

## 修正後

## 修正前

## 第2章 消費生活をめぐる現状と課題

## 第2章 消費生活をめぐる現状と課題

(略)

(略)

## 2. 府における消費者相談等の状況

## 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

## (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

(略)

(略)

## [3] 契約当事者の年代別の相談の特徴

## [3] 契約当事者の年代別の相談の特徴

(ア)65歳以上の高齢者

(ア)65歳以上の高齢者

## P27 ○図表 25 65歳以上の高齢者の相談先別相談

## ○図表 25 65歳以上の高齢者の相談先別相談

件数【差替え】

件数

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

|       | 年度          | 令和元年度  |        | 令和2年度  |        | 令和3年度  |        | 令和4年度  |        | 令和5年度  |        |
|-------|-------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|       |             | 件数     | 割合     | 件数     | 割合     | 件数     | 割合     | 件数     | 割合     | 件数     | 割合     |
| 65歳未満 | 市町村         | 47,037 | 87.4%  | 50,805 | 88.7%  | 45,235 | 89.1%  | 45,918 | 88.5%  | 45,488 | 87.7%  |
|       | 大阪府消費生活センター | 7,196  | 12.6%  | 6,735  | 11.3%  | 5,817  | 10.9%  | 6,267  | 11.5%  | 6,634  | 12.3%  |
|       | 合計          | 54,233 | 100.0% | 57,540 | 100.0% | 51,052 | 100.0% | 52,185 | 100.0% | 52,122 | 100.0% |
|       |             |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
| 65歳以上 | 市町村         | 18,040 | 87.4%  | 18,947 | 88.7%  | 17,863 | 89.1%  | 18,552 | 88.5%  | 18,208 | 87.7%  |
|       | 大阪府消費生活センター | 2,206  | 12.6%  | 2,187  | 11.3%  | 1,882  | 10.9%  | 2,121  | 11.5%  | 2,321  | 12.3%  |
|       | 合計          | 20,246 | 100.0% | 21,134 | 100.0% | 19,745 | 100.0% | 20,673 | 100.0% | 20,529 | 100.0% |
|       |             |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |

(略)

(略)

## P30 (ウ)危害及び危険に関する相談の特徴

## (ウ)危害及び危険に関する相談の特徴

(略)

(略)

「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。

「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。

(略)

(略)

## 3. 大阪府消費者基本計画(第2期)期間中における取組実績と課題

## 3. 大阪府消費者基本計画(第2期)期間中における取組実績と課題

## (1) 4つの基本目標における取組実績と課題

## (1) 4つの基本目標における取組実績と課題

(略)

(略)

&lt;基本目標3 消費者教育の推進&gt;

&lt;基本目標3 消費者教育の推進&gt;

(略)

(略)

## P37 ○図表 39 大阪府消費者教育学生リーダー総登録

## ○図表 39 大阪府消費者教育学生リーダー総登録

者数【差替え】

|             | 令和2年度 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|
| 各年度<br>認定者数 | 13    | 37    | 21    | 23    |
| 総認定者数       | 94    | 131   | 152   | 175   |

(略)

### 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

(略)

＜基本目標3 消費者教育の推進＞

(略)

#### **P42** 1 消費者フェアにおける消費者団体活動支援と

「エシカル消費」等の啓発

(略)

#### 2. 重点的な取組と実施状況の把握・検証

##### (1)重点取組

(略)

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

(略)

#### **P43**・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

(略)

#### 3. 消費者施策の展開

(略)

＜基本目標3 消費者教育の推進＞

##### (1)ライフステージに応じた消費者教育の推進

(略)

#### **P58** [6] 消費者団体、事業者及び事業者団体等への

活動支援と連携

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

者数

| 令和元年度 | 令和2年度 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 |
|-------|-------|-------|-------|-------|
| 84    | 94    | 131   | 152   | 175   |

(略)

### 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

(略)

＜基本目標3 消費者教育の推進＞

(略)

#### 1 消費者フェアにおける「エシカル消費」等の啓発

(略)

#### 2. 重点的な取組と実施状況の把握・検証

##### (1)重点取組

(略)

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

(略)

#### ・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

(略)

#### 3. 消費者施策の展開

(略)

＜基本目標3 消費者教育の推進＞

##### (1)ライフステージに応じた消費者教育の推進

(略)

#### [6] 消費者団体、事業者及び事業者団体等との連携

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、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。

第 4 章 計画の推進方策と進行管理  
(略)

**P67** 4. 数値目標

| 数値目標の項目 | 第 3 期計画終了時(令和 11 年度)<br>の目標数値                     |
|---------|---------------------------------------------------|
| 188 認知度 | 名前は知っている <u>50</u> %<br>名前と繋がり先を知っている <u>30</u> % |

第 4 章 計画の推進方策と進行管理  
(略)

4. 数値目標

| 数値目標の項目 | 第 3 期計画終了時(令和 11 年度)<br>の目標数値     |
|---------|-----------------------------------|
| 188 認知度 | 名前は知っている 40%<br>名前と繋がり先を知っている 20% |