

重要施策と施策の方向			N O	事業名	新計画(第3期)の「事業内容」	活動指標	目標 (2028年度)	令和6年度の実績 (左記に対する進捗状況)	自 己 評 価 (効果・期待)	令和7年度の取り組み予定 (内容・時期)	担当課
重要施策1 消費生活環境の整備	1	(1) 情報共有に有効なネットワークの充実と連携強化	①	関係部署との連携強化	総合的にきめ細かな取組を行うため、庁内関係部署それぞれのネットワークを含む連携の強化を図ります。	(1) 事案に応じてネットワークを含む関係部署との連携を強化する。	事案に応じて必要な会議への参加を拡充	包括的な地域福祉ネットワーク会議:2回 (消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会を本会議に位置付けることにより設置) ・自殺対策庁内連絡会:2回 ・生活安全対策協議会:1回 ・多重債務問題に関する庁内関係部署との連携:1回 (構成所管に対し、都実施の「多重債務問題に関する研修」を案内し希望者に参加してもらうことで連絡会としての連携に代えた)	消費者安全確保地域協議会の設置により、ネットワーク会議構成所管や支援関係機関・団体との個人情報の共有が法的に可能になり、関係各所との連絡体制が確立され更なる連携強化が期待できる。	引き続き、包括的な地域福祉ネットワーク会議をはじめ、関連部署との横断的な連携を図っていく。	消費生活センター
			②	地域ネットワークとの連携強化	警察、町会・自治会、商店会、商工会議所、民生委員児童委員協議会、高齢者あんしん相談センター、はちまるサポート(八王子まるごとサポートセンター)、社会福祉協議会などとのネットワークを通じて、迅速かつ正確な危険注意情報を発信します。	(1) 地域ケア会議への参加	必要な会議への参加を拡充し、情報共有する。	地域ケア会議参加 3回・70名	高齢者あんしん相談センターや地域の高齢者見守り団体、警察等を交えた会議にて、それぞれの立場をいかした情報共有を行うことができた。	引き続き、消費者安全確保地域協議会を活用した具体的連携体制の構築を図っていく。	消費生活センター
			③	消費者団体のネットワークによる連携強化	啓発推進委員会や消費者団体連絡会などの消費者団体との情報交換をはじめとする連携強化を図るとともに、「安全・安心な消費者市民社会の実現」に向け、各団体等の強みを活かした情報発信に努めます。	(1) 消費者団体連絡会との連携	6回	3回(会議開催) ・消費生活講座(消費者団体連絡会 登録団体企画提案事業):1回 ・消費生活フェスティバル共催:1回 連絡会において毎回実施する情報交換のみならず、登録団体からの企画提案事業として消費生活講座「病院や薬に頼らない人生を送るために～あなたも家族の医局長～」を10月22日に開催した。(57名申込、内41名参加) また、市と共催の第58回消費生活フェスティバルにおいて、消費生活に関する情報を提供した。	連絡会において、情報交換に加えて登録団体が企画提案した講座を実施したことで、団体の自主的な活動を促し、連絡会の連携が強化された。 また、消費生活フェスティバルへの出展により、行政と消費者団体の相互理解及び連携強化が図られた。	・消費者団体連絡会:3回 ・消費生活講座(消費者団体連絡会 登録団体企画提案事業):随時募集(1回) ・消費生活フェスティバル共催:1回 引き続き、消費者団体と連携を図るとともに、「安全・安心な消費者市民社会の実現」に向け、各団体等の強みを活かした情報発信に努める。	消費生活センター
			④	警察との連携強化	高齢者や地域で孤立している市民を狙った悪質商法や、詐欺の被害が増加している。そこで警察との情報交換・情報共有を図り連携を強化するとともに、主に高齢者世帯が巻き込まれないよう、防犯効果のある自動通話録音機の貸出や警察署や高齢者あんしん相談センター、民生委員児童委員協議会、社会福祉協議会とも協力しながら、防犯に役立つ情報を提供します。 また、年金支給日に防災無線を活用し、特殊詐欺被害防止の呼びかけを行います。	(1) 消費生活審議会への警察のオブザーバー参加招聘	(1) 定期1回・必要に応じて臨時参加	(1) 審議会への参加の代わりに、生活安全対策協議会や地域ケア会議等を通し警察との情報共有を行った。	警察及び市防犯課から、被害の実態、被害防止のための取り組みやアドバイスを情報共有することができ、相互の連携を強化することができた。	引き続き、警察や関係機関との連携を強化し、被害の防止・救済に努めていく。	消費生活センター
						(2) 生活安全対策協議会の開催 (3) 自動通話録音機の貸出 (4) 防災無線による特殊詐欺被害防止の呼びかけ	(2) 2回開催 (3) 360台 (4) 6回	(2) 2回開催(7月・1月) ・特殊詐欺を始めとした市内の犯罪情勢について情報共有したことで、犯罪認知件数及び特殊詐欺認知件数及び被害額ともに減少した。 (3) 360台 ・警察署等と協力し、自動通話録音機を貸与(令和6年度購入台数:) (4) 6回 ・年金支給日に呼びかけたことで、効果的に特殊詐欺被害防止を実施した。 《参考》 ・犯罪認知件数:3,004件(前年度比△193件) ・特殊詐欺認知件数:104件(前年度比△10件) ・特殊詐欺被害額:約2億5,416万円(前年度比△1,934万円)	犯罪認知件数及び特殊詐欺認知件数は減少させることができたが、特殊詐欺は依然として多く発生しているため、効果的な対策、啓発活動について実施方法を工夫する必要がある。	・生活安全対策協議会2回開催 ・自動通話録音機の360台貸出 ・アポ電が特に多い日に防災行政無線を活用し、特殊詐欺の注意喚起実施	防犯課
						(5) 地域ケア会議への警察・消防職員の参加者 (6) 認知症高齢者ネットワーク会議の開催	(5) 30人 (6) 2回	(5) 37人 (6) 2回	(5) 実際に発生した詐欺の事例を基に高齢者へどのような対応をしたら良いか等、警察や消防と共有した。 (6) 警察・消防を含む各団体で把握している認知症高齢者に関する状況について情報共有し、安心して外出できる地域づくりや詐欺被害防止等の課題を共有した。	(5) 引き続き会議等に参加してもらい事例・対処法等を共有していく。 (6) 引き続き会議を実施し、課題解決に向けた連携について検討していく。	高齢者福祉課
			⑤	TOKYO(八王子)エシカルパートナーのネットワークづくり	エシカル消費を日常的に行う社会的ムーブメントを創出し、市民の消費行動の変容を促進するため、東京都(TOKYOエシカルアクションプロジェクト)や市内関連企業・団体との連携強化を図りながら、そのネットワークを活かした情報交換や相互のイベントにおけるエシカル消費に関する啓発を推進することで、エシカル消費を実践するための環境づくりに努めます。	(1) TOKYOエシカルパートナー数(市内事業者・団体等)	(1)10団体	2団体(kitokito、まちの駅八王子CHITOSEYA) 市内エシカル消費を推進する団体(エシカルパートナー)と連携してケイハチクリスマスマーケットに出展したり、パートナー同士の連携を通じてエシカル消費を実践する環境づくりを進めた。	エシカルパートナーと連携してケイハチクリスマスマーケットに出展。エシカルパートナーの取り組みを来場者に周知し、エシカル消費を実践するための環境づくりを進めることができた。(来場者数28,000人)	東京都との連携により実施していた「TOKYOエシカル」を本市独自の取組み(「Hachiojiエシカル」プロジェクト(仮称))として、より地域に根差した推進プランを立てる。	消費生活センター
			⑥	計量業務を通じての事業者との連携	「計量業務」の立入りを実施する機会を利用して、事業者への情報提供を積極的に行い、連携の強化を図ります。	(1) 消費生活情報チラシの配布	30部(デジタルへ移行)	67部(紙) ※消費生活ニュースや注意喚起のチラシ等	「計量業務」の立入検査の機会を利用した事業者への効果的な情報提供手法の一つとして、また数少ない事業者へのアプローチとして期待できる。	30部 紙ベースでのチラシ配布を継続しつつ、デジタルでの情報提供の手法について検討していく。	消費生活センター

R6年度実績・評価とR7年度 of 取組予定シート

重要施策と施策の方向			N O	事業名	新計画(第3期)の「事業内容」	活動指標	目標 (2028年度)	令和6年度の実績 (左記に対する進捗状況)	自 己 評 価 (効果・期待)	令和7年度の取り組み予定 (内容・時期)	担当課
重要施策1 消費生活環境の整備	2 安全・安心な消費環境づくり	(1)生活者を取巻く消費環境の保全	①	商店街の振興	地域での買い物の環境が充実することで、商店街が地域コミュニティの核としての役割を果たし、互いに顔の見える安心できる消費生活の環境が促進できるよう、地域商店街の活性化を推進します。	(1) はばたけ商店街事業補助金交付件数	・イベント事業 50件 ・活性化事業 7件	・イベント事業 52件 ・活性化事業 0件	市や東京都による商店街向けの補助金を市窓口で案内したり、イベント実施により商店会連合会の存在をPRできた。	引き続き、商店街の会合等の機会に商店会連合会の存在をPRし、加入促進につなげる。	産業振興推進課
			②	食の安全	食品衛生法に基づく必要な食品検査を実施し、食の安全確保に取り組みます。また、市民や事業者に対する講習会や講座、広報などを通して食の安全・安心に関する知識と理解の促進を図ります。	(1) 食品検査 (2) 事業者向け講習会	(1) 170検体(衛生管理指標の見直しにより) (2) 12回開催	(1) 164検体 (2) 30回開催	(1)市内で製造及び流通する食品について検査を実施し、安全確保に努めるとともに、結果を市民に公表し、安全安心の推進に寄与することが出来た。 (2)食の安全・安心に関する情報提供を行うことが出来た。	(1)食品検査(随時) (2)事業者向け講習会(毎月) ・実務者講習会(2回、7・11月)	生活衛生課
			③	住まいの相談	住まいの安全を確保するために、木造住宅の耐震診断、増改築や修繕などの住まいのなんでも相談会を実施します。空き家問題を発生させないよう地域の実情に詳しい不動産を中心とした各種専門家による住まいの流通や管理、継承といった空き家ワンストップ相談窓口「住まいの活用相談所(略称:住まカツ)」を設け、地域の安全・安心な住環境の維持を図ります。	(1)「住まいのなんでも相談会」相談件数 (2)「住まいの活用相談所」相談件数	(1) 60件以上 (2) 24件以上	(1) 94件(本庁舎市民ロビーにて開催(開催日数:33日)) (2) 35件(随時相談受付) 市民が安心して住宅のリフォームに関する相談や、自宅や実家を空き家にしないための活用方法(相続・売却・賃貸等)に関する相談ができるよう、市内の施工業者団体による「住まいのなんでも相談会」及び市内の不動産団体による「住まいの活用相談所」を実施した。	市の事業として実施することで、市民が安心して住宅に関する相談をすることができている。	令和6年度 of 取組みを継続していく。 また、令和7年度中に導入予定の民間企業によるWebサービスを活用し、「住まいの活用相談所」の周知啓発を行い、相談件数の増加を図る。	住宅政策課
			④	家庭ごみの適正な処理	ごみの分別・減量・資源化を行い、循環型都市を推進します。	家庭から排出されるごみの適正な分別方法を継続的に周知する。 また、各イベント等で適正な分別方法を周知する。	市HPによる3Rを意識したごみ分別方法の周知の充実	家庭から排出される可燃ごみの組成分析を実施し、不適切に排出されている物を分析した。 また、各イベントにおいて、分別に関するゲームや啓発を実施した。	イベント等を通じて、親子に適正な排出を促し理解された。	引き続き、イベントやHPを利用した啓発に努めるとともに出前講座の対象者を拡大し、各世代に周知啓発を図る。	ごみ総合相談センター
			⑤	製品や粗大ごみの適正な処分や違法回収業者への指導	家庭から出た製品や粗大ごみなどの廃棄物の適正な処理を周知するほか、違法な回収業者への指導などを行い、不法投棄や不適正な処分による環境破壊を防止します。	不用品回収業者への指導及び市民への違法な業者を利用しないためのチラシ配付等で周知、啓発を行う。	通報を受けた時にパトロールを随時行う。併せて市民への周知を行うことによる市民からの問合せの増加、違法な回収業者の利用事例の減少。	違法な不用品回収業者を利用しないよう、市民向けのチラシを駅の広報ラックに配架し年2回注意喚起を行った。 また、市民から相談のあった不用品回収業者に対して違法な不用品回収を行わないよう適宜指導を行った。	市民へ違法な不用品回収業者を利用しないための周知、啓発を促進することができた。 また、不用品回収業者に対する指導により、違法な不用品回収の事例の減少に努めた。	引き続き、パトロールや不用品回収業者への指導を行うとともに、市民へ違法な業者を利用しないための周知、啓発をチラシ配付等で行う。	廃棄物対策課
			⑥	災害情報・対策の発信	市民が適切な防災行動がとれるよう、自然災害時に備えて作成した八王子市総合防災ガイドブックを災害対策の一助として周知します。	(1) 防災に関する出前講座数	(1) 40件	30回実施(出前講座「災害に備えて安全対策を」)	出前講座を通じて、市民への防災対策の普及啓発を図ることができた。	引き続き、出前講座の実施に努める。	防災課
	(2)適正な表示・適正な取引の実現		①	商品の表示に関する検査・指導、消費生活に関する啓発	製品安全4法及び家庭用品品質表示法に基づく立入検査と、必要に応じて表示の指導を行います。立入時には事業者へ消費生活に関する啓発として、表示に関する冊子の配付や販売時の法的責務の再確認などを行います。	(1) 立入事業者件数	(1) 2件	2件(製品安全4法、家庭用品品質表示) 検査時期:11月 検査地域:東南方向の地域(JR八王子駅を起点) 電気用品:1店舗(5機種) ガス用品:1店舗(2機種) 液化石油ガス器具:1店舗(2機種) 消費生活用製品:2店舗(5機種) 家庭用品:2店舗(38品目)	商品表示の立入検査実施時に、事業者に対しPSマークの説明を行うなど、販売時における法的責務の再確認を実施したことにより商品表示に対する認識の向上を図ることができた。	(1) 2件(11月)	消費生活センター
			②	適正な計量に関する検査・指導、計量制度の啓発	計量法に基づく「はかり」の定期検査、商品量目立入検査を行うとともに、計量制度の周知啓発を行い、事業者と一体となった正確な計量の実施に努めます。	(1) 定期検査戸数 (2)商品量目立入検査数 (3)計量制度周知	(1) 410件 (2) 150件 (3) 150件	(1) 420件 (2) 64件 (3) 420件	事業者が取引に使用する「はかり」の定期検査や、商品が正確な計量のもと販売されているかの立入検査を行い、適正な計量の維持がなされることで消費者の公正・公平で安心できる消費生活環境の確保が図られた。	(1) 500件(4～8月) (2) 12件(6～8月、10～12月) (3) 500件(4～8月)	消費生活センター

重要施策と施策の方向			N O	事業名	新計画(第3期)の「事業内容」	活動指標	目標 (2028年度)	令和6年度の実績 (左記に対する進捗状況)	自 己 評 価 (効果・期待)	令和7年度の取り組み予定 (内容・時期)	担当課
重要施策1 消費生活環境の整備	3 SDGsの達成に向けたエシカル消費の環境づくり	(1) エシカル消費活動に関する事業者や地域の有機的な連携支援	①	農産物などの地産地消	安全・安心な農産物の提供と地産地消の推進により、新鮮で安全な農産物の生産・供給を進めるため、環境保全型農業の推進や、道の駅八王子滝山の活用、JA八王子と連携した農産物直売所マップの作成により、農産物などの地産地消を推進します。	(1) 認定農業者数 (2) 道の駅八王子滝山の来場者数 (3) 道の駅八王子滝山の自主事業売上額	(1) 現状維持 (2) 796千人 (3) 3.7億円	(1) 116経営体 (2) 863千人 (3) 4.4億円	環境保全型農業の推進や、道の駅八王子滝山の来場者の増加により地場産農産物の地産地消につながっている。	JA八王子と連携した農産物直売所マップの更新を行う。	農林課
			②	製造業者へのSDGs促進支援	八王子市ものづくり企業地域共生推進助成金制度により、地域における周辺との調和を図るため、機器の更新や工場の改修などの操業環境改善事業を行う事業者等に対し、費用の助成を行います。これにより、騒音や振動、臭い等を軽減し、市内の工場周辺の環境が改善され、SDGsの目標達成に貢献します。	(1) 八王子市ものづくり企業地域共生推進助成金交付件数	(1) 3件	4件	工場に対して、周辺の住環境に配慮した機器の更新等を助成することで、環境的影響を低減するとともに、当該地での工場の操業継続に寄与した。	引き続き、工場の環境配慮事業を助成し、市内での長期操業がしやすい制度として継続する。	産業振興推進課
			③	食品ロス削減に向けた事業者応援	食品ロス削減に賛同する「完食応援店」と協力して食品ロスを啓発するとともに食料品販売店・飲食店から発生する食品ロスと、消費者の需要をウェブ上でマッチングするフードシェアリングサービス「タベスケHachioji」を活用し、食品ロス削減の促進を図ります。 また店舗での食料品の販売で、「手前どり」を勧奨するステッカーを事業者配布し、市民の食品ロス削減に向けたアクションを促します。	(1) 完食応援店数	(1) 350店	321店(完食応援店の店舗数) ・フードシェアリングサービス(タベスケHachioji)での食品ロス削減量:約784kg ・手前どりPOP配布部数:2,540部	「完食応援店」と協力した啓発や、「タベスケHachioji」の活用により市民の食品ロス削減への意識醸成につながった。 また、事業者への「手前どり」ステッカーの配布により、市民が食品ロス削減へ具体的なアクションがとれる環境づくりに寄与した。	引き続き、「タベスケHachioji」の活用により市民の食品ロス削減を啓発する。 また、「手前どり」を勧奨するステッカーを事業者配布し、市民の食品ロス削減に向けたアクションを促す。	ごみ減量対策課
			④	フードバンク団体応援	家庭や企業にある余剰の食品や流通に乗らなかった食品を様々な機会に応じて受入れることで、食品ロスを減らすとともに、必要としている個人や団体へ届けているフードバンク団体へ受け渡しをします。また、地域のコミュニティ活動支援につながるようフードバンク団体の活動を周知します。	(1) フードドライブ実施	(1) 3回	(1) 2回実施 (①東京都消費者月間地域企画八王子会場、 ②第58回八王子市消費生活フェスティバル)	東京都と連携した企画講演会や多くの来場者が見込まれる消費生活フェスティバルを通して、食品ロス削減の意識啓発と寄付受付の機会確保ができた。	引き続き、食料寄付への協力を広く周知しながら、食品ロス削減の趣旨に沿うイベントや講座の際に活用を図っていく。	消費生活センター
						(2) 企業からの寄付等で受け入れた食品をフードバンク団体へ提供する。	(2) (3)活動の継続	(2) 企業等から寄附された食料をフードバンク団体へ提供し、食料を必要とする方への支援に繋げた。	企業等からの食料寄附を受入れフードバンク団体へ提供することで、食料を必要とする方への支援に寄与した。	引き続き、企業等から寄附の申出があった場合にフードバンク団体に繋げるとともに、補助金を活用してフードバンク団体を支援することで生活に困窮している方へ支援を届ける。	生活自立支援課
						(3) フードバンク団体での支援が必要な方には団体の活動を周知する。		(3) 市の窓口で相談者が食料を必要とした場合に、フードバンク団体を紹介し連携して食糧支援を実施した。			
						(4) フードバンク団体の活動周知	(4) イベントでの周知、広報特集号「ごみゼロ通信」での紹介	(4) ・フードバンク団体及び民間企業(JR東日本)との連携(R6.10/4～10/6)や、消費生活フェスティバル(R7.2.1)においてフードドライブを実施した。 ・市施設を窓口にフードドライブを実施し、フードバンク団体に提供した(約141kg)。また、フードドライブについて市ホームページ及びSNS、広報特集号「ごみゼロ通信」で周知を行った。	民間企業及びフードバンク団体、市内関連所管と連携したフードドライブの実施及び周知を行うことで、食品ロス削減に貢献した。	引き続き、市内イベントやSNS等でフードドライブについて周知を行う。	ごみ減量対策課
			⑤	まちなか交流・活動拠点の運営	まちなか交流・活動拠点「まちの駅八王子CHITOSEYA(ちとせや)」は、ファミリー世代を中心とした幅広い世代の活動を支援することで、地域社会の発展と中心市街地の活性化を推進する施設です。 エシカル消費につながる食品・加工品・生活雑貨の販売やくらしを豊かにするイベント・ワークショップの開催、寄贈本を配架した「まちライブラリー」の運営など、「まち・ひと・もの」が結びつき、楽しみながら地域と環境を思いやることのできる暮らしを提案していきます。	(1) 年間利用者数	(1) 22,700人	21,410人	親子で楽しむことが出来る新規のイベントを増やしたことが来館者の増加につながった。 特にリサイクルパソコンのワークショップは、定員数以上の応募があり、エシカル消費の啓発にも繋がる結果となった。	・引き続き定期・新規イベントを通じてエシカル消費の啓発を行う。 ・新たに地元の農家と連携して、生産者の顔が見える地産地消を推進する。また、アップサイクルを推進している事業者と連携し、食品ロスの削減に取り組む。	市街地活性化課

R6年度実績・評価とR7年度の取組予定シート

重要施策と施策の方向			N O	事業名	新計画(第3期)の「事業内容」	活動指標	目標 (2028年度)	令和6年度の実績 (左記に対する進捗状況)	自 己 評 価 (効果・期待)	令和7年度の取り組み予定 (内容・時期)	担当課
重要施策2 消費者教育の推進	1消費者市民を育む学習支援・啓発	(1)ライフステージに応じた学習支援・啓発	①	幼児・保護者への消費者教育	幼稚園・保育所での日々の生活の中で、できるだけ早い時期から幼児とその保護者が、自らの安全を守る知識を身に付けることができるよう消費生活情報を提供します。	子どもの商品事故情報の提供	発生状況に応じて随時提供	国民生活センターで発行する「子ども・若者サポート情報」を、子育て施策関連所管を通し周知した。(12件) 国や東京都からの事故防止等の通知を幼稚園・保育所へ通知し、注意喚起を行った。	市内横断的な連携により、子どもの事故についてスピーディーに対象の市民へ情報提供することができた。	引き続き、関係所管と連携したタイムリーな発信に努めていく。	消費生活センター
			②	義務教育における消費者教育	小さい頃から消費に対する関心を高めていくために、義務教育において学習指導要領などに基づき、小・中学生向け消費者教育副読本をデジタルブックにて作成し、学校現場で効果・効率的に活用しながら学齢に応じた消費者教育を進めます。	(1) 小学生向け副読本の更新 (2) 中学生向け副読本の更新	(1)(2)デジタル化・動画配信	(1) 小学生向け消費者教育副読本「わたしたちのくらしと商店の仕事」 (2) 中学生向け消費者教育副読本「磨け！消費者力」 ・令和7年度版小・中学生向け消費者教育副読本については、消費生活に関する教育資材として、昨年度に引き続き、デジタルブックとして作成し、学習系ネットワークGoogleドライブや市HPに掲載することで、誰もがいつでも学習できるような仕組みづくりを行った。 ・夏休み親子講座「食べ物の添加物探検」(令和6年7月27日実施)12組23名	小・中学校の校長会での説明に加え、各学校の担当の先生宛に副読本サンプルを送付し操作方法等を説明したことで、現場での活用促進に寄与した。	引き続きデジタルブックとして作成し、学校現場でより活用しやすい環境づくりに努めていく。	消費生活センター
						(3) 消費者教育副読本を活用した研究授業	(3) 研究授業の実施等を通した副読本活用の促進	(3) デジタル化した副読本を各学校が閲覧できるようオンライン上に格納することで、児童・生徒が効果的・効率的に学習に活用できる環境を整備した。	児童・生徒が1人1台の学習用端末を用いて、必要な時に副読本を閲覧できるようになり、より効果的・効率的な学習が可能となった。	副読本の内容やレイアウト等について課題を整理するとともに、その活用をさらに推進するよう啓発に取り組んでいく。	教育指導課
			③	若者(学生)への消費者教育	高校生、大学生といった学生の消費生活トラブルを防止するため、高校及び大学コンソーシアム八王子と協力し、消費生活に関する注意喚起や成年年齢引下げに関する被害情報の共有機能を兼ね備えた、消費者教育講座の実施及び学校教職員との意見交換会を実施します。 また、若者の悩みに寄り添う「若者総合相談センター」と連携し、消費生活情報の提供を行います。	(1) 高校への消費者教育講座実施校数 (2) 大学等への消費者教育講師派遣 (3) 高校・大学等教職員との意見交換会	(1) 7校 900人 (2) 6校 3,000人 (3) 1回 15校(高校・大学等)	(1) 3校 362名 (2) 2校(15回) 1,299名 (3) 1回 9校 ・高校23校大学25校を対象に消費者教育啓発資料を送付した。	成年年齢の引き下げに伴い、より注意が必要になる学生に向け学校の実情に合わせた消費者教育講座を行うことで消費者被害の未然防止を図ることができた。	引き続き、学校を対象とした消費者教育講座に注力すると同時に、東京都や日本貸金業協会等とも連携し、さらなる消費者教育の充実を目指す。	消費生活センター
						(4) 大学等と本市との連携・協力事業数(件／年間)	(4) 232件	(4) 179件 ①大学等新入生向けの生活便利帳「BIGWEST2024」での情報提供 ・消費生活センター及び東京都消費生活総合センターの紹介記事を掲載し、大学コンソーシアム八王子加盟25大学等に配布した。 ・年1回、30,000部発行 ②新入生ガイダンスでの情報提供 ・「BIGWEST2024」を活用し、八王子市を紹介する際に消費生活センター等の相談窓口について情報提供を行った。 ・新入生ガイダンス実施校：2校 ・参加者数:460名 ③大学コンソーシアム八王子を活用した情報発信 ・消費生活センターからの依頼に基づき、2件情報配信した。	大学等新入生向けの生活便利帳の発行や、大学等連携部会あてのメール発信等を通し、消費生活に関する情報提供を行うことができた。 また、大学等が開催する新入生ガイダンスに参加し、消費生活に関する掲載内容を含めた八王子市に関する情報提供をより広く行うことで消費者被害の防止に寄与した。	引き続き、大学等新入生向けの生活便利帳「BIGWEST2025」での情報提供をはじめ、大学コンソーシアム八王子を活用した情報発信を継続していく。	学園都市文化課
						(5) 若者総合相談センターと消費生活センターの連携による取組	(5) 若者への消費生活情報の啓発	(5) 若者総合相談センターにおいて、消費生活に関する注意喚起チラシを配架した。また、当センター利用グループが消費生活フェスティバルに出展した。	社会的自立に向けて支援を受けている若者に対して、消費生活に関する注意喚起が図れた。	引き続き、若者総合相談センターにおいて、消費生活に関する注意喚起を行っていく。	青少年若者課

重要施策と施策の方向			N O	事業名	新計画(第3期)の「事業内容」	活動指標	目標 (2028年度)	令和6年度の実績 (左記に対する進捗状況)	自 己 評 価 (効果・期待)	令和7年度の取り組み予定 (内容・時期)	担当課
重要施策2 消費者教育の推進	1 消費者市民を育む学習支援・啓発	(1) ライフステージに応じた学習支援・啓発	④	若者(新社会人)に向けた消費者啓発	中小企業の新入社員に向けての研修等で、若者が狙われやすい悪質商法に関する注意喚起と相談先としての消費生活センターを周知します。	(1) 企業研修での消費者教育の啓発の回数 (2) 中小企業新入社員合同研修参加者数	(1) 1回 (2) 60名	(1) 1回 (2) 40名 中小企業新入社員向け研修に参加し、消費者教育啓発を行った。	社会人となって間もない市内企業の新入社員に向け、消費者トラブルの相談先として消費生活センターの周知を行うとともに、若者が遭いやすい契約トラブルの注意喚起を行い消費者被害の未然防止を図った。	引き続き、新入社員合同研修にて若者が陥りやすい消費者トラブルの周知を行う。	消費生活センター 産業振興推進課
			⑤	成人一般市民への消費者啓発	幅広く成人一般市民に対し、生涯学習やリカレント教育を通じて消費者教育に関連した講座を開催します。消費生活情報紙を発行して、啓発・周知を図ります。	(1) 月間講演会の開催・WEB配信 (2) 消費生活講座の開催・WEB配信	(1) 1回 60人・WEB配信 (2) 5回 150人・WEB配信	(1) 1回 56人(月間共催講座「食の有効活用、おいしく無駄なく！野菜をいただく」) (2) 6回 278人 ・消費生活講座「病院や薬に頼らない人生を送るために」41名 ・消費生活講座「おいしく食べきり食品ロス削減～八王子の食材を使ったエシカルレシピ～」42名 ・出前寄席「巧みな話術にご用心！劇的リフォーム詐欺」35名 ・出前寄席「リフォーム詐欺にはご用心」30名 ・出前寄席「SDGs・エシカル消費って何？私たちにできること」100名 ・出前寄席「健康は最大の宝」30名	消費生活フェスティバルをはじめ、あらゆる機会を通じて、消費者トラブルへの注意喚起やエシカル消費の教育・啓発等を多くの市民に向けて行い消費者市民社会の実現を進めることができた。	消費者被害防止やエシカル消費の講座を実施し、自らの消費行動が社会へ与える影響を考える機会を提供する。	消費生活センター
						(3) 消費生活に関する講座の実施	(3) 社会状況に応じた開催となる。	(3) 568回・10,751人受講 ① 環境 : 25回 ・ 398人 ② 食育 : 16回 ・ 273人 ③ 国際理解 : 122回 ・ 2,091人 ④ 法 : 4回 ・ 87人 ⑤ 金融経済 : 3回 ・ 134人 ⑥ IT・情報(一般) : 92回 ・ 1,073人 ⑦ SDGs・エシカル消費 : 0回 ・ 0人 ⑧ その他 : 306回 ・ 6,695人	高齢者のトラブルの事例を紹介し、対処方法を紹介することができた。また、当事者の目線だけではなく、見守り側の気づきポイントについても情報提供することができた。	悪質商法や消費者トラブルについての講座と、高齢者を消費者被害から守るための見守りに関する講座の2つを開設し、年間を通じて申し込みを受け付け、随時講座を開催していく。	学習支援課
			⑥	高齢者への効果的な情報提供	消費者トラブルに遭うリスクの高い高齢者に日頃から関わっている関連団体に対し、出前講座や高齢者見守り講座を実施し、情報提供を行います。高齢者あんしん相談センターや民生委員児童委員協議会、はちまるサポート(八王子まるごとサポートセンター)などの関係団体と連携し、情報共有しながら在宅高齢者や障害のある方の消費者被害防止に努めます。また、デジタル技術に不慣れな高齢者に向けて、日常的にデジタル技術が活用できるようになるための講座を開催し、一人でも多くの方が苦手意識を克服し、便利なツールとして活用することで、様々な交流や支え合いを可能とします。	(1) 出前講座(高齢者)の実施 (2) 見守り講座の実施 (3) 民生委員児童委員協議会、はちまるサポートへの出前講座・見守り講座のPR	(1) 6回 110人 (2) 見守り手となる受講者を多方面に広げ、効果的な講座の実施。 (3) 各団体への出前講座・見守り講座の継続的なPR実施	(1) 6回 150名 (2) 10回 203名(地域ケア会議3回、見守り手向け出前講座7回) (3) 民生委員の地区定例会等で情報提供を行ったほか、全民生委員やはちまるサポートへ一斉メールで情報共有を行った。	出前講座や高齢者見守り講座を通じて、消費者トラブルに遭うリスクの高い高齢者及び高齢者に日頃から関わっている関係団体に啓発や情報提供することで、消費者被害の未然防止へとつながった。(民生委員より、出前講座等での情報提供の結果、数件の消費トラブルを未然に防げたと報告あり)	高齢者あんしん相談センター等関連機関とも連携をとり、講座を通して消費者被害防止に取り組んでいく。	消費生活センター 福祉政策課
						(4) 高齢者あんしん相談センターにおける消費者被害相談件数	(4) 180件	(4) 182件	日々の相談業務の中で、消費者被害の相談を受けた際、警察や消費生活センター等各関係所管への情報提供等適切な連携をおこなうことで被害救済を図った。	引き続き、消費者被害の相談を受けた際に消費生活センターはじめ、適切な相談場所へつなぎ連携していく。	高齢者福祉課
						(5) デジタル技術活用に関する高齢者向けの講座の実施	(5) 高齢者向けのデジタル技術活用に関する講座を計35回実施する。	デジタル技術活用に関する生涯学習センター主催講座を41講座開催し、延べ887名が受講した。	日常的にデジタル技術が活用できるようになるための講座は、高齢者の関心も高く、講座応募数も多かった。基本的な使い方に加えて、スキルアップのための講座も実施したことにより、高齢者のデジタル技術向上へと寄与した。	今後もパソコンやスマホなどのデジタル技術活用に関する講座を実施していく。	学習支援課
						(6) デジタルデバйд対策教室等の受講者及び相談会等の参加者	(6) 身近な場所で支援を受けられる仕組みを構築	(6) 以下のとおり計190回実施した。 ・スマホ相談会:102回 ・スマホ体験会:88回	身近な場所で支援を受けられるよう、各市民センター(計10か所)及び駅前施設(2か所)で実施したことにより、デジタルデバйд対策に寄与した。	引き続き、デジタルデバйд対策を実施していく。	デジタル推進課

R6年度実績・評価とR7年度の取組予定シート

重要施策と施策の方向				N O	事業名	新計画(第3期)の「事業内容」	活動指標	目標 (2028年度)	令和6年度の実績 (左記に対する進捗状況)	自 己 評 価 (効果・期待)	令和7年度の取り組み予定 (内容・時期)	担当課
重要施策2 消費者教育の推進	1 消費者市民を育む学習支援・啓発	(1) ライフステージに応じた学習支援・啓発	⑦	障害者への効果的な情報提供	消費生活センターが開催する講座の募集時に要約筆記・手話通訳ありの募集を行うことで、障害者のある方が参加しやすい講座の開催に配慮します。 また、国や都などから消費生活に関する情報提供があった場合は、指定障害福祉サービス事業所等に周知するとともに、支援者に向けた研修を実施することで、障害者の自立に寄与し、合理的な消費活動につなげていきます。	(1) 講座での障害のある方への対応	(1) 一定規模の講座開催において障害のある方に配慮した体制を整える。	(1) 東京都消費者月間講演会の申し込み時に、事前予約制にて手話通訳を募集した(実際の利用はなかった)	手話通訳を取り入れることで、講座参加の際のコミュニケーションバリアをなくすことができる。	引き続き、イベントの規模や内容、対応いただく通訳ボランティアの方々への負担も配慮しながら、無理のない形で障害者にも開かれたイベントへの参加形態に配慮していく。	消費生活センター	
					(2) 事業者向け研修実施回数	(2) 5回	(2) 0回 国や都から、障害者に向けた消費生活に関する情報提供はなかった。 また、事業所においても、特段、消費生活関連の情報共有への希望がなかったことから研修テーマにはあげなかった。	国や都などから消費生活に関する情報提供があった際に、指定障害福祉サービス事業所等に周知するとともに、支援者に向けた研修を実施することで、障害者の自立に寄与し、合理的な消費活動につなげていく。	引き続き、国や都などから消費生活に関する研修を実施し、障害当事者の意思決定が尊重され、安心した消費生活が送れるよう支援者のスキルアップを図る。	障害者福祉課		
			⑧	外国人市民を対象とした情報提供	外国人市民が消費者トラブルに遭った場合の相談先としての消費生活センターの周知や、消費者トラブルに関する注意喚起情報の発信を、多言語に対応した市ホームページへの掲載や外国人向け情報誌等により実施していきます。	(1) 外国人の相談	(1) 実施方針に基づいた外国人市民への相談対応	(1) 外国人向けの消費者教育は未実施	消費生活相談において外国人市民が来られた際は、通訳や翻訳サービスを活用しながら対応していくことで、消費者被害救済につなげていく。	引き続き、関係所管や国際協会等と連携し、必要に応じて外国人向け消費者教育・啓発に取り組んでいく。	消費生活センター	
					(2) 外国人へ情報提供の回数	(2) 2回	(2) Ginkgo等による情報提供実績はないが、「在住外国人サポートデスク」において、生活相談や専門家(弁護士・行政書士)による外国人個別相談を実施した。 ・在住外国人サポートデスク:月～土曜日 午前10時～午後5時 相談件数 951件 ・専門家による外国人個別相談:行政書士 年12回 弁護士 4回	「在住外国人サポートデスク」にて外国人市民が消費者トラブルに巻き込まれた際の相談窓口の体制を整え、消費生活センターと連携することにより、消費者トラブルの防止・被害救済へとつなげる。	引き続き、「在住外国人サポートデスク」で外国人からの相談を受ける体制を整えるとともに、必要に応じて、外国人向け情報誌「Ginkgo」などで、消費生活相談に関する啓発に努める。	学園都市文化課 多文化共生担当		
			⑨	地域活動団体等への学習支援	消費生活に関する学習の機会を広げて消費者トラブルを未然に防ぐため、各団体の意向に沿った内容の出前講座を開催することで、市民の生涯学習意識の向上と、消費者行政に対する理解の向上を図ります。	(1) 出前講座の実施	(1) 12回 240人	13回 283名	講師が依頼者の意向を聞き取り、要望に沿った講座を実施したことで、効果的に消費者被害防止の知識の普及啓発ができた。	高齢者あんしん相談センター等関連機関とも連携をとり、講座を通して消費者被害防止に取り組んでいく	消費生活センター	
		⑩	事業者への啓発	立入検査などの事業者訪問をする際に、市内で起きている消費者トラブルについて情報提供するとともに、消費者の相談先としての消費生活センターの周知について協力を依頼する。	(1) 計量(定期検査受検者数) (2) 製品安全4法及び家庭用品品質表示法(立入事業者数)	(1) 408 事業者 (2) 2 事業者	(1) 420 事業者 (2) 2 事業者	立入検査で事業者訪問する機会を活用して、消費者トラブルの情報提供を効率的に行うことで、事業者への啓発を進めた。	(1) 500 事業 (4～8月) (2) 2 事業者 (11月)	消費生活センター		
		(2) 効果的な啓発・情報の提供		①	専門講座	東京都などと連携し、消費者教育に関する専門的な講座を開催し、市民の消費行動への関心や意識醸成を図ります。	(1) 東京都消費者月間講演会八王子会場・WEB配信 (2) 東京都共催講座・WEB配信	(1) 1回(市民の利便性を考慮した会場等の決定)・WEB配信 (2) 1回 30人・WEB配信	(1) 1回(月間共催講座「食の有効活用、おいしく無駄なく! 野菜をいただく」 56名) (2) 1回 東京都共催講座(令和7年2月1日実施) (出前寄席「健康は最大の宝」30名、エシカル講座「おいしく食べきり食品ロス削減～八王子の食材を使ったエシカルレシピ～」42名) ・夏休み親子講座「食べ物の添加物探検」の実施	食に関する講座を中心に開催し、食品表示や食生活について関心を持ってもらうことができた。	引き続き、消費者被害防止やエシカル消費の講座を実施し、自らの消費行動が社会へ与える影響を考える機会を提供する。	消費生活センター
				②	出前講座	消費者トラブルを回避するために出前講座などを開催し、消費生活に関する啓発を図ります。	(1) 出前講座の実施	(1) 12回 240人	13回 283名	講師が依頼者の意向を聞き取り、要望に沿った講座を実施したことで、効果的に消費者被害防止の知識の普及啓発ができた。	高齢者あんしん相談センター等関連機関とも連携をとり、講座を通して消費者被害防止に取り組んでいく。	消費生活センター
				③	消費生活情報の発信	消費者トラブルの未然防止や消費生活センターの認知度向上のため、消費生活情報紙を定期的に発行して、市民に消費生活に関する情報を発信します。	(1) 消費生活ニュースの発行 (2) くらしのレポートの発行 (3) 広報掲載	発信回数の増	(1) 消費生活ニュースの発行:年6回(隔月)発行 (2) くらしのレポートの発行:年3回発行 (3) 広報特集記事掲載(年1回):毎月法律相談情報に加え、9月の「高齢者悪質商法被害防止キャンペーン月間」に合わせ、悪質商法被害防止にかかる特集記事(ページ)を組み注意喚起及び啓発を行った。	効果効率的な事務事業の見直しを行い、消費生活ニュースは年12回から6回に変更した。同じく見直しの中で、全戸配布の広報はちおうじを活用することとした。これにより更に高い周知効果を期待できる。	広報はちおうじの特集記事による情報発信を引き続き行う。なお、令和7年度は前年度の1回から2回に増やす。(5月1日号、9月1日号)	消費生活センター
				④	各種イベントでの啓発	消費生活フェスティバル、環境フェスティバル、生涯学習フェスティバルなどの様々なイベントの機会を活用し、消費生活啓発推進委員会、消費者団体連絡会等と連携して啓発活動を実施します。	(1) 消費生活フェスティバル参加者 (2) 環境フェスティバル(資料配布人数) (3) 生涯学習フェスティバルでのセンター来場者数 (4) あきんど祭り(資料配布数)	(1) 500人 (2) 300人 (3) 100人 (4) 2000部	(1) 参加者:512人 (2) 地産地消in八王子子ごろく約100枚配布(カラー50枚・白黒50枚+α) (3) -(消費生活センターは参加見送りのため) (4) 消費生活ニュース1月号(裏面が消費生活フェスティバル情報):約900枚配布	(1) 消費生活フェスティバルについては、主に桑都ペイ導入により、桑都ペイ内の周知効果で、初参加の方が増えたことで、参加者が増加したと考えられる。	引き続き、各種イベントの機会を活用し、デジタルツールの利用や啓発方法を工夫して、効果的に周知・啓発を行っていく。	消費生活センター
	⑤			民間施設への啓発資料の配備	デジタルでの情報収集が難しい高齢者にも消費生活情報が適切に行き渡るよう、民間施設に対してチラシを配架するなど、工夫して情報発信を行います。	(1) 民間と連携した情報発信	多様なチャネルによる発信の増	スーパーマーケットや駅の構内など様々な場所、また、あきんど祭りやエシカルマルシェ等の機会を通じて、消費生活トラブルに関することや成年年齢引き下げに関する注意喚起等を行った。	あらゆる機会を通じて、消費者トラブルへの注意喚起やエシカル消費の啓発等を多くの市民に向けて行うことで消費者市民社会の実現を進めることができた。	引き続き、公共施設以外の民間施設に掲示・配付を依頼する。	消費生活センター	

重要施策と施策の方向			N O	事業名	新計画(第3期)の「事業内容」	活動指標	目標 (2028年度)	令和6年度の実績 (左記に対する進捗状況)	自 己 評 価 (効果・期待)	令和7年度の取り組み予定 (内容・時期)	担当課
重要施策2 消費者教育の推進	消費者市民を育む学習支援・啓発	(3)SDGs・エシカル消費に関する認知度向上	①	食育の推進	第3期八王子市食育推進計画では、第2期計画に掲げた食育についての取組を、より多くの市民や市民活動団体、民間事業者等実践してもらうことを目指します。生産者から消費までの食の循環への体験等を通して理解を深め、食品ロスの削減にもつなげていきます。	(1)「健康フェスタ・食育フェスタ」参加者 (2)「食育イベント」参加者 (3)「健康フェスタ・食育フェスタ」及び「食育イベント」参加により、「意識が高まった」と回答した参加者の割合	(1) 増加 (2) 増加 (3) 100%	(1) 参加者(延べ):17,167名 協賛企業:20社、参加団体:51団体 (2) 参加者:888名 食育イベント(イーアス高尾1階そよかぜ広場) (3) 99%(食育イベントアンケート結果より「食生活を振り返るきっかけとなった」と回答した割合)	参加無料のフェスタであるため、気軽に来場しやすく、健康・食育にあまり興味関心がない層に向けて情報発信を行うことができた。	(1) 東京たま未来メッセにて健康フェスタ・食育フェスタを実施予定(令和7年5月18日) (2) 食育イベントについては、食育フェスタに統合したため、実施予定無し。	健康づくり推進課
			②	小・中学校における食育	市立小・中学校全校で食に関する指導の全体計画・年間指導計画の実践・深化を図るため、今後も各教科及び給食時間を通じた食育を推進します。 また、地場の食材や郷土料理を取り入れ、八王子の歴史や文化に触れる機会を設けることで、郷土愛や感謝の心を育み、八王子の魅力を発見できるように取り組んでいきます。 さらに、SDGsやエシカル消費につながる地産地消や食品ロス削減について、給食センターを活用した食品加工や「もったいない」の取組を実施するとともに、給食を通じて子どもたちや保護者に啓発します。	(1)「もったいない大作戦」ウィーク期間中に残菜量が減少した学校の割合	(1) 90%以上	84.1% ・環境教育の一環として、「環境と食」をテーマとしたSDGsの情報に特化した食育メモを月1回作成し、給食時間に子どもたちに伝える取組を行った。また、10月の食品ロス削減月間には、「もったいない」をテーマに各学級で目標を立てて取組む「もったいない大作戦」ウィークを実施した。さらに、ごみ減量対策課とともに食品ロス削減啓発動画を作成し、各学校で活用した。 ・文化庁100年フードに認定された「かてめし」や「桑都焼き」などのふるさと料理や、八王子にゆかりのある食材を使用した料理を給食で提供し、八王子の歴史文化を伝える食育を展開することで、郷土愛や感謝の心を育み、八王子の魅力を再発見できる機会になるように取り組んだ。 ・地場野菜の使用率は36.9%であった。野菜以外にブルーベリー、パッションフルーツ、米粉、柚子、桑の葉などの地場農産物を給食で提供した。また、給食がない三期休業中に収穫できる地場農産物(パッションフルーツ、山ぶどう)を給食センターや小学校の給食室で加工し、給食で活用した。	・「もったいない大作戦」では、食品ロス削減啓発動画を作成し各学校で活用するという新たな取り組みを実施することができ、食品ロス削減について啓発を図ることができた。残菜量が減少した学校の割合が目標の90%に到達できるよう今後も取り組んでいきたい。 ・給食を通じて八王子の文化や魅力を子ども達に伝えることができた。また、八王子と姉妹都市との歴史的つながりや、地場農産物の提供を行い、年間を通じて計画的に食育を推進することができた。 ・地場野菜の使用率について、以前国の施策で目標値とされていた30%以上を継続することができた。統一献立以外でも、積極的に地場野菜を取り入れて子どもたちに提供した。	・引き続き、環境教育の一環として、「環境と食」をテーマとしたSDGsの情報に特化した食育メモを月1回作成し、給食時間に子どもたちに伝える取組を行う。また、10月の食品ロス削減月間には、「もったいない」をテーマに各学級で目標を立てて取組む「もったいない大作戦」ウィークを実施する。 ・文化庁100年フードに認定された「かてめし」や「桑都焼き」などのふるさと料理や、八王子にゆかりのある食材を使用した料理を引き続き給食で提供し、八王子の歴史文化を伝える食育を展開することで、郷土愛や感謝の心を育み、八王子の魅力を再発見できる機会になるように取り組む。 ・地場野菜の使用率について、30%以上を維持できるよう積極的に地場野菜を取り入れる。また、給食がない三期休業中に収穫できる地場農産物(パッションフルーツ、山ぶどう)を給食センターや小学校の給食室で加工し、給食で活用する。	学校給食課
			③	環境学習の推進		(1) 八王子環境フェスティバルの開催	(1) 年1回開催	(1) 1回開催(6月9日) 延べ約15,000人が来場した。各出展ブースが目指すSDGsゴールのロゴを掲示し、来場者にPRを行った。	子どもたちを中心に、体験等を通じて環境について学んでもらうことができた。参加者の意識改革、環境配慮行動につながることを期待する。	6月15日に環境フェスティバルを開催する。	環境政策課
				環境学習の推進	環境フェスティバルや戸吹クリーンフェスタなど、様々な環境学習・啓発活動の拡充を図るとともに、啓発を目的とする各種イベントに参加していきます。 また、職場体験の受け入れを行います。 さらに、生ごみの減量・資源化を推進するため、広報特集号「ごみゼロ通信」やSNS、市内イベントなどを通じて食品ロス削減の促進やダンボールコンポストの普及拡大を行います。	(2) 広報特集号「ごみゼロ通信」の発行	(2) 1回	(2) 1回 ・広報特集号「ごみゼロ通信」(10月1日号)の発行。(紙媒体作成数:289,475部/カタログポケット作成) ・フラワーフェスティバル由木、健康フェスタ・食育フェスタ、環境フェスティバル、食育イベント、はちっこキッチンフェスタ、戸吹クリーンフェスタ、あったかホールまつり、消費生活フェスティバル等のイベントへ出展し、食品ロス削減などごみの減量及び資源化について普及啓発を実施した。 ・南口総合事務所、図書館等での展示 ・市立第四中学校の職場体験の受け入れを行い、資源循環部の取り組みについて説明を行ったほか、事務作業やごみ・資源物の選別を体験してもらった。 ・市ホームページ、SNSを活用した啓発の実施。 ・ダンボールコンポスト、コンポスター講習会開催回数:36回、受講者数:延べ369名、校内活用授業参加校:4校)	市内各種イベント及び広報特集号(ごみゼロ通信)、市ホームページやSNS等を活用することにより、生ごみ減量や食品ロス削減について、多くの市民に対して周知・啓発を進め意識変革へと繋げることができた。	引き続き市内各種イベントへの出展、市ホームページやSNS等を活用した啓発を行い、食品ロス削減の促進やダンボールコンポストの普及拡大を図る。	ごみ減量対策課

重要施策と施策の方向			N O	事業名	新計画(第3期)の「事業内容」	活動指標	目標 (2028年度)	令和6年度の実績 (左記に対する進捗状況)	自 己 評 価 (効果・期待)	令和7年度の取り組み予定 (内容・時期)	担当課
重要施策2 消費者教育の推進	1 消費者市民を育む学習支援・啓発	(3)SDGs・エシカル消費に関する認知度向上	③	環境学習の推進	環境フェスティバルや戸吹クリーンフェスタなど、様々な環境学習・啓発活動の拡充を図るとともに、啓発を目的とする各種イベントに参加していきます。 また、職場体験の受け入れを行います。 さらに、生ごみの減量・資源化を推進するため、広報特集号「ごみゼロ通信」やSNS、市内イベントなどを通じて食品ロス削減の促進やダンボールコンポストの普及拡大を行います。	(3) 職場体験の受け入れ (4) 戸吹クリーンフェスタの開催 (5) 啓発を目的とする各種イベントへの参加	継続実施し、更なる啓発を進める	(3) 受け入れ人数:7人(中学生) 清掃工場等の職場体験を実施。施設見学や実務体験を通じて、ごみ処理の仕組みやリサイクルの重要性について理解を深める機会を提供した。 (4) 来場者数:約1,200人 地元企業・町会・地域関連所管が一体となったイベントを実施し、ごみの減量・リサイクルを推進するための啓発活動を行った。 (5) ブース来場者:約300人 環境フェスタにブースを出展し、クレーンゲームやミニコンペアを使ってごみの分別体験や啓発活動を行った。	(3) ごみ処理やリサイクルの現場を実際に見て学ぶ貴重な体験となった。 (4) SNSやポスターなど周知することで、来場者数が増え、イベントを通じ啓発活動を行うことで、ごみの減量・リサイクルへの関心と理解を深めることができた。 (5) ミニコンペアを使ったごみの分別体験など、体験型の啓発活動を行うことができた。特に子どもたちの関心を引くことができ、体験を通じて一緒に来場した保護者への啓発にもつながった。	引き続き、環境啓発とごみ減量・リサイクル推進を行う。 (1) 随時 (2) 10月末頃開催予定 (3) 6月中旬開催予定	戸吹クリーンセンター
						(6) 館クリーンセンターの施設見学者数	(6) 5,000名	(6) 9,848名 (個人:7,249名、団体:56団体2,424名、煙突のぼり体験(3回)60名、特別工場見学会(3回)115名) ・昆虫観察会(1回) 8名 ・環境フェスティバル出展(6月) 団体(10名以上)及び個人の見学、イベント実施や出展を行い、環境教育・環境学習に取り組んだ。	施設見学については目標をはるかに上回る合計9,856名の方に来場していただき、また各種イベントを通して環境教育・環境学習に取り組めた。	・施設見学(年末年始以外) ・環境フェスティバル出展(6月) ・植物見学会(6月) ・煙突のぼり体験(8月) ・特別工場見学会(8月) ・昆虫観察会(8月)	館クリーンセンター
						(7) 環境フェスティバル参加者 (8) 職場体験の受け入れ人数	(7) 300人 (8) 9人	(7) 300人 (8) 6人 ・あったかホールまつり 220人	環境フェスティバルに加え、コロナ禍により中止されていたあったかホールまつりなどの環境イベントの出店や中学生の職場体験受入れなど、昨年度に比べ多く取り組むことができた。	引き続き、イベント等を通じた環境への配慮を啓発する取組みを継続していく。	水再生施設課
			④	小・中学校における環境学習	「学校教育における環境教育基本方針(第二次)」に基づき、全市立小・中学校・義務教育学校において、環境教育全体計画及び年間指導計画を作成し、環境教育を実施して、各教科等の指導の中でSDGsを位置付けて指導します。	(1) 「省エネチャレンジ2023」実施校率 (2) 環境教育を位置づけている学校数率	(1) 小学校90%以上 中学校90%以上 (2) 小中学校100%	(1) 小学校77%、中学校76% (2) 小中学校100% 各学校における年間指導計画に「SDGs」に関わる内容を取り入れ、各教科等の中で指導を行った。また、「川と友だちになるノート」も活用しながら、環境教育の取組みを進めた。	SDGsを取り入れた指導により、児童・生徒が環境について様々な視点から捉え、課題意識をもって取り組むことが期待される。	引き続き、環境教育全体計画及び年間指導計画を基に、SDGsを取り入れた指導を推進する。また、身近な環境や地球規模の環境など、様々な視点から環境に関する課題を捉え、解決していく学習を推進していく。	教育指導課
			⑤	SDGs・エシカル消費の啓発	エシカル消費を日常的にする社会的ムーブメントを創出し、市民の消費行動の変容を促進するため、東京都(TOKYOエシカルアクションプロジェクト)や市内関連企業・団体との連携強化を図りながら各種イベントにおいて啓発活動を行います。	(1) TOKYOエシカル参加団体とのエシカル消費啓発活動における共創	(1) 市内各団体と年1回以上、共創実施	ケイハチクリスマスマーケットにてエシカルマルシェを開催(TOKYOエシカル、まちの駅八王子CHITOSEYA、kitokito、創価大学と連携し出展) また、消費生活フェスティバルにて、エシカルフード(惣)と共創・連携を行い、大豆ミートの試食を通じたエシカルな食べ物の紹介を行った。	東京都やエシカル消費に理解のある市内事業者、団体との連携で開催したエシカルマルシェでは、約28,000人の来場者にエシカル消費について考える機会を提供できた。	「Hachiojiエシカル」プロジェクト(仮称)を計画。「TOKYOエシカル」を発展させた八王子独自のエシカル消費の普及啓発体制の構築を目指す。	消費生活センター
	2 消費者教育推進の担い手の育成と資源の活用	な育(1)に関する消費者育成様教 (2)学習資料の提供	①	消費者教育の担い手育成	消費者団体連絡会において最新の情報・意見交換を行い、消費者団体の活動や学習会などを通じて消費者教育を広め、消費者教育の担い手を育みます。	(1) 消費者団体連絡会加盟数	(1) 10団体	8団体(継続)	・登録団体内での担い手不足が散見される中、8団体を維持できた。(新たな団体の加入には至らなかった) ・連絡会において、情報交換に加えて登録団体が企画提案した講座を実施したことで、団体の自主的な活動を促し、消費者教育の担い手育成に取り組むことができた。	既存の消費者団体連絡会登録団体に過度な負担にならないように配慮しつつ、引き続き、団体間の情報共有や連携を進め、消費者教育の担い手を育む。同時に新たな加盟団体への呼び込みも継続する。	消費生活センター
			②	学習資料の提供	自主的な学習活動の支援のため、消費生活センターにある図書・DVDなどを充実させ、貸出を行います。また、図書館において、消費生活の関連図書・チラシ・ポスターの展示や貸出を行います。	(1) 貸出延べ件数 (2) 貸出冊数	(1) 12件以上 (2) 40冊以上	(1) 0件 (2) 118冊 「食品ロス」や「地球温暖化」に関連した図書の展示等を行った。107冊をテーマ本として展示し、館内で自由に閲覧してもらったほか貸し出しを行った。同時にポスターの掲示や冊子の配布も行った。	消費生活センター図書コーナーにおける市民からの貸出希望はなかった。消費生活センターと同じ館内の図書館では、テーマに応じた企画展示・貸出も行っているため、センター独自で図書コーナーを設ける必要性については検討していく。 書架に並べるだけでなく、テーマ展示することで、図書の貸し出しが増加し、学習活動の支援に繋がった。	これまで、消費生活センター図書コーナーを利用する方はほぼ皆無状態であり、貸出事業の必要性や活用の仕方については、図書館との連携も踏まえ、引き続き、検討していく。 「食品ロス」、「地球温暖化」、「悪徳商法」、「エシカル消費」に関連した図書・チラシ・ポスターの展示・貸し出しを行う。	消費生活センター 図書館課

重要施策と施策の方向			N O	事業名	新計画(第3期)の「事業内容」	活動指標	目標 (2028年度)	令和6年度の実績 (左記に対する進捗状況)	自 己 評 価 (効果・期待)	令和7年度の取り組み予定 (内容・時期)	担当課	
重要施策3 消費者被害の防止・救済	1 消費者被害の予防・防止	(1) 多様なチャネルを活用した情報収集・発信	①	事故情報などの提供	商品の重大事故などが発生した場合は、消費者庁をはじめ関係機関と連携し、市民への迅速な情報提供を行います。	(1) 事故情報の提供		(1) 発生状況に応じて随時市民に発信	令和6年度は事故情報を4件消費者庁に提供し、うち2件が重大事故として消費者庁のホームページ等で公表された。	事故情報が公表されることで、商品等の危険性を周知し消費者の安全に寄与した。	引き続き消費者庁への事故情報の提供を迅速に行う。	消費生活センター
			②	消費者被害事例の情報提供及び注意喚起	消費生活センターにおける相談内容に基づいて、類似被害の拡大防止・予防のために、緊急性の高い被害事例を防犯メールや市ホームページなどを通じて迅速に市民へ周知します。 また、関係機関が有するメール配信や人とひととのつながりによるネットワークを利用して、デジタルデバイスへの配慮を行いながらより多くの市民の情報を広め、消費者被害を防ぎます。	(1) 注意喚起情報の発信(防犯メール・高齢者あんしん相談センター・民生委員・児童委員)	(1) 発生状況に応じて随時発信	(1) 成年年齢引き下げに伴い狙われやすい若年者を狙った手口や悪質な点検商法等について、各種イベントでのチラシ配布、消費生活ニュースや広報はちおうじで情報提供を行った。 また、防犯課や民生委員・児童委員の情報ネットワークを活用し相談の増えるトラブル事例についてタイムリーに情報発信をおこなった。	紙媒体に加えSNSでの発信により多くの市民に情報がいきわたる事で、悪質事業者の行動抑止力になりトラブルの未然防止や救済に繋がった。(防犯防災メール、民生委員・児童委員一斉メールでの発信:5回)	引き続き、市の公式LINEなどのSNSや広報はちおうじ等を通じて、注意喚起情報の発信を随時行う。	消費生活センター	
						(2) 各種SNSを活用した防犯情報の提供を推進し、迅速な情報提供により市民の安全を図る。	(2) 現状の情報配信方法の見直し及び改善	(2) メールけいしちょう及び関係所管からの情報提供による不審者情報や防犯情報の配信を行った。 また、市内3警察署からの情報提供に基づき、毎週水曜日に侵入窃盗や特殊詐欺等の最新の被害状況について情報提供した。 <配信回数> ・不審者情報 123回(都度配信) ・防犯情報 18回(都度配信) ・週刊メール 51回(毎週水曜日)	メールやSNSを活用した迅速な防犯情報の提供により、市民の防犯意識が高まることで安全確保へ寄与した。	引き続き、不審者情報及び防犯情報の配信や週刊メールの配信により、防犯意識を高め被害を防止していく。	防犯課	
						(3) 高齢者あんしん相談センターでのスマートフォン教室等開催回数	(3) 全ての高齢者あんしん相談センターで1回以上の開催	(3) 9回(スマートフォン教室:3か所(3回コース))相談会:6か所(週1～2回)	スマートフォンの基本操作を学び、消費者被害の情報をキャッチするためのツールに慣れ親しむ機会を提供したことにより、消費者被害防止に寄与した。	スマートフォン教室を4か所(3回コース)を行う。 高齢者あんしん相談センターへスマートフォン教室開催の案内を促していく。	高齢者福祉課	
			③	悪質事例の情報提供	国や東京都が発信する悪質な取引事例などをSNSをはじめ、市ホームページ等で取り上げ、広く市民に情報提供を行います。	(1) 国・東京都の情報の発信	発生状況に応じて随時市民に発信	ガス給湯器や屋根工事の点検商法について、消費生活ニュース等に掲載するなど、紙媒体のほか、SNSを通じた発信により広く情報提供を行った。	国や東京都の発信する悪質な取引事例を広報特集記事やSNSを通じ、スピード感を持って市民に周知し、被害防止に繋がれた。	消費生活ニュースの発行等による啓発活動を継続していく。	消費生活センター	
			④	悪質事業者の公表・指導	悪質事業者への指導、勧告、事業者名の公表などを行う国、東京都との連携や、取締りを行う警察への捜査協力など、必要に応じた情報提供により不適正な取引行為を防止します。	(1) 国・都や警察からの情報提供依頼及び捜査協力依頼	発生状況に応じて適時・適切に対応	・東京都、消費者庁への不適正取引行為に関する調査協力 11件 ・警察等への捜査関係事項照会 7件	関係機関と協力して悪質業者の指導・摘発に寄与した。	引き続き、関係機関からの調査協力依頼に迅速に対応し、悪質業者からの被害防止に努める。	消費生活センター	
			⑤	イベントを通した消費者トラブル注意喚起	消費生活フェスティバルなどのイベントの機会を通じて、消費者トラブル防止の注意喚起を行います。	(1) 消費生活フェスティバル参加者 (2) 防犯防災フェア啓発チラシ配布	(1) 500人 (2) 100人	(1) 512名 (2) －（開催しなかったため） ・保健福祉センターでの出前寄席:2回(65名) ・あきんど祭りでのチラシ配布数:約900枚 ・二十歳を祝う会での動画配信:3,642人(参加者数)	イベント開催時などの多様な機会を通じ、様々な市民や団体とふれあうことで、効果的な啓発や情報共有が図ることができた。	引き続き、多くの参加者が見込まれるイベントなどを活用し、効果効率的な啓発活動を行う。	消費生活センター	
			⑥	成年後見制度等の制度周知	安心して消費生活を送ることができるように、成年後見制度や権利擁護に関するパンフレットの配布、講座の開催などにより、制度の周知を図ります。	(1) 講座・学習会の開催回数	(1) 25回	13回 講演会 2回開催 参加人数 36名 学習会 11回開催 参加人数191名 八王子市社会福祉協議会へ委託し、相談窓口等でのパンフレット配布や成年後見制度等に関する講演会・研修会を計13回開催し、制度周知を図った。	目標の開催回数には及ばなかったが、委託元と連携を図りつつ、講演会・研修会の実施を通して普及・啓発活動に努めた。	引き続き、八王子市社会福祉協議会との連携を図りつつ、成年後見制度等の制度周知に努める。	福祉政策課	
			⑦	関係機関との情報共有	消費者庁、(独)国民生活センター、東京都消費生活総合センター、警察などの関係機関への迅速な情報提供や相談に関する連携が、悪質商法などへの対応には不可欠なため、各機関とのネットワークを強化し、適切かつ迅速な情報共有を行います。	(1) 市の消費者トラブル情報提供	適切に対応	東京都、消費者庁への不適正取引行為に関する調査協力及び警察等への捜査関係事項照会について適切かつ迅速に回答した。(18件)	関係機関と協力することで、消費者被害の防止に寄与した。	引き続き関係機関と協力し、悪質商法等の情報を共有することで消費者被害を未然に防ぐ活動を継続していく。	消費生活センター	

重要施策と施策の方向			N O	事業名	新計画(第3期)の「事業内容」	活動指標	目標 (2028年度)	令和6年度の実績 (左記に対する進捗状況)	自 己 評 価 (効果・期待)	令和7年度の取り組み予定 (内容・時期)	担当課
重要施策3 消費者被害の防止・救済	2 消費者被害の救済	(1) 相談体制の充実による救済の強化	①	消費生活相談員による相談の実施	消費生活相談員による適切な相談対応により、被害の拡大防止・早期解決に努めます。あわせて、必要に応じて、消費者と事業者間のトラブル解決に向けてあつせんを行います。 また、相談方法として電話・来所に加え、新たにメールフォームで行っていることを周知するとともに、市施設からのオンライン相談についても検討を進めます。	(1) あつせん解決 (2) メールフォームによる相談	(1) 不調割合10%未満を維持 (2) 周知と定着	(1) 10.5% (幹旋解決件数:333件、幹旋不調件数:39件) (2) 44件	相談員の適切かつ迅速な対応により未然防止を含め、多額の救済に貢献した。	相談員の迅速な対応により、消費者被害の未然防止に繋げる。消費生活相談員は随時専門研修等へ参加し専門的知識の向上を図る。	消費生活センター
			②	消費生活相談のDX	消費生活相談員のなり手不足や相談内容の複雑化に対応するため新たなPIO－NETシステム※を導入し、相談業務のDXに取り組みます。	(1) 新PIO-NET導入	システム稼働の検証	消費者庁が稼働準備している新PIO-NETについて、消費者庁及び国民生活センターからの情報を確認し、東京都及び本市デジタル推進課と調整のうえ、本市のネットワーク環境で稼働できるように、行政情報端末配備等の準備を行った。	新PIO-NET導入に向けて、今年度可能な準備を遅滞なく実施し、適切な環境整備を図った。	令和8年度の本格稼働に向け、引き続き、消費者庁及び国民生活センターからの情報を消費生活相談員及びデジタル推進課と随時共有し、適切な環境整備を実施していく。	消費生活センター
			③	多重債務相談の実施	消費生活相談員が対応する相談の中で、必要に応じて、法テラスや弁護士会の多重債務相談を紹介し解決につなげます。	(1) 多重債務相談	必要とされている多重債務相談すべてに対応・オンライン対応	・多重債務110番(4日間・5件) ・東京都による多重債務問題研修会への参加(多重債務問題庁内連絡会構成所管あてに周知) ・消費生活相談における多重債務相談 90件	多重債務に関する相談に対して、適切な窓口を紹介するなど解決に向けた対応を行った。	引き続き、消費生活相談員による相談を実施し、必要に応じて、法テラスや弁護士会の多重債務相談を紹介し解決につなげる。	消費生活センター
			④	専門的な相談の実施	弁護士による消費生活法律相談を実施し、契約に関するトラブルなどの解決につなげます。 また、年間を通して無料法律相談の実施や専門機関の紹介を行います。	(1) 弁護士相談	(1) 24回実施 相談数120件・オンライン対応	(1) 24回実施(相談件数 104件)	消費生活問題に関する法的なアドバイスによりトラブルの未然防止や適切な対処につなげた。	令和7年度から1回当たりの相談枠を見直し、引き続き、法的な見地から適切な対処につなげていく。	消費生活センター
						(2) 各種無料専門相談の充足率	(2) 80%以上	(2) 93.3% 【令和6年度(2024年度)相談予約件数】 法律相談実施 1,333件(相談枠1,428件) 【令和5年度(2023年度)相談予約件数】 法律相談実施 1,623件(相談枠1,740件)	・無料法律相談の実施、専門機関の案内を行った。 ・各所管が実施する庁内連絡会からの情報を担当内で共有した。 ・総合市民相談会を実施した。 令和7年(2025年)1月19日(日)	・引き続き、年間を通して無料法律相談の実施や専門機関の紹介を行う。 ・また庁内連絡会を通じて他所管とも連携をしていく。 ・総合市民相談会 令和8年(2026年)1月実施予定	八王子駅南口総合事務所
			⑤	特別相談の実施	東京都などと連携し多重債務110番、高齢者の消費者被害特別相談、若者のトラブル110番を実施します。	(1) 特別相談	必要とされている特別相談すべてに対応・オンライン対応	・多重債務110番(4日間・5件) ・高齢者被害特別相談(3日間・17件) ・若者のトラブル110番(2日間・5件)	東京都と連携した特別相談をSNSを活用して広く市民に周知することで、より多くの救済につなげた。	引き続き、東京都と連携し、実効的な特別相談を実施していく。	消費生活センター
			⑥	消費生活相談員の専門的知識の向上	計画的に(独)国民生活センターなどの関係機関による研修へ参加し、相談員の専門的知識の向上を図ります。研修後は消費生活センターや市役所内関係所管へのフィードバックにより、専門的知識や最新知識の共有に努めます。	(1) 相談員の研修参加	・国民生活センター研修 延べ24回 ・東京都研修 延べ44回	・国民生活センター研修:24回 ・東京都研修 :48回 ・その他(民間団体・機関等による研修):18回	相談業務に直結する内容の研修を受講することでの確かなアドバイスなどにつなげた。	計画的に(独)国民生活センターなどの関係機関による研修へ参加し、相談員の専門的知識の向上を図る。	消費生活センター