民社会の意味と、そのために消費者団体、事業者、行政が連携して取り組んでいくことの重要性を再認識した。」「消費者の声を大切に、企業内で情報共有することの重要性を実感した。」「とても面白いテーマであり、様々な角度の話があってよかった。」等の感想を得ることができ、消費者・事業者・行政それぞれの役割と連携のあり方について、各立場で考えていただく機会を提供できた。</p> <p>・金融経済教育を通じてお金に関する幅広い知識や適切な考え方を身に付けることは消費者にとって重要であり、金融経済教育の専門機関と連携を図ったことで、消費者教育を効果的に推進することができた。</p> <p>・他団体とセミナー等の実施で協力することにより、消費生活に関する啓発の機会を広げることができた。</p> <p>・多様な主体と連携して街頭キャンペーンを実施することで、周囲の注目を集め、啓発効果を高めることができた。</p>			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	事業者団体等と連携し、一般都民向け講座等を実施	2回	
2	金融経済教育など消費生活関連の教育に取り組む主体と連携を図り、消費生活講座を共催で実施	1回(金融経済教育)	
3	平成28年度の取組状況を踏まえた実施を検討していく。		
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
消費者団体、事業者・事業者団体、民間ADR機関等との連携による消費者教育を担う人材の育成			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
効果的な消費者教育の展開に向けた取組 1 多様な主体との連携			1-5
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> ・消費者団体・事業者団体・民間ADR機関、大学等とも連携を図りながら、講座や情報提供を通じた人材育成や活動支援を実施 ・私立学校関係者と連携して、私立学校の教員を対象とした研修を実施 ・消費者教育の意義や「消費者市民社会」の概念等について理解を深めてもらえるよう配慮しながら、人材育成を実施 			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	消費者問題マスター講座及び教員のための消費者教育講座に、消費者団体、事業者・事業者団体から講師を迎え、消費者教育を担う人材を育成するための講座を実施	マスター講座5テーマ 教員講座10テーマ	
2	教員のための消費者教育講座において、事業者団体や民間ADR機関が作成した消費者教育教材を収集・展示するとともに、各団体・機関が実施する出前授業に関する案内について、情報提供	教材展示 19団体 出前授業情報 15団体 (平成28年7、8月実施)	
3	消費者市民の社会の考え方や消費者市民の役割及び消費者教育の意義をテーマとした講座を、消費者問題マスター講座の中で実施	1回(平成28年9月に2日間)	
4			
5			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<ul style="list-style-type: none"> ・各分野に精通した事業者団体等の方に専門的な内容について分かりやすく御講義いただき、「知らないことが多かったので、有意義でした。」、「新しい消費者教育のアイデアになりました。」といった感想が寄せられた。 ・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。 ・「これまで消費者市民について考えたことがなかったので、いろいろな言葉や単語、取り組みや考え方などを知り、学び、改めて見つけることができた」などの声が参加者から寄せられ、消費者市民社会の概念等の理解を深めていただくことができた。 			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	消費者問題マスター講座及び教員のための消費者教育講座を開催		
2	教員のための消費者教育講座において、事業者団体や民間ADR機関が作成した消費者教育教材を収集・展示するとともに、各団体・機関が実施する出前授業に関する案内についての情報提供を継続して実施		
3			
4			
5			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
消費者団体・事業者団体等が実施する消費者教育や啓発事業に関する情報発信			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
効果的な消費者教育の展開に向けた取組 1 多様な主体との連携			1-6
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> ・都の持つ情報発信ツール(ツイッター、フェイスブック等)を活用して、消費者団体や事業者団体等が実施する消費者教育や啓発事業(講座の実施、教材の作成など)に関する情報を発信 ・フェイスブックが消費者問題に関心がある都民が情報交換・交流できる場となるよう周知 			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	東京都消費生活フェイスブック、東京都消費生活行政ツイッターを活用し、消費者団体や事業者団体等が実施する消費者教育・啓発事業に係る情報、消費者教育教材に係る情報を発信	フェイスブックによる発信:22回 ツイッターによる発信 :17回 (12月末現在)	
2	東京暮らしWEBやSNSなど情報発信ツールのPRチラシを作成し、消費生活講座や暮らしフェスタ等が実施する講座・イベントにおいて配布	約9,000部(12月末現在)	
3			
4			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
消費者団体や事業者団体等が実施する消費者教育・啓発事業や事業者団体等が作成した消費者教育教材について、広く都民に発信を行うことで、消費者教育に係る理解を深めることに寄与した。			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	今後も都の情報発信ツールを活用して、消費者団体や事業者団体等が実施する消費者教育・啓発事業に係る情報を発信することで、既存の取組の有効活用を促すとともに都内における消費者教育の充実を図る。		
2			
3			
4			
■所管部署			
企画調整課消費者情報担当			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
区市町村の消費者教育推進への支援			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
効果的な消費者教育の展開に向けた取組 2 区市町村への支援			2-1
■施策の概要			
・区市町村の消費者講座の開催や啓発資料の作成等について、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)の派遣や、都が連携している事業者団体、民間ADR機関等の紹介など、都が持つ消費者教育のノウハウに関して、情報提供などの支援を実施			
■平成28年度の実績			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	多摩消費生活センターにおいて、多摩地区の市町村と共催して消費生活講座を開催するとともに、必要に応じて講座企画に関する情報提供等を実施	共催講座:13回 (受講者数:236人) 情報提供等: 通年	
2	自前の出前講座を実施している区市町村が当該自治体においてテーマ、日程及び対象者別など調整が困難な場合に、東京都消費者啓発員を派遣して講座の実施を支援	42回(受講者数1,190人)	
3	各区市町村で消費生活講座企画の参考としていただくため、テーマや講師等の消費生活講座開催状況をとりまとめて、情報提供	12月	
4	区市町村が実施するイベント等において、啓発グッズの提供や若者向け悪質商法被害防止キャンペーンキャラクター着ぐるみの貸出等、イベント集客のための広報協力を実施	着ぐるみ等の貸出:11件	
5	多摩消費生活センターにおいて、時期にあった消費生活に関する企画展示用パネルを作成し、区市町村に消費生活展等での消費者啓発用として貸出しを実施	18件(延べ73 枚)	
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<p>・都が持つ消費者教育のノウハウや情報を提供するとともに、講師の選定等企画立案、運営を支援することにより、市町村の消費者教育の推進の一助となるよう努めた。</p> <p>・自前の出前講座を実施している区市町村からのエイドの派遣依頼は、主に、洗剤、食品添加物、乳製品等に係る実験を伴う講座や、お葬式とお墓の基礎知識・終活、ヒヤリ・ハットなどの暮らしの中の安全、健康を支える食生活などをテーマとしたものが多く、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。</p> <p>・キャラクターの親しみやすさを活かし、都内のあらゆる地域で悪質商法被害の防止を呼びかけることで、関心の薄い層を含め幅広く啓発を行うことができた。</p>			
■平成29年度の実績予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	多摩消費生活センターにおいて、継続して多摩地区の市町村支援を実施	通年	
2	区市町村に対し、東京都消費者啓発員派遣による出前講座の活用を働きかけを実施	通年	
3	各区市町村に対し、消費生活講座開催について情報提供を行う。	12月	
4	引き続き、区市町村で実施するイベント等において、若者向け悪質商法被害キャンペーンキャラクターの着ぐるみの貸出等、イベント集客のための広報協力を実施	通年	
5	多摩消費生活センターにおいて、時期にあった消費生活に関する企画展示用パネルを作成し、区市町村に消費生活展等での消費者啓発用として貸出しを実施	通年	
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
区市町村の消費者教育を担う人材の育成支援			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
効果的な消費者教育の展開に向けた取組 2 区市町村への支援			2-2
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> ・事業者団体や民間ADR機関等の関係機関と連携し、区市町村の消費者教育を担う人材の育成を支援 ・区市町村の推薦する者を消費者問題マスター講座受講生として優先的に受入れを行うほか、区市町村のニーズを踏まえた区市町村支援策について検討 			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	地域で見守り活動を行っている方等に消費者問題に関する体系的な知識を習得する機会を提供するため、消費者問題マスター講座に「区市町村優先枠」を設け、区市町村を通じて申込みのあった受講生の受入れ	13区市から30人の申込	<参加者> 社会福祉士、地域の消費者団体の方等
2	事業者団体や民間ADR機関が作成した消費者教育教材リスト及び各団体・機関が実施する出前授業に関する案内について、都内区市町村に対して情報提供	教材リスト 19団体 出前授業情報 15団体	
3	様々な分野の専門知識を持つ団体等に講師を依頼し、区市町村消費生活行政職員研修を開催	2回(10月、12月)	
4			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<ul style="list-style-type: none"> ・消費者問題マスター講座について、区市町村で今後予定している活動の実態に応じて必要な講座を受けることができるよう希望する講座の受講受付を行い、民生委員や消費者団体メンバーなど地域で消費者啓発活動に携わる方に受講いただくことができました。 ・事業者団体等の専門知識を活かした教材等を幅広く紹介することで、職員研修などで消費者教育を実施する際の選択肢を広げることができた。 ・区市町村の消費生活行政担当職員等が研修で得た情報を、消費生活講座や消費生活相談対応の場で消費者に提供するなど、消費者教育の一助となった。 			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	消費者問題マスター講座に「区市町村優先枠」を設け、区市町村を通じて申し込みのあった受講生の受入れ	平成29年9～12月	
2	事業者団体や民間ADR機関が作成した消費者教育教材リスト及び各団体・機関が実施する出前授業に関する案内について、都内区市町村に対する情報提供を継続して実施		
3	区市町村消費生活行政職員研修を開催		
4			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
消費者教育モデル事業(1)			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
効果的な消費者教育の展開に向けた取組 2 区市町村への支援			2-3
■施策の概要			
<p>・平成25年度から27年度までモデル事業として実施した、区市町村による地域の特性をいかした先駆的な取組、他の区市町村で今後の展開が可能な取組などを取りまとめて普及</p>			
■平成28年度の実績			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	平成25年度から27年度までモデル事業を実施した延べ21区市27事業の成果を取り纏め中	年度内に成果を取り纏めて区市町村に配布	
2			
3			
4			
5			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
取り纏めを作成中			
■平成29年度の実績			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	本事業は平成28年度をもって終了		
2			
3			
4			
5			
■所管部署			
消費生活総合センター・企画調整課(企画調整担当)			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
消費者教育モデル事業(2)			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
効果的な消費者教育の展開に向けた取組 2 区市町村への支援			2-3
■施策の概要			
・平成25年度から27年度までモデル事業として実施した、区市町村による地域の特性をいかした先駆的な取組、他の区市町村で今後の展開が可能な取組などを取りまとめて普及			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	<p>平成27年度の事業実績報告書を作成するとともに、平成25年度から平成27年度までの3か年の間に実施された事業成果の普及拡大を図った。</p> <p>【平成25年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> 千代田区(大学及び専修・各種学校との連携による若者向け消費者教育の推進) 新宿区 <ul style="list-style-type: none"> (1)外国人向け消費者啓発パンフレットの作成と活用 (2)消費生活展での出前寄席実施 (3)中学生向け消費者教育教材(副読本)の作成 江東区(日帰りバスハイクによる消費者教育の推進と消費者団体の活動周知) 荒川区(地域連携消費者講座:図書館との協働による消費者教育) 葛飾区(葛飾区地域連絡会議(葛飾区消費生活対策審議会分科会)) 八王子市 <ul style="list-style-type: none"> (1)児童館連携事業:児童館まつり「こどもタウン」における体験型消費者教育 (2)小学校出前講座 昭島市(高齢者消費者被害未然防止教育出前寄席) 町田市(高齢者支援センターとの連携による被害防止) <p>【平成26年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> 新宿区 <ul style="list-style-type: none"> (1)出前講座を活用した効果的な消費者教育の展開 (2)消費者教育推進シンポジウムの開催及び消費者教育推進地域協議会の設立準備 墨田区(すみだ消費生活展での啓発活動の強化～出前寄席等を効果的に活用した消費者教育の推進～) 江東区(江東区消費者教育推進地域協議会の設置準備) 大田区(高齢者消費者被害未然防止教育) 葛飾区(葛飾区消費者教育地域連絡会議(葛飾区消費生活対策審議会小委員会)) 三鷹市(小学校出前授業(消費者教育・情報モラル教育)) 西東京市(地域包括支援センター等との連携強化事業) 福生市(悪質商法・振り込め詐欺ゼロキャンペーン委託事業) <p>【平成27年度】</p> <ul style="list-style-type: none"> 新宿区(新宿区消費生活地域協議会の設立) 江東区(江東区消費者教育推進委員会) 大田区(地域包括支援センターを核とした高齢者の消費者被害防止教育) 葛飾区(葛飾区消費者教育地域連絡会議(葛飾区消費生活対策審議会小委員会)) 羽村市(AZEMSプロジェクト稼働開始及び消費生活被害防止啓発ラッピングバス出発式) 	<p>平成25年度(8区市)</p> <p>平成26年度(8区市)</p> <p>平成27年度(5区市)</p>	
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<p>・平成27年度の取組の内容を「東京くらしWEB」や事業実績報告書で紹介することにより、成果の普及が図られた。</p> <p>・各区市町村の特性を活かした消費者教育の推進は、都内全域の消費者教育の水準の向上を図る上で重要であり、この実例が今後の各区市町村における消費者教育の普及の一助になると期待される。</p>			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	3か年の間に実施された事業成果を活かし、区市町村に対する適時適切な助言等を行う。		
■所管部署			
消費生活総合センター・企画調整課(企画調整担当)			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
区市町村における消費者教育推進地域協議会等の設置への支援			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
効果的な消費者教育の展開に向けた取組 2 区市町村への支援			2-4
■施策の概要			
<p>・消費者教育推進地域協議会など、地域の関係機関による推進体制作りが進むよう、区市町村に対し、協議会の設置方法の提案、連携先の候補となる機関や消費者教育モデル事業の成果である他区市町村の連携事例の紹介等を実施</p>			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	区市町村の消費生活行政担当課長会において、消費者団体連絡会等を活用した協議会の設置方法を提案	平成28年9月	
2			
3			
4			
5			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
○設置方法を提案したことで、区市町村が協議会の設置に向けた検討をするきっかけとなった			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	引き続き、消費者教育推進地域協議会の設置方法についての提案を実施していく。		
2			
3			
4			
5			
■所管部署			
企画調整課企画調整担当			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
若者向け悪質商法被害防止キャンペーン			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 3 若者の消費者被害の防止			3-1
■施策の概要			
<p>・キャンペーンキャラクターの「ボク、カモかも…。」「オレ、サギだもん」「相談インコ」を活用し、年間を通じて、様々な媒体や若者が集まる場所・イベントで啓発を実施(1月から3月までが強化月間)</p> <p>・啓発用ポスター・リーフレットの印刷・配布、啓発グッズの作成・配布、交通広告、映画館でのCM上映、着ぐるみによるプロモーションなど</p>			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	<p>若者向け悪質商法被害防止キャンペーンの実施(予定)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・若者の多く集まる場所でのポスター掲示、リーフレット配布 ・高校卒業生全員に啓発用ノートを配布(1月) ・悪質商法をテーマにした漫才・コントの動画公開(1月～) ・交通広告の実施(3月) ゆりかもめの貸切広告、JR線、東京メトロ線の一部路線、京王線(井の頭線)、都営地下鉄全線、多摩都市モノレールの中吊り広告 都営地下鉄、京王線の車内ビジョンでCM放映 ・映画館でのCM上映、リーフレット配布(3月) ・着ぐるみによる啓発活動 ヘブンアーティストIN渋谷(1月)、ロビープロモーション・豊洲・南大沢(3月) ・大規模就活セミナーでの就活生に向けたリーフレット配布(3月) ・特別相談「若者のトラブル110番」の実施 3月13日(月)、14日(火)9時～17時 ・広報誌等への掲載 広報東京都1月号、東京くらしねっと1月号、東京都・区市町村消費生活行政情報1月号、事業者団体広報誌新春号、わたしは消費者3月号ほか 	平成29年1～3月	
2			
3			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<p>・若者全般に対して様々な啓発事業を複合的に実施することにより啓発効果を高めることに加えて、高校生や大学生等社会に出る前のタイミングをとらえ、きめ細かな啓発も併せて実施することができた。</p>			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	引き続き、若者を対象としたより適切な媒体を検討するとともに、他団体とも連携を図りながら効果的な啓発を実施していく。	平成30年1～3月	
2			
3			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
若者向けに悪質商法の手口を分かりやすく紹介する効果的な取組			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 3 若者の消費者被害の防止			3-2
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> ・若者が集まる場(専門学校等の教育機関、企業社員研修等)で若者を狙う悪質商法の手口や断る方法を分かりやすく紹介することにより、効果的な啓発を実施 ・インターネットを活用した動画等による啓発を実施 			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	悪質商法をテーマに芸人が作った漫才・コントをネット動画で公開する消費者教育を実施した。	大学祭啓発イベント (3大学:平成28年11月5日、6日、18日) 公開収録イベント (平成28年12月3日) ネット動画配信 (平成29年1月)	
2	新たに社会人となった若者等に向けて、悪質商法、消費者トラブル、くらしに役立つ知識をまとめた「飯田橋四コマ劇場」(若者向け消費者読本)を印刷し、企業等の新入社員研修等で活用してもらえるよう提供した。	10月に3万部増刷 2月に2万部増刷予定	出前講座等で配布
3			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<ul style="list-style-type: none"> ・漫才・コントの取組では、オープンスペースで公開収録を行うことにより、多くの来場者(消費者問題に関心の薄い層等)に悪質商法の手口を紹介することができた。また、学生芸人の参加や大学祭でのイベント実施により、学生の視点を取り入れた啓発を行うことができた。 ・四コマ漫画による分かりやすい内容で、悪質商法の手口や対処法を効果的に伝えることができた。 			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	平成28年度までの取組を踏まえ、悪質商法をテーマに芸人が作った漫才・コントをネット動画で公開する消費者教育を実施する。		
2	引き続き、若者向け消費者読本の活用を働きかけていく。		
3			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
大学生等が集まる機会を活用した出前講座			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 3 若者の消費者被害の防止			3-3
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> 大学の新生向けガイダンス、学内イベント等に、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)、大学の落語研究会や社会人ボランティアを講師・演者として派遣 大学の教職員と連携し、授業・ゼミ単位での出前講座・出前寄席を実施 			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	大学の新生向けガイダンスやイベント等に、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)等を講師として派遣し、消費者トラブルの事例や対処法の紹介を実施。また、大学の教職員と連携し、授業・ゼミ単位で消費者被害防止のための出前講座を実施した。	47回 (16校、受講者数7,054人)	大学41回(12校) 専門学校6回(4校)
2	大学生等の消費者被害防止を目的とした啓発活動(出前講座活用実績のある大学等への個別案内)を実施した。	電話案内:19校 (大学15校 専門学校4校) 書面案内:74校 (大学34校 専門学校40校)	
3			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<ul style="list-style-type: none"> 出前講座を受講した学生からは、「生活する中での消費者トラブルの怖さを改めて実感した」「知っている、わかっているのに自分がその立場になってしまうと、カモになってしまう恐怖を学ぶことができた」などの声が寄せられた。 個別に大学・専門学校に案内を行い、消費者教育の重要性について説明して理解を得たことにより、大学・専門学校での消費者被害防止の啓発実施に繋がった。 			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	若者の消費者被害防止のため、大学生が集まる機会を活用した出前講座を継続して実施していく。		
2	大学生等の消費者被害防止を目的とした啓発活動(出前講座活用実績のある大学等への個別案内)を実施する。		
3			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
新社会人向け消費者教育教材の提供や出前講座			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 3 若者の消費者被害の防止			3-4
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> ・初めて社会人となった若者に向けた生活に必要な実践的知識をまとめた教材を企業等の新入社員研修等で活用してもらえよう提供 ・企業の新入社員研修等に、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を講師として派遣 			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	企業の新入社員研修等に、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を講師として派遣した。	新入社員向け7回 (7社、受講者数307人)	
2	新たに社会人となった若者等に向けて、悪質商法、消費者トラブル、くらしに役立つ知識をまとめた「飯田橋四コマ劇場」(若者向け消費者読本)を印刷し、企業等の新入社員研修等で活用してもらえよう提供した。また、コンプライアンス講習会で企業等担当者に対し、消費者教育読本を研修等で活用してもらえよう呼びかけを行った。	10月に3万部増刷 2月に2万部増刷予定	出前講座等で配布
3			
4			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<ul style="list-style-type: none"> ・企業等からの「社員が家族と情報を共有できるよう、消費者トラブルについて具体的な事例を交えてほしい」などの要望に、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)と企業等が内容を調整のうえ実施した。実施後、「様々な資料に加え、DVDやロールプレイを活用するなど、わかりやすく説明してもらい、全員が集中して受講でき、内容を理解することができた」、「ワンクリック詐欺など身近に起こりうる事例をもとに丁寧に説明してもらった」などの感想が寄せられた。 ・四コマ漫画による分かりやすい内容で、悪質商法の手口や対処法を効果的に伝えることができた。 			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	新社会人への消費者教育を実施していただくため、企業に対して出前講座の活用を働きかけていく。	通年	
2	引き続き、若者向け消費者読本の活用を働きかけていく。		
3			
4			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
ホームページ「東京くらしWEB」による消費生活関連情報の提供			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 3 若者の消費者被害の防止			3-5
■施策の概要			
<p>・利用者の端末環境に左右されることなく、常に閲覧しやすいページ作りを行うために導入したレスポンスデザインの特性を生かし、効果的に消費生活関連情報を発信</p>			
■平成28年度の実績			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	レスポンスデザインの特徴を生かし、スマートフォンでもパソコンでも「見やすい」「使いやすい」情報発信を実施	アクセス数:約58万件 (12月末現在)	
2			
3			
4			
5			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<p>レスポンスデザインの特徴を生かし、スマートフォンでもパソコンでも「見やすい」「使いやすい」情報発信を実施することで、効果的な情報発信を行った。</p>			
■平成29年度の実績予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	SNS(消費生活行政ツイッター、フェイスブック)での情報発信を強化し、東京くらしWEBと連動させることで、より多くの消費者の手元に情報を届ける。		
2			
3			
4			
5			
■所管部署			
企画調整課消費者情報担当			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
高齢者悪質商法被害防止キャンペーン			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 4 高齢者の消費者被害の防止			4-1
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者や高齢者を見守る周囲の人を対象に、年間を通じて、様々な媒体や機会を活用して啓発を実施(9月が強化月間) ・交通広告、啓発用ポスター・リーフレットの印刷・配布 			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	高齢者悪質商法被害防止キャンペーンの実施 テーマ「照らそう高齢者！ 防ごう悪質商法！」 ・ポスター・リーフレット等の配布 ・介護事業者を対象に「高齢者被害110番」「高齢消費者見守りホットライン」の電話番号を掲載したステッカーを配布 ・交通広告の実施 都営地下鉄全線(浅草線、三田線、新宿線、大江戸線)、都バス、都電、日暮里舎人ライナー、民営バス(多摩地域等)で車内広告 (広告掲載期間:特別相談日を含む9月中の14日間～1ヶ月間) ・広報誌等への掲載 広報東京都9月号、東京くらしねっと9月号、東京都・区市町村消費生活行政情報9月号 ・高齢者被害特別相談の実施 9月12日(月)・13日(火)・14日(水)の3日間	平成28年9月	
2			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
高齢者本人はもとより、高齢者の消費者被害の未然・拡大防止や早期発見のためには、特に周囲の見守りが重要との観点から、高齢者を見守る人々も対象とした注意喚起情報の提供や相談窓口の周知を図り、効果的なキャンペーンを実施することができた。			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	引き続き、高齢者及び高齢者を見守る人々を対象としたより適切な広報媒体を検討するとともに、他団体とも連携を図りながら効果的な啓発を実施していく。	平成29年9月	
2			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
高齢者見守り人材向けの出前講座			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 4 高齢者の消費者被害の防止			4-2
■施策の概要			
<p>・ホームヘルパー、ケアマネジャーなどの介護事業者、民生・児童委員や町会・自治会、老人クラブほか高齢者見守りネットワーク関係者など的高齢者を見守る立場の人が対象</p> <p>・高齢者が被害に遭いやすい消費者トラブルや被害発見のポイント、対処方法、消費生活センターに「つなぐ」ことの重要性などを伝える講座を更に拡大して実施</p>			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	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など、高齢者を見守る立場の人を対象に、高齢者が被害に遭いやすい消費者トラブルや被害発見のポイント、対処方法などを内容とする講座を更に拡大して実施した。	220回 (受講者数 5,791名)	介護事業所、地域包括支援センター、社会福祉協議会、老人クラブ、シルバー人材センター
2			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<p>・「日々独居老人宅を訪問して見守り活動を行っており、高齢者を狙う悪質商法について注意していたが、講座において発見や声かけのポイントをわかりやすく説明してもらい、今後の活動に大変役立った」、「ロールプレイや、だまされやすい心理テストなど、講師との対話で話が進み、参加者が講義に引き込まれていくため、講義の内容が身近なものとしてよく理解できた」という感想が多く、事業成果があった。</p>			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	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、町会・自治会や老人会のメンバー・高齢者見守りネットワークのメンバーや配送業者等の高齢者を見守る立場の人を対象に、高齢者が被害に遭いやすい消費者トラブルや被害発見のポイント、対処方法などを内容とする講座を実施する。	300回	
2			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
高齢者が集まる機会を利用した出前講座・出前寄席			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 4 高齢者の消費者被害の防止			4-3
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> ・東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)による出前講座、大学の落語研究会や社会人ボランティアによる出前寄席の実施 ・高齢者が集まるサロンや公衆浴場等において実施 ・高齢者向けに生活に必要な実践的知識をまとめた教材を出前講座等で活用してもらえるよう提供 			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	介護施設、老人会、町内会等において、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)派遣による出前講座、大学落語研究会及び社会人ボランティアによる出前寄席の実施した。	出前講座 64回(受講者数 2,327人) 出前寄席 207回(参加者数 14,605人)	<ul style="list-style-type: none"> ・出前講座:老人会、自治会、消費者の会、デイサービスセンター等 ・出前寄席:老人クラブ連合会、警察署、シルバー人材センター、自治会等
2	シニア世代向けに、悪質商法の手口や対処法等を4コマ漫画でわかりやすく学べる消費者教育読本を提供した。	通年	出前講座等で配布
3			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<ul style="list-style-type: none"> ・東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)が消費者の希望する場所へ出向き、消費者問題をわかりやすく伝える「届ける教育」(出前講座)を実施することにより、高齢者が被害に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の啓発を行った。「DVDを見ながら、また、多くの具体例の説明があり、とても参考になった。『わたしは大丈夫』というのが一番危ないことがよくわかった」「ロールプレイがあり、理解しやすく、受講者が熱心に話を聞いていた。今後も会で講座を企画したい。」と好評だった。 ・高齢者が陥りやすい消費者トラブルを四コマ漫画で分かりやすく解説した消費者教育読本を出前講座等で提供したことで、高齢者や高齢者を見守る方々が消費者被害防止を図るうえで役立てていただくことができた。 			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	東京都消費者啓発員派遣による出前講座や出前寄席を実施するとともに、更なる活用を働きかけていく。	通年	
2	シニア世代向けに、悪質商法の手口や対処法等を4コマ漫画でわかりやすく学べる消費者教育読本を啓発資料として幅広く提供していく。		
3			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
高齢者向けに悪質商法の手口等を分かりやすく紹介する効果的な取組			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 4 高齢者の消費者被害の防止			4-4
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者が集まる場(介護施設、町内会、老人会、公衆浴場等)で、高齢者を狙う悪質商法の手口や断る方法を分かりやすく紹介することにより、効果的な啓発を実施 ・防犯協会等が行う高齢者向け防犯教室等との連携による啓発を実施 ・商品やサービスを届ける事業者と連携して、各家庭を訪問し、悪質商法被害に関する注意喚起情報(リーフレット)を、声かけをしながら手渡しする注意喚起を実施 			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	宅配事業者等と連携し、高齢者世帯等に悪質商法に関するリーフレットを届け、注意喚起を実施した。	平成28年9月～12月	
2	シニア世代向けに、悪質商法の手口や対処法等を4コマ漫画でわかりやすく学べる消費者教育読本を提供した。	通年	出前講座等で配布
3	防犯協会等が行う高齢者向け防犯教室等との連携による啓発を実施した(出前寄席・出前講座)。	出前寄席23回派遣(参加者数 6,257人) 出前講座 2回派遣(受講者数 430人)	
4			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<ul style="list-style-type: none"> ・身近な事業者など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。 ・高齢者が陥りやすい消費者トラブルを四コマ漫画で分かりやすく解説した消費者教育読本を出前講座等で提供したことで、高齢者や高齢者を見守る方々が消費者被害防止を図るうえで役立てていただくことができた。 ・出前寄席の参加者から「架空請求などの詐欺がどのようなものか分かりやすい内容であったため、観客も笑い声をあげながら聞いていました」「クイズ形式のコントで、出席者のウケも良く、笑いを取っていた。機会があれば再度依頼したい」とのアンケートをいただいております、事業効果が顕著である。また、出前寄席と出前講座のセットでの依頼もあり、両者を組み合わせることにより、より効果的な啓発を行うことができた。 			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	宅配事業者等と連携し、高齢者世帯等に悪質商法に関するリーフレットを届け、注意喚起を実施する。	平成29年9月～12月	
2	シニア世代向けに、悪質商法の手口や対処法等を4コマ漫画でわかりやすく学べる消費者教育読本を啓発資料として幅広く提供していく。		
3	防犯協会等が行う高齢者向け防犯教室等との連携による啓発を実施する(出前講座・出前寄席)。		
4			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
生活協同組合等と連携した高齢者向け消費者教育セミナーの実施			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 4 高齢者の消費者被害の防止			4-5
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> 生活協同組合や消費者団体等と連携して、高齢者の消費者トラブルなどをテーマとした高齢者向けのセミナーを開催 高齢者を見守る周囲の人にも参加を呼びかけ、「消費者市民社会」について考え理解を深める機会としても活用 			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	東京都生活協同組合連合会との協働事業として、高齢者の消費者被害防止をテーマとした講演会等を企画・実施した。	1回 ○多摩市 平成28年12月、67人	○調布市 平成29年2月実施予定 ○世田谷区 平成29年3月実施予定
2			
3			
4			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
消費者被害に遭いやすい高齢者に対し、講演会やクイズ、落語などでわかりやすく悪質商法の手口や対処方法等を紹介することで、消費者被害の未然防止につなげることができた。			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	平成28年度の取組状況を踏まえた取組を実施していく。		
2			
3			
4			
■所管部署			
消費生活総合センター			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 5 子供の安全の確保			5-1
■施策の概要			
<p>・社会科見学や家族連れが多く訪れる東京消防庁防災館で、商品やサービスに関する危害・危険について講演を実施するとともに、模型・パネル等の展示を実施</p> <p>東京都消費生活総合センターを活用するほか、子育て中の親が多く集まるイベントや区市町村が開催する消費生活展等と連携し、家の中に潜む危険や子供服の危険について、ビジュアル的に再現する模型・パネル等の展示を実施</p> <p>・安全に配慮した商品見本市「セーフティグッズフェア」を開催し、安全・安心なデザインの商品を展示、販売するほか、セミナー等を実施するとともに、展示された商品や機能をホームページ「東京くらしWEB」上で紹介</p>			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	キッズデザイン協議会、東京都立産業技術研究センター、産業技術総合研究所との共催により、子供の安全に配慮した商品見本市「セーフティグッズフェアwithサイエンスアゴラ2016」を開催し、安全・安心なデザインで開発された商品の展示、販売のほか、企業向け・親子向けセミナー等を実施。展示商品等について、東京くらしWEBで紹介	28年11月 延べ来場者数4,630人	
2	子育て世代が多く集まる各種イベント、東京消防庁防災館、区市町村が開催する消費生活展等と連携し、家の中の危険や子供服の安全性など子供の事故防止に関する模型・パネル等を活用して、より多くの保護者や子供に体験型の啓発を実施	<ul style="list-style-type: none"> ・イベント 本所防災館こどもぼうさいたいけん(28年5月) 丸の内キッズジャンボリー(28年8月) くらしフェスタ東京(28年10月) 子育て応援Tokyoプロジェクト(28年10月、12月) 小池知事と語る東京フォーラム(28年12月) ・模型等貸出 8区市(28年4月～10月) 	
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<ul style="list-style-type: none"> ・子供の安全に配慮した商品について、多くの方に直接手に取って安全性を実感してもらい、また、一部の商品はイベント会場で購入してもらうことで、普及につなげることができた。 ・子供の身の回りの危険について、模型やパネル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。 ・たまたまイベントに来ていた方や、親子連れ、地域の方々、日頃は子供の安全について関心の低い方などにも効果的に普及啓発することができた。 			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	これまでの成果を踏まえ、引き続き「セーフティグッズフェア」を開催		
2	これまでの成果を踏まえ、引き続き各種イベント、東京消防庁防災館、区市町村と連携した子供の身の回りの危険に関する普及啓発を実施		
3			
4			
■所管部署			
生活安全課			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
子育て支援団体等とのネットワークを活用した啓発			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 5 子供の安全の確保			5-2
■施策の概要			
<p>・子育て支援団体等との協働により、子供の安全をテーマとした体験型のワークショップや模型・パネル等の展示を実施</p>			
■平成28年度の取組状況			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	セーフティグッズフェアwithサイエンスアゴラ2016において、親子で楽しく安全・安心について学べる体験型ワークショップやセミナーを実施	平成28年11月 延べ14回	
2			
3			
4			
5			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
<p>・キッズデザイン賞受賞商品等を用いた体験型の様々なワークショップや、専門家による子供の身の守り方などについてのセミナーの実施を通じて、「安全・安心」という切実な課題を、親子で一緒に楽しく学ぶ機会を提供することができた。</p>			
■平成29年度の取組予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	これまでの成果を踏まえ、内容を充実するなどして、引き続き体験型ワークショップ等を実施		
2			
3			
4			
5			
■所管部署			
生活安全課			

東京都消費者教育アクションプログラム 取組実績(28年度)取組予定(29年度) 調査票

■施策名			
幼児等を対象とした事故防止ガイドの活用等			
■特に重点的に取り組む世代・テーマ			■施策番号
ライフステージごとの取組 5 子供の安全の確保			5-3
■施策の概要			
<ul style="list-style-type: none"> ・ヒヤリ・ハット調査結果を基に作成した乳幼児等を対象とする事故防止ガイドを都内の保育園、幼稚園等へ配布 ・必要に応じて新たな調査を実施し、調査結果に基づき、ホームページ「東京くらしWEB」、ツイッター、消費生活情報誌「東京くらしねっと」等での注意喚起などを実施 			
■平成28年度の実績			
No.	取組内容	回数・時期等実績	備考
1	ヒヤリ・ハット調査に基づき、「乳幼児の家庭内の水回り事故防止ガイド」を作成し、都内の保育所、幼稚園、保健所等へ配布、「東京くらしWEB」等で配信	平成28年 8月 40,000部 平成28年10月 15,000部 (増刷)	
2			
3			
4			
5			
■「消費者の視点」から見た、取組による成果			
乳幼児が使う製品や、保護者が乳幼児を育てるために使う製品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た。			
■平成29年度の実績予定			
No.	取組内容	回数・時期等予定	新規・拡充
1	事故防止ガイドの配布等、効果的な情報提供の実施		
2			
3			
4			
5			
■所管部署			
生活安全課			