

京都府安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画の改定

行動計画について

- ・京都府消費生活安全条例第7条に定める消費生活施策を計画的に推進するための行動計画として策定
- ・また、この行動計画は、消費者教育の推進に関する法律第10条に定める「都道府県消費者教育推進計画」に位置付け（努力義務）

施策の展開について

現行 行動計画	計画改定に係る論点	次期 行動計画（案）
1 消費者被害の未然防止		1 消費者被害の未然防止
ア 成年年齢引下げによる若年者の被害等の未然防止 <ul style="list-style-type: none"> ・ 中学生向け消費者教育副教材、授業プランの作成、試行授業等の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中学校における副教材を活用した消費者教育の普及促進 ・ SNSをきっかけとした消費者被害の相談が、元～5年度までの4年間で3倍以上に増加 ・ すべての年代にわたって相談が多い 	ウ 年齢等特性に合わせた消費者被害の未然防止 <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>市町村及び市町村教育委員会と連携した府内全域中学校等での消費者教育の推進</u> ・ <u>勤労者世代も含めた消費者教育の実施（コンプライアンス教育と併せて実施等）</u>
イ 特殊詐欺や悪質商法等の高齢者の消費者被害への対応 <ul style="list-style-type: none"> ・ 市町村における消費者安全確保地域協議会の設置促進 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者安全確保地域協議会 (5年度末3市町、人口比率約3%) 	イ 高齢者の特殊詐欺や悪質商法等消費者被害への対応 <ul style="list-style-type: none"> ・ 福祉部門との更なる連携等、実質的な見守り活動の推進
ウ デジタル化社会への対応 <ul style="list-style-type: none"> ・ ネットパトロールによる調査・指導の実施 ・ SNSやホームページを活用した情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・ SNSをきっかけとした消費者被害の相談が、元～5年度までの4年間で3倍以上に増加（再掲） ・ すべての年代にわたって相談が多い（再掲） ・ 1件当たりの被害額も大きく、被害回復が困難 	ア インターネット取引被害への対応 <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>勤労者世代も含めた消費者教育の実施（コンプライアンス教育と併せて実施等）（再掲）</u> ・ <u>インターネットリテラシーや金融経済教育の推進</u>
2 迅速な問題解決と拡散防止		2 迅速な問題解決と拡散防止
ア 若者が相談しやすい体制づくり <ul style="list-style-type: none"> ・ 若年者向け専用相談窓口（電話） ・ under22消費生活相談窓口（インターネット） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 若年消費者向け専用窓口の利用が少ない 	ア デジタル社会における相談体制づくり <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>専用相談窓口の見直し</u>
イ 市町村の相談体制支援等 <ul style="list-style-type: none"> ・ 相談員研修、意見交換会の実施 ・ 指定消費生活相談員による市町村相談業務の支援 ・ 弁護士相談、巡回相談、多重債務相談の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者相談が複雑化、困難化 ・ 専門資格を持った相談員の確保困難 	イ 府内の消費生活相談体制の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>市町村との更なる連携強化（OJT研修の実施、府全体での相談体制の確保など）</u>
ウ 取引の適正化の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・ 法律・条例による悪質業者の指導件数 ・ 消費者志向経営等連絡会の設置 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ダークパターン（グレーゾーン）の増加 ・ 消費者志向経営への理解が進んでいない 	ウ 取引の適正化の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>消費者保護に向けた事業者の自主的なルール整備の推進</u> ・ 事業種別ごとに事業者団体と連携した適正取引の推進
3 消費者教育の推進		3 消費者教育の推進
ア 消費者教育の機会拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・ 中学生向け消費者教育副教材、授業プランの作成、試行授業等の実施（再掲） ・ 消費者の年齢等特性に合わせた消費者教育 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ネット関連の消費トラブルの増大（再掲） 	ア デジタル化社会における消費者教育の機会拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>インターネットリテラシーや金融経済教育の推進（再掲）</u>
イ 消費者教育の担い手の養成・支援等 <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者ボランティアの一体的な養成 ・ 消費者ボランティア（大学生）によるSNSによる情報発信 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大学生ボランティアの不足、ボランティアの絶対数の不足 	イ 消費者教育の担い手の養成・支援等 <ul style="list-style-type: none"> ・ <u>大学や大学生協と連携したボランティアの養成</u>
ウ 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の育成 <ul style="list-style-type: none"> ・ エシカル消費に係る動画の作成 	<ul style="list-style-type: none"> ・ エシカル消費への認知度が低い 	ウ 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の育成 <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者ボランティア等による啓発・情報発信の推進 ・ 事業者団体と連携した取組の実施