

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19

大阪府消費者基本計画（第3期）
骨子案

令和7年3月

大 阪 府

目 次

1
2
3
4
5 第1章 計画の基本的な考え方 ●
6 1. 計画改定の趣旨
7 2. 計画の性格
8 3. 計画の期間
9 4. 消費者施策の基本的な考え方・理念
10 第2章 消費生活をめぐる現状と課題 ●
11 1. 消費者を取り巻く環境の変化
12 2. 府における消費者相談等の状況
13 3. 大阪府消費者基本計画（第2期）期間中における取組実績と課題
14 第3章 消費者施策の方向性と展開 ●
15 1. 消費者施策の方向性
16 2. 重点的な取組と実施状況の把握・検証
17 3. 消費者施策の展開
18 基本目標1 消費者の安全・安心の確保 ●
19 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 ●
20 基本目標3 消費者教育の推進 ●
21 基本目標4 消費生活相談体制の充実 ●
22 4. 基本目標（1～4）に関する具体的な施策一覧
23 第4章 計画の推進方策と進行管理 ●
24 1. 推進方策
25 2. 進行管理
26 3. 計画の見直し
27
28 参考資料 ●
29 1. 用語の説明
30
31 大阪府消費者保護条例 ●
32
33 消費者教育の推進に関する法律 ●
34
35

※本計画は「消費者教育の推進に関する法律」第10条に基づ
く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。

1 第1章 計画の基本的な考え方

2 3 1. 計画改定の趣旨

4 大阪府では、府消費者保護条例に基づき、平成27(2015)年3月に大阪府消費者基本計
5 画(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
6 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」、
7 「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
8 を総合的かつ計画的に推進してきました。

9 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
10 トフォンの普及等に伴う電子商取引の進展等新たな商取引形態の拡大、架空請求や暗号資
11 産(仮想通貨)取引等の新たなトラブルも発生し、府内の消費生活相談窓口には、毎年7
12 万件を超える相談が寄せられていました。また、平成30(2018)年6月に成年年齢を引き
13 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
14 が求められていました。

15 そのため、令和2(2020)年3月に策定した大阪府消費者基本計画(第2期)(計画期
16 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」
17 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
18 政強化交付金も活用しながら、消費者施策を重点的に推進してきました。

19 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
20 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
21 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
22 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。

23 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
24 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
25 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
26 体制に大きな影響が出ると考えられています。

27 一方、平成27(2015)年9月に設定された「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成
28 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
29 のSDGs達成の目標年(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
30 加速していくことが求められています。

32 令和6年(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
33 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
34 の整合性を図りつつ、大阪府消費者基本計画(第3期)を策定するものです。

1 **2. 計画の性格**

2 大阪府消費者基本計画（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
3 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
4 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
5 な計画です。

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

8

9 **【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
大阪府地域福祉支援計画（第5期）	2024～2029
第5次大阪府障がい者計画（後期計画）	2021～2026
大阪府高齢者計画2024	2024～2026
大阪府食の安全安心推進計画（第4期）	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
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
大阪府ギャンブル等依存症対策推進計画（第2期）	2023～2025
O s a k a S D G s ビジョン	2020～2030

10

11 **3. 計画の期間**

12 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。

13

4. 消費者施策の基本的な考え方・理念

【めざすべき姿】

府、市町村、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。

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。

こうした状況のもと、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、社会を構成する消費者、事業者や行政などが、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。

1 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、
2 経験、判断能力及び財産の状況等に配慮すること。

3 四 消費者の個人情報 を適正に取り扱うこと。

4 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、
5 当該苦情を適切に処理すること。

6 六 府又は市町村が実施する消費者施策に協力すること。

7 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
8 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。

9 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。

10 二 消費者の意見を反映すること。

11 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。

12 四 適正な価格を維持すること。

13 五 事業活動に関し自ら遵守すべき基準を作成すること。

14 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。

15 (事業者団体の責務)

16 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
17 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
18 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。

19 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。

20 (消費者の役割)

21 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、
22 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
23 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
24 な役割を果たすものとする。

25 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
26 正な保護に配慮するよう努めなければならない。

27 (消費者団体の役割)

28 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
29 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。

22 <計画期間中に求められる役割等>

23 府は、広域的な地方公共団体として、市町村相互間の連絡調整や市町村に対する必要な
24 助言、協力、情報の提供を行うなど、府域の消費者行政の中核機能を果たす役割が求めら
25 れます。

26 今後、地方消費者行政強化交付金（推進事業）の活用年限の到来や消費生活相談のデジ
27 タル化など、地方消費者行政にとって一つの転換期を迎える中、市町村が、引き続き身近
28 な消費生活相談や消費者への情報提供等を担う役割が果たせるよう、職員・相談員のスキ
29 ルアップ研修や人材確保の支援、解決が難しい相談事案等に対する助言等の支援に取り組

1 んでいきます。

2 また、国や市町村等関係団体との緊密な連携のもと、消費者問題の状況等の把握、事業
3 者指導、消費者教育・啓発、商品テスト、情報収集・発信などの取組を有機的に連携させ
4 ることにより、効果的、効率的に消費者行政を推進していきます。

5
6 事業者は、消費者が自主的かつ合理的に商品やサービスを選択し購入できるよう、関係
7 法令の遵守（コンプライアンスの確立）、安全・安心な商品や役務の提供、公正な取引は
8 もとより、必要な情報をわかりやすく提供することが求められます。また、持続可能な社
9 会の実現を牽引するという認識のもと、消費者が環境や倫理的な側面などに考慮した消費
10 行動をとることができるような商品やサービスの開発・提供に努めることも期待されてい
11 ます。

12
13 事業者団体は、消費者問題に関する事業者の活動や事例、社会情勢等の情報を収集し、
14 事業者や消費者等への提供や啓発、苦情処理体制の確立など、安全・安心な消費生活の実
15 現に向けての事業者の活動を支援することが求められます。さらに、消費者と協働して社
16 会価値を向上させる経営、すなわち「消費者志向経営」に取り組む事業者に対し研修や情
17 報提供などを通じて支援することが期待されます。

18
19 高齢者や若者をはじめ消費者を狙った悪質商法が後を絶たない中、消費者が消費者被害
20 に遭わず、適切な情報に基づいて自主的・合理的に判断した上で消費行動できるよう、消
21 費者自ら知識や技術の習得や向上に努める必要があります。

22 また、消費者は、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
23 社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得ることを自覚して、公正かつ持続可能な社会
24 の形成に積極的に参画する社会、いわゆる「消費者市民社会」の構築をめざすことが求め
25 られています。このような社会の構築は、国連の持続可能な開発目標（SDGs）の12番目
26 に設定されている「つくる責任・つかう責任」の達成につながります。

27
28 消費者団体は、消費者が責任ある行動を取り、安全・安心な消費生活を送ることができ
29 るよう、必要な情報収集と提供、啓発等の活動を行うとともに、消費者の声を集約し、表
30 明していくことなどに取り組んでいくことが期待されています。

31 今後、さらなる高齢化の進展により、判断力の低下やデジタルリテラシーに課題を抱え
32 る高齢者も増えてくることを見込まれることから、地域で高齢者の消費者問題に取り組む
33 消費者団体の役割がますます重要になっています。

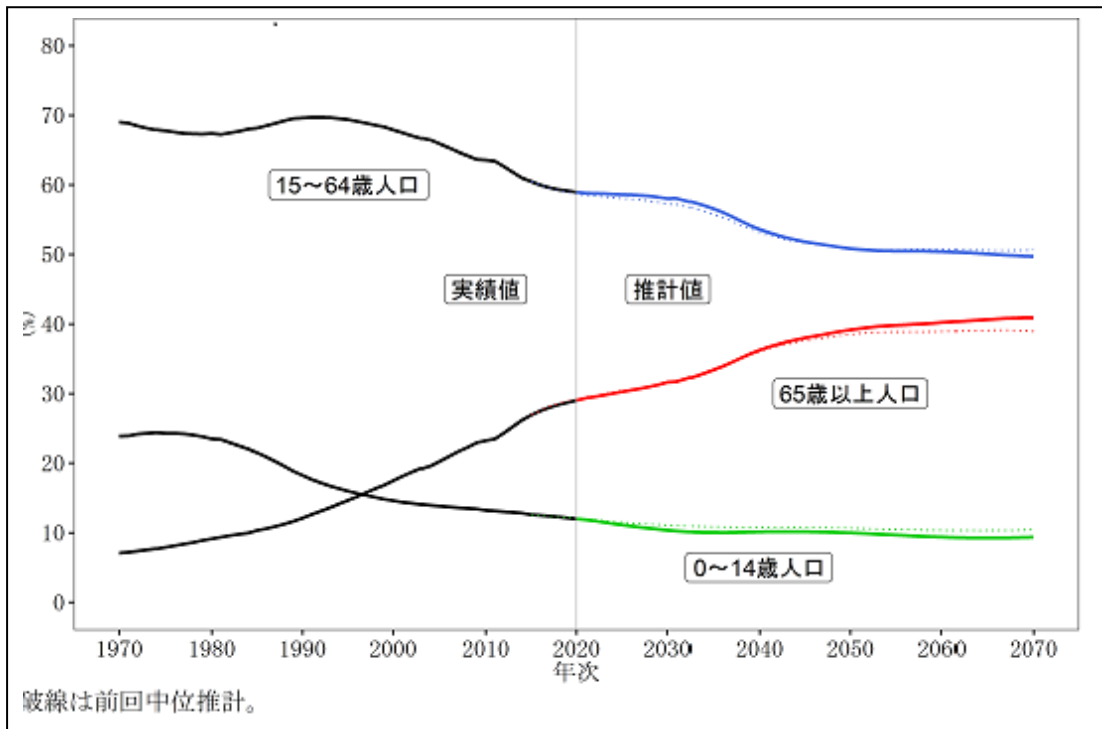
第2章 消費生活をめぐる現状と課題

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1 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3ページ
https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/230529_1.pdf

大阪府の人口は令和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。

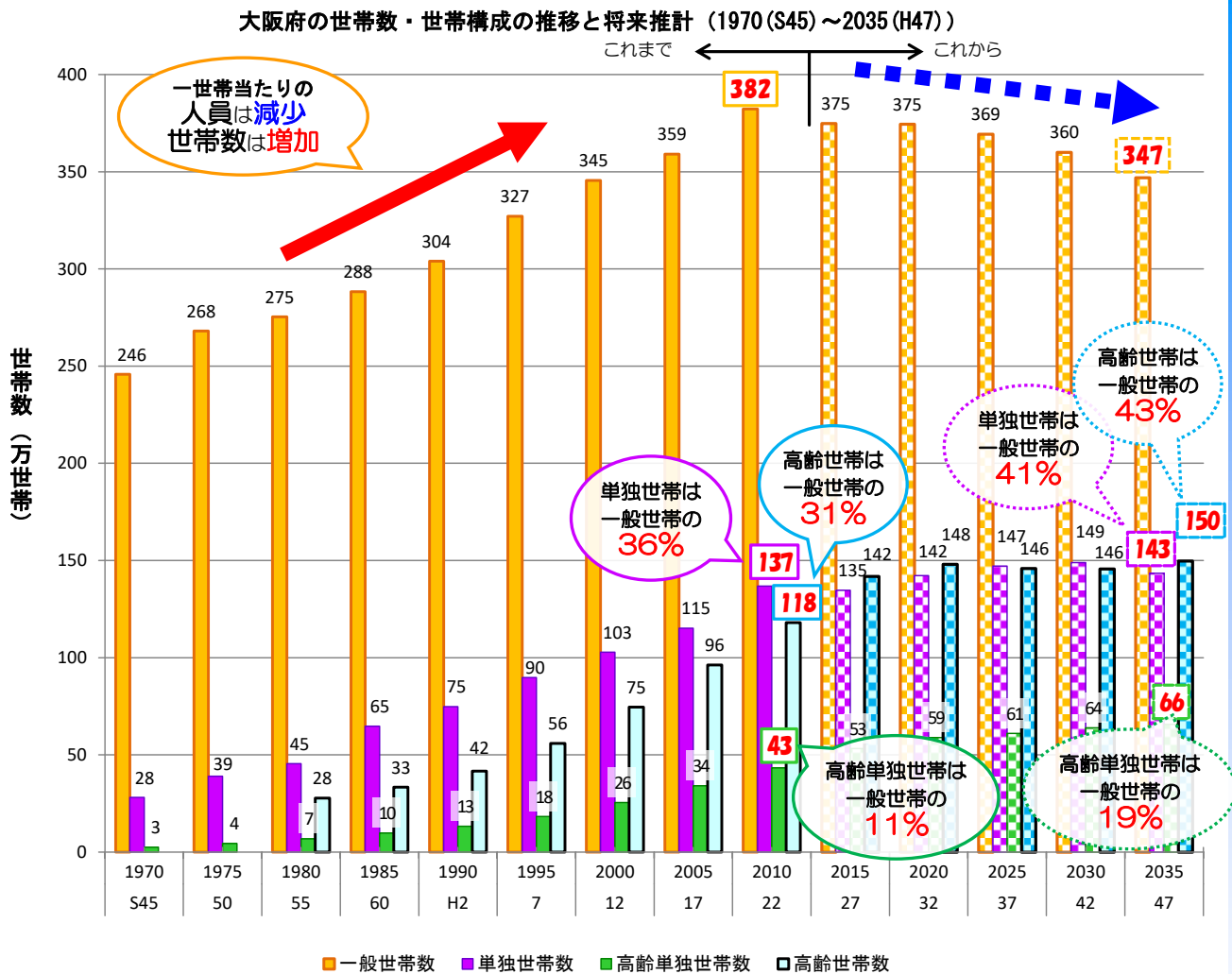
『大阪府の将来推計人口について』(平成30(2018)年8月推計)によると、令和27(2045)年には748万人となり、30年間で136万人の急激な減少が見込まれています。

特に、世代別人口の構成比を見ると、令和27(2045)年には、高齢者(65歳以上)が全体の36.2%を占めると見込まれます。また、生産年齢人口(15歳~64歳)の割合は減少を続け、令和27(2045)年には、平成27(2015)年の61.3%から53.5%まで減少し、年少人口(0歳~14歳)の割合は、全体の10.3%にまで減少すると予測されています。さらに、高齢者の中でもいわゆる後期高齢者(75歳以上)の人口が平成27(2015)年の105万人から令和27(2045)年には152万人に増加し、人口に占める割合も11.9%から20.4%になると推計されています。

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。

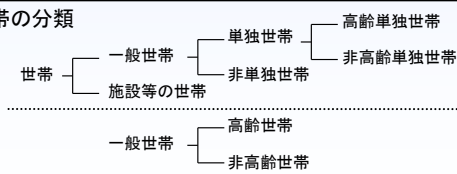
『大阪府人口ビジョン』（平成 28(2016)年 3 月）によると、令和 17(2035)年には、一般世帯のうち単独世帯が 40.8%を占め、高齢単独世帯は、一般世帯の 5～6 世帯にほぼ 1 世帯の割合にあたる 17.4%の 65 万世帯になると見込まれています。

○図表2 大阪府の世帯数・世帯構成



(注) 高齢世帯数のデータは 1980 年(S55)以降とする。

* 世帯の分類



出典：2010(H22)年までは総務省「国勢調査」。将来推計については、大阪府住宅まちづくり部推計。

大阪府政策企画部「大阪府人口減少社会白書「人口減少」の潮流 (H26.3 推計による改訂版)」16 ページ
http://www.pref.osaka.lg.jp/attach/10938/00122693/tyouryuu_26.6.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。

1 (2) 成年年齢の引き下げ

2 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
3 き下げられ、新たに成年となった18歳、19歳の若者は、親権者の同意なく自らの責任
4 において契約を結ぶことができるようになりました。

5 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
6 ンを組む、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
7 も、その契約に対して責任を負うのも自分自身になります。

8 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
9 者の同意が必要ですが、成年の場合は、親権者の同意がなくても、一人で契約ができま
10 す。また、未成年者が親権者の同意を得ずに契約した場合には、民法で定められた「未
11 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、成年に達すると、未
12 成年者取消権も行使できなくなります。

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

17 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
18 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
19 けておくことが重要です。

20 一方、消費者庁が行った「消費者基本調査」(令和3(2021)年度)によると、若者は、
21 SDGsやエシカル消費への関心が高い傾向にあると言われており、将来を担う若者が
22 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。

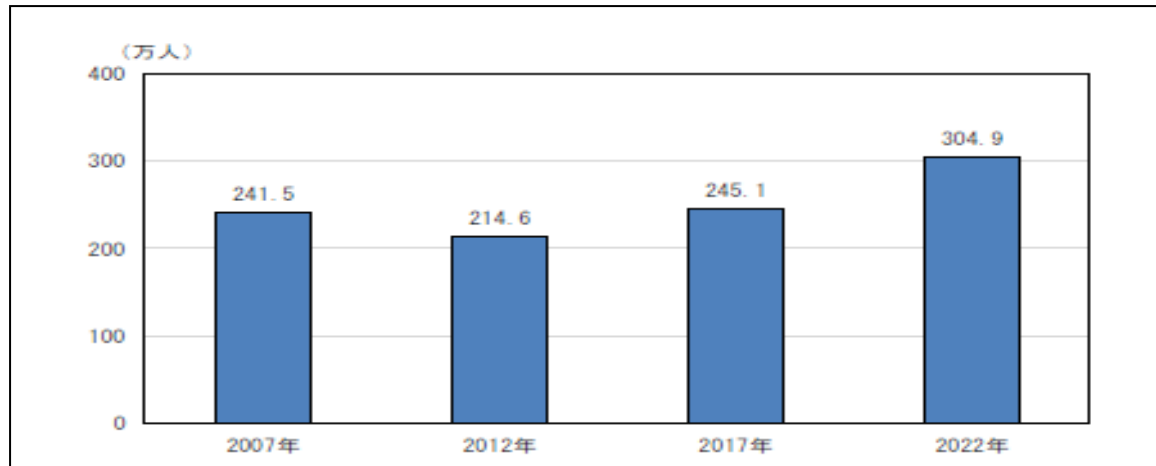
24 (3) 副業・兼業を促進する動き

25 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)
26 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。

27 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
28 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
29 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、
30 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
31 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。

32 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
33 和4年の就業構造基本調査」によりますと、「副業がある者」は約305万人で、5年前に
34 比べ約60万人増加しています。

1 ○図表3 副業がある者の数（非農林業従事者）の推移（2007年～2022年）—全国

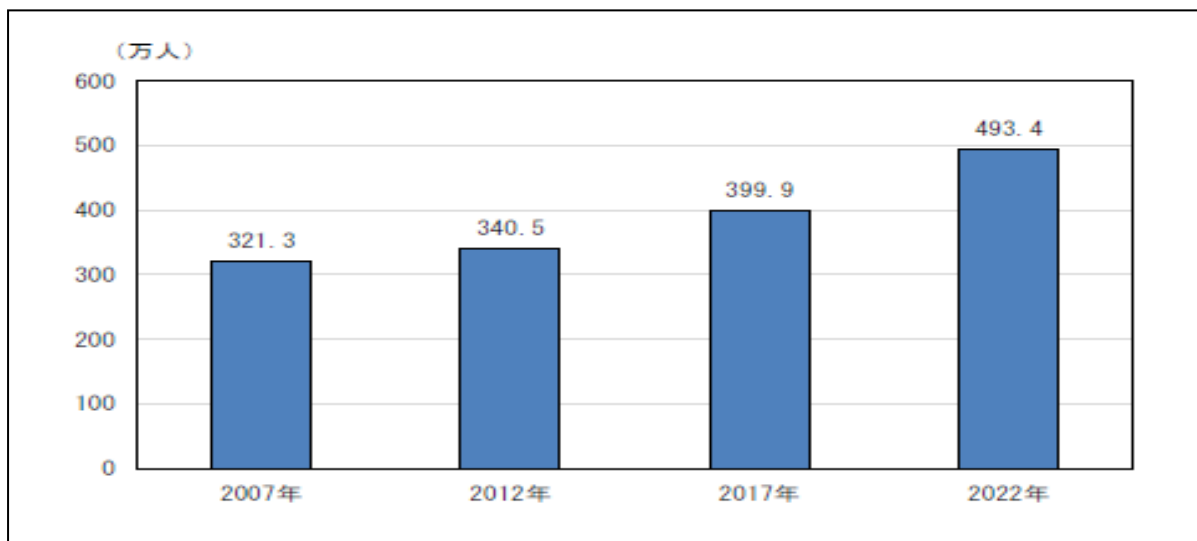


12 総務省「令和4年就業構造基本調査」結果の概要 15 ページ

13 <https://www.stat.go.jp/data/shugyou/2022/pdf/kgaiyou.pdf>

14
15 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
16 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。

17 ○図表4 副業がある者の数（非農林業従事者）の推移（2007年～2022年）—全国



30 総務省「令和4年就業構造基本調査」結果の概要 17 ページ

31 <https://www.stat.go.jp/data/shugyou/2022/pdf/kgaiyou.pdf>

32
33 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、
34 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、
35 その一方で、起業・副業に関する情報商材・オンラインセミナーの契約や転売ビジネス
36 に関するサポート契約を高額で結ばされるなど、若者を中心に様々な被害やトラブルに
37 巻き込まれる可能性も高まります。

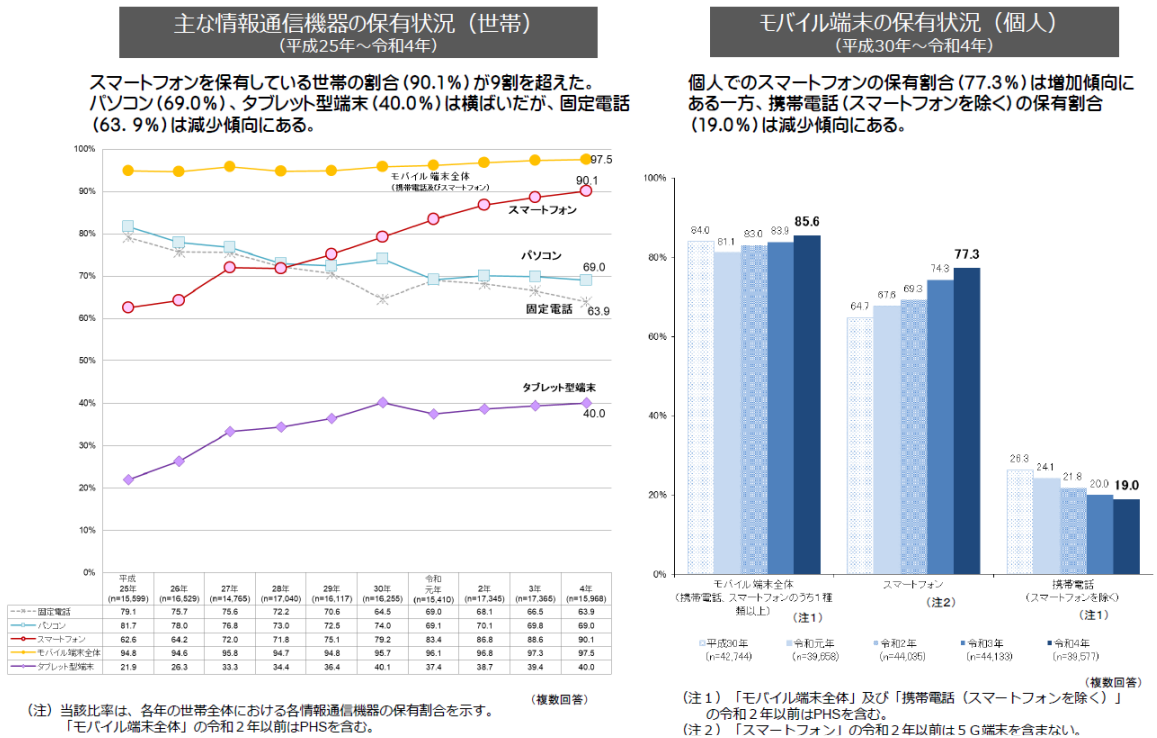
38 39 (4) デジタル化のさらなる進展と取引形態の複雑化・多様化

40 総務省が毎年公表している「通信利用動向調査の結果」の令和5年公表分（令和4
41 (2022)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90.1%に達しま

1 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
 2 2 77.3%となっており、「携帯電話」(19.0%)の保有者の割合よりも58.3ポイント
 3 3 高くなっています。

4 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
 5 5 帯電話」を上回っています。

7 ○図表5 情報通信機器の普及状況



25 総務省「令和4年通信利用動向調査ポイント」2ページ

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

28 経済産業省が取りまとめた「令和4年度デジタル取引環境整備事業(電子商取引に関
 29 する市場調査)」によると、我が国のBtoC電子商取引の市場規模が平成25(2013)年の
 30 11.2兆円から令和4(2022)年には22.7兆円と、10年間で約2倍に増加しています。

31 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
 32 ショッピングについても、令和4(2022)年の二人以上の世帯における「ネットショッ
 33 ping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
 34 す(総務省「2022年家計消費状況調査」)。

35 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
 36 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
 37 ある一方で、インターネットの匿名性、非対面性、操作の容易性等を悪用した詐欺的商
 38 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
 39 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
 40 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

1 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。

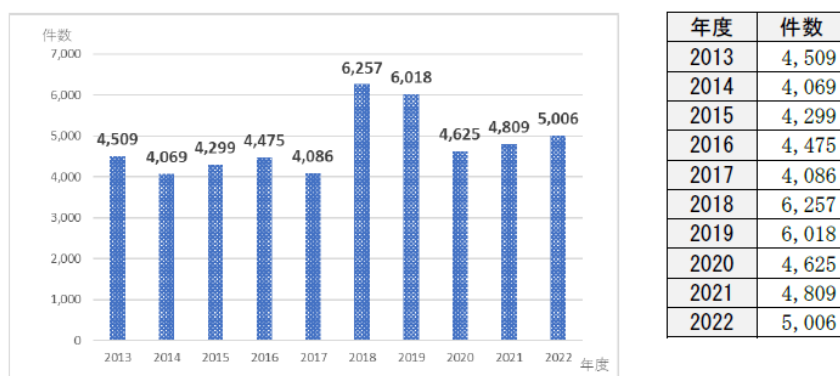
2 3 (5) 消費生活におけるグローバル化の進展

4 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
5 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
6 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。

7 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
8 海外の事業者と越境取引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
9 進展しています。

10 その一方で、海外サイトの中には、詐欺が疑われるショッピングサイトや模倣品を販
11 売するインターネット通販もあり、消費者が被害やトラブルに巻き込まれても、トラブ
12 ル解決が困難な相談事例も少なくありません。

14 図表6 国民生活センター越境消費者センター（CCJ）年度別相談件数



24 独立行政法人国民生活センター「2022年度 越境消費者相談の状況—越境消費者センター（CCJ）
25 より—」2ページ

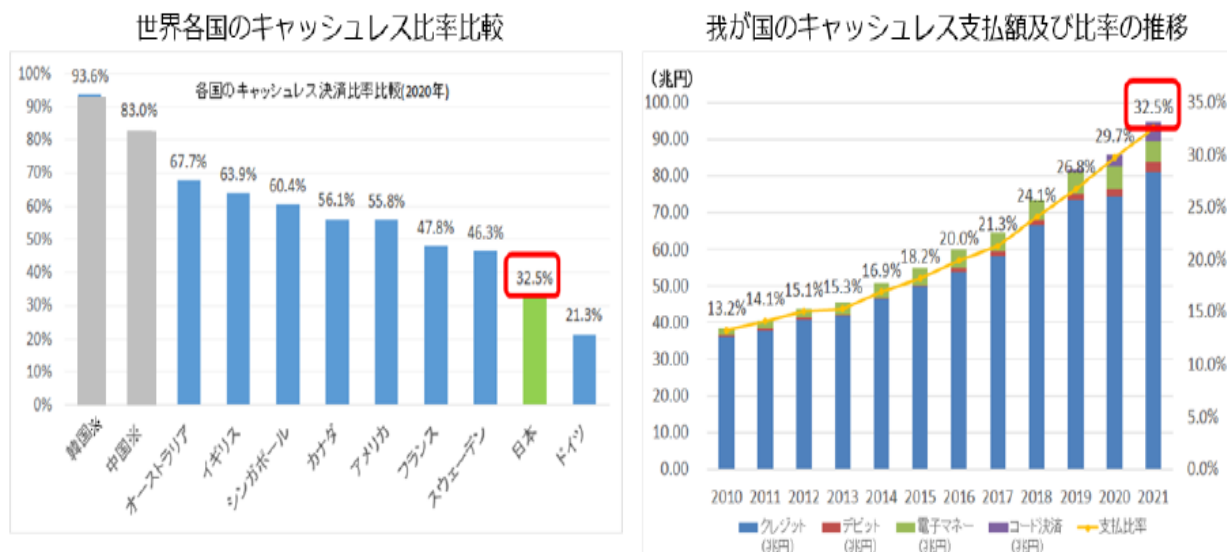
26 https://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20230809_2.pdf

28 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、
29 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
30 による消費者トラブルに遭いやすいと考えられます。

32 (6) キャッシュレス化の進展

33 国は、平成30（2018）年に「キャッシュレス・ビジョン（2018）」を公表し、特に、
34 世界各国の水準と比較すると低調となっていた「キャッシュレス決済比率」（平成30
35 （2018）年18.4%）を「令和7（2025）年6月までに4割程度」という目標を設定し、
36 将来的に世界最高水準の80%をめざして、キャッシュレスに係る各種取組が進められて
37 います。この「キャッシュレス決済比率」は、令和3（2021）年には32.5%にまで高ま
38 っています。

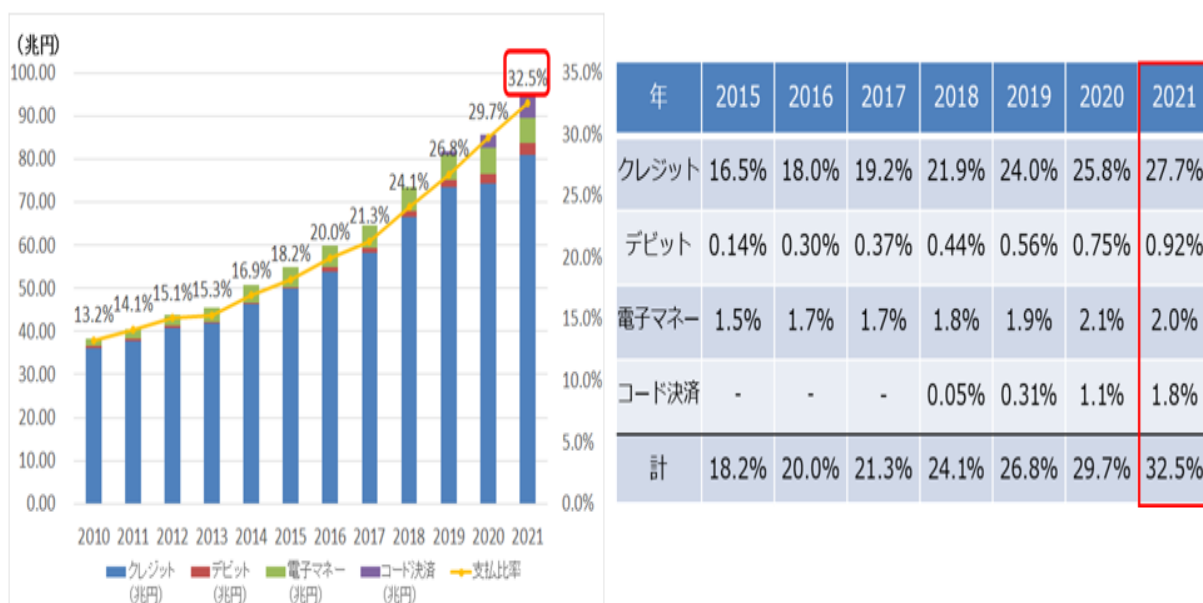
図表7 世界各国のキャッシュレス比率比較 我が国のキャッシュレス支払額及び比率の推移



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」3ページ
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/cashless_future/pdf/20230320_1.pdf

令和3（2021）年時点での我が国のキャッシュレス決済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 87%を占めています。

図表8 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



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」4ページ
https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_service/cashless_future/pdf/20230320_1.pdf

1 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
2 上がりで増加しています。特にコード決済の増加率が高く、令和 3（2021）年は、令和
3 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
4 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
5 す。

6 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
7 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
8 と考えられます。

9 キャッシュレス化は、支払手続が簡単・迅速である、割引やポイントなどの特典があ
10 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され
11 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という問
12 題や、第三者による不正使用の問題（いわゆる「なりすまし」など）、自然災害等による
13 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問題、キャッシュレスを利用
14 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問題など、
15 消費者保護の観点からの様々な課題があります。

18 (7) 持続可能な開発目標（SDGs）の推進

19 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
20 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
21 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
22 正式に発効した、令和 12（2030）年までの国際目標です。

23 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
24 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
25 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
26 つようにすることなどが盛り込まれています。

27 大阪府では、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
28 の達成に貢献する SDGs 先進都市をめざして取組みを進めており、令和 2（2020）年
29 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「O
30 s a k a S D G s ビジョン」を策定し、また、令和 3（2021）年には、万博に向け府
31 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
32 事化していただくため「大阪 SDGs 行動憲章」を策定しました。

33 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
34 元（2019）年 10 月に食品ロス削減推進法が施行され、「食品ロスの削減の推進に関する
35 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。大阪府では、事業者、
36 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
37 るため、令和 3 年（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。

38 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、政府は令
39 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
40 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

1 は、令和 12（2030）年度の府域の温室効果ガス排出量を 2013 年度比で 40%削減として
2 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。

3 プラスチックの資源循環については、国において令和元年に「プラスチック資源循環
4 戦略」が策定され、令和 2 年 7 月からレジ袋の有料化が始まり、令和 4 年 4 月にはプラ
5 スチック資源循環促進法が施行されました。府においても、おおさかプラスチックごみ
6 ゼロ宣言（平成 31 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
7 るようプラスチックごみ対策を推進しています。

8 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
9 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
10 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
11 社会の形成に積極的に参画することが望まれます。SDGs の達成に向けても、地域の
12 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
13 た、消費者の具体的な行動を促すことが重要です。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



14
15 (出典) 国際連合広報センターホームページ
16

17 (8) 近年における国の消費者行政の動き

18 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
19 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
20 す。また、消費者基本計画に定めた方針に則り、関係省庁等が講ずべき具体的施策が検
21 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
22 消費者基本計画工程表が決定されています。

23 現行の第 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
24 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
25 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
26 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て
27 います。

28 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を

1 次の5本の柱に整理されています。

2 ○消費者被害の防止

3 ○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
4 促進

5 ○「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

6 ○消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施

7 ○消費者行政を推進するための体制整備

8 このうち、「消費者被害の防止」では、靈感商法等の悪質商法の被害の発生を予防し、
9 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
10 「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
11 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。

12 また、消費者のせ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
13 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
14 取引に関する法律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、
15 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
16 購入商法』対策（定期購入でないと誤認させる表示等に対する直罰化など）」「送り付け
17 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既
18 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
19 電磁的方法で行うことを可能にする規定の整備等）」などが盛り込まれています。

20 「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
21 促進」では、食品ロス削減推進法（令和元（2019）年10月施行）及び「食品ロスの削
22 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
23 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
24 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。

25 「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
26 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
27 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
28 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
29 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
30 タル・プラットフォーム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
31 められています。このような動きを受け、消費者庁は、令和3（2021）年6月に消費者
32 基本計画を改定しました。

33 「消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施」では、消費者教育推進法及び同
34 法第9条の規定による基本方針に基づき、消費者教育が体系的・総合的に推進され、誰
35 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
36 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。

37 同基本方針については、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
38 基本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

1 (2023) 年 3 月 28 日に変更の閣議決定が行われました。

2 「消費者行政を推進するための体制整備」については、社会のデジタル化に対応し、
3 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
4 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。

5 具体的には、消費者庁及び国民生活センターにおいて、令和 4（2022）年 6 月に「消
6 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 2022」が公表され、
7 消費生活相談のデジタル化やこれによる業務体制の整備について、めざす将来像とそれ
8 に向けた作業の進め方の計画が示されました。

9 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
10 現場や有識者からの意見・知見を聴取し、消費生活相談のデジタル化の具体化に向けた
11 検討が進められています。

12
13

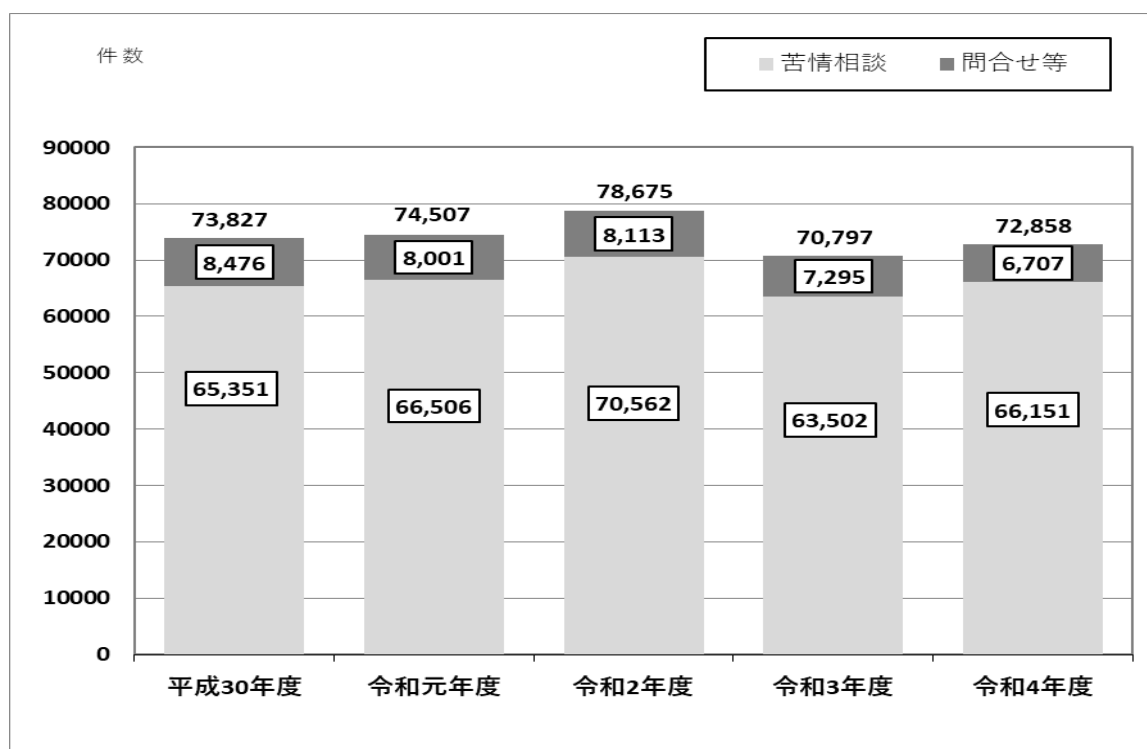
14 2. 府における消費者相談等の状況

15 (1) 府内消費生活相談窓口寄せられた消費生活相談の概要

16 [1] 消費生活相談件数の推移

17 令和 4(2022)年度に大阪府内の消費生活相談窓口が受け付けた相談件数は 72,858 件で、
18 この 5 年間で、70,000 件から 78,000 件程度で推移しています。

19 ○図表5 相談件数の推移



20
21 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

22
23 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増加傾向が
24 見られ、平成 30(2018)年度の約 7,400 件から令和 4(2022)年度は約 8,700 件となっていま

す。また、全相談件数に占める割合は 10%から 12%で推移しており、概ね横ばいとなっ
ています。

65 歳以上が契約当事者の相談件数は、平成 30(2018)年度以降、概ね横ばいであり、約
19,000 件から、21,000 件で推移しています。全相談件数に占める割合も横ばいであり、
概ね 30%で推移しており、全相談の概ね 3 件に 1 件を占めており高い割合となっていま
す。

○図表6 契約当事者の年代別件数

契約当事者		平成30年度		令和元年度		令和2年度		令和3年度		令和4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	1,500	751	6.2%	1,970	1155	10.1%	2,165	1238	10.9%	1,672	989	9.7%	1,719	866	8.5%
	18歳		289	2.4%		361	3.2%		356	3.1%		306	3.0%		351	3.4%
	19歳		460	3.8%		454	4.0%		571	5.0%		377	3.7%		502	4.9%
20歳代	20～29歳		5,967	48.9%		6,677	58.4%		7,456	65.7%		6,932	68.3%		7,031	69.1%
30歳代	30～39歳		6,846	56.1%		7,296	63.8%		7,727	68.1%		6,648	65.5%		6,558	64.4%
40歳代	40～49歳		9,685	79.3%		10,147	88.8%		10,620	93.6%		8,804	86.7%		8,631	84.8%
50歳代	50～59歳		9,597	78.6%		10,471	91.6%		11,546	101.7%		10,814	106.5%		11,559	113.6%
60歳代	60～64歳		4,321	35.4%		4,314	37.7%		4,752	41.9%		4,206	41.4%		4,787	47.0%
	65～69歳	21,870	4,941	40.5%	20,246	4,205	36.8%	21,134	4,327	38.1%	19,745	3,937	38.8%	20,673	4,093	40.2%
70歳代	70～74歳		5,799	47.5%		5,653	49.5%		6,228	54.9%		5,678	55.9%		5,660	55.6%
	75～79歳		5,013	41.1%		4,543	39.7%		4,480	39.5%		4,074	40.1%		4,394	43.2%
80歳以上	80～84歳		3,902	32.0%		3,674	32.1%		3,875	34.1%		3,754	37.0%		3,964	39.0%
	85歳以上		2,215	18.1%		2,171	19.0%		2,224	19.6%		2,302	22.7%		2,562	25.2%
その他(団体等)			1,831	15.0%		1,957	17.1%		1,923	16.9%		1,820	17.9%		1,724	16.9%
不明			12,210	100.0%		11,429	100.0%		11,352	100.0%		10,156	100.0%		10,176	100.0%
計			73,827	100.0%		74,507	651.9%		78,675	693.0%		70,797	697.1%		72,858	716.0%

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

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7 市町村と府センターの相談件数

年度		平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
相談件数	市町村	65,567	65,105	69,753	63,098	64,470
	大阪府消費生活センター	8,260	9,402	8,922	7,699	8,388
	合計	73,827	74,507	78,675	70,797	72,858
割合	市町村	88.8%	87.4%	88.7%	89.1%	88.5%
	大阪府消費生活センター	11.2%	12.6%	11.3%	10.9%	11.5%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	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

1 [2] 相談内容の特徴

2 (ア)内容別の特徴

3 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
4 降、増加傾向が見られ、令和4(2022)年度は6,231件となっています。また、「健康食品」
5 は、令和2(2020)年度をピークに減少傾向にあります。令和4(2022)年度は2,247件
6 で、上位になっています。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
7 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。

8 また、「エステティックサービス」は、平成30(2018)年度以降、増加傾向が見られ、令
9 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
10 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
11 が主な相談内容となっています。

12 通信契約のトラブルは、減少傾向が見られるものの、令和4(2022)年度では、「移動通
13 信サービス」は1,742件、「インターネット接続回線」は1,128件で依然として上位となっ
14 ており、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。

15 その他、「修理サービス」は、平成30(2018)年度以降、減少傾向にあるものの、令和4
16 (2022)年度は1,184件で、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
17 スキューサービス」の高額請求トラブルの相談が多く寄せられ、上位となっています。

18
19 ○図表8 相談の多い商品・役務(上位20位)

順位	商品・役務	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
1	化粧品	1,790	2,868	3,012	3,657	6,232
2	賃貸アパート・マンション	3,191	2,890	2,848	3,034	2,861
3	健康食品	2,347	4,291	4,544	2,144	2,247
4	エステティックサービス	562	654	647	786	1,974
5	工事・建築	2,947	2,555	1,877	1,779	1,782
6	移動通信サービス	2,138	2,087	2,229	2,096	1,742
7	紳士・婦人洋服	909	1,067	1,593	1,612	1,470
8	修理サービス	1,446	1,233	1,359	1,203	1,184
9	インターネット接続回線	1,920	1,649	1,494	1,405	1,128
10	電気	1,242	1,320	923	990	1,072
11	自動車(自動二輪を含む)	988	967	967	940	942
12	金融関連サービスその他	614	602	653	700	858
13	フリーローン・サラ金	1,123	936	707	674	784
14	内職・副業	483	526	540	971	770
15	アダルト情報サイト	1,427	984	1,022	944	748
16	携帯電話	906	915	956	807	733
17	医療サービス	540	570	570	713	713
18	出会い系サイト・アプリ	688	678	791	802	685
19	行政サービス	582	603	1,230	643	643
19	放送	1,361	1,159	668	540	643
	その他	46,604	45,932	50,006	44,322	43,615
	総相談件数	73,808	74,486	78,636	70,762	72,826

20 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

1 令和4(2022)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、
 2 40歳代から84歳以下で最も多くなっており、どの年齢層においても上位となっています。18
 3 歳から30歳代未満では、エステティックサービスに関する相談が最も多く、内職・副業に関
 4 する相談が上位となっています。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
 5 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
 6 ています。

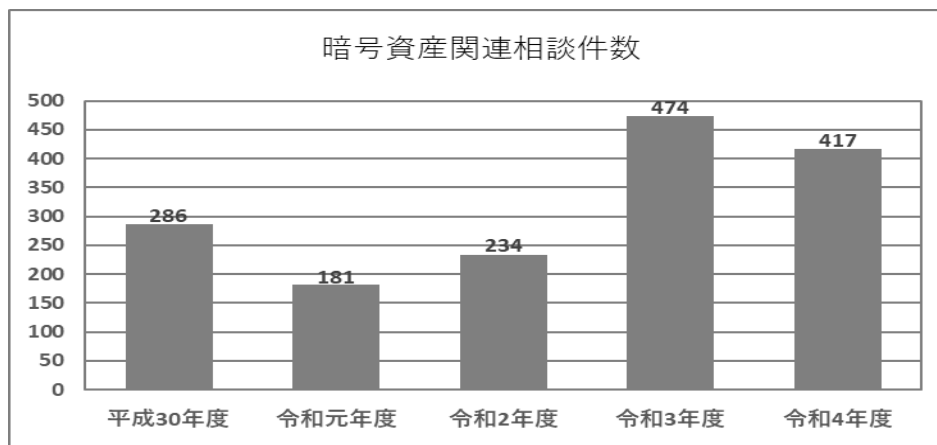
8 ○図表9 契約当事者年代別 相談の多い商品・役務【上位5位】

契約当事者	年代 細区分	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		
		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	865	350	502	7,027	6,555	8,625	11,556	4,786	4,090	5,660	4,387	3,962	2,562	
商品・役務	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	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	化粧品	健康食品
		296	43	85	1,207	579	854	1,570	733	674	670	372	225	162	
	2	化粧品	紳士・婦人洋服	出会い系サイト・アプリ	賃貸7パート・マンション	化粧品	賃貸7パート・マンション	健康食品	健康食品	健康食品	健康食品	移動通信サービス	工事・建築	健康食品	工事・建築
		122	17	36	533	318	417	454	220	183	180	167	163	107	
	3	健康食品	化粧品	化粧品	内職・副業	エステティックサービス	紳士・婦人洋服	賃貸7パート・マンション	工事・建築	移動通信サービス	工事・建築	移動通信サービス	工事・建築	工事・建築	新聞
		76	16	33	363	312	294	384	133	96	177	149	155	97	
	4	アダルト情報サイト	健康食品	内職・副業	化粧品	紳士・婦人洋服	健康食品	紳士・婦人洋服	移動通信サービス	アダルト情報サイト	健康食品	健康食品	移動通信サービス	移動通信サービス	化粧品
		45	15	24	189	190	286	330	113	93	153	112	123	96	
	5	娯楽等情報配信サービス	出会い系サイト・アプリ	紳士・婦人洋服	出会い系サイト・アプリ	健康食品	工事・建築	移動通信サービス	賃貸7パート・マンション	工事・建築	修理サービス	金融関連サービスその他	電気	修理サービス	
		31	15	15	174	147	188	297	106	91	112	88	97	76	

9 備考：「令和4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
 10

11
 12 また、暗号資産関連の相談は、増加傾向であり、令和4(2022)年度は417件でした。相
 13 談内容は、暗号資産交換業との取引などの金融関連サービスやファンド型投資商品に関する
 14 トラブルなど、暗号資産に便乗した詐欺的な儲け話や投資話が主な内容でした。

15
 16 ○図表10 暗号資産関連相談件数



17
 18 備考：「令和4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

1 (イ)販売方法別の特徴

2 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
 3 せられており、うちインターネット通販が令和4(2022)年度においては、概ね80%占めて
 4 います。次いで「店舗購入」、「訪問販売」の順で、減少傾向となっています。

6 ○図表11 販売購入形態別相談件数

販売購入形態	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
通信販売	23,082	26,098	31,004	27,071	29,254
(うちインターネット通販)	(15,775)	(19,104)	(23,209)	(20,164)	(22,475)
店舗購入	20,399	19,746	17,904	16,389	16,943
訪問販売	7,534	7,299	6,500	6,101	5,370
電話勧誘販売	3,182	2,868	2,887	2,508	2,474
マルチ・マルチまがい	750	836	782	734	495
その他無店舗販売	726	729	556	527	478
訪問購入	560	394	415	433	457
ネガティブ・オプション	209	249	657	516	377
不明・無関係	17,366	16,267	17,931	16,483	16,975
計	73,808	74,486	78,636	70,762	72,823

7 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

9
 10 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、大幅
 11 な増加傾向にあります。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
 12 のトラブルが多く寄せられています。

14 ○図表12 インターネット通販の相談内容

商品・役務	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
化粧品	1,189	2,218	2,244	2,804	5,265
健康食品	1,496	3,331	3,569	1,342	1,497
紳士・婦人洋服	569	760	1,184	1,260	1,137
アダルト情報サイト	1,290	878	902	817	633
出会い系サイト・アプリ	591	557	643	623	521
その他	11,532	11,760	14,984	13,318	13,422
計	16,667	19,504	23,526	20,164	22,475

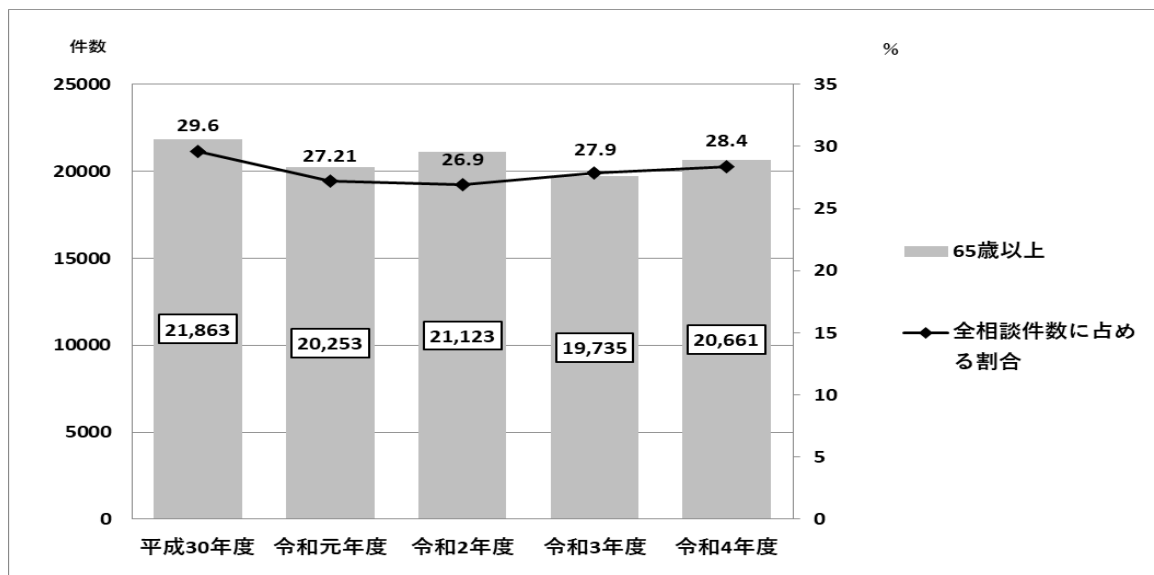
15 備考：「各年度の大阪府及び府内市町村の消費生活相談の概要」より抽出

1 [3] 契約当事者の年代別の相談の特徴

2 (ア)65歳以上の高齢者

3 65歳以上が契約当事者の相談件数は、平成30(2018)年度以降、概ね横ばいであり、約
4 19,000件から、21,000件で推移しています。全相談件数に占める割合も横ばいであり、
5 概ね30%で推移しており、全相談の概ね3件に1件を占めており高い割合となっています。
6

7 ○図表13 高齢者の相談件数と全相談件数に占める割合(65歳以上)



8 備考：「令和4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
9

10
11 令和4(2022)年度の商品・役務別の最も多い相談は、「化粧品」の2,037件ですが、「社
12 会保険」(523件)や「新聞」(514件)が、全相談件数に占める65歳以上の割合がそれぞれ
13 74.6%、64.0%と、非常に高くなっています。
14

15 ○図表14 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65歳以上	
			件数	全体に占める割合
	総件数	72,823	20,661	28.4%
1	化粧品	6,231	2,037	32.7%
2	健康食品	2,247	773	34.4%
3	工事・建築	1,782	697	39.1%
4	移動通信サービス	1,742	619	35.5%
5	修理サービス	1,184	410	34.6%
6	社会保険	523	390	74.6%
7	電気	1,072	347	32.4%
8	インターネット接続回線	1,128	344	30.5%
9	新聞	514	329	64.0%
10	放送	643	314	48.8%

16 備考：「令和4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
17

令和4(2022)年度の販売購入形態別の相談状況を見ると、「訪問購入」、「訪問販売」については、全相談件数に占める割合が、それぞれ59.1%、45.6%と非常に高くなっています。これは、他の年代層と比べ、在宅機会が多いことが要因の一つと考えられます。

件数では、「通信販売」(7,308件)が最も多く、次いで「店舗購入」(4,050件)が多く寄せられました。

○図表15 高齢者の相談の多い販売形態

販売形態	全体	うち	全体に占める割合
		65歳以上	
総件数	72,823	20,661	28.4%
通信販売	29,254	7,308	25.0%
店舗購入	16,943	4,050	23.9%
訪問販売	5,370	2,448	45.6%
電話勧誘販売	2,474	873	35.3%
訪問購入	457	270	59.1%
その他無店舗	478	193	40.4%
ネガティブオプション	377	119	31.6%
マルチ・マルチまがい	495	68	13.7%
不明	16,975	5,332	31.4%

備考：「令和4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年間において約590件から約690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16 認知症等の高齢者に関する相談件数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
認知症等の高齢者に関する相談件数	629	695	591	605	619
契約者が相談者と同一	123	139	127	142	136
契約者が相談者と異なる	498	548	459	459	482
無回答(未入力)	8	8	5	4	1

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

1 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
 2 上の相談者では、その割合がさらに高くなり 90%以上となっています。

3

4 ○図表 17 65 歳以上の高齢者の相談先別相談件数

相談者 年齢区分	平成30年度			令和1年度				
	件数		割合	件数		割合		
65歳未満	相談先		51,957	100.0%	相談先		54,233	100.0%
	内訳	府センター	6,081	11.7%	内訳	府センター	7,196	13.3%
		市町村	45,876	88.3%		市町村	47,037	86.7%
65歳以上	相談先		21,870	100.0%	相談先		20,246	100.0%
	内訳	府センター	2,179	10.0%	内訳	府センター	2,206	10.9%
		市町村	19,691	90.0%		市町村	18,040	89.1%

相談者 年齢区分	令和2年度			令和3年度				
	件数		割合	件数		割合		
65歳未満	相談先		57,540	100.0%	相談先		51,052	100.0%
	内訳	府センター	6,735	11.7%	内訳	府センター	5,817	11.4%
		市町村	50,805	88.3%		市町村	45,235	88.6%
65歳以上	相談先		21,134	100.0%	相談先		19,745	100.0%
	内訳	府センター	2,187	10.3%	内訳	府センター	1,882	9.5%
		市町村	18,947	89.7%		市町村	17,863	90.5%

相談者 年齢区分	令和4年度			
	件数		割合	
65歳未満	相談先		52,185	100.0%
	内訳	府センター	6,267	12.0%
		市町村	45,918	88.0%
65歳以上	相談先		20,673	100.0%
	内訳	府センター	2,121	10.3%
		市町村	18,552	89.7%

5

6 ※大阪府内における 65 歳未満、65 歳以上の相談者の各年度相談件数。

7

8 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

7

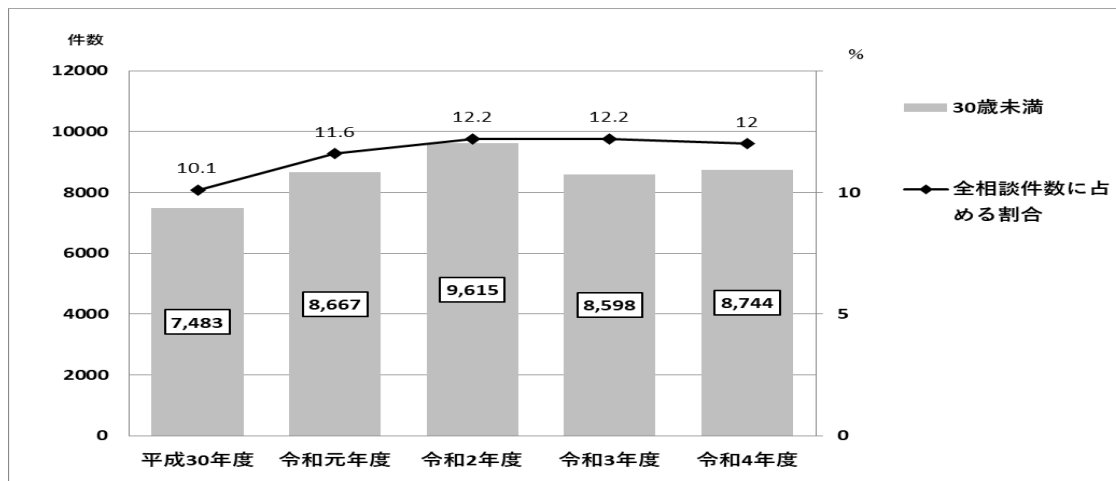
8

1 (イ)若年者層の相談の特徴

2 30歳未満の若者が契約当事者の相談件数は増加傾向が見られ、平成30(2018)年度の7,483
 3 件から令和4(2022)年度は8,744件となっています。また、全相談件数に占める割合は10%
 4 から12%で推移しており、概ね横ばいとなっています。

5

6 ○図表18 若者の相談件数と全相談件数に占める割合(30歳未満)



7

8 備考:「令和4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

9

10 令和4(2022)年度の商品・役務別の相談状況を見ると、「エステティックサービス」
 11 (1,344件)と「インターネットゲーム」(354件)は、全相談件数に占める30歳未満の割
 12 合が、共に68.1%と非常に高くなっています。

13 件数では、「エステティックサービス」が最も多く1,344件、次いで「賃貸アパート・
 14 マンション」が556件、「内職・副業」が406件となっています。

15

16 ○図表19 若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30歳未満				全体に占める割合
			うち30歳未満	うち19歳	うち18歳	うち18歳未満	
	総件数	72,823	8,744	502	350	865	12.0%
1	エステティックサービス	1,975	1,344	85	43	9	68.1%
2	賃貸アパート・マンション	2,860	556	10	12	1	19.4%
3	内職・副業	779	406	24	14	5	52.1%
4	化粧品	6,231	360	33	16	122	5.8%
5	インターネットゲーム	520	354	10	4	296	68.1%
6	出会い系サイト・アプリ	685	233	36	15	8	34.0%
7	紳士・婦人洋服	1,470	214	15	17	19	14.6%
8	健康食品	2,247	207	14	15	76	9.2%
9	電気	1,072	152	3	7	0	14.2%
10	娯楽等情報配信サービス	614	150	6	4	31	24.4%

17

18 備考:「令和4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)年度の販売購入形態別の相談状況を見ると、「マルチ・マルチまがい」(212件)については全相談件数に占める30歳未満の割合が42.8%と非常に高くなっています。件数では、通信販売(3,527件)、次いで店舗購入(2,977件)が多く、この3つで20歳代以下全体の70%以上を占めています。

○図表20 若者の相談の多い販売購入形態

販売形態	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	72,823	8,744	502	350	865	12.0%
通信販売	29,254	3,527	225	177	730	12.1%
店舗購入	16,943	2,977	161	103	72	17.6%
訪問販売	5,370	523	25	22	2	9.7%
電話勧誘販売	2,474	353	25	9	2	14.3%
マルチ・マルチまがい	495	212	3	2	0	42.8%
その他無店舗	478	45	2	6	2	9.4%
ネガティブオプション	377	42	3	2	11	11.1%
訪問購入	457	12	3	0	0	2.6%
不明	16,975	1,053	55	29	46	6.2%

備考：「令和4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年4月1日から成年になった18歳または19歳の相談件数は852件で、前年度に比べ169件(24.7%)増加しました。相談全体に占める割合は1.2%となり、ほぼ横ばいとなっています。

○図表21 18歳・19歳の相談件数

	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
18歳・19歳	751	822	926	683	852
全体相談件数	73,808	74,486	78,636	70,762	72,823
全相談件数に占める割合	1.0%	1.1%	1.2%	1.0%	1.2%

備考：「令和4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

1 (ウ)危害及び危険に関する相談の特徴

2 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
3 気等の危害を受けたという相談）は、約 800 件から 1,100 で推移しています。

4 「化粧品」、「健康食品」、「医療サービス」による危害件数が上位を占め、特に化粧品は、
5 平成 30（2018）年度の 138 件から急増して、令和 4（2022）年度は 356 件になっています。

6 ○図表 2 2 危害件数

商品・役務	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
化粧品	138	250	220	289	356
健康食品	108	290	258	74	88
医療サービス	72	75	66	80	88
（うち美容医療）	(36)	(50)	(51)	(60)	(67)
エステティックサービス	21	39	23	39	41
美容院（パーマ）	17	22	24	19	37
歯科治療	12	28	27	34	30
（うち美容医療）	(0)	(2)	(1)	(3)	(5)
外食	32	29	13	16	25
整体	3	2	3	22	25
洗濯用洗剤	8	11	6	11	22
賃貸アパート・マンション	13	19	25	12	20
その他	378	388	341	328	318
計	802	1,153	1,006	924	1,050

7 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

8
9
10 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、減少傾向
11 が見られ、令和 4（2022）年度は 182 件となっています。

12 ○図表 2 3 危険件数

商品・役務	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度
自動車（自動二輪を含む）	22	29	27	22	20
調理食品	7	8	8	3	8
家具類	4	6	4	3	7
ヘアケア用具	5	3	8	7	7
電子レンジ類	10	2	3	5	7
室内照明器具	3	1	4	2	6
ルームエアコン	6	2	3	2	5
菓子類	8	2	1	1	5
魚介類	2	2	1	5	5
扇風機	3	2	2	2	4
工事・建築	1	7	2	3	4
その他	178	141	145	120	104
計	249	205	208	175	182

13 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

1 (2) 特殊詐欺の発生状況

2 「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
 3 金口座への振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、振り込め詐欺（オ
 4 レオレ詐欺 ※10）、架空請求詐欺、融資保証金詐欺及び還付金等詐欺 ※12）及び振り込め詐欺
 5 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、
 6 異性との交際あっせん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。

7 令和 4（2018）年の全国の特特殊詐欺認知件数は 17,570 件で、前年に比べて 21.2%増加しま
 8 した。被害額は 370.8 億円で、前年に比べて 31.5%増加し、依然として深刻な情勢となつて
 9 おります。

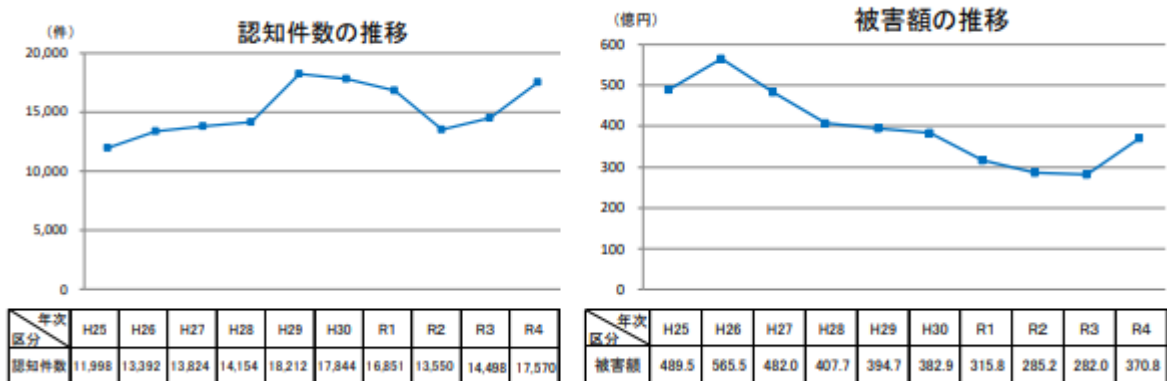
10 オレオレ詐欺が認知件数 4,287 件、被害額 129.3 億円、架空料金請求詐欺が認知件数 2,922
 11 件、被害額 101.8 億円、還付金詐欺が認知件数 4,679 件、被害額 53.7 億円でした。

12 オレオレ詐欺、架空料金制空詐欺、還付金詐欺の被害額、認知件数全てにおいて前年から
 13 増加しています。

14 被害金交付形態別の認知状況では、被害者と直接面した犯行の認知件数は 55.4%と最も高
 15 く、振込型の認知件数は 34.5%となりました。

16 また、高齢者被害の認知件数は 15,114 件で、法人被害を除いた総認知件数に占める割合
 17 は 86.6%となり、高齢女性の被害認知件数は 11,559 件で法人被害を除いた総認知件数に占
 18 める割合は 66.2%と高い割合を占めました。

20 ○図表 25 令和 4 年の特殊詐欺認知・検挙状況等について

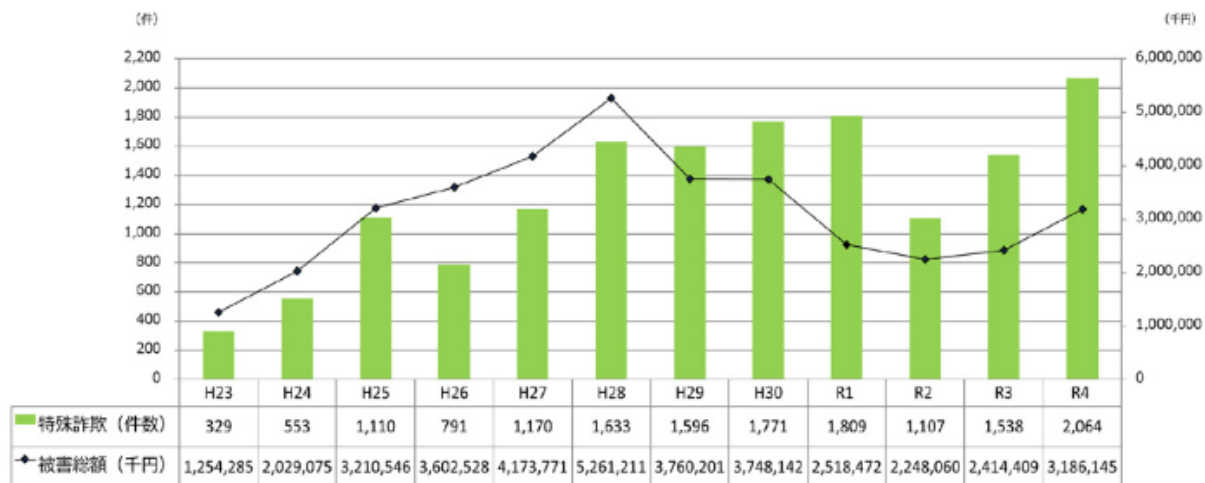


21 備考：警察庁「令和 4 年の特殊詐欺認知・検挙状況等について（確定値版）」1 ページより抽出

22 https://www.npa.go.jp/bureau/criminal/souni/tokusyusagi/tokushusagi_toukei2022.pdf

23
 24
 25 同様に府内について見ると、令和 4（2022）年中の特特殊詐欺認知件数は 2,064 件、被害額は
 26 約 31.8 億円で、認知件数、被害額ともに前年から増加しています。

1 ○図表 26 大阪府下の特殊詐欺認知件数と被害額の推移



2
3 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」
4 <https://www.police.pref.osaka.lg.jp/seikatsu/tokusyusagi/hassei/8670.html>

5
6

1 (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

2 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
 3 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
 4 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。）^(※27) や、消費者の自主的
 5 かつ合理的な選択を阻害する表示や景品等を規制する不当景品類及び不当表示防止法（以下
 6 「景品表示法」という。）^(※31)、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
 7 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
 8 を行っています。

9 ○図表26 関係法令に基づく悪質事業者への処分・指導
 10 《特定商取引法及び府条例並びに景品表示法に基づく処分・指導件数》（単位：件）
 11

		H29	H30	R1	R2	R3	R4	
特定 商 取 引 法	内 訳	行政処分合計	69	131	176	141	81	94
		国による処分	32	58	89	89	41	34
		都道府県による処分	37	73	87	52	40	60
		大阪府による処分	0	4	12	3	0	0
		業務停止命令	0	1	3	1	0	0
		指示	0	1	4	1	0	0
	業務停止命令（*1）	—	2	5	1	0	0	
	大阪府 消費者 保護条例	公表（*2）	1		0	0	0	0
		勧告（行政指導）	1	3	0	3	0	0
		指導（行政指導）（*3）	1	1	7	0	2	86
景 品 表 示 法	内 訳	行政処分合計	58	55	55	41	45	47
		国による措置命令	50	46	40	33	41	41
		都道府県による処分（*4）	8	9	15	8	4	6
		大阪府による処分（措置命令）	0	6	6	0	0	1
		大阪府による行政指導	5	12	10	5	6	89

12 *1 特定商取引法に基づく業務禁止命令は、H29.12.1 から施行（実際の処分は H30～）

13 *2 大阪府消費者保護条例第 29 条第 1 項第 1 号に基づく公表

14 *3 大阪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。

15 *4 景品表示法に基づく都道府県の H26-27 の処分は指示、H28 以降は措置命令
 16

17 (4) 消費生活センター以外の相談窓口の受付状況

18 府が消費生活センター以外で令和 4（2022）年度に受け付けた相談件数は以下のとおりです。

- 19 ○「住宅相談」都市整備部住宅建築局居住企画課 2,435 件
- 20 ○「悪質商法 110 番」警察本部生活安全部生活経済課 392 件
- 21 ○「医療相談」健康医療部保健医療室保健医療企画課 806 件
- 22 ○「外国人相談」府民文化部都市魅力創造局国際課 1,624 件
- 23 ○「府政相談」府民文化部府政情報室 15 件

3. 大阪府消費者基本計画（第2期）期間中における取組実績と課題

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が、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です。

[2] 消費者への情報提供

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年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必要です。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」のように紙媒体でのチラシやリーフレット等によ

○大阪府ホームページ「消費生活事典」のアクセス件数

R1	R2	R3	R4
42,486	49,863	29,932	24,213

1 　　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
2 　　かなアプローチが必要です。

4 <基本目標 2 消費者の自立への支援>

5 [1] 高度情報通信社会への対応

6 　　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
7 　　ネー決済やQR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
8 　　バー空間は国民の日常生活の一部になっています。

9 　　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
10 　　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
11 　　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
12 　　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
13 　　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。

14 　　このような中、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
15 　　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
16 　　ー犯罪被害防止教室等を実施しました。

17 　　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
18 　　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
19 　　た。

20 　　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
21 　　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
22 　　年者やデジタルリテラシー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
23 　　や被害の防止に取り組みました。

24 　　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・
25 　　デバイドへの対応）にも努めました。

26 　　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、
27 　　インターネット被害にあ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
28 　　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。

30 [2] 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の推進

31 　　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
32 　　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
33 　　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。

34 　　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
35 　　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
36 　　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
37 　　を促進していくことが求められています。

38 　　これらのことを踏まえ、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、
39 　　具体的な行動を示した「エシカル（倫理的）消費」の理念を、次世代を担う若年者層を
40 　　始め、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

1 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
2 に向けた取組を推進しました。

3
4 ○消費者フェアの様子



○消費者フェアの来場者数推移

R1	R2	R3	R4
3,042	1,942	3,479	4,178

(R2～4はウェブ開催のため、閲覧数)

11 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）
12 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
13 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
14 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」の令和2
15 年度中の策定を進める等、循環型社会（3R（リデュース、リユース、リサイクル））の
16 取組を更に推進しました。

17 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
18 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
19 産物の地産地消を推進しました。

20 今後、事業者にとっては、消費者と共創・協働して社会価値を向上させる経営「消費
21 者志向経営」を進めることが、消費者にとっては、一人ひとりが、人や社会、環境等に
22 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、ますます重要になっています。

23
24 <基本目標3 消費者教育の推進>

25 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
26 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
27 「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
28 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。

29 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
30 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
31 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。

32 具体的には、学校（小学校・中学校・高等学校・支援学校等）等においては、新学習
33 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
34 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
35 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
36 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
37 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み
38 を実施しました。

39 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
40 ィア活動のリーダー（大阪府消費者教育学生リーダー）の養成やボランティア活動の支
41 援等を行いました。

1 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
 2 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、
 3 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
 4 進しました。

5 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
 6 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
 7 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
 8 費者教育を推進することが重要です。

10 ○消費のサポーター登録者数の推移

R1	R2	R3	R4
168	207	206	187

○大阪府消費者教育学生リーダー登録者数

R1	R2	R3	R4
32	13	38	25

14 ○ミニ講座等実施回数の推移

	R1	R2	R3	R4
実施回数	152	15	31	55
受講者数	3524	307	753	1276

20 <基本目標4 消費生活相談体制の充実>

21 [1] 消費生活相談体制の充実・強化

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

○大阪府内の4年間の消費生活相談件数の推移

R1	R2	R3	R4
74,507	78,675	70,797	72,858

26 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
 27 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
 28 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
 29 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
 30 費生活センターの機能強化に取り組みました。

31 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
 32 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
 33 府民への周知強化に努めました。

34 [2] 消費生活センターの周知・啓発

35 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
 36 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
 37 内の消費生活センターや消費者ホットライン188の周知・啓発に努めました。

38 [3] 中核センターとしての府の役割

39 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
 40 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

成年年齢を 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】

「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
H30	13	164	8%	6	106	6%	0	43	0%	0	1	0%	19	314	6%
R1	160	178	90%	88	105	84%	39	41	95%	1	1	100%	288	325	89%
R2	171	176	97%	85	109	78%	35	43	81%	1	1	100%	292	329	89%
R3	171	176	97%	90	109	83%	36	43	84%	1	1	100%	298	329	91%
R4	155	171	91%	85	109	78%	35	48	73%	1	1	100%	282	340	83%

成年年齢の引き下げにより、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、SDGs やエシカル消費に興味を持ったきっかけは「学校の教育」と回答した若者が多く、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

1 援・調整

- 2 ・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
- 3 ・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
- 4 ・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
- 5 設定

6 **【重点取組2における参考指標】**

7 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

8 年度	9 設置市	10 (累計)	11 比率
12 H28	13 八尾市、和泉市、交野市	14 (3市)	15 7.0%
16 H29	17 豊中市、岸和田市	18 (5市)	19 11.6%
20 H30	21 門真市、箕面市、大阪市	22 (8市)	23 18.6%
24 R1	枚方市	(9市)	20.9%
R3	貝塚市	(10市)	23.2%
R4	富田林市、摂津市、泉佐野市	(13市)	30.2%
R5	池田市	(14市)	32.6%

19 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
20 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
21 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、地域コミュニティの再生が
22 課題となっており、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
23 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重要です。

1 第3章 消費者施策の方向性と展開

2 1. 消費者施策の方向性

3 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
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。

5

<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
- 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 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
- 4 裁判外紛争解決手続の利用促進 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 学校現場（小学校・中学校・高等学校・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。また、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「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推進
- 4 金融広報委員会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>

消費者庁及び独立行政法人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・充実に努めます。

- 1 刷新される P I O—N E T（全国消費生活情報ネットワークシステム）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

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、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
消費相談窓口に対する若者の認知度

[2] 重点取組2

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金融広報委員会への協力

【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

消費者庁及び独立行政法人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P I O—N E T（全国消費生活情報ネットワークシステム）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、令和5（2023）年度末に取組内容や整備時期について改めて具体化すると想定されています。

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、施策にいかしていきます。

【検証方法】契約当事者の年齢区分のうち、高齢者及び若年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。

また、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（独法）国民生活センターや（独法）製品評価技術基盤機構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者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。

1 <具体的な取組>

- 2 ・消費生活相談及び苦情処理【府民文化部】
3 ・製品関連被害防止・救済のための商品テスト【府民文化部】
4 ・中核的センター機能充実強化研修【府民文化部】
5 ・国民生活センター研修の受講【府民文化部】
6

7 [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

8 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。

9 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
10 外国人情報コーナー」と連携し、対応します。

11 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、
12 (独法)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
13 トライン」(03-5449-0906)の周知に努めます。

14 <具体的な取組>

- 15 ・府民相談【府民文化部】
16 ・外国人相談の実施【府民文化部】
17 ・医療相談の実施【健康医療部】
18 ・ギャンブル等の依存症相談の実施【健康医療部】
19 ・多重債務者対策【商工労働部】
20 ・大阪府住宅リフォームマイスター制度【都市整備部】
21 ・住宅相談の実施【都市整備部】
22 ・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】
23 ・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】
24 ・建設工事請負契約等に関する相談【都市整備部】
25 ・悪質商法110番の設置【警察本部】
26

27 [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)

28 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
29 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。

30 <具体的な取組>

- 31 ・ウェブサイトの運用【府民文化部】
32 ・消費生活情報の提供【府民文化部】
33

34 (3) 市町村相談体制への支援

35 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
36 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
37 制の充実を支援します。

38 [1] 市町村消費生活相談員等の育成・資質向上等

39 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
40 を弁護士会と共同で行うほか、各種研修会を開催します。

1 <具体的な取組>

- 2 ・市町村相談員総括者研修【府民文化部】
3 ・市町村消費者行政職員等研修会の実施【府民文化部】
4 ・共同事例研究会の実施【府民文化部】
5 ・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】

6
7 **[2] 市町村における消費生活相談業務の支援**

8 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
9 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
10 相談窓口専用ウェブサイト等の活用を図ります。

11 <具体的な取組>

- 12 ・巡回訪問・経由相談の実施【府民文化部】
13 ・市町村相談体制整備支援【府民文化部】
14 ・法律相談の実施【府民文化部】
15 ・大阪府消費者行政推進事業補助金【府民文化部】
16 ・商品テスト事例研究会の実施【府民文化部】
17 ・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】

18
19 **(4) 消費者取引の適正化**

20 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
21 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
22 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。

23 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
24 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
25 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
26 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
27 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
28 ます。

29 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
30 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
31 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
32 す。

33 **[1] 不当な取引行為の防止等**

34 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
35 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
36 行います。

37 <具体的な取組>

- 38 ・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】
39 ・前払式特定取引業者の指導監督等【府民文化部】
40 ・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】

- 1 ・消費者行政関連会議、研修会の出席【府民文化部】
- 2 ・事業者に対する関係法令の説明会の実施【府民文化部】
- 3 ・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】
- 4 ・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】
- 5 ・宅地建物取引の適正指導【都市整備部】

7 **【2】 価格・商品の表示、広告等の適正化**

9 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を要請したり、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。

14 <具体的な取組>

- 15 ・不当景品・不当表示の指導取締り【府民文化部】
- 16 ・家庭用品品質表示の指導取締り【府民文化部】
- 17 ・事業者に対する関係法令の説明会の実施【府民文化部】
- 18 ・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
- 19 【健康医療部】
- 20 ・食品衛生に関する監視指導【健康医療部】
- 21 ・食品表示適正化推進【健康医療部】
- 22 ・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】
- 23 ・適正な計量の確保【商工労働部】

25 **（5）消費者への情報提供**

26 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。

30 その際、府は、広域的な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。

34 ホームページのウェブサイト「消費生活事典」や大阪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。

37 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。

40 <具体的な取組>

- 1 ・ 消費者保護条例に基づく危害防止【府民文化部】
- 2 ・ 消費生活情報の提供【府民文化部】
- 3 ・ ウェブサイトの運用【府民文化部】
- 4 ・ 消費者問題講演会の開催（府市連携事業）【府民文化部】
- 5 ・ 消費者フェアの実施【府民文化部】
- 6 ・ 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】
- 7 ・ 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】
- 8 ・ 災害時等における消費者被害の防止【府民文化部】
- 9 ・ 製品による事故防止の情報提供【府民文化部】
- 10 ・ 福祉サービス第三者評価事業の推進【福祉部】
- 11 ・ 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】
- 12 ・ 感染症の予防に関する知識の普及【健康医療部】
- 13 ・ 救急医療の適正利用【健康医療部】
- 14 ・ 献血意識の高揚【健康医療部】
- 15 ・ 栄養知識の普及【健康医療部】
- 16 ・ 生活習慣病予防に関する知識の普及【健康医療部】
- 17 ・ 医薬品の適正使用の推進【健康医療部】
- 18 ・ 薬物乱用防止対策の推進【健康医療部】
- 19 ・ 医療機器の適正使用【健康医療部】
- 20 ・ 食品衛生知識の普及【健康医療部】
- 21 ・ 健康食品安全対策事業【健康医療部】
- 22 ・ 住居衛生対策事業【健康医療部】
- 23 ・ ギャンブル等依存症に関する知識の普及【健康医療部】
- 24 ・ セーフティネット住宅登録制度【都市整備部】
- 25 ・ 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】
- 26 ・ 住宅瑕疵担保履行法にかかる情報提供【都市整備部】
- 27 ・ 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】
- 28 ・ 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】
- 29 ・ 大阪府住宅リフォームマイスター制度【都市整備部】
- 30 ・ 「大阪・工事監理の星」制度への支援【都市整備部】
- 31 ・ 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】
- 32 ・ 建築物に附属する特定の設備等の安全確保【都市整備部】
- 33 ・ 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】
- 34 ・ 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】

36

37 (6) 個人情報の保護

38 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。

1 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侵害が権利」を条文
2 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。

3 <具体的な取組>

- 4 ・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】
- 5 ・センター内の個人情報の適正管理【府民文化部】

7 (7) 物価安定対策

8 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
9 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
10 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
11 の確保に努めます。

12 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
13 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。

14 <具体的な取組>

- 15 ・生活二法の適正な運用【府民文化部】
- 16 ・府消費者保護条例による緊急措置【府民文化部】
- 17 ・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】
- 18 ・大阪市消費者物価指数の作成【総務部】
- 19 ・青果物価格安定対策事業【環境農林水産部】
- 20 ・中央卸売市場事業【環境農林水産部】
- 21 ・地方卸売市場の運営の指導【環境農林水産部】

23 <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>

24 (1) 高齢者や障がい者の消費者被害の防止

25 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
26 者が消費者被害に遭う事例も、数多く発生しています。

27 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
28 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
29 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
30 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
31 りません。

32 また、障がい者については、「人を信じやすい、疑うことを知らない」「過去の経験を目
33 の前の事態に関連付けたり、応用したりすることが苦手」などの障がいの特性につけ込ん
34 だ悪質な事案も発生しています。

35 このような高齢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
36 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（見守りネ
37 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
38 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
39 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

1 支援します。

2 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
3 提供にも取り組みます。

4 また、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
5 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
6 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。

7 <具体的な取組>

- 8 ・高齢者等の見守り者対象の講座の実施【府民文化部】
- 9 ・消費のサポーター養成・更新講座【府民文化部】
- 10 ・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】
- 11 ・消費生活情報の提供【府民文化部】
- 12 ・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】
- 13 ・「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】
- 14 ・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】
- 15 ・地域権利擁護総合推進事業【福祉部】
- 16 ・日常生活自立支援事業【福祉部】
- 17 ・福祉サービスに関する苦情解決【福祉部】
- 18 ・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】
- 19 ・介護保険制度における相談・苦情解決体制の推進【福祉部】
- 20 ・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】
- 21 ・「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】
- 22 ・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】
- 23 ・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】
- 24 ・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】

26 (2) 若者の消費者被害の防止

27 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
28 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
29 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。

30 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
31 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
32 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
33 な事業者が後を絶ちません。

34 これまでにも、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
35 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、
36 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
37 談も数多く消費生活センターに寄せられています。

38 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
39 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、
40 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

1 に発信していきます。また、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
2 めます。

3 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もなることもあり
4 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
5 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
6 対処していきます。

7 <具体的な取組>

- 8 ・消費生活相談及び苦情処理【府民文化部】
- 9 ・消費生活情報の提供【府民文化部】
- 10 ・若者向け啓発資料の作成【府民文化部】
- 11 ・夏休み若者向け特別啓発事業【府民文化部】
- 12 ・SNSやデジタルサイネージを活用した被害防止のための啓発【府民文化部】
- 13 ・大阪の子どもを守るネット対策事業【福祉部】
- 14 ・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】
- 15 ・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】

17 (3) インターネットを悪用した消費者被害の防止

18 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
19 サイト利用料が未払いである旨の請求メールが届き「法的手続きをとる」などと脅迫され
20 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
21 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
22 欺行為は、ますます悪質化、巧妙化しています。

23 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
24 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
25 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。

26 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
27 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。
28 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
29 いきます。

30 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
31 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。

32 <具体的な取組>

- 33 ・消費生活相談及び苦情処理【府民文化部】
- 34 ・消費生活情報の提供【府民文化部】
- 35 ・中核的センター機能充実強化研修【府民文化部】
- 36 ・市町村相談員総括者研修【府民文化部】
- 37 ・消費者教育講師派遣【府民文化部】
- 38 ・消費のサポーター養成・更新講座【府民文化部】
- 39 ・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】
- 40 ・偽サイト・詐欺サイトに関する情報の提供【府民文化部】

- 1 ・大阪の子どもを守るネット対策事業【福祉部】
- 2 ・「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】
- 3 ・サイバー犯罪に対する指導・取締り【警察本部】
- 4 ・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
- 5 本部】
- 6 ・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】

8 (4) 消費者・事業者間の紛争解決支援

9 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。
10 そのため、相談者や相談内容に応じて、消費生活センターが事業者と消費者との間に入って
11 紛争の解決に努めます。

12 [1] 大阪府消費生活センターによるあっせん

13 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
14 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お手
15 伝い）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
16 門の窓口を紹介します。

17 ＜具体的な取組＞

- 18 ・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】

19 [2] 裁判外紛争解決手続（ADR）の利用促進

20 専門的な判断が必要な場合など、消費生活センターの解決が困難な消費者からの苦情
21 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
22 委員会」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。

23 ＜具体的な取組＞

- 24 ・大阪府消費生活苦情審査委員会の運営【府民文化部】

25 [3] 訴訟への支援

26 大阪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
27 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。

28 ＜具体的な取組＞

- 29 ・訴訟の援助【府民文化部】

31 ＜基本目標 3 消費者教育の推進＞

32 (1) ライフステージに応じた消費者教育の推進

33 消費者教育推進法により学校、大学、地域、家庭、職域等における消費者教育の推進が
34 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
35 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
36 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す。

37 具体的には、学校（小学校・中学校・高等学校・支援学校等）等において、それぞれの
38 発達段階に応じた消費者教育の推進に努めます。

1 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、消費者市民社会の実
2 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。

3 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、
4 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
5 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
6 供等を行うことにより消費者教育を推進していきます。

8 [1] 学校（小学校・中学校・高等学校・支援学校等）等における消費者教育

9 学校における消費者教育については、平成 29(2017)年及び平成 30(2018)年に改訂され
10 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に基づき、児童・生徒の
11 「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
12 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、
13 主体的に学習に取り組む態度を養うことを目標としています。

14 指導にあたっては、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
15 がら、消費者教育の実施に取り組みます。

16
17 (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・
18 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
19 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。

20 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
21 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
22 考え、工夫することなどを指導することとしています。

23
24 (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
25 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
26 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。

27 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
28 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
29 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
30 ています。

31
32 (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
33 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
34 きるよう指導することとしています。

35 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
36 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
37 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
38 としています。

39
40 (エ)〈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

1 しています。

2 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、
3 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
4 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。

5 <具体的な取組>

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

14 [2] 大学等における消費者教育

15 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
16 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
17 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
18 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
19 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
20 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
21 います。

22 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
23 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
24 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
25 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。

26 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
27 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
28 者教育を支援します。

29 <具体的な取組>

- 30 ・大学生期における消費者教育【府民文化部】

32 [3] 地域における消費者教育

33 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
34 ができることが必要であることから、身近な生活の場である地域における消費者教育は
35 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
36 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
37 村職員研修会等の実施などにより、市町村の取り組みを支援していきます。

38 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
39 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。

40 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

1 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
2 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
3 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。

4 また、高等学校等の中退した生徒等への消費者教育の実施方策を検討するとともに、
5 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
6 けの消費者教育の実施方策について検討します。

7 <具体的な取組>

- 8 ・消費のサポーター養成・更新講座【府民文化部】
- 9 ・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】
- 10 ・消費者フェアの実施【府民文化部】
- 11 ・消費者教育講師派遣【府民文化部】
- 12 ・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】
- 13 ・金融広報委員会との連携による金融経済教育（キャッシュレスの推進含む）【府民文化部】

14 15 [4] 家庭等における消費者教育

16 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
17 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
18 くりなどができる場です。

19 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
20 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
21 うことで未然に危害等を回避できる場もあります。消費生活に関する様々な情報を提
22 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
23 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
24 の支援にも努めます。

25 <具体的な取組>

- 26 ・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】
- 27 ・高齢者等の見守り者対象の講座の実施【府民文化部】
- 28 ・消費生活情報の提供（抜粋）【府民文化部】
- 29 ・消費者教育講師派遣【府民文化部】

30 31 [5] 職域における消費者教育

32 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
33 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
34 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。

35 また、従業員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
36 を深めるよう努めることが求められています。

37 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
38 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
39 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。

40 また、従業員が事業活動の中で、高齢者や障がい者等支援が必要な人々に消費者被害

1 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
2 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
3 いきます。

4 <具体的な取組>

- 5 ・事業者等と連携した見守り強化【府民文化部】

7 [6] 消費者団体、事業者及び事業者団体等との連携

8 消費者団体、事業者及び事業者団体等の多様な主体間による情報交換や協議が行われ
9 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
10 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。

12 [7] 消費者教育拠点としての府消費生活センターの活用

13 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
14 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、
15 多様な場における消費者教育の取組を支援します。

16 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
17 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
18 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。

19 <具体的な取組>

- 20 ・消費生活情報の提供【府民文化部】
- 21 ・消費者フェアの実施【府民文化部】
- 22 ・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】

24 [8] 消費者教育の担い手の育成と活用

25 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
26 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
27 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
28 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
29 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。

30 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
31 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
32 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。

33 また、小学校・中学校・高等学校・支援学校等の教職員や、消費者教育講座の講師に
34 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。

36 (ア) 小学校・中学校・高等学校・支援学校等における教職員

37 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
38 深められるよう、研修の充実等に努めます。

39 <具体的な取組>

- 40 ・学校教職員に対する消費者教育研修の実施【教育庁】

1
2 **(イ) 消費生活相談員等**

3 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
4 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を図ります。

5 <具体的な取組>

- 6 ・中核的センター機能充実強化研修【府民文化部】
7 ・市町村相談員総括者研修【府民文化部】
8 ・市町村消費者行政職員等研修会の実施【府民文化部】
9 ・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】

10
11 **(ウ) 実務経験者等**

12 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
13 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。

14
15 **(エ) 地域における消費者教育の担い手**

16 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
17 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。

18 <具体的な取組>

- 19 ・消費のサポーター養成・更新講座【府民文化部】
20 ・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】
21 ・高齢者等の見守り者対象の講座の実施【府民文化部】
22 ・事業者等と連携した見守り強化【府民文化部】
23 ・大学生期における消費者教育【府民文化部】

24
25 **(オ) 消費者教育コーディネーター**

26 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
27 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
28 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
29 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
30 す。

31 <具体的な取組>

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

34
35 **(2) 消費生活に関連する他教育との連携推進**

36 「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
37 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」
38 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、
39 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
40 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
2 **[1] 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の推進**

3 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
4 (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
5 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
6 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
7 められています。

8
9 **(ア) エシカル消費**

10 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
11 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
12 「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
13 で普及啓発し、理解を高めていきます。

14 <具体的な取組>

- 15 ・「エシカル消費」をテーマにした消費者フェアの実施【府民文化部】
- 16 ・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】
- 17 ・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】

18
19 **(イ) 環境教育**

20 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
21 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
22 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
23 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。

24 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、
25 「大阪府地球温暖化対策実行計画 (区域施策編)」では、2030 年度の温室効果ガス排出量
26 の削減目標を 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
27 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。

28 <具体的な取組>

- 29 ・太陽光パネル設置普及啓発事業【環境農林水産部】
- 30 ・グリーン購入の推進【環境農林水産部】
- 31 ・環境教育・環境保全活動の推進【環境農林水産部】
- 32 ・省エネ行動の実践の促進【環境農林水産部】
- 33 ・大阪気候変動適応・普及強化事業【環境農林水産部】
- 34 ・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】
- 35 ・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】
- 36 ・リサイクル社会推進事業【環境農林水産部】
- 37 ・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】
- 38 ・生活排水対策の推進【環境農林水産部】
- 39 ・電動車等の普及促進【環境農林水産部】
- 40 ・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】

- 1 ・脱炭素化に向けた消費行動促進事業【環境農林水産部】
- 2 ・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】
- 3 ・おおさか交通エコチャレンジ推進運動【環境農林水産部】
- 4 ・海岸漂着物等対策推進事業【環境農林水産部】
- 5 ・大阪エコ農業総合推進対策事業【環境農林水産部】

7 (ウ) 食品ロスの削減

8 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
9 費等の各段階において発生しており、平成 27(2015)年 9 月の国連サミットで採択された持
10 続可能な開発のための 2030 アジェンダ 2 において言及されるなど世界的にも大きな課題
11 となっています。

12 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
13 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
14 物処理、食品産業の発展等の観点からの取組も重要です。

15 <具体的な取組>

- 16 ・事業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】
- 17 ・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】
- 18 ・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】

20 (エ) 食育

21 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
22 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
23 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。

24 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
25 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
26 ます。

27 <具体的な取組>

- 28 ・大阪産(もん)ブランド化の推進【環境農林水産部】

30 [2] 金融経済教育

31 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
32 れる中、国民一人ひとりが、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
33 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
34 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
35 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
36 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
37 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
38 な要素です。

39 <具体的な取組>

- 40 ・金融広報委員会との連携による金融経済教育（キャッシュレスの推進含む）【府民文化部】

1
2 **[3] その他**

3 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
4 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、
5 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。

6 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
7 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
8 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
9 観点も重要です。

10 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
11 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
12 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
13 です。

14 <具体的な取組>

- 15 ・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】

16
17 **<基本目標4 消費生活相談体制の充実>**

18 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
19 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
20 費者の権利であるとしています。

21 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
22 談を受けられる体制”が重要であることから、大阪府では、消費者に最も身近な存在である
23 市町村の相談窓口の整備・充実に努めるとともに、広域的で高度な案件に対応できる府の消
24 費生活相談体制の充実に取り組んでいるところです。

25 近年、新型コロナウイルス感染症の発生やデジタル化の進展など、消費者や消費生活相談
26 員を取り巻く環境が大きく変化する中、

- 27 ・対面や電話以外での相談ニーズの高まり
28 ・相談員が出勤しにくい中での相談業務の継続

29 など、消費生活相談に係る新たな課題への対応が求められています。

30 また、消費者庁及び独立行政法人国民生活センターでは、今後の消費生活相談については、

- 31 ・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
32 増加する可能性がある。
33 ・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。
34 ・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
35 る可能性がある。
36 ・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。

37 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
38 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。

39 このデジタル化の一環として、消費者庁及び独立行政法人国民生活センターは、現行のP

1 IO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）の利用を終了し、令和8（2026）
2 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。

3 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
4 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。

5 このうち、広域連携については、全国の地方自治体から多くの意見や質問が消費者庁に寄
6 せられ、令和8（2026）年10月から開始される新システムへの移行と併せて実施することが
7 困難な状況となったことから、消費者庁では、新システムへの移行を先行して実施すること
8 になりました。

9 このため、システム面については、消費者庁及び独立行政法人国民生活センターから情報
10 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、
11 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。

12 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
13 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
14 地域連携が予定されており、令和5（2023）年度末に取組内容や整備時期について改めて具
15 体化すると想定されています。

16 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
17 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
18 置拡大も含めた相談体制の強化を検討します。

19 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
20 最も身近な存在である市町村の相談窓口の整備・充実に努めます。

21 <具体的な取組>

- 22 ・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】
- 23 ・市町村の意見集約と国への要望【府民文化部】
- 24 ・広域的な連携・協力に関する連絡・調整【府民文化部】
- 25 ・チャットボットの運営事業【府民文化部】

26 4. 基本目標（1～4）に関する具体的な施策一覧

27 <基本目標1 消費者の安全・安心の確保>

28 （1）商品・役務の安全性の確保

29 施策名	30 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
食品衛生に関する監視指導	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。 また、府内に流通する食品等を採取し試験検査を実施する。 (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（大阪府中央卸売市場）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 ※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。	健康医療部
食品衛生知識の普及	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。	健康医療部

有害物質を含有する家庭用品の監視取締り	<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>	健康医療部
---------------------	---	-------

1
2
3

(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

施策名	施策の概要	部局
消費生活相談及び苦情処理	<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。 ＜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、消費生活情報「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
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
中核的センター機能充実強化研修	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
国民生活センター研修の受講	(独法)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

4
5

[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、本府においても、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、大阪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き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

1

2

[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/shouhi/ 》	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

4

(3) 市町村相談体制への支援

5

[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
即戦力となる消費者生活相談員の育成・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

1

2

【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) 消費生活オンラインネットワークシステムの運用 (PIO-NET:パオネット 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
大阪府消費者行政推進事業補助金	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	大阪府内における、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
即戦力となる消費者生活相談員の育成・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

3

4

(4) 消費者取引の適正化

5

【1】 不当な取引行為の防止など

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)大阪府内に主たる営業所を置く旅行業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きを行う。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)旅行業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きを行う。	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）	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。 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）。	都市整備部
宅地建物取引の適正指導	宅地建物取引業者に対しての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。 (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	都市整備部

1

2 [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
不当景品・不当表示の指導取締り	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 から大阪府に措置命令等について権限移譲) ※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。	府民文化部

家庭用品品質表示の指導取締り（再掲）	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
事業者に対する関係法令の説明会の実施（再掲）	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
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）	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取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、違反業者を指導する。	健康医療部
食品衛生に関する監視指導（再掲）	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。 また、府内に流通する食品等を採取し試験検査を実施する。 (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（大阪府中央卸売市場）における集中的監視検査	健康医療部
食品表示適正化推進	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。	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

1

2 (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/shouhi/ ≫	府民文化部

消費者問題講演会 (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、大阪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	<p>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。</p> <p>○食育推進事業</p> <p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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』〈ケンカツ テン〉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	<p>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。</p> <p>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。</p>	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。	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	<p>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。</p> <p>(1) 住居衛生に関する相談・情報発信等</p> <p>(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</p> <p>(3) 室内空気中ホルムアルデヒド等の濃度測定</p>	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大阪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るとの情報提供	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、大阪府知事許可・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	府民が安心してリフォームが行えるよう、大阪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	大阪府では、（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

<p>建築基準法及び建築士法に基づく情報提供等</p>	<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) 確認申請手続き等のご案内</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き等を案内 <p>(3) 関連団体の取組み</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 ・（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 ・その他、パンフレットの作成等 	<p>都市整備部</p>
<p>宅地建物取引及び建設工事請負契約に関する啓発</p>	<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>	<p>都市整備部</p>

1
2

(6) 個人情報の保護

施策名	施策の概要	部局
<p>相談事業等を通じての個人情報保護にかかる事業者への注意喚起</p>	<p>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。</p>	<p>府民文化部</p>
<p>センター内の個人情報の適正管理</p>	<p>大阪府個人情報保護条例に基づき、相談業務等の個人情報を適正に管理する。</p>	<p>府民文化部</p>

3
4
5

(7) 物価安定対策

施策名	施策の概要	部局
<p>生活二法の適正な運用</p>	<p>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り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。</p> <p>また、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）</p>	<p>府民文化部</p>
<p>府消費者保護条例による緊急措置</p>	<p>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、売り渡しの勧告を行い、価格の安定及び流通の適正化を図る。</p>	<p>府民文化部</p>

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
中央卸売市場事業	昭和53年5月に開設した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 ・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

1
2 <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 >
3 (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、大阪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みを支援する。	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。 大阪府においても、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	(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。 (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。	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

1

2 (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）	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、消費生活情報「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
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) 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・青年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

1
2
3

(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

1

2 (4) 消費者・事業者間の紛争解決支援

3 [1] 大阪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
大阪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

4

5 [2] 裁判外紛争解決手続きの利用促進

施策	施策の概要	部局
大阪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、大阪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

6

7 [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

1

2 <基本目標3 消費者教育の推進>

3 (1) ライフステージに応じた多様な場における消費者教育の推進

4 [1] 学校(小学校・中学校・高等学校・支援学校等)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) 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、小学生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 [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」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
------------------	--	-----

1

2

[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	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

4

[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
金融広報委員会との連携による金融経済教育（キャッシュレスの推進含む）	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金融広報委員会への協力を行う。	府民文化部

5

6

[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みが推進されるように情報提供や教材等の貸出しを支援する。	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	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
---------------	--	-------

1

2

【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

3

4

【7】 消費者教育拠点としての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

5

6

【8】 消費者教育の担い手の育成と活用

7

（ア）小学校・中学校・高等学校・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

8

9

（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	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
即戦力となる消費者生活相談員の育成・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

1

2

(ウ) 実務経験者等

3

(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）	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

4

5

(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	(独法)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

6

7

(2) 消費生活に関連する他教育との連携推進

8

[1] 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の推進

9

(ア) エシカル消費

施策名	施策の概要	部局
「エシカル消費」をテーマにした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

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、エン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み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

1
2

(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	「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	省エネの取組み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、効果的な取組みを広く共有・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	環境農林水産部

	スポットの普及、情報発信等を行う。	
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「大阪府循環型社会推進計画」（令和3年3月策定）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、府民に家庭でできる取組みを呼びかける。 《URL: https://www.pref.osaka.lg.jp/kankyochozen/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みを行い、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

1

2

(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み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みを展開する。	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

3

4

(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

5

6

[2] 金融経済教育

施策名	施策の概要	部局
金融広報委員会との連携による金融経済教育（キャッシュレスの推進含む）（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金融広報委員会への協力をを行う。	府民文化部

1

2

[3] その他

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

3

4 <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

5

6

1 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「大阪府消費者行政推進本部会議」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「大阪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年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、差し止め請求を行うことのできる適格消費者団体^(※26)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^(※26)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。

1 (5) 事業者・事業者団体との連携

2 消費者の安全・安心の観点から、事業者や事業者団体に取り組む苦情処理体制の整備や
3 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
4 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 (6) 大学、研究機関、公益的団体等との連携

7 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
8 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
9 に進められるようノウハウの活用等を進めていきます。

11 (7) 弁護士会等との連携

12 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
13 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
14 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。

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

18 (8) 関係者の意見の消費者施策への反映と透明性の確保

19 「大阪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
20 調査・審議等を行うこと及び「大阪府消費者教育推進地域協議会」において、消費者教育
21 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
22 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。

23 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
24 映の場の拡大に努めます。

26 2. 進行管理

27 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、検証結果を大阪府消費者保
28 護審議会及び大阪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。

30 3. 計画の見直し

31 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
32 じて見直しを行います。