

京都府安心・安全な消費生活の
実現を目指す行動計画

平成 31 年 3 月
京 都 府

目次

1 改定の趣旨	1
2 消費者を取り巻く社会状況等	2
(1) 成年年齢の引下げ	
(2) 高齢化に伴う消費者被害の高止まり	
(3) ネット社会の急激な進展によるトラブルの高止まり	
(4) 消費行動を通じて社会に貢献する消費者育成への社会的要請	
3 京都府の消費生活行政の現状と課題	6
(1) 成年年齢引下げによる若年者被害の増加予想	
(2) 依然として多い高齢者の消費者被害	
(3) インターネット取引を巡るトラブルの増加	
(4) 府内どこでも質の高い相談や救済が受けられる体制づくり	
(5) 悪質・巧妙化する事案や不当表示事案の発生	
(6) 消費行動を通じて社会に貢献する消費者の育成	
4 計画の目標と施策推進にあたっての基本的考え方	13
(1) 計画の目標等	
(2) 施策推進にあたっての基本的な考え方	
5 施策の方向と施策展開	14
(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	
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	
ウ ネット取引被害への対応	
(2) 迅速な問題解決と拡大防止	
ア 消費者被害相談窓口の周知	
イ 市町村の相談体制支援等	
ウ 取引の適正化の推進	
(3) 消費者教育の推進	
ア 消費者教育の機会拡大	
イ 消費者教育の担い手の養成・支援等	
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	
6 進行管理等	23
京都府安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画 用語集	24
(文中で※を付している用語について解説しています。)	

1 改定の趣旨

(1) 計画改定の趣旨

京都府では、京都府消費生活安全条例（平成 19 年京都府条例第 9 号、以下「条例」という。）、京都府安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画（平成 27 年度改定、以下「行動計画」という。）及び京都府消費者教育推進計画（平成 28 年度改定、以下「推進計画」という。）に基づき、消費者被害を防止するとともに消費者の自立を支援するための各種施策を実施してきた。

現在、京都府内では、全ての市町村に消費生活相談窓口が設置され、住民に最も身近な場所で相談を受ける体制が整備されている。また、複雑・困難な相談は、弁護士等の助言を得て迅速な解決が図られるとともに、被害の拡大を防止するため、京都府警察等と連携しながら、悪質な事業者への指導等を実施している。

前回の行動計画改定以降、高齢化が加速する中で悪質商法等による高齢消費者被害やインターネット取引に係るトラブルが高止まりを続けている。また、平成 30 年 6 月の「民法の一部を改正する法案」の成立により、2022 年 4 月から成年年齢が 18 歳に引き下げられることになり、若年者の消費者被害の増加が強く懸念されており、消費者被害を未然に防止するための取組がますます必要になっている。

さらに、環境問題等地球規模の様々な問題が深刻化する中で、世界が持続可能な発展を続けていくための指針である「持続可能な開発目標（SDGs）」が平成 28 年 1 月に発効し、様々な課題の解決に向け主体的に考え積極的に行動する消費者を育成する取組の重要性も増している。

国においては、この間、取引の適正化を図るため、特定商取引に関する法律（昭和 51 年法律第 62 号）等の消費者関連法の改正が行われた。また、成年年齢の引下げに関しては、平成 30 年 2 月、消費者庁・文部科学省・法務省・金融庁の 4 省庁により、2018 年度から 2020 年度までの 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」^{※8}が決定され、各種取組が推進されることになった。

こうした消費者を取り巻く状況の変化や、国の動向、行動計画及び推進計画の実施状況等を踏まえ、京都府教育委員会、京都府警察、市町村、消費者団体・事業者団体など多様な主体との連携を一層強化し、より効果的な消費生活施策を推進するため、行動計画を改定する。また、成年年齢の引下げに備え、特に若年者に対する消費者教育を強化するため、教育計画の改定を 1 年早め、行動計画と一本化する。

(2) 計画の位置づけ

本計画は、条例第 7 条の規定による、消費生活施策を計画的に推進するための行動計画とする。

また、消費者教育の推進に関する法律（平成 24 年法律第 61 号）第 10 条第 1 項の規定による、国の基本方針を踏まえ策定する計画とする。

(3) 計画の期間

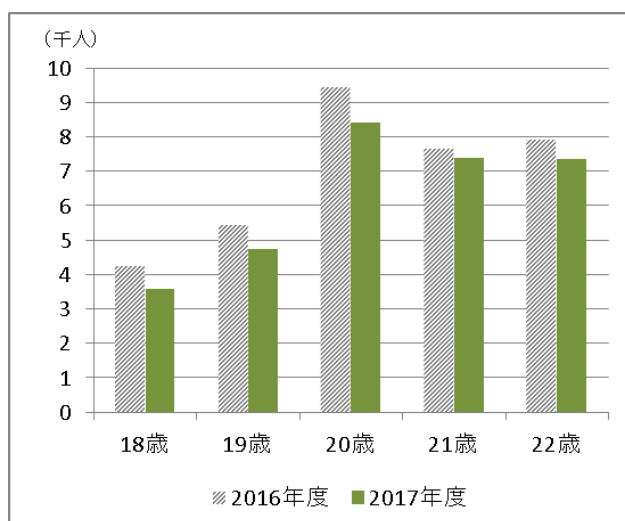
2019 年度（平成 31 年度）から 2021 年度までの 3 年間とする。

2 消費者を取り巻く社会状況等

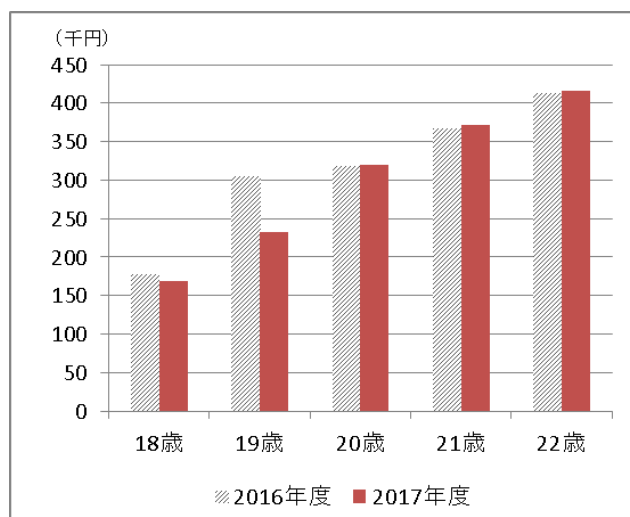
(1) 成年年齢の引下げ

- 成年年齢を18歳に引き下げる改正民法が成立し、2022年4月から施行される。
- 契約当事者が18～19歳の相談件数に比べ、成年に達した直後の20～22歳の相談件数の方が多く、また、その契約金額も高額になる傾向がある。(図1-1)(図1-2)
- これまで未成年者取消権で保護されていた18歳、19歳の若者が保護の対象から外れることになるため、消費者被害の拡大防止に向けた対策が必要である。

(図1-1) 20歳前後の相談件数(全国)



(図1-2) 20歳前後の契約購入金額(相談1件当たりの平均)(全国)

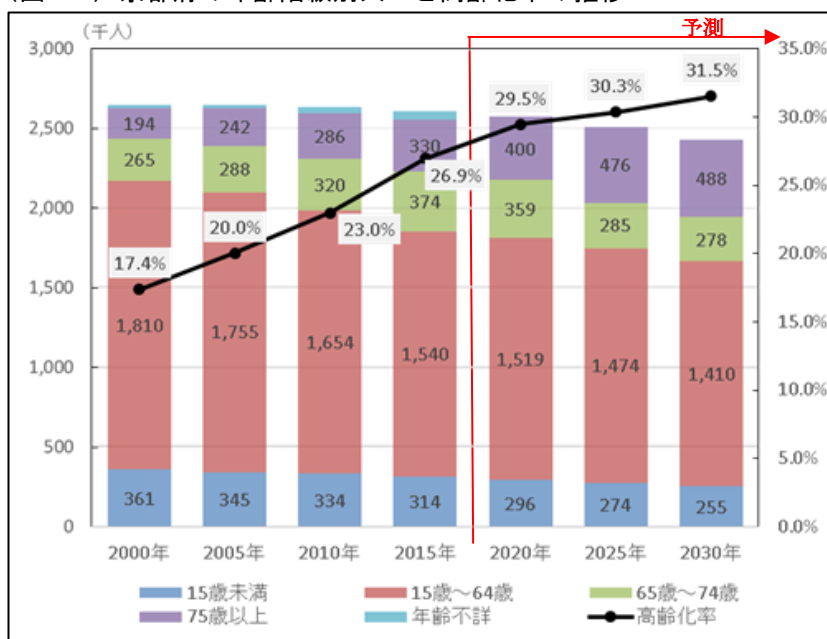


*20歳の中には、20歳代と申出のあった相談を含む。

(2) 高齢化に伴う消費者被害の高止まり

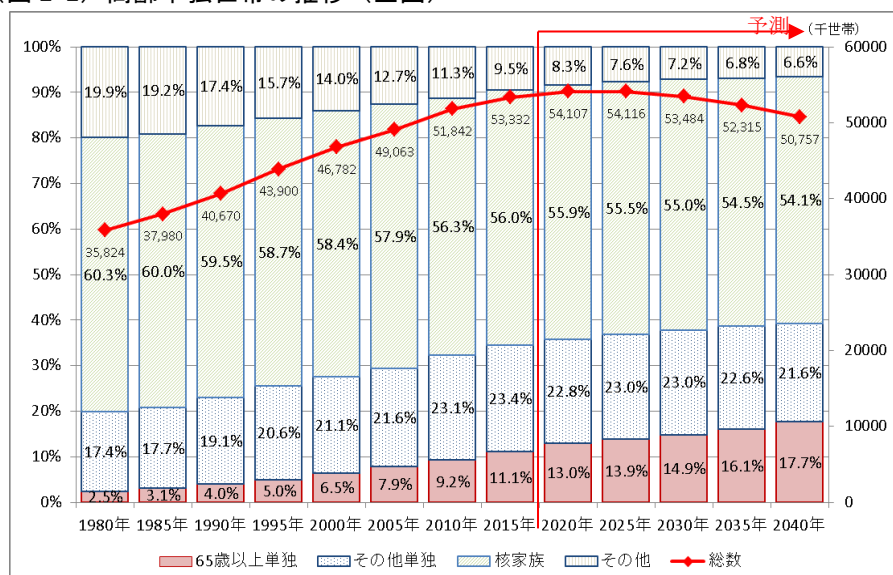
- 京都府内の65歳以上の高齢者人口は2015年に約70万人で、今後も急速な増加が予想され、2025年には約76.2万人、本府の総人口に占める65歳以上の人口の割合は30%を超える見込みである。(図2-1)
- 65歳以上の高齢単独世帯の割合は、全国で2015年に11.1%となっており、2025年には13.9%になる見込みである。(図2-2)
- 2017年度に京都府内で受け付けた消費生活相談件数を見ると、高齢者(65歳以上)の相談件数は全体の33.2%と大きな割合を占めている。

(図2-1) 京都府の年齢階級別人口と高齢化率の推移



国勢調査(総務省)、将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)から作成

(図2-2) 高齢単独世帯の推移(全国)

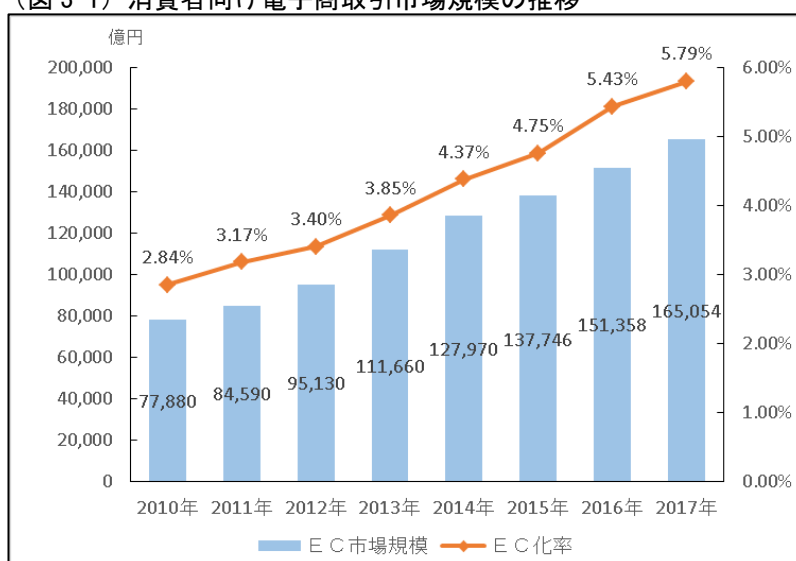


国勢調査(総務省)、将来推計人口(国立社会保障・人口問題研究所)から作成

(3) ネット社会の急激な進展によるトラブルの高止まり

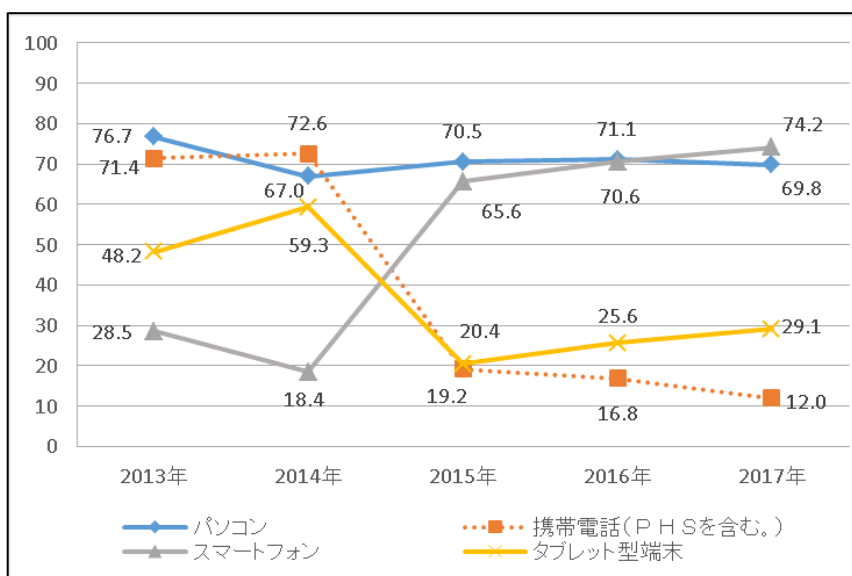
- 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」によると、日本国内の消費者向け電子商取引^{*13}の市場規模は年々増加しており、2010年の7.8兆円から2017年には16.5兆円となり、7年間で2倍を超えている。(図3-1)
- 総務省「通信利用動向調査」によると、インターネットを閲覧する際にスマートフォンを利用する人の割合が年々増加。2017年度には、パソコンを利用する人の割合を上回る状況となっている。(図3-2)
- 2017年度に京都府内で受け付けた消費生活相談を見ると、「放送・コンテンツ」に係る相談が1位を占めるなど、インターネット関連の相談が依然として多い。

(図3-1) 消費者向け電子商取引市場規模の推移



「平成29年度我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）」（経済産業省）から作成

(図3-2) 京都府におけるインターネット閲覧時の利用機器



(資料)「通信利用動向調査」(総務省)から作成

(4) 消費行動を通じて社会に貢献する消費者育成への社会的要請

○ 2015年9月に「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、2016年1月に、正式に発効した。この開発目標は、「誰一人取り残さない」持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のため、2030年を年限とする17の国際目標で、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料廃棄の半減や、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意識を持つようにすることなどが盛り込まれている。（図4-1）

持続可能な開発目標は、全ての国に適用され、世界が持続可能な開発を続けていくための指針であり、消費者一人ひとりの消費行動の観点から留意する必要がある。

○ 「消費者市民社会^{※11}」の考え方や取組に対して、約7割が「賛同する」又は「やや賛同する」と回答しており、今後、消費行動が変化する可能性が見られる。（図4-2）

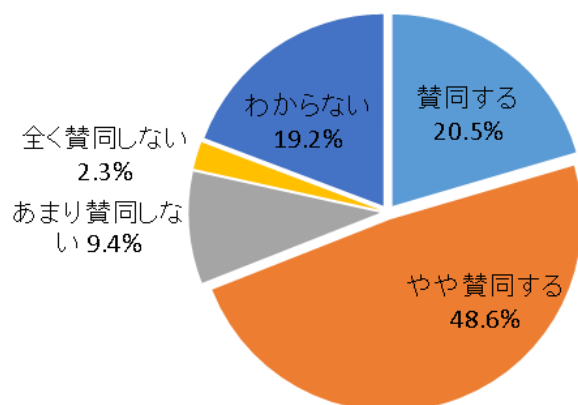
（図4-1） 持続可能な開発目標（SDGs）

— 持続可能で多様性と包摂性のある社会の実現のための17の国際目標 —



（図4-2） 消費者市民社会に対する考え方

エシカル消費（倫理的消費）・商品に関する調査（京都府・平成28年2月）



3 京都府の消費生活行政の現状と課題

(1) 成年年齢引下げによる若年者被害の増加予想

<現状>

■若年者の相談の特徴

- 契約当事者が成年に達した直後の 20～22 歳の相談件数は、18～19 歳の相談件数と比べて多く、その契約金額も高額になる傾向にある。契約する商品・サービスをみても、未成年者ではあまり見られない「サイドビジネス」、「マルチ取引」、「エステ」などが上位になるという特徴がある。
- 相談事例からは、契約に関する知識が乏しいことに乗じて契約をさせられてしまう、「絶対儲かる」などうまい話に弱い、悪質な事業者が意図的に作り出す断りにくい状況に対応できない、借金やクレジット契約をするなどして高額な契約をさせられてしまうといった問題点が見られる。

■京都府の施策

- 若年者を対象とした啓発リーフレット「あま～い誘いにご用心！」を府内の全高等学校及び希望する大学に配付
- 一般社団法人日本オンラインゲーム協会と連携して、啓発 Web マンガを企画・制作し、Twitter 等を活用して配信するとともに、若年者に多いネットトラブルの啓発冊子を府内の全高等学校に配付
- 学校等に働きかけ、消費者トラブルの対処方法や消費者の役割などを内容とする出前講座を実施
- 大学の新生向けオリエンテーションや講座等で若年者に多い消費者トラブルや対処法等を情報提供
- 大学生の消費者リーダーが、大学生を対象に消費者被害防止の出前講座を実施

<課題>

成年年齢引下げに伴う成年直後の消費者被害の未然防止を図るため、京都府教育委員会等と連携して高校生に対する消費者教育を強化するとともに、大学生に対する消費者被害に関する情報提供を一層充実することが必要

(2) 依然として多い高齢者の消費者被害

<現状>

■高齢者の相談の特徴

- 京都府の消費生活相談窓口寄せられた相談のうち、高齢者(65歳以上)からの相談割合は、33.2%となっており、京都府の高齢化率を上回っている。年齢が上がるにつれて「店舗購入」「通信販売」の割合が低下し、「訪問販売」「電話勧誘販売」が増加している。
- 高齢者の相談のうち、詐欺的な手口^{※7}に関する相談は、全相談件数の1割程度、1件あたりの支払済平均金額は、全年齢層の平均金額を上回る状況が続いている。
- 高齢者は、被害にあっていることを認識していない、自分が悪いと思って相談しない、一人暮らしで相談する人がいないなど、被害が表面化しにくい傾向にある。
- 特に自宅から出ることが少ない高齢者は、啓発が届きにくく、日中在宅しているため、悪質な訪問販売や電話勧誘販売等による被害にあいやすい。

■京都府の施策

- 市町村の福祉部局等において構築される高齢者等の見守りネットワークに、消費者被害防止の機能が付加されるよう働きかけ、地域の実情に合った見守り活動を支援
- 府域で活動する消費者団体、福祉関係団体、事業者団体、行政関係機関等で構成する「くらしの安心・安全ネットワーク^{※4}」を京都府消費者安全確保地域協議会^{※9}として位置づけ、見守りや声かけ運動、啓発活動を実施
- 高齢者等を訪問する団体や事業者等と連携した見守り活動や、金融機関や病院、理・美容院等と連携した啓発を実施
- 二次被害の恐れのある相談者に対して、二次被害の防止のために、消費生活相談員が、架電による注意喚起等を実施
- 地域の消費生活リーダーとして、声かけを通じて、身近な人に消費生活情報を積極的に提供し、地域を見守るボランティア「くらしの安心推進員^{※5}」の活動を支援
- 京都府警察や市町村等と連携して、特殊詐欺や悪質商法の被害を未然防止するための啓発イベントを実施
- 自治会、防犯団体、福祉団体等に働きかけ、地域で被害防止のための出前講座を実施

<課題>

高止まりを続ける高齢者の消費者被害を防止するため、京都府警察等多様な主体と連携し、自宅から出ることが少なく、意にそぐわない勧誘を受けやすい高齢者等に対する見守り活動を一層強化するとともに、最新の手口情報や対処法等を地域できめ細かく周知することが必要

(3) インターネット取引を巡るトラブルの増加

<現状>

■ネット取引の相談の特徴

- 京都府の消費生活相談窓口寄せられた相談のうち、インターネットなど情報通信に関する相談割合は 21%となっている。相談内容別では、「放送・コンテンツ等」に関連するものが突出して多く、全体の 13.5%を占めている。また、インターネット通販や仮想通貨に関するトラブル、架空請求等のトラブルも増加している。一方、ワンクリック請求にかかる相談は、啓発等により、対処方法が府民に広く浸透してきたため、相談が減少している。
- 若者を中心に幅広い年齢層で SNS の利用が拡大し、SNS がきっかけとなる消費者トラブルが増加している。
- インターネット取引に多いクレジットカード取引は、関係事業者が多岐にわたることが多く、内容も複雑になりがちのため、一度トラブルが発生すると被害回復が困難であったり、解決まで時間がかかる場合が多い。

■京都府の施策

- インターネット取引に詳しい IT 専門家と弁護士等で公正する「ネット取引対策チーム^{※17}」を設置し、ネット上での消費者問題に係る対応に反映
- 電子マネー販売時の水際対策として、京都府警察と連携し、電子マネー購入者に、啓発用封筒の配付や声かけ等の注意喚起を実施
- SNS 等 (Twitter、Facebook、Instagram、LINE@) により、消費者被害防止の情報発信
- 一般社団法人日本オンラインゲーム協会と連携して、啓発 Web マンガを企画・制作し、Twitter 等を活用して配信するとともに、若年者に多いネットトラブルの啓発冊子を府内の全高等学校に配付 (再掲)
- インターネット取引をテーマに、児童から高齢者までそれぞれの世代特性等を踏まえた出前講座を実施するとともに、小学生を対象に大学生がネット被害防止講座を実施

<課題>

ネット社会において、消費者が被害を回避し、トラブルに適切に対処できるように SNS 等を活用した情報発信を強化するとともに、啓発・消費者教育手法を工夫することが必要

(4) 府内どこでも質の高い相談や救済が受けられる体制づくり

<現状>

■市町村消費生活相談の状況

- 京都府では、平成 23 年度にすべての市町村に、消費生活センター等(市町村・一部事務組合が設置する消費生活センター及び消費生活相談窓口)が設置されている。平成 29 年度に京都府内の消費生活相談窓口に寄せられた相談は約 18,000 件のうち約 7 割を市町村の消費生活センター等が受けている。
- インターネットによる取引の増加や決済方法の多様化によるトラブル、詐欺的な手口^{*7}の高止まりなど、消費者相談はますます複雑化、多様化する傾向にある。
- 消費者庁の調査によると、被害にあったとき、直ちに相談できる窓口(電話番号)である 3 桁の電話相談番号「消費者ホットライン 1 8 8 (いやや)」の名前、番号、内容のいずれも知らなかった人が 75.6%になっている。

「消費者意識基本調査」(消費者庁・平成 29 年 11 月)

■京都府の施策

- 来所や電話による消費生活相談が困難な府民のため、電子メールによる相談を実施
- 市町村の消費生活行政担当職員・相談員の相談対応力向上のための研修会等を開催
- 府及び市町村間が緊急情報や地域情報等について情報を共有
- 困難案件について、府センター相談員から市町村相談員への助言や弁護士相談を実施
- 適格消費者団体^{*15}と連携して消費者団体訴訟制度^{*12}等についての講座を開催する等、専門分野を持った機関と連携

<課題>

被害にあったときに、消費者がすぐに相談し、解決が図れるように、相談窓口を周知するとともに、府内どこでも質の高い相談や救済が受けられるよう、市町村の消費生活センター等に対して支援することが必要

(5) 悪質・巧妙化する事案や不当表示事案の発生

<現状>

■悪質・巧妙化・広域化する事案の発生

- 高齢者や若者等をターゲットに、法の隙間について巧妙に勧誘したり、次々と新たな詐欺的手口で契約を締結させるなど、悪質・巧妙化した事案が発生している。また、府県域をまたがって広域的に不当な取引行為を行う悪質な事業者が増加している。

■京都府の施策

- 悪質・巧妙化する悪質商法の手口や消費者被害の状況、また、一般消費者を誤認させる誇大広告等の不当表示に関する情報をいち早く把握するため、京都府のホームページ上に、悪質商法・不当表示通報サイトを開設
- 広域的に違反行為を行っている事業者に対して、国や近隣府県と連携し、指導を実施
- 事業者団体等と連携し、コンプライアンス講習の実施や、啓発・調査など、法令に対する理解促進と法令遵守の意識向上を図るための取組を実施

<課題>

悪質・巧妙化する事案に対し、改正特商法や新しいガイドラインに基づき、引き続き厳正な事業者指導を実施するとともに、適正表示に対する事業者の理解をさらに深めることが必要

(6) 消費行動を通じて社会に貢献する消費者の育成

<現状>

■消費者教育の実施状況

- 学校では、学習指導要領に基づき消費者教育が行われているが、年間の授業時間が限られている中で、授業時間数は数時間程度の学校が多い。2020年度以降、新たに実施される学習指導要領では、消費者教育の更なる充実が図られており、成年年齢の引下げ等を見据え、学校における消費者教育がますます重要になっている。
- 文部科学省が行った調査によれば、全国の大学（大学・短期大学・高等専門学校）において「講義やゼミにおいて消費者問題に関する教育・研究を行っている」大学が4割を超えている一方、約半数の大学は「行っていない」と回答している。
消費者教育に関する取組状況調査（文部科学省・平成25年）
- 府内市町村の消費者センター等で消費者教育の取組（啓発イベント等を含む）を行っているのは全体の7割弱となっている。このほか、社会教育の分野で公民館など様々な主体により高齢者大学など消費者教育関連の事業が実施されている。

■消費者教育の担い手の状況

- 学校では、社会科、家庭科、公民科などの各教科において消費者教育が実施されており、教員には消費者教育の推進役としての役割が期待されているが、消費者トラブルは日々変化し、複雑化しているため、最新の情報やわかりやすい教材等の積極的な情報提供が求められている。
- 大学生消費者リーダーによる講座の開催、くらしの安心推進員^{※5}による声かけや見守り等ボランティアによる活動が行われているが、活動人数・頻度等は地域により偏りがあり、活動の拡大が求められている。
- 京都くらしの安心・安全ネットワーク^{※4}をはじめとする団体等が、見守りや声かけ運動、街頭啓発などを府内各地で展開している。また、消費者団体や事業者団体、専門家団体が専門的な知識・ノウハウをいかした講座を実施している。

■消費者意識・行動の状況

- 消費者庁の「『倫理的消費』調査研究会報告書」等では、エシカル消費の具体的な行動の例として、「人への配慮」としては障がい者支援につながる商品の消費、「社会への配慮」としてはフェアトレード^{※19}商品や寄付付きの商品等の消費、「環境への配慮」としてはマイバッグの持参、食品の買い過ぎ防止等による資源保護やCO2削減、「地域への配慮」としては地産地消や被災地産品の消費、更に「動物への配慮」の観点も示されている。
- 京都府が行った調査によれば、グリーン購入^{※6}、フェアトレード^{※19}、スローフード^{※14}、アニマルウェルフェア^{※2}をあげて、内容を説明した後、賛同するかどうか尋ねたところ、各項目とも約6割の人が「賛同する」と回答しており、エシカル消費の考え方は府民に受け入れられつつあるといえる。
- 一方、府民が買い物をする際に意識することは、「価格が手頃である」、「安全性が高い」などが6割を超え上位となっているが、「地球環境によい」、「地域の活性化」、「社会的弱者への貢献」など、消費行動が及ぼす社会への影響については、関心が高いとは言えない状況である。
- 消費者がエシカル消費について知りたいこととしては、「どのような商品等があるのか」、「どこで販売されているのか」などとなっている。

エシカル消費・商品等に関する意識行動調査（京都府・平成28年2月）

- 今後、エシカル消費を広めていくにあたっては、地球環境の保全などのグローバルな課題に対応することだけでなく、京都ならではの伝統・文化に裏打ちされた商品の消費が地域の活性化につながるといったことも含め幅広く普及していく必要がある。

■京都府の施策

<消費者教育>

- 消費者教育推進校^{※10}に指定した高等学校の教員が、府主催の研修会等を通じて消費者教育の授業事例を作成し、実践事例集を府内高等学校に配付
- 小・中・高等学校、大学等に働きかけ、自ら進んで消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつけること等を内容とする出前講座を実施

○ 食べ物や資源の大切さ、約束を守ることなどを教えるため、就学前の子どもと保護者等と一緒に学ぶ出前講座等を児童館等において実施

○ 地域における消費者教育を推進するため、市町村と共催で消費者教育講座を開催

<担い手の養成・支援>

○ 若年世代に消費者教育を普及する大学生の消費者リーダーを養成し、大学生による大学生への出前講座や子供向けの出前講座を実施（一部再掲）

○ 暮らしの安心推進員^{※5}を養成し、身近な高齢者等への注意喚起、見守り活動等を支援（再掲）

○ 暮らしの安心・安全ネットワーク^{※4}の構成団体が行っている消費者教育等の取組を支援するとともに、京都府ホームページ内の消費者教育支援サイトで消費者教育関連情報を提供

<消費者市民の育成等>

○ 公正で持続可能な社会の実現のための環境を醸成するため、消費者団体、事業者団体をはじめとする関係団体、行政機関等が連携してエシカル消費を推進する「京都エシカル消費推進ネットワーク^{※3}」を設立

○ エシカル消費・商品を紹介する啓発イベントやシンポジウムを開催

○ エシカル消費を紹介するエシカルマンガや啓発冊子を作成・配布

○ 消費者と事業者の意見交換会を実施

<課題>

公正で持続可能な社会を実現するため、「被害を回避しトラブルに適切に対処できる消費者」「自主的かつ合理的に行動する消費者」「地域や環境の課題などの解決に向けて主体的に考え行動する消費者」の育成が必要

4 計画の目標と施策推進にあたっての基本的考え方

(1) 計画の目標等

ア 計画の目標

すべての府民が、「被害を回避し、トラブルに適切に対処できる消費者」、「自主的かつ合理的に行動する消費者」、「地球や地域の課題などの解決に向けて主体的に考え行動する消費者」として積極的に社会に参加することを、多様な主体との連携による施策の効果的な実施により支援し、安心・安全な消費生活を送ることができる社会かつ公正で持続可能な社会を実現

イ 目指す消費者像

○ 被害を回避し、トラブルに適切に対処できる消費者

問題への対処方法を身につけ被害を回避するとともに、被害にあってもこれに気づき、悪質商法に加担しないことや、周りの人が被害にあわないように見守ることも含め、トラブルに適切に対処できる消費者

○ 自主的かつ合理的に行動する消費者

市場における権利の主体として、自らの利益を守り拡大するため、自ら進んで、消費生活に関して必要な知識を習得し、必要な情報を収集するなど、自主的かつ合理的に行動することができる消費者

○ 地球や地域の課題などの解決に向けて主体的に考え行動する消費者

地球環境保全や地域の課題などの解決に向けて、消費行動を通じて積極的に関与することができる消費者



(2) 施策推進にあたっての基本的な考え方

ア 多様な主体との連携強化による効果的な施策の推進

成年年齢の引下げに対応する消費者教育の推進には京都府教育委員会や教育機関との連携、悪質な消費者被害等に対応する啓発活動や見守り活動には京都府警察、福祉部局、市町村、関係団体との連携を強化する等、多様な主体と繋がり連携を深めることにより効果的に施策を推進

イ 京都府の特徴への配慮

- 大学等や研究機関が存在し、多くの学生等が学び暮らしていること
- 暮らしの中で引き継がれてきた「もったいない」や「しまつ」といった知恵が生活に息づき、京都議定書誕生の地として環境保全の取組が活発に行われていること
- 府内各地域に国内外から多くの方々が訪れ、それぞれの地域に伝統・文化に裏打ちされた商品、「おもてなしの心」などが存在するとともに起業精神に富む土壌があること
- 多様な団体が構成されるネットワークが活発な活動を展開していることなど京都府の特徴に配慮し施策を推進

5 施策の方向と施策展開

(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

民法改正により 2022 年 4 月から成年年齢が 18 歳に引き下げられることに伴い、18・19 歳の未成年者取消権がなくなるため、消費者被害の拡大が予想されることから、被害の未然防止を図るため、学校教育の中で全ての高校生に消費者教育の実施や、大学の協力による大学生に対する消費者被害に関する情報提供等を実施する。

■高校生に対する消費者教育

- 府内の全ての高等学校等で成年年齢引下げに対応する消費者教育を実施 【新規】
 - ・ 国の 4 省庁関係局長連絡会議において決定された「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^{※8}」を踏まえて、京都府教育委員会や関係部局と連携し、府内の全ての高等学校等で、消費者庁作成教材「社会への扉」等を活用した成年年齢引下げに対応する消費者教育を実施する。
- 高等学校等における消費者教育の授業事例の紹介・普及【拡充】
 - ・ 京都府教育委員会と連携し、消費者教育推進校^{※10}において、成年年齢引下げへの対応も含めた消費者教育の授業事例を作成し、京都府版消費者教育教材として、府内高等学校に紹介・普及する。
- 教員に対する支援【新規】
 - ・ 教員を対象に、消費者庁作成教材「社会への扉」の活用方法等に関する研修会を開催する。また、京都府教育委員会が実施する教員研修で成年年齢引下げのテーマが積極的に取り上げられるように働きかける。
 - ・ 教員等に、最新の若年者等の消費者トラブルの事例やわかりやすい教材、人材等の情報を提供する。

■大学生に対する消費者教育

- 大学の新生オリエンテーション等を活用した啓発の集中実施【拡充】
 - ・ 新生オリエンテーションや就職ガイダンス等を活用し、若年者が被害者にも加害者にもならない啓発を実施する。
- 大学の学生ポータルサイト等を活用した情報発信【新規】
 - ・ 大学の学生ポータルサイトで若年者にありがちな最新のトラブル事例や相談先等を発信し、注意喚起を図るとともに、大学安全・安心推進協議会と連携して大学生等へ消費者被害防止に係る情報を提供する。
- 大学等への啓発コンテンツデータライブラリーの整備【新規】
 - ・ 学生が集まる機会に放映できる啓発動画や若年者にありがちな最新のトラブル事例等を反映した啓発コンテンツデータライブラリーを整備し、大学等が実施する消費者教育にデータを提供し支援する。

■若年者による啓発・消費者教育

- 若年者自身による機運醸成イベントの開催【新規】
 - ・ 成年年齢引下げを社会全体が自分事として考える土壌を作るため、大学生の消費者リーダー主導の啓発イベントを開催する。
- 大学生消費者リーダーの養成及び出前講座等の活動支援の充実【拡充】
 - ・ 大学生消費者リーダーを養成するとともに、児童館や小・中・高等学校、大学等において、出前講座等の啓発活動を支援する。

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

自宅から出ることが少ない高齢者等の消費者被害を防止するため、京都府警察、市町村、福祉関連団体、事業者等地域の多様な主体とネットワークづくりを進めながら、地域の見守り活動の強化を図るとともに、地域におけるきめ細かな啓発活動を実施する。

■地域における見守り活動の強化による被害の防止

- 市町村見守りネットワーク構築に向けた支援【継続】
 - ・ 市町村の福祉部局等において構築される見守りネットワークによる消費者被害防止の見守りを支援する。
- 京都府消費者安全確保地域協議会^{※9}(京都くらしの安心・安全ネットワーク^{※4})の活動支援【継続】
 - ・ 京都府内の消費者団体、福祉関係団体、事業者団体、行政関係機関等により構成する京都くらしの安心・安全ネットワーク^{※4}の構成団体による地域での連携した見守り活動を推進するとともに、積極的な情報共有、団体間の連携の促進による効果的な啓発活動を実施し、消費生活相談窓口との円滑な連携により被害の早期救済を図る。
- 事業者等と連携した見守り活動の実施【継続】
 - ・ 高齢者を訪問する団体・事業者、金融機関や病院等と連携して、地域における見守り活動を実施する。
- 市町村見守りネットワークの担い手養成による活動支援【新規】
 - ・ 福祉部局等と連携し、福祉・介護関係職員を対象に、消費者被害の早期異変察知、被害発見・把握、注意喚起・意識付け手法等の研修を実施し、市町村見守りネットワークに繋げる。
- 高齢者自身等による見守り活動の強化【継続】
 - ・ ご近所同士の啓発活動や、悪質業者等に注意を払う活動など、くらしの安心推進員^{※5}や高齢者自身による見守り活動の支援を強化する。
- 二次被害を防止するため被害経験者への架電による注意喚起【継続】
 - ・ 被害に遭った(遭いそうになった)高齢者を対象に、消費生活相談員が二次被害防止の架電を行い、注意喚起を図る。

■地域でのきめ細かな啓発活動等による消費者被害の未然防止

- 特殊詐欺や悪質な消費者被害に対する地域でのきめ細かな啓発活動の強化 **【拡充】**
 - ・ 高齢者等の消費者被害を防止するため、市町村、京都府警察、府民協働防犯ステーション^{※20}、関係機関、地域団体、くらしの安心推進員^{※5}との連携を強化して、自治会回覧板等市町村の広報媒体等を活用したきめ細かな啓発を行うとともに、高齢者等が参加する地域イベント等を活用した地域での啓発活動を積極的に展開する。
 - ・ 特殊詐欺被害を防止するため、民間事業者や防犯ボランティア、高齢者を取り巻く子や孫等の世代も巻き込んだ、京都府警察をはじめとする「オール京都」の重層的ネットワークに参画し、「特殊詐欺を発生させない」社会気運の醸成に資する広報啓発を実施する。
- くらしの安心推進員^{※5}の養成・活動支援 **【拡充】**
 - ・ くらしの安心推進員^{※5}の中から希望者を募り、地域で啓発活動に取り組む指定くらしの安心推進員（仮称）を養成し、市町村等と連携して啓発活動に取り組むことができるよう情報提供や支援をする。また、指定くらしの安心推進員（仮称）がよりアクティブに活動できるようモチベーションやスキルの向上を図る取組を実施する。
 - ・ 元気な高齢者や地域でボランティア活動をしている団体等に働きかけ、くらしの安心推進員^{※5}の担い手を新たに募る。
- 市町村等の啓発活動支援 **【拡充】**
 - ・ 市町村に消費者教育に係る様々な情報や、最新のトラブル事例等を反映した啓発コンテンツのデータ（二次加工が可能なもの）や、啓発活動や消費生活講座のノウハウ等を提供することにより市町村の取組を支援する。
- 留守番電話設定を活用した「シャットアウト作戦（仮称）」の実施 **【新規】**
 - ・ 府民に、在宅中であっても留守番電話設定にし、直接対応しないことで考慮時間を設け、特殊詐欺及び悪質商法に簡単に騙されないように呼びかける「シャットアウト作戦（仮称）」を市町村等と連携して実施する。

ウ ネット取引被害への対応

未成年から高齢者まで幅広い利用者のネット取引被害を防止するため、SNS等を活用した情報発信やホームページを活用した情報提供を行うとともに、京都府警察と連携し、アクティブラーニング教材^{*1}を活用した体験型の講座を実施する。

■ ネット取引被害の未然防止

- SNS等を活用した情報発信やホームページを活用した情報提供【拡充】
 - ・ ネットトラブルは、事前に手口を知っていれば防げることが多いことから、若者等がよく利用するスマホ等を通じて、SNS（Twitter、Facebook、Instagram、Line等）による拡散型の情報発信を充実するとともに、ホームページに、ネット取引被害等についてのFAQ（よくある御質問）等を掲載し、体系的な情報提供を充実する。
- アクティブラーニング教材^{*1}を活用した体験型の講座の実施【新規】
 - ・ ネット取引被害についての知識・関心を高めるため、京都府警察と連携し、ネット取引被害を疑似体験できる教材を活用し、若年者をはじめ幅広い年齢層を対象とした出前講座や授業等の機会を活用し、アクティブラーニングの手法を取り入れた講座を実施する。
- 保護者に対する消費者教育の推進【継続】
 - ・ 京都府教育委員会、京都府警察とも協力し、保護者に対する消費者教育を実施しネットトラブルや家庭におけるルール作りなどを働きかける。
- ネット取引対策チームの活用【継続】
 - ・ ネット取引対策チーム^{*17}で、インターネット取引に特有な事案等を取り上げ、分析し、対応方法等を市町村等に周知するとともに、未然防止・事業者指導等の施策に反映する。
- 大学生消費者リーダーによるトラブル防止講座の実施【継続】
 - ・ 児童・生徒に多いネットトラブルについて、大学生消費者リーダーが小学校や児童館で出前講座等の啓発活動を積極的に展開する。

(2) 迅速な問題解決と拡大防止

ア 消費者被害相談窓口の周知

被害にあったとき、直ちに相談できる窓口（電話番号）を被害者が知っていることが、迅速な問題解決と被害の拡大防止につながるため、覚えやすい3桁の電話相談番号「消費者ホットライン188（いやや）」を、市町村、関係機関、関連団体等と連携して周知する。

- 覚えやすい3桁の電話相談番号「消費者ホットライン188（いやや）」の周知【新規】
 - ・ 市町村、関係機関、関連団体等と連携し、府センターや最寄りの相談窓口の電話番号を周知するとともに、覚えやすい3桁の電話相談番号「消費者ホットライン188（いやや）」の周知を図る。
 - ・ 消費者月間（5月）、くらしの安心・安全推進月間（10月）に合わせた集中的な啓発、啓発イベント等における積極的な呼びかけや、消費者ホットライン188のイメージキャラクター イヤヤンの活用等、様々な手段で周知を図る。

イ 市町村の相談体制支援等

府内どこでも質の高い相談や救済が受けられ、京都府全体の消費者問題解決力の向上を図るため、市町村の消費生活センター等に対する支援を実施する。

■市町村消費生活センター等への支援

- 消費生活相談員研修、府相談員等による市町村相談員への助言、情報提供及び巡回訪問、弁護士相談による支援の実施【継続】
 - ・ 府消費生活相談員として必要な専門的知識や対応力を高めるため、研修を実施するとともに、府内どの地域においても質の高い相談が受けられるように、府の相談員による助言、最新情報の提供、巡回訪問を行うとともに、弁護士相談による支援を行う。
- 市町村へのきめ細かな情報提供の推進【継続】
 - ・ PIO-NET（全国消費者情報ネットワークシステム）^{※18}の情報をはじめ、市町村へのきめ細かな情報提供を一層推進する。
- 専門分野を持った機関との連携により迅速な相談【継続】
 - ・ 相談の内容に応じて、民間ADR^{※21}（裁判外紛争解決手続）機関や、日本司法支援センター（通称「法テラス」）、適格消費者団体^{※15}、特定適格消費者団体^{※16}等専門分野を持った機関との連携により迅速な相談業務を遂行する。

ウ 取引の適正化の推進

悪質な事業者の実態を把握し、京都府警察、他府県、市町村等と連携して、法律等に基づく厳正な事業者指導を実施するとともに、消費者の適切な商品選択の機会を確保するため、関係機関・事業者団体等との連携により適正表示の確保に努める。

■悪質商法を行う事業者情報の早期把握による徹底指導

- 悪質事業者の処分・指導【継続】
 - ・ 市町村消費生活センターや京都府警察と連携して、消費者被害が疑われる相談情報の迅速かつ的確な把握に努め、悪質な事業者に対し、改正特商法や条例に基づく処分及び指導を厳正に実施する。
- 不当取引等指導員（仮称）の明確化【新規】
 - ・ 事業者指導に携わる警察OB職員について、不当取引等指導員（仮称）という名称を付して、対外的にその位置付けを明確化し、消費者聴取や調査及び事業者指導の円滑化を図る。

■関係機関、事業者団体等との連携による適正表示の確保

- 適正表示の確保【継続】
 - ・ 食品表示法や健康増進法を始めとする他法令所管機関との連携を強化し、景品表示法違反が疑われる広告等の不当表示があれば、調査の上、指導を実施する。
- コンプライアンス講習の充実【継続】
 - ・ 事業者団体等のコンプライアンス講習に専門家の講師を派遣するなど、法令遵守のための取組を推進する。

(3) 消費者教育の推進

ア 消費者教育の機会拡大

成年年齢引下げなど消費者を取り巻く状況の変化に対応し、消費者被害を未然防止し、自主的かつ合理的に行動する消費者を育成するため、消費者の特性に配慮しながら消費者教育の機会拡大と体系的な教育を拡充する。

<高校>

- 府内の全ての高等学校等で、成年年齢引下げに対応する消費者教育を実施【新規】(再掲)
 - ・ 国の4省庁関係局長連絡会議において決定された、「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^{※8}」を踏まえて、京都府教育委員会や関係部局と連携し、府内の全ての高等学校等で、消費者庁作成教材「社会への扉」等を活用した成年年齢引下げに対応する消費者教育を実施する。
- 高等学校等における消費者教育の授業事例の紹介・普及【拡充】(再掲)
 - ・ 京都府教育委員会と連携し、消費者教育推進校^{※10}において、成年年齢引下げへの対応も含めた消費者教育の授業事例を作成し、京都府版消費者教育教材として、府内高等学校に紹介・普及する。

<大学>

- 大学の新生オリエンテーション等を活用した啓発の集中実施【拡充】(再掲)
 - ・ 新生オリエンテーションや就職ガイダンス等を活用し、若年者が被害者にも加害者にもならない啓発を実施する。
- 大学の学生ポータルサイト等を活用した情報発信【新規】(再掲)
 - ・ 大学の学生ポータルサイトで若年者にありがちな最新のトラブル事例や相談先等を発信し、注意喚起を図るとともに、大学安全・安心推進協議会と連携して大学生等へ消費者被害防止に係る情報を提供する。
- 大学等への啓発コンテンツデータライブラリーの整備【新規】(再掲)
 - ・ 学生が集まる機会に放映できる啓発動画や若年者にありがちな最新のトラブル事例等を反映した啓発コンテンツデータライブラリーを整備し、大学等が実施する消費者教育にデータを提供し支援する。

<成年>

- 保護者に対する消費者教育講座の実施【継続】(一部再掲)
 - ・ 京都府教育委員会、京都府警察とも協力し、ネットトラブルや家庭におけるルール作り、若年層に多いネットトラブルや成年年齢引き下げをテーマにした消費生活講座など保護者に対する消費者教育を実施する。
 - ・ 子どもの安全を守るため、製品安全や事故防止等をテーマとした講座の実施や情報提供を行う。
 - ・ 食べ物や資源の大切さ、約束を守ること等を教えるため、就学前の子どもと保護者が一緒に学ぶ出前講座等を児童館等において実施する。

- 従業員向け講座の実施【継続】
 - ・ 事業者、事業者団体の研修で消費者教育が取り上げられるように働きかけるとともに、コンプライアンスの確立も含めた就労者向けの消費生活講座を実施する。

＜その他＞

- アクティブラーニング教材^{*1}を活用した体験型の講座の実施【新規】（再掲）
 - ・ ネット取引被害についての知識・関心を高めるため、京都府警察と連携し、ネット取引被害を疑似体験できる教材を活用し、アクティブラーニングの手法を取り入れた講座を実施する。

イ 消費者教育の担い手の養成・支援等

学校や地域で活動する様々な消費者教育の担い手との連携を強化し、それらの活動がより活性化するよう支援する。

＜教員＞

- 教員に対する支援【新規】（再掲）
 - ・ 教員を対象に、消費者庁作成教材「社会への扉」の活用方法等に関する研修会を開催する。また、京都府教育委員会が実施する教員研修で成年年齢引き下げのテーマが積極的に取り上げられるように働きかける。
 - ・ 教員等に、最新の若年者等の消費者トラブルの事例やわかりやすい教材、人材等の情報を提供する。

＜大学生消費者リーダー＞

- 若年者自身による機運醸成イベントの開催【新規】（再掲）
 - ・ 成年年齢引き下げを社会全体が自分事として考える土壌を作るため、大学生の消費者リーダー主導の啓発イベントを開催する。
- 大学生消費者リーダーの養成及び出前講座等の活動支援の充実【拡充】（再掲）
 - ・ 大学生消費者リーダーを養成するとともに、児童館や小・中・高等学校、大学等において行う出前講座等の啓発活動を支援する。

＜くらしの安心推進員^{*5}＞

- くらしの安心推進員^{*5}の養成・活動支援【拡充】（再掲）
 - ・ くらしの安心推進員^{*5}の中から希望者を募り、地域で啓発活動に取り組む指定くらしの安心推進員（仮称）を養成し、市町村等と連携して啓発活動に取り組むことができるよう情報提供や支援をする。また、指定くらしの安心推進員（仮称）がよりアクティブに活動できるようモチベーションやスキルの向上を図る取組を実施する。
 - ・ 元気な高齢者や地域でボランティア活動をしている団体等に働きかけ、くらしの安心推進員^{*5}の担い手を新たに募る。

＜市町村＞

- 市町村等の啓発活動支援【拡充】（再掲）
 - ・ 市町村に消費者教育に係る様々な情報や、最新のトラブル事例等を反映した啓発コンテンツのデータ（二次加工が可能なもの）や、啓発活動や消費生活講座のノウハウ等を提供することにより市町村の取組を支援する。

＜消費者団体・事業者団体等＞

- 消費者団体・事業者団体等が進めている消費者教育の取組との連携・協働【継続】
 - ・ 消費者団体・事業者団体等が進めている消費者教育の取組との連携・協働を図るとともに、情報共有を進め、広く情報を発信する。

＜センター＞

- 消費者教育コーディネーター機能の強化【新規】
 - ・ 幅広い主体との連携・協働のもとで関係機関等をコーディネートし、啓発活動や消費者教育を推進する消費者教育コーディネーター機能を強化する。
- 消費生活分野の表彰制度の新設【新規】
 - ・ 消費者被害の未然防止や消費者教育の担い手としての活動等消費生活分野で貢献された方々に対する表彰制度を新設する。

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

公正で持続可能な社会を形成するためには、消費者の自覚や自発的な行動が大切であるため、持続可能な開発目標（SDGs）の観点も踏まえ地域の活性化や地球環境の保全につながるエシカル消費の普及等により消費者市民を育成する。

- 京都エシカル消費推進ネットワーク^{※3}を主体としたエシカル消費の普及【継続】
 - ・ 消費行動を通じた持続可能な社会づくりのための環境を醸成するため、京都エシカル消費推進ネットワーク^{※3}を主体とし、地域の伝統・文化に裏打ちされた地場産品やエコ商品等のいわゆるエシカル商品、地域経済の活性化や地域文化の伝承、環境への配慮、食品ロスの削減、社会貢献等につながるエシカル消費を、学校・大学や府民が多く集まるイベント等で紹介・普及するなど多様な啓発活動を展開する。
- 消費者と事業者の交流の場の提供【継続】
 - ・ 若年者を含む消費者と事業者、専門家、行政が、商品や販売方法について意見交換する場を提供する。
- 消費者市民育成の視点を取り入れた消費者教育の機会拡大及び担い手養成
 - ・ 消費者教育及び消費者教育の担い手養成等において、消費者が消費行動を通じて、公正かつ持続可能な社会に積極的に参画する視点を可能な限り取り入れる。
- 関係部局と連携した啓発活動の実施【継続】
 - ・ 食品ロスや食育、環境教育等について、関連部局と連携した啓発活動を実施し、消費者市民の育成を推進する。

6 進行管理等

○ 進行管理

計画における各種施策・事業については、毎年度実施状況及びその効果を確認・検証し、京都府消費生活審議会（以下「審議会」という。）に報告する。京都府は、審議会からの意見を尊重し、施策・事業に反映していく。

また、必要に応じて、審議会の意見を聞いた上で、計画の見直しを行う。

○ 府民への情報提供

計画については、府民への周知を図るとともに、進捗状況をホームページで公開する。

京都府安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画 用語集 (50 音順)

- ※1 アクティブラーニング教材 (P17, P21)

ネットトラブルの未然防止のため、受講者が実際に端末を操作する中でネットトラブルを疑似体験し、その巧妙で悪質な手口や被害の深刻さを正しく理解する「アクティブラーニング」を取り入れた啓発教材
- ※2 アニマルウェルフェア (P11)

家畜の劣悪な飼育環境の改善や残虐行為などの防止を目的として生まれた考え方のこと。家畜だけではなく、愛玩動物、展示動物(動物園等)、実験動物など、人間の飼育下におかれた全ての動物に対する福祉の基本として、動物に飢えや苦痛、不快感を与えないことや、十分に行動できるスペースを確保することなどが含まれる。
- ※3 京都エシカル消費推進ネットワーク (P12, P22)

オール京都で「エシカル消費」を普及していくため、平成 29 年に結成。消費者団体、事業者団体をはじめとする関係団体、行政関係機関等 36 団体(平成 31 年 1 月現在)で構成
- ※4 京都くらしの安心・安全ネットワーク (P11, P15)

広域化、複雑化、悪質化する消費者問題に迅速に対応し、消費者被害の未然防止、早期発見、早期救済を図るため、府が平成 18 年に設立。消費者団体・事業者団体・福祉団体等 56 団体(平成 31 年 1 月現在)で構成
- ※5 くらしの安心推進員 (P7, P11, P12, P15, P16, P21)

地域の消費生活リーダーとして、声かけを通じて、身近な人に消費生活情報を積極的に提供し、地域を見守るボランティア
- ※6 グリーン購入 (P11)

製品やサービスを購入する際に、環境を考慮して、必要性をよく考え、環境への負荷ができるだけ少ないものを選んで購入すること。環境配慮の方法としては、省エネ、省資源、廃棄物の削減や有害物質の不使用などが含まれる。
- ※7 詐欺的な手口 (P7, P9)

PIO-NET 分類「詐欺」「架空請求」「融資保証金詐欺」「還付金詐欺」の合計
- ※8 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 (P1, P14, P20)

民法の成年年齢引下げを見据え、実践的な消費者教育の実施を推進するため、消費者庁、文部科学省、法務省、金融庁が連携し、平成 30 年 2 月 20 日に決定
- ※9 消費者安全確保地域協議会 (P7, P15)

消費者安全法第 11 条の 3 に定める協議会。消費者安全の確保のための取組を効果的かつ円滑に行うため、地方公共団体及び地域の関係者が連携して構築する。
- ※10 消費者教育推進校 (P11, P14, P20)

京都府内において、意欲的に消費者教育に取り組む高等学校等を消費者教育推進校に指定して消費者教育のモデル授業例を作成し、府内学校へ普及することにより、京都府内高等学校等における消費者教育の機会の拡大を図る。
- ※11 消費者市民社会 (P5)

消費者一人一人が、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いを馳せて生活し、社会の発展と改善に積極的に参加する社会(「平成 25 年度消費者白書」コラムから)

※12 消費者団体訴訟制度 (P9)

内閣総理大臣が認定した消費者団体が、事業者の不当な行為の差止や、消費者に代わって被害の回復を行う制度

※13 消費者向け電子商取引 (P4)

企業と消費者の間において、インターネット技術を用いたコンピュータネットワークシステムを介しての商取引が行われ、かつ、その成約金額が捕捉される取引（電子商取引に関する市場調査の定義より）

※14 スローフード (P11)

食生活や食文化を根本から考えていこうとする活動のこと。伝統的な食材や料理方法を守ることや、質の良い食品やそれを提供する小生産者を守ること、消費者に味覚の教育を進めることなどが含まれる。

※15 適格消費者団体 (P9, P18)

事業者の不当な行為に対して差止請求ができる適格性を有する消費者団体として、内閣総理大臣の認定を受けた団体

※16 特定適格消費者団体 (P18)

被害回復裁判手続きができる適格性を有する消費者団体として内閣総理大臣の認定を受けた団体

※17 ネット取引対策チーム (P8, P17)

ネット上での消費者問題への対応案を検討するため、インターネット取引に詳しい IT 専門家と弁護士等で構成

※18 PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム） (P18)

国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費者から消費生活センターに寄せられる消費生活に関する苦情相談情報（消費生活相談情報）の収集を行っているシステム

※19 フェアトレード (P11)

開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易のしくみのこと。労働者に適正な賃金が支払われることや、労働環境の改善、自然環境への配慮、地域の社会・福祉への貢献、子どもの権利の保護及び児童労働の撤廃などが含まれる。

※20 府民協働防犯ステーション (P16)

交番・駐在所等を核に、自治会、子ども見守り隊、防犯推進委員などの地域の様々な団体が参画する防犯ネットワーク

※21 民間ADR (P18)

民事上の紛争を、公正中立な第三者として、当事者双方の言い分を聴きながら、専門家としての知見を生かして、柔軟な和解解決を図る民間機関で、法務大臣が認証している機関