

「大阪府消費者基本計画(第3期)案」に対する府民意見等と大阪府の考え方

資料 2

【募集期間】 令和6年10月29日(火曜日)から令和6年11月27日(水曜日)まで

【募集方法】 「大阪府パブリックコメント手続実施要綱」に基づき、電子申請、郵便、ファクシミリのいずれかによりご意見等を提出いただく方法で募集しました。

【募集結果】 11者(団体を含む)から65件(うち意見の公表を望まないもの0件)のご意見をいただきました。寄せられたご意見等に対する府の考え方は下記のとおりです。
 ※同種のご意見等については要点を整理したうえでまとめて記載をしております。
 ※一人の方から同内容の意見が複数提出されている場合、重複を排除して1件として計算しています。
 ※個人や団体を特定又は類推できる情報は削除しています。
 ※「府民意見等の要旨」はいただいた内容を原文のまま掲載しています。

No.	府民意見等の要旨	ご意見等に対する府の考え方
第1章 計画の基本的な考え方		
1	全体評価 大阪府消費者基本計画は第3期になり、内容が充実してきて、大阪府消費生活センターを中心に広く府民の安全の確保に尽力されていることが読み取れ、全体的に評価できる。	府民の安全、安心の確保に向けて、引き続き取り組んでまいります。
2	大阪府民のため安心して暮らせる社会の構築のため大阪府消費者基本計画(第3期)を策定されるのであるから一般府民に計画そのものをしっかりと認知してもらう手立て・啓発が必要。 そのためには 持続可能な社会の形成に向けて、地球温暖化、環境汚染、資源・エネルギーの不足、貧困問題等地球規模の様々な問題が社会課題となっており、大阪府民が安心して暮らしていくためには消費者問題には幅広い分野がある。消費者施策の基本的な考え方・理念についてそれぞれの分野の関係部署と横断的に府民が大阪府の施策について双方向で意見交換ができるよう大阪府消費生活センターが中心となり場を作ってほしい(大阪府消費者フェアとは別の場)。	計画案P65「(1)推進体制」に記載しているとおり、知事を本部長とし、全部局長で構成する「大阪府消費者行政推進本部会議」において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。
3	時代変化のスピードに合わせた消費者基本計画の総点検間隔 大阪府消費者基本計画は向こう5年間の計画になっているが、1年後がどのような社会になり、どのような消費者トラブルが多く発生するのかが、現時点では予測不可能であり、1年事の総点検が必要と考えるのが妥当ではないだろうか	
4	4ページ 計画の期間について オンラインカジノやオンラインゲームの課金、ホストクラブ等による売掛金問題への対応等新たな課題など第3期計画案に盛り込んだが、ここ3年くらい前から問題視されてきた。基本計画は5年ごとに見直しをされているが 消費者を取り巻く環境の変化はとても速い、5年ごとでは時代についていけないように思われる、2～3年ごとに途中見直しを行うなど臨機応変に基本計画を見直していただきたい	
5	P4. 計画の期間 5年間となっておりますが 長期の計画も大事ですが、社会の変化が早くなっているので途中で見直すことも必要かと思えます。(中間報告や 新たな課題に対する取り組み計画等々)	計画案P66「3. 計画の見直し」に記載しているとおり、消費生活関連施策の進捗状況や、消費者を取り巻く社会経済環境の変化に対応し、必要に応じて見直しを行っています。 令和7年度以降の審議会の審議時間については、審議会委員のご意見も踏まえながら検討してまいります。
6	計画案P4「計画の期間」およびP66「進行管理」「計画の見直し」について、 ①計画期間を3年にする。5年とする場合は、当初2年間の進捗評価を踏まえて3年目に計画の見直しの必要性について審議会で検討することを明記する。 ②検証結果を報告する審議会は、毎年度少なくとも被害防止と消費者教育で各2時間の審議時間を確保し、計画の見直しまで検討することを明記する。 <理由> ①について、社会の変化は加速しており、より早く見直しができる計画にしておくことを提案する。 ②について、近年の審議会は、計画改定審議を除けば年1回2時間しか開催されておらず、実質的な進捗評価を行うことができない状態となっているため、審議時間確保の明記を提案する。	

No.	府民意見等の要旨	ご意見等に対する府の考え方
第2章 消費生活をめぐる現状と課題		
7	<p>第2章 消費生活をめぐる現状と課題 障害者差別解消法の改正により、令和6年4月から、障害者(認知症有病者を含む)に対する合理的配慮が義務化されたので、消費者取引の場面においても、この点に言及すべきである</p> <p>(ほか、同様意見2件あり)</p>	ご意見として承ります。
8	計画案P27図表25の%の値の誤りを修正する。	ご指摘のとおり、修正いたしました。
9	<p>P30 健康被害についてもう少し記載しても良いのではないのでしょうか？ いわゆる紅麹の問題は死亡した方もおられる。健康食品は定期購入等々問題あり。また、脱毛サロン 歯科矯正・美容整形のトラブルなど人体の危険ももっと記載すべきである。</p>	<p>ご意見を踏まえまして、計画案P30「(ウ)危害及び危険に関する相談の特徴」に以下を追記します。</p> <p>「化粧品」、「医療サービス」、「健康食品」による危害件数が上位を占めています。特に「美容医療」に関する相談件数は毎年増加しています。施術内容に関するトラブルや、オンライン処方された薬が体に合わない等の相談が寄せられています。その他の危害に関する相談では、化粧品や健康食品を使用したところ、体に赤みや痒みがでた等の相談が寄せられています。</p>
10	<p>P37 図39 消費のサポーター登録者数 ○消費のサポーターは年齢に関わらず登録できると思われますが、この数字は毎年新たに登録した人の数の推移ですか。それとも新たに登録した人、やめた人を相殺した全体の人数なのでしょうか。サポーターは毎年登録が必要であり、その人数なのでしょうか。数字の意味が不明なので、この数の推移をどのように見たら良いのか分かりません。</p>	サポーターは毎年登録が必要です。毎年実施している消費のサポーターの養成講座・更新講座を受講し、修了された方の中で登録していただいたサポーターの人数となっております。
11	<p>図表40 大阪府消費者教育学生リーダー総登録者数について ○学生リーダーは卒業すると、リーダーも卒業するのでしょうか。 学生の中にせっかく登録したのですから、喜ばしいサポーターより一歩進んだ社会人リーダーとしての活動の場を提供してはいかがでしょうか。 ○この人数は累積の人数かと思われますが、卒業した人はマイナスになっているのでしょうか。卒業しても登録者として永久に残るのでしょうか。各年度に新たに登録した学生の人数を記載しないと、表39と同様に推移をどのように理解したらよいのか分かりません。</p>	<p>令和5年度では大学生自身の自主性のもとで、若年者向けの教材作成、大学学園祭や消費者フェアでの出展、学会やフォーラムでの活動報告などマルチに活躍いただいています。 活動の場として消費者フェアへの出展についてお声がけております。</p> <p>学生リーダーに退会という概念はないため、累計の数字でお示しております。表に当該年度認定者数を追記しました。 (令和2年13名、令和3年37名、令和4年21名、令和5年23名)</p>
第3章 消費者施策の方向性と展開		
1. 消費者施策の方向性		
12	<p>しっかり取り組む事が大事です。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・連携して情報共有が大事強調お願いいたします。 ・広報活動の強化は必須(そもそも消費生活センターの認知度が低い。188について) 市町村相談体制(連携してほしい。消費者センターまでたどり着けない方がたくさんいる。) ・職員の人材育成 配置をもっと充実してほしい。職員研修の充実 ・グローバル化している消費者被害 海外取引も多くなっている。消費者庁の考えを待たずに行動できるようなシステム 法改正等々 ・インターネット通じての情報取得が当たり前になっている。抜け落ちる方への対策の強化。 ・消費者教育が一番大事 	ご意見として承ります。

No.	府民意見等の要旨	ご意見等に対する府の考え方
2. 重点的な取組と実施状況の把握・検証		
13	<p>見守りネットワークの設置促進のために、大阪府自体に、安全確保地域協議会を設置すべきである。市町村単位の協議会に参加する団体の多くは、府単位での連合体に所属しているし(社協、老人クラブ、防犯協会など)、府レベルの団体しか存在しない場合もある(弁護士会、司法書士会など)。府レベルでの地域協議会は必要である。</p> <p>(ほか、同様意見2件あり)</p>	<p>消費者安全確保地域協議会の趣旨として住民への身近な地域社会での見守り活動の実施が重要であることから市町村における設置が必要と考えます。府としては市町村における設置が進むよう、今後とも支援してまいります</p>
14	<p>①計画案P43重点取組1の 「消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)設置の市町村への働きかけと支援を、「府内全市町村で消費者安全確保地域協議会等の見守り活動とその効果的な運営が行われるよう市町村を支援」とする。 ②その推進策の一つとして、大阪府に消費者安全確保地域協議会を設置し、福祉・自治・治安関係者含めて協議する場を設けることを追記する。 ③また、消費生活協力団体・協力員の委嘱を推進し、被害発見時の相談窓口への情報提供を促進することも追記する。 ④参考指標には以下の数値目標を設定する。 ・消費者安全確保地域協議会設置または見守り活動実施自治体数 目標:府を含む44自治体 ・協力団体・協力員を委嘱する市町村 目標:5割 ・年代別の188認知度 目標:「名前と内容を知っていた」を全年代25%以上 (参考)令和5年度消費生活意識調査(第5回)での全国の年代別の188認知度は5~17%</p> <p><理由> ①について、高齢者等の被害防止は「全市町村」の課題であり、そのための見守り活動を早急に構築する必要がある。一方、専任の消費者行政事務職員が配置されていない市町村が多数の現状では、消費者安全法の地域協議会の全市町村での設置は困難である。よって、福祉分野等の既設の見守り活動に消費者被害防止を明確に位置づけることも取組対象とし、その運営状況の把握・改善を進めることを提案する。 ②について、府の段階で消費者・福祉・自治・治安関係部局・関係者が協議する場を設けることで、見守り活動実施市町村の拡大効果が期待できる。2024年10月末日の全国の消費者安全確保地域協議会設置市区町村比率は県レベル未設置県が19%であるのに対し、設置県では35%となっている。 ③について、消費生活協力団体・協力員は、「地域協議会を設置していない地方公共団体が消費生活協力団体等を委嘱することも可能」で「消費生活協力団体等が見守り活動を行う中で消費者被害を発見した場合、法に基づいてこの情報を消費生活センターに提供することができるので、必要な情報が地方公共団体に円滑に提供されるようになることが期待される。」「地域における活動に制度的な裏付けが与えられることにより、地域住民の認知度や信頼性が高まり、より一層、充実した活動が行われるようになることが期待される。」「消費者庁「消費者安全確保地域協議会設置の手引き」より)制度であり、積極的な活用を提案する。 ④について、重点取組とするのだから、到達をめざす数値目標を設定し、その事業成果を客観的に評価し、必要な施策の見直しを進めるPDCAサイクルとして運用することを提案する。</p>	<p>ご意見を踏まえまして、計画案P43「[1]重点取組1」に以下を追記します。 「消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)設置の市町村への働きかけとその効果的な運営が行われるよう支援」</p> <p>消費者安全確保地域協議会の趣旨として住民への身近な地域社会での見守り活動の実施が重要であることから市町村における設置が必要と考えます。府としては市町村における設置が進むよう、今後とも支援してまいります</p> <p>なお、消費生活協力員・協力団体は、消費者安全確保地域協議会の構成員として住民に身近な地域社会での見守り活動に期待されていることから市町村での委嘱が進むよう働きかけてまいります。</p> <p>参考指標については、数値目標を設定することは考えておりません。</p>
15	<p>重点取組課題1について、見守りネットワークの構築に関連し、消費生活協力員・協力団体の活用を掲げ、数値目標を設定すべきである。同協力員・協力団体の活用は、国の地方消費者行政強化作戦 2020においても重点的な課題とされている。単に協力団体、協力員を設置するだけでなく、その活用が大事である。これまで消費生活サポーター養成を行ってきているが、サポーターが活用されないため、養成されただけで終わっている。府においてこれを重点的に推進される必要がある。</p> <p>(ほか、同様意見3件あり)</p>	<p>消費生活協力員・協力団体は、消費者安全確保地域協議会の構成員として住民に身近な地域社会での見守り活動に期待されていることから市町村での委嘱が進むよう情報提供に努めてまいります。</p> <p>また、消費のサポーターは、各地域で実施される高齢者の消費者被害防止に向けた講座において講師として活動していただいています。今後も消費者安全確保地域協議会の構成員への位置づけを含めた活用について市町村に働きかけてまいります。</p>

No.	府民意見等の要旨	ご意見等に対する府の考え方
16	<p>①計画案P43重点取組2「各世代に応じた消費者教育の取組」について、「特に若者世代への消費者教育を最重点とします」と追記し、現計画での高校に加えて、中学での教材等を利用した実践的な消費者教育の実施、大学における消費者情報の提供を盛り込む。また、学生・生徒の自主的活動への支援を盛り込む。</p> <p><理由> ①について、義務教育である中学校も含め、同世代の多数が所属する中・高・大学で、社会に出る前にしっかりと消費者教育を行うことが効果的である。また、教育を受けるだけでなく、自ら消費者として自主的に活動することを積極的に支援することも提案する。</p>	ご意見として承ります。
17	<p>P43 各世代に応じた消費者教育の取り組み</p> <p>・若い世代への教育は有効だと思う。ただ、その世代が5年経つと社会人になり、消費者教育から抜け落ちてしまいます。一番消費をする世代なのでそのあたりの対策もすべきである。職域での啓発活動などもすべき。連携が必要です。</p>	既存の啓発資料を活用しながら、職域での啓発も促してまいります。
18	<p>計画案P44重点取組3「消費生活相談のデジタル化に向けた取組」の「市町村間の協力体制の構築等広域連携に向けたきめ細かな調整を行います。」について、「消費者行政の水準の向上につながる形で『どこに住んでいても公平かつ平等に質の高い消費生活相談・救済を受けられる体制』(P64)をめざし、広域連携については適切なあり方を検討する」という記述に改める。</p> <p><理由> 計画案は「地域連携が予定されており」とするが、国の消費生活相談DX化に伴う広域連携構想は事実上棚上げ状態になっており、現時点で国の構想を前提に「広域連携に向けたきめ細かな調整を行います」とするのは適当でない。また、府内では多くの自治体で独自に相談体制を維持してきた経過がある。広域連携をすべて否定するものではないが、住んでいる自治体に相談窓口がなくなることや、相談窓口がなくなった自治体で消費者行政全体の位置づけが低下することへの懸念がある。こうした懸念への対策を示すことなく広域連携を進めることは、消費者にとって望ましくない。</p>	今後、相談体制の維持が困難な自治体が予想される中で広域連携は有効な手段の一つであり、府としては、各自治体の実情や希望に応じて対応してまいりたいと考えております。
19	<p>P44 消費生活相談のデジタル化・システム導入は良い事だがセキュリティー対策もしっかりしてほしい。</p> <p>・データベースがキチンとしておれば、情報の共有把握のスピードアップもできて良いと思います。</p>	ご意見として承ります。
20	<p>計画案P44「その他の参考指標」に「エビデンスを継続的に把握し、施策に生かしていきます」とあるが、現在、審議会レベルでは30歳未満、65歳以上の相談上位の件数が一定の年齢区分で報告される程度にとどまっている。細分化した年齢区分についての人口構成比の変化も考慮した中期的な経年変化、商品・役務別の契約・購入金額などのより詳細な分析に加えて、それらのデータに基づく対策強化の検討まで実施して、PDCAサイクルとして運営していくことを求める。</p>	ご意見として承ります。
21	<p>参考指標には以下の数値目標を設定する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中学校と高等学校等における教材等を利用した実践的な消費者教育の実施 目標:100% (参考)中学校における実践的な消費者教育について、京都府が数値目標としている。 ・大阪府の情報提供に協力する大学 目標:100% ・学生リーダーの育成 目標:年50人 (参考)兵庫県、京都府が同様の数値目標を設定している。 ・消費者問題またはエンカール消費を取り上げる部活動がある高校 目標:5割 ・府が実施中の消費生活に関するアンケート調査の各項目の理解度(ライフステージ別) 目標:開始時の1.5倍 <p><理由> 重点取組とするのだから、到達をめざす数値目標を設定し、その事業成果を客観的に評価し、必要な施策の見直しを進めるPDCAサイクルとして運用することを提案する。</p>	参考指標については、数値目標を設定することは考えておりません。

No.	府民意見等の要旨	ご意見等に対する府の考え方
3. 消費者施策の展開		
基本目標1 消費者の安全・安心の確保		
22	<p>第3章 消費者施策の方向性と展開 3 消費者施策の展開 基本目標1 消費者の安全・安心の確保</p> <p>(2)府消費生活センターにおける消費生活相談 【該当部分】府域の中核センターである府消費生活センターにおいて、広域的な見地が必要な事案や、高度で専門的な知識が必要とされる事案の処理を行うとともに、市町村の相談員や職員への助言・指導等により住民に身近な相談窓口である市町村の相談機能充実にに向けた支援を行います。</p> <p>(3)市町村相談対体制への支援 【該当部分】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、消費者に最も身近な存在である市町村における消費生活相談窓口の整備や相談苦情処理体制の充実を支援します。</p> <p>【意見】消費者被害が多様化、複雑化している昨今、その相談の窓口となる、府消費生活センター及び、市町村の相談体制を充実することは極めて重要であると考えます。消費者からの相談に適切に応えられるよう、消費生活相談員の体制の維持、拡大を進めてください。また相談の現場では、消費生活相談員は、高い専門性をもって対応していますので、専門職としての位置づけや処遇の向上も図ってください。</p>	<p>消費生活相談体制の維持等については、状況に応じて推進してまいります。</p> <p>また、消費生活相談員の人件費を含む処遇改善については、機会を捉えて国に要望しているところであり、引き続き、様々な機会を捉えて要望してまいります。</p>
23	<p>消費生活相談員の職業的専門家としての立場の見直しと待遇改善</p> <p>大阪府消費者基本計画には、消費生活相談員のレベルアップ相当の項目が複数ある。大阪府消費生活センターに限ったことではないが、消費生活相談員として消費者行政の公務に従事されている方々は、幅広い専門知識を有する職業的専門家である。したがって、待遇を大幅に改善しなければ消費生活相談員を目指す方が減少し、モチベーションも下がるため、府内の安全に大きな支障の発生が容易に予想できる。消費生活相談員の立場的な賃金見直しなどの待遇改善による相談対応力の向上をお願いしたい。</p>	<p>消費生活相談員の人件費を含む処遇改善については、機会を捉えて国に要望しているところであり、引き続き、様々な機会を捉えて要望してまいります。</p>
24	<p>P46 [3]府における消費生活関連相談窓口の周知強化(公報強化)</p> <p>令和5年度の消費者庁の第3回消費生活意識調査の結果からもわかるように、消費生活センターや188の周知はある程度高まってきていますが、「身近に消費者消費者トラブルで困った人がいたら、消費生活センターへの相談を勧める」(21.0%)や「自らが良くなかったと感じた商品やサービスの事や収集した消費者情報を共有・情報発信する」(16.1%)という被害防止のために周囲に働きかける行動が相対的に低くなっています。これらの行動数値を高めるための取り組みも、消費者市民教育として取り入れて頂きたい。</p>	<p>ご意見として承ります。</p>
25	<p>(基本目標1関係)</p> <p>行政指導・処分について、具体的な数値目標を記載すべきである。また、本来的にはこれが重点取組課題とされることが望ましい。いかに、消費者教育や見守りを強化しても、それだけで消費者被害が予防できるものではない。車の両輪として、教育・啓発と悪質業者の取り締まりが必要である。この点、大阪府においては、令和4年度には、行政指導・処分が活発に行われたようであるが、令和5年にはその数が激減している。過去にできたもの、必要であったものが別の年度にできないはずがない。この実施を数値目標に掲げ、しっかりと実施することが必要である。</p>	<p>不当な取引行為等については、府内の消費生活相談窓口における相談件数の増加や、違反行為の悪質性などを勘案しながら、行政指導・処分の必要性を判断し、該当する事案について適正に対処することが必要ですが、行政指導・処分の件数を数値目標とすることは実態に馴染まないと考えます。なお、令和4年度の件数には、景品表示法違反に基づく違反を行った新聞社について、本社の他、85の販売店へ一斉に文書指導を行った件数が含まれています。</p>
26	<p>基本目標1関係</p> <p>この3年、特定商取引法による行政処分の件数ゼロが続いている。訪問販売や電話勧誘販売の相談件数は減っており、逆に、大阪で特商法違反の逮捕者も出ている。にもかかわらず、行政処分がない状況が続いていることには問題があるのではないかと。府における特商法の執行体制を見直し、強化すべきである。特に、訪問販売及び電話勧誘販売並びに訪問購入は、高齢者(特に判断力等に問題を抱える人)にトラブルが多いので、これらについての行政処分をおこなうことに消極的な姿勢は許されない。少なくとも全国平均並みの執行件数を確保すべきである。府はこれを支援すべきである。</p>	<p>ご指摘の点について、今後の施策の実施にあたって参考とさせていただきます。なお、特定商取引法による行政処分について、不実告知等の違反を行っていた訪問販売事業者に対し、令和6年12月6日に業務停止命令等の処分を実施いたしました。</p>
27	<p>P47(4)消費者教育の適正化について</p> <p>被害の未然防止・拡大防止には、法令・条例に基づく行政指導が有効だと考えられますが、近年は実績もなく、また、ほとんど触れられていません。特に悪質な訪問販売や訪問購入などが社会問題になっているため、中核センターとして事業者情報を一早く分析し、迅速かつ積極的に行政指導を行う必要があると思います。</p>	<p>大阪府消費生活センターでは、悪質事業者に対し、庁内関係部局や警察本部のほか、府内市町村、国及び他の都道府県等と連携・協力し、不当な取引行為を行う事業者の実態を調査しております。引き続き、特定商取引法や景品表示法、府消費者保護条例などにに基づき、厳正な行政処分、指導等に積極的に取り組みます。</p>

No.	府民意見等の要旨	ご意見等に対する府の考え方
28	<p>第3章-3 基本目標1関係 「〔1〕消費者取引の適正化」に関連して、消費者保護条例施行規則の5条別表の見直し(追加・修正)を行うべきである。平成26年の改正から、既に10年が経過している。この間、消費者契約法、特定商取引法、景品表示法その他の法改正が重ねられ、また、インターネット取引が爆発的に拡大し、ダークパターンと呼ばれる手法の問題性も顕在化してきている。他の都府県等においても見直し(アップデート)を行う例もみられる(東京都、京都府、兵庫県)。具体的な行為の指定を規則事項としているのは、時宣応じた迅速な対応を行うためである。次期基本計画の期間中に、追加・修正を行わないことは不適切である。</p>	<p>計画案P47「(4)消費者取引の適正化」に記載のとおり、府内の消費者被害や消費生活相談の実情等を踏まえ、不当な取引行為の項目等について、必要に応じて消費者保護条例の見直しを行います。消費者保護条例施行規則についても、必要に応じて見直しを行います。</p>
29	<p>計画案P47「大阪府消費者保護条例についても、府内の消費者被害や消費生活相談の実情等を踏まえ、不当な取引行為の項目等について、必要に応じて見直しを行います。」の後に、「見直しの必要の有無については、大阪府消費者保護審議会に部会を設けて検討します。」を追記する。 <理由> 前回の条例改正から10年が経過し、不当行為の例示では近隣自治体の条例にあるが府条例にないものも存在する。専門家による検討方法を具体的に示して、見直しの必要について条例本文も含めて直ちに検討をすすめ、必要であれば計画期間中の見直しができるようにしておくことを提案する。</p>	<p>不当な取引行為の項目等については、審議会等のご意見をいただきながら、必要に応じて消費者保護条例の見直しを行います。 ご指摘の点について、ご意見として承ります。</p>
30	<p>P48(5)消費者への情報提供 ネットが利用できて、情報検索をされている高齢者の方が多くなってきており自治体のホームページでの情報提供は高齢者の消費者トラブルの未然防止に有効です。高齢者がアクセスしやすいWEBサイト、また地域特性のある注意喚起情報を迅速に提供していただきたいと思えます。</p>	<p>府では、高齢者がアクセスしやすいWEBサイトを作成し、高齢者や見守り者に向けた情報を発信しております。今後も必要な情報を提供できるよう努めてまいります。</p>
<p>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</p>		
31	<p>50ページ 基本目標2 ライフスタイルに応じた多様な場における消費者教育の推進の中で若者(層)と高齢者(化)の被害救済にやや力がかかっているが、中間層(働き盛りの40歳代~60歳まで 男女を問わず)に焦点を当てた消費者被害(ロマンス詐欺)も現状多い。その層の啓発にも力を入れてほしい。</p>	<p>いただいたご意見を踏まえ、幅広い年齢層に対して、今後とも情報発信や啓発を行ってまいります。</p>
32	<p>府において、市町村が、ステッカーを作成する際の補助金制度を用意すべきである(府がステッカーを作成することも考えられるが、ステッカーには消費生活センターの周知を図る効果もあるから、市町村で作成されることが、税金の使い方としてより効果的である)。 (ほか、同様意見1件あり)</p>	<p>ご意見として承ります。</p>
33	<p>該当箇所:第3章3. 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」(P50~53)について 違法または不当な方法で利益を得るような悪質な事業者による消費者被害が後を絶たない中で、消費者被害の未然防止・拡大防止を本計画の重点取組みの1つとして設定し、具体的な目標を掲げながら推進していくことに全面的に賛同します。当業界においても、台風・豪雨・地震等の発生後の住宅修理やリフォームに関し、高齢者を中心に「保険が使える」と言って勧誘する業者とのトラブルが多発しており、また、インターネット広告で格安等を標榜している一部の悪質なロードサービス業者に関するトラブルも増加しています。これらの課題については、これまでも業界として注意喚起に取り組んできましたが、行政各機関と連携した取組みを強化することで、より一層消費者の元に確実に情報を届けることができると考えます。については、大阪府において各施策を推進するにあたり、官民のネットワークの構築や共同による啓発施策の実施等について、ぜひご検討をお願いします。</p>	<p>これまで、啓発チラシの配付やホームページの作成等、包括連携協定を締結している企業と連携した取組を実施しており、今後も引き続き、企業等と連携した取組を進めてまいります。</p>

No.	府民意見等の要旨	ご意見等に対する府の考え方
34	<p>計画案P51～52「(2)若者の消費者被害の防止」の記述について、「一方、こうした違法なマルチ取引で他の人を勧誘することや、さらには匿名・流動型犯罪グループに巻き込まれ、悪質な訪問販売や暴力犯罪の加害者になってしまうこともあります。」と加筆する。ホストクラブ問題では、「また、事業者に対しては、法律や条例に基づき的確に対処し、被害回復と拡大防止に取り組めます。」と追記する。 <具体的な取組>には、これらに係る危機管理室と警察本部の関係施策を追記する。</p> <p><理由> 闇バイトは重大な社会問題となっている状況を記載しておくことを提案する。ホストクラブ問題も同様であるとともに、悪質事業者への対策の記載がないので追記することを提案する。</p>	ご意見として承ります。
35	P54〔1〕府消費生活センターによるあっせん 弁護士などの専門の相談機関への相談が適している場合には、専門の窓口を紹介しますについてあっせんで消費者被害の回復が困難な場合、弁護士相談など具体的な連携計画があるのでしょうか。	連携計画はございませんが、必要に応じて弁護士相談や業界団体の窓口等を案内しております。
36	P54〔2〕裁判外紛争解決手続(ADR)の利用促進について 専門的な判断が必要な場合など、消費生活センターでの解決が困難な消費者からの苦情については、裁判外の紛争解決処理機関として設置している「大阪府消費生活苦情審査委員会」であっせんや調停を行っており、その利用促進に努めます。について近年、大阪府消費生活苦情処理委員会におけるあっせんや調停は行われていません。「その利用促進に努めます。」とありますが、どのように活用を働きかけるのか具体性に乏しいため、積極的に活用できる仕組みを構築し、府民にわかりやすく公開する必要があります。	大阪府消費生活苦情審査委員会への付託要件等については、府民向けホームページに掲載し、周知に努めています。府内市町村に対しても、会議等の場で付託要件等について丁寧に説明させていただくとともに、市町村の意見を踏まえながら、制度の改善を検討していきます。
37	P54〔3〕訴訟への支援 大阪府消費生活苦情審査委員会において紛争の解決ができなかった消費者が、裁判所に対し訴訟を提訴する場合に、一定の要件のもとで資金の貸付けを行います。について「大阪府消費生活苦情審査委員会」がほとんど行われていませんが、訴訟への支援の実効性はあるのでしょうか。近年は、副業詐欺等で若年層が消費者金融でお金を借りるよう業者に誘導され、業者に現金支払ってしまい、センターでのあっせんで被害回復が、困難な事例があるが、訴訟の資金援助があるのであれば、活用できるしくみや手順を府民にわかりやすく公開していただきたいと思えます。	ご意見として承ります。
38	<p>第3章 消費者施策の方向性と展開 3 消費者施策の展開 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 (4)消費者・事業者間の紛争解決支援 [4]適格消費者団体訴訟制度等の周知・広報 【該当部分】 消費者被害の未然防止・拡大防止や集団的な被害回復のため、内閣総理大臣が認定した消費者団体が消費者に代わって事業者に対して差止請求や訴訟等を行うことができる消費者団体訴訟制度等について、大阪府ホームページに掲載する等の周知・広報に取り組むとともに、事案に応じて特定適格消費者団体及び適格消費者団体との連携を強化していきます。</p> <p>【意見】 消費者団体訴訟制度を担う、特定適格消費者団体、適格消費者団体は、消費者被害の未然防止・拡大防止、被害回復の活動を行っておりますが、一般的な認知度は決して高くありません。より多くの消費者に団体を知っていただくために、既存のホームページへの掲載だけでなく、消費者がよく目にする媒体などを活用して、周知、広報をさらに進めてください。</p>	ご意見として承ります。 なお、計画に記載とおり府として協力できる範囲で周知・広報に取り組んでまいります。

No.	府民意見等の要旨	ご意見等に対する府の考え方
基本目標3 消費者教育の推進		
39	54ページ 基本目標3 消費者教育の推進 若者への学習啓発 若者が加害者になる傾向が増えてきた、加害者にならないための学習啓発も必要	計画案P51「(2)若者の消費者被害の防止」に記載しているとおり、若者が加害者とならないように、引き続き啓発を図ってまいります。
40	該当箇所:第3章3. 基本目標3「消費者教育の推進」(P54～63)について 消費者被害やトラブルを未然に防止するため、各世代に応じた消費者教育の取組みを本計画の重点取組みの1つとして設定し、具体的な目標を掲げながら推進していくことに全面的に賛同します。 当協会では、消費者のリスク認識の一層の高揚を図り、損害保険の仕組みや効用を理解したうえで、適切かつ有効に活用いただけるよう、損害保険に関する金融リテラシーのことを「損害保険リテラシー」として取組みを推進しています。本計画と同様に、当協会においても幼児から成人までの成長段階に応じた教育体系を採用しており、身の回りのリスクや防災に関して身に付けてほしい知識・能力を段階的に身に付けられるようしています。各種教材も取り揃えており、講師派遣の実績も多数ありますので、ぜひご活用ください。	ご意見として承ります。
41	P57 P59 消費者フェアの参加数が数値目標とされているが、参加者数を増やすための具体的な取り組みについての記載がありません。	本計画案は、今後の府の消費者施策の方向性を示し、基本的な施策を整理するものであり、それぞれの数値目標に対する具体的な取組は記載しておりません。 なお、消費者フェアでは、前年度のアンケート結果等を踏まえ効果的な広報等を実施し、参加者数を増やす取組を行っています。
42	計画案P42第3章「消費者施策の方向性と展開」の基本目標3:消費者教育の推進の後段部分について 「また、持続可能な社会が実現できるよう、消費者自らの消費行動が社会に与える影響と役割を自覚し、人や社会、環境等に配慮した消費行動につながる教育を推進するとともに、消費者団体が行う消費者の消費生活の安定及び向上に資する健全かつ自主的な活動を支援します。」とし、「1」を「消費者フェア開催による消費者団体活動支援と「エンカル消費」等の啓発」とする。 あわせてP58[6]を「消費者団体、事業者及び事業者団体等への活動支援と連携」とし、「消費者団体、事業者及び事業者団体の活動を支援し、多様な主体間による情報交換や協議が行われることにより、…」とする。 <理由> 消費者団体の自主的な活動への支援について、計画案では、第4章「計画の推進方策と進行管理」に「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…」とあるだけで、第3章「消費者施策の方向性と展開」の中に「活動支援」の言葉がない。 また、これまでの計画では基本目標とされていた「消費者の自立の支援」がなくなり、消費者教育での連携・担い手育成の範囲にとどまる内容になっている。この点につき、計画案の【めざすべき姿】は「消費者市民社会」の構築としている。消費者庁パンフレットは、消費者市民社会を消費者が公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会としており、そこでは消費者団体がその役割を発揮していることが欠かせない要素である。そして、大阪府消費者保護条例は第3条(府の責務)において「府は、消費者団体が行う消費者の消費生活の安定及び向上に資する健全かつ自主的な活動に必要な支援の措置を講ずるものとする。」と定めているのだから、基本計画においても消費者の自主的な活動を支援するという立場を、第3章の府が取り組む消費者施策の中に明記することを提案する。 その上で、現在実施されている消費者フェアについては府民啓発に加えて、消費者団体の活動支援という位置づけも併せ持つことを明記することを提案する。	ご意見を踏まえまして、P42基本目標3「1 消費者フェアにおける「エンカル消費」等の啓発」を「1 消費者フェアにおける消費者団体活動支援と「エンカル消費」等の啓発」とします。また、P58「[6] 消費者団体、事業者及び事業者団体等との連携」を「[6]消費者団体、事業者及び事業者団体等への活動支援と連携」とし、以下を追記します。 「消費者団体、事業者及び事業者団体の活動を支援し、多様な主体間による情報交換や協議が行われることにより、消費者教育を推進する施策への協力などが行われるよう、働きかけていきます。」
43	P62[4]近年対応が求められる課題等 認知症や独居高齢者、知的障害者等、社会的に保護が必要な脆弱な人が消費者トラブルに巻き込まれるケースは、今後も増える傾向にあります。消費者安全確保地域協議会の設置等、地域の機関連携は進められるべきですが、被害に遭ったからの相談では、本人が自己破産でもしない限り、解決できないことがあります。未然防止のための対策を講じる必要があると思います。	計画案P50「(1)高齢者や障がい者の消費者被害の防止」に記載しているとおり、府政だよりやリーフレット等の媒体に加え、インターネットを活用した情報提供を行い、未然防止のための啓発にも取り組んでまいります。

No.	府民意見等の要旨	ご意見等に対する府の考え方
基本目標4 消費生活相談体制の充実		
44	<p>基本目標4関係 「[1]消費生活相談体制の充実・強化」「[3]中核センターとしての府の役割」などに関連するが、相談時のあっせん手続きの説明・紹介を強化すべきである。そして、あっせん率を向上させるべきである。あっせん率が低いことは、消費生活相談において、合理的な情報提供が行われず、支援が十分ではないことの証左である。なぜなら、あっせん・自主交渉は、情報・交渉力の格差を踏まえれば、消費者はあっせんを利用する方が合理的だからである(自主規制を原則と考えることは消費者の自立を誤解するものである。)適格に情報提供を行い、あっせんの場における消費者の権利行使を支援すべきである。これは、府の相談はもとより、府内自治体の消費生活センターにも妥当する。他県のあっせん率又はその目標値を参考に、府内全体のあっせん率の向上を図るべきである。</p>	<p>消費生活相談窓口寄せられる相談には、相談員からの助言により解決できるものも多く含まれており、あっせんをすべき案件は限られています。また、年度によってもあっせんが必要な案件数は増減いたします。 なお、「あっせん率が低い」と「合理的な情報提供が行われていない」との相対関係は不明ですが、引き続き、必要に応じてあっせんを実施してまいります。</p>
第4章 計画の推進方策と進行管理		
1. 推進方策		
45	<p>第4章 計画の推進方策と進行管理 65ページ 福祉機関等の連携を人口減少社会(少子高齢化社会)の進展により、令和22年(2040年)には、単独世帯が42%になると推定されている。消費者問題が複雑化・多様化する中、高齢者の単独世帯の消費者被害がますます増えたと考えられるが、そのためにはケアマネジャーやヘルパー等の支援も必要になる。「福祉機関等との連携」も項目にいれてほしい。</p>	<p>高齢者等への消費者被害防止のために、家族や地域、施設、民生委員、福祉関係者等とも引き続き、連携してまいります。</p>
46	<p>第4章 計画の推進方策と進行管理 1. 推進方策 (4)消費者団体等への支援と連携 【該当部分】 消費者団体には、各地域において、消費者が必要とする情報を提供し、普及啓発、教育に取り組み、あるいは消費者被害の防止や救済のための活動が期待されます。また、個々の消費者の声を束ね、集約し、具体的な意見を表明し、行動することも消費者団体の重要な機能です。府は、消費者団体への情報提供を行うなど、消費者団体の活動の支援を行うとともに、消費者団体と連携し、安全・安心な消費生活の実現に向け施策を推進していきます。消費者被害の未然防止、拡大防止の観点から、差止請求を行うことのできる適格消費者団体や、消費者の財産的被害の集団的な回復のための訴訟を起こすことのできる特定適格消費者団体に対して、必要に応じて消費生活相談情報を提供するなど、団体が期待される役割を十分に果たすことができるよう、連携を進めます。</p> <p>【意見】 消費生活相談の現場と、適格消費者団体、特定適格消費者団体が連携することで、より多くの消費者の消費者被害の未然防止、拡大防止、被害回復の活動につながると考えます。より一層の連携を期待します。</p>	<p>ご意見として承ります。</p>
2. 進行管理		
47	<p>第4章 計画の推進方策と進行管理 2. 推進方策 【該当部分】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。 3. 計画 【該当部分】消費生活関連施策の進捗状況や消費者を取り巻く社会経済環境の変化に対応し、必要に応じて見直しを行います。</p> <p>【意見】消費者を取り巻く社会経済環境の変化は非常に早く、計画策定後から新たな被害が起きる可能性も十分にあり、5年の計画期間では、長すぎると考えます。毎年、基本計画に関する進捗状況を検証されることですが、計画についても、必要に応じて見直すこととされていますので、検証した結果、施策が不十分、対応できていないとなった場合には、躊躇なく計画の見直しを含め臨機応変に対応を行ってください。</p>	<p>計画案P66「3. 計画の見直し」に記載しているとおり、消費生活関連施策の進捗状況や、消費者を取り巻く社会経済環境の変化に対応し、必要に応じて見直しを行っています。 令和7年度以降の審議会の審議時間については、審議会委員のご意見も踏まえながら検討してまいります。</p>

No.	府民意見等の要旨	ご意見等に対する府の考え方
4. 数値目標		
48	67ページ 数値目標 消費者フェアの参加者数の数値目標を令和11年度に5000人とされているが、少子高齢化社会を踏まえた数字であるのか？ 修正が必要なのではないかと？ 子どもが多く参加するようになるのは、難しいのではないかと？	少子高齢化を踏まえた数値目標ではございません。消費者フェアは全世代の府民を対象としたイベントのため、目標数値は5,000人としています。
49	67ページ 府内の消費者行政担当職員研修参加率について 府内の消費者行政担当職員の研修参加率の目標は40%とは低すぎる。目標は100%に近づく努力目標が必要なのではないかと？ 忙しいのはわかるが、もう少し数値をあげてはどうか？	全国平均や大阪府内の消費者行政担当職員研修参加率の実績を基に、目標数値を設定しています。
50	参考指標・数値目標にある認知度・理解度については、母集団の構成を含めて、できるだけ客観的に信頼できるデータを収集し評価するよう工夫すること	ご意見として承ります。
51	P67 今までのデータを参考にして数値目標を立てているのが そもそも間違いもつと高い目標を持つべき	ご意見として承ります。
52	計画案P67数値目標について、以下のように変更する。 ①SNSフォロワー数目標を8800人に変更、 ②府内の消費者行政担当職員研修参加率目標を参加自治体100%に変更、 ③大阪府HP消費生活辞典アクセス目標50000件を追加、 ④府内の相談員研修参加率目標100%を追加 <理由> ①について、SNSが情報収集手段で大きな位置を占めており、一気に拡大する必要がある。消費者フェアや出前講座、中・高・大学の消費者教育の対象者等に呼びかけるなど、府民の1000人に一人のチャレンジ目標を掲げて真剣に取り組むことを提案する。(参考)大阪府食の安全安心メールマガジンは2023年度実績9548人、2027年度目標15000人。 ②について、消費者行政担当職員の配置は自治体によって大きなばらつきがある。個人の目標ではなく、自治体単位で最低年1回は研修に参加することを提案する。 ③について、2020年度49863→2023年度22196に半減しており放置すべきでない。元の水準に戻す目標を提案する。 ④について、相談の質を維持するためには法令や悪質商法の変化に即時対応していく必要があり、継続的な研修参加を追加することを提案する。(参考)2022年度の大阪府内実績94.4%	ご意見として承ります。
参考資料		
53	「消費のサポーター養成講座・更新講座」の講座内容と講座日数 第2期では、コロナ禍で当団体の発足のキッカケとなった、現在でいう消費のサポーター事業の「消費のサポーター」ミニ講座が満足に実施できなかった。コロナ禍に端を発し、30年程停滞していた国内のデジタル化による生活様式と社会背景の変化が指数関数的に加速している。消費のサポーター養成講座・更新講座は、広範囲に拡大し続ける消費者トラブルの専門知識のインプットや、ミニ講座のグループワークが現状の2日間では満足に理解しづらく、また消費のサポーターの方々のモチベーションが維持できなくなっている。ついては、3日間以上にして難易度を上げる時期に来ていると考える。	消費のサポーター養成講座・更新講座の実施に関する具体的にご意見として承ります。
54	「消費のサポーター養成講座・更新講座」の開催日程の見直し 消費のサポーター養成講座・更新講座が現状は平日の実施で、受講者は高齢者が中心である。受講内容を生活の中で展開し、自ら問題意識を持ち、関連情報を集め消費者トラブル関連知識の重要性を理解し実践するためには、20～50歳代の現役世代の府民の参画が不可欠であり、生活の知識として自らのライフステージに当てはめて言語化し、情報発信することに期待したい。そのためには、平日の夜間や土日などに開催することで、現役世代の受講者を増加させていくことが、府民の安全や知識向上に、効果的に貢献すると考える。	消費のサポーター養成講座・更新講座の実施に関する具体的にご意見として承ります。

No.	府民意見等の要旨	ご意見等に対する府の考え方
55	<p>地域安全センターへの消費のサポーター参画 消費者安全確保地域協議会の通称が「見守りネットワーク」になっているため、厚労省管轄における社会福祉協議会が行う認知症などの高齢者への見守り実務と混同されている。そのため府下の市町村に協議会が設置されても、消費者庁の狙いとはかけ離れている実態がある。今回の大阪府消費者基本計画では、「地域安全センター」において警察が地域の防犯ボランティア向けに防犯教室を実施しているとなっている。そこへ「消費のサポーター」が参画し、ミニ講座の共同開催や、府警察と府消費生活センターが互いに情報共有を行うことは、先の消費者安全確保地域協議会では関係者を多く揃えるのに苦労するのに比べ、少数で機動的な活動が可能であり期待できる。</p>	<p>警察等が実施する地域での防犯教室における消費のサポーターの活用について、引き続き、働きかけてまいります。</p>
その他		
56	<p>電気通信事業者の特定商取引法除外の無効条例 消費者被害の統計では、移動通信サービス、インターネット接続回線、携帯電話などの電気通信事業法関連が多く、これらは毎月継続的に消費者が支払うものであるため、実際の数年間の被害額となると、統計を上回ると考えられる。しかしながら電気通信事業者は特定商取引法から除外されている。これは電電公社時代からの名残であり、民営分社化され各事業者間で競争状態にある。事業者は限られた消費者の契約の奪い合いの中で、特定商取引法からの除外事業であることを悪用し、当初の目的とは異なる勧誘や、電話勧誘販売、訪問販売などで強引な勧誘をして、消費者を欺き搾取している。電気通信事業法では「電気通信事業法の消費者保護ルールのガイドライン」があるが、罰則が事業者名の公表の行政処分のみで、刑事罰はない。府内の電気通信事業者の中には、反復継続的に悪質な手法で消費者から搾取し続けている現状を鑑みると、大阪府の条例で特定商取引法に該当する刑事罰を制定し、悪質な電気通信事業者の排除と、信頼できる電気通信事業者が増えることに期待したい。</p>	<p>ご意見として承ります。</p>
57	<p>・基本計画(案)の書類が見にくい。項目が探しづらく パブコメの記入がしづらい。もう少し分かりやすい書式にはならないのか？(ホームページより記載だと特に) ・そもそも大阪府消費者基本計画(第3期)案 があることを知っている府民がどれだけののかが疑問。あることがしらなければ意見も出せない。もっと周知できるような広報活動を願う。</p>	<p>ご意見として承ります。</p>