

東京都消費生活基本計画  
取組予定（令和5年度）  
調 査 票

## 東京都消費生活基本計画(改定)における消費者教育に関する施策一覧

### 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「東京暮らしWEB」等による消費生活情報の総合的な提供	生活文化スポーツ局
(1-1-2)	ライフステージに応じた消費生活情報の提供	生活文化スポーツ局
(1-1-3)	効果的な情報発信による消費者被害防止啓発	生活文化スポーツ局
(1-1-4)	高齢者を狙った特殊詐欺被害防止	生活文化スポーツ局
(1-1-9)	ヒヤリ・ハット調査を基礎とした潜在危険の情報提供	生活文化スポーツ局
(1-1-10)	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発	生活文化スポーツ局
(1-1-11)	乳幼児の事故防止に向けた啓発	福祉保健局

#### (2) 高齢者の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
(1-2-3)	高齢者等の消費者被害を防止するための見守り人材の育成及び民間事業者との連携	生活文化スポーツ局

### 政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及

#### (1) 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の強化

施策番号	施策名	局
(4-1-1)	消費者教育推進協議会の運営	生活文化スポーツ局
(4-1-2)	高等学校における消費者教育の推進	教育庁
(4-1-3)	小・中学校における消費者教育の推進	教育庁
(4-1-4)	消費者教育に携わる教員への支援	生活文化スポーツ局
(4-1-5)	生徒・学生等に対する消費者教育	生活文化スポーツ局

#### (2) 急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進

施策番号	施策名	局
(4-2-1)	多種多様なテーマ・手法による消費生活講座	生活文化スポーツ局
(4-2-2)	事業者等による消費者教育の促進	生活文化スポーツ局
(4-2-3)	事業者団体等の取組に関する情報提供	生活文化スポーツ局
(4-2-4)	事業者団体等との連携による消費生活講座	生活文化スポーツ局

施策番号	施策名	局
(4-2-5)	区市町村に対する消費者教育推進に向けた支援	生活文化スポーツ局
(4-2-6)	区市町村における消費者教育推進体制の整備等への支援	生活文化スポーツ局
(4-2-7)	地域における消費者教育の担い手の育成	生活文化スポーツ局
(4-2-8)	消費者教育教材の作成	生活文化スポーツ局
(4-2-9)	消費者団体等の活動支援	生活文化スポーツ局
(4-2-10)	消費生活に関する図書資料室等の運営	生活文化スポーツ局
(4-2-11)	消費者団体との協働事業	生活文化スポーツ局
(4-2-12)	計量に関する周知活動と教育の推進	生活文化スポーツ局
(4-2-13)	青少年のインターネット適正利用啓発講座	生活文化スポーツ局
(4-2-14)	SNSトラブル防止動画コンテスト☆	生活文化スポーツ局
(4-2-15)	児童等に対する防火防災教育	東京消防庁
(4-2-16)	食育推進活動支援のための情報提供	中央卸売市場
(4-2-17)	食育の推進☆	産業労働局
(4-2-18)	金融リテラシーの向上☆	政策企画局

(3) 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
(4-3-1)	エシカル(倫理的)消費の理解の促進	生活文化スポーツ局
(4-3-2)	廃プラスチック・食品ロスに係る資源ロス削減の推進	環境局
(4-3-3)	「ふくしま⇄東京キャンペーン」の展開と被災3県の県産品の消費拡大	総務局
(4-3-4)	福祉・トライアルショップの展開	福祉保健局
(4-3-5)	地産地消の推進☆	産業労働局
(4-3-6)	身近な生活環境でのVOC(揮発性有機化合物)対策	環境局
(4-3-7)	生物多様性の普及啓発	環境局
(4-3-8)	環境学習の推進	環境局
(4-3-9)	環境問題に配慮する消費者行動促進支援	環境局
(4-3-10)	省エネラベリング制度☆	環境局
(4-3-11)	気候変動適応策の推進☆	環境局
(4-3-12)	新たな環境施策を推進するための広報展開	環境局
(4-3-13)	ゼロエミッションモビリティの普及促進	環境局
(4-3-14)	エコドライブ推進のための普及啓発	環境局
(4-3-15)	環境にやさしい交通施策の推進	環境局
(4-3-16)	ゼロエミッション住宅の普及促進☆	環境局
(4-3-17)	家庭の省エネ・節電促進☆	環境局
(4-3-18)	家庭における再生可能エネルギーの普及促進☆	環境局
(4-3-19)	サステナブルファイナンスへの理解向上☆	政策企画局

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止</b>	
<b>(1)被害防止のための注意喚起・情報発信</b>	
<b>【 番号 】</b>	<b>【 施策名 】</b>
(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
<b>【 施策の概要 】</b>	
<p>くらしに関わる情報サイト「東京くらしWEB」で、消費者被害情報・危害危険情報等による注意喚起やアドバイス、困ったときに頼りになる相談FAQ、楽しく学べる動画やクイズ形式の教材などにより、総合的かつ時勢を捉えた有用な消費生活関連情報を簡潔で伝わりやすい表現等を工夫し提供すると共に、WEBページの構造等の改修により、関心のあるテーマを探しやすく、かつ興味の深掘りや展開を促すための充実を図っていく。消費生活トラブルに関する情報(相談FAQ)は、併せて外国語(英・中・韓)での情報提供を行う。</p> <p>これらの情報は、SNS(消費生活行政ツイッター、フェイスブック)等も活用し、「伝わる」情報発信となるよう、読みやすく消費者の関心を引き寄せる表現等を工夫しながら、効果的に発信する。</p>	
<b>【 令和5年度取組予定 】</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>・情報発信ツールの調査やアクセス分析等を参考に、対象となる消費者層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。</li><li>・WEBサイトの改修や消費生活相談チャットボットの運用に加え、「東京くらしWEB」訪問者に、サイト内でより多くの情報に触れ、関心を高めてもらえるページ作りを行う。</li><li>・「東京くらしWEB」全体を対象としたAI翻訳機能を導入し、外国語(英・中(簡・繁)・韓)での情報提供を行う。</li></ul>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

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	
<b>【番号】</b>	<b>【施策名】</b>
(1-1-2)	ライフステージに応じた消費生活情報の提供
<b>【施策の概要】</b>	
<p>最新の被害事例や注意点など、消費生活に関わる様々な話題についてわかりやすく情報提供し、都民の消費者意識の高揚と主体的・合理的な消費行動の促進を図る。</p> <p>情報提供に当たっては、「東京くらしWEB」を基本としながら、世代により情報収集する媒体が異なることを踏まえ、高齢者に対しては「東京くらしねっと」等の紙媒体、若者にはSNS等の電子媒体を活用するなど、対象を明確にした上で重層的な情報発信を行い、効果的な広報展開を目指す。なお、視覚障害者向けに「東京くらしねっと」のCD版を作成するなど、消費者の多様性に配慮した情報発信にも取り組む。</p>	
<b>【令和5年度の取組予定】</b>	
<p>○消費生活情報紙「東京くらしねっと」を主に高齢者(成人一般を含む)を対象として発行</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・学識経験者、消費者団体、公募して採用した読者委員の外部委員とともに「編集企画会議」を開催の上、掲載記事テーマを検討して作成</li><li>・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</li><li>・視覚障害者向けに東京くらしねっとCD版を発行(年6回)</li></ul> <p>○主に若者(成人一般を含む)に向けた情報提供のため、東京くらしWEBに消費生活に関連した情報を掲載し、SNS等を活用した情報発信を実施</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

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	
<b>【番号】</b>	<b>【施策名】</b>
(1-1-3)	効果的な情報発信による消費者被害防止啓発
<b>【施策の概要】</b>	
<p>消費者被害が深刻な高齢者と若者に対象を絞ったキャンペーンや、事業者団体・関係機関など多様な主体との連携事業など、様々な啓発活動を実施する。</p> <p>実施に当たっては、都の広報媒体を始め、ポスター、交通広告、SNSなど対象に合わせた媒体の活用や多様な主体との連携により広く周知を図る。対象に「伝わる」情報発信・注意喚起となるよう、提供手法や内容・コンテンツの充実を図ることにより事業への認知を高めながら、効果的な啓発を行う。</p>	
<b>【令和5年度の取組予定】</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>○高齢者悪質商法被害防止キャンペーン(9月:関東甲信越ブロック共同キャンペーン)</li><li>○若者向け悪質商法被害防止キャンペーン(1~3月:関東甲信越ブロック共同キャンペーン)</li><li>○成年年齢引下げを契機とした消費者被害防止のための若者参加型事業<ul style="list-style-type: none"><li>・消費者トラブルをテーマに、若者からCMコピー等を公募</li><li>・動画化した受賞作品のSNS配信、消費者啓発イベントの開催等プロモーションの実施</li></ul></li><li>○事業者団体・関係機関等と連携した啓発(郵便局封筒広告掲載:12月から)</li></ul>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止</b>	
<b>(1)被害防止のための注意喚起・情報発信</b>	
<b>【番号】</b>	<b>【施策名】</b>
(1-1-4)	高齢者を狙った特殊詐欺被害防止
<b>【施策の概要】</b>	
<p>都内における令和3年の特殊詐欺の被害状況は、認知件数が3,319件、被害額は約66億2,000万円で、令和2年と比較して増加しており、予断を許さない状況である。これら特殊詐欺被害防止のため、都は、主に高齢者に対して、特殊詐欺の被害に遭う危険性を啓発するため、希望者に特殊詐欺の犯行手口を模した電話やSMSを受信させる特殊詐欺被害防止に向けた体験型啓発事業を実施する。また、警視庁、区市町村と連携し、各地において特殊詐欺被害防止公演などの広報啓発活動を実施している。</p>	
<b>【令和5年度の実施予定】</b>	
<p>令和5年度も引き続き特殊詐欺被害防止公演を年80回実施し、最新の手口や防犯対策などを盛り込み、寸劇を通じて楽しみながら特殊詐欺対策について学んでもらい、被害防止を図る。</p> <p>特殊詐欺被害防止に向けた体験型事業では、令和5年度から出張型体験事業に切り替えて実施する。具体的には集会などに都が委託した講師を派遣し、特殊詐欺の最新の手口や対策に関する講義を実施するほか、実際の電話機を使用して特殊詐欺の模擬電話を体験してもらいながら、高齢者や子孫世代に特殊詐欺の危険性を認識してもらい、被害防止を図る。</p> <p>特殊詐欺被害防止リーフレットについては、更に分かりやすくなるようデザインを一新させるとともに、高齢者もインターネットによる詐欺のターゲットになっていることから、最新の手口を掲載するなど被害防止を図る。</p>	



**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止</b>	
<b>(1)被害防止のための注意喚起・情報発信</b>	
<b>【 番号 】</b>	<b>【 施策名 】</b>
(1-1-9)	ヒヤリ・ハット調査を基礎とした潜在危険の情報提供
<b>【 施策の概要 】</b>	
<p>平成26年に公表された国民生活センター実施の国民生活動向調査によると、購入した商品や利用したサービスについて不満を感じたことがある、又は経済的・身体的な被害を受けたことがあると答えた人のうち、消費生活センターなど行政の相談窓口相談したのは2.8%となっている。危害・危険情報は顕在化しにくく、身近に潜む危険を知らせるヒヤリ・ハット情報は、家庭や社会の片隅に埋没してしまっている。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>	
<b>【 令和5年度取組予定 】</b>	
<p>インターネットによるアンケート調査により、ヒヤリ・ハット体験事例を収集・分析するヒヤリ・ハット調査を実施する。調査結果を基に、ヒヤリ・ハットレポートを作成・配布し、都民への注意喚起に取り組むとともに、関係機関及び事業者へ調査結果を情報提供し、被害の未然・拡大防止を図る。</p> <p>また、必要に応じて商品テストや安全性に係る調査のテーマとして取り上げ、調査・分析を行い、商品事故等の危害・危険防止対策につなげていく。</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止</b>	
<b>(1)被害防止のための注意喚起・情報発信</b>	
<b>【 番号 】</b>	<b>【 施策名 】</b>
(1-1-10)	子供の事故防止に向けた情報発信・普及啓発
<b>【 施策の概要 】</b>	
<p>次代を担う子供の安全対策のため、商品・サービスに関する危害・危険について、子供が集まる各種イベントのほか、社会科見学や家族連れの来訪者の多い東京消防庁防災館において、日常における事故をわかりやすく伝達するなど普及啓発を実施するとともに、幼稚園や保育所等を通して保護者にチラシを配布したり、ネットへ情報を掲載するなど、必要な情報を必要としている消費者に届ける。</p>	
<b>【 令和5年度の実施予定 】</b>	
<p>東京消防庁防災館との連携や、子育て世代が集まるイベント等への出展を行うとともに、区市町村と連携し、消費生活展等での模型・パネル等の展示を行う。 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や東京暮らしWEBへ掲載したり、商品等安全対策協議会の提言に基づいて作成したリーフレットを配布する等、普及啓発の取組をあらゆる方面から行っていく。</p>	

「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策1 消費者被害の未然防止と拡大防止	
(1)被害防止のための注意喚起・情報発信	
【番号】	【施策名】
(1-1-11)	乳幼児の事故防止に向けた啓発
【施策の概要】	
保護者など周りの大人が子供の年齢や成長段階に応じた特性・行動を知ることにより、事故防止のための適切な行動を取れるよう、学習ソフト、ハンドブック等による啓発のほか、ホームページでの情報提供等を実施する。	
【令和5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。 また、学習ソフトについて、現在の実態に即した事故防止策へ内容の更新・見直しを行う。	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

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	
<b>【番号】</b>	<b>【施策名】</b>
(1-2-3)	高齢者等の消費者被害を防止するための見守り人材の育成及び民間事業者との連携
<b>【施策の概要】</b>	
<p>高齢者の身近にいる家族やケアマネジャー、民生委員・児童委員など高齢者を見守る人々を対象に、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイント、被害発見時の対応などをテーマとした出前講座を実施する。実施に当たっては、デジタル化やキャッシュレス化の進展など、社会の変化に即した新たな被害事例・手口への対応方法も盛り込む。</p> <p>また、宅配業務等で高齢者世帯を訪問する事業者と協定を締結し、事業者が訪問時に高齢者本人や家族などに直接声かけしながら注意喚起リーフレットを直接手渡しする「悪質商法注意喚起プロジェクト」を実施する。実施に当たっては、高齢者のライフスタイルに身近な事業者の新規開拓など、事業の拡充を検討しながら、引続き事業者と連携した効果的な啓発を実施する。</p>	
<b>【令和5年度の取組予定】</b>	
<p>○高齢者見守り人材向け出前講座 高齢者を見守る人々を対象とし、最新のトラブル事例をもとに、被害の早期発見、悪質商法の特徴、見守りのポイントなどを講義。受講者のニーズに合わせてオンライン対応も行うなど、効果的な内容で実施</p> <p>○悪質商法注意喚起プロジェクト 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直接届ける注意喚起を実施(9月～12月に都内全域で約16万部配布)</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及</b>	
<b>(1)成年年齢引き下げに対応した消費者教育の強化</b>	
<b>【 番号 】</b>	<b>【 施策名 】</b>
(4-1-1)	消費者教育推進協議会の運営
<b>【 施策の概要 】</b>	
<p>消費者団体、事業者団体、教育関係者など、消費者教育に関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。</p> <p>また、構成員間の意見交換等を通じて、消費者教育に関する情報収集を行う。</p>	
<b>【 令和5年度の取組予定 】</b>	
<p>・都における消費者教育を総合的、効果的に推進していくため、協議会を開催し、意見交換等を行う。</p> <p>また、構成員間の意見交換等を通じて、消費者教育に関する情報収集を行う。</p> <p>・消費生活部門と学校教育部門が連携し、消費者教育の充実を図るため、消費者教育推進庁内連絡会議を開催する。</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及</b>	
<b>(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進</b>	
<b>【 番号 】</b>	<b>【 施策名 】</b>
(4-1-2)	高等学校における消費者教育の推進
<b>【 施策の概要 】</b>	
<p>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。</p> <p>成年年齢が満18歳に引き下げられ、高校生であっても、様々な契約の主体となれることから、生徒自身が自ら考え自己表現を図るとともに、積極的に社会に参画する主体として自立することや、他者と協働してより良い社会を形成する資質・能力を育成することが一層重要になる。また、成年年齢引き下げにより懸念されている消費者被害の未然防止の観点から、消費者教育を充実させる必要もある。</p> <p>そのため、家庭科や公民科等の教科をはじめとする教育活動全体を通じて、消費者教育の充実を図り、消費者の権利と責任を踏まえ自立した消費行動をとることができる、社会の形成者として必要な資質・能力を育成する。</p>	
<b>【 令和5年度の実施予定 】</b>	
<p>各学校における消費者教育の更なる充実に向け、次の内容に取り組む。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・公民科や家庭科において、消費生活に関する正しい知識を習得し、適切に行動する実践力を身に付ける授業の実施</li><li>・連絡会及び講習会の実施</li><li>・東京都教職員研修センターでの研修の実施</li><li>・生徒向けのリーフレットの配布(デジタル)</li><li>・東京都消費生活総合センターとの連携による、消費者教育講座の紹介、視聴覚教材の活用に向けた情報提供</li><li>・生活文化スポーツ局配信の消費生活メールマガジンの周知</li><li>・「社会への扉」の紹介と活用の推進</li></ul>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及</b>	
<b>(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進</b>	
<b>【 番号 】</b>	<b>【 施策名 】</b>
(4-1-3)	小・中学校における消費者教育の推進
<b>【 施策の概要 】</b>	
<p>現在、小・中学校においては、児童・生徒が消費者としての当事者意識を持てるよう計画的に指導を行うことが重要となっている。そのため、区市町村教育委員会を対象とした消費者教育・環境教育推進委員会を、義務教育指導課事業説明会として年間3回開催する。この推進委員会において、東京都教育委員会の消費者教育に関わる事業の情報提供や、東京都消費生活総合センター等関係機関との情報交換などを行い、「契約」等消費者としての基礎的知識を習得させることを通して、小・中学校における消費者教育を推進する。</p>	
<b>【 令和5年度取組予定 】</b>	
<p>・小・中学校における消費者教育の充実に向けて、東京都及び東京都教育委員会の消費者教育に関わる主な事業や区市町村教育委員会の取組等について、区市町村教育委員会を対象に、年3回程度情報提供を行う。</p> <p>・消費者教育フェスタ等の開催についての周知を行う。</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1)成年年齢引き下げに対応した消費者教育の強化	
【番号】	【施策名】
(4-1-4)	消費者教育に携わる教員への支援
【施策の概要】	
<p>主体的な消費行動ができる消費者を育成するためには、小・中・高等学校において、学習指導要領に基づき児童生徒の発達段階に応じた消費者教育を行うことが重要である。学校での消費者教育の取組が進む中で、更なる定着を図るため、教育庁等と連携し、実際に消費者教育に関する授業や生徒指導を行う教員を支援する必要がある。</p> <p>については、学校における消費者教育に必要な知識を提供するため、小・中・高等学校、特別支援学校の教職員を対象とした「消費者問題教員講座」を区部・多摩の会場で実施する。実施に当たっては、社会情勢を踏まえた最新の消費者問題を取り上げるほか、オンラインツール等を活用しながら教員の負担軽減と利便性向上を図るなど、内容の充実と環境整備に取り組む。</p> <p>また、消費生活上の新たな課題や実践的な消費者教育に関する情報を提供するため、教員向け消費者教育情報提供誌「わたしは消費者」を発行して教育機関に配布するとともに、「東京くらしWEB」にWEB版を掲載することに加え、教員向けメールマガジンを活用する等、広く情報提供を図る。</p> <p>さらに、学校教育と消費者教育をつなぐ消費者教育コーディネーターが教員や学校から消費者教育に関する要望や相談を受け、消費者教育教材や出前講座等の実践的な消費者教育に資するコンテンツを提案するなど、教育活動に必要な調整を行っていく。</p>	
【令和5年度の取組予定】	
<p>○消費者問題教員講座 最新の消費者教育や指導方法を取り入れながら、授業で知識や情報が適切に活用されることを意識した講座を実施(夏休み期間中。オンライン・集合)</p> <p>○「わたしは消費者」発行(年4回) 消費生活に関する法律や制度改正に関する動向も見据えながら、学校における消費者教育に役立つテーマを取り上げ作成</p> <p>○学校向けメールマガジンの配信(月1回程度) 教員講座や学生向け注意喚起などを提供</p> <p>○成年年齢引下げに係る啓発物の作成・配布 高校2年生の保護者を対象としたチラシ及び高校2年生を対象とした啓発ノート(各12万部)</p> <p>○消費者教育コーディネーター 都教委等との連携強化を図り、校長会等で組織的な周知を行うほか、高校を始め、中学校や特別支援学校等にも個別に働きかけを実施</p>	



**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(1) 成年年齢引き下げに対応した消費者教育の強化	
【番号】	【施策名】
(4-1-5)	生徒・学生等に対する消費者教育
【施策の概要】	
<p>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。成年年齢引下げを踏まえ、18歳、19歳を始めとした若者の被害を未然に防止するためには、特に社会に出る前の生徒・学生に対する消費者教育が重要である。</p> <p>このため、高等学校や大学はもちろん義務教育も対象に東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を講師派遣する出前講座や社会人ボランティア等を活用した出前寄席を実施する。</p> <p>また、学校教育に加えて家庭や地域における消費者教育を進めるため、PTAや保護者、消費者教育を受ける機会のない若者等に対し、若者が巻き込まれやすい代表的なトラブル事例や対処方法、デジタル、金融経済教育に関する講義など、実践的な内容の出前講座や消費生活講座も実施する。これらの講座は、若者から寄せられた消費生活相談を基に被害実態を分析し、得られたデータを反映することにより、すぐに役立てられる有益な内容とする。さらに、周知は消費者団体やNPO等関係機関と連携して行うなど、幅広く普及に取り組んでいく。</p>	
【令和5年度の実施予定】	
<p>○学校向け出前講座          学生・生徒等に対して悪質商法の被害防止等を目的とする講座を実施。都教委や区市町村消費生活センター等関係機関と連携し、小中学校、高校、特別支援学校に対して組織的な周知や個別の働きかけを行う。</p> <p>○出前講座・寄席(大学等)          多くの学生が参加する新生入生向けガイダンスや学内イベント、大学の教職員と連携したゼミ単位での啓発を実施</p> <p>○出前講座(PTA、保護者、NPO等)          学校等を通じた広報により保護者会などでの活用を促進</p> <p>○成年年齢引き下げに対応するため、東京都消費者啓発員(コンシューマーエイド)やボランティアを活用し、学校等における消費者教育へのニーズに的確に応えていく。</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-1)	多種多様なテーマ・手法による消費生活講座
【施策の概要】	
<p>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。</p> <p>具体的には、区部・多摩の会場において実験や調理を伴いSDGsや地産・地消等の理念を 実践的に学べる体験型の講座(実験実習・食育等)や、親子やシニア・ミドル世代など対象別の講座等を開催するほか、都民が企画するイベント・集会等に東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)を派遣する出前講座や、社会人ボランティア等を派遣する出前寄席を実施する。実施に当たっては、社会の高度情報化により生じる新たな消費者トラブルを取り上げるほか、外国にルーツを持つ人々や障害者など、多様な消費者に寄り添える内容とする。</p> <p>また、オンラインツール等を活用するとともに、デジタルデバインドへの対応も念頭に、集合形式とオンラインを組み合わせた複合的な講座実施を進めるなど、わかりやすい運営に努め、受講者の負担軽減と利便性向上を図りながら、内容の充実と環境整備に取り組む。</p>	
【令和5年度の取組予定】	
<p>○出前講座・出前寄席 東京都消費者啓発員(コンシューマー・エイド)や大学の落語研究会、社会人ボランティア等を消費者の希望する場所へ派遣(オンライン対応も行う)。オンライン開催時の講座内容の工夫など、提供内容や手法についても検討し、さらなる活用の促進を図る。</p> <p>○消費生活講座 世代別・対象別など多様な消費者を対象に話題性のある様々なテーマを設定して実施(3回)</p> <p>○実験実習講座 消費者に身近で話題のあるテーマを設定して実施(8テーマ、16回)。</p> <p>○食育講座 地産地消、食品ロス削減、エシカル消費、食品の安全・表示等、食に関するテーマで実施(6回)</p> <p>○親子講座 小学生とその保護者を対象として、金銭教育、情報リテラシー、環境問題、食生活など、小学生への消費者教育において必要とされるテーマで実施(8回)</p> <p>○連続講座 シニア・ミドル世代を対象に生活に身近なテーマを設定することにより実施(10回)</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-2)	事業者等による消費者教育の促進
【施策の概要】	
事業者等における従業員向け消費者教育を促進するため、従業員向けの消費者教育に積極的に取り組む事業者等の事例をホームページに掲載して紹介するなど、啓発強化を図る。また、事業者等からのニーズに応じ、新入社員向け・中堅社員向けといったライフステージやテーマを分けた出前講座を活用するよう、働きかけを行う。	
【令和5年度の実施予定】	
○事業者等のニーズ(対象世代・テーマ等)に応じた出前講座を実施し、効果的な消費者教育を行う。 ○事業者・事業者団体等が行う従業員向けの研修などの取組事例をくらしWEBで紹介し、事業者等の取組を促進	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-3)	事業者団体等の取組に関する情報提供
【施策の概要】	
事業者団体等は、その専門性を活かし、多種多様な消費者教育教材・啓発資料等の作成や、学校等に対する講師派遣事業を行っている。消費者が状況に応じて適切な教材等を選択・活用できるようにするため、「東京くらしWEB」で教材等を紹介するほか、都で開催する講座や展示コーナーで資料等を配布するなど、認知を高めるとともに、更なる活用促進を図る。	
【令和5年度の取組予定】	
○事業者団体等が作成した消費者教育教材及び各団体・機関が実施する出前授業に関する情報を東京くらしWEBに掲載 ○展示・交流コーナーにおいて、事業者団体等が作成した消費生活に関するリーフレット等を配架するほか、パネル展示による情報提供を実施 ○消費者問題教員講座において、事業者団体が作成した消費者教育教材等の展示による情報提供を実施	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-4)	事業者団体等との連携による消費生活講座
【施策の概要】	
消費者教育を効果的に推進するためには事業者団体等が持つ経験や専門性を活かすことが不可欠である。そのため、事業者団体等とも連携しながら、都民を対象とした消費生活講座等を実施する。実施に当たっては、事業者団体等の知見も得ながら新たな消費者問題を取り上げるほか、オンラインツール等を活用しながら受講者の負担軽減と利便性向上を図るなど、幅広い年齢層が参加しやすい受講環境を整備することにより、適切な情報提供を行う。	
【令和5年度の取組予定】	
○消費生活講座 身近で話題性のあるテーマを設定して開催 ○多様な主体との連携講座 専門知識を持つ事業者団体等と連携を図りながら、デジタルや金融教育など消費者教育における喫緊の課題や消費者の関心の高いテーマで実施 ○高齢者向けセミナー 東京都生活協同組合連合会と連携して高齢者の消費者被害防止をテーマとした講座を企画・実施	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及</b>	
<b>(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進</b>	
<b>【 番号 】</b>	<b>【 施策名 】</b>
(4-2-5)	区市町村に対する消費者教育推進に向けた支援
<b>【 施策の概要 】</b>	
<p>主体的に選択・行動ができる自立した消費者への変革を促すためには、消費者の生活に身近な区市町村における消費者教育が重要である。一方で、消費者教育に携わる職員の体制や教育に関するノウハウの有無等は自治体により違いがあるため、都として多角的な支援を行うことで、都内全域で消費者教育の質の向上を図る必要がある。</p> <p>具体的には、区市町村消費生活センター所長会等を活用し、消費生活行政や消費生活講座に関する情報・ノウハウを提供するほか、職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修実施、区市町村で開催する消費生活講座の共催実施や消費生活展等で活用してもらうためのパネルの貸出しなどを行う。加えて、小・中学校における授業等で着実に消費者教育が行われるよう、消費者教育コーディネーターが地域の実情に応じて教材や講座等のコンテンツを提案するなど、学校における教育活動の推進に必要な調整を行っていく。</p>	
<b>【 令和5年度取組予定 】</b>	
<p>○「東京都・区市町村消費生活行政情報」の発行、消費生活講座開催状況の情報提供、区市町村消費生活センター所長会を通じて区市町村に消費生活に関する情報提供・共有を行い、区市町村における消費者教育等の体制を強化</p> <p>○消費生活行政担当職員等の職務に係る知識や実務能力の向上を図るための研修を定期的・継続的に実施(11回)</p> <p>○消費者問題マスター講座において、消費者問題に関して知識を習得する機会を提供するため、受講者に「区市町村優先枠」を設け、区市町村を通じて申し込みのあった者を受け入れることで、地域における消費者教育等の担い手を育成</p> <p>○区市町村に対し、東京都消費者啓発員の派遣による出前講座の活用についてあらゆる機会を通じて働きかけ</p> <p>○市町村との共催講座において、市町村の消費者教育事業の状況を把握した上で、都のノウハウ・経験をもとに活用しやすい事業を提案するなど、効果的は消費者教育につながるコーディネート機能を果たす。</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-6)	区市町村における消費者教育推進体制の整備等への支援
【施策の概要】	
<p>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。</p> <p>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。</p>	
【令和5年度の実施予定】	
<ul style="list-style-type: none"><li>・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、教育部門との連携により、様々な機会を捉えて区市町村の消費者教育推進の支援を行う。</li><li>・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、都での実施事例や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。</li></ul>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-7)	地域における消費者教育の担い手の育成
【施策の概要】	
<p>消費者問題を体系的に学ぶことにより、地域や職場などで消費者教育等の推進に中心的な役割を果たすことができる人材を育成するため、社会情勢の変化に伴い消費者に必要な知識等を提供する連続講座を区部・多摩の会場で開催する。実施に当たっては、最新の消費者問題に関するテーマを取り上げるとともに、オンラインツール等を活用することにより受講者の負担軽減や利便性の向上を図る。</p> <p>さらに、受講者に対しては、消費者教育活動を促進するため、区市町村が実施する消費者啓発事業や消費者団体の活動等に関する情報を提供するほか、希望する区市町村に対しては、地域での活動に意欲のある受講者の情報を提供するなど、地域における消費者教育の推進を支援する。</p>	
【令和5年度の実施予定】	
<p>○消費者問題マスター講座(全13講座)</p> <p>講座受講者の活動を促進するため、講座受講者に対し、区市町村が実施する消費者啓発事業や消費者団体の活動等に関する情報を提供。また、希望する区市町村に対し、地域で消費者教育に携わる意思のある講座受講者の情報を提供することで、地域における積極的な人材活用を促す。</p>	



**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-8)	消費者教育教材の作成
【施策の概要】	
<p>主体的に選択・行動できる消費者の育成・支援を図るため、WEB版消費者教育読本や消費者教育DVD等、子供から高齢者に至るまでの各ライフステージに対応した活用しやすい消費者教育教材を作成する。</p> <p>なお、既存教材を含めた教材の学校での活用については、校長連絡会や教育研究会などの場や、教員向けの消費者問題教員講座、個別学校への消費者教育コーディネートなどを通じて積極的に働きかけを行うなど、教材等に対する認知を高めるとともに、更なる活用促進を図る。</p>	
【令和5年度の取組予定】	
<p>○WEB版消費者教育読本 児童・生徒が消費者としての意識を持ち、社会の中で主体的に判断し行動できる力を身につけることを目的とし、都教委や学校現場と連携して教材を作成。学校の授業等での活用を図る。</p> <p>○消費者教育DVD 楽しく分かりやすい教材として新作を作成</p> <p>○「飯田橋四コマ劇場」 ライフステージに応じた消費者教育を推進するため、若者向け・ミドル層向け・高齢者向けに、様々な悪質商法の手口などを4コマ漫画で紹介する消費者読本の活用を働きかけ</p> <p>○消費者教育・啓発ノート 高校2年生を対象として、成人になる前に押さえておきたい消費生活の知識や消費生活トラブルの相談機関を紹介</p> <p>○教材の活用 校長連絡会・教育研究会などの組織や、教員向けの消費者問題教員講座、個別学校への消費者教育コーディネーターなどを通じた働きかけなどを通じ、利用促進を強化</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-9)	消費者団体等の活動支援
【施策の概要】	
<p>消費者問題の解決には、専門的な知識や経験を持つ消費者団体等との協働が不可欠である。そこで、消費者団体・グループの活動の場として区部・多摩地域で 学習室・教室の貸出しを行い、自主的な学習や活動等を支援する。学習室や教室については、デジタル化に対応した設備を取り入れるなど、団体等が利用しやすい環境の整備に努める。また、消費者に対する情報発信等の活動が効果的に行われるよう、消費者団体等と協働した「協働学習会」を実施するなど、団体等の活動支援を行う。</p>	
【令和5年度の取組予定】	
<p>○消費者団体・グループの活動の場として消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの学習室及び教室を貸出。申込をオンラインで受け付けることで、利用者の利便性を向上</p> <p>○多摩消費生活センターにおいてセキュリティに配慮したWi-Fiを配備し、施設全域で来所者が自由に利用できる環境を整備</p> <p>○一般消費者に対する情報発信のための学習会として、消費者団体等と協働して協働学習会を実施</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-10)	消費生活に関する図書資料室等の運営
【施策の概要】	
消費生活総合センター(区部・多摩)にそれぞれ 図書資料室を設置し、消費生活に関する図書、行政資料、団体資料(消費者団体、事業者団体)、消費者教育DVD等を総合的に収集・整備し、閲覧や貸出に供する。加えて、事業者団体等が発行するリーフレット等を配架して来所者に提供するほか、商品テスト物等の展示を行うなど、消費者への啓発強化を図る。	
【令和5年度の実行予定】	
○図書資料室の運営 消費生活総合センター及び多摩消費生活センターの図書資料室において、最新の動向を踏まえた消費生活に関する図書、行政資料、団体資料(消費者団体、事業者団体)、DVD等の収集・整備を行い、閲覧・貸出等により提供 ○パンフレットコーナー及び展示コーナー 消費生活部生活安全課からの商品テスト物等の提供と併せて、都民の消費生活に有益な情報を提供	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
<b>【番号】</b>	<b>【施策名】</b>
(4-2-11)	消費者団体との協働事業
<b>【施策の概要】</b>	
<p>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区部・多摩の会場で各種事業を展開している。実施に当たっては、より多くの都民の参加が得られるよう、消費者を取り巻く最新の消費者問題やSDGsなど時代に適合したテーマを取り上げるほか、オンライン配信等の情報提供手段も活用することで更なる事業の拡充を図る。</p>	
<b>【令和5年度の実施予定】</b>	
<p>○消費者月間事業 消費者問題の解決に向け、消費者団体と東京都による協働事業として実施。より多くの都民の参加が得られるよう、オンライン配信等の活用やエシカル消費など時代に適合したテーマ設定など、企画立案の充実を図るとともに、広報展開も強化</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及</b>	
<b>(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進</b>	
<b>【 番号 】</b>	<b>【 施策名 】</b>
(4-2-12)	計量に関する周知活動と教育の推進
<b>【 施策の概要 】</b>	
<p>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。</p> <p>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、SNS及びリーフレットでの情報提供等を実施する。</p> <p>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。</p>	
<b>【 令和5年度の取組予定 】</b>	
<p>計量制度の普及啓発を図るため、これまでの新型コロナ下での経験を活かし、Webコンテンツなどの有効活用を図るとともに、感染状況を適切に判断して引き続き下記の取組を行っていく。</p> <p>1 情報発信</p> <p>(1) 関連団体と実行委員会を組織し、計量記念日(11/1)を中心に「都民計量のひろば」等を開催する。消費者が楽しみながら計量制度に親しむことができる取組みを進める。</p> <p>(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。</p> <p>(3) 東京暮らしWEB、ツイッター、フェイスブックなどのSNSやリーフレットなどを有効活用して、計量に関する情報を広く発信し、計量制度の啓発を図る。</p> <p>2 消費者教育の推進</p> <p>(1) 消費者の商品量目に関する意識の向上を図るため、消費生活調査員による食料品などの商品の計量調査を実施する。</p> <p>(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。</p> <p>(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。併せて、教育者向けにも情報を発信する。</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及</b>	
<b>(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進</b>	
<b>【 番号 】</b>	<b>【 施策名 】</b>
(4-2-13)	青少年のインターネット適正利用啓発講座
<b>【 施策の概要 】</b>	
<p>スマートフォンやSNS等の急速な普及や利用の低年齢化に伴い、生活環境の乱れに繋がるインターネットの長時間利用や各種トラブル等が社会問題となっている。 こうしたトラブルに青少年が巻き込まれないよう、インターネット等の適正な利用のための知識を学ぶことができる「ファミリールール講座」を開催している。 この講座では、学校等に講師を派遣し、家庭でのルール作りや生徒自身による自主ルール作りを支援するとともに、講演及びグループワーク形式により、講義等を実施している。</p>	
<b>【 令和5年度の取組予定 】</b>	
開催需要を踏まえて講座の年間予定回数を追加し、引き続き取組を進める。	

「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-14)	SNSTラブル防止動画コンテスト
【施策の概要】	
<p>都内在住・在学・在勤の13歳から29歳までの若者からSNSトラブル防止を啓発する動画等のコンテンツを募集するコンテストを開催している。</p> <p>コンテスト参加者に作品制作を通じてSNSの適正利用等に理解を深めてもらうとともに、入賞作品のデジタルサイネージ等の放映を通じて青少年を被害から守る気運を醸成している。</p>	
【令和5年度取組予定】	
引き続き取組を進める。	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及</b>	
<b>(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進</b>	
<b>【番号】</b>	<b>【施策名】</b>
(4-2-15)	児童等に対する防火防災教育
<b>【施策の概要】</b>	
<p>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。</p>	
<b>【令和5年度の実施予定】</b>	
<p>通年で行う総合防災教育を実施する際に、遊具、建築設備、交通機関や日常生活用品等に起因して発生した日常生活事故事例等を基に、当庁で制作したデジタル教材や普及資料を活用するなど、教育関係機関と連携して児童及び生徒への防火防災指導を行っていく。</p>	



「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-16)	食育推進活動支援のための情報提供
【施策の概要】	
<p>コロナ禍を契機とする非接触、非対面に対するニーズを踏まえ、都民や消費者との交流について、リモートでの実施やEコマース、Webの活用などを含めた開催のあり方を、業界団体と検討しながら、実施していく。</p> <p>また、市場まつり、市場見学などの機会に、地域住民等と市場関係者との交流促進を図るとともに、食や食材に係る体験の提供、情報発信を行う。</p> <p>加えて、食育・花育については、小学生からシニア層までセグメントに応じた、幅広い都民に対して実施していく。</p>	
【令和5年度の取組予定】	
<p>引き続き、新型コロナウイルス感染症防止対策を講じた上で、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、料理教室やフラワーアレンジメント教室、市場まつり等の機会を通じて提供することで、食育・花育を推進していく。</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及</b>	
<b>(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進</b>	
<b>【 番号 】</b>	<b>【 施策名 】</b>
(4-2-17)	☆食育の推進
<b>【 施策の概要 】</b>	
<p>食育は、食に関する適切な判断力を養い、生涯に渡り健全な食生活を実現することにより、心身の健康の増進と豊かな人間形成に役立つものであるため、幅広い事業を展開している。</p> <p>具体的には、区市町村や民間団体が実施する食育推進活動を支援するため、区市町村及び食育団体等に食育に関する事業の経費の一部を支援するとともに、食育関連団体の参加を募り、食の安全・安心の普及啓発のために食育フェアを開催している。また、とうきょう元気農場を活用し、地産地消の一層の促進や農業への理解、生産者への感謝の気持ちの醸成を図っていく。</p> <p>今後も、都民が健全な食生活を実践することを後押しできるよう食育施策を進めていく。</p>	
<b>【 令和5年度の取組予定 】</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>・食育推進団体への支援(区市町村及び食育団体等に食育に関する事業の経費の一部を支援) (区市町村約40団体、民間団体約15団体)</li><li>・食育フェアの開催 (令和5年11月に2日間、代々木公園開催、来場者4万人程度予定)</li><li>・とうきょう元気農場の運営(農場の管理及び運営、年4回程度の見学会対応など)</li></ul>	

「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(2)急速なデジタル化など社会状況の変化を踏まえた消費者教育の推進	
【番号】	【施策名】
(4-2-18)	☆金融リテラシーの向上
【施策の概要】	
安定的な家計金融資産の形成や金融市場の活性化に向け、(一社)東京国際金融機構への支援を通じた若者向け金融セミナーの実施等により、都民の金融リテラシーの向上を図る。	
【令和5年度の実施予定】	
・若者(大学生や新社会人等)を対象に家計管理や資産形成に関する金融セミナー 3回(7月、11月、1月) ・学校や民間企業等へ講師派遣を実施 ・若年女性にも金融に関する興味・関心を持ちやすいよう「TOKYO金融アンバサダー」(仮称)を選任し、情報発信	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組実績(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-1)	エシカル(倫理的)消費の理解の促進
【施策の概要】	
<p>「人や社会、環境に配慮した消費行動」である「エシカル(倫理的)消費」について、より多くの人に実践してもらうために、その理念を更に広く都民に普及させるとともに、行動変容を促す一歩進んだ取組として、行政と民間企業等が共にムーブメントを作っていくネットワークを構築し、都民をエシカル消費の実践につなげる情報の発信やネットワークを土台にした企業等との協働プロジェクトの展開などを行っていく。</p> <p>併せて、イベントでの普及啓発や講座の開催、リーフレット、動画の作成など、様々な機会やツールを活用してエシカル消費の理念を広く都民に普及啓発し、理解の促進を図る。</p>	
【令和5年度の取組予定】	
<p>「TOKYOエシカル」において、「何がエシカル消費につながるのか」「自分の身近な場所でやれること」などの情報発信を継続して行うと同時に、未来を担う子供たちに向けた取組と行動につながる体験の場の創出の2つを軸に、パートナー企業・団体と協働事業を展開する。</p> <p>また、パートナー企業・団体を公募し、規模を拡大予定。</p>	

「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-2)	廃プラスチック・食品ロスに係る資源ロス削減の推進
【施策の概要】	
<p>持続可能な資源利用の達成に向け、プラスチック及び食品ロスに係る施策の推進により、資源ロス削減の推進を図る。</p> <p>また、「東京サーキュラーエコノミー推進センター」を設置し、循環経済の取組の輪を回すハブとして都民・事業者からの相談をワンストップで受け付けるとともに、食品ロスや使い捨てプラスチックの削減に向けた情報発信を行い、普及啓発を図る。</p>	
【令和5年度の取組予定】	
<p>都民・企業・団体等と連携し、プラスチックや食品ロス削減に資する、地域密着型サーキュラーエコノミービジネスを推進すると共に、新たな日常を踏まえたキャンペーンや、各種メディアと連携した効果的な発信に取り組むことで、消費者の行動変容を促していく。</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及</b>	
<b>(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進</b>	
<b>【番号】</b>	<b>【施策名】</b>
(4-3-3)	「ふくしま⇄東京キャンペーン」の展開と被災3県の県産品の消費拡大
<b>【施策の概要】</b>	
<b>【「ふくしま⇄東京キャンペーン」の展開】</b> 平成24年5月から鉄道事業者、自治体などの様々な団体と連携し、都内各地で福島県産品と観光への風評払しょくと需要回復に向けた支援を継続的に展開している。 令和4年度からは、例年実施してきた「福島産直市」の規模を拡充し、岩手県、宮城県を加えた「東北3県(岩手・宮城・福島)ふるさと市」を開催することで、東北3県の魅力や安全・安心を発信し、風評被害払拭を強力に促進する。	
<b>【令和5年度取組予定】</b>	
<b>【「ふくしま⇄東京キャンペーン」の展開】</b> ○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 ○「ふくしま⇄東京キャンペーン」ホームページにおいて、福島県産品のPRを実施	
<b>【被災3県の県産品の消費拡大】</b> 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」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及</b>	
<b>(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進</b>	
<b>【 番号 】</b>	<b>【 施策名 】</b>
(4-3-4)	福祉・トライアルショップの展開
<b>【 施策の概要 】</b>	
<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・自主製品の販路拡大のため、継続的に自主製品をPRするとともに、製品を購入できる常設店舗「KURUMIRU」を平成28年度から3店舗運営し、令和4年度からはネット通販を運営している。</li><li>・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。</li></ul>	
<b>【 令和5年度の取組予定 】</b>	
<ul style="list-style-type: none"><li>○自主製品販売ショップ「KURUMIRU」3店舗及びネット通販の安定運営</li><li>○自主製品の魅力を最大限に引き出すための企画(通年を通じて、季節・アイテム別、開店7周年のフェアを開催)等を通じた商品開発・価値向上</li><li>○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</li><li>○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</li><li>○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</li></ul>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

<b>政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及</b>	
<b>(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進</b>	
<b>【 番号 】</b>	<b>【施策名】</b>
(4-3-5)	☆地産地消の推進
<b>【 施策の概要 】</b>	
<p>地産地消は、旬で新鮮な地元産食材を食べられるだけでなく、農地・海環境保全、都市防災、流通に係る輸送燃料の節約など多面的な効果が見込まれるため、幅広い支援を展開している。</p> <p>東京産食材の特徴や魅力をわかりやすく情報発信するとともに、それらの食材を使用する飲食店を紹介している。また、都民が食について考え、学ぶことのできるイベント開催やwebサイトを運営している。そして、地域を巻き込んだ地場産農産物の消費拡大と販路拡大を積極的に行う区市町村に経費の一部を支援している。</p> <p>今後とも都民一人ひとりの意識を高め、地産地消を実践する機運醸成を図るとともに、機会の提供を支援していく。</p>	
<b>【 令和5年度取組予定 】</b>	
区市町村の地域における地産地消のための取組を支援(区市町村直接及び間接補助金農業協同組合、非営利活動法人直接補助金) 補助期間 3年 補助率 1年目:都2/3、2年目:都1/2、3年目:1/3	



「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-6)	身近な生活環境でのVOC(揮発性有機化合物)対策
【施策の概要】	
<p>PM2.5や光化学オキシダントなどの大気環境への関心は高まっているものの、その原因物質であるVOCについて身近な生活環境での排出抑制策はあまり浸透していない。このため、一般家庭、オフィス等の暮らしに身近な生活用品について、小売店と連携して販売現場における低VOC製品の見える化を実施するなど、低VOC商品の選択促進等に取り組んでいく。</p>	
【令和5年度の実施予定】	
<ul style="list-style-type: none"><li>・VOCの夏季対策において、一般消費者向けに「VOC対策セミナー」として動画配信を実施。</li><li>・新宿駅西口地下広場等のデジタルサイネージに、低VOC製品の使用を促す動画を掲出。</li><li>・区の環境イベントに出展。</li><li>・「身近な低VOC製品の選び方ガイドブック」を、各イベントで配布。</li><li>・小売業と連携し、小売店頭での低VOC製品の販売促進。</li><li>・都民が大気環境に対する興味・関心を持つよう、SNS等を活用した呼びかけやイベントを実施。</li></ul>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-7)	生物多様性の普及啓発
【施策の概要】	
<p>健全な生態系は、生きものの生存基盤であるほか、人々の暮らしに必要な資源の供給源でもある。また、潤いや安らぎを与えるだけでなく、防災・減災や暑熱環境の緩和にも寄与し、その役割は多様かつ重要なものである。一方で、東京に暮らす人々の生活や東京で行われる経済活動は、都内外の生物資源に大きく依存している。こうした状況を踏まえ、東京で消費行動や経済活動を行うあらゆる主体が、生物多様性の価値と重要性を認識し、自らの行動を生物多様性に配慮・貢献するものへと転換していくことが重要である。</p> <p>そこで、より多くの都民に対して、生物多様性に配慮・貢献する行動を促すため、様々な機会を捉えて生物多様性に関する普及啓発を行っていく。</p>	
【令和5年度取組予定】	
<p>○民間との連携による環境学習の推進 都とセブーンイレブン記念財団と協働で自然環境保全・環境体験学習事業を実施。</p> <p>○生態系に配慮した緑化の推進 「江戸のみどり登録緑地」制度の拡充及び講習会の開催</p> <p>○花と緑の東京募金 都や民間団体主催のイベントにて「花と緑の東京募金」に関するパンフレットや普及啓発グッズを配布予定。</p> <p>○生物多様性に関する普及啓発 東京都生物多様性地域戦略を改定し、生物多様性の「保全と回復」、「持続可能な利用」、「価値認識と行動変容」に関する普及啓発を行うとともに、更なる生物多様性への関心の高まりを促進するため、シンポジウムを開催する。</p>	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-8)	環境学習の推進
【施策の概要】	
<p>(公財)東京都環境公社と連携し、都民向けテーマ別環境学習講座や小学校教職員向け環境教育研修会を実施している。 また、環境学習動画の制作・配信や、環境学習総合ポータルサイトの運営等を実施している。 これらの対応を通じ、都内における環境学習を推進する。</p>	
【令和5年度の実行予定】	
<p>これまで実施してきた小学校教員を対象とした環境教育研修会、及び都民を対象としたテーマ別環境学習講座を、オンラインも活用しながら、引き続き、実施していく。 また、環境への理解向上に資する学習動画の制作と発信、及び特設ホームページの運営も、引き続き、実施していく。</p>	

「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-9)	環境問題に配慮する消費者行動促進支援
【施策の概要】	
<p>地球温暖化抑制や廃棄物の減量・リサイクル、生物多様性の保全と持続的な利用の観点から、環境負荷の小さい製品やサービスを優先的に選択し、その市場形成を促進させることが重要である。</p> <p>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。</p>	
【令和5年度の実施予定】	
都庁各組織によるグリーン購入の推進に向け、説明会の実施や資料配布、HP上の情報発信により、一層の周知を図る。	

「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-10)	☆省エネラベリング制度
【施策の概要】	
販売店で、家電製品の省エネ性能の違いが一目でわかる省エネラベルを表示することで、消費者の省エネ型家電製品に対する選択を促し、省エネ製品の普及拡大と技術開発を促進する。	
【令和5年度の実施予定】	
販売店で、家電製品の省エネ性能の違いが一目でわかる統一省エネラベルを表示することで、消費者の省エネ型家電製品に対する選択を促し、省エネ製品の普及拡大と技術開発を促進する。	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-11)	☆気候変動適応策の推進
【施策の概要】	
<p>気候変動の影響が深刻化する中、温室効果ガスの排出を削減する「緩和策」を確実に進めるとともに、なお残る気候変動の影響を回避・軽減する「適応策」にも取り組むことが重要である。</p> <p>このことから、東京都気候変動適応計画に基づき、全庁的な推進体制のもと、各局と連携した適応策を推進する。また、東京都気候変動適応センターと連携し、気候変動の影響や適応等に関する情報収集、整理及び分析とともに、区市町村や都民への情報提供等を行う。</p>	
【令和5年度の実施予定】	
<p>引き続き、全庁的な推進体制のもと、PDCAサイクルによる進行管理を徹底し適応策を推進する。また、東京都気候変動適応センターと連携し、気候変動の影響や適応等に関する情報の収集、整理、分析及び提供等を行っていく。</p>	

「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-12)	新たな環境施策を推進するための広報展開
【施策の概要】	
ホームページなど多様なメディアを活用し、ターゲットに応じた媒体によるPR展開をすることにより、都民の環境配慮の意識向上や行動の実践を促進する。	
【令和5年度取組予定】	
従来から行っている環境施策のPR展開に加え、中長期的なエネルギーの安定確保の達成に向け、エネルギーを「㊦減らす、㊦創る、㊦蓄める」取組(以下HTTという。)を浸透させるための広報活動を行う。電力需給ひっ迫の状況や、対象に応じたHTTの具体的な取組メニュー、支援策等を分かりやすく発信する。	

「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-13)	☆ゼロエミッションモビリティの普及促進
【施策の概要】	
<p>走行時にCO<sub>2</sub>を排出しないZEV(電気自動車、プラグインハイブリッド自動車、燃料電池自動車)の普及拡大を図るとともに、環境性能が高く、誰もが利用しやすいユニバーサルデザインタクシーの導入を促進する。また、EV充電器や水素ステーションなどZEVの普及に欠かせないインフラの整備促進を図る。</p>	
【令和5年度の実施予定】	
<p>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・トラック、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ほか、EV充電器や水素ステーションのインフラ整備を拡大していく。</p>	



**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-14)	エコドライブ推進のための普及啓発
【施策の概要】	
<p>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。</p> <p>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。</p>	
【令和5年度の取組予定】	
<ul style="list-style-type: none"><li>・九都県市の連携によるエコドライブ講習会の実施</li><li>・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</li><li>・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</li><li>・広報東京都、デジタルサイネージ、トレインチャンネル等での広報活動</li></ul>	

「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-15)	環境にやさしい交通施策の推進
【施策の概要】	
環境交通実現に向けた都民の行動転換を促進するため、地域・業界の特性に応じた自動車走行量抑制策や自転車・公共交通機関の利用促進策等を検討・展開することで、大気環境の改善・CO2の削減を目指した持続可能な自動車交通対策を行っていく。	
【令和5年度取組予定】	
CO2削減効果の高い自転車シェア利用促進調査及びポート用地共同利用検証事業の検証を実施する。	

**「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票**

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-16)	☆ゼロエミッション住宅の普及促進
【施策の概要】	
<p>東京の地域特性を踏まえた断熱・省エネ性能の高い住宅を普及させるため、都内において「東京ゼロエミ住宅」※基準を満たす住宅を新築する建築主に対して、その経費の一部を助成すること等により、家庭におけるエネルギー消費量の低減を推進する。</p> <p>また、省エネ性に優れ、災害にも強く、健康にも資する断熱・太陽光住宅の普及拡大を促進するため、高断熱窓・ドアへの改修や、蓄電池及びV2Hの設置に対して補助を行うとともに、併せて太陽光発電設備を設置する場合に上乗せして補助を行う。</p> <p>※都独自に基準を定めた、高い断熱性能の断熱材や窓を用いたり、省エネ性能の高い照明やエアコンなどを取り入れた住宅</p>	
【令和5年度の実施予定】	
<p>住宅等の中小規模新築建物に対し、断熱・省エネ性能の向上及び太陽光発電設備の設置を求める制度の導入を見据え、各種補助対象の充実・強化を図りながら、普及を促進する。</p> <p>引き続き、省エネ性に優れ、災害にも強く、健康にも資する断熱・太陽光住宅の普及拡大を促進するため、高断熱窓・ドアへの改修や、蓄電池、V2H、太陽光発電設備、太陽熱・地中熱利用システムなどに係る導入等支援を行う。</p>	

「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-17)	☆ 家庭の省エネ・節電
【施策の概要】	
より省エネ性能の高いエアコン、冷蔵庫又は給湯器に買い替えた都民に対し、商品券等に交換可能な「東京ゼロエミポイント」を付与する。	
【令和5年度の実施予定】	
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商品券等を交付するとともに省エネアドバイスを実施する「家庭のゼロエミッション行動推進事業」を実施する。	

「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-18)	☆家庭における再生可能エネルギーの普及促進
【施策の概要】	
スケールメリットを生かし、都民が通常より安い価格で太陽光発電設備等を購入できる仕組みを構築する。	
【令和5年度の実施予定】	
太陽光発電設備や蓄電池の導入に係る負担を軽減するため、都と協定を締結する事業者が購入希望者を募集し、一括発注を行うことによって、購入価格の低減を図る。	

「東京都消費生活基本計画」  
取組予定(令和5年度) 調査票

政策4 消費者教育の推進と持続可能な消費の普及	
(3)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の促進	
【番号】	【施策名】
(4-3-19)	☆サステナブルファイナンスへの理解向上
【施策の概要】	
(一社)東京国際金融機構への支援を通じて、「Tokyo Sustainable Finance Week」における都民向け金融セミナーの開催によるサステナブルファイナンスへの理解向上等を実現する。	
【令和5年度の実施予定】	
10月上旬に以下の取組を実施 ・都民向け金融セミナー(仮称)(サステナブルファイナンスの認知度向上等) 1回 ・サステナブルファイナンスフォーラム(国内外の金融機関等を対象) 1回	