

第1章 計画の基本的な考え方

1 計画改定の趣旨

消費者施策は、「大阪府消費者保護条例（以下「消費者保護条例」という。）に定められているとおり、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策として、消費者の権利の確立や自立の支援等を基本理念とし、府民の消費生活の安全・安心を図ることを目的とするものです。

消費者保護条例において、知事は「消費者施策を計画的に推進するための基本的な計画」を策定し、「消費者施策の基本的な方針や消費者施策を推進するために必要な事項」を定めるとしています。

大阪府では、消費者保護条例に基づき、大阪府消費者基本計画を平成27年（2015年）3月に策定しました。この計画では、平成27年度（2015年度）から2019年度までの5年間で対象として、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、お互いが協力し合いながら、安全・安心な消費生活の実現、そのための「消費者市民社会」の構築をめざすべき姿としています。

また、基本目標として、「消費者の安全・安心の確保」、「消費者の自立への支援」、「消費者教育に関する計画的な施策の推進」、「どこに住んでいても消費生活相談を受けられる体制づくり」の4つを掲げ、各目標ごとに具体的な取組を定め、毎年度、施策の実施状況について評価・検証を行いながら、消費者施策を総合的かつ計画的に推進してきました。

この間にも、高齢化の一層の進行に伴う高齢消費者被害の増加、急速なスマートフォンの普及等に伴う電子商取引の進展、架空請求や仮想通貨取引等の新たなトラブルの発生、など、消費生活をめぐる状況にも変化があり、府内の消費生活相談窓口には、毎年コンスタントに7万件を超える相談が寄せられています。

また、2015年9月に「持続可能な開発目標（SDGs）」を柱とする「持続可能な開発目標のための2030アジェンダ」が国連において採択され、消費者には自らの行動が社会に影響を与えることの認識や、持続可能な消費の実践が求められています。

さらに、平成30年6月には、成年年齢を引き下げる民法改正が行われ、2022年4月から施行されるため、特に在学中に成年となる高校生を対象とした消費者教育の充実が喫緊の課題となっています。

こうした状況を踏まえ、第1期の基本計画が2019年度末をもって計画期間が終了することから、消費者保護条例の基本理念のもと、国の「第4期消費者基本計画」との整合性を図りつつ、大阪府消費者基本計画（第2期）を策定するものです。

【委員意見】

○4つの基本目標が指定され、より具体的な形で政策を進めることができるように思われる点で好ましいと感じた。今後は、まず、内部の問題として、各目標ごとに施策の実施状況がモニタリングされる場所、相互の目標の連関を意識した検証が望まれる。また、国連の「持続可能な開発目標」など、外部の消費者政策とのつながりを絶えず意識していくことが肝要であろう。

○第1期の計画の検証として、各項目の施策内容だけでなく、計画とその実施の在り方についても検証を行い、その点の評価・見直しを行い、次期計画の在り方に活かすことが肝要だと思う。この点をどう見直したのか記載すべきではないか？

○基本目標の4つに加え、緊急情報などを伝達する情報提供の効果的な情報システムの確立が急がれる。

○政府指導でキャッシュレスが進む中、スマホやクレジットカード、デビットカードを持っていないと経済活動が出来なくなるのではと悩んでいる高齢者もいます。キャッシュレス化を進めるのであれば、高齢者への教育が必要になると思いますが、その取組みを計画して欲しいです。

○持続可能な開発目標（SDGs）がいきなり書かれてあり、もう少しSDGsとはなにかを記載しないと違和感を感じてしまう。

○民法改正だけでなく社会の流れが速くなっており、高校生の消費者教育に重点を置くのではなく、小学生、中学生でも経済活動が活発になっていると思えますし、今後も進むと考えられます。出来るだけ早い消費者教育を計画すべきです。消費者庁も2019年度に「消費者教育推進課」新設となっています。地方でもそれに向けての取組みを具体的に基本計画に入れていくべきではないかと思えます。

○第3期消費者基本計画工程表の改定事項、主要事項に「SDGs推進に関する取組」第4期でのI. 基本理念に直接関わる提言にも「消費者政策によるSDGs実現への貢献「消費者問題の捉え方を考え直す」が取り上げられています。

第2期では、SDGsの成り立ちや認識、消費行動のあり方だけでなく、大枠の方向性や指針について、またSDGs推進本部によるアクションプラン2018に関する指針についての明示の必要性を感じます。P18 2-(4)

P31 基本目標II

2. 計画の性格

大阪府消費者基本計画（第2期）は、消費者保護条例第8条に基づく消費者施策を計画的に推進するための基本計画として、「消費者教育の推進に関する法律」第10条に基づく都道府県消費者教育推進計画の性格を併せ持った、府における消費生活に関する総合的な計画として策定します。

また、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等の計画との整合を図ります。

【消費生活と関係する庁内等の計画】

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4期）	2019～2023
大阪府障がい者計画（後期計画）（第4次）	2012～2020
大阪府高齢者計画2018	2018～2020
大阪府食の安全安心推進計画（第3期）	2018～2022
住まうビジョン・大阪	2016～2025
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	2013～概ね10年
大阪府循環型社会推進計画	2016～2020

3. 計画の期間

計画の期間は、2020年度から2024年度までの5年間とします。

4. 計画の見直し

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

○P.3 下から6行目 平成30年となっているが、同じ行では2022年となっている。他は全て西暦表示なので、2018年（平成30年）などにした方がよい。

○2014年9月5日答申は、「社会経済情勢など消費者を取り巻く環境の変化に対応するため、必要に応じて基本計画の見直しを行うべきである。大阪府消費者保護審議会は実績を確認・評価して、府に意見を述べ、府はこれを尊重して施策・事業に反映することとすべきである。」として、審議会への報告にとどめず、審議会でのチェックと意見尊重・反映まで求めています。この趣旨に即して記述を改めるべきと考えます。

その上で、P4にある「計画の見直し」は、「進行管理」の一環としてとらえ、第5章に移すべきと考えます。

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（少子高齢化社会）の進展

2017(平成29)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』によると、日本の年齢別人口構成の長期的な推移は、1960(昭和35)年には5.7%だった高齢化率^(注1)が、2015(平成27)年には26.6%となり、2065年には38.4%まで上昇する見込みであり、我が国の高齢化は着実に進展しています。(図表1)

大阪府の人口は2015(平成27)年10月の国勢調査では884万人と、2010(平成22)年の同調査から約3万人減少し、同調査の開始以来初めて人口が減少しました。『大阪府の将来推計人口について』(2018年8月推計)によると、30年後の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、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^(注2)の割合は、減少を続け、2045年には、2015(平成27)年の61.3%から53.5%まで減少し、年少人口^(注3)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2015(平成27)年の105万人から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。一般に年齢が上がるに連れて認知症の発症率や要介護率が上昇するとされていることから、総人口の減少に加え、このような人口構成の変化が、社会保障や経済活動、府民の暮らしなど幅広い分野で影響を及ぼすことが考えられます。

2015(平成27)年では、一般世帯392万世帯のうち、37.5%の147万世帯が単独世帯であり、その中の37.8%の56万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年3月)によると、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)

現在、商品・役務に起因する事故や悪質事業者による不当な契約など、様々な消費者トラブルが発生していますが、特に高齢者の場合は、判断力の低下や身体能力の衰えなどにより、消費者トラブルに巻き込まれるリスクが高まると考えられます。また、高齢単独世帯が増えることで、周囲の目から隔離されて、消費者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むといった問題が大きくなっていくことも考えられます。

(2) 高度情報通信社会の進展・商品や取引形態の多様化

総務省が毎年公表している『通信利用動向調査の結果』の平成30年公表分(平成29年調査)によると、世帯別の主な情報通信機器の保有状況について、スマートフォンを保有している世帯の割合が平成22年の調査開始以来初めて、固定電話やパソコンを保有してい

○1全体:国際的動向や国(消費者庁・消費者行政)についてまとめられています。

2全体:大阪府の消費者相談等の状況のみに特化しています。

上記2節から、大阪府の消費生活をめぐる現状と課題、大阪府の消費者政策や動向に関する情報が読み取れません。「第3章 2.消費生活の現状等を踏まえた重要な視点」の根拠となる部分です。国全体の動向や現状分析結果・抽出される課題と同様の傾向であるならば、そうした記述をどこかに書いておく必要があると思います。

○「1.消費者を取り巻く環境の変化」について、データを集積し、分析されている点はあるが、また頭の下がる思いである。こうした基礎的なデータを共有しつつ、政策を実行し、検証していくことは重要であると思われる。

このことは、「2.府における消費者相談等の状況」についても同じくいえるところであろう。相談への対応とデータの処理分析は簡単ではないけれども、引き続き、継続して実施していくことが大切と思う。ただ、今般の計画案について、ひとつには、若年層への対応が重要な要素になるとわれ、こうした若年層の利用件数の伸びがあってもいいかもしれない。相談窓口の存在を周知し、活用してもらおうことが望まれよう。

○P.5 以下

高齢者の定義は65歳以上だが、高齢者対策を検討するのであれば、70歳代、80歳代以上などと分類するか、後期高齢者枠で分類するかなど、もう少し細かく分類する必要がある。65歳以上でひとくくりとすると、具体的施策が見えなくなる。

なお、P.9 2-(1)①では、相談件数に関して「60歳以上」と「70歳以上」のようにPIO-NETの入力方法による分類になっている。このように細分化されたデータを基に、大阪府独自の分析を求めたい。

○1.(2)高度情報通信社会・・・

若年層の利用率や相談件数に関するデータがあれば掲載して下さい

○P.5 (2)高度情報通信社会の進展・商品や取引形態の多様化

通信販売の割合が拡大することによる影響について言及する必要がある。現在、通信販売の割合が拡大することにより、リアル店舗の商業規模が縮小している。都市部でも食料品・日用品に関して店舗の閉鎖・シャッター商店街の出現により、「買い物難民」が発生しているが、この問題について、府商工関係部門と協力して何らかの具体的な施策を講じる必要がある。

(参考：http://www.maff.go.jp/j/shokusan/eat/svoku_akusesu.html 農林水産省HP)

(例) ・泉州地域に広く出店していた大型書店の倒産により、書籍についての「買い物難民」が一定地域に発生した。また、泉北ニュータウン地区でも近隣センターのスーパー閉店が相次ぎ、買い物難民対策が求められている。

^(注1)全人口に占める65歳以上人口の割合

^(注2)15歳~64歳

^(注3)0歳~14歳

る世帯の割合を上回り、75.1%に達しました。スマートフォンと携帯電話・PHSを合計したモバイル端末全体の保有率は94.8%と、おおむね95%前後で推移を続けていることから、携帯電話・PHSからスマートフォンに置き換わっている状況が認められます。また、インターネットの利用者の割合は、全体で80.9%となっており、スマートフォンが59.7%、パソコンが52.5%と、こちらもスマートフォンがパソコンを上回っています。60歳以上においては、まだパソコンの利用が上回っていますが、今後、さらにスマートフォンの利用が進むものと見られます。(図表3)

また、我が国のBtoC^(注4)電子商取引の市場規模が2007(平成19)年の5.3兆円から2017(平成29)年には16.5兆円と、10年間で約3倍に増加しているほか、家計におけるインターネットを通じた世帯あたりの支出総額も、2017(平成29)年には1世帯あたり月平均で約3万円となっており、10年前の10倍に増加しています。

インターネット取引には、店舗の営業時間を気にする必要がない、自宅で商品や役務の価格や内容をじっくり比較できる、移動時間や交通費がかからないなどのメリットがあることから、急速に普及が進んでいるものと考えられます。その一方で、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法等に利用されることがあり、また、インターネットオークション等に見られるように、多種の事業者が関与してサービスが組み立てられていることもあり、消費者にとって、誰がどこまでの責任を負っているのかが特定しにくく、トラブルが発生しても解決が困難である場合が多くなっています。

この結果、消費生活相談の販売購入形態別割合の推移においても、「店舗販売」が減少する一方、「インターネット通販」が増加し、2017(平成29)年には、「インターネット通販」の割合が26.0%となり、「店舗販売」の25.2%を上回りました。ここでの「インターネット通販」は、いわゆる通常のインターネット通販より広い概念を含んでおり、アダルト情報サイトに代表される、ウェブサイトを利用したサイト利用料、オンラインゲーム等のデジタルコンテンツも入っており、より相談件数が増加しているのは、デジタルコンテンツ以外のいわゆる通常のインターネット通販となっています。

(3) グローバル化の進展

国際化の進展に伴い、食料品、衣料品、電気製品等の様々な商品が我が国に輸入されて流通することとなり、私たちは日常生活においても数多くの外国産の商品に囲まれて生活しています。また、近年では、先述した情報化の進展とも相まって、インターネット等を通じて消費者が知らない内に海外の事業者と越境取引を行うことが生じており、消費者の行動は今や国内にとどまらず国際化が進展していると言えます。

また、平成30(2018)年6月に閣議決定された「未来投資戦略2018」では、外国人材の活躍推進策として、2022年末までに20,000人の高度外国人材の認定を目指すとともに、2020年までに外国人留学生の受け入れを30万人まで増やすことが、重要な評価指標の一つとして掲げられています。

2017年12月までに高度外国人材として認定された外国人数は10,572人、2017

○P.6 下から11～12行目 より相談件数が増加しているのは、デジタルコンテンツ以外の「いわゆる通常のインターネット通販」とあるが、特に、サブリの定期購入やブランド洋服の偽サイト、個人間取引などのトラブルに関する相談が増えていることを強調した方がよい。

○P6(3)「グローバル化の進展」では定住外国人に加えて、訪日外国人の急増についても指摘する必要があると考えます。

^(注4)商取引の形態の一つで、企業(business)と一般消費者(consumer)の取引のこと。企業間の取引はBtoB、一般消費者同士の取引をCtoCという。

年 5 月時点の大学・大学院などの高等教育機関における外国人留学生は 188,384 人であり、平成 31 (2019) 年 4 月の改正出入国管理法の施行などにより、今後、さらに定住外国人が増加することは間違いありません。

海外との取引や外国人との取引でトラブルが生じた場合には、法律、商慣習、文化、言語の違いなどから、解決が困難となることが考えられます。

(4) キャッシュレスの推進等

平成 29 (2017) 年 6 月に閣議決定された「未来投資戦略 2017」において、2027 年までにキャッシュレス決済比率を 4 割程度とすることが、重要な評価指標の一つとして掲げられています。平成 29 (2017) 年のクレジットカードと電子マネーによる決済額は、民間最終消費支出(名目値、2 次速報値)の 21.0%で、今後 10 年間でキャッシュレス決済をほぼ倍増する計画になっています。(図表 4)

キャッシュレスの推進は、労働者人口の減少を踏まえて、実店舗等の無人化や省力化、現金資産の見える化と流動性向上、不透明な現金流通の抑止による税収向上や、支払いデータの利活用による消費の利便性向上と活性化を図るものとされています。

キャッシュレスの支払手段は、大きく分類するとクレジットカードに代表されるポストペイ(後払い)と、交通系電子マネーなどに代表されるプリペイド(前払い)、銀行系デビットカードに代表されるリアルタイムペイ(即時払い)の 3 つに分けられ、平成 30 (2018) 年 4 月に経済産業省が発表した「キャッシュレス・ビジョン」によると、2016 年の民間最終消費支出に占める割合は、ポストペイが 18.0%、プリペイドが 1.7%、リアルタイムペイが 0.3%とされています。

スマートフォンの急速な普及に伴い、今後は、QR コードや NFC(近距離無線通信規格)を用いるモバイルウォレットによるリアルタイムペイ(ただし、プリペイドやポストペイも可能)が増えることが想定されます。

また、流通事業者によるポイントサービスや航空事業者によるマイレージプログラムなど、通貨に類似する価値の取引が増大しており、平成 29 (2017) 年には、世界的な仮想通貨ブームが起きました。

決済方法や取引形態が多様化することにより、消費者の利便性が向上する一方で、情報セキュリティに関する基本的な対策や知識を十分に持たずに利用した場合の危険性が高まることが懸念されます。

なお、消費者金融の過剰な貸し付けにより社会問題化した多重債務問題は、数次の貸金業法の改正と厳しい指導監督により、業者数が最多時の 27 分の 1 にまで減少し、上限金利の引下げや返済能力を超えた貸付の禁止(総量規制の導入)の効果もあって、一定鎮静化しています。また、総量規制の対象外だった銀行カードローンについても、2015(平成 27)年から同様の自主規制が行われています。

今後、キャッシュレス(ポストペイ)が進展することにより、実際の収入以上の商品や役務を購入することが可能なことから、新たな多重債務問題を引き起こすことが懸念されます。

○1. (4)キャッシュレスの推進

2025 年の大阪万博に向けて、大阪府の方針があれば追加して下さい

無かった場合にも、東京がオリンピックに向けてインバウンド対応とともにキャッシュレス化を推進しようとしているのと同様、進まざるを得ない状況にあることは掲載する必要があると思います。

○(4) キャッシュレスの推進等

キャッシュレス決済の問題点として、例示された論点以外に、下記の問題がある。

① 消費者の無知に付け込んだ悪質行為

(例)・「仮想通貨投資で収益が上がる」と勧誘する海外事業者によるマルチ商法

・アダルトサイト詐欺の支払わせ方に、コンビニ販売の電子マネーを利用し、お金を払ったと本人に感じさせずに、支払わせる手口

② 消費者によって、使いこなせない可能性がある

(例)・当初自在に利用していた消費者が、年齢を重ねることにより、ID パスワードを記憶できない、管理できない状態になる可能性がある。

・金銭価値の存在が見えづらいため、金銭感覚が未成熟な幼年者～未成年者の中に、金銭管理能力を養うことができないものがでてくる。

③ 行き過ぎたキャッシュレス社会は、災害時のリスクが大きい

(例)・北海道胆振東部地震の際、北海道全域が一時停電し、キャッシュレス決済が利用できなくなるという事態が発生した。

(5) 持続可能な社会の形成

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

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

また、平成 29 年(2017 年) 4 月に、持続可能なライフスタイルへの理解を促進するため、消費者庁において、「倫理的消費調査研究会」が設置され、人や社会・環境等に配慮した消費行動を示した「エンカル(倫理的)消費」という新しい言葉が打ち出されました。同調査研究会とりまとめでは、具体的な消費行動の例として、「人への配慮」として障がい者支援につながる消費、「社会への配慮」としてフェアトレード商品等の消費、「環境への配慮」としてエコ商品、リサイクル製品、資源保護等に関する認証付き商品等の消費、「地域への配慮」として、地産地消、被災地産品の応援消費などが挙げられています。

(6) 国における消費者行政の動き

社会構造の変化により消費者問題が複雑化する中で、国においては、平成 21 年 9 月に消費者庁及び消費者委員会設置法が制定され、消費者庁を内閣府の外局として設置し、消費者行政を一元的に行うとともに、独立の第三者機関として消費者委員会を内閣府に置いて、消費者問題に関する調査・審議、関係省庁に対する意見表明(建議等)を行う体制が整えられました。併せて、消費者安全法が制定され、消費者安全の確保に関する施策を総合的に策定し実施する責務が国と地方公共団体にあることが明文化されています。

消費者庁の設置に伴い、これまで関係省庁それぞれで所管していた関係法令が消費者庁で一元的に所管されることになり、平成 25 年には、食品表示法が制定されて、これまで JAS 法や食品衛生法、健康増進法でそれぞれ定められていた食品表示に関する規定が整理、統合されるなど、関係法令の改正が行われています。

国の消費者政策は、消費者基本法第 9 条の規定に基づいて策定される「消費者基本計画」に沿って進められており、現在は、平成 27 (2015) 年 3 月に閣議決定された「第 3 期消費者基本計画」により、毎年、消費者を取り巻く状況の変化を踏まえて「消費者基本計画工程表」が改定され、関係府省庁等が講ずべき具体的施策の取組予定が示されています。今後、2020 年には、次期基本計画が策定されることになっています。

また、地方における消費者行政の体制整備の取組として、「地方消費者行政強化作戦」を策定・公表し、消費生活センターの設置促進や見守りネットワークの構築など 5 つの政策目標を掲げ、地方消費者行政推進交付金の制度を通じて都道府県及び市町村の消費者行政の充実・強化を支援しています。平成 30 年度からは、「地方消費者行政強化交付金」制度を創設し、SDGs に関連する施策や経済社会環境の変化に対応した地方消費者行政の体制整備などの施策に積極的に取り組む地方公共団体を支援することとしています。

○ p 8 「1. 消費者を取り巻く環境の変化」の「(5) 持続可能な社会の形成」

・ここにも食品ロスの問題を明記してはどうか? 第 1 期の計画では明記されており、全国的にこの食品ロスの問題への対応の重要性は高まっている。近々国会に食品ロスの削減を推進する法律案が提出される予定とのことである。

○ (5) 持続可能な社会の形成については (6) として記述したほうが良いと思う

○ (3) 持続可能な開発目標を推進する為にも、消費生活、社会生活における意識改革。事業者、自治体との連携した取り組みとともに地域コミュニティを推進。

なお、平成 27 年（2015）7 月から、住民の近くの消費生活相談窓口を全国共通の 3 桁の電話番号「188（いやや）」番により案内する消費者ホットラインが開始されました。

2. 府における消費者相談等の状況

(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(2017(平成 29)年度)

① 消費生活相談件数の推移

平成 29 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 70,100 件で、前年度の 76,355 件と比べ 6,255 件（8.2%）減少しました（図表 5）。契約当事者の年代別で見ると、60 歳以上が、前年度と比べ 1,542 件減少して 23,435 件となりましたが、相談全体の約 3 件に 1 件が 60 歳以上となっています。また、70 歳以上が 14,191 件で、相談全体の約 20%を占めています（図表 6）。

市町村消費生活センターの新設など、市町村の相談体制強化の取組により、府消費生活センターへの相談割合は減少傾向となり、市町村への相談割合は増加傾向にあります。平成 25 年度における市町村への相談割合は 88.3%でしたが、平成 29 年度は 89.1%と増加しています。（図表 7）

② 相談内容の特徴

(ア) 内容別の特徴

商品・役務別の相談件数では、前年度同様インターネット関連の相談が上位になりました。最も多い相談は、「デジタルコンテンツ」（インターネット上で提供する情報等）の 8,688 件で、前年度より 4,389 件（33.6%）減少しましたが、どの年代層においても 1 位となりました（図表 8、10）。「デジタルコンテンツ」の具体的内容としては、利用した覚えのない「有料サイトの架空請求」に関する相談が 3,805 件で、前年度と比べ減少したものの最も多く寄せられました。次に多い相談は「アダルト情報サイト」に関する相談で、前年度と比べ大幅に減少したものの 1,733 件寄せられました（図表 9）。

そのほか、インターネット関連では、「インターネット接続回線」（自宅で利用する光回線等インターネット回線）、「移動通信サービス」（携帯電話・スマートフォン等の通信回線）に関する相談が前年度と比べ減少したものの、上位となりました（図表 8）。

(イ) 販売方法別の特徴

販売購入形態別相談件数では、「通信販売」に関する相談が最も多く寄せられました（図表 11）。「通信販売」のうち 68.2%を占めるインターネット通販の相談内容を見ると、最も多いのは「デジタルコンテンツ」ですが、「健康食品」、「化粧品」の相談も多く寄せられ（図表 12）、お試しだと思っていたら定期購入になっていた等のトラブルが目立ちました。

(ウ) 65 歳以上が契約当事者である相談の特徴

65 歳以上が契約当事者の相談件数は 19,311 件で、前年度の 20,287 件より 976 件（4.8%）

○P.9 2-1(1) ②「通信販売」の中に、デジタルコンテンツやアダルトサイト、化粧品の定期購入、架空請求等が分類されることを、もう少し分かり易く説明してほしい。消費者にとってはその方がより具体的であり、実感がわく。

減少しました。相談全体（70,079件）に占める割合は27.6%で、4件に1件以上と、高い割合となっています（図表13）。

商品・役務別の相談状況を見ると、最も多い相談は「デジタルコンテンツ」の2,091件ですが、「新聞」（933件）や「ハガキによる架空請求」（709件）は、全体に占める65歳以上の相談件数の割合が高くなっています（図表14）。

販売購入形態別の相談状況を見ると、「通信販売」が最も多く、次いで「店舗販売」が多く寄せられました。「訪問販売」、「電話勧誘販売」、「訪問購入」については、全体に占める割合が高くなりました（図表15）。

認知症等の高齢者に関する相談は647件と前年度より63件（8.9%）減少しました。また、本人以外からの相談は524件で相談全体の81.0%となっています（図表16）。

なお、65歳以上の相談者は、90.7%が市町村の窓口を利用しており、65歳未満の相談者よりも高い割合となっています。（図表17）

（エ）若年層の相談の特徴

20歳代以下の若者が契約当事者の相談件数は7,261件で、前年度の8,158件より897件（11.0%）減少し、相談全体（70,079件）に占める割合は10.4%でした（図表18）。

商品・役務別の相談状況を見ると、「デジタルコンテンツ」が1,186件となり、他の年代と同様に最も多い相談となりました。このほか相談全体の件数に占める若者の割合で見ると、「エステティックサービス」が59.2%、「内職・副業」が36.6%と若者の割合が高くなりました（図表19）。

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」については若者の割合が同項目の相談全体の39.0%と高くなりました（図表20）。また、インターネット上から情報商材を購入すれば稼げるという儲け話によるトラブルに関する相談も寄せられました。

また、18歳、19歳に比べ20歳になると相談件数が大きく増加しています。これは民法の未成年取消権が抑止力として働いていることが要因の一つと考えられます（図表21）。

民法改正により、成年年齢が18歳に引き下げられると、18歳、19歳には未成年者取消権が適用されなくなるため、18歳、19歳の消費者被害が増えるおそれがあります。このため、改正民法が施行される2022年4月を見据え、若年者への消費者教育を充実していく必要があります。

（オ）危害及び危険に関する相談の特徴

危害に関する相談（商品・役務・設備に関連して身体に怪我、病気等の危害を受けたという相談）は826件で、前年度の926件と比べ100件（10.8%）減少しました（図表22）。「健康食品」による危害件数が131件で最も多く、前年度の137件と比べ6件（4.4%）減少しました。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253件で、前年度（282件）と比べ29件減少しました（図表23）。

（2）特殊詐欺の発生状況

「特殊詐欺」とは、面識のない不特定の者に対し、電話その他の通信手段を用いて、預貯金口

○P.10：（エ）若年層

「20歳代以下」というくくりで分類されている分析（図表18～20）と、「18歳・19歳と20歳・21歳」（図表21）に関して、適切な解説がされていない。「20歳代以下」の若者からの相談件数を、10代以下と20代に分けると、10代はデジタルコンテンツやゲーム課金などが多いが、20代になるとマルチ商法や内職・副業・エステなどが増える。要するに、20歳前後で見れば、18歳、19歳と、20歳、21歳ではこのような変化があり、これは「勧誘者が、未成年者への勧誘行為自体を自粛している」と分析できれば、18歳成人への警鐘になる。民法改正後、18、19歳へのマルチや副業などの勧誘行為、金融業者の与信行為などが活発になるリスクを念頭に、表現を工夫する必要がある。

○P.10（2）「特殊詐欺」

警察からの報告のような内容だけでなく、消費生活センターとしての取り組みを入れてほしい。

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（オレオレ詐欺、架空請求詐欺、融資保証金詐欺及び還付金等詐欺）及び振り込め詐欺以外の特殊詐欺（金融商品等取引名目の特殊詐欺、ギャンブル必勝情報提供名目の特殊詐欺、異性との交際あっせん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。

2017(平成 29)年中の全国の特種詐欺認知件数は 18,212 件で、前年に比べて約 29%増加しました。被害額は 394.7 億円と 3 年連続で減少したものの、依然として高水準となっています(図表 24)。

オレオレ詐欺が、認知件数 8,496 件、被害額 207.9 億円、架空請求詐欺が、認知件数 5,753 件、被害額 127.7 億円、還付金等詐欺が、認知件数 3,129 件、被害額 35.9 億円であり、これら 3 手口で認知件数全体の約 95%を占めています。

オレオレ詐欺と架空請求詐欺は、認知件数が大幅に増加しましたが、還付金等詐欺は、関係事業者と連携した取組を推進した結果、認知件数・被害額ともに減少に転じました。

同様に府内について見ると、2018(平成 30)年中の特種詐欺認知件数は 1,624 件、被害額は約 35.8 億円で、認知件数は前年より増加したものの、被害額は前年から減少しています(図表 25)。

なお、警察庁がまとめた「平成 29 年の特種詐欺認知・検挙状況等について(確定値版)」によれば、特種詐欺被害者の 72.5%が 65 歳以上です。

(3) 悪質事業者に対する関係法令等による行政処分、指導等の状況

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

(4) 消費生活センター以外の相談窓口の受付状況

府が消費生活センター以外で 2017(平成 29)年度に受け付けた相談件数は以下のとおりです。

- 住宅まちづくり部都市居住課 「住宅相談」 2,001 件
- 警察本部生活安全部生活経済課 「悪質商法 110 番」 345 件
- 健康医療部保険医療室保険医療企画課 「医療相談」 904 件
- 府民文化部都市魅力創造局国際課 「外国人相談」 1,529 件
- 府民文化部府政情報室 「府政相談」 16 件

○P11 特種詐欺の被害者について、大阪府警 2018 年暫定値では特種詐欺全体の 85%が 65 歳以上です。

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

○P11(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」について、実績を記載すべきと考えます。

(2014 年 9 月 5 日答申では「他の主要な都道府県と比較しても少ない」と指摘していた項目です。)

3. 大阪府消費者基本計画（第1期）期間中における取組と今後の課題

府では、大阪府消費者基本計画（平成27年度～2019年度）に掲げる施策推進の4つの基本目標に基づき消費者施策を推進しました。計画期間の主な取組の実績及び課題は以下のとおりです。

（1）＜基本目標Ⅰ 消費者の安全・安心の確保＞

① 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、食品衛生法や食品表示法、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。

また、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、府警察本部、府内市町村、国及び他の都道府県等と連携し、特定商取引法や景品表示法、大阪府消費者保護条例などの法令に基づき、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。

② 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、事業者が目指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。

しかし、様々な媒体等を活用し情報を発信している中で、従来のポスターやホームページによる情報発信では、若年者に伝わりにくい状況があり、今後はスマートフォンを使用したSNS等の積極的な活用等の工夫が必要と考えられます。また、一方で、情報が行き届きにくい高齢者等には、電子媒体での周知・啓発に加え、紙媒体でのチラシやリーフレット等による情報発信が効果的な場合もあり、対象とする世代等消費者の特性等に配慮したきめ細かなアプローチ方を検討することが必要です。

（2）＜基本目標Ⅱ 消費者の自立への支援＞

① 様々な社会経済情勢の変化の中で、消費者自身も知識の習得や情報収集に努め、被害に遭わないよう主体的・合理的に判断・行動できる消費者になることが求められています。しかし、スマートフォンの急速な普及等により、幅広い年齢層でインターネット関連のトラブルが後を絶たず、今後も益々進展していく高度情報通信化に対応した施策を推進していくことが必要です。

府では、社会経験も浅く、判断能力が未熟な若年者を対象にウェブサイトによる注意喚起やネットリテラシーの向上を図る取組を実施してきましたが、今後も一層、消費者が生活していくための情報利用能力（情報リテラシー）を強化するとともに、消費者自身の情報セキュリティ意識の向上を図ることが必要です。

② 府では、リサイクル社会を推進するための啓発活動や、グリーン購入、再生品の普及、環

○3.第1期の取組と課題について、やったこと、その結果、成果(状況の変化)、課題(めざすべき状況と実際の状況のギャップ、ならびにそれを克服する方法)を明確すること。

○P12～15「3. 第1期期間中における取組と今後の課題」は、「第1期期間中の成果と今後の課題」に改め、実施した取組の列挙はやめて、各目標についての到達点の認識(前進、継続維持、後退したこと)について、できれば定量的な根拠を踏まえて、それが無理な部分は定性的で良いので明示した上で、残された課題・新たに生まれている課題は何かを整理して示すべきだと考えます。そうすることで、第1期計画の総括(評価)が明らかになると考えます。

また、今後の課題に当たる記述は、P17～18「第3章 2. 消費生活の現状を踏まえた重要な視点」と重複するところが多いので、一つにまとめた方が府民が理解しやすいと考えます。

○しかし、様々な媒体等を活用し……アプローチ方を検討することが必要です。P12 第2章 3.(1)-②5 行目から若者が通信手段として使用している LINE、Twitter、YouTube 等の SNS での啓発活動の発信は、不可欠で喫緊の課題であると考えます。簡単な意識度や理解度のアンケート調査にも活用可能です。

・スマートフォン、モバイルの急速な普及により……今後も益々進展していく高度情報通信化に対応した施策を推進していくことが必要です。P12 第2章の 3.(2)-①下から7 行目から

2020 年には 5G(第5世代)が実用化を予定されています。4G よりさらに高速になり(4G の約 10 倍)、社会インフラを支えるモバイルネットワークへと変革されます。

キャリア	5G のサービス提供開始時期(プレは、2019 年)
ドコモ	2020 年
au	2020 年(早まる可能性もあり)
ソフトバンク	2020 年

5Gによるメリットとデメリットを情報収集と分析、検証し、方向性や対策の枠組みや仕組み、ルール化、経済的、コンプライアンス、セキュリティ対策、法規制等の取組について検討することが喫緊の課題であり、消費者基本計画にも記載の必要性を感じます。

5Gによる大容量、高速、低遅延な通信が可能となれば、興味、思いやつぶやきなどからの満足度、評価における意識調査、コミュニティや協働参画まで消費者としての価値観がさらに受容、共感が生まれ、双方向のコミュニケーションが育まれ、消費者市民社会へ向けての相互のつながりや絆から信頼性が高まることが可能とであると考えます。

※5Gは映像配信やLOT技術、自動運転技術などに大きく貢献すると期待できます。P12 第2章の 3.(2)-①下から7 行目から

境教育、環境保全活動など、様々な環境に配慮した消費生活の推進に取り組んできました。今後も継続的に取組を進めていくとともに、SDGsを踏まえ、人や社会、環境等に配慮した持続可能な消費の実践について府民意識の醸成を図ることが必要です。

③ 消費者への自立を支援する一方で、高齢者等自立困難な消費者の存在を前提として、誰一人取り残さないという姿勢で、消費者保護、消費者の権利の尊重に取り組むことが重要です。府では、高齢者、障がい者等の消費者被害を未然防止、拡大防止するため、地域で活動する福祉行政関係者、民間事業者、消費者団体等と連携した「見守り」活動の充実に取り組んできました。

また、地域における消費者被害防止のための啓発や見守り活動への参加協力、消費者トラブルの相談窓口への誘導などを行う「消費のサポーター」制度を運用し、アウトリーチ型の支援を推進してきました。

しかし、府内の相談件数の中で高齢者が占める割合は高く、被害も高額化している傾向がある中で、今後更に高齢化が進行する現状を踏まえ、支援策を強化する必要があります。

事業者や地域人材等との連携を更に強化し、見守り活動を充実させるとともに、市町村の消費生活センターが、行政の福祉部局、医療機関、地域包括支援センター、警察署等と連携したネットワークを構築し、地域の身近なところで高齢者等を見守る「消費者安全確保地域協議会（高齢者等の見守りネットワーク）」の設置を推進していくことが必要です。府内市町村における設置は、平成31年3月現在で7市に留まっていることから、市町村における取組が推進するよう、情報提供など継続的な働きかけを行うことが必要です。

(3) <基本目標Ⅲ 消費者教育に関する計画的な施策の推進>

① 改正民法が施行される2022年4月からは、18歳、19歳の若年者は親の同意なく自由に契約を締結することができるようになります。また「未成年者取消権」の保護制度が適用されなくなることから、悪質事業者などの新たなターゲットになることが懸念され、自ら考え合理的な判断と行動ができる自立した消費者になるための消費者教育の推進は喫緊の課題となっています。

府では、これまで、学習指導要領による教育指導【(小学5・6年 家庭科)、(中学 技術・家庭科)、(高等学校 家庭科・公民科) (支援学校)】を実施するとともに、高校生が消費生活に関する基本的な知識を習得し消費者市民社会を形成する人材育成を図るため、平成28年度に高校生向けの消費者教育教材「めざそう！消費者市民」を作成し、府内すべての高等学校と支援学校高等部に配布しました。平成29年度からはこの教材を活用し一部の府立高等学校をモデル校に指定し、アクティブラーニング型の授業（モデル授業）を展開するとともに、教職員研修を実施しました。また、モデル授業の成果等を記載した実践事例集を作成し配布しました。

改正民法の施行を見据え、府内すべての高等学校等において消費者教育教材を活用した実践的な消費者教育を実施することが必要です。

○消費者安全確保地域協議会[高齢者（子供、障がい者、外国人、貧困生活者）見守りネットワーク]の責任と権限、役割及び地域との連携について情報が少なく、独居老人、老老介護、認知症患者の後見人や「消費生活の安定のための施策、充実によって高齢者被害を減らす対策推進、事例共有などの広報活動や協力体制が不十分であると感じます。

・予防対策や対処療法を論じるだけでなく、子育て家族が貧困な消費生活に陥らないために安心した出産や保育の環境づくりと枠組み、制度等の仕組みづくりとの連携が不十分であると考えます。広く消費者対策の根本であることから他省庁との連携を図り、シンポジウムなど協議の場づくりの開催を推進すべきかと感じます。

・様々な環境に配慮した・・・醸成を図ることが必要です。P13第2章(2)-②

第3期消費者基本計画の進捗状況では「SDGs」が主要事項、第4期での検討会では、基本理念に直接関わる提言と重要項目に挙げられていることを踏まえ、第2期消費者基本計画においても主要課題として繋がりのあるような取り上げ方をすべきではないでしょうか。

○p13「3. 府における消費者行政の課題と対応の方向性」の「(2) 消費者の自立への支援」の③

・高齢消費者等の見守りネットワークについては、消費者庁の「地方消費者行政強化作戦」を踏まえて、大阪府においても数値目標を掲げるべきだと考える。できれば、5年間で府内全ての市町村で設置することを目標にすべきだと思う。この点は、「重要目標達成指標」(KG I) とすべきだと思う。

・「安全確保地域協議会（高齢者等の見守りネットワーク）」については、消費生活協力団体・消費生活協力員の制度（消費者安全法11条の7）を利用した見守りネットワークも考えられるので、「安全確保地域協議会等（高齢消費者等の見守りネットワーク）」としてはどうか？

○p13「3. 府における消費者行政の課題と対応の方向性」の「(3) <基本目標Ⅲ 消費者教育に関する計画的な施策の推進>

・府内全ての高等学校等において、消費者教育教材を活用した実践的な消費者教育を実施することが必要」とする点については、数値目標を明示していることから高く評価できる。この点も、「重要目標達成指標」(KG I) とすべきだと思う。

○P.13 (3) 基本目標Ⅲ 消費者教育に関する計画的な施策の推進

① 高校教育：私立高校も対象なのか、教員も研修は受けているのかが文面からはよくわからない。対象となる学校・教員の範囲を明示した方が良い。

2015年度の統計によると、大阪府の高校中退者数は全国トップであるが、進学しない人や中退者をどうすればよいのか。

<https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?tclass=000001077905&cycle=0>

・支援学校・養護施設退所者対策についても施策を示すべき。

・2019年度より、府内の市町村の小・中学校でスマホの持ち込みが解禁されている。これをうけて、スマホモラル及び見えないお金等についての消費者教育が必要である。市町村の教育委員会を通じて、市町村の消費生活センターとの消費者教育の連携が必要である。

② 消費者被害の防止のためには、学校における消費者教育の実施に加え、大学等の高等教育の場や地域社会、家庭、職域における消費者教育の実施が不可欠です。特に、若年者を対象とした消費者教育や高齢者を対象とした地域における見守り活動等は重要な課題として取組が進められつつありますが、若年者や高齢者等に比べ、成人一般への消費者教育の取組が十分に実施されていない現状があります。地域や職域における消費者教育を今後一層推進していくことが必要です。

(4) <基本目標Ⅳ 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—消費者被害の早期解決と救済に向けて—>

① 府消費生活センターでは、平成21年度から、消費者行政活性化基金の活用により、専門的・広域的相談等の受付や苦情処理、情報提供・啓発等の充実・強化を図るとともに、市町村消費生活センターの中核センターとして市町村消費生活相談窓口の整備や相談員の研修等による市町村相談窓口の充実のための支援を行ってきました。

その結果、平成22年度には、府内の全市町村において消費生活相談窓口が設置され、相談体制の空白地域は解消されました。平成29年度には人口5万人以上の全市町及び人口5万人未満の10町村のうち4町村（広域対応含む）で消費者安全法の基準を満たす消費生活センターが設立されました。平成30年度地方消費者行政の現況調査における都道府県と市区町村等の相談対応状況（相談分担率）では、府は平成24年度以降、約9割となっており、概ね住民に身近な市町村において相談対応が実施されていると言えます。

また、消費者安全法で定められた府の事務である「市町村に対する必要な助言、協力、情報の提供その他の援助」に基づき、市町村消費生活相談員等の相談業務を支援するため、巡回訪問や経由相談を実施するほか、消費生活相談員の専門性の向上を図るため、相談員の育成と資質向上のための各種研修会等の実施や府が独自で運営する消費生活相談窓口専用ウェブサイト等の活用を図りました。

さらに、消費者問題の早期解決のため、市町村において解決が難しい案件への対応など、消費者救済のため、条例の規定による、あっせん・調停の活用を努めました。

② 消費者トラブルを防止し、被害を適切に救済するためには、不安を感じたら、どこに住んでいても住民に身近な消費生活センターに消費生活相談を受けられる体制を構築することが重要ですが、その際には、消費生活センターの名称や連絡先、役割を広く府民に理解してもらうことが不可欠です。

大阪市が平成30年3月に発表した「消費生活に関する意識調査の結果」によれば、「過去に購入した商品やサービスについて被害を受けたことがある」と回答した人の中で、「その被害について、どこかに相談しましたか。（あてはまるものを1つだけ）」の問に、「相談した」を選択した人は59.8%で（図表24、25）、「相談した」と回答した人の中で、「どこに相談しましたか（あてはまるものをすべて）」の問に、「市区町村や消費生活センター等行政機関の消費者窓口」を選択した人は16.8%でした。（図表26）

また、平成27年3月に消費者庁が開設した、全国共通の電話番号から身近な消費生活相

○若年者や高齢者等に比べ・・・今後一層推進していくことが必要です。P14 第2章の3.(3)-②4行目働き方改革による人事制度やハラスメント教育と同等に、職域における研修やe-ラーニングによる消費者教育のプログラム作成と実施要請、行政指導を検討することが望ましいと考えます。

○P.14 (3)② 職域における消費者教育

消費生活センターの所長などの行政職員が、府庁や大手企業の新人職員などのオリエンテーションなどにおいて消費者問題について講演をすることで、行政、事業者、消費者それぞれの立場における消費者問題の理解につながる。

○P.14 18行目

「府は平成24年度以降、約9割と」 → 1割では？数字が府と市町村で逆なのではないか？

談窓口を案内する「消費者ホットライン188」の認知度は、消費者庁の平成29年度消費者意識基本調査によれば、6.6%に留まっています。

府では、ホームページ、啓発チラシ、冊子、ポスター等において、府内の消費生活センターや消費者ホットライン188の周知・啓発に努めていますが、今後もあらゆる機会を通じてその存在を広め、認知度を向上させる必要があります。

さらに、改正出入国管理法の施行を踏まえ、定住外国人を対象とした消費生活相談への対応の充実・強化を検討する必要があります。

- ③ 近年の消費者トラブル・相談は、適用される法律が多岐にわたる複雑なものや海外の相手との取引など、消費者の自主交渉で解決することが困難な内容が増加しています。府は、市町村消費生活センターの中核センターとして、複雑化・高度化した消費生活相談に対して助言やあっせん等を行うとともに、こうした相談に対応する消費生活相談員の育成と資質向上になお一層取り組む必要があります。

○P.15 7行目

「外国人労働者等」の外国人対象消費生活相談の充実、強化を検討する必要があると記載がある。また、P.11 下から2行目には国際課が「外国人相談」を1529件受け付けたとある。しかし、P.50では、国民生活センターの「訪日観光客消費者ホットライン」の周知に努めるとしており、具体的な「外国人相談窓口」と消費者相談との連携が見られない。市町村で外国人の相談を受けて困った場合には、大阪府で対応可能であれば、それを明記していただきたい。

第3章 消費者施策の基本的な考え方・理念

1. 基本的な考え方・理念

現在の社会においては、高齢化、高度情報化や国際化の急速な進展とともに、社会経済の発展により様々な商品、役務や販売方法が生み出されており、消費者被害については、その手口も悪質化・巧妙化するなど、消費者問題は、一層、複雑化、多様化しています。

また、消費者の利便性が高まった反面、本来、取引において対等であるはずの消費者と事業者の間には情報の質及び量、交渉力、資力等の格差が生じており、消費者は不利な立場に置かれることが多くなっています。

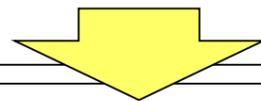
さらに、社会経済活動の高度化、グローバル化が進む中で、地球規模での貧困問題や環境・資源問題等が課題になっており、事業活動はもとより、社会経済に大きな影響を与える消費活動においても人や社会、環境等に配慮した行動が求められています。

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、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。

そのためには、事業者においては関連法令の遵守のもと、商品・役務の安全性の確保、取引・表示の適正化、消費者の声の把握とこれへの対応、苦情処理体制の整備など適切な行動がとられるとともに、府は事業者に対し、必要に応じて厳正な指導、処分等を実施していく必要があります。

また、消費者は、自主的・合理的に判断・行動できる自立した消費者となるとともに、社会があらゆる面でグローバル化している中で、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」の構築に努めていくことが求められています。そのため府としても、消費者に対し、的確な情報提供、消費者教育や啓発を実施していくことが必要であり、消費者自身も、知識の習得等に努め、自立した消費者になるよう努める必要があります。事業者においても、「消費者市民社会」の構築の観点からの事業活動や情報提供等が求められています。

さらに、関係者が連携して、消費者被害が生じた場合における相談や救済の体制整備と拡充が図られるよう努めていくことが必要です。



■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、お互いが協力し合いながら、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。

○府が、事業者、事業者団体や消費者団体等と連携して、施策を実施、検証していくことは、これからも重要であると考えられる。これまでの蓄積を大切にしつつ、さらなるコミュニケーションをはかることが、府の消費者政策をより発展的なものにするに強く思われるところである。

施策の方向性については、現在の計画案で問題はないと思われるけれども、実施の過程で、修正の必要が生じたような場合には、それぞれの基本目標の関係性に留意しつつ、柔軟に対応ができれば好ましいのではないかと考えます。

○P16「1. 基本的な考え方・理念」と、P19「3. 行政・事業者・消費者等の責務と役割」にも重複するところが多いので、一つにまとめた方が府民が理解しやすいと考えます。

例えば、結論である「めざすべき姿」の囲みを冒頭に置いて、「1. 基本的な考え方・理念」の前半部分（4つめの段落まで）、「3. 行政・事業者・消費者等の責務と役割」の(1)～(3)の順に並べて、記述を整理してはどうでしょうか。また、「めざすべき姿」に「市町村」があるのに、「3. 行政・事業者・消費者等の責務と役割」には「市町村」がないので、追記すべきと考えます。「府の責務」の中には、「消費者団体の活動支援」（府条例第三条の5）を追記すべきと考えます。加えて、連携して取り組むことの重要性が強まっていると考えますので、1項目起こして、専門家・士業団体、福祉・教育関係者、様々な地域の団体・個人も含めた連携の重要性を強調し、府や市町村に連携の要（つなぎ役、コーディネーター）となることを期待求めていることを記述しておくべきと考えます

○めざすべき目標は「消費者市民社会」「SDGs」は分かりますが、目標が遠すぎて、もう少しかみくだいて身近な目標での施策展開は出来ないでしょうか。情報化社会で、ネットからの情報が入る前に、義務教育時代にしっかりと自立した消費者に成長していただきたいと思っています。学校教育では不足と思うので、その手助けが必要と思うのです。

○P16「めざすべき姿」の囲みの記述について、「…、安全・安心な持続可能な消費生活…」に修正するのが良いと考えます。

2. 消費生活の現状等を踏まえた重要な視点

府民の安全・安心な消費生活の実現に向け、以下の消費者を取り巻く社会経済環境や現状等を踏まえた重要な視点に基づき、今後の施策を推進することが必要です。

(1) 特性等に配慮した的確な情報提供、消費者教育の充実・強化

消費者の特性によって、消費者の権利を自ら行使できない状況に置かれた消費者が存在し、被害の未然防止、拡大防止の観点から、消費生活に関する知識の普及、消費者被害・事故等の迅速かつ的確な情報提供、注意喚起や啓発への取組等を実施する際には、消費者の特性等に配慮した適切な対応が求められています。

消費者の特性としては、例えば、消費者の年齢、性別、障がいの有無のほか、消費生活に関する知識の量、就業の状態、居住形態、時間的余裕の有無、情報通信機器の利用可能状況などが考えられます。

急速に普及しているスマートフォン等を利用したインターネットによる取引形態等が拡大し、インターネット関連の消費生活相談が増加している中で、社会経験が少なく被害に遭いやすいといわれる若年者や判断力の低下や身体能力の衰えなどにより被害の増えている高齢者、さらには性別や障がいの有無等といった様々な特性を考慮した取組が進められる必要があります。

とりわけ、2022年4月1日の改正民法の施行を見据え、在学中に18歳を迎える高校生等10代後半の世代に対する実践的な消費者教育の実施が喫緊の課題となっています。高等学校段階までに、契約に対する基本的な知識や考え方の習得、消費者の権利と責任への理解を図ること、消費者としての主体的な判断や責任ある態度を養うことが必要です。

また、被害に遭わないというだけでなく、自らの消費行動が社会にもたらす影響と役割を自覚し持続可能な社会の実現に貢献する「消費者市民社会」の構築をめざして行動していく消費者を育成するため、幼児期から高齢期におけるライフステージに応じた消費者教育の取組を充実・強化していく必要があります。

(2) 高齢者等の見守りの充実と見守りネットワークの構築

高齢者は、「お金」「健康」「孤独」の3つの大きな不安を持っていると言われ、こうした弱みにつけこんだ悪質、巧妙な手口により、高齢者の消費者被害が後を絶ちません。また、多くの高齢者は、自分が被害にあっていることに気付かなかつたり、心配をかけたくないという理由で家族等に相談することをためらったりすることも少なくありません。

高齢化が進展する中で、高齢者の消費者被害の防止は重要な課題です。特に地域と交流のない高齢者や認知症等高齢者に対しては、家族や地域の住民、事業者、福祉関係者等の気づきや見守りが重要であり、見守り者への情報提供や啓発を更に推進していくことが必要です。

また、高齢者の消費者被害を防止するためには、高齢者や見守り者等への働きかけとともに、平成28年4月に施行された改正消費者安全法に基づく消費者安全確保地域協議会（高齢者等の見守りネットワーク）を市町村に設置していくことが必要です。

市町村や関係団体等が協働して見守りネットワークの構築に向け取り組んでいるところですが、府内すべての市町村において見守りネットワークを構築できるよう、関係機関や団体

○2.(1) 特性等に配慮した適格な・・・

成年年齢引き下げの件は、高等学校までの消費者教育の充実を図ることと同時に、卒業後の高等教育機関への入学時における「成年」に向けた啓発の徹底が不可欠だと思います。新卒就職者も同様です。

○(1) 特性等に配慮した的確な情報提供、消費者教育の充実・強化については第2章と被る表現が多く、文章を整理された方がいい

○・既に市政単位で行われている教育推進、健康増進計画及び食育推進の施策、消費者フェア等の実施状況を踏まえて、府として各市との共有と連携を図り、目的、目標、計画の設定、取組、事例についての擦り合わせ及びを推進すべきではないでしょうか。

関連) 第5章 1.-(3)

・大阪府主催で、消費生活に関わる各省庁(後援)や近畿各部局の取組についての講演会や行政と事業者団体、消費者団体、学生を巻き込んだシンポジウム(18年10月食の安全安心シンポジウムを実施)、フォーラム、勉強会、グループディスカッション、ワークショップなど参加型で協働となる持続可能なコミュニティを構築する必要性があると考えます。たとえば、関西でも消費者志向経営推進組織を発足させるなどが挙げられます。関連) 第5章 1.-(1)

・各部局(特に府民文化部と健康医療部)と事業者団体との意見交換や建設的な取組など)の交流の場作りの必要性を感じます。消費者志向経営を推進する上で重要な施策と考えます。関連) 第5章 1.-(1)

○高齢化とともに、社会経験の少ない18歳の若者の被害が懸念される、消費者庁の主体的な取り組みとともに、各省庁との連携強化、対策、対応でなければならないと考える。

○・消費者市民社会を目指して市(町村)での現状の課題、施策、取組状況の情報共有と擦り合わせなどの可視化など、ワンウェイではなく府と市町村が一体となって推進するような仕組みや制度の枠組みの構築を期待しています。関連) 第5章 1.-(2)(3)

・在学中に18歳を・・・喫緊の課題となっています。第3章1.-(1) P17-17 行目

・進路を決定すべき過渡期を向かえるに当たり、一時的な詰め込みではなく、高校での独立科目として「消費生活における基本」がカリキュラムとして組み込まれ、18歳にはマスターできる制度と仕組みが必要ではないかと考えます。関連) P42(1)-③

と連携し、未設置の市町村に対し、他府県での先進的な事例や、府内において既に設置した市町村の取組内容等について、情報提供等を継続的に行うなどの支援が必要です。また、既設の市についても、運営方法や実績等について相互に情報を交換し、より効果的な活動が実施されるよう市町村を支援する取組が必要です。

(3) 高度情報通信社会への対応

消費者はスマートフォン等を利用し、年代を問わず、より手軽に、いつでも、どこからでもインターネットを通じて情報の入手や商品・役務の購入を行うようになってきました。また、その決済方法も、クレジットカードに加え、電子マネー、スマートフォン決済、仮想通貨等のデジタルマネーが急速に普及し、キャッシュレス化が進んでいます。

しかしその一方で、インターネット上での取引は実態の見えない事業者との取引であることも多く、意図せず高額な商品・サービスを購入してしまう危険性や、電子マネーのIDが搾取される被害など、トラブルが生じた場合の解決も困難化しています。

高度情報通信化の進展は、消費生活のグローバル化やボーダレス化にもつながっており、インターネット通販の発達は、海外との取引も容易になり利便性が高まるという利点があるものの、消費者トラブルの複雑化にもつながっています。ITを活用した新しい金融サービスやIoT（モノのインターネット）は、消費構造に大きな変化を生じさせつつあり、社会を豊かにし、生活をより便利にする可能性を持つものである一方で、消費生活に関する情報が外部に提供されたり、ビッグデータとして個人の行動・状態等に関する情報が活用されたりといった特色も有しています。

消費者がこれらの有用性を理解しつつ、高度情報通信社会において個人情報やデータの持つ意味も理解し、セキュリティやリスクを自ら管理・配慮する必要があることについて、様々な機会を活用し、消費者に周知・啓発していくことが必要です。

また、高度情報通信化の進展により複雑化・高度化した相談内容に対応していくため、相談員のスキルアップや専門家との更なる連携の強化が必要です。

(4) 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動

SDGsのうち、12番目の目標である「持続可能な生産・消費形態を確保する」では、2030年までに人々があらゆる場所において持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが掲げられています。

持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進していくことは、消費者市民社会を構築していく上で重要な取組であり、消費者がSDGsについて主体的・能動的に理解を深めていくことが、消費者市民社会の形成に参画する消費者を育成していくことに繋がっていきます。

(5) 法令等に基づく事業者指導等

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、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、法令や大阪府消費者保護条例に基づ

○2.(3) 消費者間取引についても記載を追加すること。

施策の基本的な方向性として、客観的根拠にもとづく政策立案と政策目標・成果の明確化を位置づける。

○・P18「(4)持続可能な社会の形成に貢献する消費行動」で、SDGsに触れていますが、「2025年大阪・関西万博がめざすもの」として、「国連が掲げる持続可能な開発目標(SDGs)が達成される社会」が掲げられており、第2期計画の全体の中でより強調し、取組を強めるべきと考えます。その際、消費者だけで取り組むのではなく、すべてのステークホルダーによるパートナーシップで取り組む必要があることも指摘すべきと考えます。

いて、厳正な行政処分、指導、情報の公表等をより積極的に行うことが必要です。

3. 行政・事業者・消費者等の責務と役割

昨今の厳しい社会経済情勢の中で、行政、事業者、消費者は、それぞれの責務と役割を認識し、お互いに協力し合いながら安全・安心な消費生活の実現に向け、責任を果たしていく必要があります。

国、地方公共団体は、厳しい財政状況の中で、一層の行財政改革を求められており、それぞれの役割分担のもとで、適切な行政運営がなされる必要があります。

また、事業者、事業者団体や消費者、消費者団体においても、消費者の安全・安心の確保といった観点からの取組に努めていく必要があります。

そして、それぞれがお互いに連携し、効果的で効率的な取組に努めていく必要があります。

(1) 府の責務

府は、広域的な地方公共団体として、府域の消費者行政の中核機能を果たす必要があります。

府は、これまで実施してきた事業の実績を生かし、消費者問題の状況等の把握に努め、事業者指導、消費者教育・啓発、商品テスト、企画運営、情報収集・発信などと有機的に連携させることにより、広域的・専門的観点から、市町村への「必要な助言、協力、情報提供その他の援助」といった支援を中心に、国や市町村などとの適切な役割分担のもと、効果的、効率的に消費者行政を推進していくことが必要です。

市町村に対しては、解決が難しい相談事案等に対する助言や消費生活苦情審査委員会でのあっせん等、職員・相談員のスキルアップのための研修、消費者施策推進に向けての技術的援助、人材育成・情報提供等の支援に一層取り組んでいく必要があります。

また、消費者取引の適正化の観点から、消費者安全法、特定商取引法、景品表示法等の法律や条例に基づき事業者に対し、適切な指導、処分等について積極的に取り組んでいく必要があります。

(2) 事業者、事業者団体の責務

事業者は、健全な消費生活の実現が、事業者や産業の発展にもつながるという観点にたち、関連法令を遵守（コンプライアンスの確立）するとともに、安全・安心な商品や役務の提供、公正な取引に努める必要があります。また、そのため、消費者にわかりやすく情報提供を行うことや苦情処理体制の確立を図ることも必要です。

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、事業者や消費者等への提供、啓発イベントの実施や媒体の制作等により安全・安心な消費生活の実現に向けての事業者の活動を支援することが必要です。

(3) 消費者（府民）、消費者団体の役割

消費者は、自立した消費者になることが必要との認識のもと、知識の習得や情報収集に努め、自主的、合理的な判断のもとに行動し、自らの消費行動が社会に及ぼす影響を考え、公正かつ持続可能な社会の形成に参画していく責任ある行動を取ることが求められています。

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る

○ p 1 9 「3. 行政・事業者・消費者等の責務と役割」の「(1) 府の責務」

- ・市町村に対する支援として、「職員・相談員のスキルアップのための研修」を行いやすくするために、伴う市町村の相談体制を補助する体制ができているかどうか気になる。もし、この点が十分でない場合にはその点について明記してはどうか？
- ・事業者・事業者団体や消費者・消費者団体との連携も強化していくことを明記してはどうか？

○P19「(2) 事業者、事業者団体の責務」においても、**SDGs** の視点を組み込み、持続可能な生産や消費者志向経営を消費者とのパートナーシップで進めていくことを加筆し、府がそうした事業者の取組を支援することを「(1) 府の責務」の中に記述すべきと考えます。

○ p 1 9 「3. 行政・事業者・消費者等の責務と役割」の「(2) 事業者、事業者団体の責務」

- ・「消費者指向経営」が期待されるという視点を明示しなくてよいのか？

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、表明していくことなどに取り組んでいくことも必要です。

4. 施策の方向性

消費生活をめぐる現状とこれまでの取組を踏まえ、計画を体系的に推進していくため、4つの基本目標からなる施策の方向性を設定し、前述の重要な視点に留意しながら、具体的に施策を展開していきます。

<基本目標Ⅰ 消費者の安全・安心の確保>

- 1 商品・役務の安全性の確保
- 2 消費者取引の適正化
- 3 消費者への情報提供
- 4 個人情報の保護
- 5 物価安定対策と適正な税の転嫁

<基本目標Ⅱ 消費者の自立への支援>

- 1 高度情報通信社会への対応
- 2 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の推進
- 3 高齢者、障がい者、若年者等への支援

<基本目標Ⅲ 消費者教育の推進>

- 1 消費者教育推進の基本的な方向
- 2 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
- 3 消費者教育の担い手の育成と活用

<基本目標Ⅳ 消費生活相談体制の充実>

- 1 府の消費生活相談体制の充実・強化
- 2 市町村相談体制への支援
- 3 消費者問題の早期解決支援

第4章 施策の展開

<基本目標 I 消費者の安全・安心の確保>

スマートフォンやタブレット端末等の情報通信機器の急速な普及により、誰もが、どこにいても、インターネットを通じて多くの情報を得ることが可能となった反面、膨大な量の情報が氾濫し、何が正しい情報であるかを正確に理解することが困難な状況も生じています。

消費者と事業者の取引においては、インターネットを通じた取引が年々増加する等、その取引の様子は多様化しており、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依然多く存在しています。

このような状況の中、特定商取引法の一部を改正する法律が平成29年12月1日に施行され、SNSによるアポイントメントセールスや美容医療契約が新たに規制の対象に追加される等、事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守る取組が進められているところです。

また、食品衛生法、JAS法及び健康増進法の食品の表示に関する規定を統合して平成27年4月1日に施行された食品表示法が、経過措置期間を経て**2020**年4月1日に完全施行されます。また、**2022**年4月1日からは輸入品を除く全ての加工食品について、一番多い原材料の原産地の表示が義務付けられるなど、消費者が食の安全・安心に関連する情報について自ら確認し、商品を選択できる機会が今後ますます増加していきます。

そのため、衣食住をはじめとした生活に関わる商品・役務の安全性の確保のために、庁内関係部局や府内市町村と連携し、事業者に対し適正かつわかりやすい情報提供を促すとともに、消費者への適切で正確な情報の提供、関係法令や条例に基づく悪質な事業者に対する厳正な処分や指導を行うことにより消費者被害の未然防止と拡大防止を図り、公正な市場を実現して、消費者の安全・安心の確保に努める必要があります。

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體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、事業者に対する法令に基づく指導等に取り組めます。

<具体的な取組>

施策名	施策の概要	部局
製品関連被害防止・救済のための商品テスト	製品関連被害の未然・再発防止等安全確保の観点から商品のテストを行い、消費者の商品知識の向上を図る。	府民文化部
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

○高度情報通信社会への対応は、今後、ますます難しいものになるかと思われる。ネットを介した犯罪行為については、新規の手法が継続的に「開発」されることが予想されること、被害対象となる若年層、高齢者や障がい者等への啓蒙や、事後的な対策として、弁護士会や警察機関などとの連携が、今まで以上に真摯に検討されるべきであろう。

現在、各組織では、個人情報保護や、コンプライアンスなどについて、E-教育が行われているが、たとえば、弁護士会や消費者団体などと連携しつつ、大阪府のHPから、府民が自由に利用できるソフトを提供することも考えられるかもしれない。消費者教育や消費者相談などでも、こうしたネットを利用した啓蒙が進むべきではないかと感じる場所である。もちろん、いずれ、AIの活用も視野に入ってくるであろう。時間と場所を選ばずに、利用できることは、誰にとっても有益であろう。ただし予算措置の問題は置くとして。

○<基本目標>は大阪府の具体的な状況をふまえて、具体的なめざす状況、数値目標などを設定することが望ましい。

<具体的な取組>については、施策の目的、施策がもたらすことがめざされる目標、第1期の状況についても記載されることが望ましい。

<具体的な取組>については、新規、強化、見直しなどのラベリングがあると望ましい。

○記述の中で、現状や課題に当たるところは、消費者教育推進計画に当たる部分は別としても、できるだけ第2章にまとめて、記述はどういう考え方で取り組むのかということに絞った方が、府民が理解しやすいと考えます。

○
・基本計画第1期での施策後の結果から第2期の施策が計画されると思いますが、1期の進行、達成が何処までであるかが分かりづらい。

○インターネット取引では、デザイン、機能性、利便性、価格もさることながら、オークションを含むインターネットの匿名性、非対面性、操作の容易性を悪用した詐欺的商法等に利用され **P21-1** 行 **4** 第2章 **(2)**

消費者被害を減らすために事業者や商品に対しての成りすましを排除した口コミ、レビュー、店舗や商品への信頼性担保を推し測る評価点掲載項目を必須とした制度づくりやルール化を検討すべきではないかと考えます。基本目標 **I 1**～**6** 行

・食の安全、安心として、マーガリンやショートニングなどのトランス脂肪酸を含む部分的硬化油や遺伝子組み換え食品、ゲノム編集食品の使用規制やルール化について現状の問題点、課題、取組などの明確化及び開示すべきではないかと考えます。

P21-1.

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取締り	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・保存及び販売等各食品関係施設を対象に施設監視・立入検査を実施し、衛生管理の徹底や不備事項の改善を指示するとともに、HACCP(危害分析重要管理点方式)による衛生管理手法の導入や異物混入防止対策や適正表示等を指導する。 また、府内に流通する食品等を収去し試験検査に供する。更に、食品中の残留物質による健康危害の防止を図るため、農薬、動物用医薬品、環境汚染物質、放射性物質等に係る各種検査を実施する。 (1) 食品関係施設の監視指導 (2) 食品、添加物、器具、容器包装の規格検査 (3) 野菜、果物、魚介類、食肉、乳等について農薬、動物用医薬品、環境汚染物質、放射性物質等に係る各種残留検査 (4) 食品、添加物の表示の取締り (5) 食品、添加物等の一斉取締り(夏期・年末) (6) 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 (7) 食肉衛生検査所における畜検査(BSE検査を含む) (8) 食鳥処理場における食鳥検査	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。</p> <p>・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
---------------------	--	-------

2. 消費者取引の適正化

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

また、消費者の自主的かつ合理的な選択の機会を確保するため、商品・役務に関する表示及びそれらの価格等に関する表示の適正化が図られるよう景品表示法等の関係法令に基づく指導、処分、検査等に取り組みます。

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

(1) 不当な取引行為の防止等

<具体的な取組>

施策名	施策の概要	部局
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、大阪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 4 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

<p>○p23 「2. 消費者取引の適正化」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・社会情勢の変化や国の法律の改正を踏まえて、迅速かつ適時に大阪府消費生活条例及び同施行規則の見直しを行っていくと明記すべきではないか？ <p>○p23 「2. 消費者取引の適正化」の「(1) 不当な取引行為の防止等」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<具体的な取組>の「事業者に対する関係法令の説明会の実施」については、説明会だけではなく、業界団体や経済団体などを通じて、関連法令の徹底を求めていくことにしてはどうか？大阪府消費生活条例及び同施行規則は、必ずしも十分に周知されているとはいえないので、この点についても周知の徹底のための努力が必要であると思う。 <p>○P.23 2 消費者取引の適正化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・不当な取引行為について法令や条例に基づき、厳正な行政処分、指導に積極的に取り組んでいただけることに期待する。昨今の消費者相談では、不当な取引行為というだけでなく犯罪に近い事例が散見される。特定商取引法等特別法でも直罰条項があるので、府警察本部と連携して、被害が拡大する前に取り締まってほしい。 ・居宅高齢者は電話や訪問による勧誘を断れない傾向にある。高齢者に限らず、勧誘を望まない消費者の意思を事業者適切に伝えるシステムについて積極的に検討する必要がある。

旅行業法に基づく府知事登録旅行者等及び旅行サービス手配業者への適正指導（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	住宅まちづくり部

(2) 価格・商品の表示、広告等の適正化

<具体的な取組>

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から大阪市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、違反業者をに指導する。	健康医療部

○P.24 最後の行「違反業者をに指導する」→「に」を削除(再掲のため他にもあり)

食品衛生に関する監視取締り（再掲）	<p>食中毒等飲食に起因する危害の発生防止及び違反不良食品の排除等を図るため、食品の製造・加工・調理・保存及び販売等各食品関係施設を対象に施設監視・立入検査を実施し、衛生管理の徹底や不備事項の改善を指示するとともに、HACCP（危害分析重要管理点方式）による衛生管理手法の導入や異物混入防止対策や適正表示等を指導する。</p> <p>また、府内に流通する食品等を収去し試験検査に供する。更に、食品中の残留物質による健康危害の防止を図るため、農薬、動物用医薬品、環境汚染物質、放射性物質等に係る各種検査を実施する。</p> <p>(1) 食品関係施設の監視指導 (2) 食品、添加物、器具、容器包装の規格検査 (3) 野菜、果物、魚介類、食肉、乳等について農薬、動物用医薬品、環境汚染物質、放射性物質等に係る各種残留検査 (4) 食品、添加物の表示の取締り (5) 食品、添加物等の一斉取締り（夏期・年末） (6) 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 (7) 食肉衛生検査所におけると畜検査（BSE検査を含む） (8) 食鳥処理場における食鳥検査</p>	健康医療部
食品表示適正化推進事業	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

3. 消費者への情報提供

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

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、関係団体等とも連携し、消費生活に必要な幅広い情報の収集と分析を行うなど、内容の充実に努めます。

また、ホームページ等の充実を図り、より見やすいものにしていくとともに、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。

<具体的な取組>

施策名	施策の概要	部局
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	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

<p>○p25 「3. 消費者への情報提供」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・<具体的な取組>として、消費者保護条例については、「危害防止」との関連を強調するのではなく、関連法律や大阪府消費者保護条例の周知を図り、消費者がこれを活用して、消費者が自主的かつ合理的に取引を行えるよう啓発していくということが重要だと思う。 ・<具体的な取組>として、訪問販売お断りステッカーを消費者が自主的かつ合理的な選択をすることを支援する仕組みと位置づけ、その理解と普及を図るべきである。 <p>○<基本目標 I >3.についてホームページ以外のネットを活用した情報提供についての施策を展開すべきである。</p> <p>○P. 25 3 消費者への情報提供 大阪府はIRの大阪・夢洲への誘致実現に向けて取り組んでいるが、府下の健全な環境を維持する必要がある。ギャンブルへの過度の「のめり込み」が無いよう、官民一体となり取り組む必要がある。消費者庁HPではギャンブル依存対策につき言及しているが、府でも具体的な施策を取ることが必要。大阪府消費生活センターとしての大阪アクションセンター(OAC)への加盟などを求めたい。(OAC:関係機関・団体同士が情報共有・連携しながら、依存症の本人及び家族等の相談・治療・回復を途切れなく支援するためのネットワーク)</p> <p>http://www.pref.osaka.lg.jp/attach/30184/00000000/H30%20dai3-4%20kouen1%20siryou.pdf</p>

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: http://www.pref.osaka.jp/shouhi/ 》	府民文化部
若者向けウェブサイトの運営	小学校高学年から20歳代前半くらいの若者を対象にしたウェブサイトを運用し、インターネットトラブルを中心とした若者の消費者被害の未然防止を図る。 《URL: http://www.nethigai.jp/ 》	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やシンポジウムを開催し、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
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、その内容が上記の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
⑨ 災害時等における消費者被害の防止	災害時等において、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付随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
⑨ 製品による事故防止	製品の不適切な利用や想定外の使用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記載するなどし、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 住宅まちづくり部
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

○p26 「3. 消費者への情報提供」

- ・<具体的な取組>のうち、「ウェブサイトの運用」が指摘されているが、「消費生活辞典」をより利用しやすく、分かりやものとしてくとの視点が必要だと思う。正直なところ、あまり消費者がアクセスして、知りたい情報が得られやすいものになっていないように思う。
- ・<具体的な取組>のうち、「災害時等における消費者被害の防止」を追加することに賛成であるが、消費者の見守りネットワークと防災のネットワークとの連携の可能性をも検討することが必要ではないか？

○「若者向けウェブサイトの運営」などの啓発手法 → 東京都は **Twitter** や **Facebook** などを活用している。また、**WEB** 上では架空請求の通報サイト「**STOP!**架空請求」を設置し、都民からの通報を受け、公表している。従来通りの **WEB** サイト「消費生活事典」では、少々改善しても効果は少ないので、刷新する必要がある。また、スマホ版での対応や、啓発情報サイト(関西消費者協会など)へのリンクも必要。

○P.26

新規事業である災害対策は評価されるべきだが、すでに昨年の台風や地震被害で、府がどのような対策をしたのか公表してほしい。消費者基本計画に書かれていなければできない、ということではない。

- ・災害後の悪質な取引行為に対する対応マニュアル等の作成も必要。

○P.26ページ新施策で「災害時における消費者被害の防止」では具体例がなく、分かりづらい。また、「製品による事故防止」では「くらしすと」をウェブ版にすることによって逆行しているように思います。

- ・昨年自然災害が大阪であり、職場では、それに関する相談も多く入りました。未だ我が家の近くでもブルーシートが設置のままの住宅もあります。相談を受けて高齢者だけでなく若者も「契約」について理解できていないことを痛切に感じました。26ページの「災害時等における消費者被害の防止」で、具体例を入れて欲しいです。勤務先では行政が開設した建築士の相談窓口、開設後は「スマイルダイヤル」へ消費者やセンターからの相談が役立ちました。行政設置での無料法律相談に加え弁護士会の「5分間相談」も案内しました。今後自然災害が増加する中で災害時に発生し易い悪質商法への対策に対して縦割り行政の対策でなく、他の課との連携対策を考えて欲しいです。

献血意識の高揚	<p>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。</p> <p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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
「健活10〈ケンカツテン〉」の普及	<p>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もらいたい10の健康づくり活動「健活10〈ケンカツテン〉」について、ホームページへ掲載。</p> <p>①ヘルスリテラシー ②栄養・食生活 ③身体活動・運動 ④休養・睡眠 ⑤こころの健康 ⑥飲酒 ⑦喫煙 ⑧歯と口の健康 ⑨けんしん（健診・がん検診） ⑩重症化予防</p>	健康医療部
医薬品の適正使用の推進	<p>医薬品は、医療及び保健衛生の向上にとって不可欠のもののであるが、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。</p>	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>大阪府麻薬覚せい剤等対策本部では「大阪薬物乱用『ダメ。ゼッタイ。』第四次戦略」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
健康食品安全対策事業（再掲）	<p>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。</p>	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 (2) 地域健康展や講習会等に活用するためのパンフレット等啓発媒体の作成 (3) 室内空気中ホルムアルデヒド等の濃度測定</p>	健康医療部
大阪あんぜん・あんしん賃貸住宅登録制度	<p>民間賃貸住宅に入居を希望する高齢者、障がい者、子育て世帯等（以下「住宅確保要配慮者」という。）が、円滑に入居できるよう、住宅確保要配慮者の入居を受け入れる賃貸住宅の登録及び登録情報の提供等を行う。</p>	住宅まちづくり部

住宅瑕疵担保履行法にかかる情報提供	<p>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。（都市居住課）</p> <p>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）</p> <p>※「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。</p>	住宅まちづくり部
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	<p>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。 http://osaka-sumai-refo.com/</p>	住宅まちづくり部
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	<p>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している。 http://bank.osaka-sumai-refo.com/</p>	住宅まちづくり部
大阪府住宅リフォームマイスター制度	<p>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。</p>	住宅まちづくり部
「大阪・工事監理の星」制度への支援	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。 http://www.oaaf.or.jp/</p>	住宅まちづくり部
防犯に配慮した共同住宅等に係る設計指針の公表	<p>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している。</p>	住宅まちづくり部
建築物に附属する特定の設備等の安全確保	<p>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んでいる。</p>	住宅まちづくり部

○P.28

「大阪府住宅リフォームマイスター業者」が登録する登録団体一覧について、府民に広く紹介しても良いのかリストの確認が必要。消費生活センターと住宅まちづくり部の定期的な情報交換が必要。

<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>住宅まちづくり部</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、建設工事現場、建築技術者・技能者の仕事を紹介した「What's 建設業？」を府ホームページに掲載。</p>	<p>住宅まちづくり部</p>

4. 個人情報の保護

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

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

<具体的な取組>

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

5. 物価安定対策と適正な税の転嫁

府民の生活に必要な商品や生鮮食料品（生活関連物資）について、価格が高騰した時に買占めや売惜しみなど、安定した供給を阻害する不適正な行為が行われた場合には、関係法令

○P. 29 4 個人情報保護

府自体における個人情報保護だけでなく、「(個人情報保護法12条 区域内の事業者等への支援) 地方公共団体は、個人情報の適正な取扱いを確保するため、その区域内の事業者及び住民に対する支援に必要な措置を講ずるよう努めなければならない」。府内の事業者、特に中小企業に対しての支援が必要である。

や条例に基づき、不適正な行為の是正を勧告するなど、生活関連物資の安定した供給の確保に努めます。

また、消費税転嫁対策特別措置法に基づき同法で禁止されている消費税の転嫁を阻害する表示及び転嫁拒否等の行為に関する情報を相談窓口で受け付けるなど、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保に向けた取組を行います。

<具体的な取組>

施策名	施策の概要	部局
生活二法の適正な運用	生活関連物資等の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、生活二法により当該物資が政令で定められたときには、当該物資の価格・需給動向を調査し、当該物資の販売等を行う者に対し売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。 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)	府民文化部
消費者保護条例による緊急措置	生活関連物資の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、買占め又は売惜しみが行われ、又は行われるおそれがあるとき、当該物資を指定して、売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。	府民文化部
⑧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	災害時等において、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合理化を促進する。 (1) 地方卸売市場における取引の適正化 ・市場業務の指導監督及び検査	環境農林水産部

○P.30 生活二法の適正な運用 「生活二法」の名称を具体的に書いた方が良いのでは？
「国民生活安定緊急措置法」と「生活関連物資等の買い占めおよび売り惜しみに対する緊急措置に関する法律」

<基本目標Ⅱ 消費者の自立への支援 >

飛躍的な技術の進歩による社会の発展により、国際化、高度情報化などが進展し、様々な商品、役務、取引手法等が生み出され、生活の質や利便性の向上をもたらす一方で複雑な社会を出現させ、消費者は事業者に対して、情報の質及び量、交渉力、資力等の格差により、不利な立場に置かれています。

このような状況の下で、消費者が自主的かつ合理的な判断のもと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、悪質商法の手口や消費者事故情報などの必要な情報の迅速な提供、消費者教育や啓発による自立した消費者の育成が、社会状況や消費者の特性にも配慮しつつ、行われることが必要です。

また、SDGsの目標12「持続可能な生産・消費形態を確保する」において、2030年までに、人々があらゆる場所において、持続可能な開発及び自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識を持つようにすることなどが掲げられています。

消費者行政においても「人や社会、環境等に配慮した消費行動」である「エシカル（倫理的消費）」の理念を広く普及啓発し、消費者の持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進していく必要があります。

1. 高度情報通信社会への対応

インターネットが国民生活や社会経済活動に不可欠な社会基盤として定着し、電子マネー決済や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、今やサイバー空間は国民の日常生活の一部になっています。

一方で、身に覚えのないサイト利用料が未払いである旨の請求メールが届き「法的手続きをとる」などと脅迫される「架空請求メール詐欺」、インターネット通販やネットオークションなどで代金を振り込んだにもかかわらず商品が届かず、連絡も取れなくなる「ネット通販、ネットオークション詐欺」等悪質化、巧妙化した詐欺行為が起こっています。また、国内の仮想通貨交換業者のネットワークが不正アクセスされ仮想通貨が不正に送信される新たな手口によるサイバー犯罪が発生しており、社会的な影響も大きく、治安を阻害する脅威となっており、早急な対応が求められています。

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

消費者と事業者間での適正な取引の確保、被害の未然防止、拡大防止の観点からの事故事例、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す。

特にスマートフォン等の普及が進む中で、SNSやオンラインゲームの利用が増加しており、社会経験や専門知識が少なく被害に遭いやすい若年者とともに、高齢者等についてもインターネットに関連する消費者トラブルが増加していることから被害防止に向けた取組を進めます。

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

○<基本目標Ⅱ>がほかの基本目標と比較して意味が不明確であって、<基本目標Ⅰ><基本目標Ⅲ>に分けて入れた方がよいのではないかとと思われる。

○・原発による福島県の農産・海産物の風評被害を打ち破るため、消費者庁、大阪府、事業者、消費者団体が連携した協働キャンペーンを開催するなど今後の被災地支援のあり方を考察し、エシカル対策としての積極策の企画立案、施策、運営を期待します。

・エシカル消費の教育推進は必要ですが、消費者の消費行動においてわかりやすい意識付けが必要かと考えます。

たとえば、エシカルに寄与する商品やサービスに「エシカルマーク」を表記し、購入時に「エシカルポイント」を付与してポイント還元するなどのメリットをもたせることによる意識の向上を考察、検討することが必要かと考えます。

P31 基本目標Ⅱ 消費者の自立への支援 **9**行目から 関連) **P33 2.**下から **7**行目

○・消費税増税に伴い、国や行政はキャッシュレス化を推進していますが、クレジット支払いやQRコード読み取り支払い（ポストペイなど）が煩雑で利用しにくく、つい現金支払いをしてしまいます。支払い方法の統合、集約化や一元推奨化（全ての店舗提携による）を検討する必要を感じます。第2章(4)9行目 **P18 2.-(3)** 関連) **P32** 基本目標Ⅱ-1. 高度情報通信社会への対応

・インターネット販売では、支払い方法で、クレジット支払いや銀行引き落としを活用していますが、銀行口座から支払日引き落としや不具合発生時では逆に返金額が入金されたりします。ということは、インターネット業者が個人口座から預金を自由に出入金できるということへの法的規制やルールの整備と遵守がなされているのが不安です。**P31**

<具体的な取組>

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
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
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
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
若者向けウェブサイトの運営（再掲）	小学校高学年から20歳代前半くらいの若者を対象にしたウェブサイトを活用し、インターネットトラブルを中心とした若者の消費者被害の未然防止を図る。	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の養成し、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。	
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、青少年自身に適切なインターネットの使い方を考えさせる機会（OSAKAスマホサミットの開催等）を提供することでネットリテラシーの向上を図る。 併せて、青少年を指導する教職員やPTA等を対象に民間事業者を講師として派遣し具体的なトラブル事例やその回避策についての研修を実施する。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。	政策企画部
「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	<p>○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）</p> <p>○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。</p>	警察本部
不正アクセス行為の再発防止のための援助	<p>公安委員会は、不正アクセス行為が行われたと認められた場合において、不正アクセス行為が行われた特定電子計算機のアクセス管理者から援助を受けたい旨の申出があり、その申出を相当と認めるときは、申出者に対して不正アクセス行為の再発防止のための援助を行う。（平成 12 年 7 月 1 日から開始）</p>	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	<p>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。</p>	警察本部

2. 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の推進

インターネット社会やグローバル化、技術革新の進展等により、消費者を取り巻く社会経済環境が大きく変化する状況においては、消費者保護の視点のみならず、多面的に考え、主体的に判断する消費者が主役となって、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができ、さらには自らの選択・行動によってより良い社会の形成をめざしていくという視点が重要です。

世界的規模で環境破壊が進行し、将来にわたって持続可能な社会の形成に貢献するライフスタイルへの転換が求められている中で、物品の生産や購入、使用方法等についての事業者や消費者の行動が重要な意味を持つものとなっています。このため、人や社会、環境等に配慮した消費行動である「エシカル（倫理的）消費」といった、消費者がより良い選択を行う際に参考となる具体的な行動について、広く府民に普及・啓発し、日々の暮らしの中でエシカル消費を選択できるよう、府民意識の醸成に向けた取組を推進します。

また、循環型社会（3R（リデュース、リユース、リサイクル）の推進等）や省エネルギー社会の構築に向けた情報提供や啓発、環境教育に取り組むとともに、食品ロスを削減する取組や、輸送に係る環境負荷の軽減等のために「大阪産」など大阪府産の農林水産物の地産地消を推進します。

○p33 「2. 持続可能な社会の形成に後見する消費者行動の促進」

・食品ロスの削減を推進する法律が近く国会に提出されるようなので、これが成立した場合には直ちに基本計画にも反映させるが必要になると思う。

○P33「2. 持続可能な社会の形成に貢献する消費行動の推進」には、SDGsでも中心テーマの一つである地球温暖化の記述が必須と考えます。また、大阪府市の「プラごみゼロ宣言」を取り上げても良いと考えます。

<具体的な取組>

施策名	施策の概要	部局
太陽光パネル設置普及啓発事業	府民が安心して既存の住宅の屋根に太陽光モジュールを設置できるよう、府が太陽光発電システム製造者、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ことにより、府民が自主的に太陽電池発電設備を普及促進することをめざす。 なお登録にあたっては、大阪府消費者保護条例を参考にしつつ、消費者との信頼関係構築や消費者利益の擁護及び増進を定めた「自主的な行動基準」の作成と府への届出及び公表を必要とする。	環境農林水産部
府民参加型太陽光発電促進事業	地域に根ざした「民」主導の太陽光パネルの設置を促進するために、環境に関心のあるあらゆる市民が参加できる「市民共同発電」事業を誘導・支援する。 具体的には、府内市町村が公共施設等に市民からの出資により市民共同発電設備を設置する事業者を公募する際の留意事項、設置場所の選定や技術的、制度的な課題への対応、市民からの資金調達方法に関する課題などについてまとめた「市民共同発電の公募について」を利用し、市町村に対して市民共同発電の実施に向けたサポートを行う。	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。	環境農林水産部
	(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の推進等に関する法律」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と実践を呼びかける。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
温暖化「適応」推進事業	現在生じている、あるいは、将来の発生が予想される気候変動の影響による被害を回避あるいは最小化する取組み（「適応」という）に関する理解を深め、その地域での実践につなげることを目的に、府民・事業者をはじめ、環境NPO、地球温暖化防止活動推進員等を対象に、学習会やセミナー、啓発活動を実施する。	環境農林水産部

○P.34 「太陽光発電促進」 → 環境農林部の管轄になっているが、訪問販売や、火災発生などのトラブルも多く、消費生活センターとの連携が必要。卒FIT問題による、悪質な事業者からの商品サービスの勧誘も予想されるので、ぜひとも連携について計画に入れて頂きたい。

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」（平成28年6月策定）を推進するため、市町村別の一般廃棄物排出量や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席し、府民・事業者を紹介する。	環境農林水産部
食品ロス削減対策検討事業	効果の高い削減策について、府内事業者の取組み意向や実際に取り組むにあたっての課題等を調査し、有識者の意見を聞きながら、事業者における食品ロス削減の取組み拡大方策について検討する。	環境農林水産部
消費者行動促進支援事業	府域全体での食品ロス削減に向けた機運の醸成を図るため、事業者における食品ロス削減の取組みの後押しをするとともに、キャンペーンやシンポジウムの開催など、消費者に向けた啓発活動を中心に事業者等と連携して実施する。	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。 (http://www.pref.osaka.lg.jp/kankvohozen/sei-hai/index.html)	環境農林水産部
エコカーの普及促進	自動車から排出される窒素酸化物(NOx)及び粒子状物質(PM)による大気汚染の改善を図るとともに、二酸化炭素(CO ₂)排出量削減による地球温暖化対策を推進するため、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による取組みを行い、エコカーの普及促進を図る。	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	駐車中に自動車の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、駐車時における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み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
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
大阪産（もん）ブランド化の推進	豊かな府民生活の実現に向け、農林水産事業者と食品産業者、飲食事業者等と連携し、大阪産（もん）のブランド力向上と率先購入の機会拡大を図る。 ・大阪産（もん）全国魅力発信事業 首都圏の百貨店等でキャンペーンを実施し、首都圏での需要を創出するとともに、継続販売につなげる。 ・大阪産（もん）消費拡大加速化事業 大阪産（もん）の消費拡大につなげていくため、大阪産（もん）の販売店や飲食店を増やしていく。 ・大阪産（もん）戦略品目需要創造事業 大阪産（もん）を国内外で戦略的に販売していくため、PR用の資材の作成等を行う。	環境農林水産部

<p>⑧ 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</p>	<p>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。</p>	<p>福祉部</p>
<p>⑨ 消費者フェアの実施（再掲）</p>	<p>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し、消費者市民社会の構築に向けた府民参加型イベントを開催する。</p>	<p>府民文化部</p>

3. 高齢者、障がい者、若年者等への支援

消費生活相談件数や特殊詐欺認知件数において高齢者の占める割合が高い状況が続いています。日中の在宅機会が多い高齢者の相談が多い販売形態として、訪問販売、電話勧誘販売、訪問購入が挙げられ、新聞の長期購読勧誘や不用品買い取りを装い貴金属などを安く買い取る押し買いなどの悪質な商法に関する相談等が多く寄せられています。また、身に覚えのない料金が未納のため訴状が提出されたなどと記載し電話連絡を促す架空請求ハガキが送り付けられる事例が近年増加しています。

また、デジタル通信機器が広く普及する中で、インターネットに関連する消費者被害は若年者から高齢者まで多く見られます。

障がい者についても、身体、知的、精神などの障がいにより様々な特性があり、悪質な事案も発生しており、そうした情報を収集し、適切な対応につなげていく必要があります。

高齢者、障がい者、若年者等の特に配慮を要する消費者の被害の未然防止、拡大防止のためには、家族や地域、施設、事業者など周囲の人々による「見守り」も重要であり、「府包括連携協定」や「府高齢者にやさしい地域づくり推進協定」等の活用により、事業者等と連携した消費者被害防止の取組や福祉関係者等との有機的な連携を図りながら、特に配慮を要する消費者の身近にいる人々への適切な情報提供等に努めます。

また、高齢者の消費者被害防止のため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について、他府県での先進的な事例や既に設置した市町村の取組内容等を市町村に情報提供することにより、市町村の取組を支援します。また、既設の市についても、より効果的な運営が行われるよう、実績等について相互に情報を交換する場の設定などについて検討します。

<具体的な取組>

施策名	施策の概要	部局
<p>高齢者等の見守り者対象の講座の実施</p>	<p>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。</p>	<p>府民文化部</p>
<p>消費のサポーター養成・更新講座（再掲）</p>	<p>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。</p>	<p>府民文化部</p>
<p>高齢者向け「消費者問題ミニ講座」への講師派遣（再掲）</p>	<p>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の養成し、派遣を支援することにより、高齢者の消費者被害</p>	

○ p 36 「3. 高齢者、障がい者、若年者等への支援」

・消費者庁の「地方消費者行政強化作戦」を踏まえて、大阪府においても数値目標を掲げるべきだと考える。できれば、5年間で府内全ての市町村で設置することを目標にすべきだと思う。この点は、「重要目標達成指標」(KGI)とすべきだと思う。

○P36「3. 高齢者、障がい者、若年者等への支援」の中で、障がい者についての情報や施策が弱く感じます(これは骨子全体を通じてです)。現状の反映なのかもしれませんが、そうであれば取組が進んでいないということを率直に述べ、対策の強化を強調すべきと考えます。また、定住外国人について課題には挙げているのに第4章に記述がないので追記すべきと考えます。(訪日外国人については、P50 にホットラインの周知という記述があります。)

○事業者や地域人材等との連携をさらに強化し・・・働きかけを行うことが必要です。P13 第2章 2-③

繰り返しますが、消費のサポーターや消費者教育コーディネーターの育成や活動には、消費生活アドバイザー等、消費者団体や事業者団体の専門家のメンバーを含むチーム構成の必要性を感じます。それには、有償ボランティアとしての位置づけを検討してもいいのではないかと考えます。また、責任と権限の所在を明確にし、役割としての実務主体となる所はどこか、更には施策としての実態把握、問題、課題抽出することから目標設定や計画、対策、施策に至る枠組みを構築すべきではないかと考えます。

次に松原市では、市老連→老人会が健康増進、医療・介護予防、スポーツ、文化振興が盛んで、社会福祉協議会や包括支援センター、企業との協働を推進し、会員の見守りサポートもおこなっていることから、団体及び会に所属することによる相互見守りが行われています。

関連) P36 3.高齢者、障がい者、若年者当への支援 下から 5 行目

老人会とはほとんど関わりのない府や市の消費生活センターとの連携を深め、教育、啓発活動を推進することが可能ではないかと考えます。

	害の未然防止を図る。	
若者向けウェブサイトの運営（再掲）	小学校高学年から20歳代前半くらいの若者を対象にしたウェブサイトを活用し、インターネットトラブルを中心とした若者の消費者被害の未然防止を図る。	府民文化部
夏休み若者向け特別啓発事業	夏休みに、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
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
⑧「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
消費者教育教材活用推進	・府立高校3校を「大阪府消費者教育推進モデル校」に指定し、学校現場において消費者教育教材を活用したモデル授業を実施する。その成果を事例集として取りまとめ発信する。 ・教材を活用した授業を実施するために教職員向けに研修を実施する。	府民文化部
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
特殊詐欺等被害防止に向けた広報啓発活動	大阪府警察本部と連携し、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
大阪後見支援センター（あいあいねっと）を通じた権利擁護人材に対する相談支援	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、社会福祉法人大阪府社会福祉協議会大阪後見支援センターを通じて、権利擁護人材に対する相談支援事業を実施する。	福祉部

○ p37 「3. 高齢者、障がい者、若年者等への支援」

・ <具体的な取組>において、『「高齢者・障がい者等の消費者被害に関する連絡会」の開催』を加えた点は評価できる。さらに進んで、福祉・防犯・防災などの行政部局や消費者団体や事業者団体等との連携も必要なことから、大阪府レベルにおける府レベルでの消費者被害の予防と早期救済に向けた官民挙げての取組も必要なので、府レベルにおいても消費者安全確保地域協議会を設置する必要がある。

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。	福祉部
	(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・事業所の実地指導を行っている。実地指導では、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費 (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、NTT電話帳の掲載者等(約30万件)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
⑧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

○p38「3. 高齢者、障がい者、若年者等への支援」

・<具体的な取組>として、「市町村消費者行政職員等研修会の実施」を示していることは評価できる。もっとも、単発的な支援だけではなく、見守りネットワークの運営に対しては、ノウハウや協力などの持続的な支援が必要である。また、ネットワークを形成するにあたっては、研修会だけでは必ずしも十分とはいえない。そこで、安全確保地域協議会等及びその準備段階をサポートできる体制づくりをすべきではないか。また、市町村間の連携や情報交換を確保できる仕組み作りがあった方がよい。

<基本目標Ⅲ 消費者教育の推進>

2012(平成24)年12月に施行された消費者教育推進法では、「消費者教育」及び「消費者市民社会」の定義が示され、消費者教育の推進にあたっては、幼児期から高齢期までのライフステージに応じて体系的に行われるとともに、年齢や障がいの有無等の特性や、学校、地域、家庭、職域等の場の特性等に応じた適切な方法により、多様な主体や他施策との連携を図りつつ効果的に行われなければならないこととされています。

消費者教育は、消費者の社会的役割を認識し、消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解と関心を深めながら、自ら考え行動する自立した消費者を育成するため、体系的、総合的に推進していくとともに、その重要性について、広く周知を図っていく必要があります。

また、消費者が自ら進んで必要な知識を習得する機会の提供に努めるとともに、被害に遭わないということだけではなく、消費者が主体的かつ合理的な判断と行動に基づいて、豊かで自立した消費生活を送ることができるよう支援するとともに、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を通じて、持続可能な社会が実現できるよう支援していくことが必要です。

1. 消費者教育推進の基本的な方向

(1) 消費者教育の総合的な推進

消費者教育に関する施策の推進にあたっては、体系的、総合的かつ効果的に推進していくため、消費者教育に関する情報を積極的に収集し「大阪府消費者行政推進本部会議」の構成員等と情報共有するとともに、学識経験者、消費者団体、事業者団体で構成する「大阪府消費者教育推進地域協議会」において情報交換及び調整等を行い、ライフステージに応じた消費者教育の推進に努めます。

(2) 成年年齢引き下げに対応した若年者に対する消費者教育の充実

改正民法が2018年6月に成立し、2022年4月から施行されるため、社会経験が少なく知識も十分に備わっていない若年者は、トラブルに巻き込まれるおそれがあり、18歳、19歳の若年者の消費者被害の増加が懸念されます。

国は「消費者教育の推進に関する基本的な方針(平成30年3月20日変更)」の中で、当面の重点事項として取り組むことが求められる「若年者への消費者教育」を具体的に推進するため、平成30年(2018年)2月に関係4省庁が連携し、2018年度から2020年度の3年間を集中強化期間とする「若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」を策定しました。同アクションプログラムでは、2020年度には全都道府県のすべての高等学校等において消費者教育教材等を活用した授業が行われること、また全都道府県に消費者教育コーディネーターを配置することを目標として掲げています。府においても、アクションプログラムの達成に向け、関係機関等と十分に連携を図りながら、重点的に取組を推進していきます。

○以下、<基本目標Ⅲ 消費者教育の推進>に関する意見です。

・全体を通して、小学校前の「幼児期」及び外国籍の子どもに関する記述が少ないと感じました。ライフステージの各段階に応じた体系的・継続的な消費者教育の展開を謳っているのですから、就学前の幼児期に関する施策も必要です。また、訪日外国人を対象にしたトラブルを想定した部分は確認できましたが、外国籍の子どもやその家族についての記述は弱いと思います。

○<基本目標Ⅲ>について、大阪府としての重点課題を設定し、計画期間中になにをどこまで展開するのか、消費者教育の取組の計画を明確にすべきである。

<基本目標Ⅲ>について、「学習指導要領に基づく消費者教育」を推進するためにどうするかという具体的な施策の展開が求められる。

○Ⅲ高校生を対象とする学校教育だけでなく、幼児期からの消費者教育の必要性を求めた指針も急務ではないか、又社会教育との連携を明記していただきたい。

○学校教育などについて「支援します」「努めます」という文言が多い、抽象的すぎる気がする。

○p39「1. 消費者教育推進の基本的な方向」の「(1) 消費者教区の総合的な推進」

- ・大阪府内の市町村における消費者教育の推進を支援していくことも明記すべきである。
- ・大阪府消費者教育推進地域協議会において、「消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進」のために情報交換・調整を行うためには、大阪府消費者保護審議会に専門の部会を設置することが不可欠なので、これを設置することを明記すべきである。

(3) ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進

消費者教育は、ライフステージ（幼児期、小学校期、中学校期、高校生期、成人期）の各段階に応じて、継続性を持って体系的に行っていく必要があります。平成 28 年 3 月に作成した「大阪府消費者教育の取組に関するイメージマップ（ライフステージに応じた身に付ける能力の考え方）」を活用し、体系的かつ効果的に取組を進めていきます。

(4) 消費者の特性に対する配慮、場の特性に応じた方法での実施

年齢、障がいの有無、性別、その他の消費者の特性に配慮するとともに、学校、地域、家庭、職域、その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、効果的に行っていきます。

(5) 各主体との連携・協働の推進

① 府と市町村

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、広域的な視点から市町村の取り組みを支援していきます。

② 消費者行政担当部局と教育委員会

学習指導要領が平成 29 年（2017 年）3 月及び平成 30 年（2018 年）3 月に改訂され、消費者教育に関する教育内容の充実が図られました。学習指導要領を適切に実施し消費者教育を効果的に推進するため、消費者行政担当部局と教育委員会が、更なる連携を図り、協働して施策を推進していきます。

③ 消費者団体、事業者及び事業者団体

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ることにより、消費者教育を推進する施策への協力などが行われるよう、これら団体の連携・協働を推進していきます。

また、事業者及び事業者団体には、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。

(6) 消費生活に関連する教育との連携推進

「持続可能な社会を形成する」視点から、「エシカル消費」、環境や資源、エネルギー等に関わる「環境教育」、「食品ロスの削減」や適切な食生活、食の安全性等に関わる「食育」、その他、「金融・金銭教育」、「情報リテラシー教育」、「国際理解教育」、「日常生活に関連する法教育」等、幅広く日常の消費生活や事業活動に関連する教育との連携を図りつつ推進することにより相乗効果を図ります。

2. 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

消費者教育推進法により学校、大学、地域、職域等における消費者教育の推進が求められています。消費者教育の取組を進めることにより、消費者自らが被害や事故にあわない行動を選択できるとともに、他方、意図しないで加害者にならないという視点も含め、ライフス

Op40 「1. 消費者教育推進の基本的な方向」の「(5) 各主体との連携・共同の推進

- ・①については、各市町村における消費者教育の推進も重要であり（特に小学校・中学校における消費者教育）、その協議会の設置・計画の策定のための支援を大阪府が行うことを明記すべきである？
- ・①については、各市町村における消費者教育推進地域協議会の設置や市町村消費者教育推進計画の策定状況を調査し、連携を図るとともに、各市町村に対して情報提供や助言を行うなどの支援を行うべきである。
- ・①については、小中学校の消費者教育の推進については、市町村の教育委員会等との連携も不可欠であることから、大阪府教育委員会、大阪府消費生活センター等において、連携の強化を図ることも明記してはどうか？
- ・③については、学校との連携が重要なので、その点については、特に指摘をしておく必要があるのではないか？

Op40 (6) 消費生活に関連する教育との連携推進

エシカル消費・消費者市民社会の認知度を高めるための施策が求められる。目標設定をどのようにするか検討する必要がある。

P.40 大阪府は 2016 年に消費者教育の取組に関するイメージマップを作製したが、今回は資料としても添付されていない。ライフステージに応じた取り組みなどにもっと活用するべきではないか。

Op40 「2. 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」

- ・「加害者にならないという視点」という点を明記している点はよよいと思う。特殊詐欺に、若年者が加担しているという現状もあり、また、平成 31 年改正の「大阪府安全なまちづくり条例」においても加害者にならないための教育が重要であることが確認されているようなので、もう少し強調してもよいのではないか。なお、「意図して加害者になる」ことも防ぐ必要もあるので、「意図しないで」という限定はなくてもよいのではないか。

ページに応じた多様な場を活用し、消費者教育に取り組む必要があります。

具体的には、学校（小学校・中学校・高等学校・支援学校等）の場等において、それぞれの発達段階に応じた消費者教育の推進に努めます。また、民法改正を踏まえた高等学校等における消費者教育の充実・強化に早急に取り組むとともに、大学等における消費者教育について、自立した社会人としての消費者、職業人としての生産者・役務提供者の育成等を行うといった視点から、自立した判断能力を備え、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能力を備えた人材の育成に取り組みます。

若年者や高齢者に比べて、重点的な取組が行われていない成人期（成人一般）に対しては、この世代が、地域の住民であり、また事業所等に勤務する労働者としての側面を持つ方も多いため、消費者団体や事業者団体等と連携し、地域や職域の場において情報発信や学習機会の提供等を行うことにより消費者教育を推進していきます。

家庭は、インターネット等の適正な利用の仕方、危害を回避する対処法など家族間の情報共有により高齢者や若年者の消費者被害を防止する重要な役割を担う場でもあることから、家庭における取組への支援に努めます。また、児童養護施設等で生活している子どもへの支援にも努めます。

職域においては、消費生活に関する知識、理解を深める従業員教育の重要性について、事業者に対する啓発に努めます。

（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

学校における消費者教育については、小学校・中学校・高等学校・特別支援学校の学習指導要領に基づき、これまでも消費生活に関する教育等を児童生徒の発達段階に応じて行ってきましたが、平成 29 年度及び平成 30 年度に改訂された小学校・中学校、高等学校・特別支援学校の学習指導要領では、下記のとおり、児童・生徒の「生きる力」を育むことをめざし、生涯にわたり学習する基盤が培われるよう、基礎的な知識及び技能を習得させるとともに、これらを活用して、課題を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等の能力を育み、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。

① 小学校においては、社会科では、地域に見られる販売の仕事については、学習の問題を追究・解決する活動を通して消費者の多様な願いを踏まえ、売り上げを高めるよう工夫して行われていることを理解し、考察するよう指導することとしています。

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

② 中学校においては、社会科では、市場経済の基本的な考え方や金融などの仕組みや働きについて理解するとともに、消費者の保護について消費者の自立の支援なども含めた消費者行政の取組について理解するよう指導することとしています。

技術・家庭科では、消費者の基本的な権利と責任について理解するとともに、計画的な金銭管理の必要性、売買契約の仕組み、消費者被害の背景とその対応について知り、生活に必要な物資・サービスの選択、購入に必要な情報を活用して購入について考え、工夫す

○学校(小中高)消費者教育に関する記述部分では、学習指導要領改訂の「重点項目」に挙げられている点も加えて欲しいと思います。また、取り扱う教科を社会科・家庭科として具体的に記述されています。しかし、教科横断的に展開することが期待されている点や、これまでも実績のある生活科(小学校)や道徳(特別の教科:小中+高)、総合的な学習(小中)、課題研究(高)、特別活動などでの実践も想定した上で、多様な展開の可能性について追究すべきと考えます。

ることができるよう指導することとしています。

- ③ 高等学校では、家庭科において、消費生活の現状と課題、消費行動における意思決定や契約の重要性、消費者保護の仕組みについて理解し、消費者の権利と責任を自覚して行動できるよう指導することとしています。

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

- ④ 特別支援学校では、職業・家庭科の授業において、生活に必要な物の選び方、買い方、環境に配慮した物の使い方などを理解し、実践できるように身近な消費生活について指導することとしています。

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などを取り上げながら、消費者教育の実施に取り組みます。

また、2022年4月からの改正民法の施行を踏まえ、契約の重要性など基本的な知識や対処方法等を身に付けるため、2020年度までにすべての高等学校等で消費者庁作成の消費者教育教材「社会への扉」または大阪府作成の「めざそう！消費者市民」を活用した消費者教育が実施されるようめざします。

<具体的な取組>

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
消費者教育教材活用推進（再掲）	・府立高校3校を「大阪府消費者教育推進モデル校」に指定し、学校現場において消費者教育教材を活用したモデル授業を実施する。その成果を事例集として取りまとめ発信する。 ・教材を活用した授業を実施するために教職員向けに研修を実施する。	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。	府民文化部
若者向けウェブサイトの運営（再掲）	小学校高学年から20歳代前半くらいの若者を対象にしたウェブサイトを活用し、インターネットトラブルを中心とした若者の消費者被害の未然防止を図る。<URL:http://www.nethigai.jp/>	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

○p42「2. 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」の「(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」の③

- ・高校性の場合には、3年生で順次成年を迎えるので、高等学校の2年生までにと目標にしてはどうか。また、高校に進学しない若者についても一定の対応を検討してはどうか（義務教育＝中学校で全ての若者に授業をすることを目標にする、あるいは、努力目標にすることも考えられると思う）。
- ・「高等学校学習指導要領家庭科の履修学年に関する改正がなされることについて何らかの対応が必要かどうかを確認する必要はないか？

○「2. 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」の「(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」の④

- ・特別支援学校についての施策を明示したことは賛成できる。

○「2. 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」の「(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」後半部分

- ・「若者の消費者被害の心理的要因からの分析に係る検討会」の成果に基づいて作成された新しい啓発資料等（特に『リスクな心理傾向』を測るチェックシート）に付いても言及してはどうか？

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、青少年自身に適切なインターネットの使い方を考えさせる機会（OSAKAスマホサミットの開催等）を提供することでネットリテラシーの向上を図る。 併せて、青少年を指導する教職員やPTA等を対象に民間事業者を講師として派遣し具体的なトラブル事例やその回避策についての研修を実施する。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。	政策企画部
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。	住宅まちづくり部
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、生活に必要な物資・サービスの適切な選択を学ぶ 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

（2）大学等における消費者教育

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

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

○P.43

学習指導要領に基づく消費者教育

大阪府消費生活センターが教育庁と連携して、学習指導要領に基づく消費者教育を行っているが、実績と目標を明示してほしい。

○【関連：第3章】大学等における消費者教育では、18歳成年年齢への移行を踏まえ、入学者すべてが成年であることを前提とした入学時教育、あるいは初年時教育、いわゆる教養科目としての展開なども想定すべきではないでしょうか。

○大学生や高校生の消費者市民社会に向けてのコミュニティへの参画をすすめるために、学校での授業教育だけでなく活動認定や表彰による成果を学校での考課制度に組み込むことで主体性が発揮され、より活性化するのではないのでしょうか。

また、消費者教育や啓発を推進するためには、将来を担う人材育成を先行して、国家認定となる消費生活アドバイザー資格の取得や消費生活コンサルタントの資格が取得できる「(仮)消費生活関連学」専攻学部や学科の開設から学校教育制度を確立し、専門の講師の輩出や消費者教育コーディネーターや消費のサポーター等の専門家の育成を中長期計画ですすめることが肝要かと考えます。

そのような教育制度や仕組みの構築から、これからの担う大学生が主体となって、リタイアした専門家と各業種の事業者が弱者（高齢者、障がい者、外国人）とのコミュニティの場を立ち上げ、困り事の解決への橋渡しによる事業者とのマッチング及び便利で快適から消費者受益となる製品、サービス、情報発信を企画、開発するなどのポジティブでアクティブな活動の推進が育まれるものと考えます。P43 2-(2)

<具体的な取組>

施策名	施策の概要	部局
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

(3) 地域における消費者教育

消費者教育は、誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で受けることができる必要があることから、身近な生活の場である地域における消費者教育は重要です。

高齢者等に消費者被害についての情報提供等を行う消費のサポーターなど地域の住民が高齢者等を見守るネットワークの活用や、金融関係者、行政が参画した「金融広報委員会」と連携を図り金融に関する知識やトラブルの現状等に関する理解を深める取組、市町村単位での消費生活に関するイベント等への支援など、様々な人材・関係団体等と連携しながら地域における消費者教育の推進に努めます。

<具体的な取組>

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。	
金銭教育の普及等	府民の健全かつ計画的な家計運営及び金融知識の重要性に対する意識の向上に資するため、「大阪府金融広報委員会」との連携のもと、生活設計の勧奨、金銭教育の普及等、金融広報に係る事務を行う。	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
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

(4) 家庭等における消費者教育

家庭等は、保護者が金銭や物を大切に扱うことについての意識を子どもに身に付けさせたり、スマートフォンやパソコンを使ったインターネット等の利用のあり方について考え、ルールづくりなどができる場です。

また、世帯が別であっても高齢者のみの世帯を狙った詐欺的な勧誘や社会経験等が少な

○高齢者被害を減らす対策として独居老人、老老介護者、認知症患者の後見人や見守りネットワークの連携や実務者「消費のサポーター」養成状況、資格や認可の制度化取組及び広報活動等の見える化不足を感じています。P43-3 具体的な取組

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

<具体的な取組>

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し出しを支援する。	府民文化部 教育庁
高齢者等の見守り者対象の講座の実施	高齢者等をサポートする見守り・支援者向けに出前講座等を実施する。	府民文化部
消費生活情報の提供（抜粋、再掲）	消費者が自主的、合理的に商品や役務を選択し、安全・安心な消費生活を営むうえで役立つ各種情報を随時提供する。	府民文化部
消費者教育講師派遣（再掲）	消費者問題について、学習を希望するテーマに応じた講師を派遣し、消費者グループや学生等に学習機会や教育を提供する。	府民文化部

(5) 職域における消費者教育

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

また、従業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を深めるよう努めることが求められています。

このため、事業者の協力を得て、事業所内の研修等で啓発冊子等を活用し、従業員を対象とした消費者教育を実施するなど、職域における消費者教育の推進に努めます。

また、従業員の事業活動の中で、高齢者等支援が必要な人々に消費者被害や消費生活センターの相談窓口等についての情報を提供していただけるよう、啓発冊子等の配布等を実施しており、高齢者の見守りに資する取組として、継続的に実施していきます。

<具体的な取組>

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

○P.45 (5) 職域における消費者教育

従業員の事業活動の中で高齢者の見守りや啓発活動の協力を求めるとのことだが、コンプライアンスのしっかりした優良な事業者に限られるべき。「大阪府包括連携協定」や「大阪府高齢者に優しい地域づくり推進協定」を結ぶことのできる事業者は、厳選された事業者であるべきだ。

○消費者志向経営自主宣言企業社数について、推進するのは事業者なのですが、一定の基準やルールの遵守によって客観的な視野、視点からの消費者評価（インターネット投票等）と認定制度を取り入れるべきではないでしょうか。

(6) 消費者教育拠点としての消費生活センターの活用

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

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

<具体的な取組>

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、大阪市消費生活センターと共同で「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

3 消費者教育の担い手の育成と活用

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

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

また、小学校・中学校・高等学校・支援学校等における教職員の消費者教育に関する指導力の向上や、消費者教育講座の講師になる機会も多い消費生活相談員等への研修等の充実に努めます。

(1) 小学校・中学校・高等学校・支援学校等における教職員

学校の教職員には、消費者教育の推進役としての役割が期待される場所であり、消費者教育への理解が一層深まるよう、研修の機会の充実等に努めます。

<具体的な取組>

施策名	施策の概要	部局
-----	-------	----

○消費者教育コーディネーター(3 担い手の育成と活用)についての具体的な施策が見えません。育成は国民生活センターの研修任せでよいのでしょうか？具体的な活用の手立てをどのように計画しているのでしょうか？

○p.46「3 消費者教育の担い手の育成と活用」

- ・実務経験者の学校教育現場での活用を検討するとすべきではないか？特に若年者への消費者教育の推進については、若年者への消費者教育の推進に関するアクションプログラム」において、実務経験者（消費生活相談員、弁護士、司法書士、金融経済教育の実務者等）の有する知識や経験を活用するため、学校での外部講師としての効果的な活用を推進するとされており、この点は検討する必要性が高いと思う。

○P.46 3 消費者教育の担い手の育成と活用

大阪府の考えるコーディネーターのあり方、役割について定義する必要がある。

○消費者教育の担い手となる「コーディネーター」のチームとしての取組の必要性を感じています。理念、目的、計画の枠組みや資格要件等を開示し、各都道府県1名ではなく、審議及び実行委員会としての専門家の体制を踏まえた募集、採用、育成をすすめる必要があると考えます。P.46 3-8 行/P.48 (4) P.17 2.(2)

消費者教育教材活用推進（再掲）	・府立高校3校を「大阪府消費者教育推進モデル校」に指定し、学校現場において消費者教育教材を活用したモデル授業を実施する。その成果を事例集として取りまとめ発信する。 ・教材を活用した授業を実施するために教職員向けに研修を実施する。	府民文化部
学校教員の消費者教育研修の実施	学校教育における消費者教育の充実及び教員の消費者問題についての知識向上を図るため、小・中・高等学校及び支援学校の担当教員を対象に「社会・地歴・公民」教育課題研修、消費者教育研修を実施する。 小学校「家庭」授業づくり研修、中・高等学校「家庭」授業力向上研修において、講座内容の一部で、衣生活・住生活・食生活等との関連を図りながら、消費者教育を取り入れている。	教育庁

（2）消費生活相談員等

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

<具体的な取組>

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（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。	府民文化部

（3）地域における消費者教育の担い手

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

<具体的な取組>

消費のサポーター養成・更新講座（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の養成し、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。	
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）消費者教育コーディネーター

消費生活センターを拠点として、多様な主体が連携・協働した体制づくりが促進されるよう、消費生活相談員等を活用した消費者教育コーディネーターの育成と活用に取り組みます。

<具体的な取組>

施策名	施策の概要	部局
国民生活センター研修の受講	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

○P.48 （４）消費者教育コーディネーター

消費生活センターを拠点として、「消費生活相談員等を活用した消費者教育コーディネーターの育成と活用に取り組む」とあるが、府が主体となって取り組むべきだ。また、育成は府センターの指定相談員が担うのか、消費者教育の専門家が担うのか。コーディネーターのなり手は相談員なのか。活用は、各自治体に任せるのか、具体的な表記が必要。

<基本目標Ⅳ 消費生活相談体制の充実>

消費者基本法では、消費者の安全と、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが、消費者の権利であるとしています。こうした消費者の権利を守るためには、“どこに住んでいても公平かつ平等に消費生活相談を受けられる体制づくり”が重要です。このため、府においては、消費者に最も身近な存在である市町村の相談窓口の整備・充実に努めるとともに、広域的で高度な案件に対応できる府の消費生活相談体制の充実に取り組みます。

1. 府の消費生活相談体制の充実・強化

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

府では、消費者トラブル関連の相談窓口として、住宅相談や医療相談、外国人相談、府政相談等が実施されており、府消費生活センターとこれら消費生活関連の相談窓口が連携し、府の消費生活相談体制の充実・強化に努めます。

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

なお、府消費生活センターにおける商品テスト事業は、より専門的なテスト事業を行うことを目的に国民生活センターや独立行政法人製品評価技術基盤機構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うとともに、こうした相談に対応する相談員の育成と資質向上のための研修を実施します。

<具体的な取組>

施策名	施策の概要	部局
消費生活相談及び苦情処理	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
製品関連被害防止・救済のための商品テスト（再掲）	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（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	府民文化部

○P.49 (1) 高度で専門的な相談への対応力強化

「中核的センター機能充実強化」「指定消費生活相談員導入」

① 大阪府消費生活センターは、センターオブセンターであるべき。そのためには何よりも斡旋率を高めるべきだ。斡旋を積み重ねることにより、相談員の能力の向上に繋がり、実績を積むことで、悪質事業者の排除や消費者取引の適正化につながる。府内の政令都市である堺市の2017年度の斡旋率は16%を超えている。大阪府消費生活センターでも10%程度の斡旋率を目指し、府で受けた解決困難な事例について苦情審議会で審議し事例を積み重ねていただきたい。

② 斡旋率を高めるには、住民が相談し易い環境づくりが重要。大阪府の斡旋率は1桁であり、府内政令都市の堺市や、埼玉県などと比較しても低い。現在の場所からの移転が困難であれば、より相談員と連絡を取り易い環境を整えるための具体案を取り入れてほしい。

③ 大阪府内の市町村のほとんどは消費生活相談員有資格者に相談に当たらせている。府では、消費者安全法に基づき、指定相談員制度を導入する以上、複雑高度な相談を処理、斡旋解決できる実績のある相談員が必要。また、指定相談員は正職員化することが望まれる。斡旋が「見える」状況であるためにも、民間委託団体の相談員に任せるべきではなく、府の直接雇用が必要。府内市町村相談員からの信頼性の問題もあるので、この基本計画の中で、5年以内に府は直接相談に戻すなどの具体策を示して頂きたい。

④ 将来的に相談員不足が懸念されるため、府の主導により資格取得講座を開催するなどして相談員の育成を図っていただきたい。

他県は消費生活の資格者による人材バンクを持っているので、大阪府においても市町村支援の観点から人材バンクの設置が必要である

○<具体的な取組み>の中の「消費生活情報の提供」

「くらしすと」を発行すると記載されているが、今年2月で紙媒体の発行は終了している。今後はウェブサイトから閲覧できるようにすることだが、わざわざPDFファイルを開けるよりは、「大阪府消費生活センター」で検索すると、「最近のトピックス」としてすぐにわかるような画面にしていきたい。

○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・再発防止等の「安全確保の観点」から商品テストを行い「消費者の商品知識の向上」を図るとのことから、商品テストは単なる苦情処理のためのテストではなく、比較テストや目新しい商品、消費者の誤使用が心配される商品のテストについても期待したい。そのための予算の設定、実施目標を定めてほしい。

	決能力向上を図る。	
国民生活センター研修の受講	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

(2) 府消費生活センターほか各種相談窓口の連携による相談体制の充実強化

府が設置する各種消費生活関連相談窓口が連携し、相談体制を充実・強化します。また、訪日外国人観光客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、独立行政法人国民生活センターが平成30年12月に開設した「訪日観光客消費者ホットライン」(03-5449-0906)の周知に努めます。

<具体的な取組>

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	府民文化部
	・医療相談の実施	健康医療部
多重債務者対策	国が策定した「多重債務問題改善プログラム」を受け、警察、弁護士会等関係機関で構成される「大阪府多重債務者対策協議会」を設置するとともに、国、他府県及び市町村等と連携強化を図る。	商工労働部
大阪府住宅リフォームマイスター制度（再掲）	府民が安心してリフォームが行えるよう、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。 <ホームページ> http://www.pref.osaka.jp/jumachi/meister/index.html	住宅まちづくり部
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	住宅まちづくり部
分譲マンション管理・建替えサポートシステム	府や住宅供給会社をはじめとする公的な団体が共同して、分譲マンションの改修や建替えなどを中心とする様々な相談の受付、専門アドバイザーの紹介などを行い、管理組合などによる取り組みを支援する。	住宅まちづくり部
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。 <ホームページ> http://www.osaka-sumai-refo.com/	住宅まちづくり部

○ p50 <基本目標IV>の(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

- ・ <具体的な取組>の「多重債務対策」について、大阪府多重債務者対策協議会の設置が頓挫してしまっているのではないかと。
- ・ <具体的な取組>の中に、ギャンブル依存症対策を明記すべきではないかと。

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。	住宅まちづくり部
悪質商法110番の設置	悪質商法110番において、悪質商法、高金利融資、その他悪質業者に関する相談や情報を受け付けている。 06-6941-4592 [くるしい時のしんこくに]	警察本部

(3) 府における消費生活関連相談窓口の周知強化(広報強化)

各種消費生活関連相談窓口の周知徹底と利用促進を図ります。

<具体的な取組>

施策名	施策の概要	部局
ウェブサイトの運用(再掲)	消費生活等に関するウェブサイト「消費生活事典」の積極的な運用を行い、消費者教育・情報提供の促進を図る。 ◀URL: http://www.pref.osaka.jp/shouhi/ ▶	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ほか、消費者向けの総合情報誌として大阪市と共同で「くらしすと」を発行する。	府民文化部

2. 市町村相談体制への支援

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

また、市町村の行う消費生活相談の事務に関し、助言等の援助を行うことを職務とする「指定消費生活相談員」を指定します。

(1) 市町村消費生活相談員等の育成・資質向上等

市町村消費生活相談員等のスキルアップ・レベルアップを図るため、各種研修会を開催します。

<具体的な取組>

施策名	施策の実施状況	部局
市町村相談員総括者研修(再掲)	市町村消費生活相談窓口における問題解決能力の向上をめざし、困難事案の対応において府センターとのパイプ役になる市町村の総括的立場にある相談員を対象に、専門的で高度な内容の研修を行うことにより、円滑かつ効果的に相談における府の支援の効果をあげ、より複雑化・多様化する相談事案の解決を図る。	府民文化部
市町村消費者行政職員等研修会の実施(再掲)	市町村職員等を対象に、消費者行政(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。	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

○P.51 (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)

ウェブサイトの運用「消費生活事典」を見やすく分かり易く工夫し、情報にたどり着きやすくするべき。

○P.51 2.市町村における消費生活相談業務の支援

(1) 具体的な取り組み

①「共同事例研究会の実施」→「共同事例研究会の充実」にするべきだ。

充実させるには、事業者情報の共有が必要。共同事例研究会の資料などは府内センター専用ウェブサイトで閲覧可能なので、専用サイトの充実と、有効活用が求められる。

○全相談員が年に1回は、国民生活センターの専門講座に参加できるようにしてほしい。

共同事例研や、国民生活センターの研修に参加できない1人や2人体制の市町村窓口に対して、要請があれば府の相談員を派遣支援するような取組をしてほしい。

(2) 市町村における消費生活相談業務の支援

市町村消費生活相談員等の相談業務を支援するため、巡回訪問や経由相談を実施するほか、府が独自で運営する消費生活相談窓口専用ウェブサイト等の活用を図ります。

<具体的な取組>

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手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 イネット 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

3. 消費者問題の早期解決支援

消費者被害は、消費者の権利を侵害するものであり、迅速かつ適正な救済が必要です。

消費生活センターに寄せられる相談の多くは消費者が直面する被害の救済と解決を求めるものであり、消費生活相談により、事業者と消費者との間の紛争の解決に努めるとともに新たな被害を生じさせないためにも、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。

(1) あっせん、調停の活用

市町村において解決が難しい案件など、消費者救済のため、条例の規定による、あっせん・調停の積極的な活用を図ります。

<具体的な取組>

○P.52 (2) 具体的な取り組み
市町村相談体制整備支援
府センターが主導的に相談内容を分析し、「消費生活相談窓口職員専用ウェブサイト」などで、問題商法の解決方法を発信するなど、活発に運用していただきたい。

府内相談員の多くは非常勤職員である。地方自治法の改正で、非常勤職員は会計年度任用職員になるが、今後の任用に不安がある。安定した相談体制を維持する為には、各自治体の担当課職員が相談業務を理解できるよう、国民生活センターの行政職員向け研修の履修などを推進してほしい。

府は、対応困難者からの相談を受けている相談員のメンタルケアに対して、何等かのサポートを検討していただきたい。例えば、東京都は、精神保健福祉士が、消費生活相談カウンセラーとして都の相談員はもとより、市町村相談員に対して助言をするなどの支援体制がある。

○ p 52 「3. 消費者問題の早期解決支援」の「(1) あっせん、調停の活用」
・「苦情審査会」の活用に関して、手続規定の整備を行うことを検討するものとしてはどうか?

施策名	施策の概要	部局
大阪府消費生活苦情審査委員会の運営	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

(2) 訴訟への支援

訴訟支援について、消費者が受けた被害に関して、事業者に対して訴訟を提起する場合に一定の要件のもとで資金の貸付を行うほか、応訴時への対応の必要性を含め、そのあり方や裁判外紛争解決手続（ADR^(注1)）に関わる民間型裁判外紛争処理機関との連携について検討します。

<具体的な取組>

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

(3) 高齢者、障がい者等の被害解決への支援

被害相談が増加している高齢者等への被害の未然防止、拡大防止のための情報提供、身近な支援者等との連携などの取組を進めます。

<具体的な取組>

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（再掲）	高齢者等をサポートする見守り・支援者向けに出前講座等を実施する。	府民文化部
消費のサポーター養成・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の養成し、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
特殊詐欺等被害防止に向けた広報啓発活動（再掲）	大阪府警察本部と連携し、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

○ p 53 「3. 消費者問題の早期解決支援」の「(2) 訴訟への支援」

・検討ができていなかった点を踏まえて、何らかの工夫が必要だと思ふ。また、第2期の計画では、「訴訟」だけではなく、裁判外紛争解決手続「ADR」への支援をも含むように項目の見出しを変更すべきだと考える。

○ P.53 3. 消費者問題の早期解決支援

(3) 高齢者、障がい者等の被害解決への支援

消費生活情報の提供 特殊詐欺等被害防止に向けた広報啓発活動

府が主導となり、府内センターから寄せられた相談件数が上昇している案件につき、早期に府内センター、警察、自治体などに緊急注意情報を提供することで、被害防止につながる

(注1)Alternative Dispute Resolution の略。消費者トラブルが生じた場合、紛争解決の方法として裁判があるが、一般的には時間と費用がかかる。このため、厳格な裁判によらずに当事者の合意に基づいて迅速かつ簡便に紛争解決する方法としてADRがある。（『平成25年版消費者白書』参照）

	<p>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。</p> <p>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。</p>	警察本部
大阪後見支援センター（あいあいねっと）を通じた権利擁護人材に対する相談支援（再掲）	<p>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、社会福祉法人大阪府社会福祉協議会大阪後見支援センターを通じて、権利擁護人材に対する相談支援事業を実施する。</p>	福祉部
日常生活自立支援事業（再掲）	<p>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。</p> <p>（内容）福祉サービスの利用援助 ・日常的な金銭管理サービス など</p>	福祉部
福祉サービスに関する苦情解決（再掲）	<p>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。</p>	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（再掲）	<p>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。</p>	福祉部
介護保険制度における相談・苦情解決体制の推進（再掲）	<p>(1) 介護保険苦情処理体制の整備運営</p> <p>大阪府国民健康保険団体連合会が迅速かつ適切に苦情に対応し、公平・中立な立場から苦情処理を行えるようにするため、同連合会が行う苦情処理体制の整備及びその運営に要する経費に対し補助を行う。</p>	福祉部
	<p>(2) 介護保険制度における指定介護保険施設や指定居宅サービス事業者等に対する指導・監査</p> <p>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・事業所の実地指導を行っている。実地指導では、法令遵守並びに利用者の立場に立った適正なサービスの提供について指導を行い、不正事案等が確認されれば監査を実施するなど、厳正な指導監督を行う。</p>	福祉部
圧着ハガキの郵送による広報啓発活動費（特殊詐欺対策）（再掲）	<p>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。</p>	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（再掲）	<p>特殊詐欺被害未然防止対策として、N T T 電話帳の掲載者等（約 30 万件）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。</p>	警察本部

(4) 警察による防犯活動・犯罪の取締りの推進

警察による防犯活動と悪質商法事犯等への取締りの強化に努めます。

○P.54(4) 警察による防犯活動・犯罪の取締りの推進

府センターが、府内市町村センターと警察が連携して相談解決できるよう枠組み作りをしていただきたい。

被害防止に効果の高い自動通話録音機を、市町村が住民に配布・設置するための費用の一部を、府が補助していただきたい。また、使い方やメリットについてのPRをしてほしい。

府は、マルチ商法などの被害が多い聴覚障がい者や、携帯電話契約などでトラブルになり易い保佐人が付くか付かないか程度の軽度知的障がい者、精神障がい者などに対して、重点的かつ具体的な施策を講じていただきたい。特に、障がい者差別解消法の趣旨に沿った取り組みが求められているところでもあり、具体的な目標として、大阪府立聴覚支援高校 4 校に対して、手話等も活用した消費者教育を実施するなど、新規事業を検討していただきたい。

<具体的な取組>

施策名	施策の概要	部局
悪質商法110番の設置（再掲）	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]	警察本部生活安全部
警察による防犯活動・犯罪の取締りの推進	生活経済関連事犯の取締りに努めている。 (利殖勧誘事犯・闇金融事犯・悪質な特定商取引事犯・その他経済関係法令違反)	警察本部
	生活環境関連事犯の取締りに努めている。 (環境事犯・保健衛生事犯)	警察本部

第5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。

さらに、法執行に当たっても、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や、消費者の財産的被害の集団的な回復のための訴訟を起こすことのできる特定適格消費者団体に対して、必要に応じて消費生活相談情報を提供するなど、団体が期待される役割を充分に果たすことができるよう、連携を進めます。

(5) 事業者・事業者団体との連携

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

○推進方策でこれまでと変える、改善するものがあるのかどうか、現状とそれをどうするかを明確にすること。

○「他都道府県との連携」について

東京都は「広域的な事案について5都県等の連携による事業者指導・処分」を明言している。大阪府も、近隣府県と協力して、事業者処分などを迅速にできるよう具体的に記載していただきたい。なお、「有機的な連携」の「有機的」の意味が曖昧でわかりにくい。

○年々、高齢者被害は複雑巧妙化、身体に危害が及ぶ事件も発生し、深刻な社会問題となっている。国、他府県、市町村、消費者団体、事業者、事業者、大学、弁護士などとの連携は当然ながら、それぞれが持つ情報が共有されてないと考える。重大な事件性もあり警察との連携は必至。

○連携する各団体の意見が、透明性をもって集約されること、そして、そうした意見のうち、有用なものが迅速に政策に反映されることを希望します。

(6) 大学、研究機関、公益的団体等との連携

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

(7) 弁護士会等との連携

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

また、若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、弁護士会等と連携し、効果的な施策を推進していきます。

(8) 関係者の意見の消費者施策への反映と透明性の確保

「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、消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関し、情報交換・調整等を行うことにより、関係者の意見の消費者施策への反映と透明性の確保に努めます。

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

2. 進行管理

基本計画に関する進捗状況等については、毎年度検証を行い、検証結果を大阪府消費者保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。

○毎年進行結果の前後報告とそれに向けての改善案を検討して欲しいです。

○p 57 「2. 進行管理」

- ・この項目が極めて漠然としており、進行管理が十分にできていないのではないか？第1期計画では、記載漏れや未実施のものが複数存在した。進捗状況の確認とそれに向けた対応をしっかりと行えるように、「行程表」等を作成することとし、この点を明記すべきではないか？
- ・計画の進捗状況を合理的に評価・実施していくために、「重要達成度評価指標」(KPI)を設定することとし、そのことを計画に明記すべきではないか。また、その前提として「重要目標達成指標」(KGI)も設定し、計画に明記しておくべきではないか？
- ・進捗状況に付いては、毎年検証を行うだけでなく、新たな状況に応じて、必要に応じて、計画の一部修正を行っていくこととし、その点を明記すべきではないか？
- ・府民への公表については、事業者・消費者等に報告・説明する機会として、「報告会」あるいは「説明会」などを実施することとし、それを明記してはどうか？