

大阪府消費者基本計画(第3期)

令和7(2025)年3月

大阪府消費生活センター

目 次

大阪府消費者基本計画(第3期)の策定にあたって	1
第1章 計画の基本的な考え方	2
1. 計画改定の趣旨	2
2. 計画の性格	3
3. 計画の期間	3
4. 消費者施策の基本的な考え方・理念	4
第2章 消費生活をめぐる現状と課題	6
1. 消費者を取り巻く環境の変化	6
2. 府における消費生活相談等の状況	19
3. 府消費者基本計画(第2期)期間中における取組実績と課題	33
第3章 消費者施策の方向性と展開	41
1. 消費者施策の方向性	41
2. 重点的な取組と実施状況の把握・検証	42
3. 消費者施策の展開	44
基本目標1 消費者の安全・安心の確保	44
基本目標2 消費者被害の未然防止・拡大防止・紛争解決への支援	49
基本目標3 消費者教育の推進	54
基本目標4 消費生活相談体制の充実	62
第4章 計画の推進方策と進行管理	64
1. 推進方策	64
2. 進行管理	65
3. 計画の見直し	65
4. 数値目標	66
参考資料	67
1. 基本目標1～4に関する具体的な施策一覧	68
2. 用語の説明	93
府消費者保護条例	98
消費者教育の推進に関する法律	109

※本計画は「消費者教育の推進に関する法律」第10条に基づき消費者教育推進計画の性格を併せ持った、府における消費生活に関する総合的な計画です。

「大阪府消費者基本計画(第3期)の策定にあたって」

令和7(2025)年4月13日、いよいよ大阪・関西万博が開幕します。

「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマに、世界が抱える様々な課題解決への針路を示していくこの万博は、令和12(2030)年にSDGsを達成するための重要なプラットフォームとなります。

消費生活に係るSDGsのゴール12「持続可能な生産と消費(つくる責任・つかう責任)」を実現するためには、そのベースとして府民の消費生活の安全・安心を確保することが必要です。

しかしながら、消費生活相談等の現状を見ますと、デジタル取引に関する技術の急速な進展に伴い引き起こされる契約トラブルや、若者や高齢者を狙った悪質商法、SNSを使った投資詐欺やロマンス詐欺、特殊詐欺等の被害が拡大・深刻化する状況にあり、消費者教育や消費生活相談、事業者への指導・処分などの取組を充実することが重要です。

とりわけ、高齢者の老後の大切な生活資金を騙し取る悪質な犯罪による被害が危機的な状況にあることから、このたび、大阪府安全なまちづくり条例の改正を行ったところであり、今後、特殊詐欺の根絶に向けた取組等のさらなる強化が不可欠です。

このような消費生活をめぐる最近の状況や新たな課題等を踏まえ、令和11(2029)年度を目標年次とする「大阪府消費者基本計画(第3期)」を策定しました。

この第3期基本計画のもと、市町村、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体と相互に協力し、消費者被害の防止や消費者教育の推進に取り組んでまいりますので、皆様方の一層のご理解とご協力をお願いいたします。

結びに、本計画の策定にあたり、精力的にご審議をいただきました大阪府消費者保護審議会の委員の皆様を始め、貴重なご意見を頂きました府民の皆様、関係各位に心から御礼申し上げます。

令和7(2025)年3月

大阪府知事 吉村 洋文

第1章 計画の基本的な考え方

1. 計画改定の趣旨

府では、大阪府消費者保護条例^(※8)(以下、「府消費者保護条例」という。)に基づき、平成27(2015)年3月に大阪府消費者基本計画(以下、「府消費者基本計画」という。)(計画期間：平成27(2015)年度から令和元(2019)年度まで)を策定し、「消費者の安全・安心の確保」、「消費者の自立への支援」、「消費者教育に関する計画的な施策の推進」、「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり」を基本目標に、消費者施策を総合的かつ計画的に推進してきました。

この計画期間中、高齢化の一層の進行に伴う高齢者の消費者被害の増加、急速なスマートフォンの普及等に伴う電子商取引^(※38)の進展等新たな商取引形態の拡大、架空請求^(※10)や暗号資産^(※2)(仮想通貨)取引等の新たなトラブルも発生しました。また、平成30(2018)年6月に成年年齢を引き下げる改正民法が成立し、特に在学中に成年となる高校生を対象とした消費者教育の充実が求められていました。

そのため、令和2(2020)年3月に策定した府消費者基本計画(第2期)(計画期間：令和2(2020)年度から令和6(2024)年度まで)では、「若者への消費者教育の推進」と「高齢者の見守りネットワークの支援」を重点取組として位置付け、国の地方消費者行政強化交付金^(※31)も活用しながら、消費者施策を重点的に推進してきました。

これらの取組にもかかわらず、府内の消費生活相談窓口には、依然として年間7万件を超える相談が寄せられており、さらに、その内容を見ると、加齢等により判断力の低下や健康面の不安がある高齢者、契約や取引の知識・経験が乏しい若者などを狙った悪質商法が後を絶たず、その手口も多様化・巧妙化する傾向にあります。

このような中、消費者庁では、社会のデジタル化に対応し、消費者が相談しやすい環境の整備や、相談現場における負担軽減等の課題を克服するため、消費生活相談のデジタル化に向けた取組が進められていますが、これらの取組の具体化により地方の消費生活相談体制に大きな影響が出ると考えられています。

一方、平成27(2015)年9月に国連持続可能な開発サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」で掲げる「持続可能な開発目標(SDGs)^(※18)」の達成に向け、事業者のみならず、持続可能な消費を意識する消費者も増えてまいりました。このSDGs達成の目標年令和12(2030)年まで残り5年となり、この目標達成のプラットフォームになる「大阪・関西万博」の開催を契機に、「持続可能な消費」の実現に向けた取組を加速していくことが求められています。

令和6(2024)年度末をもって計画期間が終了する第2期計画の取組状況を踏まえ、新たな計画に基づく消費者施策を展開する必要があることから、国の「消費者基本計画」との整合性を図りつつ、府消費者基本計画(第3期)を策定するものです。

(注)文中の(※1)～(※47)の用語については、93ページに記載の「2. 用語の説明」に詳細を記載しております。

2. 計画の性格

府消費者基本計画(第3期)は、府消費者保護条例第8条に基づく消費者施策を計画的に推進するための基本計画として、「消費者教育の推進に関する法律」第10条に基づく都道府県消費者教育推進計画の性格を併せ持った、府における消費生活に関する総合的な計画です。

消費者施策の展開にあたっては、府の関係部局が連携し、消費生活と関係する庁内等の計画との整合を図ります。

○図表1 消費生活と関係する庁内等の計画等

名 称	計画期間
新・大阪府地震防災アクションプラン	2015～2024
第5期大阪府地域福祉支援計画	2024～2029
第5次大阪府障がい者計画	2021～2026
大阪府高齢者計画2024	2024～2026
第4期大阪府食の安全安心推進計画	2023～2027
住まうビジョン・大阪	2021～2030
豊かな環境づくり大阪行動計画	1996～毎年更新
大阪府環境教育等行動計画	2014～随時更新
大阪府循環型社会推進計画	2021～2025
大阪府食品ロス削減推進計画	2021～2030
第2期大阪府ギャンブル等依存症対策推進計画	2023～2025
Osaka SDGs ビジョン	2020～2030

3. 計画の期間

計画の期間は、令和7(2025)年度から令和11(2029)年度までの5年間とします。

4. 消費者施策の基本的な考え方・理念

【めざすべき姿】

府、事業者、事業者団体、消費者(府民)、消費者団体が、それぞれの責務と役割を認識して主体的に責任ある行動をとりながら、お互いが協力することによって、安全・安心で持続可能な消費生活の実現、「消費者市民社会」を構築すること。

近年の少子高齢化、デジタル化やグローバル化の急速な進展により、消費者を取り巻く環境は目まぐるしく変化しています。

本来、消費者と事業者は対等の立場において取引が行われるべきにもかかわらず、消費者と事業者との間に情報の質及び量、交渉力、資力等の格差があるため、消費者が不利な立場に置かれることが多くなっています。

さらに、昨今インターネットを通じた商取引を中心に、経験に基づく先入観や直感によって非合理的な考えをとってしまう人間の心理現象につけこみ、消費者を不利な契約に誘導するようなビジネス手法も問題になってきています。

また、持続可能な社会の形成に向けて、地球温暖化、環境汚染、資源・エネルギーの不足、貧困問題等、地球規模の様々な問題が社会的課題となっており、事業活動はもとより、社会経済に大きな影響を与える消費活動においても人や社会、環境等に配慮した行動が求められています。

府消費者保護条例では、「府の責務」として、消費者施策の策定と実施、市町村との連携支援、事業者・事業者団体や消費者団体への活動支援などが、「事業者の責務」として、消費者への危害防止、消費者への必要な情報を明確かつ平易に提供すること、公正な取引の確保などが、「事業者団体の責務」として、苦情の処理体制の整備、事業者の事業活動に関し遵守すべき基準の作成支援などが、「消費者の役割」として、必要な知識の修得や情報の収集、自主的かつ合理的な行動、環境の保全への配慮などが、「消費者団体の役割」として、消費者への啓発・教育、消費者の被害の防止や救済のための活動に取り組むことなどが規定されています。

このように、消費者(府民)は、一人ひとりが主体的に消費者問題に関心を持ち、自らの課題として考え、行動することが求められています。

条例の基本理念である「消費者の権利の確立及びその自立の支援」を図り、消費者が安全・安心な消費生活を送ることができる社会の実現をめざし、各主体が、それぞれの責務と役割を認識し、協力し合い、一体となって、消費者の安全・安心の確保、消費者の自立、消費者教育の推進、消費者被害の未然防止と救済に向けて取り組んでいく必要があります。

大阪府消費者保護条例（抜粋）

（府の責務）

第三条 府は、消費者施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

2 府は、消費者施策を推進する上で市町村が果たす役割の重要性に鑑み、市町村が消費者施策を実施しようとする場合には、技術的な助言その他の必要な支援の措置を講ずるものとする。

3 府は、消費者施策の策定及び実施に当たっては、消費者の意見を反映するとともに市町村との連絡調整を緊密に行うよう努めるものとする。

4 府は、事業者及び事業者団体による消費者の信頼を確保するための自主的な取組の推進のため必要な支援の措置を講ずるものとする。

5 府は、消費者団体が行う消費者の消費生活の安定及び向上に資する健全かつ自主的な活動に必要な支援の措置を講ずるものとする。

(事業者の責務)

第四条 事業者は、第二条の基本理念に鑑み、消費者が消費生活において使用し、又は利用する商品及び役務等を供給し、並びに物品の購入等を行うに当たり、次に掲げる責務を有する。

一 消費者に対する危害を防止すること。

二 商品及び役務等の品質等並びに物品の購入等に関する広告その他の表示、消費者に対する勧誘等を適正に行うことにより、消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。

三 公正な取引を確保するとともに、その取引の目的及び内容に応じて、消費者の年齢、知識、経験、判断能力及び財産の状況等に配慮すること。

四 消費者の個人情報等を適正に取り扱うこと。

五 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。

六 府又は市町村が実施する消費者施策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品及び役務等並びに物品の購入等について、次に掲げる事項を行うことにより消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

一 環境への負荷の低減その他の環境の保全に配慮すること。

二 消費者の意見を反映すること。

三 商品及び役務等の品質その他の内容を向上させること。

四 適正な価格を維持すること。

五 事業活動に関し自ら遵守すべき基準を作成すること。

六 前各号に掲げるもののほか、消費者の信頼の確保に資すること。

(事業者団体の責務)

第五条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

2 事業者団体は、府又は市町村が実施する消費者施策に協力しなければならない。

(消費者の役割)

第六条 消費者は、消費者の権利を自覚し、その確立を目指して、自ら進んで消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集するとともに、消費者相互の連携及び組織化を図る等自主的かつ合理的に行動するよう努めることによって、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。

2 消費者は、消費生活に関し、環境への負荷の低減その他の環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

(消費者団体の役割)

第七条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、安全かつ公正な取引を確保するための市場の監視、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

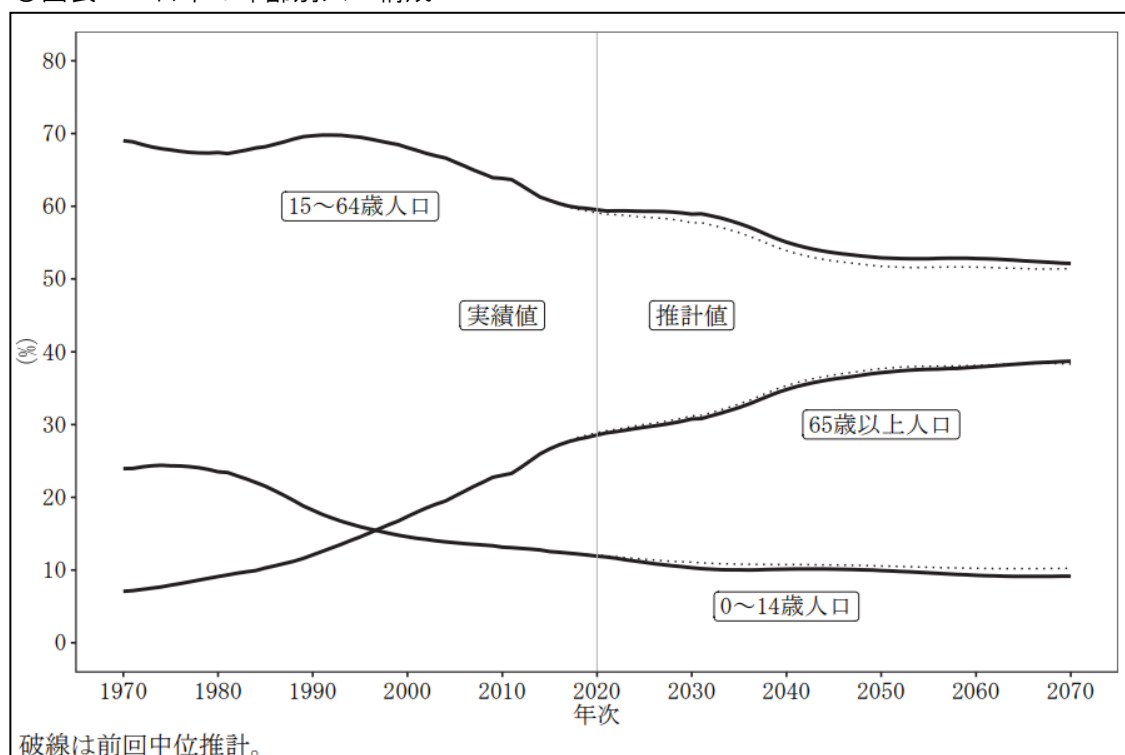
第2章 消費生活をめぐる現状と課題

1. 消費者を取り巻く環境の変化

(1)人口減少社会(少子高齢化)の進展

令和5(2023)年に国立社会保障・人口問題研究所が取りまとめた「日本の将来推計人口(令和5年推計)」によると、日本の年齢別人口構成の長期的な推移は、昭和35(1960)年には5.7%だった高齢化率(全人口に占める65歳以上人口の割合)が、令和2(2020)年では28.6%、令和20(2038)年には33.9%と、3人に1人が65歳以上となる見込みであり、我が国の高齢化は着実に進展しています。

○図表2 日本の年齢別人口構成



国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(令和5年推計)」報告書4ページ
https://www.ipss.go.jp/pp-zenkoku/j/zenkoku2023/pp2023_ReportALLc.pdf

府の人口は令和2(2020)年の国勢調査では8,837,685人と、前回の平成27(2015)年の同調査から1,784人減少しました。

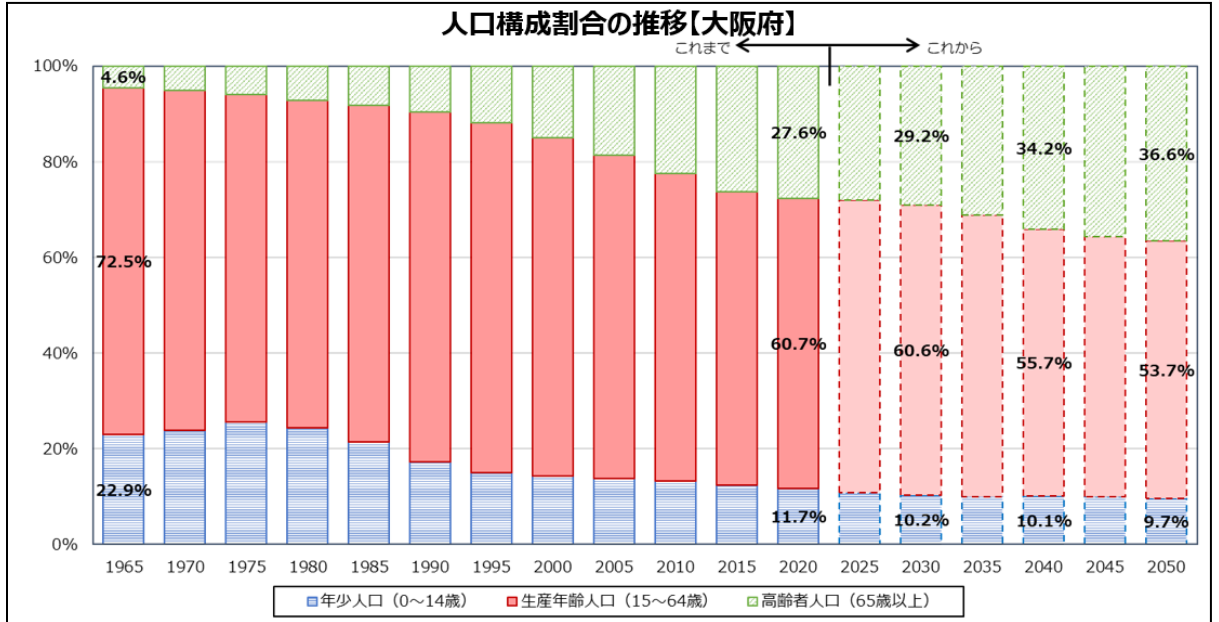
「第3期大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略」によると、令和32(2050)年には726万人となり、30年間で157万人の急激な減少が見込まれています。

特に、世代別人口の構成比を見ると、令和32(2050)年には、高齢者(65歳以上)が全体の36.6%を占めると見込まれます。令和7(2025)年には、団塊の世代が75歳以上となり高齢者の意識が変わる過渡期になると考えられます。また、生産年齢人口(15歳～64歳)の割合は減少を続け、令和32(2050)年には、令和2(2020)年の60.7%から53.7%まで減少し、年少人口(0歳～14歳)の割合は、全体の9.7%にまで減少すると予測されています。

また、令和2(2020)年の国勢調査では、一般世帯約413万世帯のうち、41.8%の約173万世帯が単独世帯であり、その中の32.9%の約57万世帯が高齢単独世帯となっています。

「第3期大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略」によると、令和22(2040)年には、一般世帯のうち単独世帯が46.6%になると見込まれています。

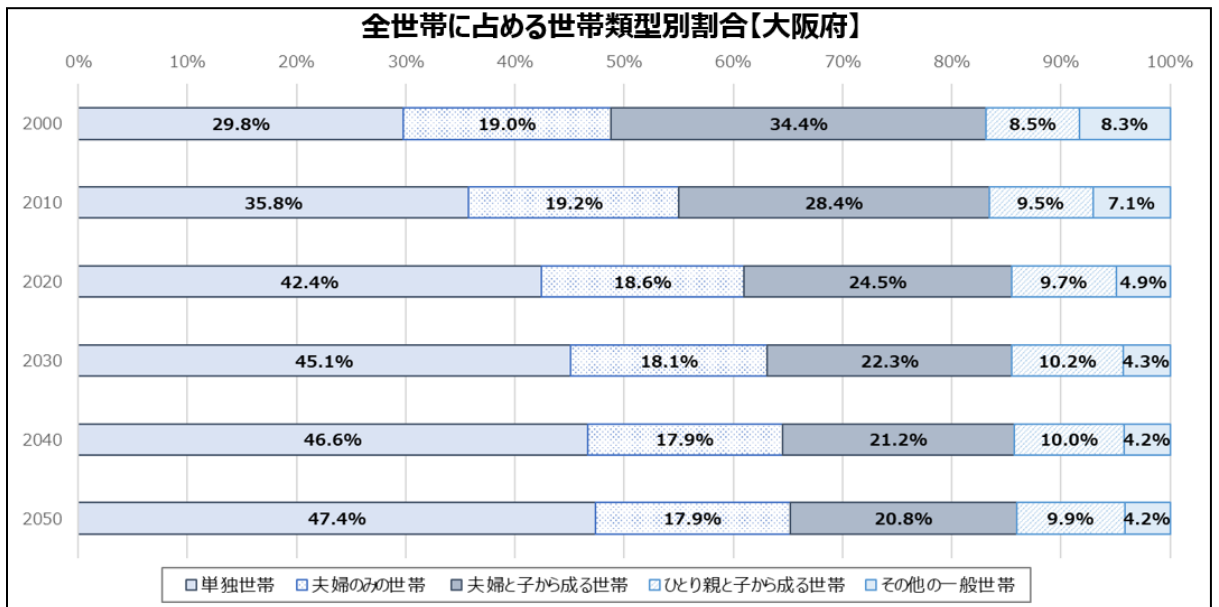
○図表3 人口構成割合の推移



府政策企画部「第3期大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略」17 ページ

<https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/12639/dai3kimachihitosenryaku.pdf>

○図表4 全世帯に占める世帯類型別割合



府政策企画部「第3期大阪府まち・ひと・しごと創生総合戦略」18 ページ

<https://www.pref.osaka.lg.jp/documents/12639/dai3kimachihitosenryaku.pdf>

高齢単独世帯が増えることで、周囲の目が届かずに、消費者トラブルに巻き込まれやすく、トラブルに巻き込まれた際に誰にも相談できずに一人で抱え込み、消費者トラブルの

さらなる深刻化を招くといった問題が考えられます。

(2) 成年年齢の引下げ

令和4(2022)年4月1日に改正民法が施行され、成年年齢が20歳から18歳へと引き下げられ、新たに成年となった18歳、19歳の若者は、法定代理人の同意なく自らの責任において契約を結ぶことができるようになりました。

例えば、携帯電話を契約する、クレジットカードをつくる、高額な商品を購入しローンを組み、一人暮らしの部屋を借りるといった場面で、契約を結ぶかどうかを決めるのも、その契約に対して責任を負うのも本人自身になります。

未成年の場合であれば、これらの契約を結ぶには、原則として法定代理人である親権者等の同意が必要ですが、成年の場合は、親権者等の同意がなくても、一人で契約ができます。また、未成年者が法定代理人の同意を得ずに契約した場合には、民法で定められた「未成年者取消権」によって、その契約を取り消すことができますが、成年に達して一定期間が経過すると、未成年者取消権も行使できなくなります。

成年年齢の引下げにより、18歳、19歳の若者が積極的に社会参加することが期待される一方で、知識や経験に乏しい成年になったばかりの若者が安易に契約を交わすとトラブルに巻き込まれる可能性があります。また、そのような若者を狙う悪質な事業者もいるため、注意が必要です。

そのような若者が消費者トラブルに遭わないようにするためには、早い段階から、契約に関する知識を学び、様々なルールを知るとともに、その契約が必要かよく検討する力を身に付けておくことが重要です。

一方、消費者庁が行った「消費者意識基本調査」(令和3(2021)年度)によると、SDGsやエシカル消費^(※3)に関する興味や取組状況を年齢層別にみると、10歳代後半の若者では、SDGsやエシカル消費への関心はあるものの取組を行っていない割合が高くなっており、将来を担う若者が持続可能な社会の形成に積極的に参画できるような環境の整備も重要です。

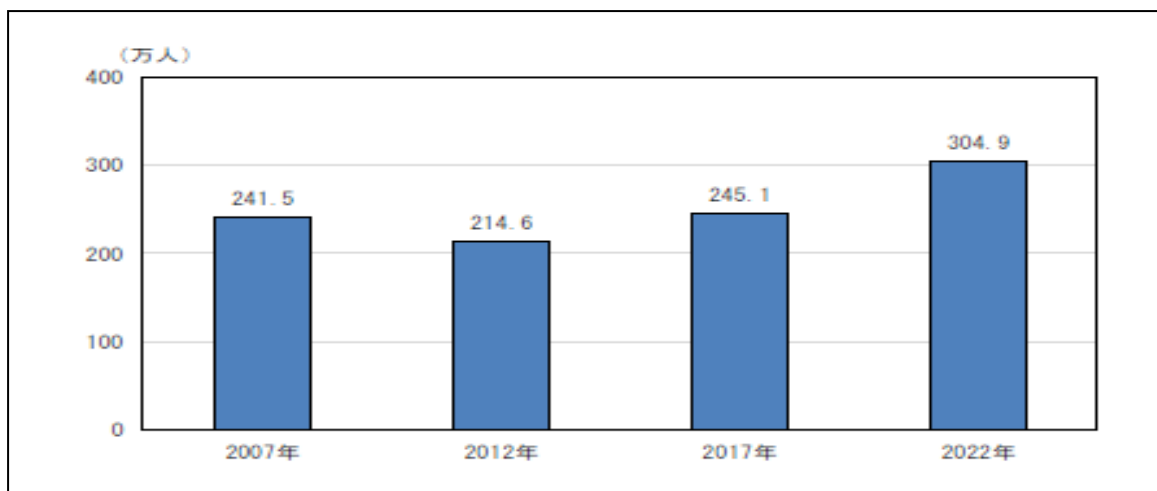
(3) 副業・兼業を促進する動き

平成29(2017)年に策定された政府の「働き方改革実行計画」を踏まえ、平成30(2018)年に厚生労働省より「副業・兼業の促進に関するガイドライン」が公表されました。

副業・兼業は、企業にとっては、生産年齢人口が減少する中で優秀な人材を獲得する可能性が高まる、社内で得られない知識やスキルを従業員に習得させて技術革新につなげることができる、また、従業員にとっても、社外でスキルや経験を積むことにより、本業以外の収入を得られる、新たに習得した知識やスキルを生かして起業や転職につなぐことができるなど、企業・従業員ともメリットがあると考えられています。

令和4(2022)年10月1日現在における国民の就業及び不就業の状態を調査した「令和4年就業構造基本調査」によりますと、「副業がある者」は約305万人で、5年前に比べ約60万人増加しています。

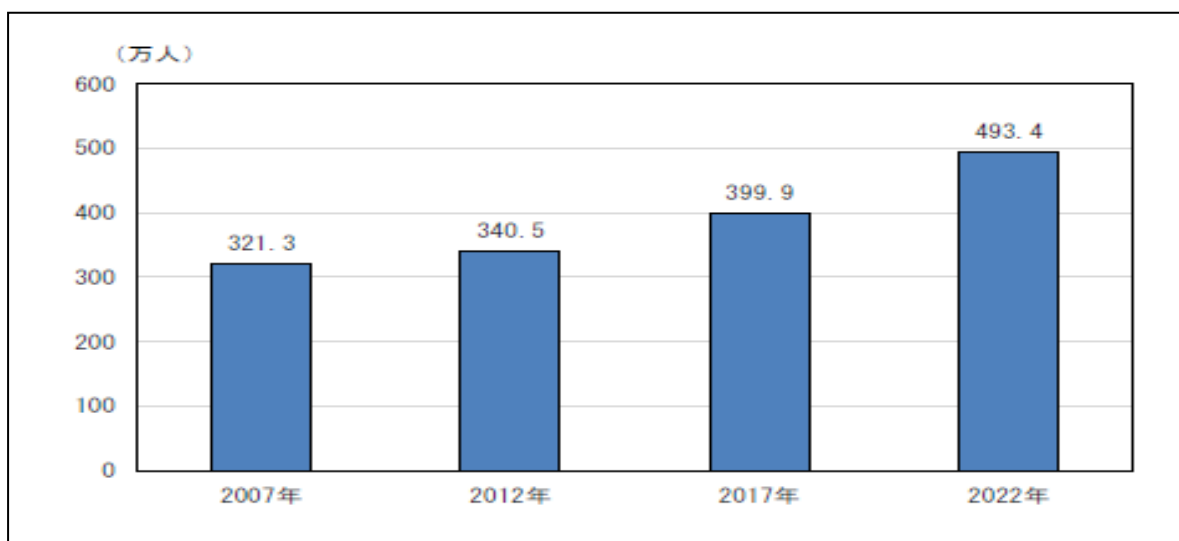
○図表5 副業がある者の数(非農林業従事者)の推移(2007年～2022年)ー全国



総務省「令和4年就業構造基本調査」結果の概要15ページ
<https://www.stat.go.jp/data/shugyou/2022/pdf/kgaiyou.pdf>

また、現在就いている仕事を続けながら、他の仕事もしたいと思っている「追加就業希望者」は、約493万人で、5年前に比べ約93万人増加しています。

○図表6 追加就業希望者数(非農林業従業者)の推移(2007年～2022年)ー全国



総務省「令和4年就業構造基本調査」結果の概要17ページ
<https://www.stat.go.jp/data/shugyou/2022/pdf/kgaiyou.pdf>

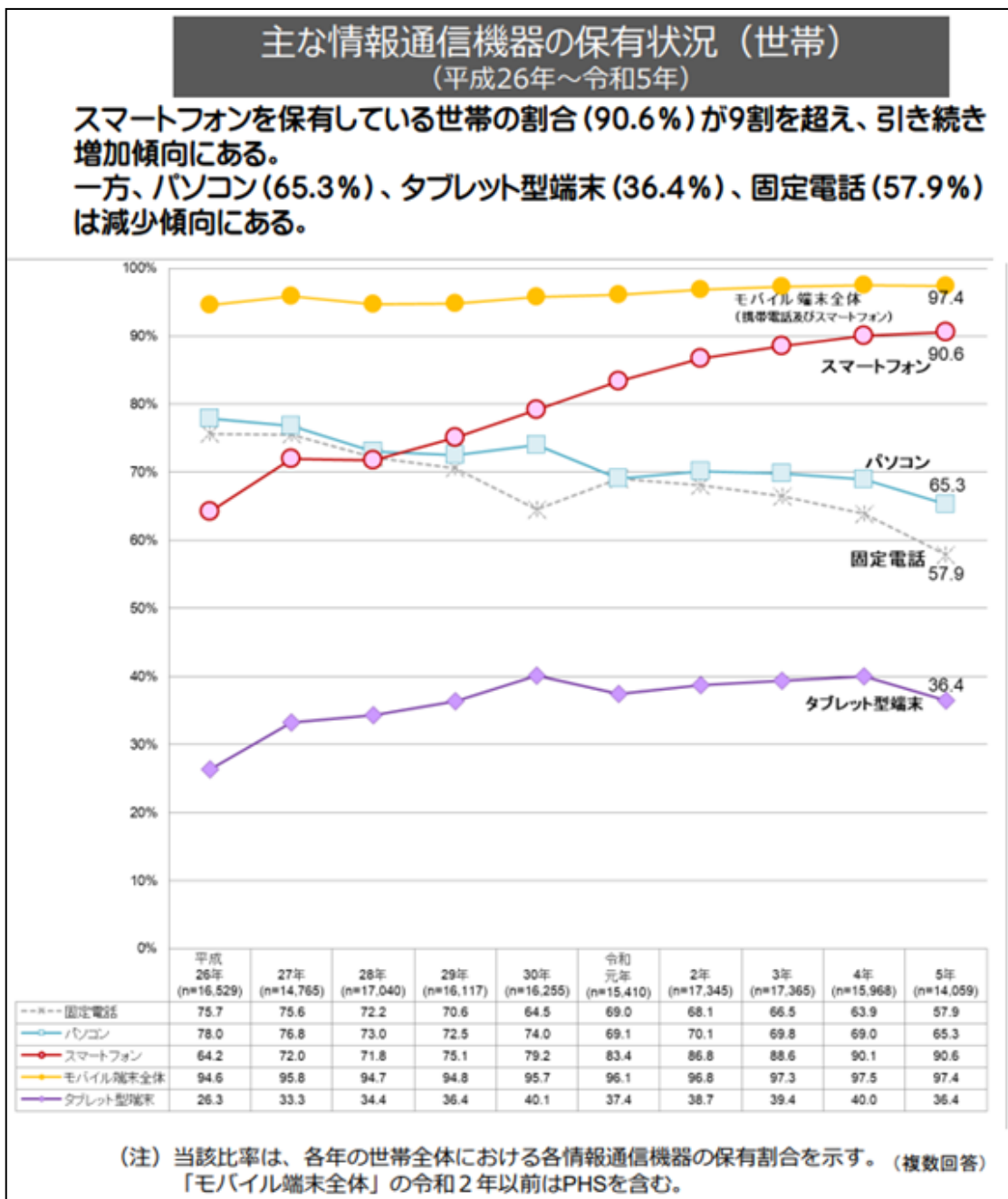
今後、生産年齢人口がさらに減少し、ますます人手不足が深刻になると見込まれる中、新たな活躍の場をめざして副業・兼業を希望する労働者も増加すると考えられますが、その一方で、起業・副業に関する情報商材^(※26)・オンラインセミナーの契約や転売ビジネスに関するサポート契約を高額で結ばされるなど、若者を中心に幅広い年齢層が様々な被害やトラブルに巻き込まれる可能性も高まります。

(4) デジタル化のさらなる進展と取引形態の複雑化・多様化

総務省が毎年公表している「通信利用動向調査ポイント」の令和6年公表分(令和5(2023)年調査)によると、スマートフォンを保有している世帯の割合が90.6%に達しました。また、個人のモバイル機器の保有状況を見ると、「スマートフォン」の保有者の割合が78.9%となっており、「携帯電話」(17.6%)の保有者の割合よりも61.3%高くなっています。

年齢階層別に見ると、「80歳以上」を除き「スマートフォン」の保有者の割合が「携帯電話」を上回っています。

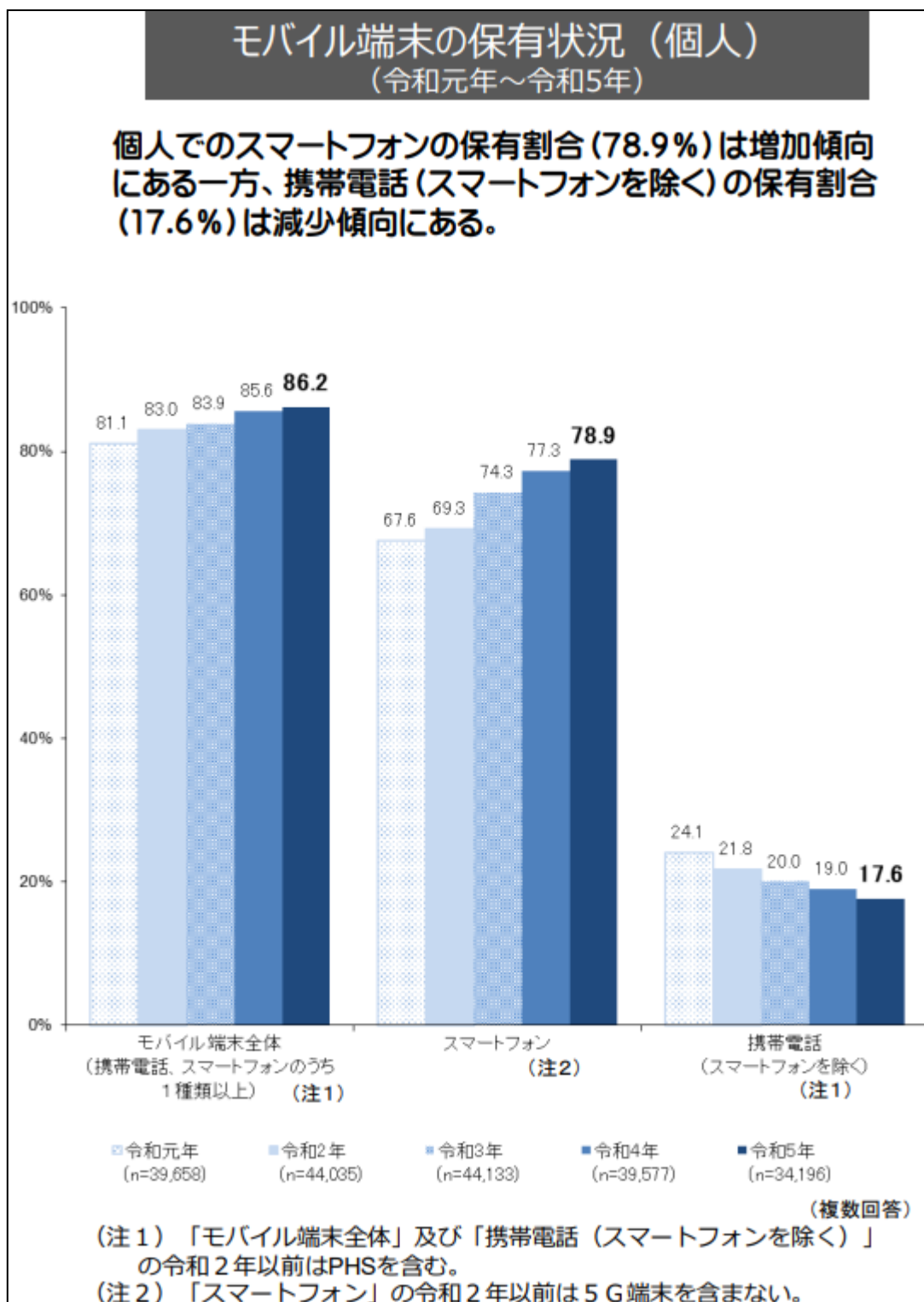
○図表7 主な情報通信機器の保有状況(世帯)



総務省「令和5年通信利用動向調査ポイント」4ページ

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/240607_1.pdf

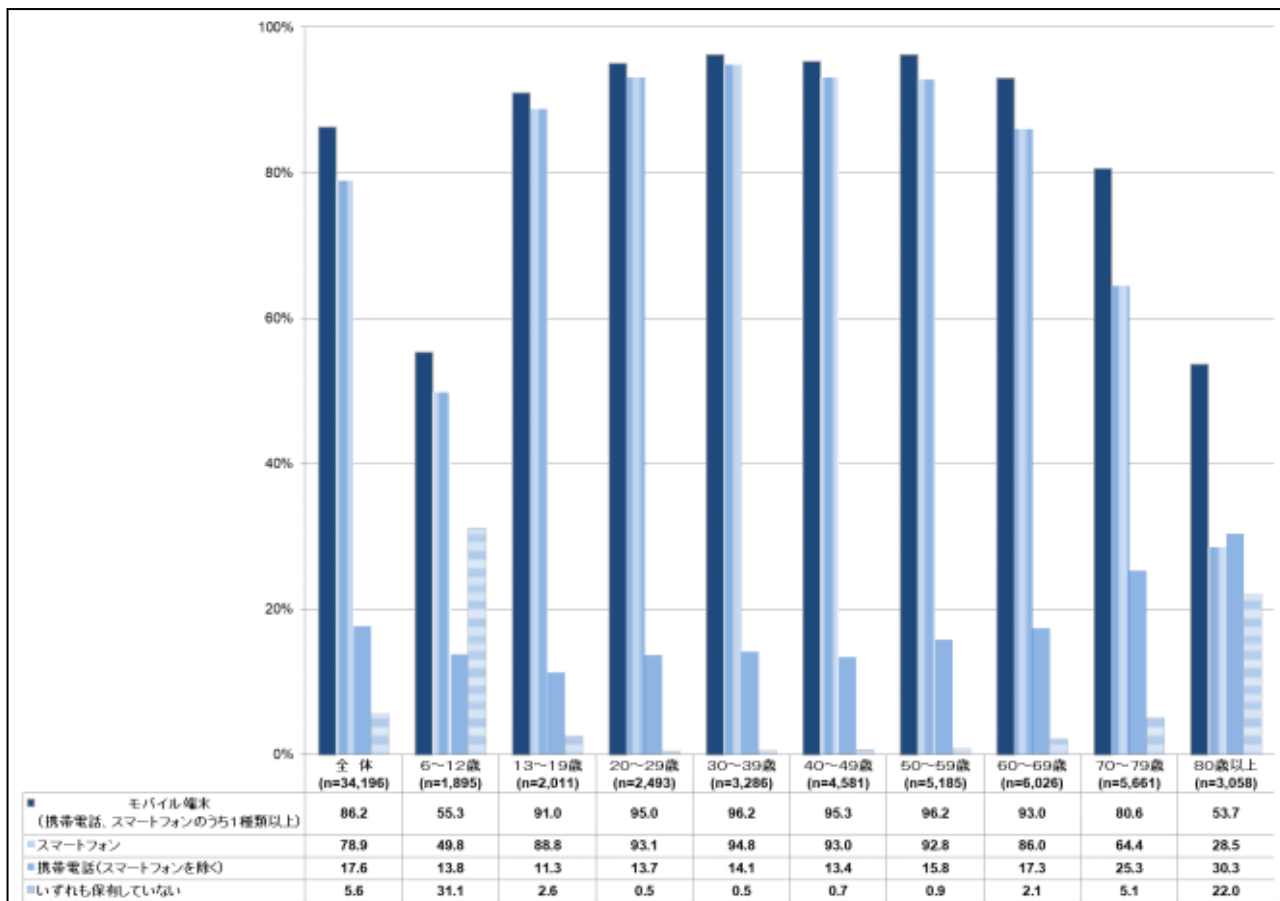
○図表8 モバイル端末の保有状況(個人)



総務省「令和5年通信利用動向調査ポイント」4ページ

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/240607_1.pdf

○図表9 年齢階層別モバイル端末の保有状況(令和5年)



総務省「令和5年通信利用動向調査ポイント」13 ページ

https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/230529_1.pdf

経済産業省が取りまとめた「令和5年度デジタル取引環境整備事業(電子商取引に関する市場調査)」によると、我が国のB to C(※42)電子商取引の市場規模が平成26(2014)年の約12.7兆円から令和5(2023)年には約24.8兆円と、10年間で約2倍に増加しています。

また、家計におけるインターネットを通じた商品やサービスの購入、いわゆるネットショッピングについても、令和5(2023)年の二人以上の世帯における「ネットショッピング利用世帯の割合」「ネットショッピングの支出金額」とも過去最多となっています(総務省「2023年家計消費状況調査」)。

インターネット取引には、店舗の営業時間を気にする必要がない、自宅で商品や役務の価格や内容をじっくり比較できる、移動時間や交通費がかからないなどのメリットがある一方で、インターネット取引は、その匿名性、非対面性、操作の容易性等を悪用した詐欺的商法等に利用されることがあります。また、インターネットオークション、オンラインフリーマーケット等に見られるように、多種の事業者が関与してサービスが組み立てられていることもあり、消費者にとって、誰がどこまでの責任を負っているのかが特定しにくく、トラブルが発生した際も解決が困難である場合が多くなっています。

今後、デジタル取引に関する技術が急速に進展する中で、消費者が気付かない間に不利な判断・意思決定をしてしまうよう誘導するダークパターン(※30)等により、消費者のぜい弱性が一層顕在化することも考えられます。

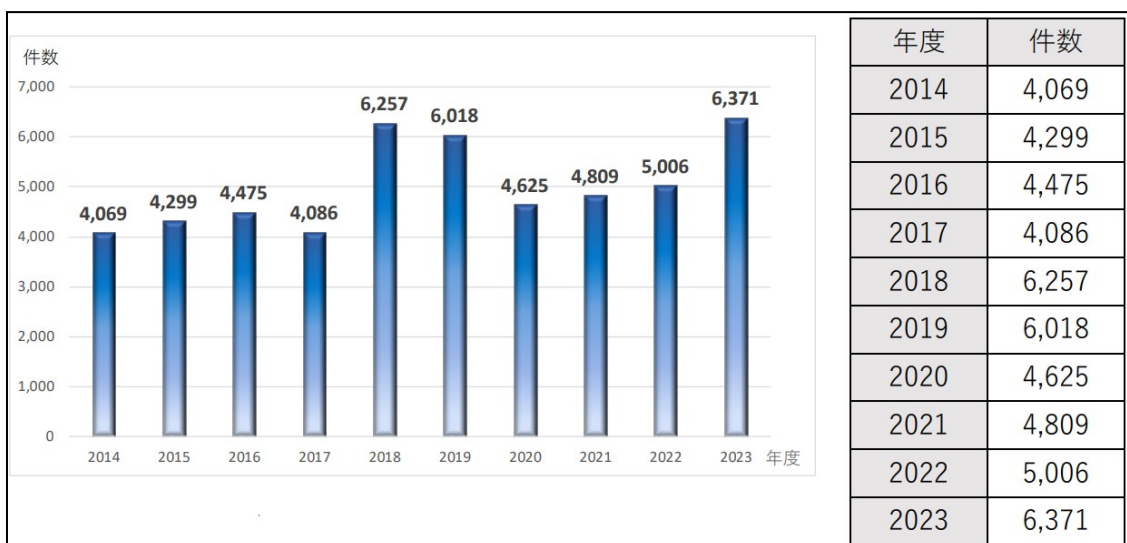
(5)消費生活におけるグローバル化の進展

資本や労働力の国境を越えた移動が活発化し、世界的に経済の結びつきが深まる「グローバル化」の進展に伴い、食料品、衣料品、電気製品等、私たちは日常生活において数多くの外国産の商品に囲まれて生活しています。

さらに、情報化の急速な進展とも相まって、消費者がインターネットを通じて気軽に海外の事業者と越境取引^(※4)を行うことが可能となり、消費生活においてもグローバル化が進展しています。

その一方で、海外のインターネット通販サイトの中には、詐欺が疑われるものや模倣品を販売するものもあり、消費者が被害やトラブルに巻き込まれても、トラブル解決が困難な相談事例も少なくありません。

○図表 10 国民生活センター^(※15)越境消費者センター(CCJ)年度別相談件数



独立行政法人国民生活センター「2023年度 越境消費者相談の状況－越境消費者センター(CCJ)より－」2ページ

https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20240807_4.pdf

また、就労を目的とする在留資格の外国人や留学生など日本に在留する外国人数は、今後も増加していくことが想定されますが、外国人は、商習慣、文化や言語の違い等による消費者トラブルに遭いやすいと考えられます。

(6)キャッシュレス化のさらなる進展

令和5(2023)年時点での我が国のキャッシュレス決済^(※13)比率の詳細を見ると、クレジットカード、デビットカード、電子マネー、コード決済の全ての決済手段において決済金額が伸びています。特にコード決済の伸びが大きく、デビットカード、電子マネーの決済額を上回る規模となっています。決済手段ごとの割合で見るとクレジットカードによる決済が最も大きく、キャッシュレス決済全体の約84%を占めています。

○図表 11 我が国のキャッシュレス支払額及び比率の推移とキャッシュレス決済比率の内訳の推移

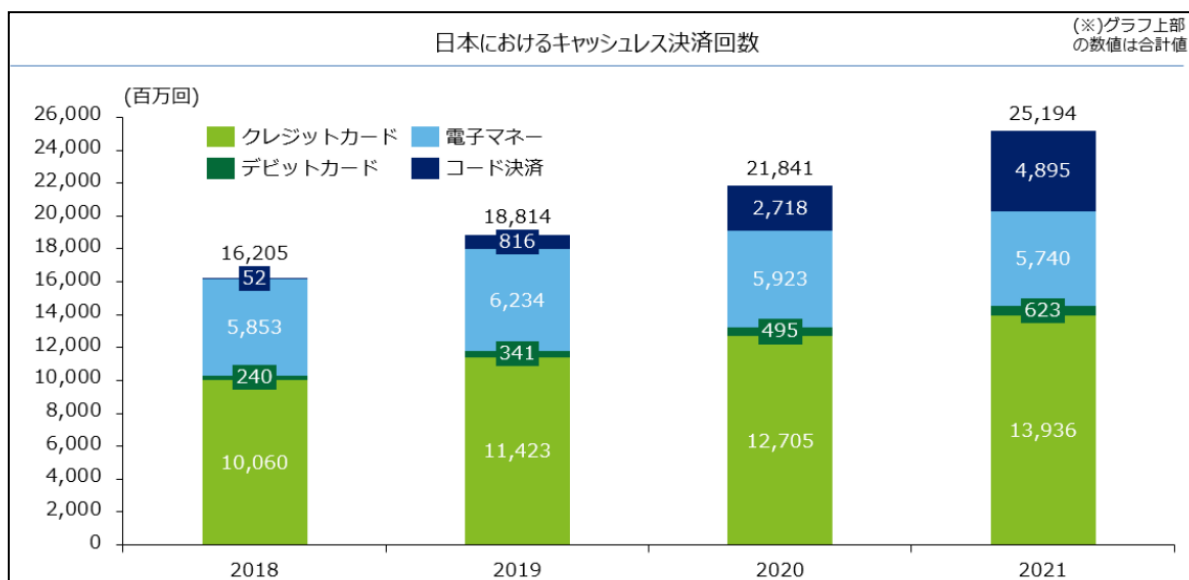
(兆円)	暦年	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
キャッシュレス(CL)合計	決済額	64.7	73.5	81.9	85.8	95.0	111.0	126.7	
	比率	21.3%	24.1%	26.8%	29.7%	32.5%	36.0%	39.3%	
	①クレジット	決済額	58.4	66.7	73.4	74.5	81.0	93.8	105.7
		CL内割合	90.2%	90.7%	89.7%	86.8%	85.3%	84.5%	83.5%
	②デビット	決済額	1.1	1.3	1.7	2.2	2.7	3.2	3.7
		CL内割合	1.7%	1.8%	2.1%	2.5%	2.8%	2.9%	2.9%
	③電子マネー	決済額	5.2	5.5	5.8	6.0	6.0	6.1	6.4
		CL内割合	8.0%	7.5%	7.0%	7.0%	6.3%	5.5%	5.1%
	④コード決済	決済額	-	0.2	1.0	3.2	5.3	7.9	10.9
		CL内割合	-	0.2%	1.2%	3.7%	5.6%	7.1%	8.6%
民間最終消費支出	額	303.3	305.2	305.8	288.6	292.0	308.5	322.4	

経済産業省「2023年のキャッシュレス決済比率を算出しました」

<https://www.meti.go.jp/press/2023/03/20240329006/20240329006.html>

また、我が国のキャッシュレス決済回数の推移を見ると、平成30(2018)年以降右肩上がり増加しています。特にコード決済の増加率が高く、令和3(2021)年は、令和2(2020)年の約1.8倍の決済回数を記録しました。クレジットカード、デビットカード、電子マネー、コード決済の総決済回数は令和3(2021)年に250億回を超えています。

○図表 12 我が国のキャッシュレス決済回数の推移



経済産業省「キャッシュレスの将来像に関する検討会とりまとめ 令和5年3月」5ページ

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/cashless_future/pdf/20230320_1.pdf

このような中、2025年大阪・関西万博において、国際博覧会として初めての試みとなるキャッシュレス決済の本格導入が行われることから、この万博を契機にキャッシュレス

化がさらに進むと考えられます。

キャッシュレス化は、支払手続きが簡単・迅速である、割引やポイントなどの特典がある、現金を用意して持ち歩かなくてよい、など、消費者の利便性向上につながると思われています。その一方で、お金を使っているという感覚が乏しくなり使いすぎる、第三者による不正使用(いわゆる「なりすまし」など)、自然災害等によるシステム障害が起こった場合に決済サービスが利用できない、キャッシュレスを利用できない又はしたくない消費者が消費生活から締め出される可能性があるなど、消費者保護の観点からの様々な課題があります。

(7) 持続可能な開発目標(SDGs)の推進

平成 27(2015)年 9 月、国連持続可能な開発サミットにおいて、「持続可能な開発目標(SDGs)」を中核とする、「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」が採択されました。SDGs は、17 の目標と 169 のターゲットで構成され、平成 28(2016)年 1 月に正式に発効した、令和 12(2030)年までの国際目標です。

SDGs の目標 12 では「持続可能な生産・消費形態を確保する(つくる責任・つかう責任)」が掲げられ、世界全体の一人当たりの食糧の廃棄の半減や、人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが盛り込まれています。

府では、2025 年大阪・関西万博の開催都市として、世界の先頭に立って SDGs の達成に貢献する SDGs 先進都市をめざして取組を進めており、令和 2(2020)年 3 月にはオール大阪で SDGs の新たな取組の創出を図っていくことを目的とした「Osaka SDGs ビジョン」を策定し、また、令和 3(2021)年には、大阪・関西万博に向け府民や府内企業・団体など、あらゆるステークホルダーに SDGs を知ってもらい、自分事化していただくため「大阪 SDGs 行動憲章」を策定しました。

国では、SDGs のターゲットの一つに位置付けられる食品ロス削減について、令和元(2019)年 10 月に食品ロスの削減の推進に関する法律が施行され、「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」に基づき、国民運動として推進が図られています。府では、事業者、消費者、行政等多様な主体が連携し、食品ロス削減の取組を総合的かつ効果的に推進するため、令和 3(2021)年 3 月に「大阪府食品ロス削減推進計画」を策定しました。

また、近年国内外で様々な気象災害が発生する中、気候危機を回避すべく、国では令和 32(2050)年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにする、カーボンニュートラルをめざすことを宣言しました。「大阪府地球温暖化対策実行計画(区域施策編)」では、令和 12(2030)年度の府域の温室効果ガス排出量を平成 25(2013)年度比で 40%削減としており、消費者一人ひとりの脱炭素型ライフスタイルへの転換が求められています。

プラスチックの資源循環については、国において令和元(2019)年に「プラスチック資源循環戦略」が策定され、令和 2(2020)年 7 月からレジ袋の有料化が始まり、令和 4(2022)年 4 月にはプラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律が施行されました。府においても、SDGs 先進都市を目指し、使い捨てプラスチック削減のさらなる推進やプラスチックの資源循環の推進などを盛り込んだおおさかプラスチックごみゼロ宣言(平成 31(2019)年 1 月)を行い、大阪ブルー・オーシャン・ビジョンの達成に貢献するようプラ

スチックごみ対策を推進しています。

消費者の行動は経済社会に大きな影響を与えるものであり、消費者は、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が今後の経済社会や地球環境に影響を及ぼし得ることを自覚し、事業者とも連携・協働して持続可能な社会の形成に積極的に参画することが望めます。SDGs の達成に向けても、地域の活性化や雇用なども含む人や社会、環境に配慮した消費行動であるエシカル消費といった、消費者の具体的な行動を促すことが重要です。

○図表 13 SDGs ロゴマーク



国際連合広報センターホームページ

https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/sdgs_logo/

(8) 自然災害等の緊急時の対応

我が国では、地震、台風、豪雨など、ここ数年、毎年のように大規模災害が発生していますが、これまでの自然災害時には、住宅の補修等の生活基盤の再建に乗じた悪質商法が多数発生したほか、被災地を助けたいという善意につけ込んだ義援金詐欺のような卑劣な犯罪も報告されました。

一方、新型コロナウイルス感染症は、令和元(2019)年12月に「原因不明のウイルス性肺炎」として確認されて以降、世界的に感染が拡大し、我々の消費生活にも大きな影響を及ぼしました。具体的には、感染拡大に伴い一部の生活関連物資が一時的な品薄となる中で、これらの物資が大量に購入され、インターネット上で高額転売される行為が見られました。また、新型コロナウイルス感染症への予防効果を標ぼうする商品が販売されたほか、不確かな情報の拡散や不確かな情報に影響を受けて物資の買いだめが行われました。

このような自然災害や感染症・伝染病の大流行などの緊急時において、一時的にぜい弱になる可能性がある消費者が合理的に行動することができるよう、正確で分かりやすい情

報をタイムリーに発信していくことが求められます。

(9) 近年における国の消費者行政の動き

消費者庁は、消費者基本法の規定に基づき、消費者政策を計画的に進め、消費者の利益の擁護・増進を図るための政府の施策の方針を定める消費者基本計画を策定しています。

また、関係省庁等において、消費者基本計画に定めた方針に則り、省庁等が講ずべき具体的施策が検証可能な形で体系的・包括的に推進されるよう、各施策の取組予定及びKPIを明示した消費者基本計画工程表が決定されています。

第4期消費者基本計画は、令和2(2020)年度から令和6(2024)年度までの5年間を対象期間として令和2(2020)年3月に閣議決定されました。令和3(2021)年6月には、新型コロナウイルス感染症の感染拡大とそれに伴う消費生活の変容を踏まえた消費者政策を推進するため、同基本計画及び工程表について必要な見直しが行われました。

工程表は、同基本計画における政策の基本方針に沿って、重点的に進めるべき施策が5本の柱に整理されています。

- 消費者被害の防止
- 消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の変革の促進
- 「新しい生活様式」の実践その他多様な課題への機動的・集中的な対応
- 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施
- 消費者行政を推進するための体制整備

第1に、「消費者被害の防止」では、靈感商法^(※47)等の悪質商法の被害の発生を予防し、救済を容易にするため、靈感等による告知を用いた勧誘に対する取消権等を内容とする「消費者契約法及び独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律案」が閣議決定され、令和4(2022)年12月、第210回国会において可決・成立しました。

また、消費者のぜい弱性につけ込む巧妙な悪質商法による被害が増加している状況を踏まえ、第204回国会に、「消費者被害の防止及びその回復の促進を図るための特定商取引に関する法律^(※39)等の一部を改正する法律案」が提出され、同法案は、一部修正を経て、同国会において可決・成立しています。この改正法では、「通信販売の『詐欺的な定期購入商法』対策(定期購入でないことと誤認させる表示等に対する直罰化など)」「送り付け商法対策(売買契約に基づかずに送付された商品について事業者が返還請求できない規定の整備等)」「消費者利益の擁護増進のための規定の整備(クーリング・オフの通知を電磁的方法で行うことを可能にする規定の整備等)」などが盛り込まれました。

また、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会を確保するため、いわゆるステルスマーケティング^(※27)について、令和5(2023)年3月に不当景品類及び不当表示防止法^(※43)(以下「景品表示法」という。)第5条第3号に基づく不当表示として「一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示」(いわゆるステルスマーケティング告示)が新たに指定され、同年10月1日から施行されました。

さらに、高齢化・デジタル化等の消費者を取り巻く取引環境が大きく変化したこと等を受けて、国においては、消費者のぜい弱性への対策を基軸とし、生活者としての消費者が関わる取引を幅広く規律する消費者法制度のパラダイムシフト^(※41)について検討が進めら

れているところです。

第2に、「消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の変革の促進」では、食品ロスの削減の推進に関する法律（令和元(2019)年10月施行）及び「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」（令和2(2020)年3月閣議決定）に基づき、国民各層が食品ロス削減の問題を「他人事」ではなく「我が事」として捉え、「理解」するだけにとどまらず「行動」に移すための様々な取組が行われています。

第3に、『新しい生活様式』の実践その他多様な課題への機動的・集中的な対応では、コロナ禍において、巣ごもり消費によるインターネット取引やデジタル技術を利用したテレワーク等が浸透する中、消費者の間で「新しい生活様式」に基づいた消費行動が不可逆的に拡大したことにより、消費生活のデジタル化に対応した消費者教育・普及啓発の推進や災害時に係る消費者問題への対応が必要になるとともに、デジタル社会におけるデジタル・プラットフォーム^(※36)等のデジタルサービスでの消費者利益の擁護・増進の両立が求められています。

第4に、「消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施」では、消費者教育の推進に関する法律及び同法第9条の規定による基本的な方針に基づき、消費者教育が体系的・総合的に推進され、誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受ける機会が提供されるよう、関係省庁や地方公共団体等と連携した施策が進められています。

同基本的な方針については、おおむね5年ごとに検討を加えることとされているため、同基本的な方針の見直しについて検討が行われ、消費者委員会からの意見等を踏まえ、令和5(2023)年3月28日に変更の閣議決定が行われました。

第5に、「消費者行政を推進するための体制整備」については、デジタル化の進展等、消費者を取り巻く環境が大きく変化する中で、消費生活相談の内容も多様化・複雑化しており、相談者の利便性や相談対応の質の向上、地域の機能維持、相談員の負担軽減や十分に力を発揮できる環境づくりに資するよう、消費生活相談のデジタル化やサービス向上への取組が進められています。

具体的には、地方公共団体におけるオンライン相談等の取組を支援するほか、消費者庁及び独立行政法人国民生活センター(以下、「国民生活センター」という。)において、令和5(2023)年7月に「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーションアクションプラン2023」が公表されました。

また、「消費生活相談デジタル化アドバイザリーボード」を開催して、消費生活相談の現場や有識者からの意見・知見を聴取しながら、地方公共団体への情報提供を行うなど、消費生活相談のデジタル化の具体化に向けた取組が進められています。

令和7(2025)年度から令和11(2029)年度までの5年間を対象期間とする第5期消費者基本計画については、令和7(2025)年3月に閣議決定されました。この計画では、消費者をとりまく環境が大きな転換期を迎える中で、「消費者が信頼できる取引環境の確保」、「消費者力の実践」及び「誰一人取り残されることのない社会の構築」により、安全・安心で豊かな消費生活及び持続可能な社会の実現並びにウェルビーイングの向上を目指し、消費者政策を強力に実施していくこととされています。

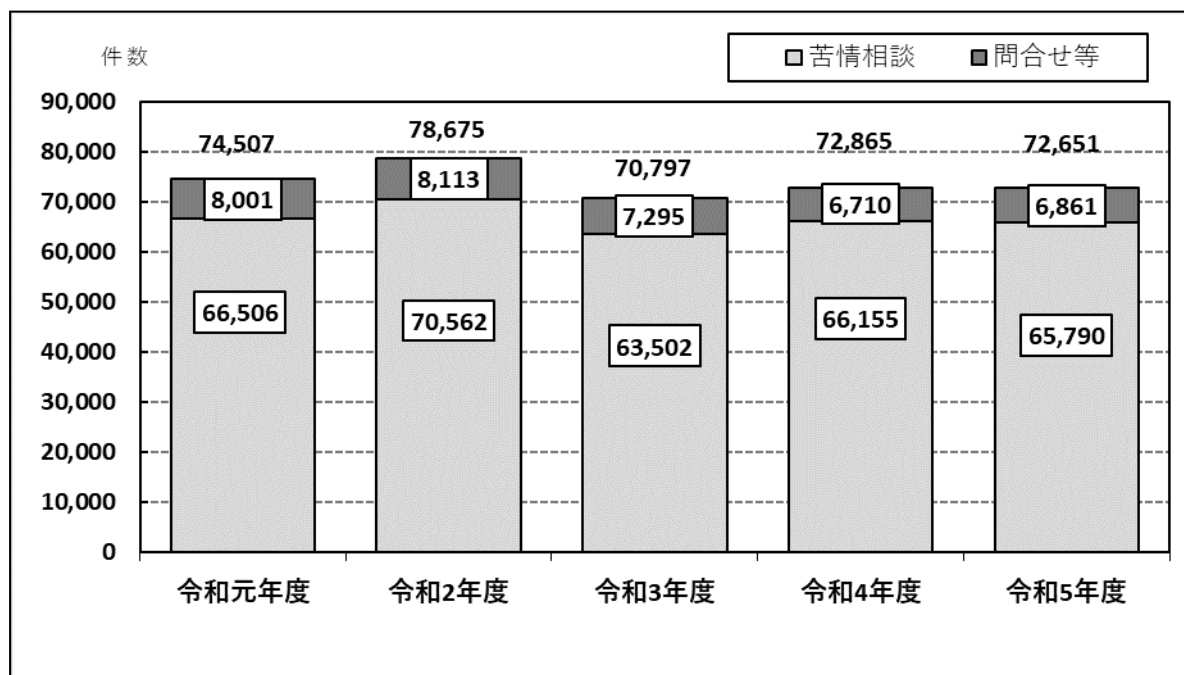
2. 府における消費生活相談等の状況

(1) 府内消費生活相談窓口に寄せられた消費生活相談の概要

[1] 消費生活相談件数の推移

令和5(2023)年度に府内の消費生活相談窓口が受け付けた相談件数は72,651件です。この5年間で、約71,000件から79,000件程度で推移しています。

○図表14 相談件数の推移



備考：「各年度 大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

契約当事者の年代別で見ると、30歳未満の若者が契約当事者の相談件数は令和元(2019)年度の約7,500件から令和5(2023)年度は約7,300件となっています。また、全相談件数に占める割合は概ね12%で推移しています。

65歳以上が契約当事者の相談件数は、令和元(2019)年度以降、約20,000件から、約21,000件で推移しています。全相談件数に占める割合は概ね27%で推移しています。

○図表 15 契約当事者の年代別件数

契約当事者		令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度						
年代	細区分	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比					
20歳未満	18歳未満	8,647	11.6%	9,621	12.2%	8,604	12.2%	8,752	12.0%	8,890	12.2%					
	18歳											1155	1238	989	866	825
	19歳											361	356	306	351	329
20歳代	20～29歳	20,246	27.2%	21,134	26.9%	19,745	27.9%	20,678	28.4%	20,529	28.3%					
20～29歳	454											571	377	502	460	
20～29歳	6,677											7,456	6,932	7,033	7,276	
30歳代	30～39歳	7,296	9.8%	7,727	9.8%	6,648	9.4%	6,560	9.0%	6,438	8.9%					
40歳代	40～49歳	10,147	13.6%	10,620	13.5%	8,804	12.4%	8,631	11.8%	8,315	11.4%					
50歳代	50～59歳	10,471	14.1%	11,546	14.7%	10,814	15.3%	11,560	15.9%	10,990	15.1%					
60歳代	60～64歳	4,314	5.8%	4,752	6.0%	4,206	5.9%	4,787	6.6%	5,052	7.0%					
	65～69歳	20,246	27.2%	21,134	26.9%	19,745	27.9%	20,678	28.4%	20,529	28.3%					
70歳代	4,205											4,327	3,937	4,095	4,028	
70歳代	5,653											6,228	5,678	5,660	5,071	
80歳以上	75～79歳	20,246	27.2%	21,134	26.9%	19,745	27.9%	20,678	28.4%	20,529	28.3%					
	80～84歳											4,543	4,480	4,074	4,397	4,641
	80～84歳											3,674	3,875	3,754	3,965	4,070
80歳以上	85歳以上	20,246	27.2%	21,134	26.9%	19,745	27.9%	20,678	28.4%	20,529	28.3%					
	85歳以上											2,171	2,224	2,302	2,561	2,719
その他（団体等）		1,957	2.6%	1,923	2.4%	1,820	2.6%	1,724	2.4%	1,858	2.6%					
不明		11,429	15.3%	11,352	14.4%	10,156	14.3%	10,173	14.0%	10,579	14.6%					
計		74,507	100.0%	78,675	100.0%	70,797	100.0%	72,865	100.0%	72,651	59.5%					

備考：「各年度 大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

市町村の相談体制強化の取組が進んだことにより、府消費生活センターへの相談割合は概ね 11%となっており、住民に身近な市町村消費生活相談窓口が重要な役割を担っています。

○図表 16 市町村と府センターの相談件数

年度	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
市町村	65,105	87.4%	69,753	88.7%	63,098	89.1%	64,470	88.5%	63,696	87.7%
大阪府消費生活センター	9,402	12.6%	8,922	11.3%	7,699	10.9%	8,388	11.5%	8,955	12.3%
合計	74,507	100.0%	78,675	100.0%	70,797	100.0%	72,858	100.0%	72651	100.0%

備考：「各年度 大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

[2] 相談内容の特徴

(ア)内容別の特徴

商品・役務別で見ると、「化粧品」が最も多い相談となっており、平成 30(2018)年度以降、増加しており、令和 4(2022)年度は 6,231 件と 5 年間で最も多くなっています。また、「健康食品」は、令和 5(2023)年度は 2,269 件で、いずれもお試しだけのつもりで注文したが 2 回以上の継続購入が条件の「定期購入」になっていたという相談が多く寄せられています。

また、「エステティックサービス」は、令和 3(2021)年度の 786 件から令和 4(2022)年度は 1,975 件に急増しました。脱毛エステサロンの倒産、閉店等によりサービスを受けられない、中途解約ができないなどのトラブルが主な相談内容となっています。

令和5年度に寄せられた通信契約のトラブル相談のうち、「移動通信サービス」は1,966件、「インターネット接続回線」は1,009件で、携帯電話事業者や光回線事業者の乗り換えのトラブルがめだちました。

その他、「修理サービス」は、令和5(2023)年度に1,371件寄せられ、水漏れ・排水管等の詰まりの修理など、いわゆる「暮らしのレスキューサービス」の高額請求トラブルの相談が多く、上位となっています。

○図表 17 相談の多い商品・役務(上位20位)

商品・役務	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
化粧品	2,868	3,012	3,657	6,231	3,800
賃貸アパート・マンション	2,890	2,848	3,034	2,860	3,284
健康食品	4,291	4,544	2,144	2,247	2,269
移動通信サービス	2,087	2,229	2,096	1,742	1,966
工事・建築	2,555	1,877	1,779	1,782	1,799
エステティックサービス	654	647	786	1,975	1,622
紳士・婦人洋服	1,067	1,593	1,612	1,470	1,495
修理サービス	1,233	1,359	1,203	1,184	1,371
内職・副業	526	540	971	779	1,086
自動車(自動二輪を含む)	967	967	940	942	1,081
医療サービス	570	570	713	712	1,037
インターネット接続回線	1,649	1,494	1,405	1,128	1,009
金融関連サービスその他	602	653	700	858	927
電気	1,320	923	990	1,072	886
フリーローン・サラ金	936	707	674	784	838
携帯電話	915	956	807	733	716
新聞	858	591	683	514	713
娯楽等情報配信サービス	(※) —	(※) —	(※) —	617	642
行政サービス	603	1,230	643	643	620
インターネットゲーム	405	541	544	520	579
その他	47,490	51,355	45,382	44,030	44,892
計	74,486	78,636	70,763	72,823	72,632

※令和3年度にPI0-NET(全国消費生活情報ネットワーク)^(※40)の商品別分類を変更したことにより、数値を算出することができない。

備考：「各年度の大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

令和5(2023)年度契約当事者年代別の商品・役務別相談件数では、「化粧品」に関する相談は、50歳代から84歳以下で最も多くなっており、20歳代、30歳代を除く年齢層において上位となっています。18歳から20歳代では、「エステティックサービス」に関する相談が最も多く、18歳未満では、「インターネットゲーム」に関する相談が最も多くなっています。60歳代以上では、「工事・建築」や「移動通信サービス」に関する相談が上位となっています。

○図表 18 契約当事者年代別 相談の多い商品・役務【上位 5 位】

年代	20歳未満			20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代		70歳代		80歳以上	
細区分	18歳未満	18歳	19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～64歳	65～69歳	70～74歳	75～79歳	80～84歳	85歳以上
件数	825	329	460	7,271	6,438	8,311	10,985	5,052	4,025	5,071	4,640	4,069	2,719
1	インターネットゲーム	エステティックサービス	エステティックサービス	エステティックサービス	賃貸7パート・マンション	賃貸7パート・マンション	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	工事・建築
	336	23	52	959	684	471	821	456	376	424	340	230	139
2	化粧品	内職・副業	内職・副業	賃貸7パート・マンション	エステティックサービス	化粧品	健康食品	健康食品	健康食品	移動通信サービス	移動通信サービス	健康食品	健康食品
	68	22	42	575	304	426	462	237	165	212	181	181	126
3	健康食品	化粧品	化粧品	内職・副業	内職・副業	紳士・婦人洋服	賃貸7パート・マンション	紳士・婦人洋服	工事・建築	健康食品	健康食品	工事・建築	新聞
	50	21	21	464	167	257	427	153	127	199	168	154	114
4	娯楽等情報配信サービス	出会い系サイト・アプリ	娯楽等情報配信サービス	医療サービス	医療サービス	健康食品	紳士・婦人洋服	移動通信サービス	移動通信サービス	工事・建築	工事・建築	移動通信サービス	移動通信サービス
	30	17	18	215	166	252	326	142	121	147	165	152	111
5	紳士・婦人洋服	紳士・婦人洋服	賃貸7パート・マンション	修理サービス	移動通信サービス	移動通信サービス	移動通信サービス	工事・建築	紳士・婦人洋服	修理サービス	賃貸7パート・マンション	新聞	化粧品
	21	16	18	149	155	200	281	141	105	99	95	117	94
	携帯電話												
	16												

備考：「令和5年度 大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

(イ)販売方法別の特徴

販売購入形態別相談件数では、この5年間で、「通信販売」に関する相談が最も多く寄せられており、令和5(2023)年度においては、「通信販売」のうち「インターネット通販」に関する相談が概ね80%占めています。

○図表 19 販売購入形態別相談件数

販売購入形態	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
通信販売	26,098	31,004	27,071	29,254	27,197
(うちインターネット通販)	(19,104)	(23,209)	(20,164)	(22,475)	(20,396)
店舗購入	19,746	17,904	16,389	16,943	16,908
訪問販売	7,299	6,500	6,101	5,370	5,534
電話勧誘販売	2,868	2,887	2,508	2,474	2,860
その他無店舗販売	729	556	527	478	605
訪問購入	394	415	433	457	500
マルチ取引	836	782	734	495	412
ネガティブ・オプション	249	657	516	377	315
不明・無関係	16,267	17,931	16,483	16,975	18,301
計	74,486	78,636	70,762	72,823	72,632

備考：「各年度の大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

「インターネット通販」の相談内容を見ると、最も多いのは「化粧品」となっており、お試しだけのつもりで購入したところ、定期購入になっていた等のトラブルが多く寄せられています。

○図表 20 インターネット通販の相談内容

商品・役務	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
化粧品	2,218	2,244	2,804	5,262	2,955
健康食品	3,331	3,569	1,342	1,497	1,546
紳士・婦人洋服	760	1,184	1,260	1,137	1,179
インターネットゲーム	307	426	430	399	453
娯楽等情報配信サービス	(※) —	(※) —	314	361	392
その他	12,888	16,103	14,016	13,819	13,871
計	19,504	23,526	20,166	22,475	20,396

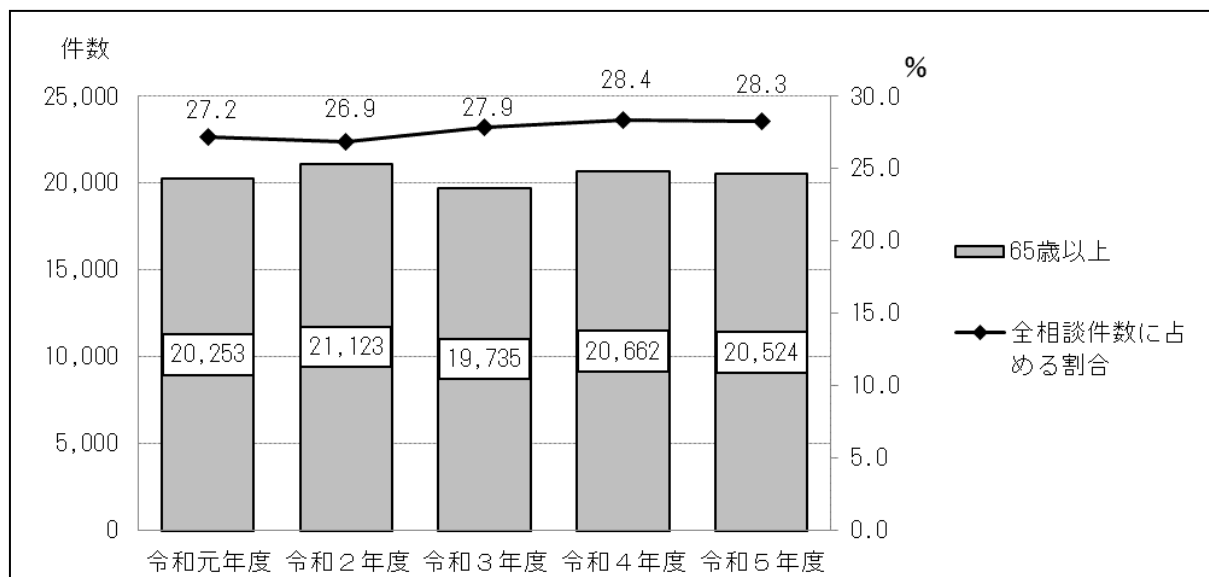
備考：「各年度の大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

[3] 契約当事者の年代別の相談の特徴

(ア) 65歳以上の高齢者

65歳以上が契約当事者の相談件数は、令和元（2019）年度以降、約 20,000 件から、約 21,000 件で推移しています。全相談件数に占める割合は概ね 30%で推移しています。

○図表 21 高齢者の相談件数と全相談件数に占める割合（65歳以上）



備考：「令和5年度 大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

令和5（2023）年度の商品・役務別の最も多い相談は、「化粧品」の1,464件ですが、全相談件数のうち65歳以上の相談件数が占める割合で見ると、「新聞」（454件）が63.7%で最も高く、「放送」（300件）が53.4%で2番目に高くなりました。

○図表 22 高齢者の相談の多い商品・役務(上位 10 位)

順位	商品・役務	全体	うち	全体に占
			65歳以上	める割合
	総件数	72,632	20,524	28.3%
1	化粧品	3,800	1,464	38.5%
2	健康食品	2,269	839	37.0%
3	移動通信サービス	1,966	777	39.5%
4	工事・建築	1,799	732	40.7%
5	新聞	713	454	63.7%
6	修理サービス	1,371	439	32.0%
7	賃貸アパート・マンション	3,284	371	11.3%
8	金融関連サービスその他	927	325	35.1%
9	インターネット接続回線	1,009	317	31.4%
10	放送	562	300	53.4%

備考：「令和5年度 大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

令和5(2023)年度の販売購入形態別の相談状況を見ると、全相談件数のうち65歳以上の相談が占める割合は「訪問購入^(※44)」が64.2%と最も高く、「訪問販売^(※45)」が43.2%と2番目に高くなっています。

件数では、「通信販売」(6,905件)が最も多く、次いで「店舗購入」(4,136件)が多く寄せられました。

○図表 23 高齢者の相談の多い販売形態

順位	商品・役務	全体	全体に占める割合	
			うち65歳以上	
	総件数	72,632	20,524	28.3%
1	通信販売	27,197	6,905	25.4%
2	店舗購入	16,908	4,136	24.5%
3	訪問販売	5,534	2,392	43.2%
4	電話勧誘販売	2,860	948	33.1%
5	訪問購入	500	321	64.2%
6	その他無店舗	605	204	33.7%
7	ネガティブオプション	315	95	30.2%
8	マルチ・マルチまがい	412	69	16.7%
9	不明	18,301	5,454	29.8%

備考：「令和5年度 大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

認知症等の高齢者に関する相談は、この5年間に於いて約590件から約700件で推移しています。また、本人以外からの相談は相談全体の概ね80%となっています。

○図表 24 認知症等の高齢者に関する相談件数

	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
認知症等の高齢者に関する相談件数	695	100.0%	591	100.0%	605	100.0%	619	100.0%	601	100.0%
契約者が相談者と同一	139	20.0%	127	21.5%	142	23.5%	136	22.0%	130	21.6%
契約者が相談者と異なる	548	78.8%	459	77.7%	459	75.9%	482	77.9%	471	78.4%
不明	8	1.2%	5	0.8%	4	0.7%	1	0.2%	0	0.0%

備考：「各年度の大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

全般的に相談者が住民に身近な市町村の窓口を利用している傾向の中で、特に65歳以上の相談者では、その割合がさらに高くなり概ね90%となっています。

○図表 25 65 歳以上の高齢者の相談先別相談件数

	年度	令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4年度		令和5年度	
		件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
65歳未満	市町村	47,037	86.7%	50,805	88.3%	45,235	88.6%	45,918	88.0%	45,488	87.3%
	大阪府消費生活センター	7,196	13.3%	6,735	11.7%	5,817	11.4%	6,267	12.0%	6,634	12.7%
	合計	54,233	100.0%	57,540	100.0%	51,052	100.0%	52,185	100.0%	52,122	100.0%
65歳以上	市町村	18,040	89.1%	18,947	89.7%	17,863	90.5%	18,552	89.7%	18,208	88.7%
	大阪府消費生活センター	2,206	10.9%	2,187	10.3%	1,882	9.5%	2,121	10.3%	2,321	11.3%
	合計	20,246	100.0%	21,134	100.0%	19,745	100.0%	20,673	100.0%	20,529	100.0%

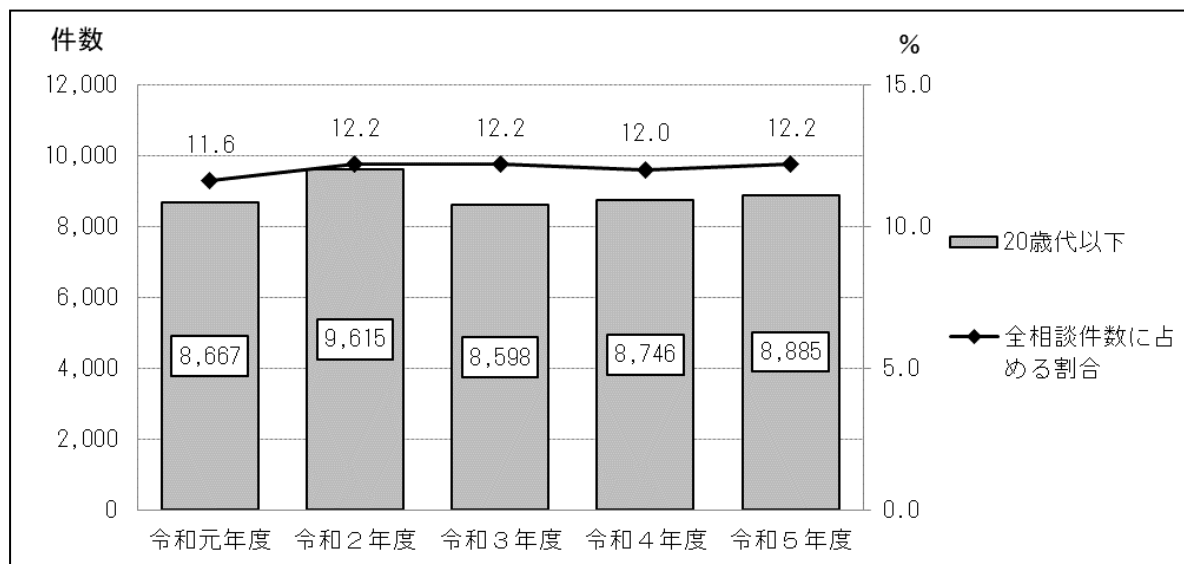
※府内における65歳未満、65歳以上の相談者の各年度相談件数。

備考：「各年度の大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

(イ)若者(30歳未満)の相談の特徴

30歳未満の若者が契約当事者の相談件数は、令和元(2019)年度が8,667件、令和5(2023)年度が8,885件となっています。また、全相談件数に占める割合は約11%から約12%で推移しております。

○図表 26 若者(30歳未満)の相談件数と全相談件数に占める割合



備考：「令和5年度 大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

令和5(2023)年度の商品・役務別の相談状況を見ると、「インターネットゲーム」(386件)は、全相談件数に占める30歳未満の割合が、66.7%と最も高くなっています。

件数では、「エステティックサービス」が最も多く1,042件、次いで「賃貸アパート・マンション」が599件、「内職・副業」が532件となっています。

○図表 27 若者(30歳未満)の相談の多い商品・役務(上位10位)

	全体	うち30歳未満				全体に占める割合
		うち19歳	うち18歳	うち18歳未満		
総件数	72,632	8,885	460	329	825	12.2%
エステティックサービス	1,622	1,042	52	23	8	64.2%
賃貸アパート・マンション	3,284	599	18	4	2	18.2%
内職・副業	1,086	532	42	22	4	49.0%
インターネットゲーム	579	386	6	6	336	66.7%
医療サービス	1,037	247	16	12	4	23.8%
化粧品	3,800	235	21	21	68	6.2%
紳士・婦人洋服	1,495	193	16	16	21	12.9%
出会い系サイト・アプリ	533	177	14	17	6	33.2%
移動通信サービス	1,966	163	11	7	11	8.3%
修理サービス	1,371	161	9	3	0	11.7%

備考：「令和5年度 大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

令和5(2023)年度の販売購入形態別の相談状況を見ると、「マルチ^(※46)取引」(112件)は全相談件数に占める30歳未満の割合が27.2%と最も高くなっています。件数では、「通信販売」(3,558件)、次いで「店舗購入」(2,802件)が多くなっています。

○図表 28 若者(30歳未満)の相談の多い販売購入形態

	全体	うち				全体に占める割合
		30歳未満	19歳	18歳	18歳未満	
総件数	72,632	8,885	460	329	825	12.2%
通信販売	27,197	3,558	206	166	699	13.1%
店舗購入	16,908	2,802	139	84	71	16.6%
訪問販売	5,534	704	45	30	5	12.7%
電話勧誘販売	2,860	450	14	8	1	15.7%
マルチ取引	412	112	2	3	0	27.2%
その他無店舗	605	81	3	3	3	13.4%
ネガティブオプション	315	23	4	1	0	7.3%
訪問購入	500	7	0	0	0	1.4%
不明	18,301	1,148	47	34	46	6.3%

備考：「令和5年度 大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

令和4(2022)年4月1日から成年になった18歳及び19歳の相談件数は令和5(2023)年度では789件でした。

○図表 29 若者(18歳及び19歳)の相談件数

	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
若者(18歳及び19歳)	822	926	683	852	789

備考：「各年度の大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

(ウ)危害及び危険に関する相談の特徴

この5年間において、危害に関する相談(商品・役務・設備に関連して身体に怪我、病
気等の危害を受けたという相談)は、約900件から約1,200件で推移しています。

「化粧品」、「医療サービス」、「健康食品」による危害件数が上位を占めています。特
に「美容医療」に関する相談件数は毎年増加しています。施術内容に関するトラブルや、
オンライン処方された薬が体に合わない等の相談が寄せられています。その他の危害に関
する相談では、化粧品や健康食品を使用したところ、体に赤みや痒みがでた等の相談が寄
せられています。

○図表 30 危害件数

商品・役務	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
化粧品	250	220	289	356	232
医療サービス	75	66	80	88	120
(うち美容医療)	(50)	(51)	(60)	(67)	(90)
健康食品	290	258	74	88	91
エステティックサービス	39	23	39	41	43
歯科治療	28	27	34	30	34
(うち美容医療)	(2)	(1)	(3)	(5)	(4)
美容院(パーマ)	22	24	19	37	33
外食	29	13	16	25	30
整体	2	3	22	25	26
調理食品	26	13	17	13	21
医薬品類	11	22	18	13	19
その他	381	337	316	334	323
計	1,153	1,006	924	1,050	972

備考：「大阪府内の消費生活窓口 各年度消費生活相談の概要」より抽出

危険に関する相談(危害を受けたわけではないが、そのおそれのある相談)は、令和元
(2019)年度から令和3(2021)年度にかけて減少していましたが、令和4(2022)年度から増
加し、令和5(2023)年度は195件となっています。

○図表 31 危険件数

商品・役務	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
自動車（自動二輪を含む）	29	27	22	20	25
調理食品	8	8	3	8	14
自転車・用品	12	12	9	4	13
菓子類	2	1	1	5	7
健康食品	0	0	1	0	6
パソコン周辺機器・用品	6	6	1	1	5
ヘアケア用具	3	8	7	7	5
電子レンジ類	2	3	5	7	5
室内照明器具	1	4	2	6	4
その他	142	139	124	124	111
計	205	208	175	182	195

備考：「大阪府内の消費生活窓口 各年度消費生活相談の概要」より抽出

（2）特殊詐欺の発生状況

「特殊詐欺」とは、面識のない不特定の者に対し、電話その他の通信手段を用いて、預貯金口座への振り込みその他の方法により、現金等をだまし取る詐欺をいい、振り込み詐欺（オレオレ詐欺^(※9)）、架空請求詐欺、融資保証金詐欺及び還付金等詐欺^(※12)）及び振り込み詐欺以外の特殊詐欺（金融商品等取引名目の特殊詐欺、ギャンブル必勝情報提供名目の特殊詐欺、異性との交際あっせん^(※1)名目の特殊詐欺及びその他の特殊詐欺）を総称したものをいいます。

令和5（2023）年の全国の特種詐欺認知件数は19,038件で、前年に比べて8.4%増加しました。被害額は452.6億円で、前年に比べて22.0%増加し、依然として深刻な情勢となっております。

主な手口別の認知状況では、オレオレ詐欺が認知件数3,955件、被害額133.5億円、架空料金請求詐欺が認知件数5,198件、被害額140.4億円、還付金詐欺が認知件数4,185件、被害額51.3億円でした。

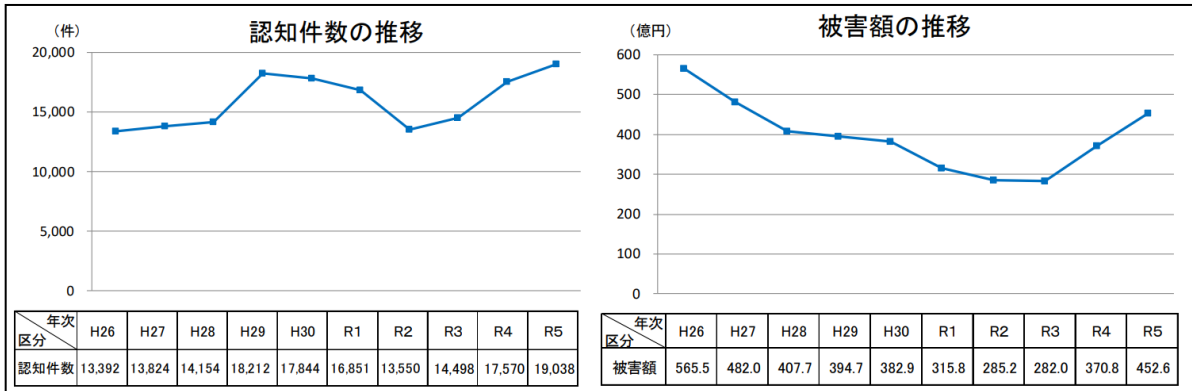
オレオレ詐欺の被害額、架空料金請求詐欺の被害額、認知件数は前年から増加しています。

高齢者被害の認知件数は14,895件で、法人被害を除いた総認知件数に占める割合は78.4%となり、65歳以上の女性の被害認知件数は10,661件で法人被害を除いた総認知件数に占める割合は56.1%と高い割合を占めました。

また、少年の検挙人員は431人で、総検挙人員に占める割合は17.6%でした。少年の検挙人員の71.9%が受け子であり、受け子の総検挙人員に占める割合は19.8%と、受け子の約5人に1人が少年となっています。

その中には、SNS等で「簡単に高収入が得られる」などの誘いを信じ、応募した若者が、強盗や詐欺といった犯罪に加担し、逮捕されてしまった例が多くあります。このような中には、犯罪グループに脅された結果、犯罪の実行犯となってしまうケースもあります。

○図表 32 令和5年の特殊詐欺認知・検挙状況等について

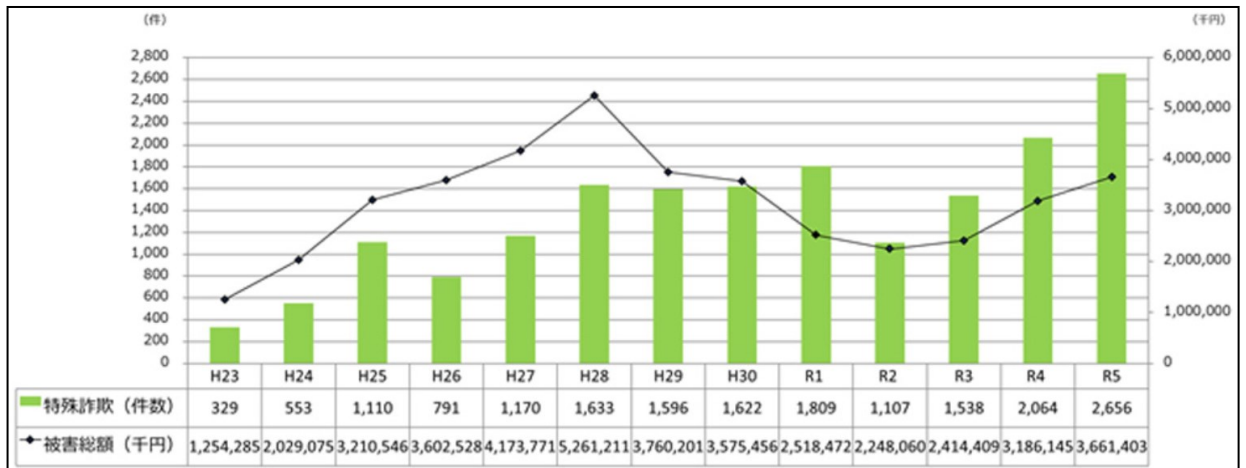


備考：警察庁「令和5年の特殊詐欺認知・検挙状況等について(確定値版)」1ページより抽出

https://www.npa.go.jp/bureau/criminal/souni/tokusyusagi/hurikomesagi_toukei2023.pdf

同様に府内について見ると、令和5(2023)年中の特殊詐欺認知件数は2,656件、被害額は約36.6億円で、認知件数、被害額ともに前年から増加しています。

○図表 33 府内の特殊詐欺認知件数と被害額の推移



備考：大阪府警察ホームページ「特殊詐欺に気をつけて～大阪府下の特殊詐欺発生状況より」

<https://www.police.pref.osaka.lg.jp/seikatsu/tokusyusagi/hassei/12908.html>

(3) 悪質事業者に対する関係法令等による行政処分、指導等の状況

府内の消費生活センターには、高齢者をはじめ多くの消費者から事業者による消費者被害に関する相談が寄せられています。府では、訪問販売や訪問買取などの特定の取引形態を規制する特定商取引に関する法律(以下、「特定商取引法」という。)や、消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害する表示や景品等を規制する「景品表示法」、不当な取引行為を広く規制する府消費者保護条例等の法令に基づいて、悪質な取引行為を行う事業者に対して、厳正な行政処分、指導、情報の公表等を行っています。

○図表 34 関係法令に基づく悪質事業者への処分

《特定商取引法及び府消費者保護条例並びに景品表示法に基づく処分・指導件数》(単位:件)

		平成 30年	令和 元年	令和 2年	令和 3年	令和 4年	令和 5年	
特定 商 取 引 法	行政処分合計	131	176	141	81	94	132	
	内 訳	国による処分	58	89	89	41	34	95
		都道府県による処分	73	87	52	40	60	37
		府による処分	4	12	3	0	0	0
		業務停止命令	1	3	1	0	0	0
		指示	1	4	1	0	0	0
		業務停止命令(*1)	2	5	1	0	0	0
府消費者 保護条例	公表(*2)	0	0	0	0	0	0	
	勧告(行政指導)	3	0	3	0	0	0	
	指導(行政指導)(*3)	1	7	0	2	86	1	
景 品 表 示 法	行政処分合計	55	55	41	45	47	47	
	内 訳	国による措置命令	46	40	33	41	41	44
		都道府県による処分(*4)	9	15	8	4	6	3
		府による処分(措置命令)	6	6	0	0	1	0
		府による行政指導	12	10	5	6	89	7

*1 特定商取引法に基づく業務禁止命令は、平成 29. 12. 1 から施行(実際の処分は平成 30~)

*2 府消費者保護条例第 29 条第 1 項第 1 号に基づく公表

*3 府消費者保護条例に基づく指導には、特定商取引法に基づく指導を含む

*4 景品表示法に基づく都道府県の平成 26-27 の処分は指示、平成 28 以降は措置命令

3. 府消費者基本計画(第2期)期間中における取組実績と課題

府は、第2期計画期間中、「4つの項目を基本目標」、「特に喫緊の課題となっている項目を重点取組」として設定し、消費者施策を推進してきましたため、重点取組をはじめ主な取組の実績や課題について整理しました。

(1) 4つの基本目標における取組実績と課題

<基本目標1 消費者の安全・安心の確保>

[1] 消費者取引の適正化

消費者と事業者の取引においては、スマートフォンの急速な普及により、若者から高齢者まで幅広い世代でインターネットを通じた取引が行われ、その取引の態様も多様化・複雑化しており、知識、経験、資力等において事業者に劣る消費者がトラブルや被害に巻き込まれるケースがめだっています。

府では、悪質な取引行為などを行う事業者について、庁内関係部局や警察本部との連携はもとより、府内市町村、国及び他の都道府県等と連携・協力し、特定商取引法や景品表示法、府消費者保護条例などに基づき、厳正な行政処分、指導、情報の公表等を行うとともに、消費者被害の未然防止の観点から、法令等の説明会の実施など事業者への情報提供に取り組みました。

また、消費者が安全・安心に消費生活に必要な製品の使用や役務の提供が受けられるよう、生産から消費に至る各段階において監視指導体制の整備や表示の適正等の取組を推進するとともに、食品表示法や景品表示法など法令に基づく事業者への指導等に取り組みました。

法令等に基づく事業者指導については、消費者問題の現状を踏まえ、国において、特定商取引法、景品表示法等の法改正が数次にわたり実施されており、今後も、消費者取引の適正化や危害防止の観点から、事業者に対し、適切な情報提供を行うとともに、違法、不当な事案については、法令や府消費者保護条例に基づいて、厳正な行政処分、指導、情報の公表等を的確に行うことが必要となります。

[2] 消費者への情報提供

府では、消費者に対し、消費生活に関する知識、消費者事故や悪質事業者による消費者被害の情報、事業者がめざす経営方針を自ら定めた行動基準(自主行動基準)などを、情報誌・チラシ・リーフレットや府ホームページ・メールマガジン、啓発イベントなど様々な媒体や機会を活用し、迅速、かつ適切に情報提供しました。

さらに、従来のポスターやホームページによる情報発信だけでは若者に伝わりにくい状況になっていることから、スマートフォンを使用したSNSやデジタルサイネージ等の積極的な活用等の工夫を行い、より一層発信力を高めることができました。また、一方で、スマートフォンを情報収集の手段として使っていない高齢者等には、電子媒体での周知・啓発に加え、「府政だより」のような紙媒体でのチラシやリーフレット等による情報発信が効果的な場合もあり、対象とする世代等消費者の特性等に配慮したきめ細かなアプローチができました。

○図表 35 府ホームページ「消費生活事典」のアクセス件数(単位：件)

令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
49,863	29,932	24,213	22,196

<基本目標2 消費者の自立への支援>

[1] 高度情報通信社会への対応

インターネットが国民生活や社会経済活動に不可欠な社会基盤として定着し、電子マネー決済やコード決済等の普及によりキャッシュレス社会が到来するなど、今やサイバー空間は国民の日常生活の一部になっています。

このような中で、インターネット通販やネットオークションなどで代金を振り込んだにもかかわらず商品が届かず、連絡も取れなくなる「ネット通販、ネットオークション詐欺」等の詐欺行為が悪質化、巧妙化する傾向にあります。また、ネットワークが不正アクセスされ暗号資産(仮想通貨)が不正に送信される新たな手口によるサイバー犯罪が発生しており、社会的な影響も大きく、治安を阻害する脅威となっています。

このような中、府では、サイバー犯罪の被害を防止するためのキャンペーンや大阪府警察ホームページ、リーフレット等を活用した広報啓発活動、府民・児童・企業に対するサイバー犯罪被害防止教室等を実施しました。

また、消費者と事業者間での適正な取引の確保、被害の未然防止、拡大防止の観点からの事件事例、取引に関する知識等の様々な情報提供や啓発、消費者教育を推進しました。

特にスマートフォン等の急速な普及の中で、キャッシュレス化の拡大やSNS、オンラインゲームの利用が増加しており、社会経験や専門知識が少なく被害に遭いやすい若者やデジタルリテラシー^(※37)に課題を抱える高齢者等に対し、消費生活におけるトラブルや被害の防止に取り組みました。

また、インターネットなどの情報にアクセスできない情報弱者への配慮(デジタル・デバイド^(※35)への対応)にも努めました。

今後、デジタル化のさらなる進展が見込まれる中、様々な手段や方法を駆使しながら、インターネット被害に遭った事例や被害に遭わないための対策を消費者に伝えていくことにより、消費者被害の未然防止・拡大防止に取り組む必要があります。

[2] 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の推進

世界的規模で環境破壊が進行し、将来にわたって持続可能な社会の形成に貢献するライフスタイルへの転換が求められている中で、物品の生産や購入、使用方法等についての事業者や消費者の行動が重要な意味を持つものとなっています。

事業者によるSDGsの理念を踏まえた消費者志向経営や、消費者によるSDGsを意識した行動等を通じて、事業者、消費者双方がSDGsの理解を深め、再配達削減への取組やプラスチック製品の使用抑制など、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進していくことが求められています。

これらのことを踏まえ、府では、人や社会、環境等に配慮した消費行動を実践していく上で、具体的な行動を示した「エシカル(倫理的)消費」の理念を、次世代を担う若い世代

をはじめ、広く府民にわかりやすい言葉で普及啓発し、理解の促進を図り、日々の暮らしの中でエシカル消費を選択できるよう、「消費者フェア」を開催するなど、府民意識の醸成に向けた取組を推進しました。

○図表 36 消費者フェアの様子



○図表 37 消費者フェアの来場者数推移(単位：人)

令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
1,942	3,479	4,178	4,253

(令和2(2020)年度～令和4(2022)年度はウェブのみの開催のため、閲覧数)

また、「大阪ブルー・オーシャン・ビジョン」の早期達成に貢献するため、令和2(2020)年7月から始まった全国一律のレジ袋有料化を踏まえたマイバッグの普及促進や使い捨てプラスチック削減などの府民啓発等を行うとともに、食品ロスを削減するため、国の基本方針や府内の食品ロスの実態を踏まえた「大阪府食品ロス削減推進計画」を令和3(2021)年3月に策定する等、循環型社会(3R(リデュース、リユース、リサイクル))の取組を更に推進しました。

その他、脱炭素・省エネルギー社会の構築に向けた情報提供や啓発、環境教育に取り組むとともに、輸送に係る環境負荷の軽減につながる「大阪産^{もん}」など大阪府産の農林水産物の地産地消を推進しました。

今後、事業者には、消費者と共創・協働して社会価値を向上させる経営「消費者志向経営」を進めることが求められます。また、消費者にも、一人ひとりが、人や社会、環境等に配慮した持続可能な消費の実践に取り組んでいくことが、ますます求められることとなります。

<基本目標3 消費者教育の推進>

府では、ライフステージ(幼児期、小学校期、中学校期、高校生期、成人期)の各段階に応じて、継続性を持って体系的に消費者教育を行っていくため、平成28(2016)年に作成した「大阪府消費者教育の取組に関するイメージマップ(ライフステージに応じた身に付ける能力の考え方)」を活用し、体系的かつ効果的に取組を進めました。

また、消費者教育の取組を進めることにより、消費者自らが被害や事故に遭わない行動を可能にするとともに、他方、悪質商法等の加害者にならないという視点も含め、ライフステージに応じた多様な場を活用し、消費者教育に取り組みました。

具体的には、学校(小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等)等において、新学習指導要領に基づき、児童・生徒の「生きる力」を育むことをめざし、基礎的・基本的な知識及び技能を習得させ、これらを活用して、課題を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等を育むとともに、主体的に学習に取り組む態度を養いました。高等学校では、契約の重要性や消費者保護の仕組み等についての学習を実施するとともに、学校の状況に応じて、外部の専門家を招き、消費者問題等に関する講義を行うなどの取組を実施しました。

大学等における消費者教育については、消費者教育・啓発に関する大学生のボランティア活動のリーダー(大阪府消費者教育学生リーダー^(※6))の養成やボランティア活動の支援等を行いました。

成人期(成人一般)の消費者に対しては、地域の住民であり、また事業所等に勤務する労働者としての側面を持つ方も多いことから、消費者団体や事業者団体等と連携し、地域や職域の場において情報発信や学習機会の提供等を行うことにより消費者教育を推進しました。

高齢者や若者などを狙った悪質商法の手口が巧妙化する中、また、地球の温暖化をはじめ様々な社会課題の解決が事業者のみならず消費者にも求められる中、引き続き、ライフステージ(幼児期、小学校期、中学校期、高校生期、成人期)の各段階に応じた消費者教育を推進することが重要です。

○図表 38 消費のサポーター^(※24)登録者数の推移(単位：人)

令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
207	206	187	145

○図表 39 大阪府消費者教育学生リーダー総登録者数(単位：人)

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
各年度認定者数	10	37	21	23
総登録者数	94	131	152	175

○図表 40 ミニ講座等実施回数の推移

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
実施回数 (単位：回)	15	31	55	107
受講者数 (単位：人)	307	753	1,276	2,723

<基本目標 4 消費生活相談体制の充実>

[1] 消費生活相談体制の充実・強化

消費者の権利を守るためには、「どこに住んでいても公平かつ平等に消費生活相談を受けられる体制づくり」が重要です。

このため、府では、広域的な見地が必要な事案や、高度で専門的な知識が必要とされる事案の処理を行うとともに、市町村の相談員や職員への助言・指導等により住民に身近な相談窓口である市町村の相談機能充実に向けた支援を行うなど、府全体としての問題解決能力の向上を図るため、市町村消費生活センターの中核センターとして、府の消費生活センターの機能強化に取り組みました。

また、消費者トラブル・被害が複雑化する傾向にあることから、高度で専門的な相談に対応できる相談員の育成と資質向上を一層図るとともに、各消費生活関連相談窓口の府民への周知強化に努めました。

○図表 41 府内の4年間の消費生活相談件数の推移(単位：件)

令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度
78,675	70,797	72,865	72,651

[2] 消費生活センターの周知・啓発

消費者が、消費者契約に関する不安や疑問を感じた場合に身近な消費生活センターに相談できるよう、府では、ホームページ、啓発チラシ、冊子、ポスター等において、府内の消費生活センターや消費者ホットライン 188 (※23)の周知・啓発に努めました。

[3] 中核センターとしての府の役割

近年の消費者トラブル・相談は、適用される法律が多岐にわたる複雑なものや海外の相手との取引など、消費者の自主交渉で解決することが困難な内容が増加しています。府は、市町村消費生活センターの中核センターとして、複雑化・高度化した消費生活相談に対して助言やあっせん等を行うとともに、こうした相談に対応する消費生活相談員の育成と資質向上に取り組みました。

今後、消費者庁で進めている消費生活相談のデジタル化の課題や取組の方向も踏まえながら、中核センターとして高度で専門的な知識が必要とされる相談に対応することが必要です。

(2) 重点取組の実績と課題

[1] 重点取組 1

府では、年齢を 18 歳に引き下げる改正民法の令和 4 (2022) 年 4 月施行を踏まえ、在学中に成年となる高校生等に対する実践的な消費者教育を推進するため、府内すべての高等学校等で消費者教育を以下の 4 点について重点的に取り組みました。

- ・ 新学習指導要領が実施されるまでの間、先行で特例として実施される家庭科、公民科等での実践的な消費者教育の周知徹底と早期実施
- ・ 「社会への扉」等の実践的な消費者教育教材等の活用
- ・ 消費者教育コーディネーター(※20)や実務経験者等の学校教育現場での活用及び企業連携等による消費者教育に係る出前授業の実施
- ・ 消費者教育に関する指導力向上のための教職員研修の実施

【重点取組 1 における参考指標】

○図表 42 「社会への扉」等の消費者教育教材を活用して消費者教育を実施した府内高等学校等の比率

府	(国公立) 高等学校等			(私立) 高等学校等			特別支援学校			高等専門学校			全体数		
	活用校数	母数	割合	活用校数	母数	割合	活用校数	母数	割合	活用校数	母数	割合	活用校数	母数	割合
令和元年	160	178	90%	88	105	84%	39	41	95%	1	1	100%	288	325	89%
令和2年	171	176	97%	85	109	78%	35	43	81%	1	1	100%	292	329	89%
令和3年	171	176	97%	90	109	83%	36	43	84%	1	1	100%	298	329	91%
令和4年	161	178	90%	85	109	78%	34	43	79%	1	1	100%	281	331	85%
令和5年	160	178	90%	89	110	81%	37	43	86%	1	1	100%	287	332	86%

成年年齢の引下げにより、18歳、19歳の若者が自らの責任で契約を締結できるようになり、積極的に社会参加しようとする若者の増加が見込まれる一方で、このような成年者になったばかりの若者を狙う悪質な業者もいるため、引き続き、高等学校等における教育をはじめ若者に対する消費者教育が重要です。

また、「消費者意識基本調査」(令和3(2021)年度)の結果によると、10代後半の若者がSDGsやエシカル消費に興味を持ったきっかけは「学校での教育」と回答した人が多く、持続可能な社会を形成するためには、SDGsやエシカル消費をテーマにした学校教育も重要です。

[2] 重点取組2

超高齢化社会の進展を踏まえ、消費者被害から高齢者、障がい者等を守るため、府内全市町村での消費者安全確保地域協議会^(※19)等の見守りネットワークの設置とより効果的な運営が行われるよう、市町村の支援に取り組みました。

- ・消費のサポーターをはじめ高齢者等向け講座の充実強化と地域における講座開催等の支援・調整
- ・弁護士等の専門家との連携による見守りネットワークづくりに向けた環境整備
- ・警察との連携による高齢者等を狙い撃ちにする特殊詐欺被害や消費者被害の防止
- ・消費者安全確保地域協議会等の効果的運営に向けた研修等での好事例の情報交換機会の設定

【重点取組2における参考指標】

○図表43 府内43市町村における消費者安全確保地域協議会等見守りネットワークの設置の比率

年度	設置市	(累計)	比率
平成28(2016)	八尾市、和泉市、交野市	(3市)	7.0%
平成29(2017)	豊中市、岸和田市	(5市)	11.6%
平成30(2018)	門真市、箕面市、大阪市	(8市)	18.6%
令和1(2019)	枚方市	(9市)	20.9%
令和3(2021)	貝塚市	(10市)	23.3%
令和4(2022)	富田林市、摂津市、泉佐野市	(13市)	30.2%
令和5(2023)	池田市	(14市)	32.6%
令和6(2024)	柏原市	(15市)	34.9%

今後、少子高齢化がさらに進展すると考えられる中、「知識や情報が不足している」「誰にも相談しない、相談できない」「人を信じやすい」といった高齢者や障がい者を取り巻く環境や心理につけこんだ消費者被害やトラブルが増えることが懸念されます。

そのような中、地域コミュニティの役割が重要となっており、引き続き、消費者安全確

保地域協議会(見守りネットワーク)の設置の促進・支援をはじめ、高齢者や障がい者等の消費者被害を防止する取組が必要です。

[3] 参考指標 2

国の第4期消費者基本計画との整合性を図るため、地方消費者行政強化作戦2020「政策目標」について、国の調査を活用し、府内の状況を継続的に把握してきました。

○図表 44 消費者庁 地方消費者行政強化作戦2020「政策目標」 《政策目標ごとの現状》

	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
<政策目標1> 消費生活相談体制の強化 【消費生活センターの設置促進】				
1-1 消費生活センター設置市区町村の都道府県内人口カバー率90%以上	98.8% (37/43市町村)	98.8% (37/43市町村)	98.8% (37/43市町村)	98.8% (37/43市町村)
<政策目標2> 消費生活相談の質の向上 【消費生活相談員の配置・レベルアップの促進】				
2-1 消費生活相談員配置市区町村の都道府県内人口カバー率90%以上	99.9% (42/43市町村)	99.9% (42/43市町村)	99.9% (42/43市町村)	99.6% (40/43市町村)
2-2 相談員資格保有率75%以上	98.2% (161/164名)	98.2% (160/163名)	98.8% (160/162名)	98.1% (159/162名)
2-3 相談員の研修参加率100%（各年度）	84.8% (139/164名)	85.9% (140/163名)	92.0% (149/162名)	94.4% (153/162名)
2-4 指定消費生活相談員配置（全都道府県）	配置済み (府1名)	配置済み (府1名)	配置済み (府1名)	配置済み (府3名)
<政策目標3> 消費者教育の推進等【若年者の消費者教育の推進等】【地域における消費者教育推進体制の確保】【SDGsへの取組】				
3-1 消費者教育教材「社会への扉」等を活用した全国での実践的な消費者教育の実施	89.0% (288/325校)	88.7% (292/329校)	91.0% (298/329校)	85% (281/331校)
3-2 若年者の消費者ホットライン188の認知度30%以上（全国）	消費者意識基本調査 (令和元年度) ・番号(188)を知っている 15~19歳 7.2% 20~29歳 5.6% ・名前、番号、内容を知っている 15~19歳 3.4% 20~29歳 3.2%	15~19歳の「消費者 ホットライン188」の 認知度 9.3% ※消費者庁公表結果より (R2.4月)	15~19歳の「消費者 ホットライン188」の 認知度 17.9% ※消費者庁公表結果より (R3.4月)	15~19歳の「消費者 ホットライン188」の 認知度 42.9% ※消費者庁公表結果より (R4.4月)
3-3 若年者の消費生活センターの認知度75%以上（全国）	消費者意識基本調査 (令和元年度) 15~19歳 69.8% 20~29歳 71.2%	15~19歳の「消費生活 センター」の認知度 51.2% ※消費者庁公表結果より (R2.4月)	15~19歳の「消費生活 センター」の認知度 69.8% ※消費者庁公表結果より (R3.4月)	15~19歳の「消費生活 センター」の認知度 72.9% ※消費者庁公表結果より (R4.4月)
3-4 消費者教育コーディネーターの配置の推進（全都道府県、政令市）	府 配置済み 政令市 (1/2市)	府 配置済み 政令市 (1/2市)	府 配置済み 政令市 (1/2市)	府 配置済み 政令市 (1/2市)
3-5 消費者教育推進地域協議会の設置、消費者教育推進計画の策定（都道府県内の政令市及び中核市の対応済みの割合を50%以上）	協議会設置 22.2%(2/9市) 計画策定 22.2%(3/9市)	協議会設置 22.2%(2/9市) 計画策定 22.2%(3/9市)	協議会設置 22.2%(2/9市) 計画策定 33.3%(3/12市)	協議会設置 33.3%(3/9市) 計画策定 33.3%(3/9市)
3-6 講習等（出前講座を含む）の実施市区町村割合75%以上	86.0% (37/43市町村)	44.2% (19/43市町村)	51.2% (22/43市町村)	74.4% (32/43市町村)
3-7 エシカル消費の推進（全都道府県、政令市）	府 実施済み 政令市 (1/2市)	府 実施済み 政令市 (1/2市)	府 実施済み 政令市 (1/2市)	府 実施済み 政令市 (1/2市)
3-8 消費者志向経営の普及・推進（全都道府県）	府 実施済み	府 実施済み	府 実施済み	府 実施済み
3-9 食品ロス削減の取組推進（全都道府県、政令市）	府 実施済み 政令市 実施なし	府 実施済み 政令市 実施なし	-	-
<政策目標4> 高齢者等の消費者被害防止のための見守り活動の充実【消費者安全確保地域協議会の設置】【地域の見守り活動の充実】				
4-1 消費者安全確保地域協議会設置市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上	51.1% (9/43市町村)	51.2% (9/43市町村)	53.5% (11/43市町村)	58.0% (14/43市町村)
4-2 地域の見守り活動に消費生活協力員・協力団体を活用する市区町村の都道府県内人口カバー率50%以上	8.5% (5/43市町村)	5.8% (4/43市町村)	8.6% (6/43市町村)	8.6% (6/43市町村)
4-3 見守り活動を通じた消費者被害の未然防止、拡大防止	実施済み	実施済み	実施済み	実施済み
<政策目標5> 特定適格消費者団体、適格消費者団体、消費者団体の活動の充実				
	実施済み	実施済み	実施済み	実施済み
<政策目標6> 法執行体制の充実（全都道府県）				
	実施済み	実施済み	実施済み	実施済み
<政策目標7> 地方における消費者政策推進のための体制強化【地方版消費者基本計画】【消費者行政職員】				
7-1 地方消費者基本計画の策定（全都道府県、政令市）	府 策定済み 政令市 (1/2市)	府 策定済み 政令市 (1/2市)	府 策定済み 政令市 (1/2市)	府 策定済み 政令市 (1/2市)
7-2 消費者行政職員の研修参加率80%以上	29.9% (60/201名)	27.0% (57/210名)	27.7% (58/209名)	27.6% (58/210名)

第3章 消費者施策の方向性と展開

1. 消費者施策の方向性

消費者施策の基本的な考え方・理念に加え、消費生活をめぐる現状とこれまでの取組を踏まえ、計画を体系的に推進していくため、4つの基本目標を設定し、具体的に施策を展開していきます。

<基本目標1 消費者の安全・安心の確保>

商品・役務の安全性の確保のため、事業者に対する適正でわかりやすい情報の提供、消費者に対する適切で正確な情報の提供等を行い、消費者の安全・安心の確保を図ります。

- 1 消費生活相談やあっせん、消費者事故に関する情報の収集と提供
- 2 製品関連被害防止・救済のための商品テスト^(※25)
- 3 相談内容や情報提供を端緒とする不当な取引行為・表示等への行政指導
- 4 ウェブサイトやSNSを活用した府民への啓発
- 5 ギャンブル等依存症に関する知識の普及 等

<基本目標2 消費者被害の未然防止・拡大防止・紛争解決の支援>

巧妙化・多様化する悪質商法の手口や対策等に関する情報提供や悪質事業者に対する処分や指導等、消費者被害防止のための高齢者等の見守りを行うネットワークの構築等により、消費者被害の未然防止・拡大防止・紛争解決の支援に努めます。

- 1 啓発冊子や啓発動画による悪質商法の被害防止
- 2 消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)の設置支援
- 3 特定商取引法等に基づく悪質事業者に対する行政処分や行政指導等
- 4 裁判外紛争解決手続^(※16)の利用促進 等

<基本目標3 消費者教育の推進>

学校、地域、家庭、職域等のライフステージに応じた多様な場における消費者教育を推進するとともに消費者教育の担い手の育成と活躍の場の提供に努めます。

- 1 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等における消費者教育
- 2 大学生期における消費者教育と担い手の育成
- 3 学校等の現場と消費者教育の担い手とのコーディネート
- 4 高齢者向け講座における消費者問題への理解促進 等

また、持続可能な社会が実現できるよう、消費者自らの消費行動が社会に与える影響と役割を自覚し、人や社会、環境等に配慮した消費行動につながる教育を推進します。さらに、環境教育、食品ロスの削減、食育、金融経済教育等の他の消費生活に関する施策との連携に努めます。

- 1 消費者フェアにおける消費者団体活動支援及び「エシカル消費」等の啓発
- 2 食品ロス削減の推進
- 3 万博を契機としたキャッシュレス化のさらなる進展への対応
- 4 大阪府金融広報委員会^(※5)、金融経済教育推進機構^(※14)との連携による金融リテラシーの向上

<基本目標4 消費生活相談体制の充実>

消費者庁及び国民生活センターが進める「消費生活相談のデジタル化」のうち、令和8(2026)

年 10 月に運用が開始されるクラウドサービスを使った新システムについては、消費者庁等から情報を収集しながら、新システムの端末・回線等の整備や消費生活相談員への研修を行うなど、円滑な移行ができるよう準備を進めるとともに、移行後の課題の検証を行います。

また、広域連携などの業務体制面については、国の動向を注視しながら、地域の実情に応じた業務体制面の整備ができるよう国に提案・要望を行うとともに、市町村の意見も踏まえ、広域連携の設置拡大も含めた相談体制の強化を検討します。

これらの取組により、広域的で高度な案件に対応できる府の消費生活相談体制と消費者に最も身近な存在である市町村の相談窓口の整備・充実の支援に努めます。

- 1 刷新される PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)(以下、「PIO-NET」という。)の活用による消費者トラブルの解決支援の強化
- 2 自治体間の協力による体制の深化により、単独自治体では解決困難な課題(人材不足や困難事例の解決など)への対応強化

2. 重点的な取組と実施状況の把握・検証

(1) 重点取組

次の3つの取組を計画期間中の「重点取組」として設定します。また重点取組を推進していく上で、毎年度動向を注視していくべき指標(参考指標)を設定します。

[1] 重点取組1 悪質商法や特殊詐欺による消費者被害の未然防止・拡大防止の取組

特定商取引法をはじめ消費者関連法の数次にわたる改正にもかかわらず、契約や取引の知識・経験が乏しい若者(30歳未満)、加齢等により判断力の低下や健康面の不安がある高齢者を狙った悪質商法が後を絶たないため、府消費生活センターと警察との連携強化はもとより、国や近隣府県・府内市町村等と協力しながら、悪質商法や特殊詐欺による消費者被害の未然防止・拡大防止に重点的に取り組みます。

- ・消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)設置の市町村への働きかけとその効果的な運営が行われるよう支援
- ・啓発冊子、ウェブサイトやSNS等を活用しながら、悪質商法対策に関する情報の発信
- ・若者や高齢者等を狙う特殊詐欺被害や消費者被害の防止

【重点取組1における参考指標】

市町村の消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)の設置数
消費生活相談窓口に対する若者(30歳未満)の認知度

[2] 重点取組2 各世代に応じた消費者教育の取組

消費者の被害やトラブルを未然に防止するため、若者から高齢者まで各世代に応じた消費者教育に取り組みます。

- ・クイズや漫画を盛り込んだ啓発冊子や啓発動画を活用しながら、小学生期・中学生期・高校生期・成人期に応じた消費者教育の推進
- ・高齢者の身近な地域で開催される集会等における消費者教育の推進

また、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動(エシカル消費)を消費者に働きかけるとともに、暮らしに身近な金融経済に関する知識の習得等、府民の金融リテラシーの向上

に取り組めます。

- ・消費者団体との協働で開催する消費者フェアにおける啓発
- ・金融経済等に関する講演会の開催や学校現場で金融教育の支援を行う大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構への協力

【重点取組2における参考指標】

消費者契約の基本的な知識に関する理解度(ライフステージ別)
エシカル教育に関する理解度

[3] 重点取組3 消費生活相談のデジタル化に向けた取組

消費者庁及び国民生活センターでは、「消費生活相談のデジタル化」のうちシステム面では、現行のPIO-NETの利用を終了し、令和8(2026)年10月からクラウドサービスを使った新たなシステムを導入する予定です。

また、業務体制面では、各都道府県が実情に応じて取り組むことを基本としながらも、市町村間、都道府県と市町村間の連携・共同実施、自治体をまたいで協力できる仕組みなどの地域連携が予定されており、今後、国から取組内容や整備時期について改めて示されると考えられます。

このような国の方針については、地方自治体(特に市町村)における消費者施策に大きく影響することから、国の動向を注視しながら、地域の実情に応じた新システムの構築や業務体制面の整備ができるよう国に提案・要望を行うとともに、市町村のニーズを踏まえながら、市町村間の協力体制の構築等広域連携に向けたきめ細かな調整を行います。

- ・市町村から地域連携(特に市町村域を越えた連携・協力する仕組み)に対する意見のヒアリングと当該意見を踏まえた国への要望
- ・「市町村間の連携・協力」や「市町村域を越えた連携・協力」を希望する市町村間の連絡・調整

(2) その他の参考指標

重点取組1～3に加え、基本目標1～4の施策を推進していく上で、毎年度動向を注視していくべき指標(参考指標)を設定します。

府及び市町村消費生活センターで受け付けた、契約当事者の年代別件数と割合

市町村相談窓口の必要性・重要性や若者への対応の必要性等に関するエビデンスを継続的に把握し、施策に生かしていきます。

【検証方法】契約当事者の年齢区分のうち、高齢者及び若者の年齢区分を細分化し、相談の傾向をより詳細に分析

3. 消費者施策の展開

<基本目標1 消費者の安全・安心の確保>

(1) 商品・役務の安全性の確保

消費者が安全に安心して消費生活に必要な製品の使用や商品・役務の提供が受けられるよう、生産から消費に至る各段階において監視指導体制の整備や表示の適正化、危害防止や品質向上等のための試験検査・研究への取組を推進するとともに、事業者に対し法令に基づく指導等に取り組みます。

<具体的な取組>

- ・製品関連被害防止・救済のための商品テスト【府民文化部】
- ・消費者保護条例に基づく危害防止【府民文化部】
- ・消費生活用製品の監視取締り【府民文化部】
- ・家庭用品品質表示の指導取締り【府民文化部】
- ・高圧ガス・LPガス・火薬類(がん具煙火)の指導取締り【政策企画部】
- ・電気用品安全法、ガス事業法の指導取締り【政策企画部】
- ・医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器、再生医療等製品、指定薬物及び毒物劇物に関する監視指導【健康医療部】
- ・健康食品安全対策事業【健康医療部】
- ・食品衛生に関する監視指導【健康医療部】
- ・食品衛生知識の普及【健康医療部】
- ・有害物質を含有する家庭用品の監視取締り【健康医療部】

(2) 府消費生活センターにおける消費生活相談

府域の中核センターである府消費生活センターにおいて、広域的な見地が必要な事案や、高度で専門的な知識が必要とされる事案の処理を行うとともに、市町村の相談員や職員への助言・指導等により住民に身近な相談窓口である市町村の相談機能充実に向けた支援を行います。

また、府消費生活センターと住宅相談や医療相談、外国人相談、府政相談等消費生活関連の相談窓口との緊密な連携に努めます。

さらに、消費者トラブル・被害が複雑・多様化する傾向にあることから、高度で専門的な相談に対応できる相談員の育成と資質向上を一層図るとともに、各消費生活関連相談窓口の府民への周知に努めます。

なお、府消費生活センターにおける商品テスト事業は、より専門的なテスト事業を行うことを目的に国民生活センターや独立行政法人製品評価技術基盤機構^(※29)等と連携して実施します。

[1] 高度で専門的な相談への対応力強化(相談員の育成・資質向上)

高度で専門的な消費生活相談に対して助言やあっせんを行います。また、こうした相談に対応する相談員の育成と資質向上のための研修を実施します。

<具体的な取組>

- ・消費生活相談及び苦情処理【府民文化部】
- ・製品関連被害防止・救済のための商品テスト【府民文化部】
- ・中核的センター機能充実強化研修【府民文化部】
- ・国民生活センター研修の受講【府民文化部】

[2] 府消費生活センターほか各種相談窓口の連携による相談体制の充実強化

府が設置する各種消費生活関連相談窓口が連携し、相談体制の充実・強化に努めます。府内の外国人からの相談については、外国人のための一元的相談窓口である「大阪府外国人情報コーナー」と連携し、対応します。

また、訪日外国人観光客等が府内で消費者トラブルに遭った場合の解決を促すため、国民生活センターが平成 30(2018)年 12 月に開設した「訪日観光客消費者ホットライン」(03-5449-0906)の周知に努めます。

<具体的な取組>

- ・府民相談【府民文化部】
- ・外国人相談の実施【府民文化部】
- ・医療相談の実施【健康医療部】
- ・ギャンブル等の依存症相談の実施【健康医療部】
- ・多重債務者対策【商工労働部】
- ・大阪府住宅リフォームマイスター制度【都市整備部】
- ・住宅相談の実施【都市整備部】
- ・大阪府分譲マンション管理・建替えサポートシステム推進協議会【都市整備部】
- ・大阪の住まい活性化フォーラムにおける住まいの相談の実施【都市整備部】
- ・建設工事請負契約等に関する相談【都市整備部】
- ・悪質商法 110 番の設置【警察本部】

[3] 府における消費生活関連相談窓口の周知強化(広報強化)

各種消費生活関連相談窓口の周知徹底と利用促進を図るため、国とも連携し、「消費者ホットライン 188」の認知度が向上するよう周知を行います。

<具体的な取組>

- ・ウェブサイトの運用【府民文化部】
- ・消費生活情報の提供【府民文化部】

【数値目標】

- ・188 認知度

(3) 市町村相談体制への支援

どこに住んでいても公平かつ平等に消費生活相談を受けられる体制づくりに向けて、消費者に最も身近な存在である市町村における消費生活相談窓口の整備や相談苦情処理体制の充実を支援します。

[1] 市町村消費生活相談員等の育成・資質向上等

市町村消費生活相談員等のスキルアップ・レベルアップを図るため、共同事例研究会を弁護士会と共同で行うほか、各種研修会を開催します。

<具体的な取組>

- ・市町村相談員総括者研修【府民文化部】
- ・市町村消費者行政職員等研修会の実施【府民文化部】
- ・共同事例研究会の実施【府民文化部】
- ・即戦力となる消費生活相談員の育成・コーディネート事業【府民文化部】

【数値目標】

- ・府内の消費者行政担当職員研修参加率

[2] 市町村における消費生活相談業務の支援

市町村消費生活相談員等の相談業務を支援するため、弁護士の協力を得て法律相談を実施するほか、巡回訪問、経由相談を実施します。また、府が独自で運営する消費生活相談窓口専用ウェブサイト等の活用を図ります。

<具体的な取組>

- ・巡回訪問・経由相談の実施【府民文化部】
- ・市町村相談体制整備支援【府民文化部】
- ・法律相談の実施【府民文化部】
- ・府消費者行政強化・推進事業補助金【府民文化部】
- ・商品テスト事例研究会の実施【府民文化部】
- ・即戦力となる消費生活相談員の育成・コーディネート事業【府民文化部】

(4) 消費者取引の適正化

国や他の都道府県及び府内市町村等と連携しながら、不当な取引行為を行う事業者の実態を把握し、特定商取引法、景品表示法、府消費者保護条例、宅地建物取引業法などの法令や条例に基づき、厳正な行政処分、指導等に積極的に取り組みます。

また、特定商取引法が令和3(2021)年に改正され、通信販売の契約の申込段階において消費者を誤認させるような表示の禁止や売買契約に基づかないで送付された商品を消費者が直ちに処分できる規定が盛り込まれるとともに、景品表示法が令和5(2023)年5月に改正され、繰り返し違反行為を行う事業者に対する課徴金の割増規定や悪質な事業者へ対応するための直罰規定が盛り込まれるなど、消費者の利益を守る法整備が進められています。府消費者保護条例についても、府内の消費者被害や消費生活相談の実情等を踏まえ、不当な取引行為の項目等について、必要に応じて見直しを行います。

一方で、消費者と事業者との取引形態が多様化していく中、それに対応した法改正等も行われていることから、事業者においても法令等の正確で十分な理解が必要です。消費者被害の未然防止の観点からも、事業者に対して的確に情報提供がなされるよう取り組みます。

[1] 不当な取引行為の防止等

府消費者保護条例、旅行業法、宅地建物取引業法等に基づき、不当な取引行為等につい

て、指導取締り、適正な指導等を行うとともに、事業者を対象とした関係法令の説明会を行います。

＜具体的な取組＞

- ・ 府消費者保護条例等に基づく不当な取引行為及び訪問販売等の指導取締り等【府民文化部】
- ・ 前払式特定取引業者の指導監督等【府民文化部】
- ・ ゴルフ場等の会員契約に関する不当な行為の指導取締り【府民文化部】
- ・ 消費者行政関連会議、研修会の出席【府民文化部】
- ・ 事業者に対する関係法令の説明会の実施【府民文化部】
- ・ 旅行業法に基づく府知事登録業者への適正指導（報告徴収及び立入検査等）【府民文化部】
- ・ 自動車運転代行業者への適正指導（報告徴収及び立入検査等）【都市整備部】
- ・ 宅地建物取引の適正指導【都市整備部】

[2] 価格・商品の表示、広告等の適正化

府では、商品やサービスの選択に当たって必要な情報が表示され、かつ消費者を誤認させるような不当・不適正な表示がなされないよう、食品表示法、景品表示法、家庭用品品質表示法、薬機法等の法令に基づき、事業者の監視、指導、取締りを行います。また、必要に応じ公正取引協議会や事業者団体に対し適切な対応の要請や、事業者を対象に法令順守を目的とした啓発、説明会等を行います。

＜具体的な取組＞

- ・ 不当景品・不当表示の指導取締り【府民文化部】
- ・ 家庭用品品質表示の指導取締り【府民文化部】
- ・ 事業者に対する関係法令の説明会の実施【府民文化部】
- ・ 医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器、再生医療等製品、指定薬物及び毒物劇物に関する監視指導【健康医療部】
- ・ 食品衛生に関する監視指導【健康医療部】
- ・ 食品表示適正化推進【健康医療部】
- ・ 米穀等の産地情報に関する表示の適正化の推進【環境農林水産部】
- ・ 適正な計量の確保【商工労働部】

(5) 消費者への情報提供

消費者が自主的かつ合理的に商品や役務を選択し、安全・安心な消費生活を送るためには、消費者事故や悪質事業者による消費者被害の情報、消費者が商品や役務を選ぶ際の目安として、事業者がめざす経営方針を自ら定めた行動基準(自主行動基準)、消費生活に関する知識など、必要な情報が迅速、かつ適切に提供されるよう促します。

その際、府は、広域的地方公共団体として、国や他の都道府県、市町村、消費者団体等関係団体とも連携し、消費生活に必要な幅広い情報の収集と分析を行うなど、内容の充実に努めるとともに、イベントの活用など消費者がアプローチしやすいよう工夫しながら情報提供を行います。

ホームページのウェブサイト「消費生活事典」や府シニア向け消費生活情報サイトの積極的な運営を行うとともに、SNS等の活用を図るなど、消費者への効果的な情報発信に取

り組みます。

地震・風水害等の大規模災害や、感染症の急速なまん延時に消費者から寄せられた相談等に対し適切に対応するとともに、非常時に乗じた悪質商法等の情報収集に努め、府民等への情報提供や注意喚起を迅速に行います。

＜具体的な取組＞

- ・ 消費者保護条例に基づく危害防止【府民文化部】
- ・ 消費生活情報の提供【府民文化部】
- ・ ウェブサイトの運用【府民文化部】
- ・ 消費者問題講演会の開催(府市連携事業)【府民文化部】
- ・ 消費者フェアの実施【府民文化部】
- ・ 消費者保護条例に基づく自主行動基準の策定・届出【府民文化部】
- ・ 総合案内の運営及び消費者啓発事業の実施(府市連携事業)【府民文化部】
- ・ 災害時等における消費者被害の防止【府民文化部】
- ・ 製品による事故防止のための情報提供【府民文化部】
- ・ 福祉サービス第三者評価事業の推進【福祉部】
- ・ 高齢者の居住の安定確保に関する法律に基づく「サービス付き高齢者向け住宅の登録・閲覧制度」【福祉部】 【都市整備部】
- ・ 感染症の予防に関する知識の普及【健康医療部】
- ・ 救急医療の適正利用【健康医療部】
- ・ 献血意識の高揚【健康医療部】
- ・ 栄養知識の普及【健康医療部】
- ・ 生活習慣病予防に関する知識の普及【健康医療部】
- ・ 医薬品の適正使用の推進【健康医療部】
- ・ 薬物乱用防止対策の推進【健康医療部】
- ・ 医療機器の適正使用【健康医療部】
- ・ 食品衛生知識の普及【健康医療部】
- ・ 健康食品安全対策事業【健康医療部】
- ・ 住居衛生対策事業【健康医療部】
- ・ ギャンブル等依存症に関する知識の普及【健康医療部】
- ・ セーフティネット住宅登録制度【都市整備部】
- ・ 民間賃貸住宅退去時の原状回復トラブル防止に関する情報提供【都市整備部】
- ・ 住宅瑕疵担保履行法に情報提供【都市整備部】
- ・ 大阪の住まい活性化フォーラムにおけるリフォーム・リノベーションの普及・啓発【都市整備部】
- ・ 大阪の住まい活性化フォーラムにおける『大阪版・空家バンク』の設置【都市整備部】
- ・ 大阪府住宅リフォームマイスター制度【都市整備部】
- ・ 「大阪・工事監理の星」制度への支援【都市整備部】
- ・ 防犯に配慮した共同住宅等に係る設計指針の公表【都市整備部】
- ・ 建築物に附属する特定の設備等の安全確保【都市整備部】
- ・ 建築基準法及び建築士法に基づく情報提供等【都市整備部】
- ・ 宅地建物取引及び建設工事請負契約に関する啓発【都市整備部】

【数値目標】

- ・ 府民への情報発信回数・SNS フォロワー数
- ・ 188 認知度

(6) 個人情報の保護

個人情報についてはみだりに公開されないことはもとより、自己の情報を自らコントロールできることが原則です。しかし、高度情報化の進展の中で、従来想定されていない形で個人情報が流出する事例や、ビジネスその他で利活用される事例が多く生じています。

府消費者保護条例は「消費生活において消費者の個人情報が侵害されない権利」を条文で謳っており、消費者の利益を保護する視点から施策の実施に努めます。

<具体的な取組>

- ・ 相談事業等を通じた個人情報保護にかかる事業者への注意喚起【府民文化部】
- ・ センター内の個人情報の適正管理【府民文化部】

(7) 物価安定対策

府民の生活に必要な商品や生鮮食料品(生活関連物資)について、価格が高騰した時に買占めや売惜しみなど、安定した供給を阻害する不適正な行為が行われた場合には、関係法令や条例に基づき、不適正な行為の是正を勧告するなど、生活関連物資の安定した供給の確保に努めます。

また、地震・風水害等の大規模災害や、感染症の急速なまん延時に生活関連物資の安定した供給が確保できるよう、価格・需給動向等の監視に努めます。

<具体的な取組>

- ・ 生活二法^(※28)の適正な運用【府民文化部】
- ・ 府消費者保護条例による緊急措置【府民文化部】
- ・ 災害時等における生活関連商品の価格・需給動向等の監視【府民文化部】
- ・ 大阪市消費者物価指数の作成【総務部】
- ・ 青果物価格安定対策事業【環境農林水産部】
- ・ 中央卸売市場事業【環境農林水産部】
- ・ 地方卸売市場の運営の指導【環境農林水産部】

<基本目標 2 消費者被害の未然防止・拡大防止・紛争解決への支援>

(1) 高齢者や障がい者の消費者被害の防止

高齢化の進展に伴い高齢単独世帯も増加しており、悪質な訪問販売や訪問購入等により高齢者が消費者被害に遭う事例も、数多く発生しています。

さらに高度情報通信化が進展する中、インターネットの恩恵を受けられないことで生じるデジタル・デバイドやデジタルリテラシーの不足の問題が生じる一方で、モバイル端末を保有し、インターネットを利用する高齢者も増加しています。このような高齢者の中には、インターネットの利用に不慣れで定期購入等の通信販売に関するトラブルに巻き込まれることも少なくありません。

また、障がい者が遭った消費者被害の中には、「人を信じやすい、疑うことを知らない」「過去の経験を目の前の事態に関連付けたり、応用したりすることが苦手」なことなどにつけ込んだ悪質な事案も発生しており、被害に遭わないように社会全体で障がい者を支援していくことが求められています。

このような高齢者や障がい者等の消費者被害の防止のためには、家族や地域、施設、事業者など周囲の人々による「見守り」が重要であることから、消費者安全確保地域協議会等の見守りネットワークの設置を府内市町村に働きかけるとともに、設置済みの市に対しては効果的な運用のための研修を行うなどの支援を行います。また、身近な地域で開催される集会に講師を派遣し、契約に関する基礎知識や被害に遭わないための対策に関する知識の習得を支援します。

さらに、府政だよりやリーフレットなどの媒体に加え、インターネットを活用した情報提供にも取り組みます。

そのほか、特殊詐欺の撲滅に向けて、高齢者等とその家族、地域等の防犯意識を高める啓発活動や地域ぐるみによる防犯活動に一層取り組んでいきます。加えて、被害の拡大を防止するため、令和7(2025)年3月に、「高齢者が携帯電話で通話しながらATMの操作禁止」等を柱とした府安全なまちづくり条例を改正する等、法律や条例に基づき事業者に対して的確に対処していきます。

<具体的な取組>

- ・ 高齢者等の見守り者対象の講座の実施【府民文化部】
- ・ 消費のサポーター養成・更新講座【府民文化部】
- ・ 高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣【府民文化部】
- ・ 消費生活情報の提供【府民文化部】
- ・ 事業者等と連携した高齢者、障がい者等への見守り強化【府民文化部】
- ・ 「高齢者・障がい者等の消費者被害に関する連絡会」の開催【府民文化部】
- ・ 特殊詐欺等被害防止に向けた広報啓発活動【府民文化部・警察本部】
- ・ 地域権利擁護総合推進事業【福祉部】
- ・ 日常生活自立支援事業【福祉部】
- ・ 福祉サービスに関する苦情解決【福祉部】
- ・ 障がい福祉サービスに関する相談・苦情解決のための体制づくり【福祉部】
- ・ 介護保険制度における相談・苦情解決体制の推進【福祉部】
- ・ 圧着ハガキの郵送による広報啓発活動(特殊詐欺対策)【警察本部】
- ・ 「おおさか特殊詐欺被害防止コールセンター」の開設【警察本部】
- ・ 市町村消費者行政職員等研修会の実施(一部抜粋)【府民文化部】
- ・ 消費のサポーター事業における地域安全センターとの連携【政策企画部、府民文化部】
- ・ 府消費者保護条例等に基づく不当な取引行為及び訪問販売等の指導取締り等【府民文化部】
- ・ 府安全なまちづくり条例の改正に基づく取組【政策企画部】

【数値目標】

- ・ 府民への情報発信回数・SNS フォロワー数
- ・ 188 認知度

(2)若者の消費者被害の防止

ほとんどの若者がスマートフォンを保有し、インターネットを活用した商品やサービスの購入はもとより、(インターネット上でしか知らない人も含め)友人同士の会話、動画の視聴や投稿など、幅広い用途でスマートフォンを利用しています。

このような中、令和4(2022)年4月1日に改正民法が施行され、成年年齢が20歳から18歳へと引き下げられましたが、消費者契約に関する知識や経験が不足している、経済的に余裕がない、コミュニケーションをとることが苦手といった若者の弱みにつけ込む悪質な事業者が後を絶ちません。

これまでに、マッチングアプリ等で知り合った人物から、副業や投資などのもうけ話で勧誘され高額な情報商材を購入させられた、友人や知人にカフェに誘われて行ったら、その先輩が同席していて高額なセミナーへの参加を勧誘され断れなかったなどの被害相談も多く消費生活センターに寄せられています。

このような若者の消費者被害を防止するため、ホームページやリーフレットなどの啓発資料や啓発動画、消費者教育のほか、若者が視聴することの多いSNS等も活用しながら、契約に関する基礎知識や、被害に遭わないための対策(もうけ話への注意喚起等)を若者に発信していきます。また、図表29にある若者(18歳及び19歳)の相談件数より直近5年間の推移は、ほぼ横ばいとなっており、相談窓口の認知度向上が課題になっていることから、消費者ホットラインや最寄りの消費生活相談窓口の周知に努めます。

一方、こうした違法なマルチ取引で他の人を勧誘することで加害者になってしまうこともあります。若者が軽い気持ちで悪質商法や特殊詐欺に加担することがないように、啓発に努めていきます。また、被害の拡大を防止するため、法律や条例に基づき事業者に対して的確に対処していきます。

昨今、一部のホストクラブ等の悪質な飲食店において、店員が顧客となる消費者に対して、その好意の感情を不当に利用して、困惑させ、飲食などの提供を受ける契約を結ばせ、その高額な利用料金を売掛にして多額の借金を背負わせるという事例が報告されており、大きな社会問題になっています。

このような被害に遭っている消費者は、いわゆるマインドコントロールの状態にあるケースを含め、被害を認識できず被害の回復が困難になっていることも考えられます。そのため、被害の未然防止や被害への気づきを促す啓発が重要になります。

<具体的な取組>

- ・消費生活相談及び苦情処理【府民文化部】
- ・消費生活情報の提供【府民文化部】
- ・若者向け啓発資料の作成【府民文化部】
- ・夏休み若者向け特別啓発事業【府民文化部】
- ・SNSやデジタルサイネージを活用した消費者被害防止のための啓発【府民文化部】
- ・大阪の子どもを守るネット対策事業【福祉部】
- ・小学生期・中学生期・高校生期・成人期における消費者教育【府民文化部】
- ・府消費者保護条例等に基づく不当な取引行為及び訪問販売等の指導取締り等【府民文化部】
- ・府消費生活センターのウェブサイトによる啓発【府民文化部】

【数値目標】

- ・ 府民への情報発信回数・SNS フォロワー数
- ・ 188 認知度

(3) インターネットを悪用した消費者被害の防止

スマートフォンの普及によりインターネットの利用が急速に伸びる中、身に覚えのないサイト利用料が未払いである旨の請求メールが届き「法的手続をとる」などと脅迫される「架空請求メール詐欺」、特に海外の通販サイトを中心に代金を振り込んだにもかかわらず商品が届かず、連絡も取れなくなる「ネット通販、ネットオークション詐欺」等の詐欺行為は、ますます悪質化、巧妙化しています。

このような被害を防止するため、サイバー犯罪の取締りを推進するとともに、被害を防止するためのキャンペーンや大阪府警察ホームページ、リーフレット等を活用した広報啓発活動、府民・児童・企業に対するサイバー犯罪被害防止教室等を実施します。

また、被害に遭いやすい若者や高齢者等に対し、インターネットを悪用した消費者被害の事例や悪質事業者の手口などを情報提供するなど、消費者被害の防止に取り組みます。加えて、被害の拡大を防止するため、法律や条例に基づき事業者に対して的確に対処していきます。

さらに、海外事業者との取引に関するトラブルの相談については、国民生活センター越境消費者センター(CCJ)の紹介などにより、トラブル解決の支援につなげます。

<具体的な取組>

- ・ 消費生活相談及び苦情処理【府民文化部】
- ・ 消費生活情報の提供【府民文化部】
- ・ 中核的センター機能充実強化研修【府民文化部】
- ・ 市町村相談員総括者研修【府民文化部】
- ・ 消費者教育講師派遣【府民文化部】
- ・ 消費のサポーター養成・更新講座【府民文化部】
- ・ 高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣【府民文化部】
- ・ 偽サイト・詐欺サイトに関する情報の提供【府民文化部】
- ・ 大阪の子どもを守るネット対策事業【福祉部】
- ・ 「大阪の子どもを守るサイバーネットワーク連絡会議」における関係機関等との連携【教育庁】
- ・ サイバー犯罪に対する指導・取締り【警察本部】
- ・ インターネットバンキングや偽ショッピングサイト被害等における消費者に対する広報啓発活動【警察本部】
- ・ 府消費者保護条例等に基づく不当な取引行為及び訪問販売等の指導取締り等【府民文化部】

【数値目標】

- ・ 府民への情報発信回数・SNS フォロワー数
- ・ 188 認知度

(4)消費者・事業者間の紛争解決支援

消費者被害は、消費者の権利を侵害するものであり、迅速かつ適切な救済が必要です。そのため、相談者や相談内容に応じて、府消費生活センターが事業者と消費者との間に入って紛争の解決に努めます。

[1] 府消費生活センターによるあっせん

簡易迅速なトラブル解決を図るため、府消費生活センターの消費者生活相談員が相談者から状況を聴き取り、その状況に応じて助言やあっせん(解決のための事業者との交渉の調整)を行います。また、弁護士などの専門の相談機関への相談が適している場合には、専門の窓口を紹介します。

<具体的な取組>

- ・府消費生活センターの消費生活相談及びあっせん【府民文化部】

[2] 裁判外紛争解決手続(ADR)の利用促進

専門的な判断が必要な場合など、消費生活センターでの解決が困難な消費者からの苦情については、裁判外の紛争解決処理機関として設置している「大阪府消費生活苦情審査委員会」(以下、「府消費生活苦情審査委員会」という。)であっせんや調停を行っており、その利用促進に努めます。また、法務大臣の認証を受けたADR(ODR^(※17)を含む)をはじめとする民間型裁判外紛争処理機関については、一定の手数料がかかることが多いことから、利用を希望する消費者に対し消費生活センターにおいて丁寧に説明を行い、その利用の促進に努めます。

<具体的な取組>

- ・府消費生活苦情審査委員会の運営【府民文化部】

[3] 訴訟への支援

府消費生活苦情審査委員会において紛争の解決ができなかった消費者が、裁判所に対し訴訟を提訴する場合に、一定の要件のもとで資金の貸付を行います。

<具体的な取組>

- ・訴訟の援助【府民文化部】

[4] 消費者団体訴訟制度等の周知・広報

消費者被害の未然防止・拡大防止や集団的な被害回復のため、内閣総理大臣が認定した消費者団体が消費者に代わって事業者に対して差止請求や訴訟等を行うことができる消費者団体訴訟制度等について、府ホームページに掲載する等の周知・広報に取り組むとともに、事案に応じて特定適格消費者団体^(※33)及び適格消費者団体^(※32)との連携を強化していきます。

<具体的な取組>

- ・ウェブサイトの運用【府民文化部】

<基本目標3 消費者教育の推進>

(1) ライフステージに応じた消費者教育の推進

消費者教育の推進に関する法律により学校、大学、地域、家庭、職域等における消費者教育の推進が求められています。消費者教育の取組を進めることにより、消費者自らが被害や事故に遭わない行動を可能にするとともに、他方、悪質商法等の加害者にならないという視点も含め、ライフステージに応じた多様な場を活用し、学校等における消費者教育に取り組みます。

具体的には、小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等については、それぞれの発達段階に応じた消費者教育の推進に努めます。

大学等における消費者教育については、自立した判断能力を備え、消費者市民社会^(※22)の実現に向け積極的に活動を行うことができる人材の育成に取り組みます。

高齢者をはじめ地域で暮らす府民に対する消費者教育については、身近な地域において、また、事業所等に勤務する成人期(若者や高齢者の世代を除く)に対する消費者教育については職域の場において、消費者団体や事業者団体等と連携し、情報発信や学習機会の提供等を行うことにより消費者教育を推進していきます。

[1] 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校における消費者教育

平成29(2017)年及び平成30(2018)年に改訂された小学校・中学校、高等学校・特別支援学校の新学習指導要領では、児童・生徒の「生きる力」を育むことをめざし、基礎的・基本的な知識及び技能を習得させ、これらを活用して、課題を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等を育むことを目標としています。このような力を育むために、主体的・対話的で深い学びの視点や、カリキュラム・マネジメント^(※11)が重要となっています。

学校における消費者教育については、児童・生徒の興味・関心を引き付ける身近な事例等を取り上げながら、消費者教育の実施に取り組みます。

(ア) 〈小学校〉社会科では、地域に見られる販売の仕事については、学習の問題を追究・解決する活動を通して消費者の多様な願いを踏まえ、売り上げを高めるよう工夫して行われていることを理解し、考察するよう指導することとしています。

家庭科では、買物の仕組みや消費者の役割がわかり、物や金銭の大切さと計画的な使い方について理解すること、購入に必要な情報を活用し、身近な物の選び方や買い方を考え、工夫することなどを指導することとしています。

(イ) 〈中学校〉社会科では、市場経済の基本的な考え方や金融などの仕組みや働きについて理解するとともに、消費者の保護について消費者の自立の支援なども含めた消費者行政の取組について理解するよう指導することとしています。

技術・家庭科では、消費者の基本的な権利と責任、計画的な金銭管理の必要性、売買契約の仕組み、消費者被害の背景とその対応について理解し、物資・サービスの選択に必要な情報を活用して購入について考え、工夫することなどについて指導することとしています。

(ウ)〈高等学校〉家庭科では、消費生活の現状と課題、消費行動における意思決定や契約の重要性、消費者保護の仕組みについて理解し、消費者の権利と責任を自覚して行動できるよう指導することとしています。

公民科では、具体的な主題を設定し、他者と協働して追究したり、課題を解決したりする活動を通して、多様な契約及び消費者の権利と責任、市場経済の機能と限界、金融の働きなどについて、必要な知識及び技能を身に付けることができるよう指導することとしています。

(エ)〈特別支援学校〉小学校、中学校、高等学校に準じた消費者教育を各教科等において実施しています。

日用品の取り扱い方や金銭の使い方、情報モラルや消費者トラブルの未然防止など、個々の教育的ニーズに対応した適切な指導や必要な支援を通して、自立と社会参加に向けて育成をめざす資質・能力を身に着けることができるよう指導することとしています。

＜具体的な取組＞

- ・消費者教育講師派遣【府民文化部】
- ・若者向け啓発資料の作成【府民文化部】
- ・夏休み若者向け特別啓発事業【府民文化部】
- ・大阪の子どもを守るネット対策事業【福祉部】
- ・住まい・まちづくり教育の普及【都市整備部】
- ・学習指導要領に基づく消費者教育【教育庁】
- ・「大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構」との連携【教育庁】

[2] 大学等における消費者教育

改正民法の施行により、すべての学生が成年となる大学等においては、高等学校段階までに身に付けた知識等を踏まえ、一人ひとりの学生が、契約に関する知識や契約に伴う権利、責任並びに消費者として主体的に判断し、責任をもって行動できる能力を高める機会を持つことが重要となります。また、次代の社会、経済を担う成人として主体的に消費者市民社会の形成に参画するための資質を習得できるよう、授業や社会貢献活動などの様々な活動において、消費者の視点を踏まえた教育を推進することが求められています。

府では、消費者教育・啓発に関するボランティア活動に積極的に参加し、同世代や年下の若者等に対する消費者教育の担い手となる「大阪府消費者教育学生リーダー」の育成と活動支援等を通じて、自立した判断能力を備え、人や社会、環境等に配慮した行動を取ることができる能力を備えた大学生等の育成に努めます。

また、消費者教育コーディネーターの調整のもと、大学等の新入生ガイダンス等の場を活用した啓発の実施や府の出前講座の活用等を働きかけるなど、大学等における消費者教育を支援します。

＜具体的な取組＞

- ・大学生期における消費者教育【府民文化部】

[3] 地域における消費者教育

消費者教育は、誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で受けることができる必要があることから、身近な生活の場である地域における消費者教育は重要です。住民に一番身近な市町村において消費者教育が充実されるよう、消費者教育講座の内容等について府が持つノウハウの提供、他の優れた取組事例の情報提供や市町村職員研修会等の実施などにより、市町村の取組を支援していきます。

また、市町村における消費者教育の推進体制の整備に向けて、市町村への理解の促進を図るとともに、各地域の実情を踏まえた支援を行っていきます。

さらに、高齢者等に消費者被害についての情報提供等を行う消費のサポーターなど地域の住民が高齢者等を見守るネットワークの活用、金融に関する知識やトラブルの現状等に関する理解の促進、市町村単位での消費生活に関するイベント等への支援など、様々な人材・関係団体等と連携しながら地域における消費者教育の推進に努めます。

加えて、高等学校等を出退した生徒や児童養護施設等を退所した若者への消費者教育の実施方策を検討するとともに、大学等が行う府民を対象とした講座・セミナー等の地域貢献活動と連携し、地域住民向けの消費者教育の実施方策について検討します。

<具体的な取組>

- ・消費のサポーター養成・更新講座【府民文化部】
- ・高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣【府民文化部】
- ・消費者フェアの実施【府民文化部】
- ・消費者教育講師派遣【府民文化部】
- ・消費のサポーター事業における地域安全センターとの連携【政策企画部、府民文化部】
- ・大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構との連携による金融経済教育【府民文化部】

[4] 家庭等における消費者教育

家庭等は、保護者が金銭や物を大切に扱う意識を子どもに身に付けさせたり、スマートフォンやパソコンを使ったインターネット等の利用のあり方について考え、ルールづくりをしたり、社会や人との繋がり、心の豊かさを育むことができる場です。

また、世帯が別であっても、高齢者のみの世帯を狙った詐欺的な勧誘や社会経験等が少ない若者を狙った被害を防止するために、家族等の間で互いに情報共有や注意喚起を行うことで未然に危害等を回避できる場でもあります。消費生活に関する様々な情報を提供することで、日常生活の消費者トラブルの未然防止やエシカル消費の実践など、家庭等における消費者教育に取り組みます。また、児童養護施設等で生活している子どもへの支援にも努めます。

<具体的な取組>

- ・社会教育施設等への情報提供及び教材等の貸し出し【府民文化部、教育庁】
- ・高齢者等の見守り者対象の講座の実施【府民文化部】
- ・消費生活情報の提供(抜粋)【府民文化部】
- ・消費者教育講師派遣【府民文化部】

[5] 職域における消費者教育

事業者は、お客様相談室などを設け、直接的、間接的に消費者の声を聴いていることから、その声を生かし、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画できるような情報の提供や、商品・サービスの開発といった消費者志向の取組が期待されています。

また、従業者に対して研修等を実施することにより、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めることが求められています。

このため、消費生活に関する知識、理解を深める従業員教育の重要性について、事業者の協力を得ながら理解を深めてもらい、事業所内の研修等で啓発冊子等を活用し、消費者教育を実施するなど、職域における消費者教育の推進に努めます。

さらに、従業者が事業活動の中で、高齢者や障がい者等支援が必要な人々に消費者被害や消費生活センターの相談窓口等についての情報を提供することができるよう、啓発冊子等の配布等を実施しており、高齢者の見守りに資する取組として、継続的に実施していきます。

<具体的な取組>

- ・事業者等と連携した見守り強化【府民文化部】

[6] 消費者団体、事業者及び事業者団体等への活動支援と連携

消費者団体、事業者及び事業者団体等の活動を支援し、多様な主体間による情報交換や協議が行われることにより、消費者教育を推進する施策への協力などが行われるよう、これら団体の連携・協働を推進し、消費者に対し情報を正しく提供するよう、働きかけていきます。

<具体的な取組>

- ・消費者フェアの実施【府民文化部】

【数値目標】

- ・消費者フェア参加者数

[7] 消費者教育拠点としての府消費生活センターの活用

府消費生活センターを消費者教育の拠点として、消費者に必要な情報を各種媒体により広く発信し、講座等の開催を通じて消費者が学べる場(機会)を提供するとともに、多様な場における消費者教育の取組を支援します。

また、府民を対象に消費生活に関する情報をわかりやすく提供するイベント等を実施し、人や社会、環境等に配慮した消費行動の具体的な取組を示したエシカル消費等についてわかりやすく情報提供し、消費者市民社会の構築に向けた取組を推進します。

<具体的な取組>

- ・消費生活情報の提供【府民文化部】
- ・消費者フェアの実施【府民文化部】
- ・総合案内の運営及び消費者啓発事業の実施(府市連携事業)【府民文化部】

【数値目標】

- ・消費者フェア参加者数

[8] 消費者教育の担い手の育成と活用

誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受ける機会を提供するためには、学校、大学、研究機関、消費者団体その他の関係機関等に対し消費者教育を担う人材の育成について自主的な取組を促すなど、幅広い担い手の育成に努めるとともに、有資格者等の活用を図る必要があります。また、大学生などの若者を同世代や年下の若者等に対する教育の担い手として活用することも効果的です。

消費者教育を担う多様な関係機関や担い手をつなぐためには、間に立って調整をする役割を担うコーディネーター的な役割も重要です。このため、府消費生活センターを拠点として、消費者教育コーディネーターの育成と活用に取り組みます。

また、小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等の教職員や、消費者教育講座の講師になる機会も多い消費生活相談員等への研修等の充実に努めます。

(ア) 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等における教職員

児童・生徒に対して実際に消費者教育を実施する教職員が消費者教育への理解を一層深められるよう、研修の充実に努めます。

<具体的な取組>

- ・ 学校教職員に対する消費者教育研修の実施【教育庁】

(イ) 消費生活相談員等

消費生活相談員や市町村職員は、学校や地域の消費者教育講座の講師となる機会が多いことから、必要な知識を習得するための研修機会の充実に努めます。

<具体的な取組>

- ・ 中核的センター機能充実強化研修【府民文化部】
- ・ 市町村相談員総括者研修【府民文化部】
- ・ 市町村消費者行政職員等研修会の実施【府民文化部】
- ・ 即戦力となる消費生活相談員の育成・コーディネート事業【府民文化部】

【数値目標】

- ・ 府内の消費者行政担当職員研修参加率

(ウ) 実務経験者等

弁護士、司法書士、金融経済教育の実務者等実務を通して消費者教育を行うことができる外部人材を活用し、学校等における消費者教育を充実します。

<具体的な取組>

- ・ 消費者教育講師派遣【府民文化部】
- ・ 大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構との連携による金融経済教育【府民文化部】

(エ) 地域における消費者教育の担い手

誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができるよう、より身近な地域における消費者教育の担い手の育成や活用に取り組みます。

<具体的な取組>

- ・消費のサポーター養成・更新講座【府民文化部】
- ・高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣【府民文化部】
- ・高齢者等の見守り者対象の講座の実施【府民文化部】
- ・事業者等と連携した見守り強化【府民文化部】
- ・大学生期における消費者教育【府民文化部】

(オ)消費者教育コーディネーター

府消費生活センターを拠点として、多様な主体が連携・協働した体制づくりが促進されるよう、消費生活相談員等を活用した消費者教育コーディネーターの育成と活用に取り組みます。また、その際には、実務経験者など消費生活に係る様々な専門分野からコーディネーターを委嘱し多様なコーディネートができるよう、仕組みづくりを検討します。

<具体的な取組>

- ・国民生活センター研修の受講【府民文化部】
- ・消費者教育コーディネーターの活用【府民文化部】

(2)消費生活に関連する他教育との連携推進

「持続可能な社会を形成する」視点から、「エシカル消費」、環境や資源、エネルギー等に関わる「環境教育」、「食品ロスの削減」や適切な食生活、食の安全性等に関わる「食育」等に関する消費者教育に取り組むとともに、「貯蓄から投資へ」の国の動きも踏まえて、金融リテラシーの向上を図る「金融経済教育」を行う等、幅広く日常の消費生活や事業活動に関連する教育との連携を図りつつ推進することにより相乗効果を図ります。

[1] 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の推進

平成 27(2015)年 9 月に国連持続可能な開発サミットにおいて「持続可能な開発目標 (SDGs)」が全会一致で採択されてから 10 年近くが経過し、我が国でも SDGs の理念と行動が浸透してきています。折しも、令和 7 (2025)年 4 月に開催される 2025 年大阪・関西万博は、この目標達成のプラットフォームになることから、さらなる取組が求められています。

(ア)エシカル消費

商品やサービスの購入に際して、人や社会、環境や地域等の社会的課題の解決に配慮したり、そうした課題に取り組む事業者等を応援したりしながら消費活動を行う、いわゆる「エシカル消費」については、次世代を担う若者をはじめ、広く府民にわかりやすい言葉で普及啓発し、理解を高めていきます。

<具体的な取組>

- ・消費者フェアの実施【府民文化部】
- ・府消費生活センターのウェブサイトによる啓発【府民文化部】
- ・府内の福祉施設で働く障がい者が生産する製品の認知度向上【福祉部】

【数値目標】

- ・消費者フェア参加者数

(イ)環境教育

気候変動や生物多様性の喪失をはじめとする環境課題と社会・経済課題との関連について学び、環境と身近な生活との関わりについて理解し、環境課題の解決に向けて自ら進んで参加・行動するなど、「環境教育」で求められている取組は、日常の消費生活での環境配慮行動や環境負荷低減に向けた事業活動等へ結びつくものです。

また、令和32(2050)年にカーボンニュートラルを達成することが求められている中、「大阪府地球温暖化対策実行計画(区域施策編)」では、令和12(2030)年度の温室効果ガス排出量の削減目標を平成25(2013)年度比で40%としており、その達成に向け、消費者教育を含めた様々な取組を通じて、ライフスタイルの転換を図ることが重要です。

<具体的な取組>

- ・太陽光パネル設置普及啓発事業【環境農林水産部】
- ・グリーン購入の推進【環境農林水産部】
- ・環境教育・環境保全活動の推進【環境農林水産部】
- ・省エネ行動の実践の促進【環境農林水産部】
- ・大阪気候変動適応・普及強化事業【環境農林水産部】
- ・おおさかプラスチックごみゼロ宣言推進【環境農林水産部】
- ・万博を契機とした環境・エネルギー先進技術普及事業【環境農林水産部】
- ・リサイクル社会推進事業【環境農林水産部】
- ・使い捨てプラスチックごみ対策推進事業【環境農林水産部】
- ・生活排水対策の推進【環境農林水産部】
- ・電動車等の普及促進【環境農林水産部】
- ・環境配慮消費行動促進に向けた脱炭素ポイント付与制度普及事業【環境農林水産部】
- ・脱炭素化に向けた消費行動促進事業【環境農林水産部】
- ・駐車時におけるアイドリングストップの推進【環境農林水産部】
- ・おおさか交通エコチャレンジ推進運動【環境農林水産部】
- ・海岸漂着物等対策推進事業【環境農林水産部】
- ・大阪エコ農業総合推進対策事業【環境農林水産部】

(ウ)食品ロスの削減

本来食べられるにも関わらず廃棄される食品、いわゆる食品ロスは、生産、製造、販売、消費等の各段階において発生しており、平成27(2015)年9月の国連持続可能な開発サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」において言及されるなど世界的にも大きな課題となっています。

食品ロス削減には、流通の段階ごとの取組や、消費者理解の促進により行動を起こす府民を増やしていくことが必要であることから、消費者教育、環境(地球温暖化等)、廃棄物処理、食品産業の発展等の観点からの取組も重要です。

<具体的な取組>

- ・食品ロス削減ネットワーク懇話会の運営【環境農林水産部】
- ・おおさか食品ロス削減パートナーシップ制度の推進【環境農林水産部】
- ・食品ロス削減に向けた消費者啓発の促進【環境農林水産部】
- ・消費者フェアの実施【府民文化部】

(エ)食育

食育を、生きる上での基本であって、知育、徳育及び体育の基礎となるべきものと位置付けるとともに、様々な経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てる食育を推進することが求められています。

食育の取組の中で、マナーの習得、「もったいない」という意識のかん養、食品ロスの削減や地産地消の推進といった取組は、持続可能な社会の形成をめざす消費者教育の課題でもあります。

<具体的な取組>

- ・大阪産(もん)ブランド化の推進【環境農林水産部】

[2] 金融経済教育

I T技術の進化により、キャッシュレス決済や暗号資産といった新たな金融サービスが生まれる中、府民一人ひとりが、金融リテラシー(金融に関する知識・判断力)を身に付けるためには、金融や経済についての知識のみならず、家計管理や将来の資金を確保するために長期的な生活設計を行う習慣・能力を身に付けること、保険商品、ローン商品、資産形成商品といった金融商品の適切な利用選択に必要な知識・行動についての着眼点等の習得、事前にアドバイスを受けるなどといった外部の知見を求めることの必要性を理解することが重要です。これらの金融リテラシーは、自立した消費生活を営む上で、必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素です。

また、退職後に資産の運用等を行う高齢者がトラブルに巻き込まれる事例もあることから、高齢者への金融経済教育も必要となります。

<具体的な取組>

- ・大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構との連携による金融経済教育【府民文化部】

[3] 情報活用能力を育成するための教育

急速なデジタル化の進展に伴い、スマホ決済の安易な使用による過剰消費や多重債務、デジタル・デバイドの拡大、デジタル技術を駆使した勧誘手法の巧妙化や誤認しやすい表示の増加など、負の側面もめだつようになっています。

このような中、消費者被害に遭わないための教育はもとより、デジタルツールを使いこなせる力、主体的読解力や批判的思考力の習得など、デジタル社会における消費行動について自ら学び、考え、行動する能力を育むことが重要になっています。

現在、各学校においては、学習指導要領に基づき、児童生徒の発達段階に応じ、情報社会で適正な活動を行うための基になる考え方や態度を身に付けさせる、情報モラル教育が行われています。

近年、欧米を中心に、責任を持ってデジタル技術を使い、人権に配慮し、社会に対し積極的に行動する能力である「デジタル・シティズンシップ^(※34)」に関する教育が実践されており、日本国内でも注目を集めています。

また、スマートフォンのアプリ等の操作画面で、ユーザーを騙したり、勘違いさせたりするデザイン、いわゆるダークパターンにより、消費者の購買行動が操作されることが懸念されています。

さらに、近年、生成AIをはじめとするAI(人工知能)技術がめざましい発展を遂げており、私たちの生活に便利さや豊かさをもたらしています。その一方で、情報漏洩や著作権侵害のリスク、間違った情報やフェイクニュース等が含まれることも踏まえて利用することが必要です。

今後、デジタル技術のさらなる高度化が見込まれる中で、これらの情報活用能力を育む教育と連携しながら、消費者教育を進めていくことが重要です。

<具体的な取組>

- ・大阪の子どもを守るネット対策事業【福祉部】
- ・「大阪の子どもを守るサイバーネットワーク連絡会議」における関係機関等との連携【教育庁】
- ・学習指導要領に基づく消費者教育【教育庁】

[4] 近年対応が求められる課題等

近年、子どもが親のクレジットカードを無断で使用してオンラインゲームに高額な課金をしていたという相談が消費生活センターに寄せられています。このようなトラブルについては、当事者である消費者に対する教育のみならず、保護者への啓発も重要です。

また、消費者による従業員等への行き過ぎた言動が見られるといった指摘が寄せられています。そのため、消費者は適切な意見の伝え方を身に付けるとともに、事業者は消費者の声を受け止めるなど、両者が適切なコミュニケーションをとることで信頼関係が失われることを防ぐ観点も重要です。

また、オンラインカジノのように海外の事業者が合法的に運営しているものであっても、消費者が国内から利用(接続等)すれば犯罪になるものもあります。消費者側で犯罪になる認識がないまま利用していることも少なくないことから、広く府民に注意喚起していくことが重要です。

<具体的な取組>

- ・ウェブサイト、ポスターやリーフレットを活用した啓発【府民文化部】

<基本目標4 消費生活相談体制の充実>

消費者基本法では、消費者の安全と、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが、消費者の権利であるとしています。

こうした消費者の権利を守るためには、“どこに住んでいても公平かつ平等に消費生活相談を受けられる体制”が重要であることから、府では、消費者に最も身近な存在である市町村の相談窓口の整備・充実の支援に努めるとともに、広域的で高度な案件に対応できる府の消

費生活相談体制の充実に取り組んでいるところです。

近年、消費者や消費生活相談員を取り巻く環境が大きく変化する中、消費者庁及び国民生活センターでは、今後の消費生活相談については、

- ・社会経済が一層高度化・複雑化、デジタル化し、既存の概念を超えた商品・サービスが増加する可能性がある。
- ・グローバル化が進み、国境を越えた消費が増加する可能性がある。
- ・高齢化が更に進み、また消費者自身による解決が難しい問題が増加し、相談需要が高まる可能性がある。
- ・消費生活相談業務に投入する人・もの・金が一層限られるおそれがある。

などにより、「行政需要に対して、提供できる行政サービスが追い付かなくなるおそれがある」との考えに基づき、「消費生活相談のデジタル化」を進めることとされました。

このデジタル化の一環として、消費者庁及び国民生活センターは、現行のPIO - NET の利用を終了し、令和8(2026)年10月からクラウドサービスを使った新たなシステムを導入する予定です。

このシステム変更に加え、市町村間、都道府県と市町村間の連携・共同実施、市町村をまたいで協力できる仕組みなど、地域連携による体制強化も予定されています。

このうち、システム面については、消費者庁及び国民生活センターから情報を収集しながら、新システムの端末・回線等の整備や消費生活相談員への研修を行うなど、円滑な移行ができるよう準備を進めるとともに、移行後の課題の検証を行います。

また、業務体制面では、各都道府県が実情に応じて取り組むことを基本としながらも、市町村間、都道府県と市町村間の連携・共同実施、自治体をまたいで協力できる仕組みなどの地域連携が予定されており、今後、国から、取組内容や整備時期について改めて示されると考えられます。

このような国の動向を注視しながら、地域の実情に応じた新システムの構築や業務体制面の整備ができるよう国に提案・要望を行うとともに、市町村の意見も踏まえ、広域連携の設置拡大も含めた相談体制の強化を検討します。

これらの取組により、広域的で高度な案件に対応できる府の消費生活相談体制と消費者に最も身近な存在である市町村の相談窓口の整備・充実に支援しながら、どこに住んでいても公平かつ平等に質の高い消費生活相談・救済を受けられる体制をめざします。

<具体的な取組>

- ・府消費生活センターにおける消費生活相談のデジタル化への対応【府民文化部】
- ・市町村の意見集約と国への要望【府民文化部】
- ・広域的な連携・協力に関する連絡・調整【府民文化部】
- ・チャットボットの運営事業【府民文化部】

【数値目標】

- ・府内の相談員資格保有率

第4章 計画の推進方策と進行管理

1. 推進方策

(1) 推進体制

知事を本部長とし、全部局長等で構成する「府消費者行政推進本部会議^(※7)」を積極的に運営するなど、庁内関連部局との連携・協力により消費者行政の総合的・効果的な推進を図ります。

また、消費者庁と地方公共団体が意見交換する「消費者行政ブロック会議」や府と府内全市町村で構成する「府内消費生活センター連絡会議」などにおいて、府の施策に関する情報提供や意見交換等を行い、実効性ある計画の推進に努めます。

(2) 国・他都道府県との連携

消費者行政を効果的に推進するため、また、消費者被害の未然防止や製品事故の拡大防止のためにも、国や他の都道府県との連携を密にし、情報交換等を行うとともに必要がある場合には、国に対して意見を述べていきます。

特に消費者問題が複雑化・多様化する中で、高齢消費者等の見守り強化や若者への消費者教育等を更に充実・強化していくことが求められており、こうした新たな課題に対応していくためには、国による各地域の実情に即した財政支援が不可欠です。また、これまで実施してきた府内の消費者行政の水準を維持し、今後も継続して実施するため、必要な財源を継続的・安定的に確保するよう、国に対し強く要請していきます。

さらに、法令等に基づく事業者の指導・処分に際しても、国や他都道府県及び市町村との有機的な連携を図りながら進めていきます。

(3) 市町村との連携

消費者行政を効果的に推進するため、府と市町村の具体的な役割分担を踏まえた上で、必要に応じて府と市町村が連携し、情報の交換や困難事例の解決に取り組みます。

(4) 消費者団体等への支援と連携

消費者団体には、各地域において、消費者が必要とする情報を提供し、普及啓発、教育に取り組み、あるいは消費者被害の防止や救済のための活動が期待されます。また、個々の消費者の声を束ね、集約し、具体的な意見を表明し、行動することも消費者団体の重要な機能です。府は、消費者団体への情報提供を行うなど、消費者団体の活動の支援を行うとともに、消費者団体と連携し、安全・安心な消費生活の実現に向け施策を推進していきます。

消費者被害の未然防止、拡大防止の観点から、差止請求を行うことのできる適格消費者団体や、消費者の財産的被害の集団的な回復のための訴訟を起こすことのできる特定適格消費者団体に対して、必要に応じて消費生活相談情報を提供するなど、団体が期待される役割を十分に果たすことができるよう、連携を進めます。

(5) 事業者・事業者団体との連携

消費者の安全・安心の観点から、事業者や事業者団体が取り組む苦情処理体制の整備や顧客の声を生かした情報提供、事業者の社会的責任(CSR)の観点からの消費者教育への取組が進むよう事業者や事業者団体との連携を図ります。

(6) 大学、研究機関、公益的団体等との連携

消費者行政を推進していく上での専門的な内容や消費者教育などの取組については、地域においてその分野を得意とする大学、研究機関や公益的団体等と連携し、取組が効果的に進められるようノウハウの活用等を進めていきます。

(7) 弁護士会等との連携

消費生活相談窓口に寄せられる相談のうち、特に高度な法的判断を必要とする案件について、府内の相談員が専門的な助言を得ることができるよう、弁護士会等との連携を強化し、法律相談の充実や、事例研究会などを通じて専門的な相談体制の強化を図ります。

また、若者への消費者教育、高齢消費者の見守りの取組等において、弁護士会等専門家と連携し、効果的な施策を推進していきます。

(8) 関係者の意見の消費者施策への反映と透明性の確保

「府消費者保護審議会」において、消費者保護に関する施策についての重要事項の調査・審議等を行うこと及び「府消費者教育推進地域協議会^(※21)」において、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関し、情報交換・調整等を行うことにより、関係者の意見の消費者施策への反映と透明性の確保に努めます。

また、府民、消費者・消費者団体、事業者・事業者団体等への情報発信を強め、意見反映の場の拡大に努めます。

2. 進行管理

基本計画に関する進捗状況等については、毎年度検証を行い、検証結果を府消費者保護審議会及び府消費者教育推進地域協議会に報告するとともに、広く府民に公表します。

3. 計画の見直し

消費生活関連施策の進捗状況や消費者を取り巻く社会経済環境の変化に対応し、必要に応じて見直しを行います。

4. 数値目標

消費生活施策の推進を行うにあたって、計画期間の最終年度(令和 11(2029)年度)の数値目標を設定し、達成に努めます。

数値目標の項目	第3期計画終了時 (令和 11(2029)年度)の目標数値	関連施策記載ページ
府民への情報発信回数・ SNS フォロワー数	情報発信回数 120 回/年 フォロワー数 860 人	P49、P50、P52
消費者フェア参加者数	5,000 人	P57、P60
府内の消費者行政担当職員 研修参加率	40%	P46、P58
府内の相談員資格保有率	100%	P63
188 認知度	名前は知っている 50% 名前と繋がり先を知っている 30%	P45、P49、P50、P52

参 考 资 料

1. 基本目標 1～4 に関する具体的な施策一覧

<基本目標 1 消費者の安全・安心の確保>

(1) 商品・役務の安全性の確保

施策名	施策の概要	部局
製品関連被害防止・救済のための商品テスト	製品関連被害の未然・再発防止等安全確保の観点から商品のテストを行い、消費者の商品知識の向上を図る。	府民文化部
府消費者保護条例に基づく危害防止	商品や役務によって危害が発生し、又はそのおそれがあると認める場合において、現行法令で対処できない時は、事業者に必要な措置をとるよう勧告するとともに、府民に周知する。	府民文化部
消費生活用製品の監視取締り	消費者の生活の用に供される製品による生命又は身体に対する危害の発生を防止するため、特定製品(家庭用圧力鍋等 9 品目)及び特定保守製品(屋内式ガス瞬間湯沸器等 9 品目)の販売業者に対し、立入検査等を実施する町村に対し移譲事務交付金を交付する。 (H19. 4. 1 から町村へ移譲・市は自治事務)	府民文化部
家庭用品品質表示の指導取締り	消費者の利益を保護するため、一般小売業者に対し立入検査を実施し、不備・不適正事項を排除するために指導等を実施する町村に対し移譲事務交付金を交付する。(H19. 4. 1 から町村へ移譲・市は自治事務)	府民文化部
高圧ガス・LP ガス・火薬類(がん具煙火)の指導取締り	高圧ガス、LP ガス、火薬類(がん具煙火)による災害の未然防止を図り、公共の安全を確保するため、関係事業所等に対する保安指導を実施する。また、販売業者が適正な保管、運用を行うよう立入指導を実施する。(高槻市を除く 42 市町村に移譲済(H30 年 4 月時点))	政策企画部
電気用品安全法、ガス事業法の指導取締り	電気用品安全法、ガス事業法にかかる安全性の確保につき、電気用品及びガス販売事業者に対し、危険及び障害の発生を防止するために、指導及び、立入を実施する。(町村へ移譲、市は法定移譲済(H30 年 4 月時点))	政策企画部
医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器、再生医療等製品、指定薬物及び毒物劇物に関する監視指導	医薬品等による保健衛生上の危害を防止し、府民に優良な医薬品等を供給するため、立入検査及び製品の収去検査を実施し品質等の確保に資するとともに、適正な管理と販売を指導する。 その他、医薬品等の一般広告については、虚偽・誇大広告の監視指導を行う。 また、いわゆる健康食品の中で、医薬品的な効能・効果を標榜する広告については、違反業者を適正に指導する。	健康医療部
健康食品安全対策事業	医薬品成分の含有された無承認無許可医薬品をいわゆる健康食品と称して販売することにより、消費者の健康に被害を及ぼす事件・事故が発生していることに鑑み、これらの買い上げ検査を実施し、無承認無許可医薬品の販売業者に対しては回収・廃棄等の指導を行うとともに、府のホームページに掲載することで、健康被害の防止を図る。	健康医療部

<p>食品衛生に関する監視指導</p>	<p>食中毒等飲食に起因する危害の発生防止及び違反不良食品の排除等を図るため、食品の製造・加工・調理・保存及び販売等を行う各食品関係施設を対象に立入調査を実施し、衛生管理の徹底、不備事項の改善、HACCPに沿った衛生管理の実施、異物混入防止対策、適正表示等を指導する。</p> <p>また、府内に流通する食品等采取し試験検査を実施する。</p> <p>(1) 食品等関係施設の監視指導 (2) 食品、添加物、器具及び容器包装の試験検査(食中毒菌や残留農薬など) (3) 食品、添加物の表示の取締り (4) 食品衛生検査所(府中央卸売市場)における集中的監視検査 (5) 食肉衛生検査所におけると畜検査(BSE検査を含む) (6) 食鳥処理場における食鳥検査</p> <p>※HACCPとは、食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因(ハザード)を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去又は低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法です。</p>	<p>健康医療部</p>
<p>食品衛生知識の普及</p>	<p>消費者及び食品関係事業者に食中毒予防等食品衛生に関する正しい知識の普及を図るとともに、大阪版食の安全安心認証制度の普及により、消費者の信頼を高め、安全・安心な食品の提供を促進する。</p>	<p>健康医療部</p>
<p>有害物質を含有する家庭用品の監視取締り</p>	<p>(1) 一般消費者の生活の用に供される製品である家庭用品に含有される有害物質による保健衛生上の危害を防止するため、有害物質の基準値が定められた家庭用品を流通段階で監視、試買検査を行う。 ・対象：規制基準が定められた繊維製品、液体状の住宅用洗剤、家庭用エアゾール製品等</p> <p>(2) 家庭用品を製造、輸入、又は販売の事業を行う者に対して必要があるとき、立入検査を実施し、基準違反品を販売しないよう指導する。併せてパンフレットを活用して法の周知徹底を行う。</p> <p>(3) ホームページにおいて、家庭用品の安全対策に関する情報提供を行う。</p>	<p>健康医療部</p>

(2) 府消費生活センターにおける消費生活相談

[1] 高度で専門的な相談への対応力強化(相談員の育成・資質向上)

施策名	施策の概要	部局
<p>消費生活相談及び苦情処理</p>	<p>消費生活に関する消費者からの相談苦情の受付・処理を行う。</p> <p><相談体制> 期間：月～金(年末年始・祝休日を除く) 9時～17時45分(受付は17時まで) 相談方法：来所、電話、文書、電子メール 相談内容：消費生活一般の相談・苦情 処理結果：必要に応じ、関係行政機関へ連絡するとともに、マスコミ等への記事提供、ホームページ、生活情報誌「くらしすと」、メールマガジン等により府民に情報を提供する。</p>	<p>府民文化部</p>
<p>製品関連被害防止・救済のための商品テスト(再掲)</p>	<p>製品関連被害の未然・再発防止等安全確保の観点から商品のテストを行い、消費者の商品知識の向上を図る。</p>	<p>府民文化部</p>
<p>中核的センター機能充実強化研修</p>	<p>府域の中核的センターとして、「指定消費生活相談員導入」に伴い中核的センター機能の強化を図り、府消費生活相談窓口の専門性を強化するとともに支援技術等の向上を図ることにより、府全体としての問題解決能力向上を図る。</p>	<p>府民文化部</p>
<p>国民生活センター研修の受講</p>	<p>国民生活センターが実施する担当職員等の研修会を受講する。</p>	<p>府民文化部</p>

[2] 府消費生活センターほか各種相談窓口の連携による相談体制の充実強化

施策名	施策の概要	部局
府民相談	・広聴(府政相談)の実施	府民文化部
	・外国人相談の実施(大阪府外国人情報コーナー)	府民文化部
	・医療相談の実施	健康医療部
	・ギャンブル等の依存症相談の実施	健康医療部
多重債務者対策	H19年に国が策定した「多重債務問題改善プログラム」に基づき、府においても、広域自治体として市町村の相談窓口強化に向けて市町村支援や関係機関との連携強化を図り、市町村等協議会参画団体及び関係機関とともに、多重債務者対策を推進する。	商工労働部
大阪府住宅リフォームマイスター制度	府民が安心してリフォームが行えるよう、府が指定した非営利団体「マイスター登録団体」がリフォームに関する相談に応じるほか、一定の基準を満たす「マイスター事業者」を府民の依頼に応じて案内・紹介する。 <<URL: https://www.pref.osaka.lg.jp/jumachi/meister/index.html >>	都市整備部
住宅相談の実施	府民に対する住宅行政サービスの向上を図るため、住宅相談室において、住宅・宅地問題に関する各種の相談に応じる。 (相談内容) ・府営住宅や特定公共賃貸住宅の募集案内 ・宅地・建物売買、建築時における契約上の相談 ・借地・借家関係の相談 ・住宅の建設、宅地造成等に関する相談 ・マンション関係の相談 ・地震等により被災した住宅の復旧等に関する相談 ・その他住宅関係一般の相談	都市整備部
大阪府分譲マンション管理・建替えサポートシステム推進協議会	府、市町、関係団体で構成する協議会において、マンションの管理や大規模修繕・建替えなどにかかる情報の提供やアドバイザー派遣などにより、区分所有者や管理組合への支援を実施。	都市整備部
大阪の住まい活性化フォーラムにおける住まいの相談の実施	公民連携による「大阪の住まい活性化フォーラム」の事業として、空き家相談窓口を整備し、空家の適正管理等も含めた中古住宅・リフォームに係る相談に応じる。 <<URL: http://www.osaka-sumai-refo.com/ >>	都市整備部
建設工事請負契約等に関する相談	個人住宅などの建設工事請負契約等に関する相談に応じる。また、建設工事の請負契約に関する紛争処理のために設置されている「大阪府建設工事紛争審査会」に係る制度の概要説明や申請等の手続について相談に応じる。	都市整備部
悪質商法110番の設置	悪質商法110番において、悪質商法、高金利融資、その他悪質業者に関する相談や情報を受け付けている。 06-6941-4592 [くるしい時のしんこくに]	警察本部

[3] 府における消費生活関連相談窓口の周知強化(広報強化)

施策名	施策の概要	部局
ウェブサイトの運用	消費生活等に関するウェブサイト「消費生活事典」の積極的な運用を行い、消費者教育・情報提供の促進を図る。 《URL:https://www.pref.osaka.lg.jp/soshikikarasagasu/shouhi/index.html》	府民文化部
消費生活情報の提供	消費者が自主的、合理的に商品や役務を選択し、安全・安心な消費生活を営むうえで役立つ各種情報を随時提供するため、報道機関、市町村、各種団体等各方面へ情報提供を行うほか、消費者向けの総合情報「くらしすと」を大阪市と共同で配信する。	府民文化部

(3) 市町村相談体制への支援

[1] 市町村消費生活相談員等の育成・資質向上等

施策名	施策の実施状況	部局
市町村相談員総括者研修	市町村消費生活相談窓口における問題解決能力の向上をめざし、困難事案の対応において府センターとのパイプ役になる市町村の総括的立場にある相談員を対象に、専門的で高度な内容の研修を行うことにより、円滑かつ効果的に相談における府の支援の効果をあげ、より複雑化・多様化する相談事案の解決を図る。	府民文化部
市町村消費者行政職員等研修会の実施	市町村職員等を対象に、消費者行政の推進にあたって必要な知識を習得するための研修を実施する。	府民文化部
共同事例研究会の実施	大阪弁護士会消費者保護委員会と府内消費生活センター及び市町村消費生活相談窓口の相談担当者が、相談事例について情報を交換しながら法的な検討を行う。	府民文化部
即戦力となる消費生活相談員の育成・コーディネート事業	府域における消費生活相談員の安定的な確保ができる体制を整備するため、即戦力となる相談員の育成及び育成した相談員を募集する市町村とのコーディネートを行う。	府民文化部

[2] 市町村における消費生活相談業務の支援

施策名	施策の概要	部局
巡回訪問・経由相談の実施	市町村からの要請に基づき、相談処理の仕方、PIO-NET 入力等について助言・指導を行う巡回訪問を行うとともに、市町村からの経由相談を実施し、必要に応じ出張相談を行う。	府民文化部
市町村相談体制整備支援	市町村の消費生活相談体制整備に向けた支援 (1)消費生活相談窓口職員専用ウェブサイト」の運営 〔府内全市町村設置運用〕 府センター及び市町村の相談窓口職員が、消費者被害に迅速・的確に対応できるよう、被害の拡大が予想される新卒の悪質な手口やその対処法、事業者情報等業務に役立つ情報を即時に共有できる「消費生活相談窓口職員専用ウェブサイト」(H17 年度導入)を管理運営している。 (2)全国消費生活情報ネットワークシステムの運用 (PIO-NET:パ イオネット Practical living Information Online Network System) 消費生活情報の有効な活用を図るため、昭和 59 年度に設置した全国消費生活情報ネットワークシステムの運用を行っている。	府民文化部

法律相談の実施	消費生活に関する相談のうち高度な法的処理を必要とするものについて、平成5年度から消費生活に関する法律相談を実施し専門家の助言を受けるため、毎月当センターにおいて、当センター及び市町村相談窓口職員等を対象に、弁護士による法律相談を行う。	府民文化部
府消費者行政強化・推進事業補助金	市町村が行う消費生活相談窓口等の機能強化などの各種事業に対し補助金を交付し、市町村における消費者行政の活性化に努める。	府民文化部
商品テスト事例研究会の実施	府内における、苦情相談に寄せられた商品の原因究明のためのテスト事例の情報交換を行うことにより、テスト部門の向上及び府内市町村の相談支援を図る。	府民文化部
即戦力となる消費生活相談員の育成・コーディネート事業(再掲)	府域における消費生活相談員の安定的な確保ができる体制を整備するため、即戦力となる相談員の育成及び育成した相談員を募集する市町村とのコーディネートを行う。	府民文化部

(4)消費者取引の適正化

[1] 不当な取引行為の防止等

施策名	施策の概要	部局
府消費者保護条例等に基づく不当な取引行為及び訪問販売等の指導取締り等	不当な取引行為を行う悪質な事業者に対し、府消費者保護条例や特定商取引に関する法律に基づき厳正な指導等を実施する。また、法令違反が疑われる事案について調査を行い、必要に応じて事業者に対する指導・処分を実施するとともに、消費者への情報提供等を行う。	府民文化部
前払式特定取引業者の指導監督等	前払式特定取引業者(冠婚葬祭互助会及び友の会)等3社を対象に報告徴収及び立入検査を実施し、事業者指導に努める。	府民文化部
ゴルフ場等の会員契約に関する不当な行為の指導取締り	法律において、一定の行政監督権限が知事の自治事務となっていることを受け、事業者に対し、会員勧誘時における誇大広告や会員契約締結解除に関する不当な取引行為について指導・取締りを行う。	府民文化部
消費者行政関連会議、研修会の出席	国及び他府県との連携を密にするとともに、情報交換を行い、必要に応じて関係省庁に消費者施策の推進について要望を行う。	府民文化部
事業者に対する関係法令の説明会の実施	適正な消費者取引が行われるよう、事業者に対し消費生活に密接に関係する関係法令等についての説明会を実施する。	府民文化部
旅行業法に基づく府知事登録業者への適正指導(報告徴収及び立入検査等)	(1)府内に主たる営業所を置く旅行者等及び旅行サービス手配業者の新規登録、更新登録等の申請受付や各種手続を行う。また、旅行業務の適正な運営を確保するため、登録業者に対して、適宜立入検査の実施等を行い、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る。 (2)旅行者が倒産等の理由により、債務不履行となった際に、旅行者の債権を保証するため、旅行業法に基づき、営業保証金の還付にかかる手続を行う。	府民文化部

自動車運転代行業者への適正指導(報告徴収及び立入検査等)	<p>自動車運転代行業の業務の適正化に関する法律に基づき、公安委員会の行う業者の認定等の処分に関する事前協議を行う。また、業者に報告若しくは資料の提出を求め、又は職員が営業所に立入検査を行うことで、明瞭な料金設定や損害賠償保険の加入がなされているか等適正な業務の実施のため、業者の監督を行う。自動車運転代行業の業務の適正な運営が害される恐れがあると認められるときには、指示等必要な措置を講ずる。</p> <p>なお、本業務は政令により、国土交通大臣の権限に属する事務が知事の自治事務とされていることを受けて行うものである(第4次分譲一括法関連)。</p>	都市整備部
宅地建物取引の適正指導	<p>宅地建物取引業者に対する指導監督の実施や研修会の開催などを行い、取引の適正化を図る。</p> <p>(1)宅地建物取引業者に対する指導及び立入調査の実施 (2)宅地建物取引業法に違反した宅地建物取引業者に対する適正な措置</p>	都市整備部

[2] 価格・商品の表示、広告等の適正化

施策名	施策の概要	部局
不景品・不当表示の指導取締り	<p>事業者の公正な競争を確保し、消費者の適正な商品選択に資するため、公正取引委員会と密接な連携のもとに不当表示や不当な景品付き販売行為の監視取締り及び指導を行い、違反行為の防止と排除に努める。また、権限を移譲している市へ移譲事務交付金を交付する。(H27.1.1から大阪市の措置命令等について権限移譲)</p> <p>※平成26年12月1日に施行された改正法により、都道府県知事が行うこととされていた指示等の事務が廃止され、新たに都道府県知事に措置命令等の事務が政令により委任された。</p>	府民文化部
家庭用品品質表示の指導取締り(再掲)	<p>消費者の利益を保護するため、一般小売業者に対し立入検査を実施し、不備・不適正事項を排除するために指導等を実施する町村に対し移譲事務交付金を交付する。(H19.4.1から町村へ移譲・市は自治事務)</p>	府民文化部
事業者に対する関係法令の説明会の実施(再掲)	<p>適正な消費者取引が行われるよう、事業者に対し消費生活に密接に関係する関係法令等についての説明会を実施する。</p>	府民文化部
医薬品、医薬部外品、化粧品、医療機器、再生医療等製品、指定薬物及び毒物劇物に関する監視指導(再掲)	<p>医薬品等による保健衛生上の危害を防止し、府民に優良な医薬品等を供給するため、立入検査及び製品の収去検査を実施し品質等の確保に資するとともに、適正な管理と販売を指導する。</p> <p>その他、医薬品等の一般広告については、虚偽・誇大広告の監視指導を行う。</p> <p>また、いわゆる健康食品の中で、医薬品的な効能・効果を標榜する広告については、違反業者を指導する。</p>	健康医療部
食品衛生に関する監視指導(再掲)	<p>食中毒等飲食等に起因する危害の発生防止及び違反不良食品の排除等を図るため、食品の製造・加工・調理・保存及び販売等を行う各食品関係施設を対象に立入調査を実施し、衛生管理の徹底、不備事項の改善、HACCPに沿った衛生管理の実施、異物混入防止対策、適正表示等を指導する。</p> <p>また、府内に流通する食品等を採用し試験検査を実施する。</p> <p>(1)食品等関係施設の監視指導 (2)食品、添加物、器具及び容器包装の試験検査(食中毒菌や残留農薬など) (3)食品、添加物の表示の取締り (4)食品衛生検査所(府中央卸売市場)における集中的監視検査</p>	健康医療部
食品表示適正化推進	<p>食品表示法に基づく食品の適正表示の推進を図るため、食品関連施設の監視指導を行うとともに、表示制度の普及・啓発を行う。</p>	健康医療部

米穀等の産地情報に関する表示の適正化の推進	米トレーサビリティ法に基づく米穀等の産地伝達や表示の適正化を推進するため、米穀事業者に対する啓発や指導等を行う。	環境農林水産部
適正な計量の確保	府民生活の安全安心のために適正な計量の実施がされるよう、商取引に用いられる特定計量器の検定及び定期的な検査、スーパー等の特定計量器を使用する事業所における自主的な計量管理の促進や立入検査を行う。また、市町村や消費者団体が実施する商品量目調査や「暮らしと計量展」の開催を通じて日常生活の中で計量が果たす役割等について普及啓発を行う。	商工労働部

(5) 消費者への情報提供

施策名	施策の概要	部局
府消費者保護条例に基づく危害防止(再掲)	商品や役務によって危害が発生し、又はそのおそれがあると認める場合において、現行法令で対処できない時は、事業者に必要な措置をとるよう勧告するとともに、府民に周知する。	府民文化部
消費生活情報の提供(再掲)	消費者が自主的、合理的に商品や役務を選択し、安全・安心な消費生活を営むうえで役立つ各種情報を随時提供するため、報道機関、市町村、各種団体等各方面へ情報提供を行う。	府民文化部
ウェブサイトの運用(再掲)	消費生活等に関するウェブサイト「消費生活事典」の積極的な運用を行い、消費者教育・情報提供の促進を図る。 《URL: https://www.pref.osaka.lg.jp/soshikikarasagasu/shouhi/index.html 》	府民文化部
消費者問題講演会の開催(府市連携事業)	時事的な消費者問題についての講演会を開催し、消費者の認識を高める。	府民文化部
消費者フェアの実施	行政、事業者団体、消費者団体等が連携して、府民に消費生活に関する情報をわかりやすく提供する府民参加型イベントを開催する。	府民文化部
府消費者保護条例に基づく自主行動基準の策定・届出	消費者との信頼関係を構築し、その利益の擁護及び増進を図るため、事業者の自主行動基準の策定を支援し、事業者に対して、策定した自主行動基準を知事に届け出るよう促進し、その内容が府消費者保護条例に定める内容に適合すると認めるときは公示する。	府民文化部
総合案内の運営及び消費者啓発事業の実施(府市連携事業)	消費生活に関する情報を消費者に効果的に提供するため、大阪市消費者センターと共同で「くらしの広場・エル」の総合案内を運営する。また、消費生活に関する専門図書や啓発用ビデオ・DVDを開架し、利用者への閲覧、貸出を行う。	府民文化部
災害時等における消費者被害の防止	大規模災害や感染症のまん延時に、消費生活センターに寄せられた消費者からの相談に対して、適切に対応するとともに、不当な価格形成や災害に便乗した悪質商法等の情報収集に努め、府民、市町村への情報提供や注意喚起等、必要に応じて適切な措置を講じる。	府民文化部
製品による事故防止のための情報提供	製品の不適切な利用や想定外の使用方法による不慮の事故を防止するため、消費者庁から提供される子供の事故や予防に関する情報を消費生活センターの啓発リーフレット等に掲載するなどし、府内消費者への注意喚起を行う。	府民文化部
福祉サービス第三者評価事業の推進	福祉サービスの質の向上を促し、併せて、福祉サービス情報を利用者に広く周知するため、公正・中立な第三者機関が専門的・客観的な立場から評価を行い、その結果を公表する福祉サービス第三者評価事業を推進する。	福祉部

高齢者の居住の安定確保に関する法律に基づく「サービス付き高齢者向け住宅の登録・閲覧制度」	「高齢者の居住の安定確保に関する法律」に基づき、面積やバリアフリー構造等の一定の基準をみたし、安否確認や生活相談等の高齢者を支援するサービスを提供する「サービス付き高齢者向け住宅」を登録し、登録情報を府民の閲覧に供することにより、高齢者の居住の安定を図る。	福祉部
		都市整備部
感染症の予防に関する知識の普及	感染症の予防に関する知識の普及啓発を行う。	健康医療部
救急医療の適正利用	不要不急の救急要請や安易な時間外の受診を減らすなど、救急医療の望ましい利用のあり方について、府ホームページに掲載し、救急医療の適正利用に関する府民の理解促進を図る。	健康医療部
献血意識の高揚	年々減少する若年層献血者の献血意識の高揚を図るため、府民参加型の公募事業の実施等を行う。 また、高校生等が同世代に献血の重要性を働きかける活動を支援することで、効果的な啓発を図る。 ・献血啓発作品ポスター原画募集 ・高校生による街頭キャンペーンの実施 ・献血広告の実施	健康医療部
栄養知識の普及	府民の健康づくりを進めるため、生活習慣病の予防をはじめ食生活の改善や栄養に関する正しい知識の普及に努める。 ○食育推進事業 府民一人ひとりが、生涯にわたって健やかな生活を送り、豊かな心を育むことができるよう、ライフステージに応じた食育を推進する。 ・飲食店等のメニューの栄養成分表示やヘルシー化を促進する。 ・8月の大阪府食育推進強化月間に、関係団体等の連携・協働により、食育に関する普及啓発等を実施する。	健康医療部
生活習慣病予防に関する知識の普及	『健活10』（けんかつ てん）のキャッチコピーの下、生活習慣の改善や生活習慣病の予防等に向け、府民に取り組んでいただきたい10の健康づくり活動について、ホームページや各種イベント等を通じて普及啓発を図る。	健康医療部
医薬品の適正使用の推進	医薬品は、医療及び保健衛生の向上にとって欠かすことのできないものであるが、その反面、誤った取扱いによる健康被害や、予期せぬ副作用の発現をみることがある。このことから、医薬品の持つ特質、その使用及び取扱いに関する正しい知識の啓発を図る。	健康医療部
薬物乱用防止対策の推進	薬物乱用は、乱用者本人の心や体を蝕むだけでなく、さまざまな犯罪を引き起こす要因となる等、憂慮すべき社会問題となっている。特に最近では若年層の大麻乱用による検挙者数が増加する等、薬物乱用の低年齢化が危惧されている。 大阪府麻薬覚醒剤等対策本部では「大阪薬物乱用『ダメ。ゼッタイ。』第六次戦略」を策定し、警察、教育、行政等関係機関が連携して「取締対策」、「啓発対策」と「乱用依存症者対策」を進めている。	健康医療部
医療機器の適正使用	適正に使用しなければ健康被害につながる医療機器の適正使用を推進し、その安全性を確保するための施策を行う。 特に消費者が使用することが多く、不適正な使用のために健康被害が発生しているコンタクトレンズの適正使用を推進するための啓発を実施する。	健康医療部
食品衛生知識の普及（再掲）	消費者及び食品関係事業者に食中毒予防など食品衛生に関する正しい知識の普及を図るとともに、大阪版食の安全安心認証制度の普及により、消費者の信頼を高め、安全・安心な食品の提供を促進する。	健康医療部

健康食品安全対策事業(再掲)	医薬品成分の含有された無承認無許可医薬品をいわゆる健康食品と称して販売することにより、消費者の健康に被害を及ぼす事件・事故が発生していることに鑑み、これらの買い上げ検査を実施し、無承認無許可医薬品の販売業者に対しては回収・廃棄等の指導を行うとともに、府のホームページに掲載することで、健康被害の防止を図る。	健康医療部
住居衛生対策事業	快適な居住環境を確保し、府民の生活の質を高めるため、健康と生活を軸とした住居衛生対策を推進する。 (1)住居衛生に関する相談・情報発信等 (2)地域健康展や講習会等に活用するためのパンフレット等啓発媒体の作成 (3)室内空気中ホルムアルデヒド等の濃度測定	健康医療部
ギャンブル等依存症に関する知識の普及	ギャンブル等の依存症に関する正しい知識の普及や相談支援機関の周知を行う。	健康医療部
セーフティネット住宅登録制度	高齢者、障がい者、子育て世帯等住宅確保要配慮者が円滑に入居できるよう、住宅確保要配慮者の入居を拒まないセーフティネット住宅の登録促進を行う。	都市整備部
民間賃貸住宅退去時の原状回復トラブル防止に関する情報提供	民間賃貸住宅退去時の原状回復トラブルを防止するために、不動産業界団体等と連携し、原状回復の基本的な考え方や府版ガイドラインの周知を行う。	都市整備部
住宅瑕疵担保履行法にかかわる情報提供	新築住宅の請負人や売主に義務付けられた資力確保措置(保険への加入や保証金の供託)の周知に努める。(居住企画課) また、資力確保措置の状況について、府知事許可・免許事業者からの届出の受付を行う。(建築振興課) ※「住宅瑕疵担保履行法」とは、「住宅の品質確保の促進等に関する法律」(住宅品質確保法)によって定められた瑕疵担保責任の確実な履行を担保するため、住宅供給業者側に資力確保措置を義務付けるものである。	都市整備部
大阪の住まい活性化フォーラムにおけるリフォーム・リノベーションの普及・啓発	公民連携による「大阪の住まい活性化フォーラム」の事業として、過去に実施したリノベーションコンクールの受賞作品を発信する。 《URL: http://osaka-sumai-refo.com/ 》	都市整備部
大阪の住まい活性化フォーラムにおける『大阪版・空家バンク』の設置	公民連携による「大阪の住まい活性化フォーラム」において、市町村や市町村と連携している民間団体等が設置する空家バンクの利用を促進するため、これらの空家バンク情報をとりまとめて発信する。 《URL: http://bank.osaka-sumai-refo.com/ 》	都市整備部
大阪府住宅リフォームマイスター制度(再掲)	府民が安心してリフォームが行えるよう、府が指定した非営利団体「マイスター登録団体」が一定の基準を満たす「マイスター事業者」を府民の依頼に応じて案内・紹介する。	都市整備部
「大阪・工事監理の星」制度への支援	府では、(一社)大阪建築士事務所協会が創設した「大阪・工事監理の星」制度を支援している。 本制度の目的は、違反建築や、欠陥工事・手抜き工事の防止に有効な「工事監理」の定着を促進し、工事監理に真摯に取り組んでいる建築士事務所を広く公表・PRすることで、府民が工事監理を委託する建築士事務所を選択する際の一助とすることである。 なお、現在、「大阪・工事監理の星」として登録されている建築士事務所名を、(一社)大阪建築士事務所協会のホームページで公開している。 《URL: https://www.oaaf.or.jp/ 》	都市整備部

防犯に配慮した共同住宅等に係る設計指針の公表	住宅・建築物の建築や改修等の際に、侵入盗などへの防犯へ配慮した共同住宅等の設計のため「防犯に配慮した共同住宅に係る設計指針」、戸建住宅に係る同様の設計指針・ガイドブックをホームページで公表する。	都市整備部
建築物に附属する特定の設備等の安全確保	建築物に附属するエレベーターやエスカレーター等の特定設備を、府民が安全で安心して利用できるよう、これらの設備で事故が発生した場合は、その設備の管理者・所有者に届出を義務付けている。届け出られた事故情報及び事故原因や防止策について広く情報発信することにより、設備の管理者・所有者のみならず、府民、設備の製造者、建築物の設計者等多くの関係者間で情報の共有化を図り、事故の再発や同種の事故の発生防止に取り組む。	都市整備部
建築基準法及び建築士法に基づく情報提供等	<p>(1) 法定の書類等閲覧制度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(各特定行政庁)建築基準法第93条の2の規定による書類閲覧制度に基づき、建築物の確認検査等の履歴、設計者、工事監理者等の情報を提供 ・(指定登録機関、指定事務所登録機関)建築士法第6条及び第23条の9の規定による建築士名簿及び建築士事務所登録簿の閲覧制度に基づき、建築士及び建築士事務所の情報を提供 <p>(2) 確認申請手続等のご案内</p> <ul style="list-style-type: none"> ・各特定行政庁・指定確認検査機関、大阪府建築行政連絡協議会等、それぞれのホームページにて確認申請手続等を案内 <p>(3) 関連団体の取組</p> <ul style="list-style-type: none"> ・(建築士会)新築等の設計者選定や耐震診断の斡旋、契約のトラブルなどの相談を受け付けている ・(事務所協会)建築の瑕疵や欠陥、契約のトラブル、耐震診断の斡旋等の相談を受け付けている ・その他、パンフレットの作成等 	都市整備部
宅地建物取引及び建設工事請負契約に関する啓発	<p>消費者に対し、適切な宅地建物取引及び建設工事請負契約に関する啓発に努める。</p> <p>(1) 消費者に対する宅地建物取引に関する知識の普及・向上を図るため、マイホームの購入や賃貸借契約におけるトラブル防止の啓発冊子を配付</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「マイホーム購入のためのちょっとアドバイス」 ・「賃貸借契約のためのちょっとアドバイス」 <p>(2) 消費者への啓発を目的に、「建設業の指導監督等についてよくあるお問い合わせ」を府ホームページに掲載する。</p>	都市整備部

(6) 個人情報の保護

施策名	施策の概要	部局
相談事業等を通じた個人情報保護にかかる事業者への注意喚起	相談業務における事業者との連絡等の機会を通じ、消費者の個人情報保護について事業者に対して注意喚起に努める。	府民文化部
センター内の個人情報の適正管理	大阪府個人情報の保護に関する法律施行条例に基づき、相談業務等の個人情報を適正に管理する。	府民文化部

(7)物価安定対策

施策名	施策の概要	部局
生活二法の適正な運用	生活関連物資等の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、生活二法により当該物資が政令で定められたときには、当該物資の価格・需給動向を調査し、当該物資の販売等を行う者に対し売渡しの指示や規定された価格以下での販売の指示等を行い、生活関連物資等の供給・価格の安定を図る。 また、大阪府消費生活行政事務に係る事務処理の特例に関する条例により権限を移譲している市町村に対し、移譲事務交付金を交付する。(H19. 4. 1 から市町村へ移譲、政令市は自治事務)	府民文化部
府消費者保護条例による緊急措置	生活関連物資の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、買占め又は売惜しみが行われ、又は行われるおそれがあるとき、当該物資を指定して、売渡しの勧告を行い、価格の安定及び流通の適正化を図る。	府民文化部
災害時等における生活関連商品の価格・需給動向等の監視	大規模災害や感染症のまん延時等において、生活関連商品の価格・需給動向の把握に努め、消費者に対して迅速かつ適切な情報提供を行う。	府民文化部
大阪市消費者物価指数の作成	総務省統計局所管の小売物価統計調査の価格資料に基づいて「大阪市消費者物価指数(速報値)」を毎月公表し、府民の消費生活に影響を及ぼす物価水準の変動を正確・迅速に把握して、府民生活に関する行政施策の基礎資料とする。 また、12月分公表時には年平均指数(速報値)を、3月分公表時には年度平均指数(速報値)をそれぞれ公表する。	総務部
青果物価格安定対策事業	野菜の産地(対象産地)から、あらかじめ選定された卸売市場等(対象市場)へ出荷した野菜(対象野菜)の価格が一定の基準より低落した場合に、生産者に対し価格差補給交付金を交付することにより、野菜生産農家の経営の安定を図り、もって野菜農家の健全な発展と府民消費生活の安定に資する。	環境農林水産部
府中央卸売市場事業	昭和53年5月に開設した府中央卸売市場の適正な管理及び運営を図ることにより、生鮮食料品流通の近代合理化に寄与するとともに、府民に対し、生鮮食料品等を円滑かつ安定的に供給する。 ・市場関係者(卸、仲卸等)の業務指導監督 ・府中央卸売市場施設の維持管理 ・入荷量等の統計及び流通実態調査の実施	環境農林水産部
地方卸売市場の運営の指導	地方卸売市場の適正な運営を図り、府内における生鮮食料品等の安定的な供給と流通の円滑化を図る。 ・市場業務の指導及び助言等	環境農林水産部

<基本目標2 消費者被害の未然防止・拡大防止・紛争解決への支援 >

(1)高齢者や障がい者の消費者被害の防止

施策名	施策の概要	部局
高齢者等の見守り者対象の講座の実施	高齢者等をサポートする見守り・支援者向けに出前講座等を実施する。	府民文化部
消費のサポーター養成・更新講座	高齢者の消費者被害の未然防止、拡大防止に関する最新の情報提供等を行う「消費のサポーター」養成講座を実施する。また、すでに消費のサポーターとして登録しているボランティアに対し、専門的な知識の維持と更新を図る更新講座を実施する。	府民文化部

高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣	地域での高齢者の集まりに、悪質商法とその対策、被害に遭わないための注意点などの情報提供を行うボランティアである消費のサポーターを養成し、派遣を支援することにより、高齢者の消費者被害の未然防止を図る。	府民文化部
消費生活情報の提供(再掲)	消費者が自主的、合理的に商品や役務を選択し、安全・安心な消費生活を営むうえで役立つ各種情報を随時提供するため、報道機関、市町村、各種団体等各方面へ情報提供を行う。	府民文化部
事業者等と連携した高齢者、障がい者等への見守り強化	財務部、福祉部、府警本部等と連携し、「大阪府包括連携協定」や「大阪府高齢者にやさしい地域づくり推進協定」を締結した事業者等の協力を得て、事業者による高齢消費者の見守り強化を行う。 また、民生委員、CSW等福祉関係者等の見守り者を対象とした説明会等の場において啓発資料を配付し、高齢者、障がい者等の見守りポイント等についての情報提供を行う。	府民文化部
「高齢者・障がい者等の消費者被害に関する連絡会」の開催	府と大阪市の消費者行政と高齢者や障がい者等に関する福祉行政の担当課(所)による連絡会を開催し、高齢者や障がい者等の消費者被害の未然防止や拡大防止のための情報交換を行うとともに、啓発や研修その他連携して取り組むべき対策を検討する。	府民文化部
特殊詐欺等被害防止に向けた広報啓発活動	警察本部と連携し、啓発冊子・リーフレット等に特殊詐欺防止に係る記事を掲載する。	府民文化部
	特殊詐欺の認知件数、被害金額の増加を食い止めるためには、高齢者の防犯意識の向上及び地域ぐるみによる被害防止の機運の醸成が急務であり、本事業においては、高齢者を対象とした防犯教室、キャンペーン等において配付する啓発用物品を作成し、啓発効果を高めるとともに、自治体、事業者、地域住民に対する広報活動や個別防犯活動において配付するチラシを作成して高齢者のみならず地域全体の防犯意識の向上を図り、更には、警察署、金融機関、事業所等に掲示するポスターを作成してこれら施策では行き届かない人々に対する補完的な広報を行う。 本事業においては、府消費生活センターと連携することで、より幅広く効果的な広報啓発活動を行う。	警察本部
地域権利擁護総合推進事業	認知症・知的障がい・精神障がい等により、判断能力が十分でない方の権利と財産を守るために、地域で相談を受けている関係機関等を対象として、社会福祉法人大阪府社会福祉協議会を通じて、相談支援事業を実施する。	福祉部
日常生活自立支援事業	認知症・知的障がい・精神障がい者等の判断能力が不十分な方の権利擁護を図るため、福祉サービスの利用援助や日常的金銭管理等を行う社会福祉法人大阪府社会福祉協議会に対して補助を行う。 (内容)・福祉サービスの利用援助 ・日常的金銭管理サービス など	福祉部
福祉サービスに関する苦情解決	福祉サービスに関する苦情を解決するための相談、助言、事情調査又はあっせん等を行う社会福祉法人大阪府社会福祉協議会運営適正化委員会の取組を支援する。	福祉部
障がい福祉サービスに関する相談・苦情解決のための体制づくり	障害者総合支援法、児童福祉法、社会福祉士及び介護福祉士法のもとで、利用者が安心してサービスを利用できるよう、これらの利用者等からの相談・苦情が円滑に解決される必要がある。 府においても、指定した事業者のサービスの質を確保するため、指定事業者・施設に対し、集団指導や実地指導等の指導監督を行う。また、喀痰吸引に係る研修機関・事業者の登録及び指導監督を行う。	福祉部

介護保険制度における相談・苦情解決体制の推進	<p>(1)介護保険苦情処理体制の整備運営 大阪府国民健康保険団体連合会が迅速かつ適切に苦情に対応し、公平・中立な立場から苦情処理を行えるようにするため、同連合会が行う苦情処理体制の整備及びその運営に要する経費に対し補助を行う。</p> <p>(2)介護保険制度における指定介護保険施設や指定居宅サービス事業者等に対する指導・監査 介護保険制度により提供される施設サービスや居宅サービスの質を確保するため、毎年度集団指導の開催や施設・事業所の運営指導を行っている。運営指導では、法令遵守並びに利用者の立場に立った適正なサービスの提供について指導を行い、不正事案等が確認されれば監査を実施するなど、厳正な指導監督を行う。</p>	福祉部
圧着ハガキの郵送による広報啓発活動(特殊詐欺対策)	各都道府県警察が捜査の過程で犯人グループから押収した名簿を警察庁が集約し、集約後大阪府警察に還元された名簿を活用して高齢者を中心とした名簿登載者に対し、ハガキを送付して注意喚起を実施し、特殊詐欺被害の未然防止を図る。	警察本部
「おおさか特殊詐欺被害防止コールセンター」の開設	特殊詐欺被害未然防止対策として、押収名簿に架電して特殊詐欺の犯行手口の情報提供と被害防止の注意喚起を行う。	警察本部
市町村消費者行政職員等研修会の実施(再掲一部抜粋)	市町村職員等を対象に、消費者行政(消費者教育)の推進にあたって必要な知識を習得するための研修を実施する。研修会においては府内市町村の消費者安全確保地域協議会の設置を促すため、市町村の消費者行政担当職員が協議会設置の事例やその運用方法等について学ぶ機会を設けている。	府民文化部
消費のサポーター事業における地域安全センターとの連携	地域安全センターにおいて開催される警察の防犯教室と、「消費のサポーター」ミニ講座の共同開催に向け、警察、消費生活センター双方が互いに情報提供を行う。	政策企画部 府民文化部
府消費者保護条例等に基づく不当な取引行為及び訪問販売等の指導取締り等(再掲)	不当な取引行為を行う悪質な事業者に対し、府消費者保護条例や特定商取引に関する法律に基づき厳正な指導等を実施する。また、法令違反が疑われる事案について調査を行い、必要に応じて事業者に対する指導・処分を実施するとともに、消費者への情報提供等を行う。	府民文化部
府安全なまちづくり条例の改正に基づく取組(※一部抜粋)	<p>(1) ATM 設置者に対して、65 歳以上の高齢者が携帯電話を用いて通話しながらATMを操作することを禁止するため必要な措置を講じるよう義務付ける。</p> <p>(2) 金融機関に対して、特殊詐欺等の被害に遭い又は遭うおそれがある者を発見したときは、警察への通報等を行うよう義務付ける。</p> <p>(3) 金融機関に対して、過去3年間ATMでの振込実績のない70歳以上の高齢者がATMを使用して振り込む場合の1日当たりの上限額(10万円を超えない範囲内)を設定するよう義務付ける。</p> <p>(4) 事業者に対して、プリペイド型電子マネー販売時において、特殊詐欺等の被害に遭うおそれがないかどうかの確認等を行うよう義務付ける。</p> <p>(5) 効果的な取組を行っている事業者を積極的に公表する等の広報、啓発等の活動を行う。</p>	政策企画部

(2) 若者の消費者被害の防止

施策名	施策の概要	部局
消費生活相談及び苦情処理(再掲)	<p>消費生活に関する消費者からの相談苦情の受付・処理を行う。</p> <p><相談体制> 期間： 月～金(年末年始・祝休日を除く) 9時～17時45分(受付は17時まで) 相談方法： 来所、電話、文書、電子メール 相談内容： 消費生活一般の相談・苦情 処理結果： 必要に応じ、関係行政機関へ連絡するとともに、マスコミ等への記事提供、ホームページ、生活情報誌「くらしすと」、メールマガジン等により府民に情報を提供する。</p>	府民文化部

消費生活情報の提供 (再掲)	消費者が自主的、合理的に商品や役務を選択し、安全・安心な消費生活を営むうえで役立つ各種情報を随時提供するため、報道機関、市町村、各種団体等各方面へ情報提供を行う。	府民文化部
若者向け啓発資料の作成	若者向け啓発リーフレットを作成し消費者教育教材を提供する。 (1) 小学生向け啓発リーフレット (2) 中学生向け啓発リーフレット (3) 高校生向け啓発リーフレット (4) 特別支援学校向け	府民文化部
夏休み若者向け特別啓発事業	夏休み期間に、若者(対象：主に高校生)が陥りやすい消費者トラブルを防止するための啓発イベントを開催する。	府民文化部
SNS やデジタルサイネージを活用した消費者被害防止のための啓発	若者が陥りやすい消費者トラブルの未然防止に向け、SNS 等を活用した啓発を行う。	府民文化部
大阪の子どもを守るネット対策事業	社会経験も浅く、判断能力が未熟な青少年が、スマートフォンや携帯ゲーム機等のネット機器利用によって、犯罪やトラブルの被害に遭わないために、青少年や保護者等に適切なインターネットの使い方を考えさせる機会(ネット利用をみんなで考えるプロジェクト等)を提供するとともに、具体的なトラブル事例やその回避策についてセミナーを実施することでネットリテラシーの向上を図る。 また、児童生徒を対象にした大学生講師による出前講座を行う。	福祉部
小学生期・中学生期・高校生期・成人期における消費者教育	消費者問題について、希望するテーマに応じた講師を派遣し、学習機会や教育を提供する。 また、ライフステージに応じた啓発リーフレットを作成し、消費ホットラインや消費生活相談窓口の周知に努める。	府民文化部
府消費者保護条例等に基づく不当な取引行為及び訪問販売等の指導取締り等(再掲)	不当な取引行為を行う悪質な事業者に対し、府消費者保護条例や特定商取引に関する法律に基づき厳正な指導等を実施する。また、法令違反が疑われる事案について調査を行い、必要に応じて事業者に対する指導・処分を実施するとともに、消費者への情報提供等を行う。	府民文化部
府消費生活センターのウェブサイトによる啓発(再掲)	消費生活等に関するウェブサイト「消費生活事典」の積極的な運用を行い、エシカル消費の普及啓発に努める。 ◀URL: https://www.pref.osaka.lg.jp/shouhi/ ▶	府民文化部

(3) インターネットを悪用した消費者被害の防止

施策名	施策の概要	部局
消費生活相談及び苦情処理(再掲)	消費生活に関する消費者からの相談苦情の受付・処理を行う。 ＜相談体制＞ 期間： 月～金(年末年始・祝休日を除く) 9時～17時45分(受付は17時まで) 相談方法： 来所、電話、文書、電子メール 相談内容： 消費生活一般の相談・苦情 処理結果： 必要に応じ、関係行政機関へ連絡するとともに、マスコミ等への記事提供、ホームページ、生活情報誌「くらしすと」、メールマガジン等により府民に情報を提供する。	府民文化部
消費生活情報の提供(再掲)	消費者が自主的、合理的に商品や役務を選択し、安全・安心な消費生活を営むうえで役立つ各種情報を随時提供するため、報道機関、市町村、各種団体等各方面へ情報提供を行う。	府民文化部
中核的センター機能充実強化研修(再掲)	府域の中核的センターとして、「指定消費生活相談員導入」に伴い中核的センター機能の強化を図り、府消費生活相談窓口の専門性を強化するとともに支援技術等の向上を図ることにより、府全体としての問題解決能力向上を図る。	府民文化部

市町村相談員総括者研修(再掲)	市町村消費生活相談窓口における問題解決能力の向上をめざし、困難事案の対応において府センターとのパイプ役になる市町村の総括的立場にある相談員を対象に、専門的で高度な内容の研修を行うことにより、円滑かつ効果的に相談における府の支援の効果をあげ、より複雑化・多様化する相談事案の解決を図る。	府民文化部
消費者教育講師派遣	消費者問題について、学習を希望するテーマに応じた講師を派遣し、消費者グループや学生等に学習機会や教育を提供する。	府民文化部
消費のサポーター養成・更新講座(再掲)	高齢者の消費者被害の未然防止、拡大防止に関する最新の情報提供等を行う「消費のサポーター」養成講座を実施する。また、すでに消費のサポーターとして登録しているボランティアに対し、専門的な知識の維持と更新を図る更新講座を実施する。	府民文化部
高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣(再掲)	地域での高齢者の集まりに、悪質商法とその対策、被害に遭わないための注意点などの情報提供を行うボランティアである消費のサポーターを養成し、派遣を支援することにより、高齢者の消費者被害の未然防止を図る。	府民文化部
偽サイト・詐欺サイトに関する情報提供	府・府内市町村消費生活センターにおいて受け付けた相談のうち、偽サイト・詐欺サイトに係る情報を探知した場合、大阪府警察本部サイバーセキュリティ対策課へ情報提供する。	府民文化部
大阪の子どもを守るネット対策事業(再掲)	社会経験も浅く、判断能力が未熟な青少年が、スマートフォンや携帯ゲーム機等のネット機器利用によって、犯罪やトラブルの被害に遭わないために、青少年や保護者等に適切なインターネットの使い方を考えさせる機会(ネット利用をみんなで考えるプロジェクト等)を提供するとともに、具体的なトラブル事例やその回避策についてセミナーを実施することでネットリテラシーの向上を図る。 また、児童生徒を対象にした大学生講師による出前講座を行う。	福祉部
「大阪の子どもを守るサイバーネットワーク連絡会議」における関係機関等との連携	府警察本部や公共アドバイザー、民間アドバイザー、市町村教育委員会等から構成される「大阪の子どもを守るサイバーネットワーク」と連携し、個人情報の流出や誹謗中傷の書き込みなどの事案対応へのアドバイスやインターネット上のいじめ・トラブル等の未然防止のための啓発を行う。	教育庁
サイバー犯罪に対する指導・取締り	○サイバー防犯ボランティアの活用 大学生によるサイバー防犯ボランティアを結成し、小中学生を対象としたインターネットの適正利用に関する広報活動を実施している。(平成27年11月から運用開始) ○大阪府プロバイダ事業者等防犯連絡会の設置 警察本部と府内プロバイダ事業者等が連携して、インターネットの適正利用に向け、防犯意識の高揚や各種情報交換等に努め、コンピュータ・ネットワークを悪用した犯罪の被害防止と違法・有害情報の排除を図り、ネットワーク社会における安全な市民生活に寄与することを目的として設置した。 現在、協力事業者のホームページから大阪府警察ホームページにリンクが設定されており、サイバー犯罪等の未然防止に向けた広報活動を実施している。	警察本部
インターネットバンキングや偽ショッピングサイト被害等における消費者に対する広報啓発活動	サイバー空間の脅威に関する広報啓発活動を推進するため、インターネットバンキングにおける不正送金被害やショッピングサイトにおける偽サイトの詐欺被害などの未然防止を図るためのキャンペーンを実施する。 また、インターネットにおける消費者被害に関する消費者向けの広報資料(パンフレット等)を作成し、広く配布する。	警察本部

府消費者保護条例等に基づく不当な取引行為及び訪問販売等の指導取締り等(再掲)	不当な取引行為を行う悪質な事業者に対し、府消費者保護条例や特定商取引に関する法律に基づき厳正な指導等を実施する。また、法令違反が疑われる事案について調査を行い、必要に応じて事業者に対する指導・処分を実施するとともに、消費者への情報提供等を行う。	府民文化部
--	--	-------

(4)消費者・事業者間の紛争解決支援

[1] 府消費生活センターによるあっせん

施策名	施策の概要	部局
府消費生活センターの消費生活相談及びあっせん	消費生活相談員が中立的な立場で、消費者と事業者の間に入って、消費者トラブルの解決に向けた交渉の支援を行う。	府民文化部

[2] 裁判外紛争解決手続(ADR)の利用促進

施策	施策の概要	部局
府消費生活苦情審査委員会の運営	府消費者保護条例の規定によるあっせん・調停及び訴訟資金の貸付、その他の調査審議を行うため、府消費者保護審議会に設置している消費生活苦情審査委員会の適切な運営を図る。	府民文化部

[3] 訴訟への支援

施策	施策の概要	部局
訴訟の援助	消費者が商品及び役務等によって受けた被害に関して、事業者を相手方として訴訟を提起する場合に、一定の要件のもとに訴訟資金の貸付を行う。	府民文化部

[4] 消費者団体訴訟制度等の周知・広報

施策名	施策の概要	部局
ウェブサイトの運用(再掲)	消費生活等に関するウェブサイト「消費生活事典」の積極的な運用を行い、消費者教育・情報提供の促進を図る。 ≪URL:https://www.pref.osaka.lg.jp/soshikikarasagasu/shouhi/index.html≫	府民文化部

<基本目標3 消費者教育の推進>

(1)ライフステージに応じた消費者教育の推進

[1] 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等における消費者教育

施策名	施策の概要	部局
消費者教育講師派遣(再掲)	消費者問題について、学習を希望するテーマに応じた講師を派遣し、消費者グループや学生等に学習機会や教育を提供する。	府民文化部
若者向け啓発資料の作成(再掲)	若者向け啓発リーフレットを作成し消費者教育教材を提供する。 (1) 小学生向け啓発リーフレット (2) 中学生向け啓発リーフレット (3) 高校生向け啓発リーフレット (4) 特別支援学校向け	府民文化部
夏休み若者向け特別啓発事業(再掲)	夏休み期間に、若者(対象:主に高校生)が陥りやすいトラブルを防止するための啓発イベントを開催する。	府民文化部

大阪の子どもを守るネット対策事業(再掲)	社会経験も浅く、判断能力が未熟な青少年が、スマートフォンや携帯ゲーム機等のネット機器利用によって、犯罪やトラブルの被害に遭わないために、青少年や保護者等に適切なインターネットの使い方を考えさせる機会(ネット利用をみんなで考えるプロジェクト等)を提供するとともに、具体的なトラブル事例やその回避策についてセミナーを実施することでネットリテラシーの向上を図る。 また、児童生徒を対象にした大学生講師による出前講座を行う。	福祉部
住まい・まちづくり教育の普及	公民連携による大阪府住まい・まちづくり教育普及協議会において、子どもたちに「住まい」について考える機会を持たせ、次世代の豊かな住まいづくりを担う子どもたちを通じて、家庭や地域全体として「住まい」について考え、生活意識を高めていくために、小学校や中学校教師を対象とした出前講座等を実施する。	都市整備部
学習指導要領に基づく消費者教育	学習指導要領による教育指導を行う。 (具体的取組例) [小学5・6年(家庭科)] 物や金銭の大切さ、計画的な使い方を学ぶ など [中学(社会科:公民)] 金融の仕組みや働き、消費者の自立の支援なども含めた消費者行政を学ぶ など [中学(技術・家庭科)] 消費者の基本的な権利と責任、売買契約の仕組み、消費者被害の背景とその対応を学ぶ など [高等学校(家庭科)] 消費者の基本的な権利と責任、消費行動における意思決定や契約の重要性、消費者保護の仕組み等を学ぶ など [高等学校(公民科)] 多様な契約及び消費者の権利と責任、市場経済の機能と限界、金融の働き等を学ぶ など [特別支援学校] 一人ひとりの教育的ニーズに応じ、各支援学校において多様な取組を実施(商品等の安全、生活の管理と契約 など)	教育庁
「大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構」との連携	金融・金銭教育研究校は大阪府金融広報委員会との連携のもと金融・金銭教育に係る実践を行う。	教育庁

[2] 大学等における消費者教育

施策名	施策の概要	部局
大学生期における消費者教育	大学生を対象とした消費者教育を実施し、消費者市民社会の実現に向け積極的に活動を行うことができる力を持つ消費者教育学生ボランティアを育成し、主体的な活動を促進する。	府民文化部

[3] 地域における消費者教育

施策名	施策の概要	部局
消費のサポーター養成・更新講座(再掲)	高齢者の消費者被害の未然防止、拡大防止に関する最新の情報提供等を行う「消費のサポーター」養成講座を実施する。また、すでに消費のサポーターとして登録しているボランティアに対し、専門的な知識の維持と更新を図る更新講座を実施する。	府民文化部
高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣(再掲)	地域での高齢者の集まりに、悪質商法とその対策、被害に遭わないための注意点などの情報提供を行うボランティアである消費のサポーターを養成し、派遣を支援することにより、高齢者の消費者被害の未然防止を図る。	府民文化部

消費者フェアの実施(再掲)	行政、事業者団体、府内消費者団体などが連携して、府民に消費生活に関する情報をわかりやすく提供する府民参加型イベントを開催する。	府民文化部
消費者教育講師派遣(再掲)	消費者問題について、学習を希望するテーマに応じた講師を派遣し、消費者グループや学生等に学習機会や教育を提供する。	府民文化部
消費のサポーター事業における地域安全センターとの連携(再掲)	地域安全センターにおいて開催される警察の防犯教室と、「消費のサポーター」ミニ講座の共同開催に向け、警察、消費生活センター双方が互いに情報提供を行う。	政策企画部 府民文化部
大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構との連携による金融経済教育	金融経済等に関する講演会の開催や学校現場で金融教育の支援を行う大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構への協力を行う。	府民文化部

[4] 家庭等における消費者教育

施策名	施策の概要	部局
社会教育施設等への情報提供及び教材等の貸し出し	地域の公民館や図書館などの社会教育施設やPTA活動において消費者教育に関わる取組が推進されるように情報提供や教材等の貸し出しを支援する。	府民文化部 教育庁
高齢者等の見守り者対象の講座の実施(再掲)	高齢者等をサポートする見守り・支援者向けに出前講座等を実施する。	府民文化部
消費生活情報の提供(抜粋、再掲)	消費者が自主的、合理的に商品や役務を選択し、安全・安心な消費生活を営むうえで役立つ各種情報を随時提供する。	府民文化部
消費者教育講師派遣(再掲)	消費者問題について、学習を希望するテーマに応じた講師を派遣し、消費者グループや学生等に学習機会や教育を提供する。	府民文化部

[5] 職域における消費者教育

施策名	施策の概要	部局
事業者等と連携した見守り強化(再掲)	財務部、福祉部、府警本部等と連携し、「大阪府包括連携協定」や「大阪府高齢者にやさしい地域づくり推進協定」を締結した事業者等の協力を得て、事業者による高齢消費者の見守り強化を行う。 また、福祉関係者等の見守り者を対象とした説明会等の場において啓発資料を配付し、高齢者の見守りポイント等についての情報提供を行う。	府民文化部

[6] 消費者団体、事業者及び事業者団体等への活動支援と連携

施策名	施策の概要	部局
消費者フェアの実施(再掲)	行政、事業者団体、府内消費者団体などが連携して、府民に消費生活に関する情報をわかりやすく提供する府民参加型イベントを開催する。	府民文化部

[7] 消費者教育拠点としての府消費生活センターの活用

施策名	施策の概要	部局
消費生活情報の提供(再掲)	消費者が自主的、合理的に商品や役務を選択し、安全・安心な消費生活を営むうえで役立つ各種情報を随時提供するため、報道機関、市町村、各種団体等各方面へ情報提供を行う。	府民文化部
消費者フェアの実施(再掲)	行政、事業者団体、府内消費者団体などが連携して、府民に消費生活に関する情報をわかりやすく提供する府民参加型イベントを開催する。	府民文化部
総合案内の運営及び消費者啓発事業の実施(府市連携事業)(再掲)	消費生活に関する情報を消費者に効果的に提供するため、大阪市消費者センターと共同で「くらしの広場・エル」の総合案内を運営する。また、消費生活に関する専門図書や啓発用ビデオ・DVDを開架し、利用者への閲覧、貸出を行う。	府民文化部

[8] 消費者教育の担い手の育成と活用

(ア) 小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等における教職員

施策名	施策の概要	部局
学校教職員に対する消費者教育研修の実施	消費者教育に関する指導力向上を図るため、小・中・義務教育学校・高等学校及び特別支援学校の教職員を対象に消費者教育研修を実施する。	教育庁

(イ) 消費生活相談員等

施策名	施策の概要	部局
中核的センター機能充実強化研修(再掲)	府域の中核的センターとして、「指定消費生活相談員導入」に伴い中核的センター機能の強化を図り、府消費生活相談窓口の専門性を強化するとともに支援技術等の向上を図ることにより、府全体としての問題解決能力向上を図る。	府民文化部
市町村相談員総括者研修(再掲)	市町村消費生活相談窓口における問題解決能力の向上をめざし、困難事案の対応において府センターとのパイプ役になる市町村の総括的立場にある相談員を対象に、専門的で高度な内容の研修を行うことにより、円滑かつ効果的に相談における府の支援の効果をあげ、より複雑化・多様化する相談事案の解決を図る。	府民文化部
市町村消費者行政職員等研修会の実施(再掲)	市町村職員等を対象に、消費者行政の推進にあたって必要な知識を習得するための研修を実施する。	府民文化部
即戦力となる消費生活相談員の育成・コーディネート事業(再掲)	府域における消費生活相談員の安定的な確保ができる体制を整備するため、即戦力となる相談員の育成及び育成した相談員を募集する市町村とのコーディネートを行う。	府民文化部

(ウ) 実務経験者等

施策名	施策の概要	部局
消費者教育講師派遣(再掲)	消費者問題について、学習を希望するテーマに応じた講師を派遣し、消費者グループや学生等に学習機会や教育を提供する。	府民文化部

大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構との連携による金融経済教育（再掲）	金融経済等に関する講演会の開催や学校現場で金融教育の支援を行う大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構への協力を行う。	府民文化部
--	--	-------

(エ) 地域における消費者教育の担い手

施策名	施策の概要	部局
消費のサポーター養成・更新講座(再掲)	高齢者の消費者被害の未然防止、拡大防止に関する最新の情報提供等を行う「消費のサポーター」養成講座を実施する。また、すでに消費のサポーターとして登録しているボランティアに対し、専門的な知識の維持と更新を図る更新講座を実施する。	府民文化部
高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣(再掲)	地域での高齢者の集まりに、悪質商法とその対策、被害に遭わないための注意点などの情報提供を行うボランティアである消費のサポーターを養成し、派遣を支援することにより、高齢者の消費者被害の未然防止を図る。	府民文化部
高齢者等の見守り者対象の講座の実施(再掲)	高齢者等をサポートする見守り・支援者向けに出前講座等を実施する。	府民文化部
事業者等と連携した見守り強化(再掲)	財務部、福祉部、府警本部等と連携し、「大阪府包括連携協定」や「大阪府高齢者にやさしい地域づくり推進協定」を締結した事業者等の協力を得て、事業者による高齢消費者の見守り強化を行う。また、福祉関係者等の見守り者を対象とした説明会等の場において啓発資料を配付し、高齢者の見守りポイント等についての情報提供を行う。	府民文化部
大学生期における消費者教育(再掲)	大学生を対象とした消費者教育を実施し、消費者市民社会の実現に向け積極的に活動を行うことができる力を持つ消費者教育学生ボランティアを育成し、主体的な活動を促進する。	府民文化部

(オ) 消費者教育コーディネーター

施策名	施策の概要	部局
国民生活センター研修の受講(再掲)	国民生活センターが実施する担当職員等の研修会を受講する。	府民文化部
消費者教育コーディネーターの活用	消費者教育講師派遣(再掲)、夏休み若者向け特別啓発事業(再掲)等の施策において、消費者教育を担う多様な関係者や場をつなぐために間に立って調整する。	府民文化部

(2) 消費生活に関連する他教育との連携推進

[1] 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の推進

(ア) エシカル消費

施策名	施策の概要	部局
消費者フェアの実施(再掲)	行政、事業者団体、消費者団体等が連携して、府民に消費生活に関する情報をわかりやすく提供する府民参加型イベントを開催する。	府民文化部
府消費生活センターのウェブサイトによる啓発	消費生活等に関するウェブサイト「消費生活事典」の積極的な運用を行い、エシカル消費の普及啓発に努める。 <URL: https://www.pref.osaka.lg.jp/shouhi/ >	府民文化部

府内の福祉施設で働く障がい者が生産する製品の認知度向上	府内の福祉施設で働く障がい者が生産する製品の付加価値や社会的認知度を高め、販路拡大に向けた取組を推進することにより、障がい者に支払われる工賃の向上を推進する。	福祉部
-----------------------------	---	-----

(イ)環境教育

施策名	施策の概要	部局
太陽光パネル設置普及啓発事業	府民が安心して太陽光発電及蓄電池システムを設置できるよう、府が太陽光発電及び蓄電池システムの製造者、施工店及び販売店を望ましい行動へ誘導するとともに、府が定める要件を満たすものを登録及び公表する。 《URL: https://www.pref.osaka.lg.jp/eneseisaku/marugoto/index.html 》	環境農林水産部
グリーン購入の推進	(1)府民等への啓発 環境への負荷の少ないライフスタイルの構築に向け、「豊かな環境づくり大阪府民会議」(府、市町村、事業者、府民及び民間団体等で構成)において、グリーン購入の推進等を内容とする「豊かな環境づくり大阪行動計画」(平成8年6月策定、毎年更新)を策定し推進を図るとともに、環境にやさしい消費行動を通じて府民の環境配慮行動を促進するため、「環境にやさしい買い物キャンペーン」等を実施する。 (2)府の率先購入 府では、地球温暖化問題や廃棄物問題等への対策のひとつとして、「国等の環境物品等の調達に関する法律」の規定により、策定した「大阪府グリーン調達方針」(毎年改定)に基づき、事業者・消費者の立場からあらゆる事務事業においてグリーン購入の推進に努める。	環境農林水産部
環境教育・環境保全活動の推進	「大阪環境教育等行動計画」に基づき、情報基盤の充実と連携の強化、人材育成・人材活用、場の提供・学習機会の提供、教材・プログラムの整備と活用、協働取組の推進・民間団体等への支援、普及啓発の6つの柱のもと関連施策による環境学習と環境保全活動を推進する。	環境農林水産部
省エネ行動の実践の促進	省エネの取組を紹介したホームページ「省エネ生活のすすめ」等により積極的に情報発信するとともに、イベントやセミナー等さまざまな機会を通じて、広く府民に環境配慮行動の必要性和実践を呼びかける。また、府が委嘱した地球温暖化防止活動推進員による地域に密着した自主的な温暖化対策活動を支援する。	環境農林水産部
大阪気候変動適応・普及強化事業	府域における適応の普及強化を目的に、教育・福祉・農業関係者や、気候変動関連を所管する市町村職員に向けて、セミナーやワークショップを開催する。	環境農林水産部
おおさかプラスチックごみゼロ宣言推進	海洋プラスチックごみ問題の解決に向け、有識者、事業者団体、NPO、市町村など幅広い関係者による「おおさかプラスチック対策推進プラットフォーム」を設置・運営し、プラスチックごみの排出抑制や流出対策、プラスチックの資源循環について、具体的な対策の検討や効果検証等を行うとともに、効果的な取組を広く共有・発信する。 また、府、事業者、NPO、市町村等で構成する「おおさかマイボトルパートナーズ」において、マイボトルの利用促進やマイボトルスポットの普及、情報発信等を行う。	環境農林水産部

万博を契機とした環境・エネルギー先進技術普及事業	最新の実用化可能技術を万博開催時に会場外で広くアピールし、普及につなげるため、環境先進技術を導入する府内の民間施設等を公募・選定し、その導入費用の一部を補助するとともに、導入技術による環境改善効果を府内事業者や万博時の来阪事業者に見える化し、発信する。	環境農林水産部
リサイクル社会推進事業	循環型社会の構築に向けて令和3(2021)年3月に策定した「大阪府循環型社会推進計画(計画期間:令和7(2025)年度まで)」を推進するため、一般廃棄物排出量等の推移やごみ減量等に関する施策の実施状況を公表するとともに、リサイクル関連法の情報をホームページに掲載し、府民、事業者、行政が行う実践活動を促進する。また、大阪府循環型社会形成推進条例に基づいた「大阪府リサイクル製品認定制度」を運用し、認定製品をホームページに掲載する他、環境関連イベント等に出展し、府民・事業者を紹介する。	環境農林水産部
使い捨てプラスチックごみ対策推進事業	令和3(2021)年3月に策定した「大阪府循環型社会推進計画(計画期間:令和7(2025)年度まで)」において、プラスチックごみの排出削減やリサイクル等に関する目標を設定し、プラスチックごみ対策に重点的に取り組むこととしている。また、令和4(2022)年4月に施行された「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」も踏まえ、使い捨てプラスチックの削減等をさらに推進するため、府民の行動変容を促進する啓発事業を実施する。	環境農林水産部
生活排水対策の推進	ホームページ「生活排水をきれいにしよう」により生活排水に関する情報を広く提供する。また、毎年2月を「生活排水対策推進月間」とし、府民に家庭のできる取組を呼びかける。 《URL: https://www.pref.osaka.lg.jp/kankyohozen/sei-hai/index.html 》	環境農林水産部
電動車等の普及促進	自動車から排出される二酸化炭素(CO2)排出量削減による地球温暖化対策や、窒素酸化物(NOx)及び粒子状物質(PM)による大気汚染のため、自動車メーカー等の民間企業や自動車関係団体との協働により試乗イベントなどの啓発活動等の取組を行い、電動車等の普及促進を図る。 (※)電動車等 電動車〔ゼロエミッション車(電気自動車(EV)、プラグインハイブリッド自動車(PHV)、燃料電池車(FCV))及びハイブリッド自動車〕、天然ガス自動車、クリーンディーゼル車のことをいう。	環境農林水産部
環境配慮消費行動促進に向けた脱炭素ポイント付与制度普及事業	府民の脱炭素への意識改革・行動変容を図るため、小売事業者等が現在運用しているポイントシステムを活用して、生産・流通・使用等のライフサイクルの各過程におけるCO2排出が少ない商品・サービスを購入した消費者に対して脱炭素ポイントを上乗せ付与し、脱炭素に資する商品・サービスの選択を促進させる。	環境農林水産部
脱炭素化に向けた消費行動促進事業	府民等に対して、身近な食品分野での脱炭素化に向けた消費行動を促すため、大阪産(もん)や有機農産物の普及取組とも連携し、カーボンフットプリント(CFP)やフードマイレージを活用した大阪版普及啓発手法の確立・定着を図る。また、同手法により、地元産品等へのラベリングを行い、食品関連事業者等と連携して普及啓発を実施します。	環境農林水産部
駐車時におけるアイドリングストップの推進	自動車の駐車時にエンジンをかけ続けるアイドリングは、大気汚染や騒音等の問題を引き起こすことから、不要なアイドリングの停止について運転者等への啓発を行う。	環境農林水産部

おおさか交通エコチャレンジ推進運動	公共交通機関の利用やエコカーの使用、エコドライブなどに取り組む府内事業者に対して、「おおさか交通エコチャレンジ宣言事業者」の登録やエコドライブシミュレーターの貸出、エコドライブステッカーの配布等の支援メニューを提供し、事業者における環境に配慮した自動車利用の推進を図る。	環境農林水産部
海岸漂着物等対策推進事業	G20大阪サミットでは、「大阪ブルー・オーシャン・ビジョン」が共有され、地元大阪としても率先して海洋プラスチックごみの対策を推進するため、2021年3月に策定した「おおさか海ごみゼロプラン」に則り、海洋ごみの回収等とあわせて、プラスチックごみの発生抑制に資する啓発取組を実施するための事業費の市町村への補助を実施する。	環境農林水産部
大阪エコ農業総合推進対策事業	「大阪エコ農業推進基本方針」に基づき、農業の持つ物質循環機能を活かし、農業の環境への負荷軽減を図りながら、府民が求める安心な農産物の生産を推進するとともに、地域環境の保全に寄与する。	環境農林水産部

(ウ)食品ロスの削減

施策名	施策の概要	部局
食品ロス削減ネットワーク懇話会の運営	食品製造業者、食品卸売・小売業者、外食事業者、消費者、行政等による「食品ロス削減ネットワーク懇話会」を運営し、各立場からの意見交換や取組の進捗管理を行うことで、消費者啓発や未利用食品の有効活用促進などの具体的な取組を展開する。	環境農林水産部
おおさか食品ロス削減パートナーシップ制度の推進	積極的に食品ロス削減を進める事業者と連携するため「おおさか食品ロス削減パートナーシップ制度」を設置し、広く多業種への働きかけを行い、府内での効果的な消費者啓発を推進する。	環境農林水産部
食品ロス削減に向けた消費者啓発の促進	消費者が食品ロス問題について正しく理解し行動に移すため、ポータルサイトやリーフレットなどによる情報発信を行うとともに、これらツールを活用して啓発活動を行う人材を育成し、地域に根差した消費者啓発を促進する。	環境農林水産部
消費者フェアの実施(再掲)	行政、事業者団体、消費者団体等が連携して、府民に消費生活に関する情報をわかりやすく提供する府民参加型イベントを開催する。	府民文化部

(エ)食育

施策名	施策の概要	部局
大阪産(もん)ブランド化の推進	豊かな府民生活の実現に向け、農林水産事業者と食品産業者、飲食事業者等と連携し、大阪産(もん)のブランド力向上と率先購入の機会拡大を図る。	環境農林水産部

[2] 金融経済教育

施策名	施策の概要	部局
大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構との連携による金融経済教育(再掲)	金融経済等に関する講演会の開催や学校現場で金融教育の支援を行う大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構への協力をを行う。	府民文化部

[3] 情報活用能力を育成するための教育

施策名	施策の概要	部局
大阪の子どもを守るネット対策事業(再掲)	社会経験も浅く、判断能力が未熟な青少年が、スマートフォンや携帯ゲーム機等のネット機器利用によって、犯罪やトラブルの被害に遭わないために、青少年や保護者等に適切なインターネットの使い方を考えさせる機会(ネット利用をみんなで考えるプロジェクト等)を提供するとともに、具体的なトラブル事例やその回避策についてセミナーを実施することでネットリテラシーの向上を図る。 また、児童生徒を対象にした大学生講師による出前講座を行う。	福祉部
「大阪の子どもを守るサイバーネットワーク連絡会議」における関係機関等との連携(再掲)	府警察本部や公共アドバイザー、民間アドバイザー、市町村教育委員会等から構成される「大阪の子どもを守るサイバーネットワーク」と連携し、個人情報の流出や誹謗中傷の書き込みなどの事案対応へのアドバイスやインターネット上のいじめ・トラブル等の未然防止のための啓発を行う。	教育庁
学習指導要領に基づく消費者教育(再掲)	学習指導要領による教育指導を行う。 (具体的取組例) [小学5・6年(家庭科)] 物や金銭の大切さ、計画的な使い方を学ぶ など [中学(社会科：公民)] 金融の仕組みや働き、消費者の自立の支援なども含めた消費者行政を学ぶ など [中学(技術・家庭科)] 消費者の基本的な権利と責任、売買契約の仕組み、消費者被害の背景とその対応を学ぶ など [高等学校(家庭科)] 消費者の基本的な権利と責任、消費行動における意思決定や契約の重要性、消費者保護の仕組み等を学ぶ など [高等学校(公民科)] 多様な契約及び消費者の権利と責任、市場経済の機能と限界、金融の働き等を学ぶ など [特別支援学校] 一人ひとりの教育的ニーズに応じ、各支援学校において多様な取組を実施(商品等の安全、生活の管理と契約 など)	教育庁

[4] 近年対応が求められる課題等

施策名	施策の概要	部局
ウェブサイト、ポスターやリーフレットを活用した啓発	ウェブサイト、ポスターやリーフレットを活用し、幅広く日常の消費生活や事業活動に関連する教育との連携を図る。	府民文化部

<基本目標4 消費生活相談体制の充実>

施策名	施策の概要	部局
府消費生活センターにおける消費生活相談のデジタル化への対応	消費者庁から示された資料を基に行政DX担当課との調整を行うとともに、必要に応じた予算措置を行う。	府民文化部
市町村の意見集約と国への要望	市町村の状況を把握しつつ、寄せられた意見を集約し、国に対して要望を行う。	府民文化部
広域的な連携・協力に関する連絡・調整	市町村の意見を聞きながら必要に応じて連絡・調整等の支援を行う。	府民文化部

チャットボットの運営事業	休日や夜間等の消費生活相談受付時間外でも、定型的な対応により消費者への情報提供を可能とし、消費生活相談の機会を充実させるため、24時間対応可能であるAIを活用したチャットボットを運営する。	府民文化部
--------------	--	-------

2. 用語の説明

用語	説明	初出頁
あっせん (※1)	消費者基本法第19条に基づき、事業者に対する消費者からの苦情の処理のひとつとして、トラブル解決のために、相談者と事業者が協議・交渉する機会を、相談員等が設ける行為。	30
暗号資産(仮想通貨) (※2)	通貨のような機能を持つ電子データとして2009年以降、ネット送金や決済に使われるようになった。「取引所」と呼ばれる会社に口座を開いて使うのが一般的で、法定通貨の円やドルと交換できる。送金や決済に関わる複数のコンピュータでデータを管理する「ブロックチェーン」という仕組みで偽造を防いでいる。「仮想通貨」と呼ばれていたが、法定通貨と誤解されやすいとして、2019年5月末「暗号資産」と改称する法律が成立した。	2
エシカル消費 (※3)	人や社会、環境等に配慮した消費行動のこと。人への配慮として、障がい者支援につながる商品の積極的な購入、社会への配慮として、開発途上国の原料や製品を適正な価格で取引した「フェアトレード商品」の購入、環境への配慮として、エコ商品・リサイクル製品の積極的な購入等がある。	8
越境取引 (※4)	国境を越えて外国と取引すること。海外事業者と取引した日本の消費者を対象に、消費者の相談窓口として消費者庁越境消費者センター(CCJ)が開設されている。	13
大阪府金融広報委員会 (※5)	府、近畿財務局、日本銀行大阪支店、その他の公的団体、金融機関などによって構成されている組織。中立・公正な立場から、暮らしに身近な金融に関する広報・学習支援活動を行っている。	41
大阪府消費者教育学生リーダー (※6)	府の「大学生期における消費者教育推進事業」において、消費者教育・啓発のリーダーとして積極的に活動できる学生ボランティアを育成しており、この事業において消費者教育学生リーダーとして認められた者。	36
大阪府消費者行政推進本部会議 (※7)	府における消費者行政に関する施策について、庁内関連部局との連携・協力により、消費者行政を総合的かつ効果的に推進するため、知事を本部長とし、全部局長等で構成する会議。(事務局は消費生活センター)	64
大阪府消費者保護条例 (※8)	消費者の権利の確立と自立の支援についての基本理念を定め、府や事業者、消費者がそれぞれ果たすべき責務と役割を明らかにし、消費者の利益の擁護と増進を図り、消費生活の安定と向上に資することを目的とする条例。	2
オレオレ詐欺 (※9)	親族を装うなどして電話をかけ、会社における横領金の補填金等の様々な名目で現金が至急必要であるかのように信じ込ませ、動転した被害者に指定した預貯金口座に現金を振り込ませるなどの手口による詐欺。	30

架空請求(詐欺) (※10)	架空の事実を口実に金品を請求するハガキや電子メール等を送付して、指定した預貯金口座に現金を振り込ませるなどの手口(による詐欺)。	2
カリキュラム・マネジメント (※11)	「社会に開かれた教育課程」の理念の実現に向けて、学校教育に関わる様々な取組を、教育課程を中心に据えながら、組織的かつ計画的に実施し、教育活動の質の向上につなげていくこと。	54
還付金等詐欺 (※12)	公的機関の職員をかたって電話をかけ、医療費や税金などの還付を行うと偽って、逆にお金を振り込ませる手続をさせて、金銭をだまし取ろうとする詐欺。	30
キャッシュレス決済 (※13)	現金を使わずに対価を払うことや、そのための決済サービスをい、主にクレジットカード、電子マネー、スマホ決済などを指す。	13
金融経済教育推進機構(J-FLEC) (※14)	金融経済教育を推進するため、法律に基づいて設立された中立・公正な認可法人。全国の企業や学校・公民館等に講師を派遣し、出張授業を実施し、お金の専門家を招き、社会人や経営者、教員等を対象にイベントやセミナーの開催等を行っている。	41
(独法)国民生活センター (※15)	消費生活相談の実施や商品テスト、ADR 手続などを通じて、国民生活に関する情報の提供と調査研究を行うとともに、重要な消費者紛争について法による解決のための手続を実施するために設けられた独立行政法人。 消費者ホットライン「188」では、土日祝日等で最寄りの相談窓口が開いていないときに国民生活センターに繋がる。	13
裁判外紛争解決手続(ADR) (※16)	Alternative Dispute Resolution の略。 消費者トラブルが生じた場合、紛争解決の方法として裁判があるが、一般的には時間と費用がかかる。このため、厳格な裁判によらずに当事者の合意に基づいて迅速かつ簡便に紛争解決する方法として ADR がある。	41
ODR (※17)	Online Dispute Resolution の略。 デジタル技術を活用して紛争解決手続(ADR)をオンライン上で実施する方法として ODR がある。	53
持続可能な開発目標(SDGs) (※18)	Sustainable Development Goals の略。 2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標のこと。2030年までに国際社会が達成すべき包括的な17のゴールと169のターゲットを設定。	2
消費者安全確保地域協議会 (※19)	高齢者等が消費者被害に遭わないよう地域で見守るために、市町村の消費生活センター、行政の福祉部局、医療機関、地域包括支援センター、警察署等地域の関係者が相互に連携して構築する、消費者安全法に基づく見守りネットワークのこと。消費生活相談等により得られた情報(個人情報)を関係機関間で共有化して利用できる仕組みである。	38

消費者教育コーディネーター (※20)	消費者教育に関する専門的な知識を持ち、学校などの教育現場と消費者教育担う多様な関係機関や担い手をつなぐ役割を行う人。	37
消費者教育推進地域協議会 (※21)	消費者教育推進法により都道府県・市町村への設置が努力義務とされている。消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センター等で構成し、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に対して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報交換及び調整を行う。消費者教育推進計画の策定に際し、同協議会の意見を聞く必要がある。	65
消費者市民社会 (※22)	消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会。 (消費者教育推進法第2条第2項)	54
消費者ホットライン188(いやや!) (※23)	全国共通の電話番号(188)に電話することにより、地方公共団体が設置する最寄りの消費生活相談窓口(消費生活センター等)に電話をつなぐ電話案内。	37
消費のサポーター (※24)	府が、消費者被害の未然防止、拡大防止を図るため、高齢者向けの消費者啓発などを行うボランティアを「消費のサポーター」として養成・登録し、地域における情報提供や消費者啓発活動を行う。	36
商品テスト (※25)	消費者からの消費生活に関する苦情相談のうち、商品による事故等に関する相談を解決するため、消費者の使用実態を考慮しつつ様々な角度から商品の調査を行い、トラブルの原因を究明するもの。	41
情報商材 (※26)	インターネットの通信販売等で、副業、投資やギャンブル等で高額収入を得るためのノウハウ等と称して販売されている情報のこと。	9
ステルスマーケティング (※27)	事業者が自ら表示しているにもかかわらず、第三者が表示しているかのように誤認させるものや、事業者が第三者に金銭の支払その他の経済的利益を提供して表示させているにもかかわらず、その事実を表示しないもの等、一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難である表示のこと。	17
生活二法 (※28)	「生活関連物資等の買占め及び売惜しみに対する緊急措置に関する法律」と、「国民生活安定緊急措置法」の2つの法律の総称。高度成長期の物価高騰やオイルショックを受けて制定され、国民生活との関連性が高い物資や経済上重要な物資について、価格動向の調査や、買占め・売惜しみの防止などの物価対策を規定。	49

(独法)製品評価技術基盤機構(NITE) (※29)	経済産業省所掌に係る製品に関する事故の再発・未然防止を図るため、製品事故に関する情報の収集・調査・分析を行う独立行政法人。	44
ダークパターン (※30)	オンライン事業者によるウェブサイトやアプリ設計等により、消費者自身にとって不利ないし意図せざる決定をさせる手法。	12
地方消費者行政強化交付金 (※31)	国の消費者施策に沿う地方公共団体の取組を支援する補助金で、平成30年度から導入された。補助率2分の1の「地方消費者行政強化事業」と、平成29年度までに旧地方消費者行政推進交付金等を活用し行ってきた消費生活相談体制の整備等の事業について引き続き支援する「地方消費者行政推進事業」からなる。	2
適格消費者団体 (※32)	不特定かつ多数の消費者の利益を擁護するために、差止請求権を行使できる消費者団体として内閣総理大臣の認定を受けた法人をいう。	53
特定適格消費者団体 (※33)	また、適格消費者団体の内、消費者に代わって被害の回復を求めることのできる団体として認定を受けた法人を「特定適格消費者団体」という。府における適格消費者団体及び特定適格消費者団体は、特定非営利活動法人消費者支援機構関西(KC's)。	53
デジタル・シティズンシップ (※34)	デジタル技術の利用を通じて、社会に積極的に関与し、参加する能力のこと。	62
デジタル・デバイド (※35)	インターネットやパソコン等の情報通信技術を利用できる者と利用できない者との間に生じる格差。	34
デジタル・プラットフォーム (※36)	インターネットショッピングモールやフリマアプリ、価格比較サイトなど、様々な商品やサービス購入することができるデジタル取引の場。	18
デジタルリテラシー (※37)	デジタル技術に関する知識やデジタル機器・サービスを利用する能力のこと。	34
電子商取引 (※38)	インターネットなどのオンラインサービスを使って商品の売買や決済、契約などの商取引を行うこと。	2
特定商取引に関する法律(特定商取引法・特商法) (※39)	訪問販売、通信販売、連鎖販売取引等といった消費者トラブルを生じやすい特定の取引形態を対象として、消費者保護と健全な市場形成の観点から、特定商取引法を活用し、取引の適正化を図っている。 事業者の不適正な勧誘・取引を取り締まるための「行為規制」やトラブル防止・解決のための「民事ルール」(クーリング・オフ等)を定めている。	17

PIO-NET (全国消費生活情報ネットワークシステム) (※40)	Practical Living Information Online Network Systemの略。 国民生活センターと全国の消費生活センターを専用回線で結び、消費者から消費生活センターに寄せられた消費生活相談情報の収集を行うシステム。	21
パラダイムシフト (※41)	ある時代・集団を支配する考え方が、非連続的・劇的に変化する事。社会の規範や価値観が変わること。	17
BtoC (※42)	商取引形態の一つで、企業(business)と一般消費者(consumer)の取引のこと。企業間の取引は BtoB、一般消費者同士の取引を CtoC という。	12
不当景品類及び不当表示防止法(景品表示法・景表法) (※43)	商品やサービスの品質、内容、価格等を偽って表示を行うことを規制するとともに、過大な景品類の提供を制限することなどにより、消費者が商品やサービスを自主的かつ合理的に選択できる環境を守ることを目的とする法律。	17
訪問購入 (※44)	店舗以外の場所で、事業者が消費者から物品を買い取る取引形態。特定商取引法で規制されている。	24
訪問販売 (※45)	事業者が店舗や営業所等以外の場所で消費者から商品やサービスの契約の申込みを受けて行う取引形態。事業者が販売の目的を告げずに呼び出したり(アポイントメントサービス)、店舗等以外の場所で呼び止めて店舗等まで同行して(キャッチセールス)契約をした場合には、店舗や営業所等での契約であっても不意打ち性が高いことから訪問販売に該当する。特定商取引法で規制されている。	24
マルチ(商法) (※46)	販売組織の会員が友人や知人を新規会員として誘い、その会員がさらに次の会員を勧誘すれば、自分の利益を得られるとして組織を拡大して、商品やサービスを販売する商法。特定商取引法で「連鎖販売取引」として規制されている。	27
靈感商法 (※47)	靈感その他の合理的に実証することが困難な特別な能力による知見として、そのままでは消費者に重大な不利益を与える事態が生ずる旨を示して消費者の不安をあおるなどの行為により、望まぬ契約を締結させる商法のこと。	17

大阪府消費者保護条例をここに公布する。

大阪府消費者保護条例

目次

前文

第一章 総則(第一条—第七条)

第二章 基本計画(第八条)

第三章 危害の防止、自主行動基準の策定、不当な取引行為の防止等

第一節 危害の防止(第九条—第十一条)

第二節 自主行動基準の策定(第十二条—第十四条)

第三節 表示又は包装の基準(第十五条・第十六条)

第四節 不当な取引行為の防止(第十七条—第二十一条)

第五節 生活関連物資に関する緊急措置(第二十二条・第二十三条)

第六節 報告の要求等(第二十四条)

第四章 被害の救済

第一節 苦情の処理のあっせん等(第二十五条・第二十六条)

第二節 訴訟の援助(第二十七条・第二十八条)

第五章 公表(第二十九条)

第六章 消費者教育の推進(第三十条・第三十一条)

第七章 雑則(第三十二条—第三十六条)

附則

経済社会の進展により府民の消費生活は著しく高度化し、多様化した。大量生産、大量消費の経済機構の下で多種多様な商品及び役務が市場に登場し、消費者がその品質、性能、安全性等について十分な認識を持って選択を適正に行うことはむずかしく、そのため消費者の安全と利益を害する問題が多発している。

さらに、規制緩和、情報化及び国際化の進展などの社会経済情勢の変化により、消費者の選択肢が広がり、インターネットを通じた取引が可能となるなど、消費者の利便性が高まった反面、消費者問題が複雑化し、多様化している。

本来、消費者と事業者は対等の立場において経済取引が行われるべきであるにもかかわらず、消費者と事業者との間に情報の質及び量、交渉力、資力等の格差があるため、消費者は事業者に対し、不利な立場におかれることが多い。

このような事態を改善し、安全で良好な消費生活を営むためには、消費者の保護を図り、事業者間の公正で自由な競争を確保し、市場における公正な取引ルールを構築するとともに、消費者の自主的な努力と相まって消費者の権利を確立し、その自立の支援を図ることが必要である。

また、事業活動の拡大や消費生活の変化により環境への負荷が増大し、環境の保全の観点から消費生活のあり方が問われていることから、持続可能な社会の実現に寄与するため、事業者及び消費者は、

環境への負荷の低減その他の環境の保全の必要性について十分留意しながら、事業活動を行い、消費生活を営むことが求められている。

わが国屈指の消費地であるとともに、新しい商品や役務が盛んに生み出されるなど、商業やサービス業等の事業活動が活発に行われている大阪にあつて、消費者と事業者の良好な信頼関係の確立をねがいつつ、これらの課題の解決を目指して、この条例を制定する。

第一章 総則

(目的)

第一条 この条例は、消費者の権利の確立及びその自立の支援に関し、基本理念を定め、府、事業者及び事業者団体の果たすべき責務並びに消費者及び消費者団体の果たすべき役割を明らかにするとともに府が実施する施策について必要な事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進を図り、もつて府民の消費生活の安定及び向上に資することを目的とする。

(基本理念)

第二条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策(以下「消費者施策」という。)の推進は、府民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保された上で、次に掲げる消費者の権利の確立及びその自立の支援を図ることを基本として行われなければならない。

- 一 商品及び役務並びにこれらの提供を受ける権利(以下「商品及び役務等」という。)によって生命、身体及び財産に危害を受けない権利
- 二 商品及び役務等について、並びに事業者が消費者との間で行う物品及び権利の購入及び交換(以下「物品の購入等」という。)において、自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利
- 三 商品及び役務等について、並びに物品の購入等において、不当な取引条件及び取引方法を強制されない権利
- 四 消費生活において消費者の個人情報侵害されない権利
- 五 消費生活において必要な情報が提供される権利
- 六 消費生活において必要な知識及び判断力を習得し、主体的に行動するための教育を受ける機会が提供される権利
- 七 消費生活に関する意見を表明し、その意見が消費者施策に反映される権利
- 八 商品及び役務等並びに物品の購入等によって不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済される権利

(府の責務)

第三条 府は、消費者施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

- 2 府は、消費者施策を推進する上で市町村が果たす役割の重要性に鑑み、市町村が消費者施策を実施しようとする場合には、技術的な助言その他の必要な支援の措置を講ずるものとする。
- 3 府は、消費者施策の策定及び実施に当たっては、消費者の意見を反映するとともに市町村との連絡調整を緊密に行うよう努めるものとする。
- 4 府は、事業者及び事業者団体による消費者の信頼を確保するための自主的な取組の推進のため必要な支援の措置を講ずるものとする。

- 5 府は、消費者団体が行う消費者の消費生活の安定及び向上に資する健全かつ自主的な活動に必要な支援の措置を講ずるものとする。

(事業者の責務)

第四条 事業者は、第二条の基本理念に鑑み、消費者が消費生活において使用し、又は利用する商品及び役務等を供給し、並びに物品の購入等を行うに当たり、次に掲げる責務を有する。

- 一 消費者に対する危害を防止すること。
 - 二 商品及び役務等の品質等並びに物品の購入等に関する広告その他の表示、消費者に対する勧誘等を適正に行うことにより、消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
 - 三 公正な取引を確保するとともに、その取引の目的及び内容に応じて、消費者の年齢、知識、経験、判断能力及び財産の状況等に配慮すること。
 - 四 消費者の個人情報等を適正に取り扱うこと。
 - 五 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
 - 六 府又は市町村が実施する消費者施策に協力すること。
- 2 事業者は、その供給する商品及び役務等並びに物品の購入等について、次に掲げる事項を行うことにより消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。
- 一 環境への負荷の低減その他の環境の保全に配慮すること。
 - 二 消費者の意見を反映すること。
 - 三 商品及び役務等の品質その他の内容を向上させること。
 - 四 適正な価格を維持すること。
 - 五 事業活動に関し自ら遵守すべき基準を作成すること。
 - 六 前各号に掲げるもののほか、消費者の信頼の確保に資すること。

(事業者団体の責務)

第五条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

- 2 事業者団体は、府又は市町村が実施する消費者施策に協力しなければならない。

(消費者の役割)

第六条 消費者は、消費者の権利を自覚し、その確立を目指して、自ら進んで消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集するとともに、消費者相互の連携及び組織化を図る等自主的かつ合理的に行動するよう努めることによって、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。

- 2 消費者は、消費生活に関し、環境への負荷の低減その他の環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

(消費者団体の役割)

第七条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓

発及び教育、安全かつ公正な取引を確保するための市場の監視、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

第二章 基本計画

(基本計画の策定)

第八条 知事は、消費者施策を計画的に推進するための基本的な計画(以下この条において「基本計画」という。)を策定するものとする。

2 基本計画には、次に掲げる事項を定めるものとする。

一 消費者施策の基本的な方針

二 前号に掲げるもののほか、消費者施策を推進するために必要な事項

3 知事は、基本計画を策定するに当たっては、あらかじめ大阪府消費者保護審議会(以下「審議会」という。)の意見を聴くとともに、府民の意見を反映させるための適切な措置を講ずるものとする。

4 知事は、基本計画を策定したときは、これを公表するものとする。

5 前二項の規定は、基本計画の変更について準用する。

第三章 危害の防止、自主行動基準の策定、不当な取引行為の防止等

第一節 危害の防止

(勧告等)

第九条 知事は、商品及び役務等がその欠陥により消費者の生命、身体又は財産について危害を発生させ、又は発生させるおそれがあると認めるときは、法令に基づく措置が執られる場合を除き、当該商品及び役務等の供給を行う事業者に対し、当該商品及び役務等の供給の停止又は回収その他の当該商品及び役務等による消費者の生命、身体又は財産に対する危害の発生又は拡大を防止するための必要な措置を執るべきことを勧告することができる。

2 知事は、前項の規定による勧告をしたときは、必要に応じ、その旨を消費者に周知させるものとする。

(調査等)

第十条 知事は、商品及び役務等がその欠陥により消費者の生命、身体又は財産について危害を発生させ、又は発生させるおそれがあるかどうか明らかでない場合において、必要があると認めるときは、当該商品及び役務等について必要な調査を行うとともに審議会の意見を聴かなければならない。

2 知事は、前項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該商品及び役務等を供給する事業者に対し、当該商品及び役務等がその欠陥により消費者の生命、身体又は財産について危害を発生させず、かつ、発生させるおそれがないものであることの立証を求めることができる。

(緊急危害防止措置)

第十一条 知事は、商品及び役務等がその欠陥により消費者の生命又は身体について重大な危害を発

生させ、又は発生させるおそれがある場合において、当該危害を防止するために緊急の必要があると認めるときは、法令に基づく措置が執られる場合を除き、直ちに、当該商品及び役務等の名称、これを供給する事業者の氏名又は名称及び住所その他の必要な情報を府民に提供しなければならない。

第二節 自主行動基準の策定

(自主行動基準)

第十二条 事業者又は事業者団体は、消費者との信頼関係を構築し、その利益の擁護及び増進を図るため、商品及び役務等の品質等並びに物品の購入等に関する広告その他の表示の方法その他の規則で定める事項に関し、事業者自ら又は事業者団体自ら若しくは事業者が遵守すべき基準を策定するよう努めなければならない。

- 2 事業者又は事業者団体は、前項の基準を策定しようとするときは、規則で定めるところにより、知事に届け出なければならない。当該基準を変更し、又は廃止しようとするときも、同様とする。
- 3 知事は、前項の規定による届出があった場合において、その届出に係る基準の内容が第一項に規定する目的に適合しないと認めるときは、その届出をした者に対し、その内容を同項に規定する目的に適合するように改めるべきことを勧告するものとする。
- 4 知事は、第二項の規定による届出があった場合において、その届出に係る基準(前項の規定による勧告に基づき是正された基準を含む。)の内容が第一項に規定する目的に適合すると認めるときは、規則で定める事項を公示しなければならない。ただし、その届出をした者(事業者団体にあつては、その構成員である事業者を含む。)に係る第十七条に規定する不当な取引行為に関する苦情の処理の申出が相当数あり、かつ、当該申出について、消費者に被害が生じ、又は生ずるおそれがあると認める場合は、この限りでない。

(自主行動基準の策定の推進)

第十三条 知事は、事業者及び事業者団体による前条第一項の基準の策定が推進されるよう支援するものとする。

(勧告)

第十四条 知事は、事業者又は事業者団体が、第十二条第四項の規定による公示に係る基準(同項ただし書の規定により公示しないこととした基準を含む。)を遵守していないと認めるときは、同条第二項の規定による届出をした者に対して当該基準を遵守し、又は遵守させるよう勧告することができる。

第三節 表示又は包装の基準

(表示又は包装の基準)

第十五条 知事は、商品及び役務等並びに物品の購入等について、消費者が適切かつ容易に選択し、又は商品及び役務等を安全に使用し、若しくは利用することができるようにするため、必要があると認めるときは、当該商品及び役務等並びに物品の購入等について、事業者が遵守すべき表示又は

包装の基準を定めることができる。

2 第十二条第四項の規定は、前項の基準の設定、変更又は廃止について準用する。

(勧告)

第十六条 知事は、事業者が前条第一項の基準を遵守していないと認めるときは、その者に対して当該基準を遵守すべきことを勧告することができる。

第四節 不当な取引行為の防止

(不当な取引行為の禁止)

第十七条 事業者は、消費者との間で行う商品及び役務等の取引並びに物品の購入等に関し、次のいずれかに該当する行為であって規則で定めるもの(以下「不当な取引行為」という。)を行ってはならない。

- 一 消費者に対し、不実を告げ、誤信を招く情報を提供し、威迫し、心理的に不安な状態に陥れる等の不当な方法で、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
- 二 消費者に対し、著しく不利益をもたらす不当な内容の契約を締結させる行為
- 三 消費者に対し、契約(契約の成立について、当事者間で争いのあるものを含む。)に基づく債務の履行を不当に強要し、消費者の正当な根拠に基づく契約の解除等を妨げ、又は契約若しくは契約の解除等に基づく債務の履行を拒否し、若しくは正当な理由なく遅延させる行為
- 四 商品及び役務等の販売等をする事業者又はその取次店等実質的に販売等をする者からの商品及び役務等の購入等を条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約(以下「与信契約等」という。)について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で、与信契約等に基づく債務の履行を強要し、若しくは債務の履行をさせる行為

(調査)

第十八条 知事は、不当な取引行為が行われている疑いがあると認めるときは、その行為の方法、内容その他の事項について調査を行うことができる。

(合理的な根拠を示す資料の提出)

第十九条 知事は、次条の規定による指導若しくは勧告又は第二十一条第一項若しくは第二項の規定による情報の提供に当たって、第十七条第一号の不実を告げる行為をしたか否かを判断するため必要があると認めるときは、当該事業者に対し、期間を定めて、当該告げた事項の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。この場合において、当該事業者が当該資料を提出しないときは、当該事業者は、同号の不実を告げる行為をしたものとみなす。

(指導及び勧告)

第二十条 知事は、事業者が不当な取引行為を行っているとき、その者に対し、当該不当な取引行為を是正するための必要な措置を執るべきことを指導し、又は勧告することができる。

(情報の提供)

第二十一条 知事は、不当な取引行為による被害の発生及び拡大を防止するため必要があると認めるときは、速やかに、その行為の方法、内容その他の必要な情報を府民に提供するものとする。

2 知事は、次に掲げる場合にあっては、速やかに、その行為の方法及び内容、事業者の氏名又は名称及び住所その他の必要な情報を府民に提供するものとする。

一 不当な取引行為に関する苦情の処理の申出が相当数あり、かつ、当該申出について、消費者に重大な被害が生じ、又は生ずるおそれがあると推測することができる場合

二 前号に掲げる場合のほか、不当な取引行為により消費者に重大な被害が生じ、又は生ずるおそれがあると認める場合

3 知事は、前項の規定による情報の提供をしようとするときは、当該情報の提供に係る者に、あらかじめ、その旨を通知し、その者又はその代理人の出席を求め、釈明及び証拠の提出の機会を与えるため、意見の聴取の手続を行わなければならない。

第五節 生活関連物資に関する緊急措置

(指定)

第二十二条 知事は、府民の消費生活との関連性が高い物資(以下「生活関連物資」という。)の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、当該生活関連物資の買占め又は売惜しみが行われ、又は行われるおそれがあると認めるときは、当該生活関連物資を特に価格の安定及び流通の円滑化を図るべき物資として指定することができる。

2 知事は、前項の規定による指定をし、又はこれを解除したときは、その旨を公示しなければならない。

(勧告)

第二十三条 知事は、事業者が前条第一項の規定により指定された物資の買占め又は売惜しみにより価格の安定又は円滑な流通を妨げていると認めるときは、その者に対し、売渡しをすべき期限等を定めて当該物資の売渡しの措置を執るべきことを勧告することができる。

第六節 報告の要求等

第二十四条 知事は、第九条第一項、第十四条、第十六条及び前条の規定による勧告、第十八条に規定する調査又は第二十条の規定による指導若しくは勧告を行うため必要があると認めるときは、当該事業者若しくはその者とその事業に関して関係のある事業者に対し、その業務に関し報告を求め、又はその職員に、これらの者の事務所、事業所その他その事業を行う場所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

2 前項の規定により立入調査又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者に提示しなければならない。

第四章 被害の救済

第一節 苦情の処理のあっせん等

(苦情の処理のあっせん等)

第二十五条 知事は、消費者から商品及び役務等の取引並びに物品の購入等に関する苦情の申出があったときは、苦情の処理のあっせん等により適切かつ迅速に処理されるよう努めなければならない。

(審議会のあっせん等)

第二十六条 知事は、消費者と事業者との間の商品及び役務等の取引並びに物品の購入等に関する苦情のうち解決が困難であると認めるものについて、審議会によるあっせん又は調停に付することができる。

- 2 審議会は、あっせん又は調停のため必要があると認めるときは、当事者の出席を求め、その意見を聴くことができる。
- 3 知事は、あっせん又は調停の手続が終了した場合において、あっせん又は調停に付した苦情に係る被害の原因と同一又は同種の原因による被害の防止を図るため必要があると認めるときは、それらの結果の概要(事業者又は個人の氏名又は名称、住所、事業所の所在地等を除く。)を公表するものとする。

第二節 訴訟の援助

(訴訟資金等の援助)

第二十七条 府は、消費者が商品及び役務等並びに物品の購入等によって受けた被害に関して事業者を相手方として訴訟を提起する場合において、当該訴訟が次の各号のいずれにも該当するときは、規則で定めるところにより、当該消費者に対し、当該訴訟に要する費用に充てる資金の貸付けその他の援助をするものとする。

- 一 当該訴訟に係る紛争が審議会によるあっせん又は調停によつては解決できないものであること。
- 二 当該訴訟に係る被害の原因と同一又は同種の原因による被害が多数生じ、又は生ずるおそれがあること。
- 三 資金の貸付けをする場合にあっては、当該訴訟に要する費用の額が当該訴訟に係る被害金額を超え、又は超えるおそれがあること。
- 四 審議会により当該援助をすることが適当であると認められたものであること。

(貸付金の返還等)

第二十八条 前条の資金の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、規則で定めるところにより当該貸付けに係る資金の全額を返還しなければならない。

- 2 知事は、特別の理由があると認めるときは、前条の資金の貸付けを受けた者の当該貸付けに係る資金の返還債務の全部又は一部を免除することができる。

第五章 公表

第二十九条 知事は、事業者が次の各号のいずれかに該当する場合において、その行為について正当な理由がないと認めるときは、その者の氏名又は名称、住所及びその行為の内容を公表することができる。

一 第九条第一項、第十四条、第十六条、第二十条及び第二十三条の規定による勧告に従わなかったとき。

二 第十条第二項の規定による立証の要求に応じず、又は虚偽の証拠を提出したとき。

三 第二十四条第一項の規定による報告の要求に応じず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。

四 第二十六条第二項の規定による調停に係る出席の要求に応じなかったとき。

2 知事は、前項の規定による公表をしようとするときは、当該公表に係る者に、あらかじめ、その旨を通知し、その者又はその代理人の出席を求め、釈明及び証拠の提出の機会を与えるため、意見の聴取の手続を行わなければならない。

第六章 消費者教育の推進

(消費者教育)

第三十条 府は、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援するため、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じた消費生活に関する教育の充実に努めるものとする。

(情報の提供等)

第三十一条 府は、前条の目的を達成するため、必要に応じて商品及び役務等の品質、安全性その他の内容に関する試験及び検査並びに需給の状況等に関する調査の結果の発表等消費生活に関する知識の普及及び情報の提供に努めるものとする。

第七章 雑則

(試験、検査等の施設の整備)

第三十二条 府は、消費者施策の実効を確保するため、商品及び役務等に関する試験、検査等を行う施設の整備に努めるものとする。

(消費者の申出)

第三十三条 消費者は、この条例に基づく措置が執られていないと認めるときは、知事に対し、その旨を申し出て、適当な措置を執るべきことを求めることができる。

2 知事は、前項の規定による申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づく措置その他適当な措置を執らなければならない。

3 知事は、消費者の利益の擁護及び増進を図るため必要があると認めるときは、第一項の規定による申出の内容並びにその処理の経過及び結果を府民に提供するものとする。

(国に対する意見表明等)

第三十四条 知事は、消費者の利益の擁護及び増進を図るため必要があると認めるときは、国に対し、意見を述べ、又は必要な措置を執るべきことを求めなければならない。

(国等との相互協力)

第三十五条 知事は、消費者施策を実施するに当たって必要があると認めるときは、国、他の地方公共団体及び独立行政法人国民生活センターに対し、協力を求めなければならない。

2 知事は、国、他の地方公共団体及び独立行政法人国民生活センターからその実施する消費者施策等について協力を求められたときは、適当な措置を執るよう努めなければならない。

(規則への委任)

第三十六条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、昭和五十二年二月一日から施行する。

(附属機関に関する条例の一部改正)

2 附属機関に関する条例(昭和二十七年大阪府条例第三十九号)の一部を次のように改正する。

[次のよう] 略

附 則(昭和六〇年条例第一三号)抄

(施行期日)

1 この条例は、昭和六十年四月一日から施行する。

附 則(平成二年条例第八号)

この条例は、平成二年七月一日から施行する。

附 則(平成七年条例第三号)

(施行期日)

1 この条例は、平成七年十月一日から施行する。

(経過措置)

2 この条例の施行前に大阪府消費者保護条例第二十五条第二項又は大阪府福祉のまちづくり条例第二十二条第二項の規定により行われた聴聞又は聴聞のための手続は、改正後の大阪府消費者保護条例第二十五条第二項又は大阪府福祉のまちづくり条例第二十二条第二項の規定により行われたものとみなす。

附 則(平成一七年条例第二九号)

(施行期日)

1 この条例は、平成十七年七月一日から施行する。

(大阪府附属機関条例の一部改正)

- 2 大阪府附属機関条例(昭和二十七年大阪府条例第三十九号)の一部を次のように改正する。

[次のよう] 略

附 則(平成二三年条例第一六号)抄

(施行期日)

- 1 この条例は、平成二十三年四月一日から施行する。

附 則(平成二六年条例第十八号)

(施行期日)

- 1 この条例は、平成二十六年四月一日から施行する。ただし、第二条の規定は、同年七月一日から施行する。

(大阪府附属機関条例の一部改正)

- 2 大阪府附属機関条例(昭和二十七年大阪府条例第三十九号)の一部を次のように改正する。

次の表の改正前の欄に掲げる規定を同表の改正後の欄に掲げる規定に傍線で示すように改正する。

[次のよう] 略

平成二十四年法律第六十一号
消費者教育の推進に関する法律

目次

- 第一章 総則(第一条—第八条)
- 第二章 基本方針等(第九条・第十条)
- 第三章 基本的施策(第十一条—第十八条)
- 第四章 消費者教育推進会議等(第十九条・第二十条)
- 附則

第一章 総則

(目的)

第一条 この法律は、消費者教育が、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とする。

(定義)

第二条 この法律において「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育(消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。)及びこれに準ずる啓発活動をいう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

(基本理念)

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策(消費者の

利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。)との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

- 5 消費者教育は、消費者の消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。
- 6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。
- 7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

(国の責務)

第四条 国は、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念(以下この章において「基本理念」という。)にのっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

- 2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

(地方公共団体の責務)

第五条 地方公共団体は、基本理念にのっとり、消費生活センター(消費者安全法(平成二十一年法律第五十号)第十条の二第一項第一号に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。)、教育委員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(消費者団体の努力)

第六条 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

(事業者及び事業者団体の努力)

第七条 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

(財政上の措置等)

第八条 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

第二章 基本方針等

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針(以下この章及び第四章において「基本方針」という。)を定めなければならない。

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

- 一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
- 二 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
- 四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

3 基本方針は、消費者基本法(昭和四十三年法律第七十八号)第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第十条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画(以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。)を定めるよう努めなければならない。

2 市町村は、基本方針(都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画)を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画(以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。)を定めるよう努めなければならない。

3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規

定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあつては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。

- 4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めるときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。
- 5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。
- 6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

第十一条 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校(学校教育法(昭和二十二年法律第二十六号)第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。)の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。

- 2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。
- 3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

(大学等における消費者教育の推進)

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等(学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。)において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

- 2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(地域における消費者教育の推進)

第十三条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター(以下この章において「国民生活センター」という。)は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法(昭和二十三年法律第九十八号)に定める民生委員、社会福祉法(昭和二十六年法律第四十五号)に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措

置を講じなければならない。

- 2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

(事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

第十四条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。

- 2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。
- 3 事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。
- 4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

(教材の充実等)

第十五条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

(人材の育成等)

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法に定める消費生活相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

- 2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

(調査研究等)

第十七条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

(情報の収集及び提供等)

第十八条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

- 2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案

して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 基本方針に関し、第九条第五項(同条第八項において準用する場合を含む。)に規定する事項を処理すること。

3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人(独立行政法人通則法(平成十一年法律第百三号)第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。)の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者教育推進地域協議会)

第二十条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。

3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

附 則 抄

(施行期日)

1 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

(検討)

2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

附 則（平成二六年六月一三日法律第七一号） 抄

（施行期日）

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

一 略

二 第一条中不当景品類及び不当表示防止法第十条の改正規定及び同法本則に一条を加える改正規定、第二条の規定（次号に掲げる改正規定を除く。）並びに附則第三条及び第七条から第十一条までの規定 公布の日から起算して二年を超えない範囲内において政令で定める日



大阪府消費生活センター 令和7(2025)年3月発行
〒559-0034 大阪市住之江区南港北2-1-10

アジア太平洋トレードセンター I T M棟3階/TEL:06-6612-7500

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

12 つくる責任
つかう責任

