

東京都消費生活基本計画 具体的施策一覧

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止

(1)被害防止のための注意喚起・情報発信

施策番号	施策名	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	生活文化局
1-1-2	対象や連携先の異なる多様な消費者被害防止啓発	生活文化局
1-1-3	高齢者を狙った特殊詐欺被害防止	都民安全推進本部
1-1-4	サイバー犯罪被害防止のための情報発信・広報啓発活動の推進	警視庁
1-1-5	生活安全相談センター等における広報啓発活動	警視庁
1-1-6	防災機器の不適正販売等に係る都民の被害等防止対策	東京消防庁
1-1-7	不動産取引に係る消費者向け情報提供	住宅政策本部
1-1-8	ヒヤリ・ハット調査を基礎とした潜在危険の情報提供	生活文化局
1-1-9	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発	生活文化局
1-1-10	乳幼児の事故防止に向けた啓発	福祉保健局
1-1-11	リコール製品や長期使用製品による事故の防止	生活文化局
1-1-12	都民生活において生じる事故防止対策の推進	東京消防庁
1-1-13	火災調査結果等の安全対策への反映	東京消防庁
1-1-14	消費生活基本調査	生活文化局
1-1-15	相談情報を活用した情報発信	生活文化局
1-1-16	地方消費生活行政の充実・強化	生活文化局

(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見

施策番号	施策名	局
1-2-1	高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの構築促進	生活文化局
1-2-2	高齢者のための専用相談・通報受付	生活文化局
1-2-3	高齢者等の消費者被害を防止するための見守り人材の育成	生活文化局
1-2-4	民間事業者と連携した高齢者の消費者被害の防止	生活文化局
1-2-5	高齢者に多い消費者被害を減らすための対策の検討	生活文化局
1-2-6	成年後見制度等の活用による消費者被害の防止・救済体制の充実	福祉保健局

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成

(1) 不適正な取引行為等の排除

施策番号	施策名	局
2-1-1	悪質事業者に対する取締りの徹底	生活文化局
2-1-2	不当表示に対する監視等の徹底	生活文化局
2-1-3	架空・不当請求に対する消費者被害の未然・拡大防止対策	生活文化局
2-1-4	適格消費者団体への支援	生活文化局

(2) 健全な市場の形成

施策番号	施策名	局
2-2-1	事業者のコンプライアンス意識の醸成	生活文化局
2-2-2	商品量目立入検査・指導	生活文化局
2-2-3	計量の適正化に向けた事業者に対する啓発活動の推進	生活文化局
2-2-4	宅地建物取引業者の指導監督	住宅政策本部
2-2-5	貸金業の指導監督	産業労働局
2-2-6	旅行業者の登録等	産業労働局
2-2-7	消費生活調査員調査	生活文化局

政策3 消費生活の安全・安心の確保

(1) 商品・サービスの安全の確保

施策番号	施策名	局
3-1-1	危害・危険情報のための調査分析・商品テストと積極的な発信等	生活文化局
3-1-2	商品等安全対策協議会における消費者・事業者の協力による商品等の安全対策の推進	生活文化局
3-1-3	消費生活用製品安全法に基づく立入検査の実施による製品の安全性の確保	生活文化局
3-1-4	輸入食品対策の推進	福祉保健局
3-1-5	米の安全性の確保	福祉保健局
3-1-6	子供に対する室内化学物質の低減化対策の推進	福祉保健局
3-1-7	東京都農林総合研究センターの運営	産業労働局
3-1-8	青梅畜産センターの運営補助	産業労働局

(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進

施策番号	施策名	局
3-2-1	安全に配慮した商品の普及	生活文化局
3-2-2	食品の適正表示の推進	生活文化局・福祉保健局
3-2-3	家庭用品の適正表示の推進	生活文化局
3-2-4	介護サービス事業者情報の提供	福祉保健局
3-2-5	介護サービス情報の公表	福祉保健局
3-2-6	有料老人ホームの運営指導及び都民への情報提供	福祉保健局
3-2-7	高齢者向け民間賃貸住宅に関する情報提供	住宅政策本部
3-2-8	生鮮食料品等に関する情報の提供	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	生活文化局
3-2-10	建築物環境計画書制度等の活用	環境局
3-2-11	環境と調和した農業の推進(安全・安心な東京農産物の提供)	産業労働局
3-2-12	栽培漁業の育成	産業労働局
3-2-13	卸売市場における食の安全・安心を確保するための施設整備の推進	中央卸売市場
3-2-14	卸売市場における「安全・品質管理者(SQM)」を活用した食の安全・安心を守るための取組の促進	中央卸売市場
3-2-15	マンションの管理や再生に係る情報提供・相談支援	住宅政策本部

施策番号	施策名	局
3-2-16	安心して住宅リフォームができる環境整備	住宅政策本部
3-2-17	住宅の耐震性の向上	都市整備局・住宅政策本部
3-2-18	消費者が安心して売買できる既存住宅市場環境の整備	住宅政策本部
3-2-19	住宅確保要配慮者向け民間賃貸住宅に関する登録制度	住宅政策本部
3-2-20	公衆浴場対策の推進	生活文化局
3-2-21	生活協同組合の育成のための指導・支援	生活文化局
3-2-22	身近な生活圏を支える商店街の振興	産業労働局
(3)災害時における消費生活の安心の確保		
施策番号	施策名	局
3-3-1	震災時等における応急生活物資等の流通確保	総務局
3-3-2	震災時等における応急生活物資等の流通確保	生活文化局
3-3-3	震災時における生鮮食料品等の確保	中央卸売市場

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

(1) 主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進

施策番号	施策名	局
4-1-1	消費者教育推進協議会の運営	生活文化局
4-1-2	ライフステージに応じた消費生活情報の提供	生活文化局
4-1-3	高等学校における消費者教育の推進	教育庁
4-1-4	小・中学校における消費者教育の推進	教育庁
4-1-5	消費者教育に携わる教員への支援	生活文化局
4-1-6	学生・生徒向けの消費生活講座	生活文化局
4-1-7	多種多様なテーマ・手法による消費生活講座	生活文化局
4-1-8	事業者等による消費者教育の促進	生活文化局
4-1-9	事業者団体等の取組に関する情報提供	生活文化局
4-1-10	事業者団体等との連携による消費生活講座	生活文化局
4-1-11	区市町村における消費者教育推進の支援	生活文化局
4-1-12	区市町村における消費者教育推進体制の整備等への支援	生活文化局
4-1-13	地域における消費者教育の担い手の育成	生活文化局
4-1-14	消費者教育用教材の作成	生活文化局
4-1-15	消費者団体等の活動支援	生活文化局
4-1-16	消費生活に関する図書資料室等の運営	生活文化局
4-1-17	消費者団体との協働事業	生活文化局
4-1-18	計量に関する周知活動と教育の推進	生活文化局
4-1-19	青少年のインターネット利用に係る被害等防止啓発講座	都民安全推進本部
4-1-20	児童等に対する防火防災教育	東京消防庁
4-1-21	食育推進活動支援のための情報提供	中央卸売市場

(2) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進

施策番号	施策名	局
4-2-1	エシカル(倫理的)消費の理解の促進	生活文化局
4-2-2	食品ロス・食品廃棄物対策	環境局
4-2-3	レジ袋対策	環境局

施策番号	施策名	局
4-2-4	「ふくしま⇄東京キャンペーン」の展開と被災3県の県産品の消費拡大	総務局
4-2-5	福祉・トライアルショップの展開	福祉保健局
4-2-6	身近な生活環境でのVOC(揮発性有機化合物)対策	環境局
4-2-7	生物多様性の普及啓発	環境局
4-2-8	環境学習の推進	環境局
4-2-9	環境問題に配慮する消費者行動促進支援	環境局
4-2-10	新たな環境施策を推進するための広報展開	環境局
4-2-11	3Rの普及推進	環境局
4-2-12	家庭の省エネ・節電促進	環境局
4-2-13	次世代自動車等の普及	環境局
4-2-14	エコドライブ推進のための普及啓発	環境局
4-2-15	環境にやさしい交通施策の推進	環境局
4-2-16	家庭におけるエネルギー利用の高度化促進	環境局
4-2-17	太陽エネルギーの導入拡大	環境局

政策5 消費者被害の救済

(1)消費生活トラブルの解決に向けた相談対応

施策番号	施策名	局
5-1-1	高度専門的な消費生活相談	生活文化局
5-1-2	相談テストの実施及び技術情報の提供	生活文化局
5-1-3	不動産取引に関するトラブルの解決・防止のための相談	住宅政策本部
5-1-4	青少年のインターネットや携帯電話等によるトラブルに関する相談	都民安全推進本部
5-1-5	生活安全相談センター等における迅速・的確な相談の受理	警視庁
5-1-6	区市町村消費生活相談窓口の支援	生活文化局
5-1-7	東京都多重債務問題対策協議会の運営	生活文化局 福祉保健局
5-1-8	東京都・区市町村・関係団体との連携による多重債務相談	生活文化局
5-1-9	多重債務者の生活再生に向けた支援	福祉保健局

(2)被害回復のための取組の推進

施策番号	施策名	局
5-2-1	消費者被害救済委員会による紛争解決	生活文化局
5-2-2	特定適格消費者団体への支援	生活文化局

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
1-1-1	ホームページ「東京くらしWEB」等による消費生活情報の総合的な提供
【 施策の概要 】	
くらしに関わる情報サイト「東京くらしWEB」で、消費者被害情報・危害危険情報等による注意喚起やアドバイス、困ったときに頼りになる相談FAQ、楽しく学べる動画やクイズ形式の教材などにより、総合的な消費生活関連情報を提供する。これらの情報は、SNS(消費生活行政ツイッター、フェイスブック)等を活用し、効果的に発信する。 また、新たに消費生活トラブルに関する情報(相談FAQ)を外国語(英・中・韓)で提供することで、外国語による情報提供の充実を図る。	
【 令和元年度の取組状況 】	
・ホームページ「東京くらしWEB」で、最新の情報を迅速かつ効果的に発信するとともに、これと連動してSNS(消費生活行政ツイッター、フェイスブック)で拡散し、より多くの消費者に情報が届くよう工夫した。また、新型コロナウイルス感染拡大防止に際しては特設ページを開設し、消費生活関連相談FAQ等により、消費者への呼びかけや注意喚起等を行った。 ・チラシ・リーフレット、啓発グッズにホームページやSNSのQRコードを掲載することで、情報発信ツールを周知した。 ・若者向けには、著名人や芸人が悪質商法防止を呼び掛ける動画を配信するとともに、ホームページの情報内容を充実した。 ・若者向けのページについては、インターネット広告を実施した。 ・大学・専門学校に向けて、学生への注意喚起情報をメールマガジンにより配信した。 ・成年年齢引下げを見据え、高校等に対するメールマガジンによる注意喚起情報などの消費生活情報の配信を開始した。 ・「東京くらしWEB」の消費生活トラブル等に係る相談事例集(英・中・韓)により、中長期的に滞在する外国人向けに情報提供を行った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
・ホームページ、SNS、印刷物など多様な媒体による情報発信をすることで、都民の消費者被害の未然防止、拡大防止に寄与した。 ・著名人や芸人が出演する動画やインターネット広告などで、消費生活情報に関心のない層にも被害防止の注意喚起を図った。	
【 令和2年度の取組予定 】	
・情報発信ツールの調査等を参考に、対象となる消費者に応じた広報媒体を選択し、情報発信の時期や伝達方法を工夫するなど、より効果的な情報発信を実施していく。 ・若者などの消費生活問題に関心が薄い層に向けた情報発信を強化するため、ソーシャルメディア広告等を実施する。 ・若者の情報入手の実態やニーズを把握し、今後の効果的な情報発信に反映させていくため、18、19歳の若者を対象にヒアリング調査を実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
1-1-2	対象や連携先の異なる多様な消費者被害防止啓発
【 施策の概要 】	
消費者被害が深刻な高齢者と若者に啓発対象を絞ったキャンペーンや、事業者団体・関係機関等の多様な主体と連携したキャンペーンなど、様々な啓発活動を実施する。 また、啓発活動の実施に当たっては、都の広報媒体やポスター、交通広告、SNS等の各種広報メディアを活用し広く周知を図るとともに、お笑い芸人、著名人を活用した動画による注意喚起など、啓発対象の関心を引く新たな手法を積極的に活用しながら効果的な事業展開を図る。	
【 令和元年度の取組状況 】	
○高齢者悪質商法被害防止キャンペーンを実施(9月:関東甲信越ブロック共同キャンペーン) テーマ『みんなで見守り 悪質商法にだまされない!』 ・ポスター・リーフレット等の配布 ・交通広告の実施 都営地下鉄巣鴨駅で駅貼り広告、都営地下鉄・都バス・民営バス(多摩地域等)・コミュニティバス(一部地域)で車内広告(広告掲載期間:特別相談日を含む9月中の7日～30日間) ・高齢者被害特別相談の実施(9月3日間) ○若者向け悪質商法被害防止キャンペーンの実施 ・交通広告の実施(3月) JR中央線及び東京メトロ(一部)、京王線全線、都営地下鉄全線、多摩モノレールの中吊り広告、JR山手線及び都営地下鉄(新宿線・大江戸線・浅草線)での動画放映 ・啓発動画の作成・配信、SNS等による動画広告の実施(1～3月) ・着ぐるみを活用した広報啓発活動(1月) ・自動車学校での動画放映(1～3月) ○成年年齢引下げによる消費者被害防止のための若者参加型事業を実施 ・消費者トラブルをテーマに、29歳以下の若者からショートストーリーと動画を公募 ・プロの映像クリエイター等が応募作品の中から優秀作品を選考 ・優秀ショートストーリーとオリジナルシナリオをもとに、プロも映像作品を制作 ・選考されたショートストーリーと動画はインターネット等で公開(ショートストーリー公開:11月、動画公開:令和2年2月) ・令和2年2月からプロモーションを実施。成年年齢引下げによる消費者被害防止啓発を普及 ○事業者団体・関係機関等と連携した啓発キャンペーンを実施(街頭キャンペーン:3回 平成31年4月、令和元年8月、10月)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○高齢者の消費者被害の未然・拡大防止や早期発見に向け、高齢者本人はもとより、高齢者を周囲で見守る人々も対象とした注意喚起情報の提供や相談窓口の周知を図ることができた。 ○若者参加型事業については、ショートストーリーと動画を公募する事業としたことで、若者が自分事として消費者トラブルを捉える契機とすることができた。また、アンバサダーや審査員、ドラマ出演者に著名人を起用したことや、インターネットで作品を公開したことにより、広く啓発を図ることができた。 ○多様な主体と連携して啓発キャンペーンを行うことで、都民の関心をより引き付けることが可能となり、啓発グッズ等もより多くの方へ配布することができ、啓発効果を高めることができた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○高齢者悪質商法被害防止キャンペーンを実施(9月:関東甲信越ブロック共同キャンペーン) ○若者向け悪質商法被害防止キャンペーンを実施(1～3月:関東甲信越ブロック共同キャンペーン) ○若者参加型の消費者啓発を実施(消費者トラブルをテーマに若者からラジオCM用コピーを公募。選考されたコピーを、ラジオCMとして完成させ、ラジオで放送。加えて、ラジオCMをもとに作成した映像作品をインターネット等で公開) ○様々な機会を捉えて、事業者団体・関係機関等と連携した啓発キャンペーンを実施する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

都民安全推進本部

政策1 消費者被害の未然防止拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
1-1-3	高齢者を狙った特殊詐欺被害防止
【 施策の概要 】	
都内における令和元年の特殊詐欺の被害状況は、認知件数が3,815件、被害額は約75億8,600万円で、一昨年に比べ減少しているものの、いまだ莫大な被害が発生している。 これら特殊詐欺被害防止のため、都は、物理的な対策として自動通話録音機の設置促進に対する補助金事業を実施している。また、警視庁、区市町村と連携し、各地において特殊詐欺根絶イベントや特殊詐欺被害防止公演などの広報啓発活動を実施している。	
【 令和元年度の取組状況 】	
1 特殊詐欺根絶イベントの実施 世田谷区と連携をし、特殊詐欺根絶イベントを実施したほか、9都県市合同で特殊詐欺被害防止キャンペーンを実施した。イベントでは、プロの舞台俳優による特殊詐欺被害防止公演やゲストによるトークショーなどにより被害防止を呼び掛けた。 2 特殊詐欺被害防止公演の実施 特殊詐欺の手口や防犯対策などについて分かりやすく説明するため、寸劇を業者委託し、年間72回各地において実施した。 3 自動通話録音機の設置促進 令和元年度も各区市町村が自動通話録音機を購入した際の補助制度を継続し、自動通話録音機の設置促進を促した(令和元年度中、計38自治体から38,906台の申請があった)。 4 特殊詐欺撲滅川柳2019の実施 東京都、警視庁、第一生命保険株式会社(都とワイドコラボ協定を締結している)が連携をし、サラリーマン川柳とコラボした特殊詐欺撲滅川柳2019を実施した。今年度は、新たにU-18の部(高校生以下の部)を設け、川柳を通じて広い世代に特殊詐欺に対する関心を高めた。 5 LINE株式会社との協定締結 LINE株式会社と「特殊詐欺の被害防止に向けた連携に関する協定」を締結し、特殊詐欺被害防止の新たな取組として、高齢者やその子・孫世代までSNSを活用し、家族の絆を強め、気軽に連絡や相談できる環境作りを推進した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
自動通話録音機の補助制度を継続したことにより、各自治体の自動通話録音機の購入台数も増加し、多くの高齢者世帯に配布されるようになった。 特殊詐欺被害防止公演は、都民からも「話を聞くよりも劇で見た方が理解しやすかった。」などといった声も多く、非常に好評で実施回数も年間上限の80回に達する予定である。 特殊詐欺撲滅川柳2019を実施したところ、計1,342句の応募があった。一般の部だけでなくU-18の部(高校生以下の部)の応募も多く、広い世代に対して特殊詐欺への関心を高めることができた。 LINE株式会社との協定に基づき、リーフレット及びポスターを作成、配布し、家族との連絡手段としてLINE等のSNSの活用を提案することで、家族の絆を強め、相談できる環境作りを推進した。	
【 令和2年度の取組予定 】	
令和2年度は、自動通話録音機の補助金事業を令和元年度と同数の4万台で実施し、各自治体と連携しながら設置促進を図る。 特殊詐欺被害防止公演については、年80回都内各地において実施する。最新の手口や防犯対策などを盛り込み、劇を通じてより分かりやすく説明することにより、被害防止を図る。 特殊詐欺被害者の多くは高齢者であるが、被害を減らすためには高齢者だけでなく、その子供や孫などの家族に対する広報啓発活動も不可欠である。各地における特殊詐欺根絶イベントを実施し、より多くの都民が関心を示し、高齢者から孫まで家族で参加するイベントプログラムを構成・実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

警視庁

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
1-1-4	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
【 施策の概要 】	
都民のサイバーセキュリティ意識の向上、サイバー犯罪の被害の未然防止を目的として、サイバーセキュリティ広報啓発イベントの開催や基本的なサイバーセキュリティ対策を盛り込んだ広報啓発用資料の作成、サイバー犯罪防止対策用DVDの製作を行い、サイバーセキュリティイベントや学校、企業等で行われる各種セミナーで活用するなど、効果的な広報啓発活動を推進する。また、警視庁ホームページ内に設置したサイバー犯罪に関する情報発信コーナーや、社会に広く普及している情報伝達手段であるツイッター等のSNSを活用し、最新のサイバー犯罪やサイバー攻撃の予防、広報啓発活動等に関する情報をタイムリーに発信するとともに、サイバー犯罪に係る相談を電話で受け付け、対応要領について指導、助言を行い消費者被害の未然防止を図る。	
【 令和元年度の取組状況 】	
○大手通信社と連携した啓発活動の実施(令和元年6月7日～21日) サイバーセキュリティ意識の向上を図るため、SNS企業を幹事社とする大手通信会社等と連携し、オンライン上でアカウントの重要性について学ぶサイバーセキュリティイベントを実施した。15日間で全国約564万人が各種コンテンツを体験した。 ○サイバーセキュリティ体験型イベントの実施(令和元年8月24日～25日) サイバー空間の脅威を体験して学ぶことで、より当事者意識を持ってもらうため、科学技術館において民間企業委託によるサイバーセキュリティ体験イベントを実施した。 ○あらゆる機会を捉えた広報啓発活動の推進 各警察署において、管内情勢に応じたサイバーセキュリティイベントや都民向けサイバーセキュリティセミナーを実施した。また、日常生活の様々な場面で消費者の防犯・規範意識を高めるため、街頭ビジョンやデジタルサイネージ、トレインチャンネル等の各種広告媒体を活用し、サイバー犯罪防止対策用短編映像やサイバーセキュリティ広報啓発用ポスター画像を表示するとともに、ツイッターを通じ、約5万人のフォロワーに向け、サイバー犯罪に関する最新の手法や基本的対策等の情報発信を行った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○大手通信社等と連携したサイバーセキュリティイベントでは、アカウントのセキュリティに関する啓発動画や効果測定等のコンテンツをスマートフォン等で体験でき、サイバーセキュリティ意識の向上が図られた。 ○科学技術館で行われたサイバーセキュリティ体験型イベントでは、サイバーセキュリティに関する〇×クイズやフィッシング詐欺の疑似体験等のコンテンツを通じ、参加者がサイバー犯罪について楽しく学ぶことができた。アンケート集計結果では、約7割が「また同様のイベントがあれば参加したい」と回答した。 ○広報啓発活動では、都民がサイバー犯罪防止対策用短編映像等を目にする機会が増えたほか、身近なSNSツールであるツイッターでサイバー犯罪に関する最新情報等を知ることができるようになった。	
【 令和2年度の取組予定 】	
引き続き、官民連携して、都民に直接啓発活動を行うサイバーセキュリティイベントやサイバー空間の脅威を体験して学ぶ体験型イベントを実施することでサイバーセキュリティ意識の向上と被害防止を図るほか、サイバー空間を利用する一人一人に当事者意識を根付かせ、サイバーセキュリティへの興味や関心を高める。 ○ 大手通信会社等と連携したサイバーセキュリティ意識向上のためのサイバーセキュリティイベントを実施。 ○ 9月～10月の間に都内3か所においてサイバーセキュリティ体験型イベントを実施。 ○ 警視庁ホームページ、公式ツイッターでの注意喚起の情報発信を行うほか、トレインチャンネルを活用し、サイバー犯罪の手法や基本的対策をわかりやすく解説した「サイバー犯罪被害防止対策用アニメーション短編映像」を繰り返し放映(9月7日から約1か月間、JR中央線快速、都営浅草線、都営大江戸線で放映)	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

警視庁

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
1-1-5	生活安全相談センター等における広報啓発活動
【 施策の概要 】	
生活安全相談センター、警察署等において、架空請求、悪質商法等に関する相談受理時、相談者に対する被害防止のための注意喚起を行うとともに被害防止に係る情報発信に努める。	
【 令和元年度の取組状況 】	
○ 相談者の被害の未然防止、拡大防止に関して、相談者の立場に立った具体的な教示を行うなど、注意喚起を行った。 ○ 消費関連問題について、国民生活センターほか関係機関・部署等と連携した被害防止に係る情報発信に努めた。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
警視庁ホームページ等の広報媒体を利用して、消費者が不安を感じる架空請求、悪質商法などの犯罪手口情報、各種相談窓口の連絡先等の最新情報を広報した結果、消費者が被害に遭う前に警察に相談を寄せ、その対応要領や被害防止策について指導・助言を受けたことによって、被害の未然防止が図られている。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○ 相談者の被害の未然防止、拡大防止に関して、相談者の立場に立った具体的な教示を行うなど、注意喚起を行う。 ○ 消費関連問題について、国民生活センターほか関係機関・部署等と連携した被害防止に係る情報発信に努める。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

東京消防庁

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
1-1-6	防災機器の不適正販売等に係る都民の被害等防止対策
【 施策の概要 】	
住宅用火災警報器や消火器を始めとする住宅用防災機器等の普及促進に当たり、不適正販売を防止するため、リーフレットやホームページを通じ、悪質販売の被害に遭わないよう注意喚起するとともに、クーリングオフ制度を紹介する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
住宅用火災警報器設置促進用のリーフレット、住宅防火対策を促すリーフレットや東京消防庁ホームページに住宅用防災機器に関する不適正販売への注意を呼びかける内容を掲載するとともに、都民からの問合せについても不適正販売への注意の内容も含めて対応した。 また、地域で行われる防火防災訓練や消防署一般公開等の都民と接する機会を通じて、都民に対し不適正販売への注意を呼びかけた。 (参考) 住宅防火対策・住宅用防災機器等設置促進用リーフレット 29万枚	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
住宅用火災警報器の設置義務化に伴う不適正販売や、消火器の不正リース契約が発生していることから、さまざまな手段を通じて、発生後速やかに都民への注意喚起を図っている。 事案発生後速やかに、近隣町会、区市町村、近隣消防署と情報共有を図ることにより、不正販売等の未然防止に大きな効果がある。	
【 令和2年度の取組予定 】	
引き続き住宅用火災警報器設置促進用のリーフレット、住宅防火対策を促すリーフレットや東京消防庁ホームページ等を活用した呼びかけを行い、不適正販売への注意喚起を継続する。 住宅防火対策・住宅用防災機器等設置促進用リーフレット 29万枚	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

住宅政策本部

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【 施策名 】
1-1-7	不動産取引に係る消費者向け情報提供
【 施策の概要 】	
不動産の取引は、物件が高額であり、また、申込みから最終決定に至るまでに、契約や登記などの複雑な手続を要する。このため、消費者の取引に関する知識や経験が不足していることによるトラブルが発生している。このため、都は、消費者向けの「不動産売買の手引」、「住宅賃貸借契約の手引」などのパンフレットを通じて、不動産取引に関する普及啓発を図っている。また、消費者が安心して不動産取引を行えるよう、宅地建物取引業者の処分履歴等について、名簿の閲覧やインターネットにより情報提供している。今後も引き続き、消費者向けに不動産取引に係る情報提供を行う等により、消費者の知識の普及啓発に努めていく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
1 東京における住宅の賃貸借に係る紛争の防止に関する条例の公布(H16.3.31)、条例等の施行(H16.10.1)、条例等の一部改正(H29.10.13公布、同日施行) 2 賃貸住宅トラブル防止ガイドラインの作成(H16.9.16)、及び同条例施行規則改訂(H25.4月)、第三版(H30.3.30Web.H31.3.14冊子)、外国語版(英語)(R元. 12.20Web.) 3 条例・ガイドライン概要版リーフレットの作成(H18.1.31)、同改訂(H30.3.30Web,H31.3.15冊子)、外国語版(英・中・韓)作成(R元.12.20Web.) 4 住宅政策本部ホームページによる消費者向け情報提供(掲載内容のリニューアル H26.1月) ・不動産取引の手引き ・不動産相談 ・投資用マンション等についての悪質な勧誘電話等にご注意ください！ ・原野商法の二次被害にご注意ください！ ・最近の不動産相談事例から ・宅地建物取引における人権の尊重と個人情報の保護について ・宅地建物取引業者の免許情報提供サービス 等 5 条例に基づくモデル説明書等の外国語版(英・中・韓)の作成(H26.10.1) 6 チラシ「ご注意ください。原野商法処分の焦らせ転売話で被害者急増中」(H30.4月) 7 チラシ「屋外広告物のルール」(H30. 7月) 8 名簿の閲覧(令和2年3月末現在) 12,581 件	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
不動産取引に係る消費者向け情報提供の充実を図るとともに、東京都消費生活総合センターや業界団体等と連携し、トラブルの未然防止に向けて取り組んでいくことで、適正な不動産取引の確保に努めた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
東京都賃貸住宅紛争防止条例や「賃貸住宅トラブル防止ガイドライン」(日本語版、英語版)及びその概要をまとめたリーフレット(日本語、英語、中国語、韓国語版)の普及により、賃貸借に関する紛争を未然に防止するとともに、消費者向けの「不動産売買の手引」、「住宅賃貸借契約の手引」などのパンフレットを通じて、不動産取引に関する知識の普及啓発を図っていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
1-1-8	ヒヤリ・ハット調査を基礎とした潜在危険の情報提供
【 施策の概要 】	
平成26年に公表された国民生活センター実施の国民生活動向調査によると、購入した商品や利用したサービスについて不満を感じたことがある、又は経済的・身体的な被害を受けたことがあると答えた人のうち、消費生活センターなど行政の相談窓口に相談したのは2.8%となっている。 危害・危険情報は顕在化しにくく、身近に潜む危険を知らせるヒヤリ・ハット情報は、消費生活センター等へ情報提供されることなく、多数埋もれている現状がある。商品による身近な危害を未然に防止するためには、埋没しているヒヤリ・ハット情報の掘り起こしによる、危害・危険情報の把握が不可欠である。 そのため、ヒヤリ・ハット情報を含めた事故情報を、インターネットアンケート調査により収集・分析し、必要に応じて商品テスト等の調査を実施し、都民に情報を提供していく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
インターネットのアンケートにより、ヒヤリ・ハット体験事例を収集・分析するヒヤリ・ハット調査を実施した。調査結果を取りまとめ、ヒヤリ・ハットレポート等を作成・配布することに加え、「東京くらしWEB」等で配信し都民への注意喚起に取り組むとともに、関係機関及び事業者へ調査結果を情報提供し、被害の未然・拡大防止を図った。 ○令和元年度ヒヤリ・ハットレポート 「帰省先などの自宅とは異なる住まいでの乳幼児の事故防止ガイド」 令和元年7月 45,000部配布 ※令和元年度は、「年齢の異なる子供のいる家庭での乳幼児の危険」について調査を実施し、結果を公表(令和2年3月)。今後、ヒヤリ・ハットレポートを作成予定(令和2年度中)	
【 「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わ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。	
【 令和2年度の取組予定 】	
インターネットのアンケートにより、ヒヤリ・ハット体験事例を収集・分析するヒヤリ・ハット調査を実施する。調査結果を取りまとめ、ヒヤリ・ハットレポートを作成・配布し、都民への注意喚起に取り組むとともに、関係機関及び事業者へ調査結果を情報提供し、被害の未然・拡大防止を図っていく。 また、必要に応じて商品テストや安全性に係る調査のテーマとして取り上げ、調査・分析を行い、商品事故等の危害・危険防止対策につなげていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【 施策名 】
1-1-9	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発
【 施策の概要 】	
次代を担う子供の安全対策のため、商品・サービスに関する危害・危険について、子供が集まる各種イベントのほか、社会科見学や家族連れの来訪者の多い東京消防庁防災館において、日常における事故をわかりやすく伝達するなど普及啓発を実施するとともに、特定の商品等について問題が生じた場合に幼稚園や保育所を通して一人一人の保護者にチラシを配布したり、ネットへ情報を掲載するなど、必要な情報を必要としている消費者に届ける。	
【 令和元年度の取組状況 】	
東京消防庁防災館(5月)との連携や、子育て世代が集まるイベント等への出展(8月、10月)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・パネル等の貸出しを行った。 また、ネット世代へ情報提供する手段として、事故事例と事故防止メッセージを加えた動画を作成し、YouTubeや東京くらしWEBへ掲載した。 子育て支援団体と共催し、安全に配慮した商品見本市「セーフティグッズフェア」を実施(令和2年1、2月)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
子供の身の回りの危険について、模型やパネル等を使用して視覚的にわかりやすく伝えることができた。 子供の安全対策に関心の高い方はもとより、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。	
【 令和2年度の取組予定 】	
東京消防庁防災館との連携や、子育て世代が集まるイベント等への出展を行うとともに、区市町村と連携し、消費生活展等での模型・パネル等の展示を行う。 また、ネット世代へ情報提供する手段として、事故事例と事故防止メッセージを加えた動画を作成し、YouTubeや東京くらしWEBへ掲載したり、商品等安全対策協議会の提言に基づいて作成したリーフレットを配布する等、普及啓発の取組をあらゆる方面から行っていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

福祉保健局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【 施策名 】
1-1-10	乳幼児の事故防止に向けた啓発
【 施策の概要 】	
保護者など周りの大人が子供の年齢や成長段階に応じた特性・行動を知ることにより、事故防止のための適切な行動を取れるよう、学習ソフト、ハンドブック等による啓発のほか、ホームページでの情報提供等を実施する。	
【 令和元年度の実施状況 】	
ホームページに学習ソフトやハンドブック等を掲載し、情報提供を行った。 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」について、保育所説明会等での周知や、都内保育施設及び行政施設等への配布を行った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
保護者など周りの大人が子供の年齢や成長段階に応じた特性・行動を知ることにより、事故防止のための適切な行動を取る一助となった。	
【 令和2年度の実施予定 】	
引き続き、ホームページに学習ソフトやハンドブック等を掲載し、情報提供を行う。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【番号】	【施策名】
1-1-11	リコール製品や長期使用製品による事故の防止
【施策の概要】	
リコール製品に起因する事故の防止のため、東京くらしWEBから消費者庁リコール情報サイトへのリンクを構築するとともに、必要な場合には積極的な注意喚起を行う。 また、長期使用製品に関する事故も後を絶たない状況にあることから、長期使用製品安全点検・表示制度の周知など、長期使用製品による事故を防止するための注意喚起を適切に行う。	
【令和元年度の取組状況】	
東京くらしWEB上に、消費者庁リコール情報サイトへのリンクを掲載	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
ホームページを活用して、リコール製品に関する注意喚起を行い、危害の未然・拡大防止に役立てることができた。	
【令和2年度の取組予定】	
① 消費者庁リコール情報サイトへのリンク 東京くらしWEB上に、消費者庁リコール情報サイトへのリンクを掲載する。 ② 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。 ③ 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。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

東京消防庁

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
1-1-12	都民生活において生じる事故防止対策の推進
【 施策の概要 】	
建築設備や家電製品、生活用品に起因して発生した日常生活事故を、そのまま放置しておいた場合、重大事故や、繰り返し同種の事故が発生するおそれがある。そこで、事故に起因した建築設備や家電製品、生活用品を製造等した関係のある者に対し、事故の状況を通知するとともに、都民に対しても公表し事故防止の知識の普及、意識啓発を行い、都民生活における事故防止を図る。	
【 令和元年度の取組状況 】	
日常生活の事故発生状況や要因を把握し、過去に発生した事故状況などを踏まえ重大事故の未然防止に努めるとともに、繰り返し発生が危惧される事故及び季節に起因する事故について、定期的に事故防止対策をホームページ、東京消防庁公式アプリ、SNS等の各種広報媒体で発信した。 新規事業として、指等を切断する事故を減少させるため、都民向けにホームページや冊子「STOP！子どもの事故」等で注意喚起のページを作成し、注意喚起を実施した。 また、出初式等の都民が多く集まる各種イベント等の行事や都民防災教育センター（防災館）を活用し、ターゲットを絞った注意喚起を実施した。 1 報道発表及び報道機関への広報協力 10件 2 安全・安心情報のホームページ掲載 20件、フェイスブック掲載 26件、東京消防庁公式チャンネル 7件、Twitter掲載 8件 3 東京都生活文化局等の関係機関への通知 2件 4 乳幼児の事故防止冊子「STOP！子どもの事故」を区市町村の保健所窓口で、125,000部配布 5 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で、100,000部配布 6 「STOP！子どもの事故」及び「STOP！高齢者の事故」を出初式等のイベントで、1,000部配布 7 実験実演 31件、講義 22件、実験映像の作成・発信による実効性のある情報提供 8 消費者庁の子どもの事故防止週間イベントに協力し、都民防災教育センターを活用し、身近な事故について注意喚起を実施した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
1 東京消防庁ホームページやTwitterなどを活用し、日常生活におこる事故の発生状況と事故防止のポイントを情報発信することにより、都民が日常生活に潜んでいる事故の状況や事故防止対策に関する情報を取得することができた。 2 子どもに関する事故防止のポイントや応急手当の方法を紹介する冊子「STOP！子どもの事故」を区市町村の保健所等で母子健康手帳と一緒に配布することで、子どもに多い事故の発生状況や対策を知ることができた。 3 高齢者に関する事故防止のポイントをまとめた冊子「STOP！高齢者の事故」を東京都の支援のもと一般社団法人東京バス協会が実施しているシルバーパス事業にあわせて、70歳以上の新規申込者に直接配布することで、日常生活事故の発生が多い世代にターゲットを絞った効果的な広報を実施している。	
【 令和2年度の取組予定 】	
1 事故の抑制を図るため、高齢者と乳幼児に特化した注意喚起や季節ごとに発生する事故の情報をタイムリーに広報するとともに、時季を捉えてホームページに掲載する各種事故防止情報及びSTOP！シリーズの小冊子等を活用して、具体的かつ実効性のある事故防止対策を推進する。 2 関係部局と連携し、都民生活情報（季節ごとに多く発生する事故等）を活用し、事故防止対策の情報を発信し、再発防止を図る。 3 関係機関と連携し、冊子「STOP！子どもの事故」及び「STOP！高齢者の事故」を配布し、事故の多い世代等に対して、継続的に注意喚起を促す。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

東京消防庁

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
1-1-13	火災調査結果等の安全対策への反映
【 施策の概要 】	
火災調査結果等を再発防止に反映させるため、関係する業界やメーカー等に対して改善指導を行うとともに、報道発表やホームページへの掲載、ツイッター等を活用し、火災情報等を迅速に都民に提供する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
季節的に多発する火災や取扱いが不適と思われる火災が頻発した際に、事例写真等を活用して都民に対し分かり易い火災予防資料を作成し、報道発表やSNS等を通じタイムリーに安全・安心情報を発信した。ホームページに火災事例を含めた火災統計資料や火災予防資料を定期的に掲載し、都民に対し安全・安心情報の周知を図った。 【参考】 ・事例写真等を活用した報道発表 3件 ・報道機関からの取材への対応 5件 ・安全・安心情報に関するツイッター掲載 5件 ・安全・安心情報に関するフェイスブック掲載 7件 ・火災統計や安全・安心情報に関するホームページ掲載 6件	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
ツイッターに掲載された案件に対し「いいね」が平均で130件強、フェイスブックに掲載された案件に対する「いいね」が平均230件強と効果的に安全・安心情報を訴えることができた。 報道発表やホームページ掲載等に伴い、報道機関等からの取材や他府県の消防本部からの問合せも多く、都民に限らず全国での関心の高さが窺える。 長期的にみると火災件数は減少傾向で推移しており、積極的な報道発表や安全・安心情報の掲載が都民の防火意識向上に繋がり件数が減少した要因の一つといえる。	
【 令和2年度の取組予定 】	
季節的に多発する火災事案や取扱いが不適と思われる火災が頻発した際、実験映像等の動画を活用した火災予防に資する資料を作成し、各種マスメディアを通じて都民に対し説得力のある安全・安心情報を発信する。 過去の統計から得られた火災データに基づき、多発している火災事例の実験映像等の動画の撮影を行い、安全・安心情報発信のための資料とする。 社告・リコール製品及び同一製品から多発している火災について、経済産業省など関係省庁への情報提供並びに業界、メーカー等に対しては改善要望を行う。ホームページには「リコール・社告品及び同一製品から多発している火災事例」として、定期的な更新を行う。 【参考】 ・実験映像等を活用した報道発表 ・ツイッター、フェイスブック等SNSを活用した安全・安心に関する情報発信 ・火災統計や安全・安心情報に関するホームページ掲載 ・関係省庁の調査委員会等への積極的な情報提供	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【番号】	【施策名】
1-1-14	消費生活基本調査
【施策の概要】	
消費生活行政を効果的に展開するため、基本調査を実施し、消費者を取り巻く動向や被害の実態を的確に把握する。その結果は、被害の未然防止に向けた効果的な情報発信の在り方など、施策展開の基礎資料として活用する。	
【令和元年度の取組状況】	
今後の施策展開の参考とするため、都民の消費生活における意識や行動等を把握することを目的として、18歳以上の男女3,000人を対象に「都民の消費生活に関する意識調査」を実施した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
本調査の結果は、今後の施策を検討する際の基礎資料として活用し、都民の消費生活の安定と向上につなげる。	
【令和2年度の取組予定】	
・消費者の消費生活における意識や行動、行政に対するニーズなど、今後の施策展開の基礎資料となる調査を実施する。 ・令和2年度は「若者の消費者被害に関する調査」とし、若者に関する消費者被害の実態や若者がどのようなツールにより消費生活情報を取得しているか等について、WEBアンケート等の手法を用いて委託による調査を予定している。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【施策名】
1-1-15	相談情報を活用した情報発信
【 施策の概要 】	
国民生活センターのデータベース「全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)」に、消費生活総合センター及び都内の消費生活センター等に寄せられた相談情報を蓄積し、相談処理に活用している。PIO-NETに蓄積された相談情報や分析結果を都民への注意喚起等に活用することで、消費者被害の未然防止・拡大防止を図っている。	
【 令和元年度の取組状況 】	
都及び区市町村で受け付けた相談情報をPIO-NETシステムに登録・蓄積し、相談処理や相談傾向分析、都民への情報提供等に活用した。 ・全都域の相談状況の分析「平成30年度消費生活相談年報」を発行(10月) ・毎月の相談傾向、テーマ別分析及び消費者注意情報等をホームページ「東京くらしWEB」で発信 ・消費者教育資料等への事例掲載	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
PIO-NETシステムに蓄積した相談データを相談処理支援に活用するとともに、多面的な分析を通じて消費者注意情報などを都民に情報提供することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止や救済に役立てることができた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
都及び区市町村で受け付けた相談情報をPIO-NETシステムに登録・蓄積し、相談処理や相談傾向分析、都民への情報提供等に活用する。 ・全都域の相談状況の分析「令和元年度消費生活相談年報」を発行(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	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【 番号 】	【 施策名 】
1-1-16	地方消費生活行政の充実・強化
【 施策の概要 】	
地方消費生活行政を充実・強化して積極的な取組を実施するためには、国による財政支援が重要であり、これまで充実させてきた区市町村の事業を継続して実施できるよう、今後ともこれまでと同等以上の財政支援を行うとともに、必要な財源を継続的・安定的に確保することについて国に要請する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
○令和2年度国の施策及び予算に対する提案要求の実施 令和元年7月及び11月に、地方消費生活行政推進のために、平成29年度までと同等以上の財政支援を行うとともに、必要な財源を継続的・安定的に確保することについて提案要求を実施	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
地方消費者行政強化交付金(強化事業)の事業メニューが当初の13メニューから3メニュー追加され、16メニューに拡充されたことにより、各自治体の実施する事業の多様性が広がった。これにより、様々な角度から消費者の安全・安心を確保することにつながった。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○2021年度国の施策及び予算に対する提案要求の実施 一部事業メニューが追加されたものの、国の予算額は平成30年度以降減少傾向にあるため、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。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見	
【番号】	【施策名】
1-2-1	高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの構築促進
【施策の概要】	
高齢者の消費者被害防止のため、地域で高齢者を見守るネットワークが構築され、有効に機能するよう、高齢者見守り人材等育成支援や、区市町村が取組状況の自己評価や課題を把握できる取組を行うほか、高齢者福祉部門等と連携しながら、ネットワーク内で有効な見守りを広げるための区市町村への支援等を行う。	
【令和元年度の実施状況】	
地域で見守りを行う人材の育成やモデル事業などの実施を通じて、高齢者の消費者被害防止に向けた見守りネットワークの構築に取り組む区市町村への支援を行った。 ・介護事業者等地域で高齢者を見守る人々を対象に、高齢者を狙う悪質商法の特徴や被害発見のポイント・発見時の対応のノウハウ等を提供する「高齢者見守り人材向け出前講座」を実施した。 ・高齢者の見守り体制の充実を目指す区市町村に対し、「高齢消費者見守り推進モデル事業」の実施を通じて、各自治体の取組の実情に応じ、都が助言や情報提供等の支援を行った(3自治体)。また、前年度のモデル事業の成果を事業実績報告書として取りまとめ、都内区市町村への普及を図った。 ・モデル事業実施自治体には、高齢者の消費者被害防止のための啓発グッズ(消費者ホットライン188を周知するクリアファイル、フードクリップ、エコバッグ)を提供し、地域の見守り活動に活用した。 ・ネットワーク構築に必要な要件の充足状況を区市町村自らが確認し、今後の取組につなげていくため、取組状況チェックシートによる現状・課題の把握を行うとともに、実施結果を取りまとめ、都内区市町村へネットワーク構築に向けた働きかけを行った。 ・区市町村の消費生活行政担当職員への研修の際に、福祉部門との連携強化の一助となるよう、福祉部門における高齢者の見守り施策や福祉部門との連携事例の紹介を行った。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
・第23次東京都消費生活対策審議会答申「消費者被害から高齢者を見守る取組に係る都の役割と市町村等との連携強化について」(平成27年12月)を踏まえ、様々な取組を複合的に実施することにより、区市町村における見守りネットワークの構築が進んでいる(令和元年度時点で累計35自治体(平成30年度は累計23自治体))	
【令和2年度の実施予定】	
引き続き地域で見守りを行う人材の育成や取組状況チェックシートによる現状・課題の把握、助言等を実施し、高齢者の消費者被害防止に向け、地域で高齢者を見守るネットワークが構築され、有効に機能するよう区市町村への支援を行っていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見	
【 番号 】	【施策名】
1-2-2	高齢者のための専用相談・通報受付
【 施策の概要 】	
消費生活総合センターに高齢者支援グループを設けて専門相談員を配置するとともに、高齢者本人や家族からの相談を受け付ける専用電話「高齢者被害110番」、ケアマネジャー・ホームヘルパー・民生委員など高齢者の周囲の人たちから高齢者被害の通報を受け付ける専用電話「高齢者費者見守りホットライン」を設けて高齢者被害の相談に迅速に対応する。また、例年9月に実施される「高齢者悪質商法被害防止キャンペーン」と連携して「高齢者被害特別相談」を実施するなど、高齢者被害の未然防止・拡大防止を図る。	
【 令和元年度の取組状況 】	
1 高齢者相談 8,953件(うち特別相談 114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。) 2 高齢消費者見守りホットライン68件 3 関係機関との連携(高齢者被害相談関連) ・福祉保健局(高齢社会対策部在宅支援課:サービス付高齢者向け住宅に関する情報交換) ・公益社団法人有料老人ホーム協会(有料老人ホーム関連情報交換)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
・高齢者関係事業を行うさまざまな機関との連携により、高齢者の周りの人々が高齢者の消費者問題に関心を示すようになり、消費者被害から高齢者を守る仕組みとして、見守りネットワークの必要性を認識するようになった。 ・見守りホットラインへの通報や、高齢者被害110番への相談などを通して、第三者からの通報が定着してきた。 ・福祉関連事業関係者も高齢者相談の増加傾向を注視するようになり、消費生活相談員による講演機会が増え、被害の実態を訴えることができた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
・高齢者相談の受付 1 高齢消費者見守りホットラインによる高齢者被害の通報受付 2 高齢者悪質商法被害防止キャンペーンと連携して「高齢者被害特別相談」を実施 3 関係機関との連携を図り、高齢者の見守りを働きかける。 ・福祉保健局 ・業界団体 他 4 マスコミへの働きかけを積極的に行う。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見	
【 番号 】	【施策名】
1-2-3	高齢者等の消費者被害を防止するための見守り人材の育成
【 施策の概要 】	
高齢者が地域の中で安心して暮らしていくためには、社会全体での見守りが重要である。そのため、高齢者の身近にいるケアマネジャー、ホームヘルパーなどの介護事業者、民生委員・児童委員、地域の高齢者見守りネットワークの関係者など、高齢者を見守る人々を対象に、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応などについて出前講座を実施する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
ホームヘルパー、ケアマネジャーなどの介護事業者や民生委員・児童委員、町会・自治会や老人会、高齢者見守りネットワークのメンバー、配送事業者等の高齢者を見守る立場の人を対象に、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応などについての出前講座を実施(271回、6,026名)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
ホームヘルパー、ケアマネジャー等の介護事業者や民生委員、高齢者見守りネットワークの関係者等高齢者を見守る人々への出前講座の実施により、深刻化する高齢者被害の早期発見を図り、高齢者はもとより、家族や介護事業者等高齢者を取り巻く人々に注意喚起することができた。 実施後の感想では、「見守りの大切さを実感したので、今後実践していきたい。」「高齢者からの相談の対応に活用できるのでありがたい」「困ったときには相談機関につなぐことを知り安心した。」「講義や資料がわかりやすかった。」等の意見が寄せられている。	
【 令和2年度の取組予定 】	
高齢者を見守る人々を対象に、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応などについて「高齢者見守り人材向け出前講座」を引き続き実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見	
【 番号 】	【 施策名 】
1-2-4	民間事業者と連携した高齢者の消費者被害の防止
【 施策の概要 】	
宅配業務等で都民宅を訪問する事業者と協定を締結し、事業者が高齢者宅等を訪問する際、悪質商法被害に関する注意喚起リーフレットを高齢者や高齢者を見守る方に声掛けしながら直接手渡しすることで、効果的に高齢者の消費者被害防止を図る。	
【 令和元年度の実施状況 】	
自宅まで商品やサービスを届ける宅配事業者等と連携し、高齢者世帯等に悪質商法被害に関するリーフレットを届け、注意喚起を実施(9月から12月までの実施期間で、都内全域で約16万部のリーフレットを配布)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
身近な事業者等から手渡してリーフレットを届けることにより、印象に残る注意喚起を行うことができた。	
【 令和2年度の実施予定 】	
引き続き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、注意喚起を実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見	
【 番号 】	【 施策名 】
1-2-5	高齢者に多い消費者被害を減らすための対策の検討
【 施策の概要 】	
高齢者の被害は、他の年代に比べて、在宅時に被害に遭いやすい傾向があることから、訪問販売や電話勧誘販売等における消費者被害を減らすため、関係法令の規定遵守の徹底を改めて事業者に対し呼び掛けるほか、高齢者や高齢者を見守る人々に対しても勧誘に当たり事業者が遵守すべきルールの周知を行い、意にそぐわない勧誘をより断りやすい環境を整えるなど、消費者の意思を尊重した営業活動が行われるための取組を検討する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
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などを知らせる、消費者向けのチラシを作成し、区市町村や高齢者施設、老人クラブ、図書館など都内各施設に配布し、周知を依頼した。また、東京くらしねっと9・10月号に、高齢者向けの訪問販売や電話勧誘販売に関する注意喚起の記事を掲載した。 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を作成し、コンプライアンス講習会において、その解説を行うとともに、ホームページ「東京くらしWEB」内のe-ラーニング「クイズで学ぶ法令遵守」の都条例コースの活用を促した。さらに、啓発チラシを事業者団体等にも配布するなど、消費者が迷惑と感じる勧誘を都条例で禁止していることについて広く周知した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
東京都消費生活条例で迷惑勧誘等の行為が禁止されていることを事業者等に周知するとともに、特に高齢者に向けた注意喚起を行い、消費者被害の未然防止に寄与した。	
【 令和2年度の取組予定 】	
①令和元年に作成した事業者向け啓発チラシを引き続き作成し、関係団体等の協力を得て配布をするとともに、コンプライアンス講習会において周知する。 ②消費生活総合センターが実施している「高齢者見守り事業」において、民間事業者等と連携して配布している悪質商法の注意喚起リーフレットに、条例で定める迷惑勧誘に関する注意喚起の情報を追加し、周知の幅を広げる。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

福祉保健局

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(2)見守りによる消費者被害の防止と早期発見	
【 番号 】	【施策名】
1-2-6	成年後見制度等の活用による消費者被害の防止・救済体制の充実
【 施策の概要 】	
日常生活自立支援事業は、介護保険制度導入や社会福祉事業法等の改正により、福祉サービスが措置から利用へと移行する中で、認知症高齢者や知的障害者等、福祉サービスの利用対象者の利益の保護を図る仕組みの一環として開始したもの。都においては本事業の取組を進めるとともに、権利擁護への取組をより一層進めるため、平成14年度からは福祉サービス総合支援事業、平成17年度からは成年後見活用あんしん生活創造事業を開始している。上記3事業については、その取組が都内区市町村等において着実に進んできているところであり、今後も引き続き、事業実施主体への支援を進めることにより、都内における権利擁護に係る総合的な相談体制の充実、消費者被害の防止・救済体制の充実を図る。	
【 令和元年度の取組状況 】	
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3,300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52区市町村が実施し、未実施自治体についても立上げ支援の取組を行った。 ③成年後見活用あんしん生活創造事業については、都内51区市において成年後見制度を推進する機関を設置し、住民に身近な基礎的自治体での体制整備が整いつつある状況となった。また、未実施自治体についても立上げ支援の取組を行った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
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。また、消費者被害に遭いやすいと思われる判断能力が十分でない高齢者や障害者等は、成年後見制度を利用することにより、本人の権利が擁護される。 なお、平成30年の都内の成年後見申立て件数は4,964件であり、平成12年の制度開始時に比べ約5倍になるなど着実にその利用が増えており、これらの権利擁護に係る施策は、判断能力が十分でない都民等の消費者保護につながっている。	
【 令和2年度の取組予定 】	
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、制度創設以降、着実に利用件数が伸びていることから、所要額の確保等により、利用者サービスの充実を行う。 ②福祉サービス総合支援事業については、継続する地区への支援を継続するとともに、未実施自治体への働きかけにより、一層のサービスの充実に努める。 ③成年後見活用あんしん生活創造事業については、成年後見制度を推進する機関が安定的にニーズに応じたサービスを提供できるよう、推進機関連絡会や関係機関との連携を確保するとともに、都民に対する制度の普及啓発を図っていく。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

生活文化局

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成	
(1)不適正な取引行為等の排除	
【 番号 】	【施策名】
2-1-1	悪質事業者に対する取締りの徹底
【 施策の概要 】	
特定商取引法、消費者安全法及び東京都消費生活条例に基づき、不適正な取引行為を行う事業者について調査し、厳格な指導・処分等を行う。近年は意図的に法逃れを行う事業者が増えているため、早期に不適正な芽を発見し、より精度の高い法令適用を行うため、新たに情報管理班を設置し、迅速な端緒情報の収集、多角的な情報分析を行い、不適正な取引行為等の取締りを強化する。また、広域的な事案については、国や五都県(東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県・静岡県)等で連携して指導・処分を行うとともに、法令を運用する現場の視点から、時機を逃さず、国への法令改正等の働きかけを行う。法のすき間事案等については、消費者安全法の受任による財産被害に係る報告徴収・立入調査権限を機動的に行使するなど、積極的な対応を図る。	
【 令和元年度の取組状況 】	
① 立入調査13件(立入指導を含む)を実施 ② 行政処分37件(業務禁止命令13件含む)、情報提供(事業者名含む)2件 ③ 指導89件 ④ 主な処分等内容 ア 令和元年7月、以前に面識があったかのように偽り消費者の勤務先等を訪問して、「金の投資をしたら必ず儲かる」などと告げて勧誘し、金地金等の売買契約を締結していた訪問販売事業者に業務停止命令(18か月)及び指示、当該事業者の代表取締役及び従業員に業務禁止命令 イ 令和元年12月、作業費と部品代のみでパソコン修理するとウェブ上でうたいながら、パソコンを送付後に、有料の修理コースの詳細を明らかにしたり、修理の内容に納得しない消費者に裁判になるなどと威迫していた通信販売事業者に業務停止命令(9か月)及び指示、当該事業者の代表取締役に業務禁止命令 ウ 令和2年1月、日本の商品等を海外に転売して儲ける方法があるとして高額な情報商材等の契約を勧誘する事業者に対し、通信販売の業務停止命令(3か月)及び指示、電話勧誘販売の業務停止命令(6か月)及び指示、当該事業者の代表取締役に業務禁止命令 エ 令和2年3月、バイナリーオプション取引に係るUSBメモリーの訪問販売を行っていた3事業者に業務停止命令(6か月)及び指示、代表取締役等に業務禁止命令、連鎖販売を行っていた1事業者に業務停止命令(3か月)及び指示、代表取締役に業務禁止命令 ⑤ 「悪質事業者通報サイト」に寄せられた都民からの通報や都内消費生活センターから収集した端緒情報を専門的に調査・分析し、不適正な取引行為等の取締りに活用(悪質事業者通報サイトの令和元年度通報実績:悪質事業者654件、不当表示133件) ⑥ 令和元年7月、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・強化を図るために行政処分の根拠となる証言を行った消費者を支援する仕組みを創設すること	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
悪質事業者に対し、案件に応じた的確に処分したことにより、効果的な被害の拡大防止と消費者への周知につなげた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
①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指導・処分等を行い、取締りを強化する。 ②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。 ③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。 ④「情報管理班」において、「悪質事業者通報サイト」に寄せられる都民からの通報や都内消費生活センターから収集した端緒情報を効果的に活用し、より精度の高い法令適用等を行うために、収集した情報を専門的に調査して多角的に分析し、適切な法執行先へと繋げる。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成	
(1) 不適正な取引行為等の排除	
【 番号 】	【施策名】
2-1-2	不当表示に対する監視等の徹底
【 施策の概要 】	
都民による商品・サービスの合理的な選択を確保するため、景品表示法(不当景品類及び不当表示防止法)に抵触する不当な表示について監視を強化し、表示の適正化を図る。インターネット上の広告については、スマートフォンの普及が進み、インターネット取引が拡大している状況を踏まえ、広告表示の監視を行い、不当表示については迅速かつ適正な指導を行う。また、五都県広告表示等適正化推進協議会(埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県及び静岡県)での合同調査及び合同指導を推進し、広域連携による監視をより一層強めていく。さらに、リニューアルする通報サイトにおいて、特定商取引法及び架空請求に関する通報に加え、景品表示法に関する情報の受付を新たに開始するとともに、消費生活センターから情報提供を受けるなど、より幅広く情報を収集し、不当表示の調査・指導等につなげていく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
1 インターネット広告の監視 ①調査期間 令和元年5月～令和2年2月 ②調査方法 キーワードを決めてインターネット上の広告表示を年間24,000件抽出して調査 ③前年度指導結果の発表 令和元年7月31日 「292事業者に対し、改善指導を行いました！」(平成30年度調査分) 2 五都県広告表示等適正化推進協議会 ①テーマ 「消費税増税に伴うセール等に係る有利誤認表示」 ②調査結果 2事業者に対し指導を実施した。 3 平成30年度にリニューアルした通報サイトで、景品表示法に関する通報の受付を実施した。 通報件数133件 4 不当表示を行っていた事業者に対し、景品表示法に基づく措置命令を実施した。 ①不当なメニュー表示をしていた飲食店運営事業者(令和元年5月22日公表) ②子供用ライフジャケットの浮力について不当表示を行っていた事業者(令和元年12月18日公表)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
事業者に対する継続的な監視と指導等を行い、その結果を分析し適宜公表している。消費者への情報提供や注意喚起が適切に行われることで表示の適正化が推進されるとともに消費者被害の防止に寄与した。	
【 令和2年度の取組予定 】	
①インターネット広告監視として、各月キーワードを決めて、インターネット上の広告表示を抽出し、調査する。 ②五都県広告表示等適正化推進協議会において調査対象を決定し、景品表示法に違反するおそれのある広告・表示について調査を行い、事業者に対して行政指導等を行う。 ③通報サイトに寄せられた情報のうち、景品表示法に違反するおそれのある広告・表示について調査を行い、事業者に対して行政指導等を行う。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成	
(1)不適正な取引行為等の排除	
【 番号 】	【施策名】
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
【 施策の概要 】	
平成17年3月1日から架空請求対策事業を開始し、消費生活総合センターに「架空請求110番」を設置し都民が架空請求を受けた際に相談及び適切な助言が受けられるようにするとともに、架空請求メール等を受け取った都民からの直接通報制度として、架空請求の通報サイト「STOP!架空請求!」(ホームページ「東京くらしWEB」上に設置)を設置している。都民から通報されたメールやサイトについては、消費生活条例違反の有無を確認し、条例違反事業者には文書警告を行い、口座が記載されている場合には、金融機関に口座凍結を要請し、携帯電話会社及びサイトを管理するプロバイダには対策を要請する。また、都民にはホームページ「STOP!架空請求!」上で条例違反事業者名・サイト名等を情報提供するとともに、関係行政機関への情報提供を行う。	
【 令和元年度の取組状況 】	
最近の特徴としてはがきを利用した架空請求に係る相談が急増していることから、平成30年9月からは、「STOP! 架空請求!」サイトに新たに架空請求はがき専用の通報窓口を設置し、身に覚えのない利用料を請求してくる「架空請求」に対して、消費者被害の未然・拡大防止に取り組んでいる。 ① 架空請求専用サイト「STOP! 架空請求!」を運営し、随時消費者へ情報を提供した。 ② 都民通報制度等に寄せられた通報メールやはがき等(1,112件)について内容を調査し、条例違反認定を行った。 ③ 条例違反認定した事業者等については文書警告を行い、架空請求の送信に利用された携帯電話会社に対策を要請した。不適正な事業者名・サイト名等(51件)をホームページ上で都民に情報提供するとともに警視庁、消費者庁等へ情報提供を行った。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
都民通報制度により、架空請求メールなどを受け取った消費者が、いつでも通報できる。 架空請求専用サイト「STOP! 架空請求!」上の条例違反事業者名やサイト名のほか、架空請求メール等の請求内容を情報提供することで架空請求の実態を周知することにより、消費者被害の未然・拡大防止につなげた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
① 都民通報制度に寄せられた通報を基に、条例違反事業者に対する警告や口座の記載があれば金融機関に対する口座凍結要請等を速やかに実施する。 ② ホームページ上で、条例違反事業者名や条例違反認定のサイト名等を情報提供する。また、同時に警視庁、消費者庁等に対しても情報提供を行うとともに、携帯電話会社への情報提供により該当する機種の使用停止などの連携を図る。 ③特に、スマートフォンの普及拡大から、ショートメールによる架空・不当請求やキャリアや送信元情報をわかりにくくしたケース、また、公的な機関を騙るはがきを利用した架空請求など手口が巧妙化してきているため、新たな手口等について、積極的かつ速やかに都民に情報提供していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成	
(1) 不適正な取引行為等の排除	
【 番号 】	【 施策名 】
2-1-4	適格消費者団体への支援
【 施策の概要 】	
消費者被害が増加する中、消費者個人による訴訟が困難であることを受けて、内閣総理大臣が認定する団体が消費者に代わり訴訟提起できる消費者団体訴訟制度が平成19年6月に創設された。この制度を担う適格消費者団体が期待される役割を十分果たすことができるよう、平成19年8月に消費者団体訴訟制度連絡会を設置し、定期的に情報や意見の交換を行うとともに、必要な相談情報の提供、都が行う専門研修への団体職員受入れなどの支援を行っている。	
【 令和元年度の実績 】	
①消費者団体訴訟制度連絡会を令和2年1月に開催し、情報や意見の交換を行った。 ②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の受け入れを行った。(全5回、参加者数:延べ21名)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
消費者に対して不当な契約等を行う事業者に対して申入れを行っている適格消費者団体と情報や意見の交換を行ったり、専門研修への参加を受け入れることで、事業者への申入れ、是正に寄与することができ、消費者被害の拡大の未然防止につながった。	
【 令和2年度の実績 】	
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。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成	
(2) 健全な市場の形成	
【 番号 】	【施策名】
2-2-1	事業者のコンプライアンス意識の醸成
【 施策の概要 】	
不適正な取引や不当表示による消費者被害が後を絶たない中、事業者が消費者の立場に立ち、法令を遵守した事業活動を推進するよう、景品表示法及び特定商取引法の概要や法令違反事例の解説などを行う集合型のコンプライアンス講習会を実施することに加え、事業者団体等と連携して出前型の講習会を実施することで、事業者のコンプライアンス意識の向上を推進していく。特定商取引法に係る事業者向けパンフレット及び景品表示法に係る事業者向けパンフレットを作成し、講習会資料として配布するとともに、関係法令に係るeラーニングのコンテンツを制作し、ホームページで公開するなど、事業者のコンプライアンス意識の醸成に努めていく。また、自主基準策定など事業者団体の取組を推進するため、自主基準や公正競争規約等の普及啓発を図るとともに、景品表示法に関する助言を行うなど事業者団体に対する支援を行う。	
【 令和元年度の取組状況 】	
令和元年10月下旬に、事業者の法令遵守意識を高めるためのコンプライアンス講習会を開催した(計3回 景品表示法・特定商取引法のうち通信販売及び訪問販売、特定継続的役務提供)。講習会では、弁護士などの専門家による法の解説だけでなく、都職員による条例の解説、実際に法令遵守の取組を行っている事業者団体から、団体における取り組み状況の発表を行った。講習会の受講者に対しては、「事業者向け景品表示法ガイドブック」及び「事業者向け特定商取引法ガイドブック」や訪問販売等の事業者の法令遵守の取組状況についてまとめた「景品表示法及び特定商取引法のコンプライアンス事例集」、「景品表示法及び特定商取引法のコンプライアンス取組のススメ編」を配布した。また、従来の講習会に加え、事業者団体のニーズに応じてプログラムをカスタマイズする出前型の講習会事業を3回実施した。 さらに、平成26年度から作成したホームページ上の事業者向け学習コンテンツ「クイズで学ぶ法令遵守」について、「特定商取引法 訪問販売編2」のコースを増設した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
事業者の法令遵守の意識が高まることにより、悪質な販売行為や不当な広告表示の抑制が図られる。	
【 令和2年度の取組予定 】	
①集合型の「事業者向けコンプライアンス講習会」については、受講後の社内展開につなげることができ る法務担当者や教育・研修担当者等を主な受講対象者とし社内啓発を推進する。 ②出前型の講習会においては、事業者団体等のニーズを踏まえ、よりきめ細やかな講習内容とする とともに、実際にトラブルとなっている事例を盛り込むなどとして、事業者の自主的な改善の取組 みを促す手段としても活用していく。 ③ホームページ「東京くらしWEB」上に設置している学習コンテンツについて、事業者の研修や 自主学習に活用できるように内容を充実していく等、事業者全体のコンプライアンス意識の醸 成を図っていく。 ④コンプライアンス講習会等でパンフレットを配布するなど、自主基準や公正競争規約等の普 及啓発を行うとともに、景品表示法に関する助言や東京くらしWEBでの情報提供を随時実施 する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

生活文化局

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成	
(2)健全な市場の形成	
【 番号 】	【施策名】
2-2-2	商品量目立入検査・指導
【 施策の概要 】	
我が国経済の公正性・信頼性を担保する計量法は、消費生活に関連の深い「特定商品」を販売する事業者に対し、量目(内容量)の正確表記を義務付けている。 「商品量目立入検査」では、消費者に身近な食料品を中心に、包装商品等の量目表示について、事業者への定期的な立入検査を実施し監視を行う。本検査では、法令で定められた誤差を超えて内容量が不足した商品を「不適正商品」とし、「不適正商品」があった場合には、その場で再計量の指示を行ったり、計量に携わる従業員等への教育を徹底するよう指導するとともに、不適正商品数が全検査点数の5%を超えた「不適正事業所」には、適宜、再立入検査を含む継続的な指導を実施していく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
下記の取組により、商品量目管理等の適正化推進を図った。 1 商品量目立入検査 商品流通の繁忙時期である夏期(6、7月)及び年末期(11、12月)に、スーパーマーケット、一般小売店等を対象として、都民の消費生活に直結する身近な食料品を中心に、店内で計量・販売されている商品量目の立入検査を行った。不適正商品率は、夏期1.9%、年末期1.8%であり、それらの原因については、6割強が内容量に風袋、添え物の重さを含めていたなどの計量ミス・軽視、3割弱が乾燥による自然減量、残り1割弱が粗雑な計量やラベルの貼り間違いなどであった。不適正と判定された商品については、店頭に陳列されているすべての商品の再計量を指示したほか、不適正商品率が高い事業所については、追跡調査を実施した。また、複数の系列店舗が不適正事業所となった場合には、事業者本部に対して改善指導を行い、自主的な量目検査の実施や社内教育の徹底を求めた。 2 買取検査(9月) 東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会開催に先がけ、東京土産のお菓子について、観光地の複数の土産店から買い取り、検定所にて量目検査を実施した。全24点中、量目不足6点の不適正商品を確認した。量目不足のあった都内の3製造事業者に立入検査を行い改善指導を実施したほか、都外の1事業者については管轄する自治体への情報提供を行った。 また、計量法関係ガイドライン集の農産物漬物類の分類が更新されたことを受け、塩漬けに分類される「浅漬け」について、複数のスーパーマーケットから買い取り、検定所にて量目検査を実施した。全33点中、過量11点、量目不足9点の不適正商品を確認した。量目不足のあった都外の1製造事業者について、管轄する自治体への情報提供を行った。 3 計量実務連絡会(5月) 18区市町及び福祉保健局、生活文化局の消費生活に関係する行政職員を対象に、計量法に関する講義、商品量目検査の実習を通じて、計量に関する知識、技術の向上を図った。また、検定所に寄せられる苦情・相談事例を紹介し、参加者との意見交換を行い、連携強化を図った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
1 商品量目立入検査 立入検査により、不適正商品のあった事業所に対する不適正原因の指摘、改善指導及び再計量を行ったことで適正な計量を確保し、消費者保護につなげることができた。 2 買取検査 東京の土産店で販売されるお菓子類や、スーパーマーケット等で販売される食品の買取検査により、不適正商品を製造する事業者に改善指導を実施したことで、都民はもとより全国の消費者を対象に、商品の適正計量を確保した。 3 計量実務連絡会 消費生活に関連する各区市町の行政職員向けに、計量や量目に関する意識啓発を行ったことで、消費者からの苦情・相談業務等への対応力向上に寄与できた。また、検定所と各区市町の連携が強化され、苦情・相談質問への回答や合同立入検査などのスムーズな対応が可能となった。	
【 令和2年度の取組予定 】	
下記の取組により、商品量目管理等の更なる適正化推進を図る。 1 商品量目立入検査 都民の消費生活に直結した身近な食料品を対象として、商品流通量が多いスーパーマーケット、一般小売店等を対象に商品量目立入検査を実施する。不適正商品については、店舗責任者や品質管理責任者に不適正理由を的確に説明し、その場で改善を指導する。また、適正計量の実現に向け、店舗責任者には、自主管理の徹底や社員、パート、アルバイトに対する教育を求めている。 2 買取検査 食品製造事業所で製造される商品について、買取検査を行い、量目不足に対する監視を行っていく。 3 計量実務連絡会 内容の充実を図り、検定所に寄せられた苦情・相談などの対応事例紹介や各区市町村が行うはかりの定期検査の事前調査についての情報交換を盛り込む。また、多摩地域で開催予定とする。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成	
(2) 健全な市場の形成	
【 番号 】	【施策名】
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
【 施策の概要 】	
計量法では、取引・証明用及び主に一般消費者が使用する用途の計量器のうち、一定の規制が必要なものを特定計量器として定めている。特定計量器には、都民のライフラインとして使用されるガス・水道・電力の各メーターのほか、商取引に使用される商業用はかり・タクシーメーター・燃料油メーター、健康管理のための体重計・血圧計・体温計や環境計量器など18機種があり、これらは都民の消費生活の安全・安心を確保するために欠かすことができないものである。これらの特定計量器を製造・修理・販売を行う者には、正確な計量器を供給するために計量法に定める技術基準の確保や製造能力等の維持、計量器を使用して商品の販売などの事業を行う者には、使用中の計量器の性能確保や適正計量の実施等が義務付けられるなど各種規制が課せられている。都は、事業者に課せられた義務規定の実施状況やその実態を把握するため、立入検査等を適宜実施して計量の適正化を指導している。また、計量制度などの周知資料の配布や計量管理に関する講習会等の開催などにより、これら事業者に対する監視・指導及び啓発活動を実施して、適正な計量器や商品のみが市場に供給されることで、適正計量を実現して消費者の利益が確保されるよう努めている。	
【 令和元年度の取組状況 】	
1 計量関係事業者に対し、適正計量の遵守状況の実態を把握し指導するため、立入検査を実施した。 (1)届出製造・修理事業者及び指定製造事業者に対し、適正な計量器が供給されるよう計量器の検査等が適切に実施されているかについて、立入検査と指導を実施した。(実施時期:5月～2月、立入検査実績:製造・修理 26事業者45区分、指定製造 1事業者2区分) (2)販売事業者に対し、法で定める遵守義務の履行状況の確認と指導を実施した。(実施時期:4月～3月、調査実績:250事業者) (3)一般計量証明事業者に対し、適正に計量証明がなされているかについて、立入検査と指導を実施した。(実施時期:5月～12月、立入検査実績:41事業者) (4)適正計量管理事業所に対し、適正な自主管理が実施されているかについて、立入検査と指導を実施した。(実施時期:4月～2月、立入検査実績:106事業所) 2 事業者への啓発活動として、計量管理推進のためのポスター、チラシの配布(158事業所)や計量法関係法令の改正に係る情報提供等を目的とした講習会を開催した。(講習会等実績:開催8回、受講者163人)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
計量法における特定計量器は、都民のライフラインとして使用されるガス・水道・電力の各メーターのほか、商取引に使用される商業用はかり・タクシーメーター・燃料油メーターなど、消費者の生活に欠かすことができないものである。これらの計量器には、正確性の確保や適正使用等が計量法により義務付けられている。これらの計量に係る事業者に対する監視・指導や啓発活動を実施することにより、不適正な計量器や商品が市場から排除され、消費者利益の確保が図られている。	
【 令和2年度の取組予定 】	
1 適正な計量の実施確保を目的として、正確な計量器の供給、適正な計量器の使用及び自主的な計量管理の推進を図るため、適正計量の遵守状況の実態把握や適正化指導(啓発のための手引きの作成を含む。)など、計量に係る事業者(届出製造・修理・販売事業者、指定製造事業者、一般計量証明事業者、適正計量管理事業所等)に対する立入検査及び指導を引き続き実施する。 2 事業者への啓発活動として、計量管理推進のためのポスター、チラシの配布や計量法関係法令の改正等の情報提供を目的とした講習会を引き続き開催する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

住宅政策本部

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成									
(2)健全な市場の形成									
【 番号 】	【施策名】								
2-2-4	宅地建物取引業者の指導監督								
【 施策の概要 】									
不動産取引においては、多種多様なトラブル等が発生しており、相談件数も増加している。このため、都は、不動産の売買・賃貸借等について、電話及び窓口での相談を行い、トラブル解決へのアドバイスを行っているほか、宅地建物取引業者に対して、消費者からの相談に基づく指導や業者の事務所への立入調査等を行い、特に悪質な業者については宅地建物取引業法に基づく行政処分を行う等により、適正な不動産取引の確保に努めている。また、平成16年には「賃貸住宅紛争防止条例」を制定し、宅地建物取引業者に対して契約時に原状回復等の基本的な考え方や特約の内容などの説明を行うことを義務付けるとともに、原状回復や入居中の修繕等の基本的な考え方等について分かりやすく解説した「賃貸住宅トラブル防止ガイドライン」の周知を図っている。今後も引き続き、不動産取引に関するトラブルの未然防止に向けて取り組んでいく。									
【 令和元年度の取組状況 】									
令和元年度行政処分等実績 <table><tr><td>免許取消</td><td>36件</td></tr><tr><td>業務停止</td><td>15件</td></tr><tr><td>指示</td><td>23件</td></tr><tr><td>指導勧告</td><td>172件</td></tr></table>		免許取消	36件	業務停止	15件	指示	23件	指導勧告	172件
免許取消	36件								
業務停止	15件								
指示	23件								
指導勧告	172件								
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】									
宅地建物取引業者に対して、調査及び行政処分又は指導勧告など適切な対応を行うことで、トラブルの未然防止につながっている。									
【 令和2年度の取組予定 】									
引き続き、都民の相談等に基づく調査や立入調査等の実施により、業務停止や免許取消等の行政処分又は指導・勧告など、適切な対応を行っていく。									

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

産業労働局

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成	
(2)健全な市場の形成	
【 番号 】	【施策名】
2-2-5	貸金業の指導監督
【 施策の概要 】	
貸金業法に基づき、新規・更新等の登録、立入検査等により貸金業者の指導監督を実施するとともに、苦情相談等に適切に対応することにより、貸金業者の業務の適正化と資金需要者等の利益の保護を図る。	
【 令和元年度の取組状況 】	
貸金業者の業務の適正化と資金需要者等の利益の確保を図る観点から、「貸金業法」等に基づく事務手続き、指導監督、啓発宣伝事業等を行った。主な取組は以下のとおり。 (1)31年度当初都知事登録貸金業者数 549者(社) (2)貸金業の登録・更新などの審査を厳格に行った。 (3)貸金業に係る苦情・相談を受付処理した。 (4)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。 (5)弁護士・司法書士会の協力により、貸金業被害相談などを行った。 (6)国や近隣県と連携し、「一都三県ヤミ金融被害防止合同キャンペーン」として、パネル展示や街頭相談などの啓発宣伝を実施した。また、ヤミ金融被害防止のため、区部、多摩地域での啓発事業を実施した。 (7)高齢者や大学生をはじめとする若者を対象に、金融トラブルの事例、被害にあわないためのポイント、ローンやクレジット等に関する知識を支援する出前講座を実施した。 (8)登録業者の資質向上のための講習会を実施した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○苦情相談等の情報に基づき、貸金業者に対する行政指導を実施し、資金需要者の利益保護を図った。 ○悪質業者に係る情報収集に努め、違法・不当行為を行った貸金業者に対しては、積極的に行政処分を実施し、資金需要者の利益保護を図った。 ○東京三弁護士会、東京司法書士会の協力による貸金業被害無料相談窓口を設置し、貸金業に係る被害救済の一助とした。 ○「一都三県ヤミ金融被害防止合同キャンペーン」等を通じて、ヤミ金融についての注意点や相談窓口の周知を図り、被害防止に努めた。 ○高齢者や若者を対象に金融の基礎知識や最新の金融トラブル事例等を交えた出前講座を行うことで、金融被害防止に努めた。	
【令和 2年度の取組予定 】	
貸金業者の業務の適正化と資金需要者等の利益の確保を図る観点から、「貸金業法」等に基づく事務手続き、指導監督、啓発宣伝事業等を行う。主な取組は以下のとおり。 (1)2年度当初都知事登録貸金業者数545者(社) (2)貸金業の登録・更新などの審査を厳格に行う。 (3)貸金業に係る苦情・相談を受付処理する。 (4)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。 (5)弁護士・司法書士会の協力により、貸金業被害相談などを行う。 (6)国や近隣県と連携し、「一都三県ヤミ金融被害防止合同キャンペーン」として、パネル展示や街頭相談などの啓発宣伝を実施する。また、区部、多摩地域でヤミ金融被害防止のための啓発事業を実施する。 (7)高齢者や大学生をはじめとする若者を対象に、金融トラブルの事例、被害にあわないためのポイント、ローンやクレジット等に関する知識を支援する出前講座を実施する。 (8)登録業者の資質向上のための講習会を実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

産業労働局

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成	
(2) 健全な市場の形成	
【 番号 】	【施策名】
2-2-6	旅行業者の登録等
【 施策の概要 】	
主たる営業所を東京都内に置き、旅行業又は旅行業者代理業を営む者について登録制度を実施し、旅行業等を営む者の業務の適正な運営を確保するとともに、その組織する団体の適正な活動を促進することにより、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を図っている。現在の旅行業法は、昭和27年に「旅行あつ旋業法」として成立したもので、これまでに数回の改正を経ている。平成17年4月の改正では、旅行業の種別を第1種、第2種、第3種旅行業及び旅行業者代理業に区分し、種別ごとにその業務範囲が定められた。さらに平成19年5月の省令改正で、第3種旅行業の業務範囲が拡大し、営業所の所在地とそれに隣接する市町村の区域の範囲内に限り、「募集型企画旅行」を実施できることとなった。また、地域密着型の旅行への期待の高まりを背景に、平成25年4月の省令改正で地域限定旅行業が創設された。そして、平成30年1月の旅行業法改正により、旅行業者が旅行手配を依頼する、旅行サービス手配業(いわゆるランドオペレーター)についても登録制を創設し、一層の旅行の安全・取引の公正確保等を目指していく。今後とも、事業の継続的な実施により、旅行の安全の確保、旅行者の利便の増進を図っていく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
①旅行業等の登録制度の実施・・・令和元年度実績:新規登録 294件、更新登録 419件、変更登録18件、登録抹消 207件、登録事項変更 751件、営業保証金取り戻し 72件 ②旅行業者営業保証金還付に係る事務・・・旅行業者が倒産などをした場合で、その旅行業者に債権を有している旅行社から申立(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(平成31年度実績:0件)。 ③立入検査の実施・・・旅行業務に関し、取引をした者(特に消費者)の公正な取引を図るため、登録されている営業所に出向き、契約行為が適切に行われているかを調査する(平成31年度実績:8件)。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○旅行業等の登録制度・・・登録要件に適合しない者には付与しないことにより、悪質不良な者が旅行業等を営むことを防止し、旅行業務に関する取引の公正の維持を図っている。 ○旅行業等を営む者の業務の適正な運用の確保・・・登録を受けた後にも旅行業者等に必要な各種の規制を加えることにより、旅行の安全が確保される。 ○その組織する団体の適正な活動の促進・・・旅行業者等によって構成された旅行業協会の自立的な活動を通じて、旅行者の利便の増進が図られる。	
【 令和2年度の取組予定 】	
①旅行業等の登録制度の実施・・・令和2年度見込:新規登録281件、更新登録396件、変更登録19件、登録抹消156件、登録事項変更822件、営業保証金取り戻し65件 ②旅行業者営業保証金還付に係る事務・・・旅行業者が倒産などをした場合で、その旅行業者に債権を有している旅行者から申立(申出)があった場合、東京都がその申立(申出)を受け還付手続を行う(令和2年度見込:2件)。 ③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2年度予定:60件)	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策2 不適正な取引行為等の排除と健全な市場の形成	
(2)健全な市場の形成	
【 番号 】	【施策名】
2-2-7	消費生活調査員調査
【 施策の概要 】	
市場ルール of 遵守状況の把握や市場監視を都民との協働により実施するため、消費生活調査員500人を公募により選任し、小売店舗等における商品等の表示及び食品等の計量に係る法律の遵守状況を調査している。その結果を事業者指導等に活用するとともに、事業行為の適正化を図ることで、都民の消費生活の安定と向上に努める。 調査は、食品表示調査、表示・広告調査、計量調査の3区分で実施している。なお、災害時には、必要に応じて、食品や日用品の品不足等の状況を小売店で調査する「災害時緊急調査」を実施する。	
【 令和元年度 of 取組状況 】	
都民から公募した調査員500名により、食品表示調査(食品表示法等)を5回、表示・広告調査(景品表示法等)を3回、計量調査(計量法)を6回、計14回の調査を実施した。 また、調査結果に基づき、関係業界や事業者に対し必要な指導を行い、事業行為の適正化等に活用した。	
【 「消費者 of 視点」から見た、取組による成果 】	
消費者が自ら都政に参加し、法律の遵守状況等を監視することで、より意識の高い消費者となることが期待できる。また、職員による立入調査等に加え、店舗側に対する牽制効果が期待できる(調査員の店舗調査は、都から依頼された調査であることを示し実施するもので、覆面調査ではない。)	
【 令和2年度 of 取組予定 】	
都民から公募した調査員約500名により食品表示調査(食品表示法等)を5回、表示・広告調査(景品表示法等)を3回、計量調査(計量法)を6回、計14回の調査を実施する。調査結果は、事業行為の適正化等に活用していく。 また、通信紙により、消費生活全般について積極的に情報提供や意見を求め、事業運営の資料として活用する。 消費生活調査員のうち無償で災害時の緊急調査に協力する意向がある者を災害時緊急調査員として委嘱し、災害時には必要に応じて食品や日用品の品不足等の状況を小売店で調査する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(1)商品・サービスの安全の確保	
【 番号 】	【施策名】
3-1-1	危害・危険情報のための調査分析・商品テストと積極的な発信等
【 施策の概要 】	
商品・サービスによる危害・危険を防止するため、消費生活総合センター等に寄せられる相談情報を始め、商品等に関する危害・危険情報を広く収集し、「危害防止対策検討会」において必要な対応策について検討している。また、都立産業技術研究センター、東京都健康安全研究センター、国民生活センター等と連携し、「消費者事故等情報検討会」を組織し、事故原因の究明、調査・分析機能の更なる強化を図っている。 安全性に疑いがある商品等については必要な調査・分析、テストを実施し、商品等に関する安全確保について、事業者への指導、関係機関への要望、消費者への注意喚起を行っている。 引き続き、迅速かつ的確な情報の収集・分析を行うとともに、関係機関と連携してその調査結果を国に対する規制強化等の要請や、事業者や関係事業者団体への指導・要望、消費生活条例による製品の改善勧告などへより一層活用していく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
① 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はじめ、収集した危害・危険情報の分析・検討を行った。 ② 消費生活条例第9条に基づく調査は「洗剤等の詰め替え、移し替えにおける安全に関する調査」(令和元年9月)、「オーブントースターの安全な使用に関する調査」(令和2年3月)を公表するとともに、「乳幼児の身の回りにある椅子の安全性に関する調査」(令和2年4月公表)を実施した。 ③ 商品テストは「つえの安全性」(令和元年8月)、「スマートフォン用ガラスフィルムの安全性」(令和2年3月)を公表した。 ④ 上記調査等の結果に基づき、国、事業者等への情報提供、要望を行ったほか、消費者への注意喚起を実施した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
事業者等への指導や、東京くらしWEB、東京くらしねっと等を用いた情報提供により、危害の未然・拡大防止につながった。	
【 令和2年度の取組予定 】	
① 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。 ② 収集した情報をもと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。 ③ 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。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(1)商品・サービスの安全の確保	
【 番号 】	【施策名】
3-1-2	商品等安全対策協議会における消費者・事業者の協力による商品等の安全対策の推進
【 施策の概要 】	
消費者、事業者及び学識経験者で構成する「商品等の安全問題に関する協議会」を設置し、平成10年3月から、安全対策が必要な商品(群)について、危害防止のための方策を協議・検討し、具体的な提言を行ってきた。また、協議会の提言を踏まえ、事業者、関係機関への要望、消費者への注意喚起を行っている。 協議会を機動的に運営し、より効果的な情報発信を行うため、平成20年度、「商品等安全対策協議会」に改組した。今後も引き続き、タイムリーなテーマにより継続的に協議・検討を行い、都民の安全な消費生活の確保を図っていくとともに、過去に取り組んだテーマについて、その後の国・事業者における取組状況や消費者の意識等を把握するなど効果検証を行い、事故防止に向けた継続的な取組を進めていく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
令和元年度協議会「ベビーゲート等の使用に関する安全確保」 ① 令和元年8月から検討・協議を開始し、令和元年度中に4回の協議会を開催した。 ② 協議会報告に基づき、隙間寸法のSG基準への適合、ロック機構の改良、オートクローズ機能の一般化、耐衝撃性の向上などの商品改善、重要事項の商品本体への表示の検討、SGマークの取得検討など安全対策の強化等について、事業者団体等に対して提案・要望を行うとともに、ホームページ等を通じて、消費者への注意喚起を実施した。 ③ 注意喚起リーフレット「ベビーゲートを安全に使いましょう！」(10万部)を作成し、都内保育所、子育てひろば、保健所・保健センター、消費生活センター、ベビー用品専門店、小児科医院等へ配布した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
要望を受けた各団体では、団体のホームページや主催する研修会、講座等で団体会員及び消費者への周知に取組む。さらに、保育園、保健所、小児科医院では、園児の家族や乳幼児健診等でリーフレットの配布を行うことにより、事故の多い乳幼児期の適切な時期に事故の未然防止に向けた注意情報を得ることができる。	
【 令和2年度の取組予定 】	
① 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。 ② 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。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(1)商品・サービスの安全の確保	
【 番号 】	【 施策名 】
3-1-3	消費生活用製品安全法に基づく立入検査の実施による製品の安全性の確保
【 施策の概要 】	
消費生活用製品安全法では、一般消費者の生命又は身体に対して、特に危害を及ぼすおそれが多いと認められる特定製品(10品目)と、長期間の使用に伴い生ずる劣化により安全上支障が生じ、特に重大な危害を及ぼすおそれの多い特定保守製品(9品目)を定めている。 平成23年度まで、都内の特定製品販売事業者及び特定保守製品取扱事業者に対する報告の徴収、立入検査、製品提出命令の事務を行っていた。平成24年度から区・市内の事業者に対する権限は区市へ移譲された。都は町村において引き続き事務を行う。区市に対しては、国・区市間の報告の移送等の的確な協力を実施する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
都内の町村(令和元年度は檜原村、大島町を対象)における特定製品10品目の販売事業者及び特定保守製品9品目の取引事業者に対して立入検査を実施した。 ○ 特定製品及び特別特定製品10品目(乳幼児用ベッド、携帯用レーザー応用装置、浴槽用温水循環器、登山用ロープ、家庭用圧力なべ・圧力がま、乗車用ヘルメット、石油給湯機、石油ふろがま、石油ストーブ、ライター) 立入調査実績:50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9品目(屋内ガス瞬間湯沸器(都市ガス用・LPガス用)、屋内式ガスバーナー付ふろがま(都市ガス用・LPガス用)、石油給湯器、石油ふろがま、密閉燃焼式石油温風暖房機、ビルトイン式電気食器洗機、浴室用電気乾燥機) 立入調査実績:8店舗(違反:0) 区市の消費生活行政担当者を対象に、消費生活用製品安全法に関する事務連絡会を開催した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
特定製品販売事業者及び特定保守製品取扱事業者における法等で定められた責務の履行について、行政が適正に監視することで、一般消費者の危害防止に役立っている。	
【 令和2年度の取組予定 】	
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適切に協力していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

福祉保健局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(1)商品・サービスの安全の確保	
【 番号 】	【施策名】
3-1-4	輸入食品対策の推進
【 施策の概要 】	
我が国では国内で消費される食料の多くを外国からの輸入に依存しており、輸入食品の占める割合はカロリーベースで全体の約6割に達している。また、輸入農産物の残留農薬や遺伝子組換え食品など輸入食品の安全性に対する都民の関心は高い。 都では、輸入食品を専門に監視する輸入食品監視班を設置し、流通前の倉庫保管段階における検査・監視指導及び輸入事業者の自主管理推進に向けた支援等を重点的に行っている。 今後も、輸入農産物の残留農薬、遺伝子組換え食品及び放射能等の検査を実施し、その結果をホームページなどにより公表するとともに、添加物及び残留農薬等の検査法の開発、事業者への監視指導、自主管理推進のための講習会などを実施し、輸入食品に係る安全・安心を確保する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
輸入食品の安全対策については、平成27年に改定した東京都食品安全推進計画の中で、重点的・優先的に推進する事業と位置付け、食品衛生監視指導計画の中でも重点事業として実施した。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、1,408検体の輸入食品を検査し、2品目の違反食品を発見し適切に処置した。 また、健康安全研究センターにおいては添加物及び残留農薬等の新たな検査法を開発した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
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。	
【 令和2年度の取組予定 】	
・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 ・添加物及び残留農薬等の検査法の開発 ・輸入事業者講習会の実施	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

福祉保健局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(1)商品・サービスの安全の確保	
【 番号 】	【施策名】
3-1-5	米の安全性の確保
【 施策の概要 】	
都では、都内に搬入される玄米に含まれるカドミウム及び農薬等の有害物質について、「農用地の土壌の汚染防止等に関する法律」、「カドミウムによる環境汚染暫定対策要領」及び「食品衛生法」等に基づき、昭和48年度から「都内搬入米重金属等汚染検査要領」を定めて検査を実施している。米穀は主食であり、都民の安全性への関心は一層高いことから、引き続き、「都内搬入米重金属等汚染検査」を実施し、基準値(0.4ppm)を超える米の流通の未然防止に努めている。	
【 令和元年度の取組状況 】	
1 分析対象品目及び検体数 カドミウム180検体(結果:0.4ppmを超える検体なし) 残留農薬20検体(結果:基準値を超える検体なし) 2 商品の採取 都内卸問屋3店舗 3 分析機関 健康安全研究センター	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
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が図られている。	
【 令和2年度の取組予定 】	
1 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 2 商品の採取(予定) 都内卸問屋3店舗 3 分析機関 健康安全研究センター	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

福祉保健局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(1)商品・サービスの安全の確保	
【番号】	【施策名】
3-1-6	子供に対する室内化学物質の低減化対策の推進
【施策の概要】	
健康で安全な室内環境の向上を目指し「化学物質の子供ガイドライン(室内空気編)」(平成15年3月策定)を活用し、子供が利用する施設の管理者へ普及啓発を実施している。また、住宅の高断熱・高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ている。さらに、「健康・快適居住環境の指針」(平成28年度改訂版)により、室内空気中の化学物質対策を含んだ、より良い住まい方への提言を行っている。	
【令和元年度の取組状況】	
①「化学物質の子供ガイドライン」を活用し、子供が利用する施設の管理者や担当者等を対象に、室内空気中の化学物質の低減化対策のための講習会を開催(9月24日)。 ②教育庁の実施する学校施設管理者を対象とした講習会にて講演(6月25日)。 ③「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(6月27日)。 ④「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。 ⑤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。 ⑥「化学物質の子供ガイドライン」「住まいの健康配慮ガイドライン」「健康・快適居住環境の指針」に基づいた室内環境対策や子供が利用する施設の適切な維持管理について、ホームページを利用した情報提供や都民からの相談対応等による正しい知識の普及。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
室内空気中の化学物質対策について、ホームページを利用した情報提供や都民からの相談への対応等を行い、正しい知識の普及を図っている。	
【令和2年度の取組予定】	
①「化学物質の子供ガイドライン」を活用し、子供が利用する施設の管理者や担当者等を対象に、室内空気中の化学物質の低減化対策のための講習会を開催。 ②教育庁の実施する学校施設管理者を対象とした講習会にて講演。 ③「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。 ④「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。 ⑤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。 ⑥「化学物質の子供ガイドライン」「住まいの健康配慮ガイドライン」「健康・快適居住環境の指針」に基づいた室内環境対策や子供が利用する施設の適切な維持管理について、ホームページを利用した情報提供や都民からの相談対応等による正しい知識の普及。 ⑦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。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

産業労働局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(1)商品・サービスの安全の確保	
【番号】	【施策名】
3-1-7	東京都農林総合研究センターの運営
【施策の概要】	
東京都農林総合研究センター(以下「研究センター」という。)は、東京の農林業や食品産業の振興に資する試験研究を的確かつ迅速に推進する研究機関として、平成17年に設立された。研究センターでは、都民に安全・安心な農作物を提供するため、農薬・汚染物質等の残留実態の解明や病虫害防除の研究、東京特産品種の育成等を行っている。また、こうした調査・研究成果を農業者や都民に対し指導・情報提供し、農林水産業の振興と都市の良好な生活環境の保全に積極的に貢献している。今後は、より消費者や農林業者・食品産業等のニーズに的確に応えるような試験研究を実施していく。	
【令和元年度の取組状況】	
露地栽培イチゴ新品種「東京おひさまベリー」のさらなる普及に向けた栽培管理技術を目指し、仮植時の苗サイズや育苗方法の違いが、収量、品質に及ぼす影響について明らかにした。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
「東京おひさまベリー」を仮植するときの苗サイズは収量、品質にほとんど影響を及ぼさないことから、仮植には葉数2～6枚までの子株を用いることができることを明らかにした。 本品種は、従来品種より、果皮・果肉ともに硬く貯蔵性に優れ、果肉内部まで鮮やかな赤色の特徴を有し、平成31年3月に品種登録された。一般都民にも栽培可能な露地栽培用品種であるほか、消費者にとっても本品種のメリットを享受できることが期待される。	
【令和2年度の取組予定】	
「東京おひさまベリー」の収穫期前身化、春定植の実用性、施肥方法を検討する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

産業労働局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(1) 商品・サービスの安全の確保	
【 番号 】	【 施策名 】
3-1-8	青梅畜産センターの運営補助
【 施策の概要 】	
青梅畜産センター(以下「センター」という。)は、都内畜産農家の経営安定と、都民に安全・安心な畜産物を将来にわたり安定供給するため、平成17年度に設立された。 センターでは、「トウキョウX」等の血統維持・管理や、高品質な種豚・種鶏の生産・供給を行い、都民に安全・安心な畜産物を提供している畜産農家での生産拡大に努めている。今後は更に、都民の畜産に対する理解を深めるための活動を積極的に行っていく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
①都民が安全安心な畜産物を入手しやすくなるよう、種豚・種鶏の生産を行うとともに、都民に畜産物を提供している農家に対して、種豚や雛を供給。 トウキョウXの種豚供給 111頭 東京しゃも雛供給 27,796羽 東京うこっけい雛 14,988羽 ②家畜防疫の強化のため、青梅庁舎バイオセキュリティ委員会を開催。 委員会開催 6回 ③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 1回(4月) 味わいフェスタ参加 台風のため中止(10月) 食育フェア参加 1回(11月)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○高品質な畜産物を安定的に生産できる体制を維持することで、いつでも東京の特産品を味わうことができる。 ○家畜防疫の強化を図ることで、種畜配付の継続が確保され、安全・安心な畜産物の生産が促進される。 ○東京では家畜にふれることは少ないため、家畜や畜産について体験し、知る大変よい機会を提供している。	
【 令和2年度の取組予定 】	
①都民が安全安心な畜産物を入手しやすくなるよう、種豚・種鶏の生産を行なうとともに、都民に畜産物を提供している農家に対して、種豚や雛を供給する予定。 トウキョウXの種豚供給 160頭 東京しゃも雛供給 24,000羽 東京うこっけい雛 14,000羽 ②青梅庁舎バイオセキュリティ委員会の開催。 年 3回 ③都民の畜産に対する理解を促進するため、イベントの開催及び参加する予定である。 家畜ふれあいデーの開催 1回(10月 予定) 味わいフェスタ 1回(10月 予定) 食育フェア参加 1回(11月 予定)	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2)安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【施策名】
3-2-1	安全に配慮した商品の普及
【 施策の概要 】	
事業者等と連携して、子供の安全に配慮した商品見本市を開催し、商品のPR強化、事業者による安全な商品の開発・製造、販売・流通拡大の促進、商品を主体的に選択・購入する消費者の育成を図る。	
【 令和元年度の取組状況 】	
① 子育て支援団体との共催でセーフティグッズフェアを開催し、安全に配慮した商品の展示・紹介のほか、安全をテーマとしたセミナーや企業向けに商品開発セミナー、消費者向けに安全ワークショップ等を実施した。(令和2年1月、2月 参加人数:6,126人) ② 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。(補助件数24件) ③ 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。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
子供の安全に配慮した商品の開発は増えてきているものの、消費者にはあまり知られておらず、安全に配慮した商品に特化した展示会も少ない状況において、安全・安心な商品市場の実現を支援し、事故情報及び事故予防についてわかりやすく都民へ啓発することができた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
子育て支援団体との連携により、安全に配慮した商品見本市を開催し、安全な商品のPR・普及を図るとともに、商品の安全をテーマにしたセミナー等を実施する。 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。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

生活文化局・
福祉保健局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2)安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【施策名】
3-2-2	食品の適正表示の推進
【 施策の概要 】	
「食品の適正表示」は、事業者から消費者へ商品(食品)の情報を提供することにより、消費者が商品(食品)の情報を知り、合理的に選択するための重要な役割を果たしている。食品の表示に関する法令は、「食品表示法」、「農林物資の規格化に関する法律(JAS法)」、「健康増進法」、「不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法)」、「消費生活条例」等、多岐にわたっている。また、平成29年の食品表示法に基づく基準の改正による原料原産地表示の義務付けなど、制度改正等により表示事項の変更が行われることも多く、表示を行う事業者及び消費者にとって分かりにくいものとなっている。ホームページ等を通じて、食品の適正表示について情報発信し、都民の食品表示に関する理解を深めるとともに、事業者による適正表示を推進し、事業者が守るべき表示の基準に違反した場合には、適正な表示が行われるよう指導する。 さらに、食品表示法をはじめとする食品表示制度に関する事業者の正しい理解を促進し、適正表示推進の核となる人材を育成することを目的に、食品表示関係法令を所管する部署が連携して「食品の適正表示推進者育成講習会」などを実施し、「食品の適正表示」を推進する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
・適正表示推進者育成講習会の開催 647人(2回実施) ・フォローアップ講習会の開催 486人(1回実施) ・消費生活調査員による調査 5回実施 ・消費生活調査員に対する研修の実施 3回実施 (講習会及び研修には新たに義務付けされた原料原産地表示制度に関する内容を含む) 平成27年4月1日の食品表示法施行に伴い、法の周知を行うため、以下の取組を実施 ・食品表示法に関する全般的な質問に対応する、「東京都食品表示相談ダイヤル」の設置 ・食品表示法に関する動画教材の作成、配布	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
関係機関の連携のもと、適正表示推進者の育成事業などを通じて、事業者が適正な食品表示を行うことにより、都民の合理的な商品選択に資する効果がある。	
【 令和2年度の取組予定 】	
・適正表示推進者育成講習会の開催 500人／回 年2回実施予定 ・フォローアップ講習会の開催 300人／回 年2回実施予定 ・消費生活調査員による調査 5回実施予定 ・消費生活調査員に対する研修の実施 3回実施予定 ・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) ・平成29年の法改正により義務付けられた原料原産地表示やこれを受けて改正した消費生活条例の告示について周知	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2)安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【施策名】
3-2-3	家庭用品の適正表示の推進
【 施策の概要 】	
家庭用品の品質表示は、事業者から消費者へ商品の情報を提供することにより、消費者が商品の情報を知り、合理的に選択するための重要な役割を果たしている。家庭用品の品質表示については、家庭用品品質表示法で規定されており、同法の規定のない9商品について消費生活条例で表示すべき事項等を定めている。法及び条例に基づき、店舗立入検査等を行い、不適正な表示を行う事業者を指導する。また、法及び条例について、パンフレットやホームページ「東京くらしWEB」等で、事業者・消費者に対する普及啓発を図る。	
【 令和元年度の取組状況 】	
1 家庭用品品質表示法に基づく立入検査 町村域67件(12店舗) 不適正件数0件 2 条例に基づく品質表示(9品目)の立入検査 検査104件(18店舗) 不適正件数15件(指導7事業者)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
店舗等に立ち入り、法令に基づく検査を実施することで、店舗における表示の適正化意識を高め、消費者の正しい選択につなげることができる。	
【 令和2年度の取組予定 】	
①家庭用品品質表示法に基づく小売店への立入検査権限が、平成24年4月から区・市に移譲されたことに伴い、都による立入検査は町村部を対象に行う。また、条例に基づく品質表示(9品目)の立入検査を行う。 ②ハンドブック「東京都消費生活条例に基づく品質表示(家庭用品)」やホームページ「東京くらしWEB」等で情報発信していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

福祉保健局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【 施策名 】
3-2-4	介護サービス事業者情報の提供
【 施策の概要 】	
介護保険法に基づき指定した介護サービスを提供する事業所(居宅サービス、介護予防サービス、介護療養型医療施設の各事業)について、都民のサービス選択に資するよう、名称や所在地等の情報をインターネット上で公表している。今後とも、介護保険サービスの利用者にとって有用な情報を提供していく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
利用者のサービス選択に資するよう、事業者指定に係る情報(名称、所在地等)をインターネット上で公表した(令和2年3月31日時点、11,508事業所)。また、事業所に対しては、利用者の安全確保・事故防止等に係る情報提供を行った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○ 毎月の指定事業所数、廃止事業所数、サービス種別・法人種別ごとの指定事業所数等を情報提供し、サービスの選択に活用。 ○ 毎月の指定事業所一覧で、サービス種別、事業所名、所在地、電話番号を情報提供し、サービスの選択に資している。 ○ 行政処分事業所、廃止事業所、休止事業所の情報を提供し、サービス選択の活用、サービスの質の確保に資している。	
【 令和2年度の取組予定 】	
引続き、事業所指定に係る情報提供を行うとともに、事業所の介護サービスの提供の確保に係る必要な情報を提供していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

福祉保健局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【施策名】
3-2-5	介護サービス情報の公表
【 施策の概要 】	
介護保険法に基づき、利用者による介護サービス事業者の選択を支援するため、平成18年度から、事業者が都に報告する情報及び都指定の調査機関が事業者を調査した結果を、厚生労働省のホームページ「介護サービス情報公表システム」で公表しており、都でも都指定情報公表センターのホームページで公表している。	
【 令和元年度の取組状況 】	
利用者が適切に介護サービス事業者を選択できるよう、居宅サービスや施設サービスなど36種類のサービス事業者が都に報告する情報及び都指定の調査機関が事業者を調査した結果を、ホームページ上で公表した。また、本制度に対するより一層の普及啓発に努めた。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○ いつでも、どこでも、誰もが容易に介護サービス情報にアクセス可能となることから、利用者等が介護サービス事業者を自ら選択(比較検討)し、評価をして「自己決定」していくことが可能となる。 ○ 公表内容に対する介護サービス事業者の説明責任が求められることから、総じてサービスの質の向上が期待される。	
【 令和2年度の取組予定 】	
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及び都指定の調査機関が事業者を調査した結果を、ホームページ上で公表する。また、本制度に対するより一層の普及啓発に努める。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

福祉保健局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2)安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【 施策名 】
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
【 施策の概要 】	
有料老人ホームは、介護保険制度導入を契機として、多様な事業主体による参入が急速に進み、都民の高齢期におけるケア付き住まいの有力な選択肢の一つへと成長している。 都民にとって、有料老人ホーム選びは、物理的・経済的負担を伴う「大きな買物」であり、様々な情報を適切に活用し、安心して有料老人ホームを選択できるよう支援することが求められる。 ①都民が安心して有料老人ホームを選択できるよう支援するため、有料老人ホームに関する基礎的な知識や各種情報の活用方法、目的に合った有料老人ホーム選びのポイントなどを分かりやすく解説した小冊子「あんしん なっとく 有料老人ホームの選び方」を作成。都民情報ルーム等で無料配布し、併せてホームページ上でデータをPDFファイルで提供する。 ②東京都有料老人ホーム設置運営指導指針に基づき、重要事項説明書に東京都有料老人ホーム設置運営指導指針との適合表の添付を指導し、入居者の福祉を重視するとともに、適正な事業運営の確保を促進していく。 ③相互連携協定を締結した消費者機構日本との定期的な課題検討会等の実施により、連携を強化する。 ④各ホームの重要事項説明書を都ホームページ上で公開し、施設選びの情報源として活用してもらう。	
【 令和元年度の取組状況 】	
①都民が安心して有料老人ホームを選択できるよう支援するため、有料老人ホームに関する基礎的な知識や各種情報の活用方法、目的に合った有料老人ホーム選びのポイントなどを分かりやすく解説した小冊子「あんしん なっとく 有料老人ホームの選び方」を作成。都民情報ルーム等で無料配布し、併せてホームページ上でデータをPDFファイルで提供した。 ②東京都有料老人ホーム設置運営指導指針に基づき、重要事項説明書に東京都有料老人ホーム設置運営指導指針との適合表の添付を指導し、入居者の福祉を重視するとともに、適正な事業運営の確保を促進した。 ③各ホームの重要事項説明書を都ホームページ上で公開し、施設選びの情報源として活用してもらった。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
①「あんしん なっとく 有料老人ホームの選び方」の配布により、有料老人ホームに関する基礎的な知識を都民が理解しやすくなった。 ②重要事項説明書に東京都有料老人ホーム設置運営指導指針との適合表の添付を指導し、各ホームの重要事項説明書を都ホームページ上で公開することで、都民が施設を選択しやすくなった。	
【 令和2年度の取組予定 】	
①都民が安心して有料老人ホームを選択できるよう支援するため、有料老人ホームに関する基礎的な知識や各種情報の活用方法、目的に合った有料老人ホーム選びのポイントなどを分かりやすく解説した小冊子「あんしん なっとく 有料老人ホームの選び方」を作成。都民情報ルーム等で無料配布し、併せてホームページ上でデータをPDFファイルで提供する。 ②東京都有料老人ホーム設置運営指導指針に基づき、重要事項説明書に東京都有料老人ホーム設置運営指導指針との適合表の添付を指導し、入居者の福祉を重視するとともに、適正な事業運営の確保を促進していく。 ③各ホームの重要事項説明書を都ホームページ上で公開し、施設選びの情報源として活用してもらう。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

住宅政策本部

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【施策名】
3-2-7	高齢者向け民間賃貸住宅に関する情報提供
【 施策の概要 】	
高齢者は、民間賃貸住宅への入居に当たり、入居選別を受けやすい状況が見られることから、入居支援策を実施することにより、高齢者の居住の安定確保を図ることが必要である。このため、都は、以下の制度を活用し、高齢者等の入居を受け入れる賃貸住宅についての情報提供を行っている。 ①サービス付き高齢者向け住宅制度 法に基づき、バリアフリー構造等を有し、安否確認サービス、生活相談サービス等を提供する賃貸住宅等を登録し、その情報を広く提供するもの ②東京シニア円滑入居賃貸住宅制度 都で定める一定の基準を満たす高齢者の入居を拒まない賃貸住宅について、都が独自に、高齢者等に広く情報提供する制度	
【 令和元年度の取組状況 】	
・サービス付き高齢者向け住宅の登録 累計15,319戸（令和2年3月31日現在） ・東京都シニア円滑入居賃貸住宅の登録 累計 79,764戸（令和2年3月31日現在）	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
サービス付き高齢者向け住宅登録・閲覧制度及び東京シニア円滑入居賃貸住宅制度を通じて、高齢者等向け住宅に関する情報が充実した。	
【 令和2年度の取組予定 】	
H23.10改正法施行により高齢者円滑入居賃貸住宅制度が廃止され、新たに創設されたサービス付き高齢者向け住宅登録・閲覧制度を開始 今後も、サービス付き高齢者向け住宅登録・閲覧制度について、民間との連携により広く情報提供を行う。 なお、東京シニア円滑入居賃貸住宅情報登録・閲覧制度は、2019年度末で廃止し、高齢者を含む住宅確保要配慮者の入居を拒まない賃貸住宅の登録制度(住宅セーフティネット制度)へ一本化したため、今後は住宅セーフティネット制度について情報提供を行う。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

中央卸売市場

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【 施策名 】
3-2-8	生鮮食料品等に関する情報の提供
【 施策の概要 】	
市場の機能や役割、生鮮食料品等についての知識の普及・啓発を図るため、消費者に対し、下記により情報の提供を行う。 ①インターネットホームページ ②広報用ビデオの貸出し ③パンフレット等印刷媒体 近年、「食」に関する消費者の関心が高まっていることから、消費者が必要な情報を取得し合理的な消費行動を行うことができるよう、今後、情報発信内容の更なる充実を図っていく。特に、東日本大震災以降の「食の安全」に対する消費者の不安解消に向けて、生鮮食料品への放射能の影響に関する正確な情報の発信を引き続き行っていく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
下記のとおり各種広報媒体を活用し、生鮮食料品等に関する知識やその流通を担う市場の役割などについて、情報提供を行った。 ①築地市場の豊洲への移転に伴い、中央卸売市場のホームページにより豊洲市場の状況などに関する情報発信の充実を図った。 ②市場の役割・機能の普及・啓発を図るため、市場見学者に対する広報用ビデオの上映や都民への貸し出しを行うとともに、新たな広報用ビデオを作成した。 ③ホームページにより、毎日の生鮮食料品等の入荷量、卸売価格のほか、週間市況、月報、年報などの取引情報を公表した。 ④市場のしくみなどを解説した「市場のしおり」等を市場見学者を中心に配布した。 ⑤「東京くらしねっと」に、市場業界の協力を得て、旬の食材に関する知識、料理方法など、都民の食生活に役立つ内容を掲載した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
都民が求める情報のうち、市場が発信できる情報について、HP等への掲載内容を充実させることで迅速に提供することができた。 また、市場流通の仕組みなどについては、パンフレットや市場見学等を通じて情報を得ることによって、生鮮食料品を安全に購入することができた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
市場の機能や役割、都民が求める生鮮食料品等についての知識、食の安全・安心の確保のために中央卸売市場が取り組む対策について、引き続き各種広報媒体を活用し、普及啓発に取り組む。 ①豊洲市場の魅力発信に向けたイベントを実施するとともに、ホームページ等における情報発信の充実を図っていく。 ②市場における見学者用パンフレット等を作成し、令和元年度に制作した広報用ビデオも活用して、市場の概要や仕組みをわかりやすく説明していく。 ③ホームページにより、毎日の生鮮食料品等の入荷量、卸売価格のほか、週間市況、月報、年報などの取引情報を公表する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2)安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【 施策名 】
3-2-9	生活関連商品の価格動向に関する情報の提供
【 施策の概要 】	
毎月実施される「小売物価統計調査」の結果を活用し、ホームページ「東京くらしWEB」やツイッターで、生活に密着した食料品・日用雑貨品等の価格動向を分かりやすく情報提供する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
ホームページ「東京くらしWEB」やツイッターにより、生活関連商品等の価格動向の情報提供を行った。 ガソリン・灯油の価格については、毎週1回、ツイッターによる情報提供を行った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
都民に対し、生活関連商品等の価格動向など必要な情報提供を行った。	
【 令和2年度の取組予定 】	
ホームページ「東京くらしWEB」やツイッターにより、生活関連商品等の価格動向の情報提供を行う。 ガソリン・灯油の価格については、毎週1回、ツイッターによる情報提供を実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

環境局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2)安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【施策名】
3-2-10	建築物環境計画書制度等の活用
【 施策の概要 】	
大規模な建築物の新築・増築を行う建築主に、環境配慮の措置と評価を記載した建築物環境計画書の提出を義務付け、都がその内容を公表することで建築主の環境配慮の取組を誘導するとともに、環境に配慮した建築物が評価される市場の形成を図ることをねらいとして、平成14年6月より実施している。平成17年10月からは、評価基準を充実・強化し、大規模なマンションの販売広告にマンション環境性能表示を義務化し、マンションを購入しようとする人に対し、環境に配慮したマンションを選択しやすいような仕組みとした。 その後も、平成20年度に実施した「都民の健康と安全を確保する環境に関する条例」(環境確保条例)の改正による、対象規模の拡大、マンション環境性能表示の拡大、再生可能エネルギーの導入検討義務化、省エネルギー性能評価書制度の創設など、制度の強化を図ってきており、今後も引き続き建築主の環境配慮への取組を促していく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
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。 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。 さらに、建物の環境性能をよりわかりやすい表示にするための見直し等を含め、建築物環境計画書制度の改正に向けた検討を行い、建築物環境計画書制度と関連するマンション環境性能表示基の改正を行った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
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環境性能が表示される仕組み(マンション環境性能表示制度)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の閲覧などにより、購入検討マンション相互間の環境性能を比較検討できるようになった。	
【 令和2年度の取組予定 】	
令和2年4月から改正後の建築物環境計画書制度とマンション環境性能表示制度を施行する。建築物環境計画書と関連する各制度(エネルギー有効利用計画書制度、マンション環境性能表示制度など)と引き続き密接に連携し、着実な制度運用を行い大規模な建築物の新築・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。 また、都市開発諸制度等とも連携し、都市開発の機会を通じて、開発事業者に対し環境配慮の水準のより高い新築建築物の導入を誘導していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

産業労働局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2)安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【 施策名 】
3-2-11	環境と調和した農業の推進(安全・安心な東京農産物の提供)
【 施策の概要 】	
従来から取り組んできた、安全・安心な農産物を都民に提供するための「東京都有機農産物認証制度(平成15年に「東京都特別栽培農産物認証制度」に改称)」と環境と調和した持続性の高い農業生産方式を導入する農業者を「エコファーマー」として認定する「エコファーマー認定制度」について見直し、平成25年度から両制度を統合して「東京都エコ農産物認証制度」を創設した。 新制度は旧制度の課題を見据え、都民に分かりやすく農業者も参加しやすい制度として、環境保全型農業を推進するとともに、安全・安心な農産物を生産する都内農業者を支援する。 また、都の積極的な制度のPRと「とうきょう特産食材使用店」などへの働きかけによる販路拡大などを行っていく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
本制度では、令和元年度に都内生産者42人が生産する農産物を新たに「東京都エコ農産物」として認証した。また、88人が認証を更新した。これにより、認証農産物を栽培する生産者は502人となり、栽培面積は279ヘクタールとなった。また、新たに養液栽培を対象に加え、認証対象作物は土耕栽培が68種類、養液栽培が2種類となった。 エコ農産物の販路拡大として、「とうきょう特産食材使用店」380店舗にエコ農産物の照会を行い、認証農産物生産者と食材使用店のマッチングを進めた。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
東京都エコ農産物は、都内のJA農産物直売所や農家自宅直売所やスーパー等で販売されているが、都全体としては、流通量が少なく、未だ認知度が低い。そのため、平成28年度から平成30年度までに「消費者交流会」を4回実施し、生産現場で減農薬・化学肥料の取組の紹介、意見交換会で制度説明を行い、消費者の理解を深めた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
令和2年度は、JA等の関係機関と連携して生産者への説明会を開催し、都内におけるエコ農産物の流通量の拡大を図り、消費者へ安全安心な農産物を供給していく。 また、引き続き、各種イベントでのPR活動を通して、消費者に対して本制度の周知を図っていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

産業労働局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2)安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【 施策名 】
3-2-12	栽培漁業の育成
【 施策の概要 】	
東京都の漁業者の経営安定と資源保護、及び都民への新鮮な魚介類の安定的な供給を図るため、優良な種苗の生産・配布を行っている。 島しょにおいては主要魚種であるアワビ、サザエ等貝類の種苗を、内水面(河川・湖沼)においてはニジマス、ヤマメ等の冷水性魚類の種苗を、生産・配布している。 今後は、種苗放流の効果が更に高められるよう、漁場環境も含めた対策の実施を目指していく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
島しょ地域においては、東京都栽培漁業センターで生産した、アワビ種苗14.1万個、フクトコブシ種苗24万個サザエ種49.3万個を、大島から御蔵島までの地域に供給した。 内水面においては、奥多摩さかな養殖センターで生産した、ヤマメ稚魚等42.1万尾、同発眼卵96.7万個、ニジマス稚魚等23万尾、同発眼卵27万個、イワナ発眼卵11.5万個を都内河川漁協及び養殖業者に供給した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
種苗を供給することにより、資源を保護することができ、漁業者の経営安定と都民への安定的な供給に寄与した。	
【 令和2年度の取組予定 】	
島しょ地域においては、東京都栽培漁業センターで生産した、アワビ種苗11.6万個、フクトコブシ種苗21.5万個サザエ種苗46.3万個を、大島から御蔵島までの地域に供給する予定である。 内水面においては、奥多摩さかな養殖センターで生産した、ヤマメ稚魚等26.5万尾、同発眼卵109万個、ニジマス稚魚等25万尾、同発眼卵21万個、イワナ稚魚等1万尾、同発眼卵10.1万個を都内河川漁協及び養殖業者に供給する予定である。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

中央卸売市場

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【施策名】
3-2-13	卸売市場における食の安全・安心を確保するための施設整備の推進
【 施策の概要 】	
生鮮食料品流通においては、食の安全・安心に対する消費者の関心の高まりを受けて、品質・衛生管理の高度化への取組が進められている。 都内の中央卸売市場では、品質・衛生管理の高度化などの戦略的な機能強化の取組について、平成29年2月に策定した東京都卸売市場整備計画(第10次)において、その方向性を示している。整備計画では、品質・衛生管理の高度化について、市場ごとに検討・確立する経営戦略にその内容を位置付けた上で、戦略的に低(定)温施設の整備を推進していくこととしている。 また、東京都が整備した特定フロンを使用した冷蔵・冷凍設備について、可能な限り地球温暖化係数の低い冷媒を使用する機器を選定し、計画的な更新を進めることとしている。	
【 令和元年度の取組状況 】	
2020年で生産が禁止される規制フロンを使用した冷蔵機器から、地球温暖化係数の低い冷媒を使用した機器に更新するための工事を順次行っており、平成31年度については、世田谷市場南棟3階低温倉庫と北足立市場立体駐車場棟東側定温倉庫冷蔵設備の改修が完了した。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
卸売市場の卸売場等の施設を低温化することで、市場における生鮮食料品の品質劣化を防止する。この取組は、小売店等を通じた新鮮な生鮮食料品の消費者への供給を実現し、「食の安全・安心」の確保に寄与するものである。 本計画期間において、着実に取組を推進したことにより、卸売市場における温度管理施設の整備が拡充された。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○各市場における戦略的な低(定)温施設の整備 ・整備計画に基づき、経営戦略の検討・確立を推進し、必要に応じて低(定)温施設の整備を実施 ○2020年で生産が禁止される特定フロンを使用した冷蔵機器の更新 ・豊島市場低温倉庫等改修工事 ・板橋市場第二低温倉庫低温設備更新工事及び花き棟南側定温設備更新工事 ・北足立市場立体駐車場棟西側定温倉庫冷蔵設備更新等工事 ・葛西市場花き棟第1定温倉庫(南側)冷凍機等更新工事	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

中央卸売市場

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【 施策名 】
3-2-14	卸売市場における「安全・品質管理者(SQM)」を活用した食の安全・安心を守るための取組の促進
【 施策の概要 】	
市場を流通する生鮮食料品等の安全性を確保するため、平成15年度に東京都と市場関係者が連携し、各中央卸売市場に安全・品質管理者[SQM(セイフティ&クオリティー・マネージャー)]を設置した。 SQMは食品危害発生時の連絡調整や市場業者による自主的な品質・衛生管理水準向上活動の推進者として活動している。今後もSQMの活動を促進することにより、市場で取り扱われる生鮮食料品等の安全性の確保と衛生水準の向上を図っていく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
○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に研修会を実施した。(元年度実績:1回、過去5年間の実績:8回) ○食品危害(自主回収等)に関する情報を安全・品質管理者経由で市場内業者に周知した。また、放射性物質検査により基準値を超える放射性物質が検出された食品の出荷制限・自粛等の情報の周知を迅速に行い、安全な食品が流通するよう努めた。(元年度実績:27回、過去5年間の実績:291回) ○卸売業者、仲卸業者に対し、マニュアルに基づく品質管理を推進するため、マニュアル作成説明会を実施した。(元年度実績:21回、過去5年間の実績:31回) ○品質管理マニュアルを作成済みの卸売業者についてマニュアルに基づく管理が適正に行われているか検証を行った。(元年度実績:1社、過去5年間の実績:計31社)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○食品流通の拠点である中央卸売市場において不良食品を排除することにより、消費者に対して不良食品が流通されるのを防止した。 ○様々な食品が集積される市場において、営業者による自主管理を推進することにより、品質のよい食品を消費者に届けることができる。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○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に研修会を実施する。 ○食品危害(自主回収等)に関する情報を安全・品質管理者経由で市場内業者に周知し、必要に応じ回収状況等の調査を行う。また、基準値を超える放射性物質が検出された食品の出荷制限、自粛及びそれらの解除など、情報の周知を迅速に行い、安全な食品が流通するよう努める。 ○仲卸業者に対し、マニュアルに基づく品質管理を推進するため、マニュアル作成支援講習会を実施する。 ○品質管理マニュアルを作成済みの卸売業者についてマニュアルに基づく管理が適正に行われているか検証を行う。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

住宅政策本部

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2)安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【施策名】
3-2-15	マンションの管理や再生に係る情報提供・相談支援
【 施策の概要 】	
都内の分譲マンション戸数は、総世帯数の約4分の1に相当するなど、マンションは都民の主要な居住形態として広く普及している。マンションの管理や再生は、区分所有者等で構成される管理組合が自らの責任で行うことが基本であるが、専門的な知識やノウハウの不足、居住者の高齢化や賃貸化の進行等により、区分所有者等だけでは、適正な管理や円滑な再生を行うことが難しい面がある。そのため、マンションの適正な管理や円滑な再生を促進するため、管理組合や区分所有者等の自主的な取組を支援している。 ①管理組合等へのマンションの適正な管理や再生等に係る情報提供 マンションポータルサイトの運営やセミナーの開催、維持管理促進キャンペーンの実施、ガイドブックの作成などにより、情報提供を行っている。 ②専門家の派遣によるアドバイス・情報提供 管理組合や区分所有者等にアドバイスや情報提供を行う「管理アドバイザー制度」、「建替え・改修アドバイザー制度」により、管理組合等の自主的な取組を支援している。 ③相談窓口の設置等 マンションの管理や再生に関する区市町村や関係団体の相談窓口を紹介するとともに、各区市町村の相談窓口で受け付けた相談のうち、専門家による対応が必要とされるものについては、都において建築士や弁護士による専門相談を実施している。	
【 令和元年度の取組状況 】	
1 管理組合等へのマンションの適正な維持管理や建替等に係る情報提供 ①セミナーの開催等 ・維持管理促進キャンペーン(年1回) ・耐震セミナー(年2回)、管理・再生セミナー(年1回) ②マンションポータルサイトの運営 ③管理適正化指針の策定、ガイドブックの 改定・増版 ・東京におけるマンションの管理の適正化に関する指針(東京都告示) - 管理組合等が自ら管理を行うに当たって取り組むべき事項を示したもの ・マンション管理ガイドブック (有償(652円＋税)で頒布、マンションポータルサイトに掲載) ・マンション再生ガイドブック ・安心して既存住宅を売買するためのガイドブック (有償(592円＋税)で頒布、マンションポータルサイトに掲載) 2 専門家の派遣によるアドバイス・情報提供 ①アドバイザー制度 実施機関:(公財)東京都防災・建築まちづくりセンター ・マンション管理アドバイザー制度(派遣件数:34件) ・マンション建替え・改修アドバイザー制度(派遣件数:20件) ②相談窓口の設置 ・区市において、分譲マンションに係る相談実施 ・専門相談の実施(31件) ・分譲マンション総合相談窓口((公財)東京都防災・建築まちづくりセンター) 3 東京におけるマンションの適正な管理の促進に関する条例に基づく届出制度の周知、広報 広報東京都(令和元年5月・令和2年3月)や「動画で解説する都政」などの媒体を活用するとともに、区市町村と連携し、区市報に掲載。また、届出対象マンションに対する「マンション管理のポイント」、「届出制度の案内」等の資料送付による制度周知を実施	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○ 管理組合等向け情報提供の充実を図るとともに、マンション居住者等のトラブル等解決のための支援を行った。 ○ 令和2年4月から開始の管理状況届出制度の周知を積極的に行った。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○ 引き続き、管理組合等の適正なマンションの管理や円滑な再生に向けて、普及啓発や情報提供、専門家派遣や相談事業を実施し、管理組合等の自主的な取組を支援していく。 ○ 条例や管理状況届出制度に関する周知・広報活動について、引き続き区市町村や関係団体と連携し、様々な媒体を通じて実施する。 ○ 適正管理の促進に向けて、令和元年度に策定したマンションの管理の適正化に関する指針やマンション管理ガイドブックを活用し、管理組合等に対する普及啓発を図っていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

住宅政策本部

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推	
【 番号 】	【 施策名 】
3-2-16	安心して住宅リフォームができる環境整備
【 施策の概要 】	
リフォームの市場環境が十分に整備されていないことや、契約内容が曖昧なこと等により、住宅リフォームに関するトラブルが発生していることから、消費者が安心して住宅リフォームができる環境を整備していくことが必要である。このため、都は、平成17年7月より、(公財)東京都防災・建築まちづくりセンターと連携し、センターが運営する「東京都住宅リフォーム推進協議会」内に、消費者向けの住宅リフォームに関する相談窓口を設置している。 また、リフォーム事業者が守ることが望ましい行動基準である「住宅リフォーム事業者行動基準(リフォーム10)」、及び消費者向けの手引きとして「住宅リフォームガイド」を策定し、住宅リフォームについて普及啓発を図っている。さらに、区市町村とも連携を図り、窓口担当者向けの講習会を開催している。今後とも、安心して住宅リフォームができる環境整備に努めていく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
○ 相談窓口において、戸建住宅のリフォームに関する専門家による相談会を実施(毎月2回開催・年24回)。 ○ 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。 ○ 区市町村と連携を図り、窓口担当者向けの講習会を開催。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○ リフォームに関する相談窓口の実施やリフォーム10、リフォームガイドの普及を通じて、住宅リフォームに関する情報提供の充実を図った。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○ リフォームに関する相談について、リフォーム相談窓口(東京都防災・建築まちづくりセンター)において技術的な助言を行う。 ○ 消費者が安心して住宅リフォームが実施できる環境づくりのため、「住宅リフォームガイド」を活用し、適切な情報提供を行うとともに、事業者等に対し、「住宅リフォーム事業者行動基準(リフォーム10)」の普及・啓発を図る。 ○ 区市町村の窓口担当者を対象とした講習会により、相談対応や情報提供を行う。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

都市整備局
住宅政策本部

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推	
【 番号 】	【 施策名 】
3-2-17	住宅の耐震性の向上
【 施策の概要 】	
東京都耐震改修促進計画に基づき、耐震化費用の助成等の財政的支援、DVDの活用など広報活動や普及啓発により建物所有者が耐震化に取り組みやすい環境を整え、旧耐震基準で建てられた住宅の耐震化を推進する。 ①住宅の耐震化 ・区市町村と連携して耐震診断・耐震改修助成を実施 ・区市町村の助成制度についてホームページ等で紹介 ・「安価で信頼できる木造住宅の耐震改修工法・装置」を公募・選定し、パンフレットや展示会等で広く紹介 ・一定水準以上の技術者がいる設計事務所に登録、ホームページや区市町村の窓口で紹介 ・耐震化アドバイザーを派遣 ②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 ・マンションの耐震化に関する基礎的な情報をとりまとめたパンフレットを配布 ③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 (耐震フォーラム・改修工法の展示会・マンション耐震セミナー及び改修事例の現場見学会など) ・耐震化に関する様々な情報を、耐震ポータルサイト及びマンションポータルサイトにより情報提供	
【 令和元年度の取組状況 】	
①住宅の耐震化 ・木造住宅密集地域を対象に、区と連携して耐震診断・耐震改修助成を実施、区市町村の助成制度についてホームページ等で紹介、アドバイザーを派遣 ・都内全域において、所有者への積極的な働きかけ等を行う区市町村を対象に、戸建住宅等の耐震診断・耐震改修等を助成 ・区市町村の助成制度を今年度版に更新し、ホームページ等で紹介 ・「安価で信頼できる木造住宅の耐震改修工法・装置」をパンフレットや展示会等で広く紹介 ・一定水準以上の技術者がいる設計事務所に登録、ホームページや区市町村の窓口で紹介 ②マンションの耐震化 ・「東京都マンション耐震化促進事業」の活用により、区市を通じて耐震診断等に係る費用を助成 ・「マンションの耐震化のすすめ」等のパンフレットを配布 ③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 令和元年9月1日(防災の日)～令和2年1月17日(阪神淡路大震災発生日) 耐震フォーラム(10月25日) 建物の耐震改修工法等の展示会(9月28日～30日、11月3日～5日) 耐震改修検討中の管理組合のための成功事例マッチング企画(11月15日、11月22日、11月29日、12月6日) マンション耐震セミナー(9月21日、1月11日) ・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。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
①住宅の耐震化 上記の施策により、所有者は様々な改修工法やかかる費用等の知識を得ることができた。 また、耐震診断を行う建築士の紹介や助成制度、アドバイザー派遣などにより、所有者の耐震診断や耐震改修等の実施を後押ししてきた。 ②マンションの耐震化 旧耐震基準の分譲マンションにおける耐震化の必要性や耐震改修等の進め方について広く周知し、耐震診断等の耐震化に向けた具体的な取組につながられた。 ③普及啓発等 耐震化総合相談窓口において所有者の抱える課題に個別に対応してきた。 また、ホームページを適宜更新し、所有者が最新の情報を得られるようにしてきた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
上記の取組を継続実施予定	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

住宅政策本部

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【 施策名 】
3-2-18	消費者が安心して売買できる既存住宅市場環境の整備
【 施策の概要 】	
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一知って役立つ3つのオススメ」を、不動産流通等関係事業者と連携して作成し、普及に取り組んできた。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。	
【 令和元年度の取組状況 】	
平成29年度末に策定した「既存住宅の流通促進に向けた指針」を踏まえ、平成30年6月、既存住宅の売買に当たり、不動産・建設・建築士など関係する事業者が連携して、消費者に適切な情報提供や相談対応等を行う「既存住宅流通促進事業者グループ登録制度」を創設し、併せて、建物状況調査や既存住宅の普及活動等への「補助制度」を開始した。制度創設から令和元年度にかけて、制度の普及に取り組んできた結果、令和元年度末現在で、6事業者グループを登録し、34か所のワンストップ対応窓口が設置されている。また、平成29年度末に作成したガイドブック「既存戸建住宅購入ガイド」等の活用により、消費者等への普及啓発を行った。さらに、令和元年度は、リフォームした住宅のモデルハウスを活用し、その魅力や性能向上リフォームの効果等を発信する東京リフォームモデルハウス事業を、新たに開始した。 これらの取組により、消費者が既存住宅を安心して売買できる市場環境の整備を進めた。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
事業者グループの登録の取組開始により、都内各地の身近な場所に、既存住宅の売買に係るワンストップ対応窓口が一定数設置され、消費者が既存住宅を安心して円滑に売買できる環境整備が進められた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
引き続き、事業者グループの登録促進や、建物状況調査等への補助により、消費者が既存住宅を安心して売買できるよう環境整備を図る。また、消費者への事業者グループ登録制度の周知を進めるほか、事業者グループの取組紹介等により、広く既存住宅の普及啓発を行う。 さらに、リフォームした住宅のモデルハウスを活用し、その魅力や性能向上リフォームの効果等を発信する事業を開始し、既存住宅の流通やリフォームの促進を図る。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

住宅政策本部

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2)安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【 施策名 】
3-2-19	住宅確保要配慮者向け民間賃貸住宅に関する登録制度
【 施策の概要 】	
低額所得者、高齢者、障害者、子育て世帯等、住宅確保に配慮が必要な方々(以下「住宅確保要配慮者」という。)は、民間賃貸住宅市場において、入居を拒まれやすいといった状況が見られるが、入居支援策を実施することにより、居住の安定確保を図ることが必要である。そのため、改正住宅セーフティネット法の施行に合わせて実施した住宅確保要配慮者の入居を拒まない住宅の登録制度を適切に運用していく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
区市町村や不動産関係団体等を通じて、住宅確保要配慮者の入居を拒まない住宅の登録制度の普及啓発を図るとともに、指定登録機関と密接に連携し、制度を適切に運用した。 区市町村の意向を踏まえながら、住宅確保要配慮者専用住宅の改修や家賃・家賃債務保証料に係る貸主等への補助について、予算措置を講じた。 また、住宅確保要配慮者の入居に伴う貸主等の不安を軽減するため、少額短期保険に係る保険料への補助や、見守りサービスを提供する居住支援法人を支援するモデル事業を実施するとともに、セーフティネット住宅に「東京ささエール住宅」といった愛称をつけるなど、制度の一層の普及促進を図る取組を進めた。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
・住宅確保要配慮者円滑入居賃貸住宅(東京ささエール住宅)の登録 2,240戸 (令和元年度末現在) ・居住支援法人の指定 28法人 (同)	
【 令和2年度の取組予定 】	
不動産事業者から貸主への働きかけにより、空き家等が専用住宅に新たに登録された場合に、当該貸主及び事業者それぞれ1戸当たり5万円の報奨金を交付する制度及び東京ささエール住宅に設置する見守り機器の購入費及び取付費の1/2を貸主に対して補助する制度を開始する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

生活文化局

政策3 消費生活の安全安心の確保	
(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【 施策名 】
3-2-20	公衆浴場対策の推進
【 施策の概要 】	
都民の日常生活における健康維持や衛生水準を確保する上で必要な公衆浴場は、入浴者数の減少や後継者不足等による転廃業により減少を続けている。都民の入浴機会の確保と経営の安定化を図るため、各種助成策を実施するとともに、適正な入浴料金の指定を行っている。平成20年度からは、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している。平成25年度からは、太陽光発電やコージェネレーション設備の設置等の創エネ化推進事業を新たに加え、公衆浴場経営の安定化を図るとともに、地域貢献度の高い施設への転換を図っていく。 さらに平成29年度からは、LED照明設備設置工事について工事費用の高騰に対応し補助限度額を2倍にし、実際の工事に対応できるようにしている。	
【 令和元年度の取組状況 】	
公衆浴場対策協議会を運営し、令和元年東京都公衆浴場入浴料金統制額の指定を行うとともに、各種助成策を適正・的確に実施した。また、29年度に設置した公衆浴場活性化検討会から提案された活性化策を、公衆浴場活性化支援実証事業として実施するとともに、浴場業界における取組を支援した。 ○令和元年公衆浴場入浴料金統制額は改定（大人 470円、中人 180円、小人 80円） ○主な助成事業 ・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→39件 ・公衆浴場耐震化促進支援事業→38件 ・公衆浴場地域交流拠点事業→20件 ○公衆浴場活性化支援実証事業 ・公衆浴場への専門家派遣、連続セミナー、交流会等を実施	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
公衆浴場の利用促進及び入浴料金の統制額を定めることで、都民の公衆衛生の確保と健康維持に寄与している。また、高齢社会に対応した健康増進型公衆浴場としての施設改善、使用燃料の都市ガスへの転換による二酸化炭素や窒素酸化物等の排出削減、浴場施設の耐震化による利用者の安全・安心を確保している。さらに、公衆浴場の活性化に向けた支援による、SNSでの情報発信や浴場内の看板設置等、浴場の存在を周知することで、利用者の利便性に役立っている。	
【 令和2年度の取組予定 】	
公衆浴場対策協議会を運営し、令和2年公衆浴場入浴料金統制額の指定を行うとともに、各種助成策を適正・的確に実施する。また、引き続き、公衆浴場活性化支援実証事業を実施するとともに、浴場業界における取組を支援する。 令和2年度の主な助成事業 ・健康増進型公衆浴場改築支援事業 ・公衆浴場クリーンエネルギー化等推進事業 ・公衆浴場耐震化促進支援事業 ・公衆浴場地域交流拠点事業	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2)安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【 番号 】	【施策名】
3-2-21	生活協同組合の育成のための指導・支援
【 施策の概要 】	
生活協同組合は、国民生活の安定と生活文化の向上を期することを目的として、昭和23年に制定された消費生活協同組合法に基づき設立される消費者の自主的な非営利の組織体である。 都は、生活協同組合の健全な発展を図るため、消費生活協同組合法に基づく許認可、検査、指導等を行っている。また、東京都生活協同組合連合会に対する事業補助を行うことで、消費者の自主的、組織的な活動主体として、社会的にも重要な役割を担っている生活協同組合の育成を図っていく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
①生協の健全な発展のため、法に基づく指導・法令検査を19件実施。 課題を有している生協については、当該生協の方向性を見定めて法令に則った指導を行った。 ②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。 ・管理運営に関する指導助言(105件)、管理運営状況等調査(26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)	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
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、都内で活動する生活協同組合の運営状況及び会計状況を広く把握し、指導することにより、組合員である都民の利益を守ることにつながた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
①生協の健全な発展のため、法に基づく許認可、指導・法令検査等を行う。課題を有している生協については、当該生協の方向性を見定めて、法令に則った指導を行う。 ②東京都生活協同組合連合会が実施する事業(生協に対する管理運営に関する指導助言、管理運営状況等調査及び業務運営・経営健全化指導並びに講習会・研修会)に対し補助を行うことで、都所管生協の支援を行う。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

産業労働局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(2) 安心して商品・サービスを選択できる取組の推進	
【番号】	【施策名】
3-2-22	身近な生活圏を支える商店街の振興
【施策の概要】	
都民の消費生活を支えるとともに、地域コミュニティの維持発展に大きな役割を果たしている商店街の振興に向け幅広い支援を展開している。 商店街の意欲的な取組(イベント事業、ホームページ作成事業、ポイントカード導入事業、施設整備事業等)に対して支援を行うとともに、商店街の次代を担う人材育成への支援を実施しているが、集客力の低下、空き店舗の増加、後継者不足など商店街を取り巻く環境は依然として厳しい。今後も、魅力ある商店街づくりに向けて、将来を見据えた戦略的な取組にチャレンジする商店街に対して支援を行う「商店街チャレンジ戦略支援事業」等の商店街振興策を積極的に展開し、身近な生活圏を支える商店街の活性化を図っていく。	
【令和元年度の取組状況】	
・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、空き店舗の活用や商店街の活性化につながった。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
・商店街におけるイベント等への支援や次代を担う若手商人の育成、開業の促進、空き店舗活用への支援等を行うことで、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がった。	
【令和2年度の取組予定】	
「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。 ①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。 ②商店街の次代を担う人材育成のため、実践的な講座の開催や専門家の派遣などにより必要なアドバイスやノウハウを提供することで、商店街の意欲的な取組を支援していく。 ③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。 ④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、空き店舗の活用や商店街の活性化に繋げていく。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

総務局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(3)災害時における消費生活の安心の確保	
【 番号 】	【 施策名 】
3-3-1	震災時等における応急生活物資等の流通確保
【 施策の概要 】	
都は、日本TCGF(平成25年)、株式会社セブン&アイホールディングス(平成27年)、NPO法人コメリ災害対策センター(平成29年)と「災害時における物資の調達支援協力に関する協定」を締結した。この協定に基づき、地震等による大規模な災害発生時には、協定事業者に対し、物資の調達支援を要請する。 また、災害時の円滑な対応に向け、応急生活物資の手配から供給までを行う実効性のある訓練の実施やマニュアルの見直しなどに取り組んでいく。 (参考) 日本TCGF:製造・配送・販売事業者が参画する全国に流通ネットワークを有する企業グループ	
【 令和元年度の取組状況 】	
協定事業者と連携した物資搬送訓練、物資要請訓練の実施 (物資搬送訓練:8月、物資要請訓練:8月、1月)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
災害時において、避難所生活者へ供給する食料や生活必需品等の調達・輸送体制の強化に努めた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○協定事業者と連携した物資搬送訓練及び物資要請訓練実施	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(3)災害時における消費生活の安心の確保	
【 番号 】	【 施策名 】
3-3-2	震災時等における応急生活物資等の流通確保
【 施策の概要 】	
東京都生活協同組合連合会と都は、平成8年に「災害時における応急生活物資供給等に関する基本協定」を締結した。この基本協定に基づき、災害時における応急生活物資の調達と安定供給、医療・保健活動、ボランティア活動、生活情報の収集・提供等の救援活動を円滑に行うための体制を整備している。 このうち、応急生活物資である食糧・生活必需品の供給は、福祉保健局の依頼により、生活文化局が東京都生活協同組合連合会に必要な物資の調達要請等を行うことになっている。災害時の円滑な対応に向け、「東京都地域防災計画」等と連動した応急生活物資の手配から供給までを行う実効性のある訓練やマニュアルの見直しなどに取り組んでいく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
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 ①東京都地域防災計画等に連動したマニュアル等の見直し 協定の実効性を一層高めるために、総合防災部を中心として、関係各局及び関係団体のマニュアル等の見直しに向けて検討 ②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 生協関係者及び関係各局において、情報交換及び具体的な課題についての意見交換を実施 ③令和元年度総合防災訓練及び図上訓練における取組み 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。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
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、総合防災訓練に際して、パネル展示等の生協関係者の普及活動により震災発生時の被災者支援の取組をアピールすることで、災害時に都民生活を支える体制への理解を深めた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
①基本協定の実効性を一層高めるために、東京都地域防災計画等に連動したマニュアル等について、関係各局の関連施策との調整を行い、必要に応じ双方のマニュアル等の見直しを行う。 ②災害時における応急生活物資供給等に関する連絡会議等の開催により、生協関係者と、東京都地域防災計画等に沿って具体的な課題を抽出し、関係各局防災部署と基本協定全般に係る調整・意見交換を行う。 ③総合防災訓練における取組として、応急生活物資の要請に係るMCA無線訓練やメール訓練を行い、輸送拠点への要請物資引渡しの確認を行う。また、庁内における図上訓練に参加する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

中央卸売市場

政策3 消費生活の安全・安心の確保	
(3)災害時における消費生活の安心の確保	
【 番号 】	【施策名】
3-3-3	震災時における生鮮食料品等の確保
【 施策の概要 】	
震災時における必要な生鮮食料品を確保するため、都が卸売業者等から入荷物品及び在庫品のうち必要な量の物品を買い上げるほか、他府県市にも応援要請を行うこととしている。これを円滑に推進するため、都は市場内卸売業者等との間で「大規模災害時における生鮮食料品の調達に関する協定」を締結し、協力体制を整備してきた。また、都中央卸売市場と全国の中央卸売市場との間において、平成20年9月に「災害時相互応援に関する協定」を締結して、各都市間の応援体制を構築している。	
【 令和元年度の取組状況 】	
「大規模災害時における生鮮食料品の調達に関する協定」及び「災害時相互応援に関する協定」について、協定締結先と意見交換し、内容の確認等を行うことで、協定運用の実効性確保及び災害発生時の各都市との連携の円滑化を図った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
各都市間の連携を強化することにより、有事の際に各都市間で必要となる情報の伝達が正確かつ迅速に行えるようになる。また、協定運用の実効性を確保することで、適宜適切な応援体制の構築が可能となり、災害発生時における生鮮食料品の確保に寄与する。	
【 令和2年度の取組予定 】	
協定締結先と継続的に打合せ等を行い、協定運用の実効性をより高いものへ改善していくとともに、大規模災害発生時においても業務の継続性を確保するための体制について検討していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-1	消費者教育推進協議会の運営
【施策の概要】	
消費者団体、事業者団体、教育関係者など、消費者教育に関係する構成員で組織する消費者教育推進協議会を、消費者教育推進法に基づき設置し、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して、情報交換及び調整を行う。 また、構成員間の意見交換等を通じて、消費者教育に関する情報収集を行う。	
【令和元年度の取組状況】令和元年12月末現在	
・都における消費者教育を総合的、効果的に推進していくため、令和2年2月19日に東京都消費者教育推進協議会を開催し、東京都消費生活基本計画のうち、消費者教育の推進に係る令和元年度の取組実績及び令和2年度の取組予定について報告し、意見交換を行った。また、構成員間の意見交換等を通じて、消費者教育に関する情報収集を行った。 ・令和2年度から消費生活部門と学校教育部門が定期的に情報共有や意見交換を行う消費者教育推進庁内連絡会議を設置するため、準備会議を8月と令和2年2月の2回開催した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
・東京都消費生活基本計画に基づく消費者教育の推進については、毎年度、協議会に事業実績を報告することとしており、取組が効果的に実施されているかといった評価の視点を含め、協議会での意見を次年度以降の施策・事業の実施につなげている。また、各構成員や所属団体の消費者教育に関する取組状況を相互に共有し、都内における消費者教育推進の機運醸成を図っている。 ・消費者教育推進庁内連絡会議設置に向けた準備会議を開催することにより、成年年齢引下げを見据えた消費者教育の充実に向けて、消費生活部門と学校教育部門の連携を促進することができた。	
【令和2年度の取組予定】	
・都における消費者教育を総合的、効果的に推進していくため、協議会を開催し、意見交換等を行う。また、構成員間の意見交換等を通じて、消費者教育に関する情報収集を行う。 ・消費生活部門と学校教育部門が連携し、消費者教育の充実を図るため、消費者教育推進庁内連絡会議を設置する(4月)。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-2	ライフステージに応じた消費生活情報の提供
【施策の概要】	
消費生活に関わる様々な話題について情報を提供し、都民の消費者意識の高揚と主体的・合理的な消費行動の促進を図るため、消費者問題等の幅広い情報を提供する。 情報提供に当たっては、世代により情報収集する媒体が異なることを踏まえ、高齢者に対しては「東京くらしねっと」等の紙媒体を中心に情報発信を行い、若者に対してはTwitterやFacebook等の電子媒体を中心に情報発信を行うなど、より効果的な情報提供を実施する。	
【令和元年度の取組状況】	
○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 80,000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した。 ・学識経験者、消費者団体、読者から公募して採用した読者委員の外部委員とともに「編集企画会議」を開催のうえ、紙面内容を検討して作成した。 ・音声読み上げに対応したWEB版を作成し、東京くらしWEBに掲載した。 ・東京くらしねっとCD版を発行し、視覚障害者に無料で配布した。(年6回) ○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 ちょっとお耳に入れたい話」を掲載するとともに、スマートフォンから情報を収集する若者に向けて、インターネット広告等を実施した。 ○消費生活に関連した情報(悪質商法の手口、相談窓口の紹介、消費者市民社会等)を幅広く掲載したノートを120,000部作成し、都内の高校2年生を対象に配布した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
・高齢者に向けては、東京くらしねっとを中心に情報提供を行った。「今月の話題」で時期に応じたタイムリーな話題、「消費者相談窓口から」で相談事例に基づく消費者被害の解説及び情報提供、「安全シグナル」で製品等の危害・危険情報を提供し注意喚起を行うほか、講座等のお知らせなど消費者に有益な情報を届けた。 ・若者への情報提供については、スマートフォンから閲覧しやすい記事づくりを心掛け、若者の情報収集行動にあわせた情報提供を行った。	
【令和2年度の取組予定】	
○消費生活情報紙「東京くらしねっと」を主に高齢者(成人一般を含む)を対象として発行する。 ・学識経験者、消費者団体、公募して採用した読者委員の外部委員とともに「編集企画会議」を開催のうえ、掲載記事テーマを検討して作成 ・音声の読み上げに対応した東京くらしねっとWEB版を作成し、東京くらしWEBに掲載する。 ・視覚障害者向けとして、東京くらしねっとCD版を年6回発行する。 ○主に若者(成人一般を含む)に向けた情報提供のため、東京くらしWEBに消費生活に関連した情報を掲載し、SNS等を活用した情報発信を実施する。 ○高校2年生を対象として、成人になる前に押さえておきたい消費生活の知識や消費生活トラブルの相談機関を紹介した消費者教育・啓発ノートを配布する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

教育庁

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-3	高等学校における消費者教育の推進
【施策の概要】	
東京都内における29歳までの若者の相談件数は、相談件数全体の約1割程度で推移し、中でも、キャッチセールス、アポイントメントセールスに関する相談件数は、20代が常に高い割合を占めている。また、20代までの若者の多重債務に関する相談が700件前後寄せられている。とりわけ、社会経験の乏しい若者を狙った悪質商法や、多額の負債を抱えて困難に直面する多重債務が深刻な社会問題となっている。高校生は、卒業後間もなく成人し、様々な契約の主体となる。それを踏まえ、高校生の段階から計画的に実践的な消費者教育を推進することにより、消費生活に関して、自ら進んで必要な知識を習得し、必要な情報を収集する等、自主的かつ合理的に行動できる消費者を育成していく必要がある。そのため、家庭科・公民科など教科における消費者教育の充実を図り、教科における学習内容を踏まえた教育活動全体における消費者教育を推進していく。	
【令和元年度の取組状況】	
都立高校3校を消費者教育推進校として指定し、消費者庁作成の教材「社会への扉」を活用した消費者教育の取組等を進め、モデル授業を公開した。また、各教科の授業や特別活動等で活用する生徒用リーフレットを作成した。 校長連絡会、副校長連絡会において、東京都消費生活総合センターの「教員のための消費者教育講座」、生活文化局の「消費生活に関するメールマガジン」等について情報提供を行うなどして、学校における消費者被害未然防止に向けた実践的な消費者教育を推進するよう促した。また、生活文化局等と連携し、若年者の契約トラブルに関するDVD教材を開発した。東京都消費生活総合センターの教材について、教員へ周知した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
消費者教育推進校による「社会への扉」を活用したモデル授業の公開や各種連絡会での周知によって、消費者教育の必要性が広く認知されるとともに、各校の消費者教育の推進に向け、公民や家庭科にとどまらず、教科横断的な取組について、教員の理解を深めることができた。 東京都消費生活総合センターが実施する事業や、最新の情報を各学校に提供することで、より実践的な授業の展開への一助となった。 消費者庁作成の教材「社会への扉」や生徒用リーフレットの活用を通して、指定校の生徒自身に消費者としての自覚を促すことができた。	
【令和2年度の取組予定】	
令和2年度には、全ての都立高校等の教員を対象として、消費者教育推進校の取組を周知する成果報告会及びリーフレット説明会を開催するとともに、全ての都立高校等で消費者庁作成の教材「社会への扉」を活用した取組を実施するなどして、消費者教育を推進する。また、令和元年度に都教委が作成した生徒用リーフレットを活用し、生徒自身の消費者としての自覚を促す。 引き続き、生活文化局等との連携の下、校長連絡会、副校長連絡会等において東京都消費生活総合センター主催の「教員のための消費者教育講座」や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、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。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

教育庁

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-4	小・中学校における消費者教育の推進
【施策の概要】	
現在、小・中学校においては、児童・生徒が消費者としての当事者意識をもてるよう計画的に指導を行うことが重要となっている。そのため、区市町村教育委員会を対象とした消費者教育推進委員会を、義務教育指導課事業説明会として年間3回開催する。この推進委員会において、東京都教育委員会の消費者教育に関わる事業の情報提供や、東京都消費生活総合センター等関係機関との情報交換などを行い、「契約」等消費者としての基礎的知識を習得させることを通して、小・中学校における消費者教育を推進する。	
【令和元年度の取組状況】	
・小・中学校における消費者教育の充実に向けて、東京都が実施している消費者教育に関わる主な事業や区市町村教育委員会の取組について、年3回(4月・7月・11月)情報提供を行った。 ○ 東京都消費生活総合センターが実施している児童・生徒・教員を対象とした消費者教育に関わる事業についての情報提供 ・ 各種印刷物について ・ Web版読本について ・ 教員向け講座 ○ 東京都教育委員会の消費者教育に関わる主な事業についての情報提供 ・ 啓発資料「くらしと環境 学習Web」の活用について ○ 区市町村教育委員会の取組についての情報提供 ○ 消費者教育を中心とした「法」に関する教育を推進する「『法』に関する教育推進校」を設置 ・ 指導内容及び指導方法等の研究・開発	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
区市町村教育委員会を対象に、東京都教育委員会や東京都消費生活総合センターが行っている事業について周知するとともに、区市町村教育委員会の取組を共有したことで、小・中学校における消費者教育の取組の促進につながった。	
【令和2年度の取組予定】	
・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開催についての周知を行う。 ・消費者教育を中心とした「法」に関する教育を推進するため、「『法』に関する教育推進校」を設置し、指導内容及び指導方法等についての研究・開発を行い、研究発表会を開催する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-5	消費者教育に携わる教員への支援
【施策の概要】	
消費者市民を育成するためには、小学校・中学校・高等学校における、学習指導要領に沿った児童生徒の発達段階に応じた消費者教育が重要であり、東京都教育庁等と連携しながら、実際に消費者教育に関する授業を実施する教員を支援する必要がある。 そのため、学校における消費者教育に必要な知識を提供するため、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターにおいて「消費者問題教員講座」を実施する。また、消費生活上の新たな課題や消費者教育に関する実践的な情報を提供するため、教員向け消費者教育情報提供誌「わたしは消費者」を発行し教育機関に配布するとともに、「東京くらしWEB」にWEB版を掲載し、広く、情報提供を図る。	
【令和元年度の取組状況】	
○教員講座(講義12回×2、実験実習3回×2、見学講座1回) ・消費者問題のほか、関連分野も含めた幅広いテーマを設定し、ワークショップや最近の消費者問題の事例など、授業に役立つ具体的な手法や内容を取り入れて実施した。 ・教育庁の協力を得て、校長会や区市町村指導主事連絡会等で教員講座の案内をするとともに、東京都教職員研修センターのホームページに講座開催のお知らせを掲載し、周知を図った。 ・成年年齢引下げをテーマにした講座を4回(うち、2回は授業の実践事例をもとにワークショップを行う「拡大講座」)実施した。 ・私立学校関係団体に協力いただき、理事会で教員講座の周知を図った。 ○「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:製品事故について考える～消費者としての立場から～、9月:食品ロスの現状と削減に向けた取組、12月:最近のシックハウス症候群の問題、3月:著作権法改正～教育現場における著作物利用を中心に～)及び教材の紹介等の情報を提供した。 ○メールマガジンを都立高校・特別支援学校等の全教員(1月から)及び希望する私立高校(2月から)に向けて配信し、成年年齢引下げを見据えた学生向け注意喚起情報の提供を行った。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○教員講座については、全講座を通じて概ね満足度が高く、アンケートでは「成年年齢引下げの経緯や現状を詳しく教えていただき、消費者教育の必要性や今後の方針について理解できました。」「グループワークをすることによって内容の理解が深まりました。」「一人一人の行動が地域、国、世界を変えていくことに繋がると感じました。」などの声が寄せられ、教員が授業等で消費者教育に取り組むための支援ができた。 ○わたしは消費者については、消費生活に関する課題や教材・出前講座の活用事例を掲載し、学校での消費者教育に役立つ情報を提供した。	
【令和2年度の取組予定】	
○夏休み期間中に消費者問題教員講座を実施する。実施に当たっては、最新の情報を取り入れながら、授業での活用を意識した講座を実施する。 ○「わたしは消費者」を年4回発行する。発行に当たっては、消費生活に関する法律や制度改正に関する動向も見据えながら、学校における消費者教育に役立つテーマ・内容を取り上げて教員を支援する。 ○「東京都版消費者教育コーディネーター」を消費生活総合センターに配置(4月)し、学校現場と連携することにより、さらなる消費者教育の推進を図る。 ○高校向けメールマガジンの配信を月1回程度実施するとともに、私立学校に対しては、私立学校所管部署や消費生活センターと連携して配信先拡大を図る。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-6	学生・生徒向けの消費生活講座
【施策の概要】	
社会経験が浅く、契約に対する知識や経験も少ない若者は、マルチ商法など、悪質事業者のターゲットになりやすい傾向にある。また、現在国において議論されている成年年齢を18歳に引き下げる改正民法が施行された場合、現行法では未成年者取消権を主張できた18歳、19歳の若者が保護されない可能性もある。こうした若者の被害を未然に防止するためには、特に、社会に出る前の学生・生徒に対する消費者教育が重要である。 このため、大学を含む都内の学校に向け、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を講師として派遣する出前講座や社会人ボランティア等を活用した出前寄席を実施する。また、家庭や地域における消費者教育も重要であることから、PTAや保護者等を対象に、子供が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例や対処方法、金融経済教育に関する講義など、実践に役立つ内容の出前講座も実施する。	
【令和元年度の取組状況】	
○小・中・高校(特別支援学校含む)の学生・生徒を対象にした学校向け出前講座の実施(65回) ○大学等における新入生ガイダンス等で出前講座を実施(109回) ○学校(大学等含む)を対象とした出前寄席を実施(34回) ○PTA、保護者等を対象にした出前講座を実施(8回)。その他、保護者等も含む自治会等地域活動団体に講師を派遣 ○出前講座・出前寄席のリーフレットを作成・学校等に配布 ○大学等については、多くの学生が集まる新入生向けガイダンスや学内イベントでの出前講座・出前寄席の実施に加え、大学の教職員と連携してゼミ・演習講座での出前講座等も実施した。(実施回数2回:令和元年5月 受講者数23人、令和元年7月 受講者数14人)	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○「学校向け出前講座」を実施することにより、若者が遭いやすいトラブルや悪質商法を紹介するとともに、その対応策等を周知し、消費者被害の未然防止を図った。また、学生(生徒)の年齢に応じた内容やロールプレイ等の手法を取り入れるなど、きめ細かい啓発を図った。 ○実施後の感想等では、「悪質商法のトラブル事例やクーリングオフ制度等の対処方法等を分かりやすく説明してもらえ、生徒が自分自身のこととして実感し、理解している様子だった。」「学校が悪質商法被害防止について啓発する機会として大変有用であった。」「スマートフォンやSNSの利用に関するトラブルや具体的対処法は、生徒の関心が高く、理解が深まったと思う。」「生徒の理解力に応じた具体的内容であった。」「ロールプレイにより体験的に学ぶことができ、生徒も積極的に学ぶ姿勢がみられた。」等の意見が寄せられた。 ○保護者等に出前講座を通じて消費者教育の重要性を伝えることができた。 ○少人数のゼミの特徴を生かし、ロールプレイングなどの手法を交えながら、若者を取り巻く消費者問題について学んでもらうことができた。	
【令和2年度の取組予定】	
○学校が、学生・生徒に対して悪質商法被害防止等を目的とする講座を実施する機会を捉え、「学校向け出前講座」を実施するとともに、活用の促進を図る。 ○大学等については、多くの学生が集まる新入生向けガイダンスや学内イベントでの出前講座・出前寄席の実施に加え、大学の教職員と連携してゼミ単位での出前講座・出前寄席による啓発も実施する。 ○PTA、保護者等を対象にした出前講座を継続して実施するとともに、活用の促進を図る。 ○成年年齢引き下げに対応するため、令和元年度に増員した東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)の養成に取り組み、学校等における消費者教育へのニーズに的確に答えていく。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【 番号 】	【施策名】
4-1-7	多種多様なテーマ・手法による消費生活講座
【 施策の概要 】	
都民が消費生活において必要な知識や判断力を習得し、主体的に選択するなど自立した消費者として行動できるように、消費生活講座を開催する。 消費生活総合センター及び多摩消費生活センターでは、実験や調理を伴い実践的に学べる体験型の講座や、受講対象者のターゲットを絞ることで学んでほしい内容を的確に提供する講座などを開催する。 また、都民が企画するイベントや集会等に東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を派遣する出前講座や、社会人ボランティア等を派遣する出前寄席を実施するなど、消費生活講座の開催に当たっては、都民に関心を持ってもらえるテーマ等の選定だけでなく、受講者が利用しやすい消費生活講座を企画する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
○各種団体・グループが消費者問題についての講座を実施する際、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、出前講座を実施 ・移動講座(都が経費負担。学校向け出前講座含む。)の実施 264回、受講者17,111人 ・派遣講座(主催者が原則経費負担)の実施 68回、受講者2,873人 ・出前講座のリーフレット作成・配布 ○悪質商法の手口や実態、その対応策等を分かりやすく伝える落語・漫才等のシナリオを制作し、大学の落語研究会や社会人ボランティア等の協力を得て出前寄席を実施 ・出前寄席の実施 389回、参加者19,772人 ・新作台本の作成 7本 ・出前寄席の演目等が記載されたリーフレットの作成・配布 ○高齢者に対しては、介護施設、老人会、町内会等の高齢者が多く集まる場所において出前講座や出前寄席を実施 ・出前講座 89回、2,740人 ・出前寄席 271回、16,565人 ○「衣・食・住」に関連した日常生活に役立つ知識を、実験等を通じて学べる実験実習講座を開催した(7テーマ13回、287人) ○調理やグループワークを伴うなど、地産地消、食品ロス削減の推進等についてやさしく学べる食育講座を開催した(3テーマ、87人)。 ○年金や相続など、高齢者向けの内容にテーマを絞った連続講座を開催した(10回、851人) ○お金の大切さやフェアトレード、食品ロス等、小学生向けの内容にテーマを絞った親子で参加できる親子夏休み講座を開催した(8回、207人)。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○消費者啓発員や大学の落語研究会、社会人ボランティア等が消費者の希望する都内の場所へ出向き、消費者問題をわかりやすく伝える「届ける教育」(出前講座・出前寄席)を実施することにより、生活条件等により消費者教育事業に接する機会が少なかった消費者に対して、悪質商法の手口や対応策等を周知し消費者被害の未然防止を図った。実施後には「悪質商法の手口や対処法等を具体的事例を通じて知ることができ、勉強になった。」「楽しく学ぶことができた。」等の感想が寄せられた。 ○身近で話題性のあるテーマを取り上げた講座を通じ、受講した都民に対して、日々の生活に役立つ知識を提供することができた。 ○親子夏休み講座において、プラスチックの循環利用を通して環境問題について、あるいは、おもちゃを軸にバリアフリーやユニバーサルデザインについて学ぶ講座等を実施することにより、小学生とその保護者がいっしょに時事的テーマを始めとした身近な消費生活に係る問題について考えることができる機会を提供できた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○引き続き、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)や大学の落語研究会、社会人ボランティア等を消費者の希望する場所へ派遣する出前講座、出前寄席を実施する。また、出前講座と出前寄席を組み合わせた実施など手法についても検討し、活用の促進を図る。 ○実験実習講座について、引き続き消費者に身近で話題のあるテーマを設定して実施する(8テーマ、16回)。 ○食育講座について、地産地消、食品ロスの削減、エシカル消費、食の安全等、食に関するテーマを取り上げる(6テーマ、各テーマ2回)。 ○親子講座について、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、食品ロス対策等小学生への消費者教育において必要とされるテーマを取り上げる(年4回程度)。 ○連続講座について、終活をテーマとして、シニア世代のみならず、ミドル世代も対象に10講座程度実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-8	事業者等による消費者教育の促進
【施策の概要】	
事業者等における従業員向け消費者教育を促進するため、従業員向け消費者教育に積極的に取り組む事業者等の事例をホームページに掲載し紹介するなど、経営者向けの啓発を図る。また、事業者等のニーズに応じ、新入社員向け・中堅社員向けといったライフステージやテーマを分けた出前講座を実施する。	
【令和元年度の取組状況】	
○事業者等のニーズを踏まえ、東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)による従業員向け出前講座を実施した。 ・悪質商法、クレジットカードやインターネットのトラブル事例及びその対処方法などをテーマに、新入社員向けに講座を実施(5回) ・悪質商法被害防止や終活、ヒヤリハットなどをテーマに、中堅社員向けに講座を実施(6回) ○事業者等における従業員向け消費者教育に関する自主的な取組を促すため、東京都が提供できる出前講座やリーフレット等の紹介のほか、積極的な取組を行っている事業者等の事例を取り上げ、東京くらしWEB等に掲載(1団体)	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○出前講座では、各事業者のニーズ(対象世代・テーマ等)に応じた講座を実施することが可能なため、有意義な消費者教育を実施することができた。 ○東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)について、経営者向けの講演にも幅広く活用できることを周知できた。 ○従業員向け消費者教育に活用できる出前講座やリーフレット等の紹介及び取組事例を取り上げることで、事業者・事業者団体等が同様の取組を実施するための検討材料を提供することができた。	
【令和2年度の取組予定】	
○引き続き、事業者等のニーズ(対象世代・テーマ等)を踏まえた出前講座を実施する。 ○事業者・事業者団体等に対して、様々な機会を活用し、連携した啓発協力を依頼する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-9	事業者団体等の取組に関する情報提供
【施策の概要】	
事業者団体等は、その専門性を活かし、多種多様な消費者教育教材や啓発資料等を作成している。消費者教育を実践する場面のニーズに応じた教材等の活用により消費者教育の推進を図るため、事業者団体等が作成する教材等の認知度の向上・活用の促進を図る。	
【令和元年度の取組状況】	
○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の実物を収集・展示するとともに、各団体等が実施する出前授業に関する情報提供を行い、活用の促進を図った。 ○都区市町村センター所長会において、事業者団体等が作成した消費者教育教材及び各団体等が実施する出前授業を一覧化したリストを配布・周知することで、活用の促進を図った。 ○東京くらしWEBに事業者団体等が作成した消費者教育教材及び各団体等が実施する出前授業に関する情報を掲載し情報提供を図った。 (教材展示:23団体、出前授業情報:23団体) ○展示・交流コーナーで、事業者団体等が作成した消費生活に関するリーフレット等の配架やパネル展示を行い、情報提供を行った。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○授業ですぐに活用できる教材等を幅広く紹介することで、教員が消費者教育に取り組みやすくなるよう支援することができた。 ○事業者団体等の取組内容等を紹介することで、東京都消費生活総合センターを利用する消費者に有益な情報を提供することができた。	
【令和2年度の取組予定】	
○消費者問題教員講座において、事業者団体や民間ADR機関が作成した消費者教育教材を収集・展示するとともに、各団体・機関が実施する出前授業に関する案内についての情報提供を継続して実施する。 ○展示・交流コーナーにおける、事業者団体等が作成した消費生活に関するリーフレット等の配架やパネル展示による情報提供について、継続して実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-10	事業者団体等との連携による消費生活講座
【施策の概要】	
消費者教育を推進するためには行政の対応だけでは限界がある。そのため、事業者団体等と連携することで、事業者団体等が持つ経験や専門性を活かした消費者教育を実践していくことが重要であることから、事業者団体や試験研究機関等と連携して、一般都民を対象とした啓発講座等を実施する。	
【令和元年度の取組状況】	
○「多様な主体との連携講座」の開催 (平成24～26年度「消費者団体等連携講座」) <令和元年度実績> ・教育機関、企業、市民活動団体等と連携して、IoT、AI、キャッシュレスをテーマとしたシンポジウムを開催(令和元年11月、184人) ○東京都金融広報委員会と連携して、一般都民向けに消費生活講座を実施(令和元年7月、211人) ○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セミナーを企画・実施(2回) ・練馬区:令和2年1月 ・日野市:令和2年1月	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○「多様な主体との連携講座」では、これまで連携の機会がなかった教育機関、企業、市民活動団体等と新たに連携することにより、様々な立場からの多様な活動や取組事例を紹介することができ、都民にIoT・AI、キャッシュレスの進展に伴う消費生活の変化について理解促進の機会を提供できた。 ○「今求められる金融教育～お金のトラブルから自分を守るために～」として、消費者被害の実例とトラブルから自分を守るための工夫や心構えについて、わかりやすく解説する講座を開催し、都民に金融や消費生活に関する知識を持つことがトラブル防止に重要であることを伝える機会となった。 ○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。	
【令和2年度の取組予定】	
○様々な分野における専門知識を持つ事業者団体等との連携を図り、「多様な主体との連携講座」を開催する。 ○生活協同組合等との連携により、高齢者向けセミナーを実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-11	区市町村における消費者教育推進の支援
【施策の概要】	
主体的に選択・行動ができる自立した消費者への変革を促すためには、消費者の生活に身近な区市町村における消費者教育が重要である。しかし、消費者教育に携わる職員の体制や消費者教育に関するノウハウの有無などについては、自治体により違いがある。 このことから、都が持つ消費者教育講座に関するノウハウや消費生活情報の提供、職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修実施、区市町村で開催する消費生活展等で活用してもらうためのパネル等の貸出し等、様々な角度から支援を図る。	
【令和元年度の取組状況】	
○消費生活に関する情報の提供及び共有を目的とし、「東京都・区市町村消費生活行政情報」を毎月発行した。 ○消費生活講座企画の際に参考としていただくため、各区市町村の消費生活講座開催状況をとりまとめて、情報提供を実施した(11月実施) ○区市町村が実施する消費生活展等において、啓発グッズの提供やパネル・着ぐるみの貸出、イベント集客のための広報協力を実施した(着ぐるみ貸出11件、パネル貸出7件) ○消費生活行政担当職員等の職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修を実施した(11回、1,656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して知識を習得する機会を提供するため、消費者問題マスター講座に「区市町村優先枠」を設け、区市町村を通じて申し込みのあった受講生の受け入れを実施(11区市34人) ○独自に出前講座を実施している区市町村が、当該自治体においてテーマ、日程及び対象者等の調整が困難な場合に、東京都消費者啓発員を派遣して講座の実施を支援(31回、901人) ○多摩地域の市町村と「共催講座」を開催することを通じて、消費生活講座の開催に関するテーマや講師の選定について情報を提供するなど、多摩地域における消費者教育の推進を支援する(24回、576人)。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○消費者問題マスター講座について、区市町村優先枠を設けて特定の講座受講希望者を受け入れ、地域包括支援センター職員、地域で消費者啓発活動に携わる方などに受講いただくことができた。 ○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、一般的な悪質商法被害防止のほか、食品ロスや終活、事故防止(ヒヤリハット)等の個別テーマや実験を伴う講座も多く、これらの分野について区市町村を支援することができた。 ○共催講座において、経費の一部負担だけではなく、企画、講師選定についても支援することができた。特に、エシカル消費等時事的テーマについて、市町村が講座を企画・運営しやすいよう、プログラム・講師等についてパッケージ化を企画し、実施したところであり(11月食育講座)、今後の共催講座の拡充につながる事が期待できる。	
【令和2年度の取組予定】	
○引き続き、「東京都・区市町村消費生活行政情報」を発行し、区市町村への情報提供を図る。 ○消費生活行政担当職員等の職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修を継続して実施する。 ○区市町村において消費者教育等の担い手となる方等に消費者問題に関して知識を習得する機会を提供するため、消費者問題マスター講座に「区市町村優先枠」を設け、区市町村を通じて申し込みのあった受講生の受け入れを実施する。 ○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ていく。 ○市町村との共催講座について、20回程度開催予定。講座の開催規模が小さい市町村への働きかけを行うなど、できるだけ多くの市町村において開催できるよう調整を図る。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-12	区市町村における消費者教育推進体制の整備等への支援
【施策の概要】	
消費者教育推進法で努力義務とされている消費者教育推進計画の策定や消費者教育推進地域協議会の設置に向けて、区市町村に対して、情報提供を行うなどの支援を行う。 また、消費者教育コーディネーター、消費生活サポーターについては、区市町村へ活用事例の紹介を行うなど、理解の促進を図る。	
【令和元年度の取組状況】	
・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て、東京都・区市町村消費生活行政担当課長会において、設置方法等を提案し働きかけを行うとともに、先行実施している自治体の事例紹介を行った。 ・国の動向について随時各区市町村へ情報提供を行った。 ・区市町村における消費者教育の現状や都の支援に対するニーズを把握するため、区市町村の消費者教育に関する取組状況調査を実施した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
・区市町村においては、消費者教育推進地域協議会の設置をきっかけとして、協議会での構成員相互の取組状況に関する情報交換や相互連携による取組の実施により、地域の実情を踏まえた消費者教育の推進を図っている。	
【令和2年度の取組予定】	
・消費者教育推進法で努力義務とされている区市町村における消費者教育推進地域協議会の設置や消費者教育推進計画の策定に向け、取組事例の紹介を行うなど情報提供による制度等の理解の促進を図るとともに、区市町村の消費者教育に関する取組状況調査の結果等を踏まえ、区市町村の実情に合った支援策を検討する。 ・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、国の動向を踏まえた情報提供により、制度理解の促進を図る。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-13	地域における消費者教育の担い手の育成
【施策の概要】	
消費者問題について体系的に学ぶことにより、地域や職場などでの消費者教育等の推進について中心的な役割を果たすことができる人材の育成を目的として、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターにおいて、連続講座を開催する。 また、講座受講者の地域等での消費者教育活動を促進するため、講座受講者に区市等の活動の場に関する情報提供等を行う。	
【令和元年度の取組状況】	
○消費者問題マスター講座(全13回／飯田橋は夜間・立川は昼間に実施) ○全13回のうち、「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した。 ○区市町村において消費者教育等の担い手となる方等に消費者問題に関して知識を習得する機会を提供するため、受講者募集にあたり区市町村優先枠を設け受け入れを行った。(11区市34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、受講者に情報提供した。 ○希望する区市町村に対し、地域で消費者教育に携わる意思のある講座受講者の情報を提供することで、消費者啓発事業等への積極的な人材活用を促した。(6区市13人)	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
消費者問題マスター講座の受講者アンケートで、「家族・友人・地域の人々といった多くの方々の目(見守り)が必要不可欠だと感じた」「消費者教育の重要性を改めて実感した」「私も地域で役に立ちたい。そのために行動したくなった。」等の回答が寄せられた。	
【令和2年度の取組予定】	
○消費者問題マスター講座を開催(全13回／飯田橋は夜間・立川は昼間に実施) ○講座受講者の活動を促進するため、講座受講者に対し、区市町村が実施する消費者啓発事業や消費者団体の活動等に関する情報を提供する。また、希望する区市町村に対し、地域で消費者教育に携わる意思のある講座受講者の情報を提供することで、消費者啓発事業等への積極的な人材活用を促す。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-14	消費者教育教材の作成
【施策の概要】	
主体的に選択・行動ができる消費者の育成・支援を図るため、WEB版消費者教育読本や消費者教育DVD等、小学生から高齢者に至るまでの各ライフステージや対象に応じた様々な消費者教育教材を作成する。また、これまでに作成した教材を長く有効活用するための取組を行う。	
【令和元年度の取組状況】	
○若者向け・ミドル層向け・シニア層向けに、様々な悪質商法の手口などを4コマ漫画で紹介する消費者読本「飯田橋四コマ劇場」を配布した。 ○中央大学杉並高等学校において、平成30年度に改定した高校生向けWeb版消費者教育読本「もしも未来が見えたなら～いつかクレジットカードを使う日に～」を使用した公開モデル授業を実施した。 ○都立高等学校長実践研究会家庭教育研究部会において、平成30年度に改定した高校生向けWeb版消費者教育読本「もしも未来が見えたなら～いつかクレジットカードを使う日に～」の内容や操作方法等について解説し、教材の活用を促進した。 ○授業や短時間の研修にも対応できるよう、若者に被害が多い「マルチ商法/マルチまがい商法」「アポイントメントセールス」「架空請求/不当請求」「ネット広告等をきっかけとしたトラブル」について、4コマ漫画で代表的な手口を示し、各商法の解説と被害を未然に防ぐためのアドバイス、クーリング・オフの説明、いざというときの相談先をまとめたリーフレットを作成・配布した。 ○中学校向けのWeb版消費者教育読本「世界の未来をかえる店 エシカルスーパーマーケット」を作成するとともに、当該教材を授業で活用できるよう、教員用解説書、授業展開例、ワークシートなどを作成した。 ○高校生・若者向けのDVD教材「ホントに“いいね！”？その契約」を制作するとともに、当該教材を授業で活用できるよう、教員用解説書、授業展開例、ワークシートも収録した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○教材の使用方法等について解説することで、教材の活用に関して周知を図ることができた。 ○教育機関や他の行政機関からの複製依頼を通して、これまでに作成したDVD教材の活用を進めることができた。 ○悪質商法の手口等について、四コマ漫画で解説した消費者読本やリーフレットを配布することで、消費者被害の未然防止への一助となった。 ○Web版消費者教育読本や消費者教育DVDを作成し、学習の一助とすることができた。	
【令和2年度の取組予定】	
○児童・生徒が消費者としての意識を持ち、社会の中で主体的に判断し行動できる力を身につけるための教材として、WEB版消費者教育読本の新作を作成する。また、作成後年数が経過し情報が古くなっているものや形式が使いにくくなっている教材について、順次、改修を行う。 ○ライフステージに応じた消費者教育を推進するため、若者向け・ミドル層向け・高齢者向けに、様々な悪質商法の手口などを4コマ漫画で紹介する消費者読本「飯田橋四コマ劇場」の活用を働きかける。 ○楽しく分かりやすい教材として、消費者教育DVDの新作を作成する。 ○消費者問題教員講座などで、新規及び既存教材の活用を働きかける。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-15	消費者団体等の活動支援
【施策の概要】	
消費者問題の解決には、専門的な知識や経験を持つ消費者団体等との協働が重要である。そこで、協働の相手方である消費者団体等の自主的な学習や活動等を支援するため、各種情報及び活動の場を提供するとともに、一般消費者に対する情報発信等の活動が効果的に行われるよう協働学習会を実施するなど、消費者団体等の活動支援を図る。	
【令和元年度の取組状況】	
○消費者団体・グループの活動の場として、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの学習室及び教室の貸出しを実施した。 ・消費生活総合センター(飯田橋)2,081回、多摩消費生活センター(立川)1,074回 ○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16回	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○消費者団体やグループ等の自主的な学習、情報発信等を支援することにより、消費者団体等にオピニオンリーダーとしての役割を果たしてもらうことができ、東京都消費者月間事業等の協働事業にもつながっていくことができた。 ○消費者団体と連携して講座を開催することにより、消費者団体のノウハウを活用することができた。	
【令和2年度の取組予定】	
○消費者団体・グループの活動の場として、消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの学習室及び教室の貸出しを実施する。 ○一般消費者に対する情報発信のための学習会として、引き続き消費者団体等と協働し協働学習会を実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-16	消費生活に関する図書資料室等の運営
【施策の概要】	
消費生活総合センター及び多摩消費生活センターに図書資料室を設置し、消費生活に関する図書、行政資料、団体資料(消費者団体、事業者団体)、DVD等を総合的に収集・整備し、閲覧や貸出に供する。 パンフレットコーナーでは、事業者団体等が発行するリーフレット等を配架し来所者に提供する。また、展示コーナーでは、商品テスト等の映像を見ることができる大型液晶モニターを設置するとともに、商品テスト物等の展示を行い、消費者啓発を図る。	
【令和元年度の取組状況】	
○消費生活総合センター(飯田橋)及び多摩消費生活センター(立川)図書資料室において、消費生活に関する図書・行政資料・団体資料・DVD等を収集、整備して、閲覧・貸出等により提供した。 ・消費生活総合センター(飯田橋) 蔵書数:図書資料 22,832冊、雑誌 4,315冊、DVD等 1,259本 貸出数:図書資料2,322冊、DVD等 537本 利用者数 36,461人 ・多摩消費生活センター(立川) 蔵書数:図書資料 7,125冊、雑誌 248冊、DVD等 546本 貸出数:図書資料 772冊、DVD等 67本 貸出人数 421人 ○消費生活総合センター(飯田橋)展示コーナーについては、大型ディスプレイや商品テスト物等を活用した情報提供を行った。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○都民に対し、消費生活を営むために必要な情報を、随時・的確に提供できた。利用者からは、「他の図書館にはない、消費生活関連の専門的な図書資料が充実している。」「社会的に話題になっているテーマに係る資料が幅広く揃っており便利である。」等の意見が寄せられている。 ○センターを会場とする講座のテーマ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便宜を図った。	
【令和2年度の取組予定】	
○消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの図書資料室において、最新の動向を踏まえた消費生活に関する図書、行政資料、団体資料(消費者団体、事業者団体)、DVD等の収集・整備を行い、閲覧・貸出等により提供する。 ○パンフレットコーナー及び展示コーナーについては、随時内容の更新・変更等を行い、消費生活部生活安全課からの商品テスト物等の提供と併せて、都民が消費生活を営む上で有益な情報を提供する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-17	消費者団体との協働事業
【施策の概要】	
消費者団体と東京都による協働事業として、消費者月間事業を共催で実施する。 消費者月間事業は、都民の消費者としての自覚を促し、消費者の権利の確立と定着を図り、消費者問題の解決を促進するため、①消費者意識の啓発、②消費者相互の連携強化、③消費者・事業者・行政の協働の推進を目的に、毎年10月の東京都消費者月間を中心に各種事業を展開している。	
【令和元年度の取組状況】	
消費者問題の解決に向け、共催する消費者団体と協働して、10月を中心に各種事業を実施した。 テーマ「誰もがぐらしやすい未来へ」(参加消費者団体27団体) ○ 見て、聞いて、話そう！交流フェスタ (新宿駅西口広場イベントコーナー 10月25日、26日) ぐらし、環境、消費者被害防止、食、安全対策などについて展示発表等 参加者約35,000人 ○ メインシンポジウム 「荻原博子さんに聞く 広がるキャッシュレス社会～見えないお金とのつきあい方～」参加者339人 ○ 地域会場 3会場(多摩会場、大田会場、八王子会場) 参加者計495人 ○ 東京のがんばる農業応援バスツアー(三鷹市) 参加者61人 ○ くらしフェスタ東京 食と農セミナー「全ては畑にあり～野菜は五感で味わう～」参加者115人 ○ エコプログラム「地球にやさしいエシカル消費～オーガニックコットンの先駆者に聞く～」参加者124人 ○ 協賛事業 104件(新型コロナウイルス感染症拡大防止により中止した事業16件を除く)	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○ 荻原博子氏を講師に招いたメインシンポジウムでは、8割超の方々から好評を得た。 ○ 交流フェスタについても「様々なブースでの体験により、多くの情報を得られ、勉強になった。」「クイズラリーを通じて、楽しみながら、新たな知識を得られた。また来たい。」等の意見が多く寄せられた。 ○ 農業応援企画のバスツアーやセミナーでは、参加者から、「生産者との交流を通じて、東京の都市農業の実態や必要性、生産者の工夫などについて知ることができた。」との声が寄せられた。	
【令和2年度の取組予定】	
消費者問題の解決に向け、消費者団体と東京都による協働事業として、消費者月間事業を引き続き実施。より多くの都民の参加が得られるよう企画立案を図り、10月を中心に事業展開を図る。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-18	計量に関する周知活動と教育の推進
【施策の概要】	
消費者利益の確保を目的として、周知と教育の二つの観点から効果的に普及を進め、消費者自身の計量制度に対する認識の向上を図るものである。 1 情報発信 計量制度全般を取り扱う記念日行事を主催するほか、区市町村等の生活展への出展、ホームページ、ツイッター、リーフレットでの情報提供等を実施する。 2 消費者教育の推進 小学生の段階から計量に親しみ興味をもってもらえるよう、夏休み期間に計量器の工作などを体験する「親子はかり教室」を開催するとともに、計量及び学校教育の関係者と協力し、「出前計量教室」の開催や計量に関する教科の支援に取り組む。	
【令和元年度の取組状況】令和2年3月末現在	
計量制度の普及啓発を図るため、下記の取組を行った。 1 情報発信 (1) 関連団体と実行委員会を組織し、計量記念日(11/1)に新宿駅西口広場で「都民計量のひろば」を開催した。 (2) 関係機関や区市町村が主催する「消費生活展」等のイベント19会場に参加し、計量の普及啓発に努めた。 (3) 東京動画で計量検定所の業務を動画で紹介、国民生活センター発行の「web版国民生活」に「探検!計量の世界」を9回連載した他、東京くらしWEB、ツイッター、フェイスブック、リーフレットなどの活用及び計量に関する報道機関の取材に協力するなどして計量に関する情報提供に努め、計量制度の啓発を行った。 2 消費者教育の推進 (1) 消費生活調査員(生活文化局長から委嘱された消費者100名)による、食料品などの商品の計量調査を年6回実施して消費者の商品量目に関する意識の向上を図るとともに8,648件の調査データを得た。 (2) 計量展示室では、5月の130年ぶりの質量の定義改定と来年のオリンピック・パラリンピック開催にちなみ、夏休み期間(8月)、計量強調月間(11月)に特別企画を実施した。 (3) 希望のあった都内公立小学校13校に出向き、児童向けの出前計量教室(22教室)を実施した。 (4) 夏休み期間に3日間(8/6~8)親子はかり教室(都内在住小学生とその保護者)を開催した(69組147名参加)。 (5) 小学校教員向け講座の「ジュニア計量学校」を実現するため、関係団体と協定を結び、計量に関する教材や模擬授業の実施など、具体化への検討を進めた。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
事業に参加した都民からは次の感想が聞かれた。計量調査では「この調査を行うことで身の回りの計量について関心が高まった」「家族と計量について考える良いきっかけとなった」「計量に間違いがあることがあるなんて思ってもいなかった。今後関心をもっていきたい」、都民計量のひろばでは「毎回、勉強になる」「来年は家族みんなで参加したい」、親子はかり教室では「いろいろな計量が体験できて楽しかった」「自分で作ったばかりで正確に計量できてびっくり」「光が1秒間に地球7周半も進むなんて驚いた」など。アンケート結果でも好意的な評価が多く事業実施の目的に対して一定の効果があつたと考えるが、周知方法にひと工夫必要という意見もあつた。	
【令和2年度の取組予定】	
計量制度の普及啓発を図るため、引き続き下記の取組を行う。 1 情報発信 (1) 関連団体と実行委員会を組織し、計量記念日(11/1)に「都民計量のひろば」を開催する。消費者が楽しみながら計量制度に親しむことができる取組みを進める。 (2) 関係機関や区市町村等が主催する消費者向けイベントに積極的に参加し、計量の普及啓発に努める。 (3) 東京くらしWEB、ツイッター、フェイスブックなどのSNSやリーフレットなどを有効活用して、計量に関する情報を広く発信し、計量制度の啓発を図る。 2 消費者教育の推進 (1) 消費者の商品量目に関する意識の向上を図るため、消費生活調査員(生活文化局長から委嘱された消費者100名)による食料品などの商品の計量調査を年6回実施する。 (2) 計量検定所の見学や計量展示室の公開で、消費者に計量検定所の役割や計量の歴史と制度を身近に感じてもらい関心を高めることで、計量の普及を図る。計量展示室では、特に夏休み期間(8月)及び計量記念日月間(11月)に、計量展示室特別公開として企画展示を実施する。 (3) 小学生向け事業として、出前計量教室(公立小学校)及び親子はかり教室(小学生とその保護者)を実施する。 (4) 小学校教員に対し、学校教育における計量に関する授業に活用できる教材や計量に関するアドバイスを提供することを目的とする「ジュニア計量学校」を関係団体と協力してその具体化を進める。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

都民安全推進本部

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-19	青少年のインターネット利用に係る被害等防止啓発講座
【施策の概要】	
ネット・ケータイ等の中には青少年の健全な育成に有害なものがあり、それらへの過度なめり込みは、家庭内でのコミュニケーションや青少年の健全な育成の妨げとなることが懸念される。このようなネット・ケータイ等の悪影響から青少年を守り、インターネット等を適正に利用することを目的とした「ファミリールール講座」を青少年及び保護者等を対象に開催している。 講座は、学校等に専門講師を派遣し、家庭等のルール作りや生徒同士のトラブル等を未然に防止するためのルール作りの支援、ネット利用を起因とする青少年の性被害の実態やその防止策等について学ぶ講演及びグループワーク形式により実施している。	
【令和元年度の取組状況】	
令和2年2月末時点で、ファミリールール講座の開催数は592回、受講者数は112,073人となっている。 そのうち、保護者等を対象とした家庭等でのルール作りを支援する講座を計56回、生徒同士の自主ルール作りの支援を計10校、ネット利用を起因とした性被害等を身近な問題として理解を深めるための大学生ファシリテーターを活用したグループワークを計19校実施し、様々な層にインターネットやSNSの適正な利用について広く啓発している。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
講座終了後のアンケートでは、受講者数の98%が理解できたと回答しており、利用者のニーズに応じた講座構成やグループワークを実施することにより、高い満足度を得ている。	
【令和2年度の取組予定】	
インターネット利用の低年齢化を踏まえ、未就学児を持つ保護者向けの講座や、講座に参加したくてもできない保護者に向けた講座をより多く開催するとともに、ネット利用を起因とする青少年の性被害防止に向けた大学生ファシリテーターを活用したグループワークの実施数の増加など、児童・生徒をはじめ周りの大人に対しても広く啓発する予定	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

東京消防庁

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-20	児童等に対する防火防災教育
【施策の概要】	
児童等への防火防災教育を推進していく中で、遊具、建築設備、交通機関や日常生活用品等に起因して発生した日常生活事故事例を基に、これら事故に対する児童等の自らの危険予測及び将来にわたる危険回避能力を高めるための教育を実施する必要がある。そこで、消防職員や消防団員等が学校に出向いて実施する体系的な防火防災教育を総合防災教育として教育関係機関と連携して推進する。	
【令和元年度の取組状況】	
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、消防職員や消防団員等が学校などにお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。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
2019年度は、当庁管内2,536校の小・中・高等学校のうち、2,145校(84.6%)の学校等において、約119万人の児童及び生徒に対して、危険予測及び危険回避能力を高めるため、総合防災教育を実施した。 ※数値は2020年2月末現在	
【令和2年度の取組予定】	
教育機関等と連携して、引き続き、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継続して推進し、消防職員や消防団員等が学校などにおいて防災教育を実施していく。 日常生活の事故事例を基に、児童等の危険予測及び危険回避能力を高めるため、防災教育教材等を活用した効果的な防災教育を行っていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

中央卸売市場

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)主体的に選択・行動ができる消費者に向けた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
4-1-21	食育推進活動支援のための情報提供
【施策の概要】	
中央卸売市場では、料理講習会や市場まつり等、生鮮食料品等流通に関する知識の普及・啓発のために行う消費者向け事業において、食育・花育を推進している。また、「東京都食育推進計画」に基づき、実施している「いちば食育応援隊」事業では、生鮮食料品等やその流通に関する知識を有する市場関係者を、食育推進活動に有用な人材として登録し、その情報を広く都民へ提供し派遣している。「いちば食育応援隊」事業は食育を推進する団体により活用され一定の効果が見られる。今後、より一層派遣の機会を増やすため、当事業の周知を図り、都民の豊かな食生活の実現に寄与していく。	
【令和元年度の取組状況】	
生鮮食料品等流通の基幹的な役割を担う中で豊富に蓄積されてきた食に関するノウハウ等を、食育・花育推進の観点から、下記の機会を通じて提供した。 ①生鮮食料品等の流通事情や商品知識の情報提供、食材の調理法や食文化の講演を内容とした料理講習会や市場見学会等を実施した。(4市場19回開催) ②市場施設を一般開放し、食育・花育に関するイベント等による市場のPRを内容とした市場まつりを、市場業界と連携して開催した。(9市場にて開催)	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
市場まつりや料理講習会等において、生鮮食料品等に関する知識や市場における安全・安心対策等を知ることができた。	
【令和2年度の取組予定】	
生鮮食料品流通の基幹的な役割を担う中で豊富に蓄積されてきた食に関するノウハウ等を、食育・花育推進の観点から、様々な機会を捉えて提供し、市場ならではの食育・花育を推進していく。 ①各市場における料理講習会等において、食育推進の観点から、旬の食材に関する知識や調理方法等の情報提供を充実させ、内容の充実を図っていく。 ②市場まつりにおいて、都民の食の安全・安心への関心に応えられるよう、市場業界と連携し、市場のしくみなどをより理解していただくよう内容を充実させていく。 ③いちば食育応援隊を利用する都民に対し人材の紹介を行うとともに、区市町村や教育機関など食育事業を実施する団体に対し、あらゆる機会をとらえて、HPなどを活用して、当事業の周知を図っていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【 番号 】	【施策名】
4-2-1	エシカル(倫理的)消費の理解の促進
【 施策の概要 】	
消費者の持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進するため、「人や社会、環境に配慮した消費行動」である「エシカル(倫理的)消費」の理念について、イベントでの普及啓発や講座の開催、東京くらしWEB上に特設ページの設置、リーフレット、動画の作成など、様々な機会やツールを活用して広く都民に普及啓発し、理解の促進を図る。	
【 令和元年度の取組状況 】	
持続可能な社会の実現に向け、エシカル消費の理念を広く普及啓発し、理解の促進を図る取組を実施した。 (具体的な取組) ・若者への普及啓発を図るため、都内大学101か所でエシカル消費につながる普及啓発グッズ・チラシの配布、ポスターの掲出やPR動画の放映等を実施(100,000部配布、令和元年9月中旬～令和元年12月下旬) ・エシカル消費につながる以下の普及啓発グッズ等を作成し、各種イベント等で配布(令和元年9月中旬～) - グッズ…国産ヒノキ間伐材を活用したスマホスタンド(被災地・福祉施設でセット作業を実施) - チラシ…FSC認証紙を使用し、ブックカバーにも利用可能 - ポスター…FSC認証紙を使用 ・ホームページ「東京くらしWEB」上のエシカル消費紹介ページにおいて、PR動画や身近な行動例、関連するラベル・マークに加え、区市町村のイベント情報、有識者コラム等を掲載 ・PR動画をテレビCM・街頭ビジョンで放映したほか、YouTubeやInstagramで動画広告を実施 (動画広告実施期間(令和元年9月中旬～令和元年10月中旬)15秒動画視聴回数約86万回) ・都政広報番組や情報誌等で、エシカル消費の普及啓発に係る東京都の取組を紹介 ・教員のための消費者教育講座、消費者問題マスター講座において、エシカル消費をテーマとして取り上げた。 ・エシカル消費に関する記事を掲載した高校生向け消費者教育・啓発ノートを作成、配布した。 ・区市町村・民間団体と連携した取組として、消費者月間事業が実施するイベントで、エシカル消費普及啓発ブースを新たに設置し、オリジナルエコバッグ作り体験等のワークショップを実施したほか、区市町村が実施する消費生活展等においてグッズ・チラシ等を配布 ・各局が実施するイベント等において普及啓発グッズ・チラシを配布したほか、都立高校教員・生徒に対し、エシカル消費を紹介した。 ・「都民の消費生活に関する意識調査」において、エシカル消費の認知度等の調査を実施(令和2年2月公表) ・中学校向けのWeb版消費者教育読本「世界の未来をかえる店 エシカルスーパーマーケット」を作成するとともに、当該教材を授業で活用できるよう、教員用解説書、授業展開例、ワークシートなどを作成した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
取組の実施に当たっては、具体的な行動例を示しながらエシカル消費の理念をわかりやすく紹介するとともに、毎日の暮らしの中で、できることからエシカル消費を選択していただけるよう呼びかけることにより、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進を図った。 ・都内大学101か所での普及啓発において、6割を超える学生が、普及啓発グッズ・チラシによってエシカル消費を知ったと回答しており、学生に対し効果的にエシカル消費を認知させることができた。 ・イベントの参加者からは「エシカル消費について知らなかった。事例があり勉強になった。」「エコバッグ作りは楽しかった。エシカル消費にも楽しく取り組みたい」等の意見を得ており、エシカル消費に関する都民の理解促進の機会を提供できた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
エシカル消費の「言葉」と「理念」を結びつけて理解できるよう促していくことに加えて、消費行動の実践を視野に入れ、スーパーマーケット等消費の場及び若者が多く集まるイベントで体験型の普及啓発を実施 ・平成30年度に作成したPR動画や東京くらしWEB上の紹介ページ、SNSなど様々なツールを活用するほか、各局・区市町村・民間団体と連携した取組を推進 ・消費者月間事業等の機会を活用したエシカル消費の普及啓発の実施 ・エシカル消費をテーマにした消費生活講座を実施 ・エシカル消費に関する記事を掲載した高校生向け消費者教育・啓発ノートを作成、配布 ・「若者の消費者被害に関する調査」においてエシカル消費の認知度等を調査	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-2	食品ロス・食品廃棄物対策
【施策の概要】	
「2030年度までに食品ロス半減」に向けて「食品ロス削減・東京方式」の確立(2020年度)を目指す。 ・商慣習等により発生する食品ロスの削減に向けて、加工・流通事業者等を構成員とする「東京都食品ロス削減パートナーシップ会議」の設置、流通段階における食品ロスの実態調査、防災備蓄食品有効活用の仕組みづくり等を実施する。 ・企業との連携により、消費者向けキャンペーンを実施し、都民に消費行動の見直しを促す。	
【令和元年度の取組状況】	
・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」を開催し、協働の取組を推進するとともに、各主体が自主的かつ連携して食品ロス削減に取り組む方向性を明示した提言の取りまとめを行っている。(本会3回開催) ・食品小売業や外食産業の店舗における食品廃棄物の組成調査や農林水産省・環境省等のデータを基に都内食品ロス発生量の推計を行い、「東京都食品ロス削減推進計画」策定の基礎資料とする。 ・食品ロス削減の日(10月30日)のある10月に合わせて、消費者に食品ロスに関して考えるきっかけとさせていただくことを目的とし、小売店舗、外食店舗におけるキャンペーン「東京食品ロス0(ゼロ)アクション」を実施した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
・食品ロスを削減するためには、消費者の食品ロスに対する理解と削減行動が不可欠である。そのため、10月の食品ロス削減キャンペーン「東京食品ロス0(ゼロ)アクション」では、ショッピングモールにおけるクイズやすごろく等を通じた啓発の実施や外食店舗における宴会料理の食べ切り確認等で割引を実施するなど、消費者の方に食品ロスを考えるきっかけづくりを提供した。	
【令和2年度の取組予定】	
・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、各主体の自主的な行動及び連携の促進に向けた提言を取りまとめるなど、「東京都食品ロス削減推進計画」の策定に向けた検討を実施するとともに、協働の取組を一層推進する。 ・事業者とも連携した食品ロス削減キャンペーンの実施や各種イベントへの出展等を通じて、食品ロス削減に向けた事業者・消費者のムーブメントを醸成していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-3	レジ袋対策
【施策の概要】	
持続可能な資源利用の推進の一環として、レジ袋の無償配布ゼロ(2020年度)に向けて販売事業者、消費者代表、区市町村などと協議を進める。 ・エコバッグ持参の呼びかけや3Rの徹底など、資源ロス削減に向けた効果的な広報・普及を行い、都民にライフスタイルの転換を促す。	
【令和元年度の取組状況】	
レジ袋をはじめとする使い捨てプラスチックの削減について考える取組として、大学、オフィスビルと連携し、普及啓発イベントを開催した。 ◆大学 大正大学【11月2日(土)】 首都大学東京(南大沢キャンパス)【11月3日(日)】 実践女子大学(日野キャンパス)【11月9日(土)】 東京農工大学(府中キャンパス)【11月10日(日)】 中央大学(多摩キャンパス)【11月22日(金)】 早稲田大学(早稲田キャンパス)【12月20日(金)】 ◆オフィスビル 大手町パークビル【2月17日(月)】 丸の内OAZO【2月18日(火)】	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
使い捨てプラスチックの削減に向けて、普及啓発を行い意識醸成を図ることにより、ひとり一人の行動変容に向けたきっかけとなる。	
【令和2年度の取組予定】	
オフィスや大学等において、レジ袋をはじめとする使い捨てプラスチックの削減に向けた普及啓発を実施し、消費者の意識醸成を図り、行動変容を促していく。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

総務局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-4	「ふくしま⇄東京キャンペーン」の展開と被災3県の県産品の消費拡大
【施策の概要】	
【「ふくしま⇄東京キャンペーン」の展開】 平成24年5月から鉄道事業者、自治体などの様々な団体と連携し、都内各地で福島県産品と観光への風評払しょくと需要回復に向けた支援を継続的に展開している。 【被災3県の県産品の消費拡大】 都が主催する大規模イベント等において、福島県、宮城県、岩手県の県産品販売等を実施している。	
【令和元年度の実施状況】令和元年12月末現在	
【「ふくしま⇄東京キャンペーン」の展開】 ○都営地下鉄大江戸線大門駅において、福島産直市を2回(令和元年6月19日～20日及び同年10月2日～3日)実施し、福島の県産品を販売するとともに観光PR ○東京メトロ銀座線三越前駅コンコースにおいて、東京地下鉄(株)と共催で、福島産直市を2回(令和元年9月13日～14日及び令和2年1月17日～18日)実施し、福島の県産品を販売するとともに観光PR 【被災3県の県産品の消費拡大】 ○豊洲市場6街区屋外イベントスペースにおいて、令和元年11月28日～30日、「東日本大震災復興応援元気市in豊洲市場」を実施し、福島県、宮城県、岩手県の県産品を販売。また同日、豊洲市場場内において生産団体による豊洲市場業者(仲卸、買出人)へ取引拡大に向けた試食PRを実施 ○東京国際フォーラムにおいて、令和2年2月16日、東日本大震災風化防止イベントを実施し、福島県、宮城県、岩手県の県産品を販売	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
○被災地の県産品への風評被害の払拭と消費拡大に貢献	
【令和2年度の実施予定】	
【「ふくしま⇄東京キャンペーン」の展開】 平成24年5月から鉄道事業者、自治体などの様々な団体と連携し、都内各地で福島県産品と観光への風評払しょくと需要回復に向けた支援を継続的に展開 【被災3県の県産品の消費拡大】 都が主催する大規模イベント等において、福島県、宮城県、岩手県の県産品販売等を実施	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

福祉保健局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-5	福祉・トライアルショップの展開
【施策の概要】	
企業等で働くことが困難な障害者の就労の場である就労継続支援事業所（B型事業所）における、生産活動等（自主製品生産）により得られる工賃の向上を目的として、展開している。 ・自主製品の販路拡大のため、継続的に自主製品をPRするとともに、製品を購入できる常設店舗「KURUMIRU」を平成28年度から3店舗運営している。 ・店舗の安定運営及び認知・集客のため、広報を積極的に行っていくとともに、一般商品に引けを取らない自主製品を揃え、都民にその魅力をアピールするため、商品開発・価値向上を行っていく。	
【令和元年度の取組状況】	
【取組内容】 1 店舗運営 ・自主製品販売ショップ「KURUMIRU」3店舗の安定運営 2 商品価値向上事業 ・自主製品の魅力を最大限に引き出すための企画（商品開発・価値向上） ⇒ 通年を通じて、季節・アイテム別、開店3周年のフェアを開催 ・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 ⇒ 説明会等開催 (出品事業所説明会 R2.2 1回開催) 3 イベント出店 - 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 ⇒ イベント出店 (実績：H31.4 1回、R1.8 1回、R1.9 1回、R1.11 1回、R1.12 2回、R2.1 2回/合計8回)	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
商品の企画・開発等へのサポートにより製品自体の価値や魅力が向上しているほか、本ショップでの製品購入が障害者支援につながることなど「KURUMIRU」への消費者の理解が進み、2019年度の3店舗合計の売上及び販売点数は、年度末の新型コロナウイルスの影響による売上減にもかかわらず、前年度と同水準を維持している。	
【令和2年度の取組予定】	
【取組内容⇒2019年度から継続】 1 店舗運営 ・自主製品販売ショップ「KURUMIRU」3店舗の安定運営 2 商品価値向上事業 ・自主製品の魅力を最大限に引き出すための企画（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 3 イベント出店 - 各種イベントへ店舗として出店及びノベルティ等の受注業務	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-6	身近な生活環境でのVOC(揮発性有機化合物)対策
【施策の概要】	
PM2.5や光化学オキシダントなどの大気汚染物質への関心は高まっているものの、その原因物質であるVOCについて身近な生活環境での排出抑制策はあまり浸透していない。このため、一般家庭、オフィス等の暮らしに身近な生活用品について、低VOC商品の選択促進等に取り組んでいく。	
【令和元年度の実績】	
・2018年(平成30年)3月に作成した「身近な低VOC製品の選び方ガイドブック」を区市や消費者団体主催のイベント等での配布を実施した。また、都においても夏季VOC対策セミナーやイベント、窓口等での配布を実施した。 ・上記ガイドブックを基に作成した消費者向けのパネルを区のイベント等で展示した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
・一般消費者においては、VOCという用語に馴染みがない方が多いことから、ガイドブック等での周知を通して、身近な生活環境でのVOCについて認識する機会となる。	
【令和2年度の実績予定】	
・ガイドブック配布等による周知を継続するとともに、関係する各種団体と連携した周知活動を強化していく。 ・VOC対策を身近に感じてもらうため、一般消費者が取り組める低VOC製品のWebコンテンツを作成、情報提供体制を構築する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-7	生物多様性の普及啓発
【施策の概要】	
緑は、生きものの生存基盤であるほか、人間の生活に必要な物資の供給源でもある。また、潤いや安らぎを与えるだけでなく、都市防災やヒートアイランド現象の緩和など都市環境の改善にも寄与し、その役割は多様かつ重要なものである。一方で、東京に暮らす人々の暮らしや東京で行われる経済活動は都内外の生物資源に大きく依存している。こうした状況を踏まえ、東京で消費行動や経済活動を行うすべての主体が、生物多様性の重要性を認識し、自らの行動を生物多様性に配慮したものへと転換していくことが重要である。 そこで、より多くの都民に生物多様性に配慮した行動を促すため、様々な機会を捉えて生物多様性に関する普及啓発を行っていく。	
【令和元年度の取組状況】	
○民間との連携による環境学習の推進 都とセブニー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。2019年度は、森林ボランティア入門や草木観察などを実施しており、参加人数は1,814名(2020年3月末時点)。 ○生態系に配慮した緑化の推進 生態系に配慮した緑化のための講習会(5回)の開催(参加者138名)。「江戸のみどり登録緑地」新規登録2件。江戸のみどり登録緑地制度紹介パンフレットの製作。 ○花と緑の東京募金及び花の都プロジェクト 区市町村や民間企業主催のイベントにて「花と緑の東京募金」に関するパンフレットや普及啓発グッズを配布(19件)。「花の都プロジェクト」では江戸川区及び調布市に補助実施。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
都民が参加できる環境学習、生態系に配慮した緑化のための講習会等の実施により、生物多様性に関する普及啓発が図られている。	
【令和2年度の取組予定】	
○民間との連携による環境学習の推進 ・都とセブニー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。 ○生物多様性地域戦略の改定 東京都の「生物多様性地域戦略」の改定作業を通じて、生物多様性の保全と持続可能な利用に関する普及啓発を行っていく。 ○花と緑の東京募金 ・募金の周知の機会を活用しながら、都民の緑を大切にする意識を涵養する。 ○花の都プロジェクト ・花で街を彩る取組を促進することにより、都民の緑を大切にする意識を涵養する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-8	環境学習の推進
【施策の概要】	
地球温暖化の要因となる温室効果ガスのうち二酸化炭素(CO2)は、エネルギー消費に伴って発生するものであり、都民一人一人の生活様式や企業活動が地球温暖化の進行に大きく影響している。 地球温暖化問題等の解決に向けて、自ら気付き、考え、行動する次世代を担う子供たちの育成を図るため、都内全ての児童がより充実した環境教育を受けられるよう小学校教員を対象に環境教育研修会を実施する。 また、都民向けの環境学習講座を実施し、環境問題への理解を深めるとともに、社会のあらゆる場面における自発的な環境配慮行動を促進する。	
【令和元年度の実施状況】	
・環境教育に関する教員向け研修会を6回実施し、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した。 ・都民向けの環境学習講座を5回実施し、社会人等における環境配慮の取組を一層推進した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
・公益財団法人東京都環境公社と連携した環境学習事業(教員向け環境教育研修会、都民向け環境学習講座等)の実施により、環境問題への理解が深まり、社会のあらゆる場面における自主的な環境配慮行動の促進が図られた。	
【令和2年度の実施予定】	
これまで実施してきた小学校教員を対象とした環境教育研修会及び都民を対象としたテーマ別環境学習講座を引き続き、実施していく。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-9	環境問題に配慮する消費者行動促進支援
【施策の概要】	
地球温暖化抑制や廃棄物の減量・リサイクルの観点から、環境負荷の小さい製品やサービスを優先的に選択し、その市場形成を促進させることが重要である。都自らもグリーン購入を推進することにより、環境配慮型製品の市場を拡大し、製造者等の製品の開発や供給における環境負荷の低減に向けた取組を支援するとともに、都民や事業者によるグリーン購入を更に喚起し、持続可能な社会の実現に寄与する。	
【令和元年度の取組状況】	
都庁各組織によるグリーン購入の推進に向け、説明会の開催やHP上の情報発信により、一層の周知を図った。また、グリーン購入の更なる普及に向けて、区市町村や政策連携団体向けの説明会も開催した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
グリーン購入の推進により環境配慮型市場への移行を図ることで、消費者がこれまで以上に環境配慮型製品を購入することが可能となる。	
【令和2年度の取組予定】	
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。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-10	新たな環境施策を推進するための広報展開
【施策の概要】	
ホームページなど多様なメディアを活用し、ターゲットに応じた媒体によるPR展開をすることにより、都民の環境配慮の意識向上や行動の実践を促進する。	
【令和元年度の実施状況】	
1 インターネット(SNS等)の活用 ・ホームページを活用し、最新の情報発信を積極的に行うとともに、TwitterやFacebook、各種動画を活用した広報展開も実施	
2 印刷物の活用 ・「広報東京都」に環境施策に関する解説記事やイベント等の告知記事を毎月掲載 ・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)に素材を提供し情報発信	
3 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	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
多様な媒体を活用し情報発信することで、都の環境施策がより多くの方の目に触れやすくなり、制度の利用やイベントへの参加など、一層の理解や行動変容に繋がっている。	
【令和2年度の実施予定】	
引き続き、多様な媒体を活用し、積極的な広報展開を実施していく。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-11	3Rの普及推進
【施策の概要】	
循環型社会の形成を進めるため、九都県市で連携し、ごみの発生抑制(リデュース)、再使用(リユース)、再生利用(リサイクル)を普及する事業を実施する。	
【令和元年度の取組状況】	
・3R普及促進事業： 外国人を含む域内の幅広い世代の住民を対象とした、食品ロスの削減がテーマの動画(クレイアニメ・英語字幕あり)を作成し、各都県市域内のデジタルサイネージに動画の掲出を行った。 ・「容器包装ダイエツ宣言」： 流通業者と連携し、容器包装ダイエツ宣言事業者の商品の紹介を行うプレゼントキャンペーンを令和元年10月から12月にかけて実施、12月にはエコプロに出展するなど、事業者の取組成果を効果的に発信した。また、「容器包装ダイエツ宣言」の見直しを行い、来年度は容器包装に加えて使い捨てプラスチック製品、食品廃棄物を対象にした「チャレンジ省資源宣言」として資源の利用削減に取り組むこととした。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
・3R普及促進事業 動画を作成したことにより、子供や外国人にもわかりやすく食品廃棄物削減の必要性や具体的な取組方法を周知した。 ・容器包装ダイエツ宣言 容器包装の削減に向けた事業者の取組の認知度向上及び域内住民の容器包装削減に対する意識の向上を図った。	
【令和2年度の取組予定】	
・3R普及促進事業 引き続き、食品廃棄物削減の必要性や取組方法を普及啓発し、わかりやすい内容で外国人も含めた幅広い世代に訴える普及啓発事業を実施する。 ・チャレンジ省資源宣言 「チャレンジ省資源宣言」として新たな宣言事業者を募集し、容器包装ダイエツ宣言に引き続き流通業者と連携して宣言事業者の商品の紹介を行うプレゼントキャンペーン等を実施するなど、事業者の取組成果を効果的に発信する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-12	家庭の省エネ・節電促進
【施策の概要】	
家庭における省エネ対策促進のためには、個々の家庭に対して、実情に即したきめ細かな省エネについての普及啓発を行っていくことが有効である。 このため、家庭との関わりが深く省エネに関するノウハウを持つ企業・団体を統括団体として認定し、共に連携を図りながら、省エネアドバイスを希望する家庭を訪問し、無料で省エネの具体的ポイントや期待される節電効果など、個々の状況に応じた適切な助言や説明を行う家庭の省エネアドバイザーを育成することで、各家庭における省エネ行動を促進する「東京都家庭の省エネアドバイザー制度」を実施している。	
【令和元年度の取組状況】	
家庭のエネルギー消費のうち、特に消費量が多い冷蔵庫、エアコン又は給湯器を、省エネルギー性能の高い冷蔵庫、エアコン又は給湯器に買い換えた都民に対し、東京ゼロエミポイントを付与し、ポイント数に応じた金券類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」を実施した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
省エネアドバイス等を通じて、省エネ・節電対策の手法や経済的メリット等を情報提供することにより、消費者自らの判断による省エネ行動が促進された。	
【令和2年度の取組予定】	
引き続き、家庭のエネルギー消費のうち、特に消費量が多い冷蔵庫、エアコン又は給湯器を、省エネルギー性能の高い冷蔵庫、エアコン又は給湯器に買い換えた都民に対し、東京ゼロエミポイントを付与し、ポイント数に応じた金券類を交付するとともに省エネアドバイスを実施する「家庭のゼロエミッション行動推進事業」を実施する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-13	次世代自動車等の普及
【施策の概要】	
運輸部門のCO2削減のため、電気自動車、プラグインハイブリッド自動車、燃料電池自動車等の普及拡大を図るとともに、環境性能が高く、誰もが利用しやすいユニバーサルデザインタクシーの導入を促進する。	
【令和元年度の実施状況】	
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、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一部補助を行った。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
補助事業等を通じて、CO2やNOx等の削減などの環境面のメリットや、税制優遇・燃費改善などの経済的メリットなど、次世代自動車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。	
【令和2年度の実施予定】	
引き続き、都内に事業所等を有する法人又は個人に対して、電気自動車、プラグインハイブリッド自動車、燃料電池自動車・バス、電動バイク等の購入補助を実施し、普及拡大を図る。また、タクシー事業者を対象に、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一部補助を行うとともに新たにコミュニティバス等の小型EVバスの導入費用の一部補助を行う。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-14	エコドライブ推進のための普及啓発
【施策の概要】	
自動車に起因するCO2排出量を削減するためには、誰もが手軽に行えてCO2削減に即効性のあるエコドライブの普及啓発を一層進める必要がある。今後、エコドライブの取組が一層社会に定着するよう、イベントや講習会を通した普及啓発活動を行うほか、ドライバーがエコドライブにメリットを感じて取り組むことができる仕組みの構築について検討を進める。	
【令和元年度の取組状況】	
・九都県市の連携によるエコドライブ講習会の実施(6月、11月) JAF、各都県の自動車教習所協会等の協力を得て、年2回、各都県同時期に講習会を実施 ・事業者等がエコドライブに取り組む環境を整備するために、研修等で活用できる教材を配布 ・トラックを用いたエコドライブ講習会を実施(中止)	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
九都県市エコドライブ講習会参加者の運転結果では、平均燃費が2割程度改善された。また、アンケートにおいて、参加者の多くは、エコドライブが燃費改善・事故防止に有効であることや、経済的であることを実感し、継続的にエコドライブを実践したいと回答している。	
【令和2年度の取組予定】	
・九都県市の連携によるエコドライブ講習会の実施(6月、11月) JAF、各都県の自動車教習所協会等の協力を得て、年2回、各都県同時期に講習会を実施 ・事業者等がエコドライブに取り組む環境を整備するために、研修等で活用できる教材を配布 ・トラックを用いたエコドライブ講習会を実施	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-15	環境にやさしい交通施策の推進
【施策の概要】	
環境交通実現に向けた都民の行動転換を促進するため、地域や業界の特性に応じた自動車走行量抑制策を実施するとともに、自転車や公共交通機関の利用促進策等を検討・展開することで、CO2の削減を目指した持続可能な自動車交通対策を行っていく。	
【令和元年度の取組状況】	
目黒区の自転車シェアリング事業実施にあたり、千代田区、中央区、港区、新宿区、文京区、江東区、品川区、大田区及び渋谷区の9区が取り組む自転車シェアリング「広域相互利用」への参加を支援した。 ・自転車シェアリングの利用促進に向け、庁内関係部局や関係自治体等と情報を共有し、サイクルポートの拡充等により、各区の円滑な事業実施に向け支援した。 ・交通局と連携した「エコボーナスキャンペーン」(令和元年6月) 6月の環境月間にあわせ、6月の週末(土、日)に都営交通を利用した際、利用者に5倍のポイントを付与する公共交通機関の利用促進キャンペーンを実施した。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
自転車シェアリングの実施自治体の増加やサイクルポートの拡充等による普及促進を図ったほか、公共交通機関の利用促進策として交通局と連携したキャンペーンを実施し、都民や事業者の行動転換を促した。	
【令和2年度の取組予定】	
行政区域を越えて相互乗り入れができる自転車シェアリング「広域相互利用」を促進し、新たに事業を開始する区市等を含めたサービスエリアの拡大、サイクルポートの拡充等、更なる利便性向上に向け区市等の取組を支援する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-16	家庭におけるエネルギー利用の高度化促進
【施策の概要】	
高効率な創エネ機器等の導入促進、FIT*に依存しない太陽エネルギーの利用拡大、エネルギーマネジメントの高度化により、家庭におけるエネルギー消費量削減と非常時の自立性向上を目指し、蓄電池システム、ビークル・トゥ・ホームシステム、家庭用燃料電池及び太陽熱利用システムの導入に対して補助を行う。申請期間は平成28年度から平成31年度まで(補助期間は平成33年度まで。)	
【令和元年度の実績状況】	
創エネ機器等(蓄電池システム、ビークル・トゥ・ホームシステム、エネファーム、太陽熱利用機器)の導入に必要な費用の一部を助成した(令和元年8月9日申請受付終了)。 ※令和元年補正予算事業「家庭に対する蓄電池等補助」により、家庭における非常時のエネルギー自立性の向上を目的として、蓄電池システム、ビークル・トゥ・ホームシステム、家庭用燃料電池(エネファーム)を設置した住宅に、その費用の一部を助成。申請期間は令和2年1月15日～令和2年3月31日まで(交付は令和3年度末まで)	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
家庭におけるエネルギー利用の高度化が図られることで、エネルギー消費量の削減と非常時の自立性確保が図られる。	
【令和2年度の実績予定】	
太陽光発電による電力の自家消費を促進するため、太陽光発電設備を設置している家庭に対する蓄電池の導入支援や、家庭における熱の有効利用を促進するため、住宅の断熱性能を高める窓や玄関ドアの改修、太陽熱・地中熱利用機器の設置に対し支援を実施 (※このほか、他の施策の一環としてビークル・トゥ・ホームシステム設置の支援や、家庭用燃料電池設置の支援を実施)	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

環境局

【政策4】消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
4-2-17	太陽エネルギーの導入拡大
【施策の概要】	
太陽光発電を取り巻く状況変化を踏まえて、建物ごとに予測される日射量を分析し、太陽光発電等への適合度、設置可能システム容量(推定)、予測発電量等を表示するWEBマップである「東京ソーラー屋根台帳」を活用しながら、区市町村と連携して都内の建物への太陽光発電設置の促進を図る。	
【令和元年度の取組状況】	
・都内の建物の屋根ごとの太陽光発電等の導入ポテンシャルを表示する東京ソーラー屋根台帳を活用し、太陽光発電や太陽熱利用システムの設置への動機付けを図った。 ・都内での太陽光普及促進を図るため、セミナーを実施した。 ・住宅所有者の初期費用の負担なしで太陽光発電設備を設置するサービス(リースなど)を行う事業者に対し助成を行う、「住宅用太陽光発電初期費用ゼロ促進事業」を実施した(事業者への補助金はサービス利用料の低減等を通じ、住宅所有者へ還元)。	
【「消費者の視点」から見た、取組による成果】	
住宅への太陽エネルギー利用機器の導入が大幅に進んだほか、家庭における太陽エネルギーの利用に関する理解が促進された。	
【令和2年度の取組予定】	
ソーラー屋根台帳の管理、セミナーの開催、「住宅用太陽光発電初期費用ゼロ促進事業」など、都内における太陽エネルギーの更なる普及拡大を実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策5 消費者被害の救済	
(1)消費生活トラブルの解決に向けた相談対応	
【 番号 】	【施策名】
5-1-1	高度専門的な消費生活相談
【 施策の概要 】	
消費者被害の未然防止や速やかな救済を図るため、専門の相談員が消費者の被害解決に向けた助言、あっせん等を実施する。相談処理に当たっては、高度化・複雑化する消費生活相談に適切に対応するため、専門分野別相談の実施や弁護士等の消費生活相談アドバイザーを活用するとともに、研修の実施や関係機関との連携等を図ることで相談対応能力の向上を図る。また、今後、相談件数の増加が予想される外国人や障害者の利便性の向上を図り、迅速かつ円滑な相談処理を実現するため、通訳を介した電話による三者間通話や聴覚障害者向けのメール相談を実施する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
・高度化・複雑化する相談への対応能力を強化するため、10の専門分野グループによる効率的・効果的な相談処理を行った。令和元年度相談受付件数:139,305件(前年度比約0.1%増) ・高度に専門的な相談に的確に対応するため、弁護士や建築士、美容医療専門家等の消費生活相談アドバイザーを活用した。 ・相談員の能力向上を図るため、高度専門研修や民間ADR機関などの関係団体との情報交換等を計125回実施した。 ・今後増加が予想される外国人からの相談に対応するため、通訳派遣に加え、通訳を介した電話による三者間通話を実施した。 ・障害者差別解消法の趣旨を踏まえ、障害者への対応充実を図るため、聴覚障害者向け電子メール相談を実施した。 ・聴覚障害者を対象に、タブレット端末を活用し、手話通訳を介した相談を実施した。 ・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した。 ・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)を活用した。 ・消費生活相談の特に多い年齢層(若者・高齢者)を対象にした特別相談を実施した。(高齢者 114件、若者27件)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
・相談内容が高度・複雑化した中で、消費生活相談アドバイザーや消費生活相談カウンセラーの活用及び高度専門研修等の実施により相談対応能力向上を図り、的確な相談処理に努めた。また、聴覚障害者向けのメール相談、ICTを活用した手話通訳及び通訳を介した三者間通話による外国語相談を実施するなど、相談対応の充実を図ることで消費者の被害救済・未然防止に努めている。	
【 令和2年度の取組予定 】	
・高度化・複雑化する相談への対応能力を強化するため、専門分野グループによる効率的・効果的な相談処理を行う。 ・高度に専門的な相談に的確に対応するため、弁護士や建築士、美容医療専門家等の消費生活相談アドバイザーを活用する。 ・相談員の能力向上を図るため、高度専門研修や民間ADR機関などの関係団体との情報交換等を実施する。 ・今後増加が予想される外国人からの相談に対応するため、通訳派遣に加え、通訳を介した電話による三者間通話を実施する。 ・障害者差別解消法の趣旨を踏まえ、障害者への対応充実を図るため、聴覚障害者向け電子メール相談を実施するほか、タブレット端末を活用し、手話通訳を介した相談を実施する。 ・事業者団体や関係行政機関等に対し、消費者被害防止に向けた協力や必要な取組について要望する。 ・心のケアが必要な相談者への対応強化等を図るため、消費生活相談カウンセラー(精神保健福祉士)を活用する。 ・消費生活相談の特に多い年齢層(若者・高齢者)を対象にした特別相談を実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策5 消費者被害の救済	
(1)消費生活トラブルの解決に向けた相談対応	
【 番号 】	【施策名】
5-1-2	相談テストの実施及び技術情報の提供
【 施策の概要 】	
多様化・複雑化する商品・サービスによる事故等に関する消費相談を処理するため、科学的な視点から、当該商品等に係る事故原因究明テストや技術情報の提供などを行うとともに、関係機関等との連携強化を図りながら、安全で安心な消費生活の実現を支援する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
・商品・サービスによる事故や不具合等に関する消費者からの相談について、区市町村からの依頼も踏まえ、当該商品等に係る事故原因の究明テストや、商品等に関連する技術情報の提供を行った。 ・デジタル音楽配信、電動アシスト自転車、シルバー用品、化粧品についての正しい知識等、身近なテーマについて消費者向け実験実習講座を開催した。 ・相談テストの結果をもとに拡大被害を防止するためジェルネイルに関する消費者注意情報を発信し、注意喚起を行った。 ・多様化する商品事故に対する迅速な対応を確保するため、消費生活部や福祉保健局、国民生活センター、製品評価技術基盤機構(NITE)など庁内外の関係機関と積極的に情報交換を行うなど、連携の強化を図った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
・消費者からの相談に対する事故原因の究明テストや技術情報の提供により、的確な相談処理につながった。 ・複数相談が見られる事案等について、関係機関と連携し、拡大被害防止を図った。 ・実験実習講座や消費者注意情報に基づく注意喚起を通して、商品・サービスによる危害危険防止に関する正しい情報を都民に提供した。	
【 令和2年度の取組予定 】	
・商品・サービスによる事故や不具合等に関する消費者からの相談について、当該商品等に係る事故原因の究明テストや、商品等に関連する技術情報の提供を行う。 ・多様化する商品事故に対する迅速な対応を確保するため、消費生活部や福祉保健局、国民生活センター、製品評価技術基盤機構(NITE)など庁内外の関係機関と積極的に情報交換を行うなど、連携の強化を図る。 ・区市町村からの依頼に基づき、テスト及び技術情報の提供を行う。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

住宅政策本部

政策5 消費者被害の救済																
(1)消費生活トラブルの解決に向けた相談対応																
【 番号 】	【施策名】															
5-1-3	不動産取引に関するトラブルの解決・防止のための相談															
【 施策の概要 】																
不動産取引においては、多種多様なトラブル等が発生しており、相談件数も増加している。このため、都は、不動産の売買・賃貸借等について、電話及び窓口での相談を行い、トラブル解決へのアドバイスを行っているほか、宅地建物取引業者に対して、消費者からの相談に基づく指導や業者の事務所への立入調査等を行い、特に悪質な業者については宅地建物取引業法に基づく行政処分を行う等により、適正な不動産取引の確保に努めている。また、平成16年には「賃貸住宅紛争防止条例」を制定し、宅地建物取引業者に対して契約時に原状回復等の基本的な考え方や特約の内容などの説明を行うことを義務付けるとともに、原状回復や入居中の修繕等の基本的な考え方等について分かりやすく解説した「賃貸住宅トラブル防止ガイドライン」の周知を図っている。今後も引き続き、不動産取引に関するトラブルの未然防止に向けて取り組んでいく。																
【 令和元年度の取組状況 】																
都民等の啓発及びトラブルの解決・防止のために、電話及び窓口での相談業務を行っている。 ○不動産取引に関する相談件数(2年3月末現在) <table><tr><td>〔来庁相談〕</td><td>相談窓口</td><td>1,878件</td><td>特別相談室</td><td>1,211件</td></tr><tr><td>〔一般電話相談〕</td><td>売買</td><td>4,300件</td><td>賃貸</td><td>13,147件</td></tr><tr><td>〔業者電話相談〕</td><td colspan="4">11,814件(業法第50条第2項の相談を含む。)</td></tr></table>		〔来庁相談〕	相談窓口	1,878件	特別相談室	1,211件	〔一般電話相談〕	売買	4,300件	賃貸	13,147件	〔業者電話相談〕	11,814件(業法第50条第2項の相談を含む。)			
〔来庁相談〕	相談窓口	1,878件	特別相談室	1,211件												
〔一般電話相談〕	売買	4,300件	賃貸	13,147件												
〔業者電話相談〕	11,814件(業法第50条第2項の相談を含む。)															
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】																
不動産業課において電話及び窓口での相談業務を行うことで、不動産取引に関するトラブルの解決や未然防止に役立っている。																
【 令和2年度の取組予定 】																
引き続き、都民等の啓発及びトラブルの解決・防止のために、電話及び窓口での相談業務を行っていく。																

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

都民安全推進本部

政策5 消費者被害の救済	
(1)消費生活トラブルの解決に向けた相談対応	
【 番号 】	【施策名】
5-1-4	青少年のインターネットや携帯電話等によるトラブルに関する相談
【 施策の概要 】	
インターネット・携帯電話等の普及に伴い、青少年が架空請求やネットいじめ、迷惑メール、有害サイト等のトラブルに巻き込まれたり、被害者・加害者となるケースが増加し、大きな社会問題となっている。青少年やその保護者、学校関係者などがインターネットや携帯電話等に関し、迷惑メールや有害サイト等のトラブル、「自画撮り被害」などについて気軽に相談できる総合的な窓口「こたエール」を開設している。 (事業内容) ・ネット・ケータイ上のトラブルや悩みに関する相談の総合的窓口 ・相談内容の調査分析 ・都民やフィルタリングサービスに関係する事業者等への情報提供 等	
【 令和元年度の取組状況 】	
・青少年が多く利用する無料通話アプリ「LINE」による相談を通年実施した。 LINE相談に関しては、都民の利便性向上のため「自殺相談」(福祉保健局)及び「中高生の教育相談」(教育庁)と同一のアカウントとし、関係各署と連携を図りながら運用している。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
・LINE相談を通年実施したことにより、電話相談及びメール相談それぞれの月件数に比べ、LINE相談件数は平均約1.5倍となっている。 ・LINE相談は中学生からの相談が最も多く、これまで電話やメールでの相談をしない層からの相談が増えており、気軽に相談できるツールとして認知されているといえる。	
【 令和2年度の取組予定 】	
・LINE相談は、現行の「自殺相談」、「中高生の教育相談」、「ネットトラブル相談」の同一アカウントに令和2年6月から「若ナビα」を加え、より都民が利用しやすい環境を構築する。 ・青少年をはじめ保護者等など幅広い年代が利用しやすい相談窓口となるよう、こたエールホームページの改修を図る。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

警視庁

政策5 消費者被害の救済	
(1)消費生活トラブルの解決に向けた相談対応	
【 番号 】	【施策名】
5-1-5	生活安全相談センター等における迅速・的確な相談の受理
【 施策の概要 】	
生活安全相談センター、警察署において、架空請求をはじめとした特殊詐欺や高齢者を狙った悪質商法等に関する相談を受理した際は、事件化を視野に入れた迅速・的確な対応により早期解決を図るとともに、相談者の再被害を防止するため、実際の事例や手口に基づく具体的な対策等について指導・助言を行う。	
【 令和元年度の取組状況 】	
○ 生活安全相談センター及び警察署における架空請求や悪質商法等の相談受理時は、相談者の立場に立ち、被害の未然防止、拡大防止に資する具体的指導を行った。 ○ 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、国民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。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○ 架空請求に使用された電話番号の調査・遮断措置及び金融機関に対する不正口座の凍結が行われたことで、架空・不当請求被害の未然防止が図られている。 ○ 相談担当者実務研修会の実施や各種相談対応資料の配布により、相談係員の対応能力を強化することで、消費者からの多種多様な相談に対して具体的な指導・助言を行うとともに、関係機関窓口を教示し、迅速な手続き等を促すことにより、被害の未然防止、拡大防止が図られている。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○ 生活安全相談センター及び警察署における架空請求や悪質商法等の相談受理時は、相談者の立場に立ち、被害の未然防止、拡大防止に資する具体的指導を行う。 ○ 警察に寄せられる多種多様な消費関連問題に関する相談へ迅速・的確に対応するため、国民生活センターほか関係機関・部署との連携に努めるなど、各種取組を実施していく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策5 消費者被害の救済	
(1)消費生活トラブルの解決に向けた相談対応	
【 番号 】	【施策名】
5-1-6	区市町村消費生活相談窓口の支援
【 施策の概要 】	
住民に身近な区市町村の消費生活相談窓口を支援するため、都の高度専門的機能を活かした相談マニュアル等の提供や専門的知識を有する消費生活相談アドバイザー(弁護士等)・消費生活相談カウンセラー(精神保健福祉士)による助言、消費生活行政職員や相談員に対する研修、消費生活相談支援サイトによる情報提供などを実施する。また、消費生活相談アドバイザーや消費生活総合センターの相談員を多摩地域の市町村へ派遣し助言等を行うなど、区市町村消費生活相談窓口の総合的な支援を図る。	
【 令和元年度の取組状況 】	
○消費生活相談アドバイザー12人を活用した。(アドバイザー会議、相談コーナー等 延べ82回) ○消費生活相談アドバイザー及び相談員の派遣(多摩市町村支援) 2回、受入研修5回 ○消費生活相談カウンセラー2人を活用した。(カウンセリングコーナー、研修、出張カウンセリング等 延べ62回) ○区市町村消費生活行政担当職員等との情報連絡会の開催 22回(新型コロナウイルスの感染拡大の影響により、2月の多摩は書面開催、3月は飯田橋、多摩とも中止) ○「相談実務メモ」の発行 266件 ○区市町村からの相談処理に関する照会・回答174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 44区市町で利用 ○消費生活行政担当職員等の職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修を実施した(11回、1,656人)。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
区市町村で対応する困難な相談案件の処理等に関し、消費生活相談アドバイザーの助言、「相談実務メモ」や消費生活相談支援サイトによる最新情報の提供、問合せへの回答等により積極的に支援している。また、多摩地区のブロック毎の相談員研修等に消費生活相談アドバイザーや相談員を派遣し助言等を行うほか、消費生活相談カウンセラーを設置し助言を得る機会を確保するなど、相談業務の支援強化に努めている。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○消費生活相談アドバイザーの活用(アドバイザー会議、相談コーナー等) ○消費生活相談アドバイザー及び相談員の派遣(多摩市町村支援) ○消費生活相談カウンセラーの活用(カウンセリングコーナー、研修、出張カウンセリング等) ○区市町村消費生活行政担当職員等との情報連絡会の開催 ○「相談実務メモ」の発行 ○区市町村からの相談処理に関する照会・回答 ○「今月の消費生活相談」の発行、専門分野グループによる報告 ○PIO-NETシステムの運用支援 ○消費生活相談支援サイトの運用 ○消費生活行政担当職員等の職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修を継続して実施する。	

「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票

生活文化局・
福祉保健局

政策5 消費者被害の救済	
(1)消費生活トラブルの解決に向けた相談対応	
【 番号 】	【施策名】
5-1-7	東京都多重債務問題対策協議会の運営
【 施策の概要 】	
平成19年8月に多重債務問題対策協議会及び多重債務問題対策庁内連絡会議を設置し、多重債務者の生活再建及び多重債務問題の防止・抑止を目的に、庁内各局や関係団体が連携し、総合的な取組を推進している。具体的には、協議会に情報連絡部会、相談部会、生活再建部会、貸金業部会の4つの部会(※)を設置し、各部会において関係団体と連携して取組を進めている。各部会では、検討課題についてそれぞれの分野での専門的な議論を経て、多重債務相談「東京モデル」の普及・実施、セーフティネット貸付けの提供等による生活再建事業の推進などに取り組んでいる。今後も、取組の着実な実施を図っていく。 (※)金融経済教育部会は、平成25年度に消費者教育推進法に基づき設置された「東京都消費者教育推進協議会」に統合	
【 令和元年度の取組状況 】	
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:庁内や区市町村の職員等を対象とした研修会を実施(研修会実績:初心者向2回、経験者向2回(計289名参加)) ②相談部会:多重債務者を法律の専門家につなぐ仕組み「東京モデル」の推進(2019年度実績:120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 42件、3月 41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(2019年度相談実績:1,066件。前年度比+10.9%) 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)のほか、資金需要が高まる年末を控えた11月を「ヤミ金融被害防止強化月間」と定め、多摩・区部地域において地元警察と連携し、普及啓発事業を実施 ※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。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
○各部会において関係団体と連携して行う具体的な取組により、確実に多重債務者数や相談件数は減少している。 ○セーフティネット貸付の窓口が連携することにより、多重債務者が早期に発見され、専門的支援につながるようになった。 ○相談窓口職員を対象とした経験度別の研修を実施し、ステップアップを図ることで相談技術の向上につながった。	
【 令和2年度の取組予定 】	
4つの部会が連携し、多重債務者の生活再建や多重債務問題の防止・抑止まで視野に入れた総合的な取組を推進していく。 ○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。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策5 消費者被害の救済	
(1)消費生活トラブルの解決に向けた相談対応	
【 番号 】	【施策名】
5-1-8	東京都・区市町村・関係団体との連携による多重債務相談
【 施策の概要 】	
多重債務で苦しむ相談者が、都内のどこの消費生活相談窓口相談しても適切な対応を受けられるようにするため、区市町村に対し必要な情報を提供し、多重債務相談を法律専門家に確実につなぐ「東京モデル」の積極的な活用を促す。また、法律専門家等と直接相談できる機会をそれぞれのニーズに応じて都民に提供する「特別相談(多重債務110番)」を、法律専門家等の協力を得て、区市町村・関係団体と連携して実施する。	
【 令和元年度の取組状況 】	
○どこの区市町村の窓口へ行っても、適切な対応が行われることを目指し、多重債務相談を法律専門家に確実につなぐ「東京モデル」の積極的な活用を促すため、消費生活センター所長会、区市町村情報連絡会での情報提供等を行った。 ○東京都、区市町村、関係団体が連携した特別相談「多重債務110番」を実施した(2回)。また、一人でも多くの多重債務者の救済を図るため、都の広報媒体等を積極的に活用し広く都民に周知したほか、第2回では交通広告を実施した。 ①令和元年9月2日、3日(2日間) 合計186件(うち都42件) ②令和2年3月2日、3日(2日間) 合計75件(うち都41件)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
・東京都及び区市町村が、一人でも多くの多重債務者を救済することを目指して、都内の弁護士会及び司法書士会とともに、関係団体(日本司法支援センター、(財)日本クレジットカウンセリング協会、全国クレサラ・生活再建問題被害者連絡協議会、財務省関東財務局東京財務事務所、日本貸金業協会)の協力を得て特別相談「多重債務110番」を実施したことで、多重債務者救済の一助とすることができた。 ・特別相談実施に関する都の広報媒体及び交通広告等を展開したことで、多くの消費者へ事業周知をすることができた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○どこの区市町村の窓口へ行っても、適切な対応が行われることを目指し、多重債務相談を法律専門家に確実につなぐ「東京モデル」の積極的な活用を促すため、消費生活センター所長会、区市町村情報連絡会での情報提供等を行う。 ○特別相談「多重債務110番」を実施する際、都の広報媒体等により広く都民に周知し活用してもらうことで、一人でも多くの多重債務者の救済を図る。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

福祉保健局

政策5 消費者被害の救済	
(1)消費生活トラブルの解決に向けた相談対応	
【 番号 】	【施策名】
5-1-9	多重債務者の生活再生に向けた支援
【 施策の概要 】	
深刻な社会問題となっている多重債務問題の現状を踏まえ、平成19年8月に、多重債務者の救済及び多重債務問題の防止・抑止を目的とした、庁内各局や関係団体が連携して総合的な取組を推進する東京都多重債務問題対策協議会が設置された。この協議会における取組の柱の一つである「セーフティネット貸付けの提供」を実現するため、平成20年3月より「多重債務者生活再生事業」を開始した。この事業は、債務の状況把握や家計管理の助言等を行う生活相談、必要に応じて行う資金の貸付け及び貸付実行後のアフターフォローを実施することで、多重債務者の生活の再生を図るものである。貸付けに至らなかったケースについては、生活相談を行った後、弁護士会・司法書士会・日本クレジットカウンセリング協会・法テラス等へつなぐことで多重債務者の生活の再生を支援している。今後とも、弁護士会、司法書士会等関係機関との事業連携を推進していく。	
【 令和元年度の取組状況 】	
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。 ①多重債務者への生活相談及び必要な資金の貸付 令和2年3月末現在の生活相談件数及び必要な資金の貸付件数は次の通りである。 ・来所相談件数 1,066人(前年度比約1.1倍) ・貸付実施件数 8件(前年度比約0.6倍) ②窓口相談員等への研修会の実施 窓口相談員を講師に加えた「多重債務問題に関する研修」(経験者向け・新任向け 各2回)を実施し、区市の相談窓口職員の対応力の向上を図った。 ③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、他機関との連携した周知活動を行った。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
・窓口相談員を講師に加えた研修の実施を通じて、区市の相談窓口職員の多重債務問題への理解を深め、対応ノウハウの周知ができた。 ・東京都生活再生相談窓口リーフレットの各関係機関窓口における配布やヤミ金キャンペーン等における広報活動により、広く周知が図られた。	
【 令和2年度の取組予定 】	
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。 ①多重債務者への生活相談及び必要な資金の貸付 引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。 ②窓口相談員等への研修の実施 経験度別の研修を実施することで、多重債務問題への理解を深めると共に、更なる対応力向上を図る。 ③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。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策5 消費者被害の救済	
(2)被害回復のための取組の推進	
【 番号 】	【施策名】
5-2-1	消費者被害救済委員会による紛争解決
【 施策の概要 】	
消費生活総合センター、区市町村及び一定の要件を満たす消費者団体に寄せられた苦情・相談のうち、都民の消費生活に著しい影響を及ぼし、又は及ぼすおそれのある紛争について、知事の附属機関である「東京都消費者被害救済委員会」に付託し、あっせんや調停を行うことで、公正かつ速やかな解決を図る。 また、同一又は同種の原因による被害の防止及び救済を図るため、委員会で処理する紛争の概要、処理経過及び結果を、都民や関係機関等に広く周知する。さらに、委員会によるあっせん・調停が不調となった案件について訴訟が提起された場合、条例が規定する要件を満たすときは、委員会の意見を聴いて、当該被害者に対し、訴訟資金の貸付等、訴訟活動に必要な援助を行う。	
【 令和元年度の取組状況 】	
○委員会の処理状況は、前年度からの継続の2件に加え、新規付託3件で合計5件である。 ①83号案件「USBメモリを媒体とする投資関連学習教材の販売に係る紛争」二部会(H30.9.19付託、R1.5.30報告)部会7回実施、あっせん不調・調停解決 ②84号案件「アパレル関連商品転売の副業に係る紛争」二部会(H30.11.8付託、H31.4.25報告)部会6回実施、あっせん解決 ③85号案件「施設内360度写真のウェブサイト掲載に関する代理店契約に係る紛争」二部会(R1.5.28付託、R2.2.20報告)部会9回実施、あっせん・調停不調 ④86号案件「高齢者と複数店舗間のアクセサリ等の過量販売契約に係る紛争」一部会(R1.6.13付託)、審議中 ⑤87号案件「エキストラ応募後に結んだレッスン契約に係る紛争」二部会(R2.1.9付託)、審議中 ○上記処理実績(5件)中、区市からの案件は3件である。また、相談担当職員研修で、83号案件について部会長委員から講義いただいた。	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
各案件において付託及び報告の際には、それぞれプレス発表を行うとともに、東京都ホームページ及び「東京くらしWEB」への掲載により、都民に周知を図るとともに注意喚起を実施している。また平成30年度から、消費者被害救済委員会で審議した案件のうち1件を選択し、相談担当職員研修において、部会長の委員に講義していただいている。出席した相談員の反応も非常に良く、今後も実施していく。このことは、相談員のスキルアップにつながり、消費者トラブルの解決に役立つと考える。	
【 令和2年度の取組予定 】	
○消費者被害を迅速に救済するため、①付託手続きの円滑化、②部会運営の迅速化を図っていく。 ○区市町村からの案件受け入れ促進のため、区市町村訪問を実施し、委員会のPRはもとより、解決困難案件などの情報収集や意見交換を行っていく。 ○より多くの消費者被害の救済を図るため、日ごろから都内の消費生活センター等との意思疎通を図り、連携を深めていく。	

**「東京都消費生活基本計画」
取組実績(令和元年度)取組予定(令和2年度) 調査票**

生活文化局

政策5 消費者被害の救済	
(2)被害回復のための取組の推進	
【 番号 】	【 施策名 】
5-2-2	特定適格消費者団体への支援
【 施策の概要 】	
相当多数の消費者に生じた財産的被害を民事の裁判手続により回復する「集团的消費者被害回復訴訟制度」が平成25年12月に創設され、平成28年10月からスタートした。この制度を担う特定適格消費者団体が継続的・安定的に業務を遂行することができるよう、平成29年4月に訴訟資金の無利子貸付制度を創設するとともに、必要な相談情報の提供などの総合的な支援を行っている。	
【 令和元年度の取組状況 】	
①消費者団体訴訟制度連絡会を令和2年1月に開催し、情報や意見の交換を行った。 ②特定適格消費者団体に対し、被害回復裁判手続資金の貸付を行った。(3件)	
【 「消費者の視点」から見た、取組による成果 】	
特定適格消費者団体に対して消費生活相談情報の提供や訴訟資金の貸付けを行うことで、消費者被害回復関係業務の円滑な遂行を支援した。	
【 令和2年度の取組予定 】	
特定適格消費者団体が集团的消費者被害回復訴訟を円滑に遂行できるよう、以下の取組等により、総合的な支援を行っていく。 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特定適格消費者団体が被害回復関係業務を適切に運用できるようにするため、特定適格消費者団体からの要請に応じて消費生活相談情報の提供を行う。 ③特定適格消費者団体に対し、被害回復裁判手続資金の貸付を行う。	