

令和7年度第1回大阪府消費者保護審議会・消費者教育推進地域協議会

日時：令和7年**11**月7日（金）午前**10**時から
場所：大阪府立男女共同参画・青少年センター（ドーンセンター） 5階 大会議室2

次 第

1 開 会

2 議 題

- （1）会長等の選出について
- （2）消費生活苦情審査委員会及び自主行動基準検討部会について
- （3）府の消費者施策について
 - ・府における消費者行政の主な取組状況
 - ・府消費者基本計画（第3期）の重点取組と参考指標の取組状況

3 閉 会

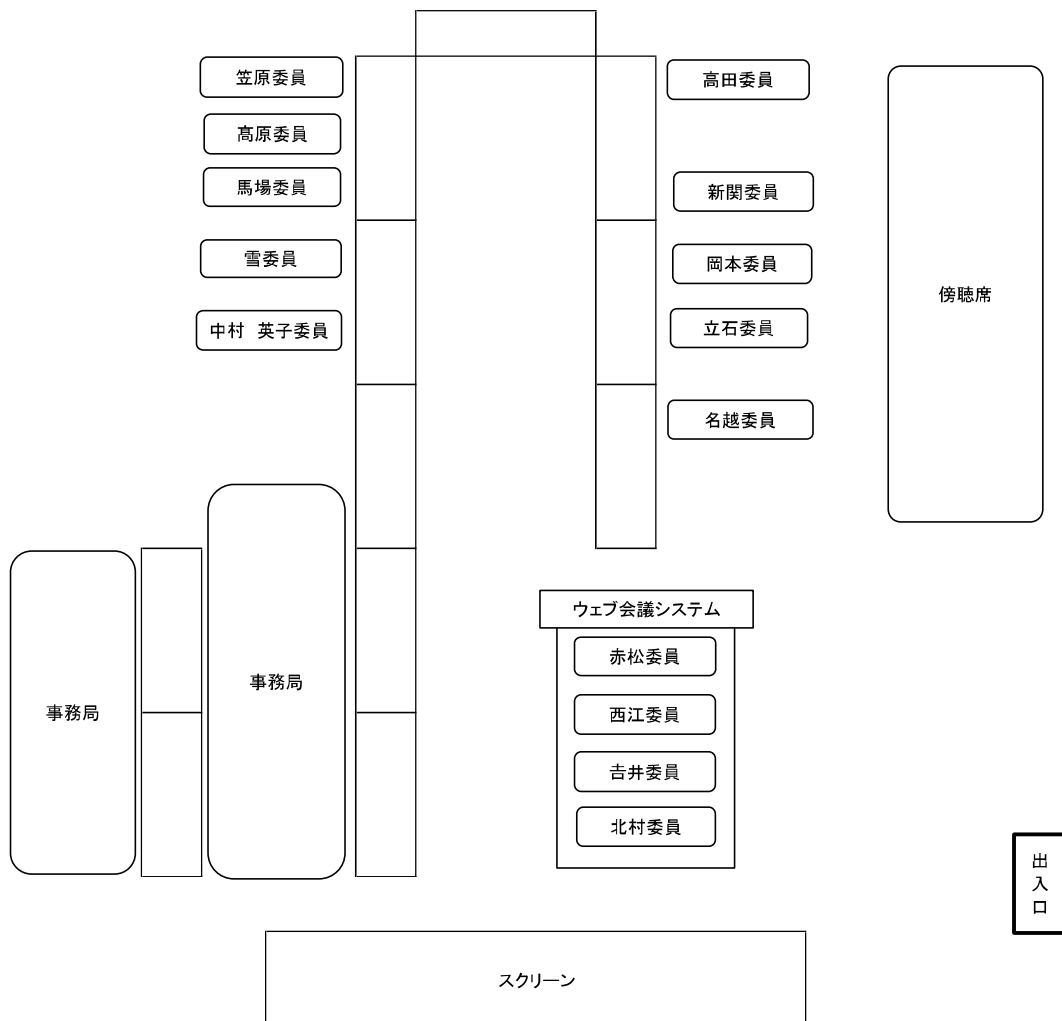
《配付資料》

- ・資料1 消費生活苦情審査委員会について
- ・資料2 自主行動基準検討部会について
- ・資料3 審議会の役割
- ・資料4 第3期大阪府消費者基本計画（概要）
- ・資料5 府における消費者行政の主な取組状況
- ・資料6－1～4 第3期消費者基本計画の重点取組と参考指標の取組状況

<参考資料>

- ・大阪府消費者保護条例
- ・大阪府消費者保護条例施行規則
- ・大阪府消費者保護審議会規則
- ・大阪府消費者教育推進地域協議会設置要綱
- ・大阪府消費者基本計画（第3期）の概要
- ・大阪府消費者基本計画（第3期）
- ・令和6年度消費生活相談の概要
- ・令和7年度_大阪府消費者施策の実施状況
- ・大阪府作成啓発資料

令和7年度第1回 大阪府消費者保護審議会・消費者教育推進地域協議会 配席図



消費生活苦情審査委員会について

1. あっせん・調停について

- ・消費生活苦情審査委員会（以下「委員会」という。）は、大阪府消費者保護審議会（以下「審議会」という。）が知事から付託（消費者保護条例第 26 条第 1 項）を受けた事案（府や市町村の消費生活相談窓口に寄せられた苦情のうち、解決が困難な事例で、府民の消費生活や消費者施策に影響を及ぼすような紛争）について、あっせん・調停を行う。
- ・あっせん・調停は、委員会委員及び臨時委員^(※)の中から、事件ごとに委員長が指名する委員（あっせん委員は 3 人以内、調停委員は 3 人）が行う。
- ・委員会におけるあっせん・調停の結果は、委員長が審議会に報告する。

2. 委員会の組織

審議会に設置（審議会規則第 6 条）

- ・委員：審議会委員の中から審議会会長が指名
- ・委員長：委員会委員のうち学識経験者の中から審議会会長が指名

※ 個別のあっせん・調停は、紛争の事案に応じて、委員会委員及びあらかじめ知事が任命した臨時委員の中から、委員長が委員を選任して行う。

3. 開催実績

年度	件数	あっせん (調停)の状況	件名	処理期間	あっせん (調停) 開催回数
H 2 8	1	あっせん打ち切り (申告者取下げ)	探偵業の業務委託契約の解約に関する紛争のあっせんに係る事案	あっせん開催前に打ち切り	—
H 3 0	1	調停成立	ダイビングスクール受講及びダイビング器材購入の契約に関する紛争の調停に係る事案	自 平成31年 2月12日 至 令和元年 5月14日	5

自主行動基準検討部会について

1. 自主行動基準について

- ・大阪府では、平成 **17** 年 7 月に施行した改正大阪府消費者保護条例において、事業者又は事業者団体（以下「事業者等」という。）の「自主行動基準」の届出制を全国で初めて規定し、届け出られた自主行動基準を公示している。
 - ・自主行動基準とは、事業者等が、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、法令の遵守はもとより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などの表示方法や事業者等が目指す経営方針等を具体的に策定するもの（消費者保護条例第 **12** 条第 1 項）。
 - ・事業者等は、自主行動基準を策定しようとするときは知事に届出を行い（同条第 2 項）、知事は、その内容が条例第 **12** 条第 1 項に規定する目的に適合すると認めるときは公示しなければならない（同条第 4 項）。
- なお、公示したときは、併せて府消費生活センターのウェブサイトに掲載する。

2. 部会の職務

- ・現在、以下の 5 業種 6 種類のモデル自主行動基準を公表しているが、これら以外の事業内容に関する届出があった場合その他特別の審議が必要な場合は、大阪府消費者保護審議会自主行動基準検討部会（以下「部会」という。）において審議する。
 - ・住宅リフォーム関係団体向けモデル自主行動基準
 - ・住宅リフォーム関係事業者向けモデル自主行動基準
 - ・大阪府まちなか耐震化支援事業の住宅耐震関係事業者向けモデル自主行動基準
 - ・太陽光パネル設置普及啓発事業の販売登録事業者向けモデル自主行動基準
 - ・個品割賦購入あっせん事業者向けモデル自主行動基準
 - ・大阪あんしん賃貸支援事業の居住支援団体向けモデル自主行動基準

3. 部会の組織

消費者保護審議会（以下「審議会」という。）の中に設置（審議会規則第 **17** 条）

- ・部会委員：審議会委員の中から審議会会長が指名
- ・部 会 長：部会委員の中から審議会会長が指名

4. 開催実績

年度	部会開催回数	主な審議内容等
H 2 6	1	・届出、相談のあった事業者の自主行動基準（結婚相談業）

※H 2 7 年度以降は実績なし

①計画に定めている各種目標達成のための意見交換・進捗管理

基本目標

- ・消費者の安全・安心の確保
- ・消費者被害の未然防止・拡大防止・紛争解決への支援
- ・消費者教育の推進
- ・消費生活相談体制の充実

重点取組

●悪質商法や特殊詐欺による消費者被害の未然・拡大防止の取組

◇参考指標:

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

●各世代に応じた消費者教育の取組

◇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

●消費生活相談のデジタル化に向けた取組

数値目標(進捗管理)

数値目標の項目	第3期計画終了時の目標数値
府民への情報発信回数 ・SNSフォロワー数	情報発信回数 120回/年 フォロワー数 860人
消費者フェア参加者数	5,000人
府内の消費者行政担当職員 研修参加率	40%
府内の相談員資格保有率	100%
188認知度	名前は知っている 50% 名前と繋がり先を知っている 30%

②重点取組について詳細な事業説明と意見交換

<第2期計画時の例>

- ・若者と高齢者への啓発
- ・見守りネットワークについて
- ・大学生期事業について

③委員の皆様から大阪府に対する情報提供、効果的な事業の実施のためのアドバイス

④最新の消費者行政を巡る課題やトピックスの意見交換

- (例) ・ダークパターンについて
- ・消費者のウェルビーイングについて
 - ・ADR活動事例報告

⑤特別に諮問が必要な事柄の議論(該当なしの場合有)

(例) ・突発的に急増した相談など、急を要する案件等

大阪府消費者基本計画(第3期)の概要

資料4

◎ 消費者基本計画(第3期)の基本的な考え方

○大阪府消費者基本計画(第2期)【令和2(2020)年4月～令和7(2025)年3月】の基本的な考え方を踏襲し、後継計画として策定する。

○府、事業者、事業者団体、消費者(府民)、消費者団体がそれぞれの責務と役割を認識して主体的に責任ある行動を取り、互いに協力し合いながら、安全・安心な消費生活の実現、そのための「消費者市民社会」の構築をめざす。

■ 計画の性格

「消費者施策を計画的に推進するための基本計画」(大阪府消費者保護条例第8条)として、「都道府県消費者教育推進計画」(消費者教育の推進に関する法律第10条)の性格を併せ持った、消費生活に関する府における総合的な計画として策定

■ 計画期間

5年間(令和7(2025)年4月～令和12(2030)年3月)

■ 計画の推進体制

○「大阪府消費者行政推進本部会議」を運営
庁内関係部局との連携・協力により消費者行政を総合的・効果的に推進

○消費者庁と地方公共団体が意見交換する「近畿ブロック会議」のほか、府と府内市町村で構成する「大阪府内消費生活センター連絡会議」等において、府の施策に関する情報提供や意見交換等を実施

◎ 計画の主な内容

■ 消費者施策の方向性と展開

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、消費生活相談、消費者取引の適正化、消費者への情報提供等
・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
・不当な取引行為や表示等への行政指導
・ウェブサイトやSNSを活用した府民への啓発 等

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

○悪質商法の手口等に関する情報提供や悪質事業者に対する指導等、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
・悪質商法等からの高齢者・障がい者・若者等の被害の防止
・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
・啓発冊子や啓発動画による情報発信 等

基本目標3：消費者教育の推進

○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
・小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等における消費者教育
・大学生期における消費者教育と担い手の育成
・高齢者向け講座における消費者問題への理解促進 等
○持続可能な社会の実現に向けた環境等に配慮した消費行動につながる教育や食品ロス、金融経済教育等に関する施策との連携
・消費者フェアにおける消費者団体活動支援及び「エシカル消費」等の啓発
・食品ロス削減の推進
・万博を契機としたキャッシュレス化のさらなる進展への対応
・大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構との連携による金融経済教育等

基本目標4：消費生活相談体制の充実

○「消費生活相談のデジタル化」に伴う新たなシステムへの円滑な移行の推進、国の動向や市町村の意見も踏まえた相談体制の強化の検討
・刷新されるPIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)の活用による消費者トラブルの解決支援の強化 等

◎ 消費者を取り巻く環境の変化

○人口減少社会(少子高齢化)の進展
○成年年齢の引き下げ、副業・兼業を促進する動き
○デジタル化のさらなる進展と取引形態の複雑化・多様化
○消費生活におけるグローバル化・キャッシュレス化の進展
○持続可能な開発目標(SDGs)の推進 等

■ 重点取組の設定

重点取組1：悪質商法や特殊詐欺による消費者被害の未然・拡大防止の取組

○取組の方向

- ・高齢者や障がい者の安全・安心のための見守りを行う「消費者安全確保地域協議会」の設置を市町村に働きかけるとともに、設置済みの市町村の活動を支援する
- ・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を発信するなど、若者の被害防止に取り組む

◇重点取組1における参考指標：

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

重点取組2：各世代に応じた消費者教育の取組

○取組の方向

- ・クイズや漫画を盛り込んだ若者向けコンテンツや高齢者の身近な地域における集会等を活用した消費者教育を推進する
- ・「エシカル消費」の働きかけや、暮らしに身近な金融経済に関する知識の習得等、金融リテラシーの向上に取り組む

◇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

重点取組3：消費生活相談のデジタル化に向けた取組

○取組の方向

- ・「消費生活相談のデジタル化」(令和8(2026)年10月開始予定)に伴う地域連携について、国への要望のほか、市町村への情報提供や協力体制の構築に向けたきめ細かな調整を行う
※消費生活相談のデジタル化(消費者庁で検討中のもの)
◇PIO-NETの刷新 ◇デジタルを契機とした広域連携

■ 計画の進行管理

毎年度、検証結果を消費者保護審議会及び消費者教育推進地域協議会で報告するとともに、府ホームページにおいて広く府民に公表

◎ 第3期計画案に盛り込んだ新たな課題等

○消費者のぜい弱性への対応
○消費者のデジタルデバイド(情報格差)への対応
○オンラインカジノやオンラインゲーム課金への対応
○SNS型投資詐欺や特殊詐欺による被害の防止
○ホストクラブ等による売掛金問題への対応
○消費者による従業員等への行き過ぎた言動への対応 等

大阪府消費生活センターにおける消費者行政の主な取組状況

資料5

組織・体制(消費生活センター)

所長(1名)、事業グループ(9名)、非常勤嘱託員(事業者指導)(警察OB2名、行政職OB1名)
・消費者行政の企画・調整(国・市町村との連絡調整、交付金関係事務等)
・消費生活に係る相談及び苦情の処理
・苦情の処理等のための商品テスト
・消費者啓発のための講座等の開催及び情報提供
・法、条例に基づく事業者指導

予算額

(単位:千円)

1. 当初予算額の推移

	R7年度	R6年度	R5年度
当初予算	277,669	280,190	280,471
内 訳	一般財源	134,744	129,828
	消費者行政強化交付金	142,878	150,315
	大阪府分(当C分)	31,768	41,535
	市町村補助分	111,110	108,780
	日銀 金融普及啓発費	47	47
		979	979
消費者行政強化交付金(他所属分)	40,550	26,937	24,114

2. 地方消費者行政強化交付金実績の推移

	R6年度 決算額	R5年度 決算額	R4年度 決算額
大阪府 (推進事業+強化事業)	35,796	45,151	39,619
市町村 (推進事業+強化事業)	81,769	91,111	81,980
合計	117,565	136,262	121,599

R7年度の消費者教育・啓発事業等の主な取組

- 1) 大学生期における消費者教育推進事業
・同世代や年下の若者等に対する消費者教育の担い手となる大学生の「消費者教育学生リーダー」を育成(R6年度リーダー認定者数:22名、うち9名がボランティア活動に参加)
- 2) 消費者教育コーディネーターの育成・活用
・消費者教育コーディネーターの活用を図るため、広報チラシを作成し、広く周知
・講師派遣事業を実施する多様な団体との情報交換会を実施予定
- 3) 消費者教育教材活用推進事業
・外部講師を派遣し、高校生向け消費者教育教材「めざそう! 消費者市民」等を活用した教職員向け研修や生徒、児童、保護者向け消費者教育講座を実施(R7年7月時点:35回枠満了)
・支援学校用教材(教職員向け)を作成し、各支援学校等へ配付予定
- 4) 消費者教育講師派遣事業
・府内の学校等における消費者教育を支援するため、授業や講座に講師を派遣(R7年度7月時点:30回枠満了)
- 5) 夏休み若者向け特別啓発事業
・R2から4年度までに作成した、消費者トラブル事例と対処法をお笑い芸人がコントで紹介する動画のうち、特に若者が陥りがちな消費者トラブル事例についてLINE広告で放送(R7年8月)
- 6) 大阪府消費のサポーター事業
・高齢者があいやすい消費者被害に関する知識を学び、高齢者対象の講座で情報提供等を行うボランティアを育成
・消費のサポーター養成講座を11月25日、12月4日に実施予定
・R7年度消費のサポーター登録者数:138名
- 7) 見守り活動推進のための研修会
・消費者行政部門担当者を対象とした研修会を8月に実施。高齢者等の見守りネットワークである「消費者安全確保地域協議会」の設置促進と効果的運営を図る
- 8) 大阪府消費者フェア
・「楽しく学ぼう! 大阪府消費者フェア2025~持続可能な社会と生活を、将来世代につなげよう~」をテーマに、会場は10月25日、ウェブは10月17日から11月10日まで開催。消費者団体や事業者団体、行政より3Rや食品ロス削減に向けた取組等を紹介
- 9) 情報発信
・啓発リーフレットを作成し、府内全小学校・中学校・高等学校へ配付(予定含む)
・府消費生活センターホームページ、X(旧ツイッター)、メールマガジン等により、最新の情報を定期的に発信
・24時間定型的な質問に対応可能なチャットボットを運用。毎月約70件の問い合わせに対応

相談事業

(単位:件)

消費生活相談件数

	R6年度	R5年度	R4年度
府消費生活センター (対前年度比)	8,173 (91.3%)	8,955 (106.8%)	8,388 (108.9%)
大阪府全体 (同上)	73,281 (100.9%)	72,652 (99.7%)	72,864 (102.9%)
全国 (同上)	910,181 (※1)	893,390 (99.3%)	899,282 (106.0%)

(※1) 国民生活センター公表資料「2024年度 全国の消費生活相談の状況」より

【R6年度相談の主な特徴】

- ・賃貸アパート・マンションの賃貸借契約の相談が増加
- ・「化粧品」「健康食品」の定期購入に関する相談が多発
- ・美容医療などの「医療サービス」の相談が増加し、「エステティックサービス」の相談は減少
- ・点検商法など「工事・建築」のトラブル、スマートフォン等の通信契約トラブルや暮らしのレスキューサービスの高額請求のトラブルが多発

関係法令に基づく事業者への指導・処分及び消費者救済・被害拡大防止に向けた取組

(単位:件)

	R6年度	R5年度	R4年度
特定商取引法	業務停止命令	1	0
	業務禁止命令	1	0
	指示	1	0
	第三者情報の公表	0	0
	文書指導	0	0
条例	口頭指導	0	1
	勧告違反による公表	0	0
	勧告	0	0
	文書指導	0	0
	口頭指導	0	1
景品表示法	措置命令	0	0
	文書指導	0	1
	口頭指導	2	6

- 府では、消費生活センターに寄せられた消費者からの被害相談をもとに、国や他府県等と情報を共有し、違反被疑事業者に対して指導・処分等を行っている。
- 近年増加するインターネット通販に関する消費者被害対策として、偽・詐欺サイト情報や不正利用された金融機関情報について、大阪府警や近畿財務局に情報提供することにより、消費者被害の拡大防止を図っている。
- 事業者と消費者の適正な取引を実現するため、事業者の方を対象に景品表示法・特定商取引法に関する説明会を実施している。
- 消費生活苦情審査委員会にて、消費者と事業者との紛争のあっせん(調停)を行い、紛争処理の経過及び結果を公表することで、直接の被害者に対する解決だけでなく、類似の被害の未然防止を図っている。

重点取組と参考指標の取組状況

R7年11月7日時点

資料6-1

重点取組

特に喫緊の課題を重点取組に設定
併せて、毎年度動向を注視すべき指標(参考指標)を設定

- 【1】重点取組1 悪質商法や特殊詐欺による消費者被害の未然防止・拡大防止の取組
契約や取引の知識・経験が乏しい若者(30歳未満)、加齢等により判断力の低下や健康面の不安がある高齢者を狙った悪質商法が後を絶たないため、府消費生活センターと警察との連携強化はもとより、国や近隣府県・府内市町村等と協力しながら、悪質商法や特殊詐欺による消費者被害の未然防止・拡大防止に重点的に取り組む

【取組状況】

- (1)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運営支援
⇒
市町村行政担当職員向け研修会を8月に実施し、福祉の観点からの地域における見守りのしくみや設置に向けたアプローチ先などの情報提供を行った
- (2)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
⇒
・SNS(X)、メルマガ、ラジオなどの府民にとって身近な媒体による発信
・講師派遣事業の周知および実施
・消費者教育コーディネーターの活用
・消費者教育の担い手となるサポーターや大学生に啓発冊子等の配付を予定(くらしの豆知識)
- (3)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
⇒若者向け
・大学生期事業の実施
大学生に消費者教育講座や消費者への取組に力を入れている企業との交流を実施し、そこから学んだことを講義して教材を作成し、若年者へ学生自身が講義を実施する(R6年度 小学校、R7年度 子ども食堂(予定))
- ⇒高齢者向け
・見守り活動の充実
地域において高齢者等の見守りを行っている方に、高齢者の特色や消費者被害に巻き込まれている兆候、悪質商法の新たな手口や対処方法等を講義するための講師として相談員を派遣

【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 R7年度 15件
・消費相談窓口に対する若者(30歳未満)の認知度 R7年度 27.5%(※)

【2】重点取組2 各世代に応じた消費者教育の取組

消費者被害やトラブルの未然防止のため、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む。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む

【取組状況】

- (1)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・高校期・成人期に応じた消費者教育の推進
⇒
・各種リーフレットの作成・配付
・夏休み期間に若者が陥りがちなトラブルをLINE広告で周知(82万回表示)



対象	リーフレット名
小学5年生	消費生活クエスト
中学2年生	消費ってな～に
高校2年生	あま～い誘いにご用心!
支援学校 高等部2年	めぞう!消費者市民
大学生・ 新社会人	御用心!身近に潜む 消費者トラブル!!

- (2)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
⇒

・高齢者への声かけ活動等の見守りや、高齢者に対する情報提供等を行うボランティアとして「消費のサポーター」を養成し、高齢者の身近な地域での集会等に講師として派遣し、消費者被害の防止に向けた講習を開催することにより、高齢者への消費者教育を推進(R6 ボランティア登録者数:145名、講習開催数:90回)

- (3)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
⇒

・テーマを「楽しく学ぼう!大阪府消費者フェア2025～持続可能な社会と生活を、将来世代につなげよう～」と定め、会場とウェブのハイブリッド開催により、エシカル消費の周知を推進
会場来場者2,224名(速報値) ウェブは集計中

- (4)金融経済等に関する講演会の開催や学校現場で金融教育の支援を行う大阪府金融広報委員会、金融経済教育推進機構への協力
⇒

・相談員研修にJ-FLEC講師を活用、金融経済等に関する講演会の運営補助

【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(※)

		18歳～ 29歳(件)	(%)	30歳～ 64歳(件)	(%)	65歳 以上(件)	(%)
消費者を守るためのルールとして、「消費者契約法」があることを知っていますか。	1 知っている	51	25.5	224	32.7	36	31.0
	2 知らない	149	74.5	460	67.3	80	69.0
「クーリング・オフ」について知っていますか。	1 言葉を聞いたことがあり、意味も知っている	73	36.5	413	60.4	91	78.4
	2 言葉を聞いたことはあるが、意味は知らない	47	23.5	131	19.2	13	11.2
	3 言葉を聞いたことはなく、意味も知らない	80	40	140	20.5	12	10.3
「エシカル消費」について、知っていますか。	1 言葉を聞いたことがあり、意味も知っている	25	12.5	85	12.4	6	5.2
	2 言葉を聞いたことはあるが、意味は知らない	46	23	162	23.7	31	26.7
	3 言葉を聞いたことはなく、意味も知らない	129	64.5	437	63.9	79	68.1

【3】重点取組3 消費生活相談のデジタル化に向けた取組

消費者庁及び国民生活センターでは、「消費生活相談のデジタル化」のうちシステム面では、現行のPIO-NETの利用を終了し、R8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予定

【取組状況】

- (1)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
⇒
市町村の意見を踏まえた国家要望の実施
- (2)「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
⇒
消費者庁の交付金制度を活用する際の相談や情報提供を実施

※ 大阪府政策マーケティング・リサーチ2025(おおさかQネット)にて府民1000人を対象にWEB調査を実施(調査期間:令和7年9月30日から10月5日まで)

重点取組と参考指標の取組状況

R7年11月7日時点

資料6-2

その他の参考指標

第3期計画の施策を推進していく上で、毎年度動向を注視すべき指標(参考指標)を設定

〔3〕参考指標1 府内消費生活センターで受け付けた、契約当事者の年代別件数と割合

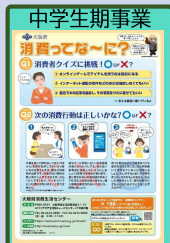
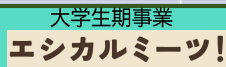
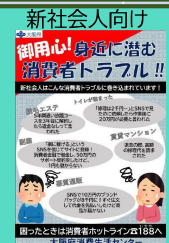
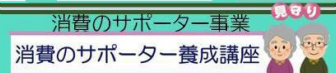
市町村相談窓口の必要性・重要性や若者への対応の必要性等に関するエビデンスを継続的に把握し、施策に生かす

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

年齢別の相談の分析

	幼児期・児童期	少年期	成年期					高齢期			
年齢	～12歳	13～17歳	18歳・19歳	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	
全件	249	563	844	6886	6357	7686	10724	9524	10309	7315	
内 訳	1 インターネットゲーム	186 インターネットゲーム	117 医療サービス(うち美容医療)	51 (46) 賃貸アパート・マンション	671 賃貸アパート・マンション	716 賃貸アパート・マンション	506 化粧品	622 化粧品	737 化粧品	676 健康食品	461
	2 化粧品	6 化粧品	50 エステティクサービス	44 医療サービス(うち美容医療)	415 (356) 医療サービス(うち美容医療)	216 (163) 化粧品	294 健康食品	588 健康食品	671 健康食品	651 工事・建築	340
	3 アダルト情報サイト、健康食品	4 健康食品	41 化粧品、健康食品	34 内職・副業	384 内職・副業	179 健康食品	255 賃貸アパート・マンション	485 工事・建築	308 工事・建築	412 化粧品	292

取組内容

幼児期・児童期	少年期	成年期			高齢期
～12歳	13～17歳	18歳・19歳	20歳代以下	30代、40代、50代	60歳以上
小学生期事業 	高校生期事業 	若者向け動画(夏休み若者向け事業) 	30～50代 に向けた 啓発が不足		高齢者向け啓発動画 
中学生期事業 	大学生期事業 	高齢者・見守り者向け啓発資料 			
	新社会人向け 	消費のサポーター事業 			

全年齢向け

SNS(X)、くらしすと、講師派遣事業
消費者フェア、ラジオ・メルマガ、
チャットボット

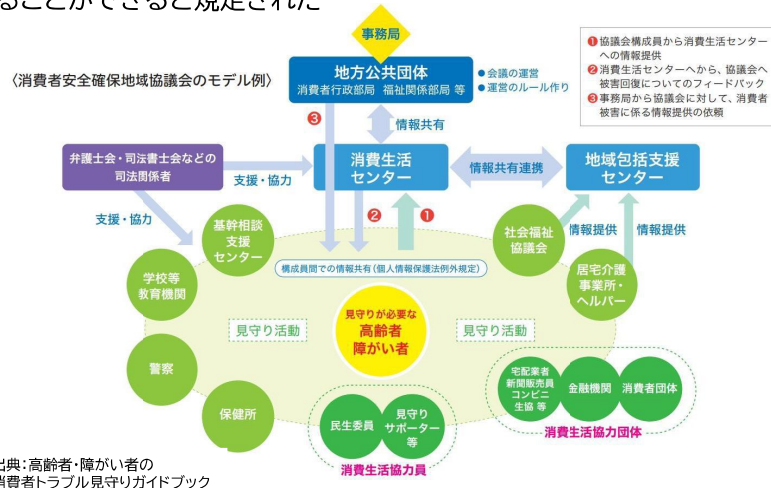


①消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)設置状況等

協議会とは

協議会は、多様な見守りの担い手が日々の見守りの中で発見した消費者被害の端緒情報を、確実に消費生活センターへの相談へとつないでいただくための組織(ネットワーク)

高齢者の消費者被害が深刻化する中、2014年6月に消費者安全法が改正され、高齢者や障がい者等の消費生活上特に配慮を要する消費者を見守るため、地域において、消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)を組織することができると規定された



設置の状況

R7.9.30現在

年度	市町村名	累計	比率
H28	八尾市、和泉市、交野市	3	7.0%
H29	岸和田市、豊中市	5	11.6%
H30	門真市、箕面市、大阪市	8	18.6%
R1	枚方市	9	20.9%
R3	貝塚市	10	23.3%
R4	富田林市、摂津市、泉佐野市	13	30.2%
R5	池田市	14	32.6%
R6	柏原市	15	34.9%

設置の効果

- **個人情報の提供、共有**
個人情報保護法の例外規定を適用して、「たとえ本人同意が得られない場合」であっても、必要と認められる場合は、協議会に個人情報を提供し、必要な関係者間で個人情報を共有して対応に当たることが可能
- **消費生活センターへつながるまでの方法の明確化**
見守り活動の中で発見された被害の端緒情報を、ルール(マニュアル等)に従って速やかに消費生活センターにつなぐことが可能
- **被害情報の地域での共有**
消費者被害の情報を地域の構成員で共有することで、消費者被害の未然防止と早期発見による被害の拡大防止を図ることが可能
- **見守りリストの作成による効果的な見守り**
消費者庁等から入手した地方公共団体内の住民に関する顧客名簿の情報、地方公共団体内の他部署で保有している名簿や消費生活相談により得た情報、見守り等の活動の中で取得した情報を集約し、精度の高い独自のリストを作成することが可能
- **消費者被害の発見から福祉サービスへのつなぎ**
介護サービスや成年後見制度、日常生活自立支援事業等、必要な福祉的サービスを受けていない高齢者や障がい者を発見し、サービスにつなぐことが可能

②アンケート調査の内容について(予定)

計画の進捗管理手法について

- ・今後、計画の進捗管理をするなかで、消費者の動向の確認が必要
- ・アンケート調査等の実施が必要と考え検討
- ・効果的な進捗管理の実施方法について
- ・調査項目について

数値目標の達成状況

資料6-4

数値目標の項目	R7年度 第1回審議会時点	第3期計画終了時の目標数値
府民への情報発信回数 ・SNSフォロワー数	情報発信回数 54回 フォロワー数 712人 (※10月27日時点)	情報発信回数 120回/年 フォロワー数 860人
消費者フェア参加者数	会場 2,224名(速報値) ウェブ 開催中のため未集計	(会場・ウェブの合計)5,000人
府内の消費者行政担当 職員研修参加率	集計中	40%
府内の相談員資格保有率	98.7% ※令和7年5月1日時点	100%
188認知度	名前は知っている 25.1% 名前と繋がり先を知っている 6.8% ※大阪府政策マーケティング・リサーチ2025(おお さかQネット)にて府民1000人を対象に調査 (調査期間:令和7年9月30日から10月5日まで) https://www.pref.osaka.lg.jp/o020040/kikaku/mr/oqnet2025.html	名前は知っている 50% 名前と繋がり先を知っている 30%