

# 令和6年度進行管理 戦略点検シート

◎基本政策 3 活力と魅力あふれるまちの創造

|             |        |               |
|-------------|--------|---------------|
| <b>主要課題</b> | No. 32 | 区民の消費生活の安定と向上 |
|-------------|--------|---------------|

|                              |   |   |
|------------------------------|---|---|
| <b>● 4年後の目指す姿・計画期間の方向性 ●</b> |   | 主要課題の戦略シートで設定している「4年後の目指す姿」と「計画期間の方向性」を転記しています。 |
| 4年後の<br>目指す姿                 | 区民にエシカル消費が広く認知され、時流を捉えた消費者教育やきめ細かな消費相談体制が整い、すべての世代において、安全・安心な消費生活を持続的に送ることができている。   |   |
| 計画期間<br>の方向性                 | ○消費者教育の推進<br>消費者トラブルを未然に防止するため、各年代に適した消費者啓発及び教育を推進します。また、エシカル消費の普及に取り組み、人や社会、環境に配慮した意識行動の定着を促します。<br><br>○消費相談体制の充実<br>社会情勢の変化に伴って多様化する消費者トラブルを防止・解決するため、消費生活相談員、消費生活推進員の育成及び消費者団体の支援に取り組み、区民の消費生活の安定と向上を促進します。 |   |

事業費（令和5年度） 上段：実績 下段：当初予算

| <b>1 どのような事業で何をしたか（実績）</b> |  | 戦略シートの課題の解決手段として紐づけた計画事業について、「何をしたか」「何がどうなったか」を記しています。 |                         |          |          |          |          |          |                        |
|----------------------------|--|--|-------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|------------------------|
| 事業番号                       | 事業名称   | 所管課  | 事業の持つ役割                 |          |          |          |          |          | 事業費(千円)                |
|                            | <b>消費者普及啓発事業</b>   | 経済課  | 時勢に応じた、安全・安心な消費生活を推進する。 |          |          |          |          |          | 33,123千円<br>(34,760千円) |
|                            | 主な取組実績   |  | 単位                      | R4(2022) | R5(2023) | R6(2024) | R7(2025) | R8(2026) | R9(2027)               |
| 122                        | ① 消費者向け講座・啓発事業の参加人数  |  | 人                       | 1,378    | 1,498    |          |          |          |                        |
|                            | ② 消費者団体、消費生活推進員との協働による啓発事業への参加人数   |  | 人                       | 919      | 1,090    |          |          |          |                        |
|                            | ③ 消費者相談受付件数  |  | 件                       | 2,009    | 1,860    |          |          |          |                        |
| R5(2023)                   | 令和5年5月8日に新型コロナウイルス感染症の位置づけが5類移行に変更すると同時に、消費者相談窓口の受付をすべて再開し、研修会等の定員を増加しました。 |  |                         |          |          |          |          |          |                        |
| <b>●特記事項（実績の補足）</b>        |  |  |                         |          |          |          |          |          |                        |

| <b>2 社会ではどのような動きがあったか（社会環境等の変化）</b>  |                                   | 人口の増減や、国や都の動きなど、主要課題の背景に関して「何があったか」「今後予想される」等の社会の変化を捉えています。 |  |  |  |  |  |  |  |
|--|-----------------------------------|---|--|--|--|--|--|--|--|
| チェック   | チェック項目                            |   |  |  |  |  |  |  |  |
| 無  | 主要課題に関連する法改正があった（今後、法改正がある）       |   |  |  |  |  |  |  |  |
| 有  | 主要課題に影響を及ぼす変化等があった（今後、変化等の可能性がある） |   |  |  |  |  |  |  |  |
| コロナ禍におけるインターネットを利用した消費行動は引き続いており、通信販売による契約トラブル相談の割合が高くなっています。また、投資・副業トラブル相談も増加傾向にあります。 |                                   |   |  |  |  |  |  |  |  |

### 3 成果や課題は何か（点検・分析）

1と2に基づき、計画期間の方向性ごとに「課題解決にどのような成果があったか」「成果が出ない要因は何か」「新たな課題が生じてないか」などを点検・分析します。

#### ○消費者教育の推進

消費生活研修会では新型コロナ5類への移行後、定員を1.5倍に増加して開催し、多くの受講者に継続した消費者教育を行いました。また、幅広い世代にエシカル消費の普及を行うためYouTubeによる食品ロス削減とエシカル消費の動画配信を行い、デジタル機器（SNS）世代の若者や、働き盛り世代が自由な時間で学べる環境づくりを行いました。

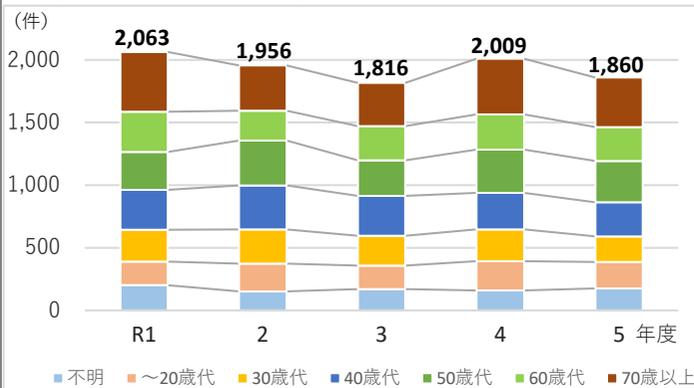
近年、資産運用に関する研修会は希望者が多く、また、投資・副業トラブルも多くなっています。今後も時流を捉えた新たな消費者教育のメニューや学習環境を作っていく必要があります。

#### ○消費相談体制の充実

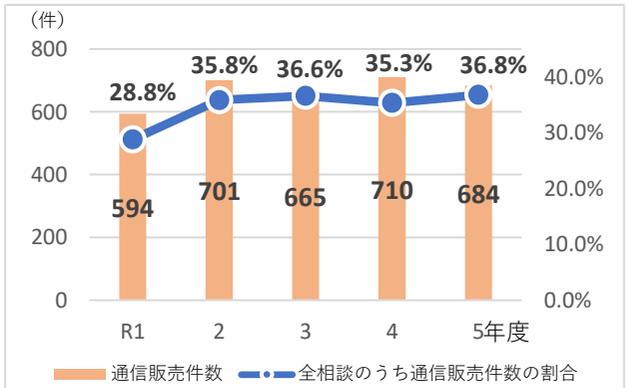
新型コロナ5類への移行を機に、相談窓口対応を完全再開したほか、相談員による出前講座の希望が多く寄せられ、通販トラブルを含む多くの事例を元に、消費者トラブルを未然に防止・解決するための啓発や、若者に特化した事例の啓発を行うなど、消費相談に関する認知度向上を図りました。また、消費生活センター公式キャラクター「とらの子マモルくん」をイメージに用いたチラシや冊子を作成し、消費者相談室の周知を図りました。

消費生活推進員においては、消費生活センターのPR動画作成や、研修会にて啓発と消費者相談室のPRを行い、消費者団体においては、子供向け研修会や消費生活展等で啓発を行うなど、育成及び支援を実施しました。今後も相談室、消費生活推進員及び消費者団体ともども、啓発やセンター認知を図るため、新たな企画を行っていく必要があります。

#### ●消費生活センターの消費者相談件数の推移



#### ●通信販売に関する相談件数と全相談に占める割合の推移



### 【SDGsの視点】

|                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <p>12 つくる責任<br/>つかう責任</p>       | <p>消費者団体と協力して、消費生活展や子供向け研修会を通してエシカルに関する周知・啓発を行いました。SNSを使って食品ロス削減やエシカル消費に関する動画を配信しました。幼児を対象に、人形劇を用いて消費者教育を行いました。</p>  |
| <p>16 平和と公正を<br/>すべての人に</p>     | <p>相談窓口において、商品やサービスの購入・利用等に対する疑問や苦情等の相談を受け付け、専門の消費生活相談員による助言や情報提供等を通し、解決のあっせんを行いました。</p>                             |
| <p>17 パートナシップで<br/>目標を達成しよう</p> | <p>TOKYOエシカルパートナーに参加し、他市区町村や事業者とエシカルについての事業展開やコラボ企画について研修会を行いました。消費者団体と協力し、消費生活展や子供向け研修会を通してエシカルに関する周知・啓発を行いました。</p> |

### 4 今後どのように進めていくか（展開）

3を踏まえ、「何の対応が必要か」「何をどのようにしていくか」など、次年度以降の戦略としての進め方を記しています。

消費者教育については、資産運用に関する研修会の充実とともに、時流を捉えた消費者教育のメニュー開発及び幅広い世代の受講環境の提供のため、対面とSNSの2つを使用して進めていく必要があります。

消費者相談においては、オリジナルキャラクターによる有効な周知を図ります。消費生活推進員によって消費者トラブルを防止・解決するための啓発活動の場を増やし、育成を強化します。

### 5 次年度、事業をどうするか（事業の見直し）

4を踏まえ、主要課題に紐づけられている個々の計画事業の次年度の検討の方向性を、「継続」「レベルアップ」「縮小」「統合・分割」「計画変更」「事業終了」で記します。

| 事業番号 | 計画事業名     | 所管課 | 次年度の方向性 |
|------|-----------|-----|---------|
| 122  | 消費者普及啓発事業 | 経済課 | 継続      |