

文化生活・教育常任委員会 議事次第

令和7年3月13日（木）
午後1時30分～
於：第4委員会室

1 開 会

2 報告事項

3 付託議案（討論・採決）

4 付託請願

5 所管事項（教育委員会）

6 閉 会

令和 7 年 2 月府議会定例会
文化・生活・教育常任委員会
報 告 事 項
(3 月 13 日)

(文化・生活部)

- 文化が活きる京都の推進に関する条例に基づく基本的な指針の策定について
- 「第 3 期関西観光・文化振興計画」最終案について
- 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について
- 府内一般公衆浴場の入浴料金統制額の改定について

— 令和 7 年 2 月京都府議会定例会 —

文化生活・教育常任委員会報告事項

— 文 化 生 活 部 —

- 1 文化が活きる京都の推進に関する条例に基づく基本的な指針の策定について

…別紙 1

- 2 「第 3 期関西観光・文化振興計画」最終案について

…別紙 2

- 3 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について

…別紙 3

- 4 府内一般公衆浴場の入浴料金統制額の改定について

…別紙 4

文化が活きる京都の推進に関する条例に基づく 基本的な指針の策定について

令和 7 年 3 月
文化 生活 部

基本指針の策定に当たり、これまで審議会委員及び、社会のあらゆる分野で活躍される方々等 30 名以上の有識者にヒアリングを行い、次のとおり、基本的な指針(中間案)を作成した。

今後、4 月にかけてパブリックコメントを行い、策定に向けて検討を更に進めていく。

1 めざす姿

- ①人と人との絆が大切にされ受け継がれた文化が将来にわたり継承される京都
- ②匠の技と進取の気質で革新を起こし、新たな価値が創造される京都
- ③文化が暮らしの基盤となり、豊かな人間性が育まれる京都
- ④京都の文化の力を活かし、府内各地で活力が生み出される京都

2 京都の文化の基軸（京都の強み）

めざす姿の実現に向けて、培われてきた先人の思想や技などの京都の強みを活かす。

- ・「縁」を重んじる文化 —— 縁を交わす（国内外からの誘客や新たな関係の創出）
縁を紡ぐ（連携・交流の促進）
縁を深める（人と人、モノとモノとの関係強化）
- ・「技」を極め、生み出す文化 — 技を掛け合わせる（新価値の創造）
技を極める（技術の修練）
技を魅せる（新技術の披露・発信）
- ・「心」を育み、つなぐ文化 — 心を育む（文化に込められた心根の継承・教育）
心を動かす（文化を活かした社会参加の促進）
心を癒す（文化を活かしたウェルビーイング）
- ・「個」性ある地域文化 —— 個を探す（地域文化の掘り起こし）
個を磨く（地域文化の磨き上げ）
個を誇る（地域文化の活用）

3 推進体制

- ・関係部局による庁内プラットフォームを組織し、現状や課題の共有等庁内連携を強め施策を推進
- ・「京都文化デザインハブ」（仮称）を組織し、府とプロジェクトに適した文化人材が共創し、より効果的に施策を推進

4 プロジェクト

文化が活きる京都の推進を総合的かつ効果的に実施するに当たり、めざす姿ごとに施策を展開

5 数値目標

文化に関わった府民の割合や文化を身近に感じる府民の割合など、府民意識調査等による目標を設定予定

文化が活きる京都の推進に関する条例に基づく

基本的な指針

(中間案)

令和7年3月

京 都 府

目次

1	策定の趣旨	2
2	指針の位置付け	2
3	文化を取り巻く状況	2
4	課題	3
5	めざす姿	4
6	京都の文化の基軸（京都の強み）	4
7	推進体制	7
8	プロジェクト	7
9	数値目標	9

1 策定の趣旨

令和5年3月、明治以来初となる国の省庁移転として、文化庁が京都に移転しました。文化庁移転の意義は、東京一極集中の是正だけではなく、日本各地の多様な文化の掘り起こしや磨き上げを行うなど、国と地方が連携した新たな文化政策を総合的に推進することであり、日本の文化政策の新たな潮流を生み出し、地方創生につなげることをめざすものです。

折しも、新しい技術が生まれ、近未来の暮らしを感じられる万国博覧会が関西で開催される本年、京都府は、文化庁や京都市をはじめとする市町村、文化・経済団体等の関係団体とともに、京都から新たな文化政策の潮流を生み出し、京都はもとより日本の発展に寄与するべく、文化を活用した地方創生の芽をここ京都で育てたいと考えます。

その具体的な施策の基本的な指針として、文化が活きる京都の推進に関する条例（令和6年京都府条例第31号）に基づく基本的な指針（以下、「本指針」という。）を策定します。

2 指針の位置付け

本指針は、文化芸術基本法（平成13年法律第148号）第7条の2第1項の規定による文化芸術の推進に関する事項のほか、歴史・風土の中で培われた生活様式や技術、価値観、言葉等の京都各地の独自の文化に関する事項に係る施策の指針として定めます。

また、文化を取り巻く状況が大きく変化した場合は、必要に応じ本指針を見直します。

3 文化を取り巻く状況

(1) 文化庁の京都移転の実現

文化庁の京都移転を機に、アート市場の拡大や文化財の活用等による文化と経済の好循環の創出や、祭りや食文化などの暮らしに息づく文化の振興、博物館などミュージアムの機能強化や地域との連携強化等、新たな文化政策の展開が期待されています。

(2) 大阪・関西万博等の世界的イベントの開催

2025年日本国際博覧会（略称「大阪・関西万博」）の開催や2027年ワールド・マスターズ・ゲームズ関西の開催を、府内各地の活性化や経済成長につなげる絶好の機会と捉え、最大の効果が得られるよう京都の文化を世界に発信するとともに、京都を訪れる多くの観光客を府内各地に誘客することが期待されています。

(3) 情報通信技術の急速な進展

5G通信環境の普及による超高速大容量通信が可能になるとともに、NFTや生成AI技術の普及など、情報通信技術は急速に進化しており、最新の技術を活用した新たな文化の創造や、文化財や職人の技術の記録保存などへの活用が期待されています。

(4) 過疎化、高齢化の進行等により地域で文化芸術活動を担う人材が減少

南北に広がる京都には、各地の異なる気候風土に育まれた魅力的な祭りや食、芸能などの地域文化が育まれています。しかし、こうした地域文化の担い手は、過疎化や高齢化の進行により減少傾向にあり、地域文化の継承に向けた継続的な取組が期待されています。

(5) 世界規模の感染症の拡大

令和元年度に発生した新型コロナウイルス感染症の拡大により、世界規模で人流が抑制されたことから、文化芸術活動は大きく低迷しました。その一方で、オンライン配信などは感染拡大が収束した後も利用され続けるなど、新たな文化芸術の鑑賞の形が生まれており、今後はこうした技術も活用し、より多くの府民が気軽に文化に親しめる機会の創出が期待されています。

4 課題

(1) 京都への誇りと愛着の醸成

先人から受け継いできた京都の文化を将来に継承していくためには、京都の文化の魅力に触れ、誇りと愛着を持つことが必要であり、京都の文化の魅力に触れる機会や伝統を守り伝える施策が求められています。

(2) 京都経済の持続的な成長

持続的な経済成長を実現するためには、イノベーションを生む土壌を整え、生産性を持続的に上昇させることが必要であり、伝統と革新を繰り返してきた京都の進取の気質を活かした、新たな価値を創造する施策が求められています。

(3) 豊かな人間性の涵養

府民が心豊かに暮らせるあたたかな京都を実現するためには、人と社会とのつながりを築き、社会全体で人を見守り育てることが必要であり、文化に親しむことで育まれる豊かな人間性や、地域のお祭りなどを通して形成されるコミュニティなど、文化が暮らしの基盤として身近に感じられる社会の実現に向けた施策が求められています。

(4) 地域の強みや魅力を活かした活性化

人口減少により地域の過疎化が一層進み、コミュニティの形成や地域文化の継承が危ぶまれる中、都市部からの移住・定住の促進や、地域と多様な関わりを持つ関係人口、観光客などの交流人口を増やすために、地域の強みや魅力を活かして、活力ある地域づくりを推進する施策が求められています。

5 めざす姿

次のとおり、文化施策の振興による京都のめざす姿を定め、全ての府民が大切に受け継いできた京都の文化を将来にわたり継承し、育むとともに、文化に親しみ、学び、新たな文化の価値創造につながる施策に取り組むことで、文化の力で地域の活性化や産業振興・経済成長が持続的に図られ、誰もが心豊かに暮らせるあたたかな京都を実現するとともに、文化で世界に貢献していく京都をめざします。

- ①人と人との絆が大切にされ受け継がれた文化が将来にわたり継承される京都
- ②匠の技と進取の気質で革新を起こし、新たな価値が持続的に創造される京都
- ③文化が暮らしの基盤となり、豊かな人間性が育まれる京都
- ④京都の文化の力を活かし、府内各地で活力が生み出される京都

6 京都の文化の基軸（京都の強み）

めざす姿の実現に向けては、国内外の多くの人々を惹きつけている京都の文化を生み出す中で、培われ受け継がれてきた先人の思想や技などの京都の強みを活かしていくことが必要です。

(1) 「縁」を重んじる文化

京都は、古くから日本の中心を担っていたことで、国内外の多くの人々と交流しながら、自然との関わりの中で生業を営んできました。そこで様々な縁が育まれ、その上に暮らしが成り立っていました。また、政治の舞台となった京都では、繁栄の一方で戦火や明治維新等により何度も経済が衰退しましたが、その度に復興し、人々の縁はより強く結ばれました。

こうした歴史背景を持つ京都では、祇園祭など様々な年中行事の継承や番組小学校の創設など、京都の都市機能を支えてきた町衆の文化や、都があったことから全国から様々な特産物が集まるとともに、調理法や接待にも創意工夫がもたらされた食の文化、四季折々の自然環境や気候風土など、土地との関わりの中で培われた行事や風習などの暮らしの文化など、縁を重んじる文化が息づいています。

縁を交わす（国内外からの誘客や新たな関係の創出）

文化資源を活かした観光施策や、移住・定住促進、地域と多様な関わりを持つ企業や個人等の関係人口の創出、国内外との交流、海外販路開拓などを図るため、新たな関係を生み出す施策を推進します。

縁を紡ぐ（連携・交流の促進）

多様な主体の連携・交流の促進や府民が気軽に文化を体験できる機会の創出など、糸を紡ぐと強く長くなるよう、長く続く関係を生み出す施策を推進します。

縁を深める（人と人、モノとモノの関係強化）

職人同士や供給元と需要先など、既に関係がある人と人やモノとモノとの関わりを強める施策を推進します。

(2) 「技」を極め、生み出す文化

京都には朝廷・公家、各宗派の総本山、茶道や華道などの家元が存在したことから、全国から腕利きの職人が集まり、絵画や染織物、工芸品など最高級の物が作られてきました。

伝統に裏付けされた高い技術力をもつ手工業者が、工程ごとに分業するというスタイルで京都の諸産業を担ってきましたが、近年では京都大学の iPS 細胞研究やけいはんな学研都市の脳科学研究など、世界をリードする技術研究開発も進んでおり、技を極め、生み出す文化が息づいています。

技を掛け合わせる（新価値の創造）

多様な主体の共創による新たな価値の創造やイノベーションにより、新たな価値を創造する施策を推進します。

技を極める（技術の修練）

若手の作品展示会や技術習得に打ち込める環境づくりなど、アーティストや職人が自らの技術を高める施策を推進します。

技を魅せる（新技術の披露・発信）

染織物を活かす服飾のコンテストや先端技術を活用した新たな演出を加えた伝統芸能のステージなど、技術を活かす施策を推進します。

(3) 「心」を育み、つなぐ文化

京都では、古くから多くの社寺が建立され、様々な教えや信仰が育まれました。また、茶道、華道といった「道」を極める文化により、心の鍛錬や精神の豊かさを追求する土壌が形成されてきました。

現代においても学生のまちとして知られるほか、和食文化学やマンガ、幸福感、赤ちゃん学など特徴ある学術研究も行われるなど、よりよい社会の実現に貢献し続けており、心を育み、つなぐ文化が息づいています。

心を育む（文化に込められた心根の継承・教育）

茶道のおもてなしの心や、華道の自然を敬う心など、文化に込められた精神性を伝え育む施策を推進します。

心を動かす（文化を活かした社会参加の促進）

祭りへの参加や音楽、演劇などの舞台への出演など府民が文化活動に参加しやすい機会づくりや、文化活動を通して人と社会との関りをつくる施策を推進します。

心を癒す（文化を活かしたウェルビーイング）

博物館鑑賞や社寺拝観などの文化に親しむ機会を通して、心身面のケアにつなげる施策を推進します。

(4) 「個」性ある地域文化

京都市を含む府内各地には、地域の歴史風土、生業等に育まれた魅力ある固有の文化が受け継がれるとともに、新たな文化が創造されており、地域と共生した個性ある文化が府内各地の魅力となっています。

個を探す（地域文化の掘り起こし）

文化の価値の再認識につながる取組やそのプロデュースなど、府内各地における知られていない文化やその価値を掘り起こす施策を推進します。

個を磨く（地域文化の磨き上げ）

掘り起こした文化などを観光資源やまちづくりの資源などとして活用するための体制づくりや体験機会の創出など、府内各地における活用に向けて文化を磨き上げる施策を推進します。

個を誇る（地域文化の活用）

磨き上げた文化を活かした観光や土産物、ご当地メニューの商品化など、府内各地における文化の価値や魅力を活かし、地域の活性化につなげる施策を推進します。

7 推進体制

文化が活きる京都の実現を推進するため、関係部局による庁内プラットフォームを組織し、現状や課題の共有等庁内連携を強め施策を推進します。

合わせて、アーティストやデザイナー、プロデューサー等による「京都文化デザインハブ」（仮称）を組織し、府とプロジェクトに適した文化人材が共創することで、より効果的に施策を推進します。

8 プロジェクト

文化が活きる京都の推進を総合的かつ効果的に実施するに当たり、4つのめざす姿ごとに施策を展開し、文化の力で地域の活性化や産業振興・経済成長が持続的に図られ、誰もが心豊かに暮らせるあたたかな京都を実現するとともに、文化で世界に貢献していく京都をめざします。

①人と人との絆が大切にされ受け継がれた文化が将来にわたり継承される京都

先人から受け継いできた様々な物や知恵、営み、風土などは、自他を尊重し、自然を畏敬し、物事を大切に作る心を育み、私たちの活動の基盤として暮らしの中や営みに息づくとともに、世界の人々が憧れる京都の魅力ともなっています。

そこで、京都の文化に誇りと愛着を持ち、将来にわたり継承される京都をめざすため、歴史的建造物や能・狂言、茶道、華道などの伝統文化、京料理等の食文化など、受け継がれてきた文化を次世代に継承する施策をプロジェクト化し推進します。

②匠の技と進取の気質で革新を起こし、新たな価値が持続的に創造される京都

京都では、古くから国内外との多様な交流により、新しい技術等を受容し自らの文化を更に発展させることを繰り返してきました。その中で育まれた京都の匠の技と進取の気質は、大学等の研究機関や、ベンチャーから世界で活躍する企業を生み出すとともに、現代日本の文化的経済的な基盤を担う源泉となっています。

そこで、今後もこうした役割を果たすべく、多様な文化交流や、伝統と先端技術との融合等により、新たな価値が創造される京都をめざすため、アート市場の拡大や漫画、アニ

メ、ゲームなどのメディア文化の振興、異分野交流による新たな文化の創造など、これからの時代に求められる新たな価値を創造する施策をプロジェクト化し推進します。

③文化が暮らしの基盤となり、豊かな人間性が育まれる京都

文化には、鑑賞や体験などを通して感性や創造性など豊かな人間性を育むとともに、地域の祭りや行事などへの参加を通してコミュニティが形成されるなど、人の成長や社会生活を支える役割があります。

そこで、私たちは、文化が暮らしの基盤となり、豊かな人間性が育まれる京都をめざすため、文化活動によるコミュニティの形成や社会参加の促進、文化体験による健康増進など、文化を活かしたウェルビーイングの向上につなげる施策をプロジェクト化し推進します。

④京都の文化の力を活かし、府内各地で活力が生み出される京都

府内各地に受け継がれてきた多様で個性があふれる地域文化は、府内各地のふるさとの魅力を創り出しており、総じて京都の文化の力として国内外の人々を惹きつける強みともなっています。

そこで、私たちは、地域の企業や商工団体、教育機関、文化・社会教育団体、NP0等多様な主体が有機的に連携することで地域の絆を深め、地域の文化を掘り起こし磨き上げることにより、地域の活力を生み出す京都をめざすため、地域文化の拠点としてのミュージアムのネットワークの拡大や更なる機能強化、地域に根差した文化活動の促進など、地域文化を活かした地域の活性化につなげる施策をプロジェクト化し推進します。

<府内各地の個性ある文化>

- 丹後地域では、古くから海洋交通による大陸との交流が活発に行われ、舟屋や海の幸、海にまつわる祭りや行事、伝説などが伝わっています。
- 中丹地域では、丹波山地と日本海に囲まれ、豊かな自然を背景に山岳寺院や祭礼、芸能、鬼退治伝説など特色ある文化が伝わっています。
- 南丹地域では、豊かな自然からもたらされる山の幸や畜産など京の台所を支える食文化や建材を供給する林業など森の文化が伝わっています。
- 山城地域では、奈良時代の平城京と平安時代の平安京の両文化の影響を受けながら発展し、多くの社寺や街道とともに宇治茶や祭りなど暮らしに息づく豊かな文化が伝わっています。

9 数値目標

文化に関わった府民の割合や文化を身近に感じる府民の割合など、府民意識調査等による目標設定を予定しています。

「第 3 期関西観光・文化振興計画」最終案について

令和 7 年 3 月
文化 生 活 部
商工労働観光部

1 計画策定の趣旨

「第 2 期関西観光・文化振興計画」（計画期間：令和 4 年度～令和 8 年度）は、コロナ禍中に策定したものであり、社会・経済情勢の変化に起因する新たな課題が生じた場合は、計画期間中であっても見直しを行うこととしていた。今年度、コロナ禍からの回復や、観光・文化を取り巻く環境の変化を踏まえ、計画の終期を待たずに新しく第 3 期計画を策定する。

2 計画の期間

令和 7 年 4 月から令和 12 年 3 月まで（5 年間）

3 計画のポイント

- （1）将来像を、「文化と観光で織りなす『創造の関西』」に設定
- （2）将来像実現のための戦略を以下のとおり設定
 - 戦略 1 文化資源等を活用した関西の魅力づくり
 - 戦略 2 広域周遊観光の更なる推進
 - 戦略 3 文化と経済の好循環及び国際発信の推進
 - 戦略 4 持続可能な観光・文化振興のための推進体制等の強化

4 「関西観光・文化振興計画」検討委員会委員（敬称略・五十音順）

大浦 由美	関西広域連合広域計画等推進委員会委員 和歌山大学観光学部長
岡部 ジェム	関西エアポート株式会社 マーケティング部部長
川森 博司	神戸女子大学文学部教授
北村 豪	公益社団法人関西経済連合会都市・観光・文化委員会副委員長 株式会社 JTB 執行役員 ツーリズム事業本部西日本エリア広域代表 大阪 IR 推進担当、大阪・関西万博推進担当
木ノ下 智恵子	大阪大学 21 世紀懐徳堂准教授 アートプロデューサー
坂上 英彦	関西広域連合広域計画等推進委員会委員 嵯峨美術大学名誉教授他
東井 芳隆	一般財団法人関西観光本部専務理事
橋爪 紳也 （副座長）	大阪府特別顧問、大阪市特別顧問 大阪公立大学研究推進機構特別教授、観光産業戦略研究所所長 京阪ホールディングス株式会社社外取締役
藤野 一夫 （座長）	芸術文化観光専門職大学副学長 神戸大学名誉教授
横井 理夫	文化庁文化戦略官兼政策課長

5 添付資料

別添 1：「第 3 期関西観光・文化振興計画」概要

別添 2：「第 3 期関西観光・文化振興計画」本編

「第3期関西観光・文化振興計画」の概要

I 計画策定の趣旨と期間

令和4（2022）年に策定した「第2期関西観光・文化振興計画」は、コロナ禍において観光・文化が深刻な影響を受けている中で策定したものであるため、社会・経済情勢の変化に起因する新たな課題が生じた場合は、計画期間中であっても見直しを行うこととしていた。

観光・文化分野ともコロナ禍の影響から急速に回復する一方で、外国人旅行者の一部地域への集中といった新たな課題や文化を取り巻く環境の変化が生じていることから、計画の終期を待たずに新しく計画を策定することとした。

当該計画は、令和7（2025）年の「2025年日本国際博覧会」（以下、「大阪・関西万博」という。）の開催を一過性のものとせず、新たなステージに向けた成長の好機と捉え、観光と文化が互いをさらに高め合い、関西が一丸となって取り組む観光振興及び文化振興の戦略を示すものである。

なお、計画期間は、令和7（2025）年4月から令和12（2030）年3月までの5年間とする。

II 関西の観光・文化を取り巻く現状と課題

1 現状とこれまでの主な取組

観光・文化を取り巻く現状

- ・ コロナ禍収束後の訪日客数の急回復
- ・ 文化資源の集積と多様化
- ・ 文化庁の関西移転等を契機とした新たな文化行政の展開
- ・ 関西の交通インフラの充実
- ・ DX推進に関する取組
- ・ 大阪・関西万博に向けての取組

これまでの主な取組

- ・ 広域観光の推進
- ・ 戦略的なプロモーションの展開
- ・ 外国人旅行者等の受入拡大のための観光基盤の整備
- ・ 関西文化の振興と国内外への魅力発信及び連携交流による関西文化の向上
- ・ 関西文化の次世代継承
- ・ 情報発信・連携交流支援・人づくりを支えるプラットフォームの活用
- ・ 産学官連携による関西文化の創造
- ・ 大阪・関西万博に向けた取組

2 主な課題

- （1）外国人旅行者の広域への分散化
- （2）増加する外国人旅行者への受入環境の整備
- （3）文化の次世代への保存・継承と発展
- （4）関西の文化芸術の国際発信力の強化

III 観光・文化振興における関西の将来像

文化と観光で織りなす『創造の関西』

- 持続可能な観光が実現する関西
- 新たな文化やビジネスモデルが創出され続ける関西

IV 将来像実現のための戦略

■戦略1 文化資源等を活用した関西の魅力づくり

関西で育まれてきた多様な有形・無形の文化資源や、豊かな自然、地域に根差した産業などを活かし、関西各地の魅力づくりを進め、観光面での活用を促進する。また、文化芸術の担い手育成や様々な人々の文化芸術活動への参画の促進等にも取り組み、より一層の関西の活性化につなげる。

- | | |
|---------------------------|-------------------|
| (1) 多様な文化資源の振興 | (2) 文化観光や産業観光等の推進 |
| (3) 文化芸術の担い手育成や様々な人々の参画促進 | |

■戦略2 広域周遊観光の更なる推進

関西各地の魅力あふれる観光コンテンツをテーマやストーリーで結んだ広域周遊観光を推進するとともに、周遊を促す環境の整備に取り組む。

- | | |
|----------------------------|-------------|
| (1) 関西の多様な魅力を活かした広域周遊観光の推進 | (2) 受入環境の整備 |
| (3) 大阪・関西万博を契機とした国際交流の深化 | |
| (4) 災害時等の安心安全の確保に向けた取組の推進 | |

■戦略3 文化と経済の好循環及び国際発信の推進

関西がアーティストやクリエイターなど様々な人々にとって魅力的で人材が集積する地域となるため、関西の文化芸術発信の拠点化、文化芸術を活用した新しいビジネスモデルや国際発信の推進などに取り組む。

- | | |
|----------------------|------------------------|
| (1) 関西圏の文化芸術の一大発信拠点化 | (2) 文化芸術を活かした新たなビジネス創出 |
|----------------------|------------------------|

■戦略4 持続可能な観光・文化振興のための推進体制等の強化

持続可能な観光・文化振興の実現に向け、地域と調和した受入環境の整備を図るとともに、推進体制を強化し、関係団体との連携を深める。

- | | |
|--------------------------|--------------------------------|
| (1) 地域と調和した観光の実現のための環境整備 | (2) 観光・文化を担う人材の育成 |
| (3) 観光・文化振興のための連携強化 | (4) 大阪・関西万博に向けて進めてきた取組や情報発信の継続 |

V 計画の目標

1 観光分野の目標

◆関西全体でプラスワンナイトを目指す。

項 目	2023 年	2029 年 (目標)
関西での外国人平均泊数	5.5 泊	6.5 泊

※近畿運輸局管内の平均泊数 (出展：訪日外国人消費動向調査 (観光庁調査))

◆関西全体で1人当たり消費単価の3割アップを目指す。

項 目	2023 年	2029 年 (目標)
関西での外国人旅行消費単価	120,594 円	156,772 円

※近畿運輸局管内の旅行消費単価 (出展：訪日外国人消費動向調査 (観光庁調査))

2 文化分野の目標

◆関西の文化芸術に親しむ機会の拡大を目指す。

項 目	2024 年	2029 年 (目標)
ミュージアムぐるっとパス関西	44 館	300 館

※「ミュージアムぐるっとパス関西」は、関西の対象施設 (博物館等) の展覧会に有効期間内であれば無料または割引料金で入場できるチケット (入場証)

※令和6 (2024) 年4月から電子チケットを紙チケットと併用して発行

◆関西在住者の文化芸術に係る幸福感の向上を目指す。

項 目	2024 年	2029 年 (目標)
地域幸福度 (文化・芸術)	47.1	55.0

※地域幸福度 (Well-Being) 指標とは、地域の「暮らしやすさ」と住民の「幸福感」を共通の指標で数値化・可視化したもの (偏差値)

※文化・芸術因子の「暮らしている地域は、文化・芸術・芸能が盛んで誇らしい」「将来生まれてくる世代のために、良い環境や文化を残したい」カテゴリーを抽出

(出典：地域幸福度 Well-Being 指標 (デジタル庁調査))

第 3 期関西観光・文化振興計画
【計画期間：令和 7 年度～令和 1 1 年度】

令和 7（2025）年 3 月

関 西 広 域 連 合

広域観光・文化・スポーツ振興局

目 次

I 計画策定の趣旨と期間

- 1 計画策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2 計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1

II 関西の観光・文化を取り巻く現状と課題

- 1 現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 2 主な課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8

III 観光・文化振興における関西の将来像

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9

IV 将来像実現のための戦略

- 戦略1 文化資源等を活用した関西の魅力づくり・・・・・・・・・・ 9
- 戦略2 広域周遊観光の更なる推進・・・・・・・・・・ 12
- 戦略3 文化と経済の好循環及び国際発信の推進・・・・・・・・・・ 14
- 戦略4 持続可能な観光・文化振興のための推進体制等の強化・・・・・・・・・・ 15

V 計画の目標

・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 19

（参考）文章中に（※）が付されているものは、20ページに用語説明

I 計画策定の趣旨と期間

1 計画策定の趣旨

関西広域連合では、「関西観光・文化振興計画」を策定し、観光・文化振興の戦略的な取組の方向性を示すとともに、計画に沿って着実な取組の実現を図っている。

令和4（2022）年に策定した「第2期関西観光・文化振興計画」は、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大の中、観光需要が激減するとともに、人が集まるような公演やイベントの中止・延期で文化芸術分野における発表や鑑賞の機会が失われるなど、観光・文化の分野において深刻な影響を受けている中で策定したものである。そのため、この計画は、令和4（2022）年4月から令和9（2027）年3月までの5年間を計画期間としつつも、インバウンド観光の回復時期が見通せなかったことや、コロナ禍での人々の価値観の変化、新しい生活様式の浸透なども踏まえ、社会・経済情勢の変化に起因する新たな課題等が生じた場合は、計画期間中であっても見直しを行うこととしていた。

観光においては、令和4（2022）年6月に外国人旅行者の受入れが再開され、同年10月には入国者数の上限撤廃、個人旅行の解禁、ビザなし渡航の解禁など水際措置が大幅に緩和されたことにより、訪日外客数が大きく増加し、令和6（2024）年には3,687万人と過去最高を記録するなど、急激な回復を遂げている。

また、文化においては、令和5（2023）年1月、公演やイベントの観客収容制限が撤廃されたことに加え、同年3月には文化庁の関西移転が実現し、同年7月には官民一体となった文化芸術の取組について、文化庁、関西広域連合、（公社）関西経済連合会、文化庁連携プラットフォーム（※01）による共同宣言「文化の力で関西・日本を元気に」を発表するなど、関西は日本の文化の中心としての地位を着実に高めている。

このように観光、文化分野ともコロナ禍の影響から急速に回復する一方で、外国人旅行者の一部地域への集中といった新たな課題が生じていることから、計画の終期を待たずに新しく計画を策定するものである。

関西広域連合では、令和7（2025）年の「2025年日本国際博覧会」（以下、「大阪・関西万博」という。）の開催を一過性のものとせず、新たなステージに向けた成長の好機と捉え、関西が一丸となって取り組む観光振興及び文化振興の戦略を示すため、「第3期関西観光・文化振興計画」を策定する。

2 計画の期間

計画期間は、令和7（2025）年4月から令和12（2030）年3月までの5年間とする。

但し、計画期間中であっても、観光・文化を取り巻く環境が大きく変化した場合は、必要に応じて追記・修正を行うものとする。

Ⅱ 関西の観光・文化を取り巻く現状と課題

1 現状

(1) 訪日旅行の状況

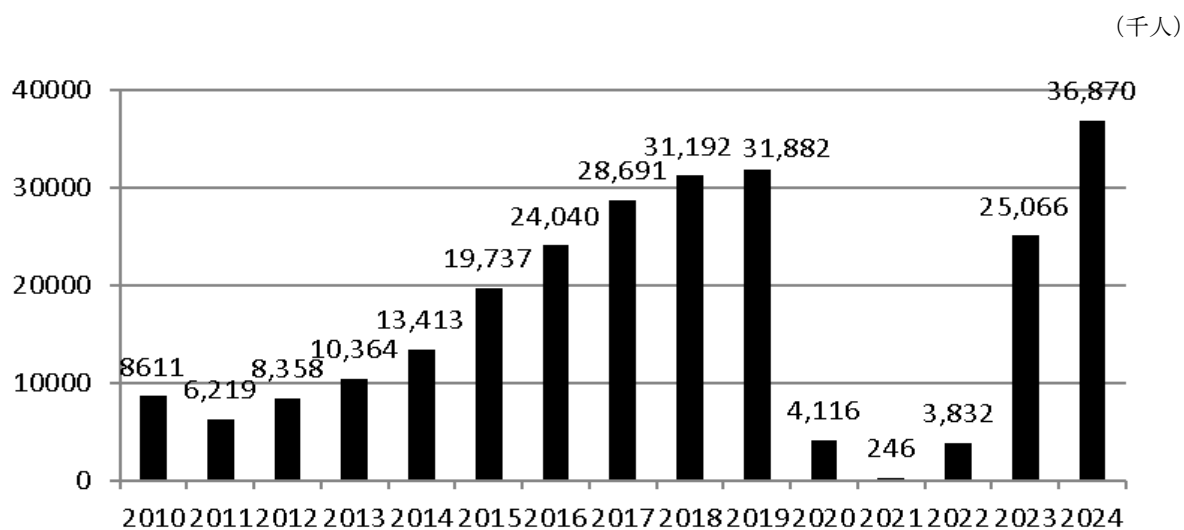
訪日旅行の状況について見ると、海外からの観光客は、令和元（2019）年までは、ビザの戦略的緩和等をはじめとするインバウンド施策により、7年連続で過去最高を更新するなど順調に増加していたが、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行に伴い、令和2（2020）年2月以降、大きく減少した。

コロナ禍が落ち着く中で、令和4（2022）年6月に外国人旅行者の受け入れが再開され、同年10月に水際措置が大幅に緩和されたことにより、訪日外客数は大きく増加。令和5（2023）年には2,507万人となり、コロナ禍前の令和元（2019）年と比べ8割程度に回復し、令和6（2024）年には3,687万人と過去最高を記録した。

関西における外国人延べ宿泊者数は、令和5（2023）年には3,325万人となり、コロナ禍前の令和元（2019）年とほぼ同水準まで回復した。

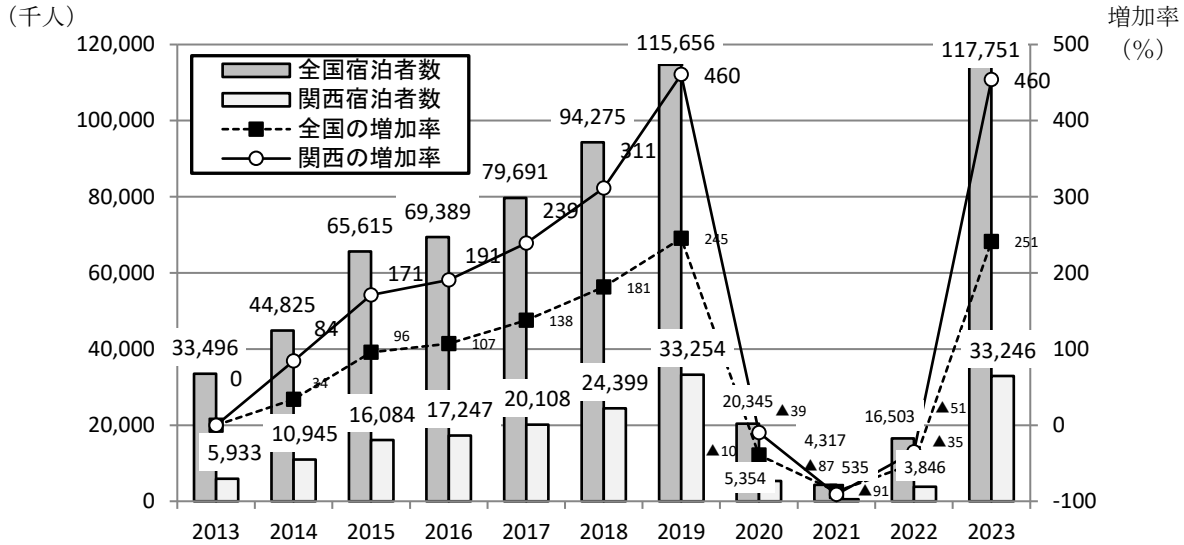
また、関西への訪問率は、関東 55.4%に次いで高い 43.2%となっている。

① 訪日外客数の推移



(出典：訪日外客統計（（独法）国際観光振興機構（以下、「日本政府観光局」という。）調査）)

② 全国及び関西における外国人延べ宿泊者数の推移

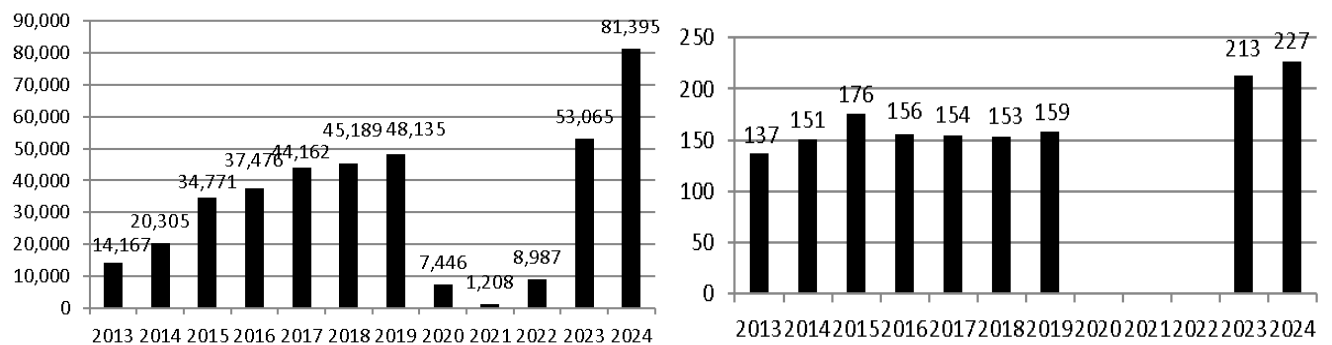


(出典： 宿泊旅行統計調査 (観光庁調査))

※関西：滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、鳥取県、徳島県

※増加率は、平成 25 (2013) 年を基準年とした場合の各年における延べ宿泊者数の指数

③ 訪日外国人旅行消費額の推移

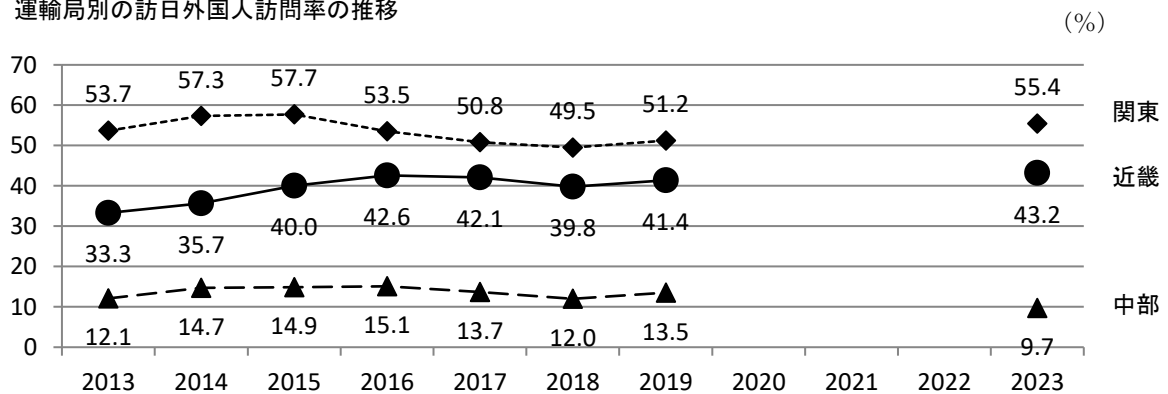


訪日外国人旅行消費額の推移 (億円)

訪日外国人旅行消費単価の推移 (千円)

(出典： 訪日外国人消費動向調査 (観光庁調査))

④ 運輸局別の訪日外国人訪問率の推移



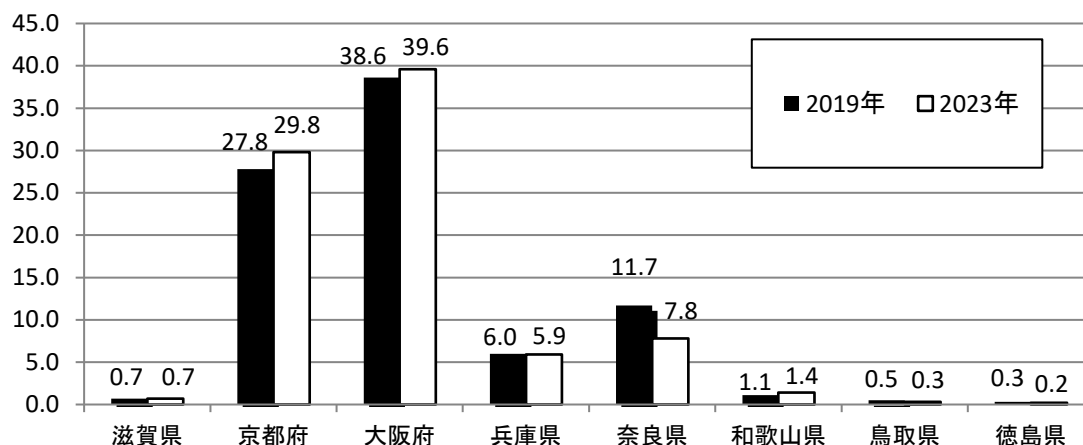
(出典： 訪日外国人消費動向調査 (観光庁調査))

※近畿：滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県

※令和 2 (2020) 年～令和 4 (2022) 年は、新型コロナウイルスにより調査中止となった期間があるため、データ無し

⑤ 構成府県別の訪問率

(%)



(出典：訪日外国人消費動向調査（観光庁調査）)

(2) 文化資源の集積と多様化

関西には、有形文化財で国宝に指定された建造物の約7割、美術工芸品の約5割を占めるなど、日本を代表する有形・無形の文化財や古墳などの記念物、多彩な食文化や伝統芸能など内外の多くの人々を魅了する豊かな文化資源が集積している。日本で初めて奈良県の法隆寺地域の仏教建造物や兵庫県の姫路城が登録されたユネスコの登録世界遺産については、奈良・京都・滋賀の社寺などの歴史的建造物、紀伊山地の霊場と参詣道、百舌鳥・古市古墳群の6件が登録されており、日本で登録された世界文化遺産の約1/4を占める。文化庁が認定する「日本遺産」についても、関西には全国の3割に相当する32件が登録されている。

更には、文楽をはじめとする舞台芸術（演劇、ダンス、音楽等）、各地域における行催事や伝統技術・工芸、マンガ・アニメ等の新しいコンテンツ文化など、多様な魅力が継承されているほか、芸術系の大学や専門学校、関連事業所等が立地し、数多くの人材が輩出されている。

⑥ 文化財件数等

◆ 文化財件数（国・都道府県・市町村指定合計）

	国 宝			重要文化財		
	建造物		美術 工芸品	建造物		美術 工芸品
	件数	棟数		件数	棟数	
全国	231	295	906	9,966	2,343	5,162
関西計	162	197	459	4,485	936	2,023
全国比	70.1%	66.8%	50.7%	45.0%	39.9%	39.2%

	有形文化財（※）			無形文化財			民俗文化財	
	建造物		美術 工芸品	芸能	工芸 技術	その他	有形	無形
	件数	棟数						
全国	15,098	22,984	72,927	467	372	72	6,114	8,410
関西計	3,249	5,602	12,959	31	53	6	587	814
全国比	21.5%	24.4%	17.8%	6.6%	14.2%	8.3%	9.6%	9.7%

※有形文化財には国宝及び重要文化財を含む

	記念物			文化的 景観	伝統的 建造物群 保存地区	保存 技術	合計
	史跡	名勝	天然 記念物				
全国	17,975	1,567	14,803	103	234	137	138,279
関西計	1,883	368	1,474	37	49	65	21,575
全国比	10.5%	23.5%	10.0%	35.9%	20.9%	47.4%	15.6%

（出典：文化庁 web サイト（国指定については令和 6（2024）年 7 月 1 日現在、都道府県及び市町村指定については令和 5（2023）年 5 月 1 日現在））

⑦ 世界遺産・日本遺産等

○ 世界遺産

◆ 関西の世界遺産

資産名	所在地	記載年	区分
法隆寺地域の仏教建造物	奈良県	平成 5 年	文化
姫路城	兵庫県	平成 5 年	文化
古都京都の文化財（京都市、宇治市、大津市）	京都府・滋賀県	平成 6 年	文化
古都奈良の文化財	奈良県	平成 10 年	文化
紀伊山地の霊場と参詣道	三重県・奈良県・和歌山県	平成 16 年	文化
百舌鳥・古市古墳群 - 古代日本の墳墓群 -	大阪府	令和元年	文化

（出典：文化庁 web サイト（令和 6（2024）年 7 月 1 日現在））

○ 日本遺産

◆ 関西の日本遺産（詳細な内訳については 23 ページ参照）

	日本遺産登録件数
全国	104 件
関西計	32 件
全国比	30.7%

（出典：日本遺産ポータルサイト（令和 6（2024）年 12 月現在））

○ ジオパーク

関西のジオパーク	所在地	日本ジオパーク認定
山陰海岸ジオパーク	京都府、兵庫県、鳥取県	2008 年
南紀熊野ジオパーク	奈良県、和歌山県	2014 年
三好ジオパーク	徳島県	2024 年

※ジオパーク認定件数 全国 47 地域 関西 3 地域

(出典：(特非) 日本ジオパークネットワーク web サイト)

⑧ 芸術家・芸能就業者

○ 芸術家人口

◆ 職業（小分類）別 15 歳以上就業者数（抽出調査）

	計	著述家	彫刻家、 画家、 工芸美術家	デザイナー	写真家、 映像撮影者	音楽家	舞踊家、俳優、 演出家、演芸家
全国	435,960	30,130	47,320	201,100	69,170	26,080	62,160
首都圏	246,870	19,410	25,860	109,360	32,210	17,230	42,800
(全国比)	56.6%	64.4%	54.6%	54.8%	46.6%	66.1%	68.9%
関西	92,990	5,910	9,960	48,550	13,600	5,500	9,470
(全国比)	21.3%	19.6%	21.0%	24.1%	19.7%	21.1%	15.2%

(出典：総務省「国勢調査」(令和 2 (2020) 年))

(3) 文化庁の関西移転や官民一体での共同宣言を契機とした新たな文化行政の展開

令和 5 (2023) 年 3 月、文化庁が関西に移転するとともに、国により文化芸術推進基本計画 (第 2 期) が策定され、文化資源の保存と活用の一層の促進や、文化芸術を通じた地方創生の推進を図ることとされた。また、同年 7 月に官民一体となった文化芸術の取組について文化庁、関西広域連合、(公社) 関西経済連合会、文化庁連携プラットフォームの 4 者による、共同宣言「文化の力で関西・日本を元気に」が発表され、文化芸術の国際発信とグローバル展開にビジネスの観点を取り入れて戦略的に取り組む CBX (Cultural Business Transformation) (※02) を推進することになった。

(4) 関西の交通インフラの充実

神戸空港の国際化を含む関西・伊丹・神戸 3 空港の一体運用による国内外の航空需要への対応や関西国際空港・神戸空港の発着枠の拡大、山陰近畿自動車道の順次開通、北陸新幹線の敦賀駅延伸など関西の広域観光の利便性が向上している。

また、「WEST EXPRESS 銀河」、「TWILIGHT EXPRESS 瑞風」、「はなあかり」、「あめつち」などの府県をまたぐ観光列車や淀川舟運の就航など、移動自体を楽しむ交通手段の充実も図られている。

(5) DX 推進に関する取組

MaaS(※03)のサービス進展やチケットのデジタル化、翻訳アプリ等の精度向上や舞台鑑賞時における AR 眼鏡の活用など、DX を活用した効率化や新しいサービスの提供が進められている。

大阪・関西万博を契機に関西を訪れる人の増加が見込まれており、様々な分野での更なる DX による受入環境の充実が求められている。

(6) 大阪・関西万博に向けての取組

令和 7（2025）年 4 月から 10 月まで、「いのち輝く未来社会のデザイン」をテーマにした大阪・関西万博が開催され、会場内に、各府県の歴史、観光、文化等の魅力を一堂に展示する「関西パビリオン」を設置し、関西の魅力を発信する取組を進めている。

また大阪・関西万博には、国内外から 2,800 万人の来場が見込まれており、これらの来場者を関西各地への周遊につなげるため、関西広域連合の構成府県市や（公社）関西経済連合会、民間企業などとともに「EXP02025 関西観光推進協議会」を立ち上げ、「万博プラス関西観光推進事業」に取り組んでいる。更に、令和 6（2024）年 8 月から、大阪・関西万博へ向けた機運醸成や関西の文化力の向上のために、「KANSAI 感祭(※04)」を関西各地で開催し、関西文化が広く認知されるよう、文化発信に取り組んでいる。

2 主な課題

(1) 外国人旅行者の広域への分散化

外国人旅行者が選択する旅行先が一部の地域に集中しており、関西の他の地域との訪問率の差は縮まっておらず、観光客の分散化を進めることが重要な課題となっている。関西各地の魅力ある観光資源を活用した広域周遊観光(※05)を更に推進し、関西各地の地域振興につなげていく必要がある。

(2) 増加する外国人旅行者への受入環境の整備

大阪・関西万博を契機に、関西には世界中の様々な国・地域からの来訪者が増える見込まれることから、誰もが安心して旅行を楽しむことができるよう、多様な言語、食や宗教、生活習慣などに対応した受入環境の整備、災害発生時に備えた外国人旅行者の安全の確保に向けた取組などを更に推進していく必要がある。併せて、文化や習慣の違いに起因する行動により、地域住民の生活への影響が生じるといった課題への対応のため、地域住民の生活の質の確保と外国人旅行者の満足度向上の両立に向けた取組も進める必要がある。

また、観光を支える人材の不足は一層顕在化しており、大学や専修学校等と協力した人材育成や、観光関連産業における労働生産性の向上、商品の高付加価値化を通じた待遇改善等による人材確保などの取組を進める必要がある。

(3) 文化の次世代への保存・継承と発展

少子高齢化などの社会情勢の変化に伴い、担い手が減少していることから、次世代を担う子どもたちが文化への愛着を育めるよう、その魅力に触れる機会を創出することや文化活動への支援を行うほか、官民連携のもと、文化資源の磨き上げ・掘り起こしを行い、文化観光などによる新たな価値の創造を図ることで、文化の保存から活用への持続可能な好循環を生み出していく必要がある。

(4) 関西の文化芸術の国際発信力の強化

関西の文化芸術の海外へ向けた発信が不十分であることから、関西の歴史や伝統に根ざした文化を活用して日本全体の活性化を目指す、平成 15（2003）年の「関西元気文化圏構想」に基づく新たな取組として、令和 5（2023）年 7 月の共同宣言で推進することとした CBX(Cultural Business Transformation)について、今後は文化庁、関西広域連合、関西の経済界が一体となり、行政、経済、教育、文化芸術等の関係団体や地域住民等と連携したオール関西で取組を進めていく必要がある。

Ⅲ 観光・文化振興における関西の将来像

文化と観光で織りなす『創造の関西』

関西が長い歴史を通じて育み紡いできた、豊かで多彩な文化は、国内外から多くの観光客や多様な人材を惹きつけてきた。関西広域連合では、文化庁や経済界、観光・文化関係団体などと一体となったオール関西体制で、関西が新たな価値を生み出し、世界に発信し続けるクリエイティブな地域となることを目指す。

●持続可能な観光が実現する関西

関西の多様な文化、豊かな自然、地域に根差した産業などの魅力を活かすとともに、新しい魅力を創出し続け、地域と調和した観光振興が、地域の環境・文化・経済を守り育むことにつながるなど、訪れてよし・住んでよしの持続可能な観光が実現する関西を目指す。

●新たな文化やビジネスモデルが創出され続ける関西

若手起業家やクリエイターにとって魅力的な地域であるとともに、異分野融合により、新たな文化やビジネスモデルが創出され続けるクリエイティブなエリアとして発展する関西を目指す。

Ⅳ 将来像実現のための戦略

観光・文化振興における関西の将来像の実現を目指し、以下の戦略に取り組む。

戦略1 文化資源等を活用した関西の魅力づくり

関西で育まれてきた多様な有形・無形の文化資源や、豊かな自然、地域に根差した産業などを活かし、関西各地の魅力づくりを進め、観光面での活用を促進する。また、文化芸術の担い手育成や様々な人々の文化芸術活動への参画の促進等にも取り組み、より一層の関西の活性化につなげる。

(1) 多様な文化資源の振興

①舞台芸術を通じた賑わい創出

- ・ 関西にゆかりのある文化人の記念となる周年などを契機とした取組による能、狂言、歌舞伎、文楽等の舞台芸術の活性化を図る。

②建築文化の振興

- ・ 古代から残る寺社等の木造建築や伝統的建造物群等の伝統的町並み、近現代建築など関西各地の歴史的、文化的背景のある建築物等を活用することにより、その魅力や世界観を継承・発展させる取組を推進する。

③メディア芸術やデジタル技術を活用した文化芸術の推進

- ・ 映画・マンガ・アニメーション・ゲーム等のメディア芸術やデジタル技術を活用した文化芸術活動を推進する。

④生活文化の振興

- ・ 関西を訪れる多くの方々に、生活文化（茶道・華道・書道・食文化等）の魅力を身近に体感できる機会を創出するほか、関西の食文化の歴史やレストラン、レシピ等の情報を掲載した関西郷土料理サイトを制作するといった取組を推進する。

（２）文化観光や産業観光（※06）等の推進

①文化資源等の高付加価値化や魅力向上の推進

- ・ 特別感、上質感のあるサービスを求める観光客のニーズに対応するため、関西各地の魅力を活かした付加価値の高い観光資源や体験コンテンツ等の創出、情報発信の強化に取り組む。
- ・ 庭園や建築物、古墳等の歴史遺産、文化財にストーリーを設定したコンテンツ作成による魅力向上及び国内外への発信を推進する。
- ・ 専門家による解説を交えた文化財修復現場や劇場の舞台裏見学、文化芸術と食事・宿泊等の組み合わせによる特別な鑑賞機会の提供等による文化資源の高付加価値化を推進する。

②文化施設・芸術団体の活用強化

- ・ 関西の博物館と美術館を無料または割引料金で利用できる「ミュージアムぐるっとパス」について、デジタル版の利用促進に向けて参加施設の拡大を図る。
- ・ 有意義なナイトライフを過ごせるよう、関西の舞台芸術やパフォーミングアーツ、音楽公演等の広報など情報発信を推進するとともに、関西のオーケストラ公演等利用できる割引制度の導入等も検討する。
- ・ 関西に立地する、国等の公的施設、大学、民間企業等のミュージアム、多様な世代が集う交流拠点としてのスタジアム・アリーナなどの文化施設等との連携強化とともに、多言語での情報発信等による「関西文化の日」の充実を図る。
- ・ 関西の文化施設や地域の祭り、文化財のVRコンテンツ等のライブラリー化と国内外への発信を推進する。
- ・ 関西の博物館資料のデジタル・アーカイブ化と観光その他関連分野での活用を推進する。

③生活文化や舞台芸術等を活かした観光の推進

- ・ 文化庁や構成府県市と連携した「古典の日」の取組の推進と歴史や伝統ある関西の文化を全国に発信する。
- ・ 茶道・華道・書道、伝統工芸、祭り等、関西各地の伝統的な生活文化を活かした特別な体験型観光を推進する。
- ・ ユネスコ無形文化遺産にも登録された「和食」「伝統的酒造り」等の日本の食文化を国内外へ発信するとともに、関西各地の食材や料理にまつわる歴史や背景をストーリー化し、観光客に伝えることで、地域の食文化に親しむガストロノミーツーリズム

(※07) を推進する。

- ・ 舞台芸術、無形文化遺産（芸能、祭礼、伝統・工芸技術等）等を活用した文化観光の推進による地域創生を図る。

④地域の産業等を活かした観光の推進

- ・ 酒蔵や工場、工房等の見学など、関西各地の地域に根差した産業を活用した産業観光を推進する。
- ・ 農山漁村の地域資源を活用して、旅行者に農業・漁業体験や自然とのふれあい、地元の人々との交流などの農泊体験等を提供する。
- ・ 自然環境や歴史文化などの地域固有の魅力を、観光客が体験し、学ぶことにより、その価値の理解を深め保全につなげるエコツーリズムを推進する。

⑤滞在型観光の推進

- ・ 外国人旅行者が、一定の地域に長期滞在することで、その地域の文化に触れ、住民との交流や様々な体験を享受できる滞在型観光を推進する。
- ・ 豊かな自然や温泉などの健康増進や心身の癒しに資する資源を活用し、地域の健康文化の体験や、心身のリフレッシュを目的とした体験プログラムなどを盛り込んだヘルスツーリズム（※08）やウェルネスツーリズム（※09）による長期滞在型の観光を推進する。

（３）文化芸術の担い手育成や様々な人々の参画促進

①無形文化財等の次世代への継承

- ・ 子どもたちが伝統芸能や民俗芸能等を鑑賞・体験できる機会を拡大するとともに、日本文化、地域文化に係る教育の充実を図る。
- ・ 専門家による解説を交えた文化財修復現場や劇場の舞台裏見学、文化芸術と食事・宿泊等の組み合わせによる特別な鑑賞機会の提供等による文化資源の高付加価値化を推進する。【再掲】
- ・ 関西各地の伝統芸能や生活文化等に関するレクチャー動画の制作や関西で活躍する能楽師、歌舞伎役者、茶道、華道等の家元等、文化芸術の専門家を講師とした親子体験講座等を開催する。
- ・ 博物館等の文化施設や文化財を積極的に活用し、子どもたちの文化芸術の鑑賞・体験を推進する。
- ・ 伝統芸能をはじめとする無形文化財の保存・活用や、地域の祭りや伝統行事の振興、文化財修理に必要な技術の継承、用具・原材料等の確保と次世代への継承を図る。
- ・ 文化財保護強調週間（毎年 11 月 1 ～ 7 日）における文化財に関する各種行事の実施、「文化財防火デー」（毎年 1 月 26 日）における文化財防火運動の展開等により、文化財愛護に関する意識高揚を図る。

②文化芸術に関わる人材の育成

- ・ 文化財修復現場や祭りなどの用具等の専門家による解説や見学、劇場の舞台裏見学など、関西文化の裏方に触れる機会の創出に取り組む。
- ・ 地域の歴史・文化等を説明するボランティア人材の育成講座等を開催する。

- ・ 文化芸術活動を行う者に対する支援情報サイトの充実を図る。
- ・ 性別、年齢、障害の有無や国籍等にかかわらず、誰もが文化芸術活動へ参画する取組を推進する。

戦略2 広域周遊観光の更なる推進

関西各地の魅力あふれる観光コンテンツをテーマやストーリーで結んだ広域周遊観光を推進するとともに、周遊を促す環境の整備に取り組む。

(1) 関西の多様な魅力を活かした広域周遊観光の推進

① テーマ別観光の推進

- ・ 長い歴史の中で重層的に集積された文化が現在にも息づいているという関西ならではの特徴を活かし、関西各地の有形・無形の文化財をはじめ、多種多様な資源を共通のテーマやストーリーで結ぶことにより、地理的なつながりにとどまらない周遊プランの造成に取り組む。
- ・ (一社) 関西観光本部と連携して構築した広域観光ルート「THE EXCITING KANSAI」について、それぞれのルートにおけるテーマやストーリーをさらに発信していくことで、周遊観光の強化を図る。
- ・ 地質遺産としても価値が高く、美しい景観の「山陰海岸ジオパーク」や「南紀熊野ジオパーク」、「三好ジオパーク」を巡る旅行商品の造成と、ジオパークのプロモーションを推進する。
- ・ 関西の博物館と美術館を無料または割引料金で利用できる「ミュージアムぐるっとパス」について、デジタル版の利用促進に向けて参加施設の拡大を図る。【再掲】
- ・ 関西に立地する、国等の公的施設、大学、民間企業等のミュージアム、多様な世代が集う交流拠点としてのスタジアム・アリーナなどの文化施設等との連携強化とともに、多言語での情報発信等による「関西文化の日」の充実を図る。【再掲】

② 多様なツーリズムの推進

- ・ 国立公園や国定公園をはじめとする関西各地の魅力ある自然を活かし、自然・文化・アクティビティの構成要素を通じて関西の本質を深く体験できるアドベンチャーツーリズムやアウトドアアクティビティによる周遊観光を推進する。
- ・ 令和9(2027)年の「ワールドマスターズゲームズ2027 関西」開催を契機に、スポーツの参加や観戦を目的とした関西各地への訪問や、ゴルフ、トレッキング、サイクリングなどのスポーツと地域資源を掛け合わせた観光を楽しむスポーツツーリズムの推進に取り組む。
- ・ インセンティブ旅行や海外の大学・企業等による関西の企業見学、工場見学等の実施などビジネス観光を切り口とした広域観光を推進する。
- ・ ユネスコ無形文化遺産にも登録された「和食」「伝統的酒造り」等の日本の食文化を国内外へ発信するとともに、関西各地の食材や料理にまつわる歴史や背景をストーリー化し、観光客に伝えることで、地域の食文化に親しむガストロノミーツーリズム(※07)を推進する。【再掲】

③多様な交通手段を活用した周遊ルートの造成

- ・ 関西の空の玄関口である関西国際空港及び地方空港へ就航する国際便や、関西各地に寄港するクルーズ船、関西各地を巡る観光列車、高速道路など、新たな交通手段を活用した広域観光ルートの造成に取り組む。
- ・ 観光列車、舟運、自動車、モーターサイクル等多様な交通手段によって、旅の移動手段も楽しむ周遊観光を促進する。
- ・ 関西国際空港での情報発信の強化や、関西周辺の各地域や西のゴールデンルート(※10)をはじめとする広域観光圏とも連携した関西発着の新たな広域観光ルートについて検討する。

④外国人旅行者への情報発信の強化

- ・ 大阪・関西万博開催期間中においては、開催にあわせて関西各地で行われる取組等の情報発信を強化し、来場者の関西各地への周遊を促進する。
- ・ 各観光地の情報や、テーマ・ストーリー別の観光ルート情報などを、(一社)関西観光本部の観光情報サイトを通して発信を推進する。
- ・ SNS等のネットメディアでの発信力があるインフルエンサーなどを活用し、外国人旅行者目線での情報発信を推進する。
- ・ 観光地や公共の場でのマナーや、日本の慣習等をウェブサイトやSNS等で発信するなど、地域住民の生活の質の確保と外国人旅行者の満足度向上の両立に向けた取組を推進する。
- ・ (一社)関西観光本部と連携し、交通情報、宿泊情報、災害情報等、観光に関する様々な情報の一体的な発信を推進する。

(2) 受入環境の整備

①外国人旅行者にもわかりやすい環境整備の推進

- ・ 宗教や、食等の多様な習慣、生活様式に対応できるよう、食事のアレルギーや成分表示の多言語対応、礼拝場所の情報提供、観光案内標識等の多言語対応、ピクトグラムや地図の活用など、外国人旅行者等にわかりやすい環境整備の促進を図る。
- ・ 観光地、宿泊施設、公共交通機関の各場面において、外国人旅行者が安全・快適に旅行を満喫できる環境の整備を図るため、観光案内所の連携や多言語での観光情報提供機能の強化、キャッシュレス決済の普及等に関する取組の促進を図る。

②交通アクセス等の利便性向上

- ・ 都市部以外の地域への周遊を促進するため、周遊観光バスやライドシェアの導入など二次交通の課題解決に向けた先進事例を共有するセミナー等の機会を設ける。
- ・ 交通事業者による空港・駅・バスターミナルなど交通アクセスの利便性の向上や広域的なMaaSの推進に関する取組に協力する。
- ・ 関西広域連合本部事務局等とも連携し、関西の隅々まで円滑な移動が可能となるよう交通インフラの整備推進や、各地域の実情に応じた柔軟で多様なライドシェアの観光への活用について、必要に応じて、国に制度改善の提案などを行う。

(3) 大阪・関西万博を契機とした国際交流の深化

①訪日教育旅行による観光交流の推進

- ・ 大阪・関西万博を契機に国際交流への機運を高めるほか、訪日教育旅行を積極的に受入れるなど、関西各地での若者同士の交流を促進する。
- ・ 訪日教育旅行の受入れにあたっては、生徒・児童間の交流だけでなく、地域との交流を促進し、関西の文化に触れる機会を増やし、将来の関西のファンづくりにつなげる。
- ・ 訪日教育旅行について、地元産業の体験をプログラムに組み込むなど、内容の充実を図るとともに、関西としてのプロモーション活動を実施する。

②国・地域との観光交流の推進

- ・ 関西広域連合が、観光に係る覚書などを締結した国・地域と連携し、各国に共通する課題等についてグローバルな連携で解決を目指す取組を実施するなど、観光分野での交流を推進する。

(4) 災害時等の安心安全の確保に向けた取組の推進

①防災情報の提供

- ・ 災害が発生し、又は発生するおそれがある場合や交通障害発生時において、鉄道、バス、旅客船ターミナル、空港等において、外国人旅行者を含む利用客を混乱なく避難誘導できるよう、多言語での音声案内や、「KANSAI MaaS」を活用した情報発信など、各事業者の取組に協力する。
- ・ 大雨や大規模地震、津波等の災害発生時には、域内の外国人をはじめとする観光客が適時・的確に命を守る行動が取れるよう、災害の状況、二次災害の危険性に関する情報、交通施設等の復旧状況に関する情報等の迅速な収集と提供を構成府県市と協力して実施する。
- ・ 日本政府観光局のウェブサイトや災害時情報提供アプリ「Safety tips」を活用した外国人旅行者向けの災害情報発信や、日本政府観光局のコールセンターにおける多言語での問合せ対応等の取組を、関西広域連合のホームページやSNSで発信する。

②安心安全の確保に向けた環境整備

- ・ 災害等の緊急時に備えて、広域防災局・広域医療局とも連携し、関係施設の協力を得て、一時滞在施設や備蓄品の確保、帰宅困難者支援などの環境整備や、医療提供体制などの適切な情報提供に取り組む。

戦略3 文化と経済の好循環及び国際発信の推進

関西がアーティストやクリエイターなど様々な人々にとって魅力的で人材が集積する地域となるため、関西の文化芸術発信の拠点化、文化芸術を活用した新しいビジネスモデルや国際発信の推進などに取り組む。

(1) 関西圏の文化芸術の一大発信拠点化

①文化芸術の拠点形成

- ・ 関西圏が、伝統文化から現代アートまで国内外のアーティストやクリエイター等、様々な人々にとって魅力にあふれ人材が集積する国際的な文化芸術の一大発信拠点に

なることを目指す。

- ・ 先端産業等との異分野交流により新たな文化創造と文化を活かした新たなビジネスモデルの創出を推進する拠点形成に取り組む。

②文化芸術の国際発信

- ・ 関西各地で開催されるアート作品を展示・販売するアートフェア、景観や地域文化と現代アートの融合により地域の新たな魅力創出を図る芸術祭等について、開催時期を合わせたり、周辺で開催される関連イベントと連動させるなど、関西のアート市場の活性化により、世界的なアート市場とする取組を推進する。
- ・ 令和7年5月に初めて開催される「MUSIC AWARDS JAPAN 2025 KYOTO」をはじめとした関西の文化芸術の国際発信とグローバル展開にビジネスの観点を取り入れた海外への展開を推進する。
- ・ 「日本博2.0」の活用とレガシーの継承・発展による関西文化の国内外への発信を推進する。
- ・ 文化庁や構成府県市と連携した「古典の日」の取組の推進と歴史や伝統ある関西の文化を全国に発信する。【再掲】

(2) 文化芸術を活かした新たなビジネス創出

①文化芸術を活かした新ビジネスの推進

- ・ 関西の文化資源の磨き上げ・掘り起こしを行い、文化観光などによる新たな価値の創造、文化の保存から活用への持続可能な好循環モデルを創出する。
- ・ アーティストと企業などの多分野交流を推進し、新たな文化創造や文化芸術を活かした新たなビジネス創出やまちづくりを促進する。
- ・ 映画・マンガ・アニメーション・ゲーム等のメディア芸術やデジタル技術を活用した文化芸術活動を推進する。【再掲】

②文化資源の利活用

- ・ 文化芸術活動の推進のための多様な財源確保方策の広報を行う。
- ・ 寺院での写経や朝がゆ体験、舞台芸術の公演や博物館・美術館等の新たな夜間開館の取組など、関西各地の魅力的な体験コンテンツなどを発信し、関西の有形・無形の文化資源を活用した朝観光やナイトタイム・エコノミー(※11)の活性化に向けた取組を推進する。
- ・ 音楽とアートの融合的取組を推進するとともに、文化芸術の担い手等と関西圏の企業が集い、文化芸術と経済が有機的なつながりを創り出す取組を推進する。

戦略4 持続可能な観光・文化振興のための推進体制等の強化

持続可能な観光・文化振興の実現に向け、地域と調和した受入環境の整備を図るとともに、推進体制を強化し、関係団体との連携を深める。

(1) 地域と調和した観光の実現のための環境整備

①情報発信の強化

- ・ 観光客のニーズを満たしつつ、文化財や自然環境等への負荷や、観光地に暮らす人々

の生活への影響を軽減するため、住環境への配慮、文化や習慣の理解促進、自然環境への負荷防止等の啓発に向け、積極的な情報発信に努める。

- ・ 持続可能な観光地域づくりの一環として、資源の有効活用や環境負荷の低減に向けて、資源や物を大切に使う日本の文化の情報発信を強化する。
- ・ 観光客の分散化により混雑を緩和するため、朝や夜にも楽しむことができる関西各地の体験コンテンツやイベント、四季折々の見どころなどの情報発信を強化する。

②先進事例の共有や情報交換の実施

- ・ 構成府県市における SDGs に関する取組事例を収集・共有することにより、持続可能な観光地域づくり・運営に関する取組の促進を図る。
- ・ エコツーリズムやカーボンオフセットプログラム（※12）の導入、観光施設での再生可能エネルギーの活用など、自然環境や文化遺産に負荷をかけないための先進的な取組事例や成功事例の共有に取り組む。
- ・ 観光客の受入と地域住民の生活の質の確保を両立できる観光地経営を実現するため、関西広域連合及び各構成府県市において、民間事業者や地域住民との情報交換の場を設ける。
- ・ 日本政府観光局や（一社）関西観光本部とも連携し、外国人旅行者の嗜好やニーズ、動向など観光関連のデータ等を活用し、効果的なマーケティングや訪日外国人受入体制の充実につなげる。

（２）観光・文化を担う人材の育成

①通訳案内士の育成

- ・ 通訳案内士と旅行会社や宿泊施設などの観光事業者とのマッチングを強化するとともに、情報交換等のネットワークを形成し、通訳案内士の活躍の場を更に広げる。
- ・ 通訳案内士等に対し、更なるスキルアップに向けた研修を実施するとともに、文化など多様な観光資源に関する情報を提供する。

②観光・文化人材の育成

- ・ 観光関連産業の人材不足を補うため、外国人の受入環境の整備について、引き続き国に提案を行う。
- ・ DMO（※13）や学術機関と連携し、持続可能な観光地域づくり・観光地全体の経営を担う人材の育成に取り組む。
- ・ 観光産業における経営の効率化、生産性の向上を図るとともに、各構成府県市における取組を共有し、人材の確保を促進する。
- ・ 文化施設や文化芸術の関係者、観光事業者等が連携を図り文化観光を推進するため、好事例の紹介等の情報発信、大学や関連する学会等と連携したワークショップ等に取り組む。
- ・ 文化財修復現場や祭りなどの用具等の専門家による解説や見学、劇場の舞台裏見学など、関西文化の裏方に触れる機会の創出に取り組む。【再掲】
- ・ 地域の歴史・文化等を説明するボランティア人材の育成講座等を開催する。【再掲】

- ・ 文化芸術活動を行う者に対する支援情報サイトの充実を図る。【再掲】

（３）観光・文化振興のための連携強化

①（一社）関西観光本部の推進体制の強化

- ・ 官民連携により関西広域での観光客誘致をはじめとする観光振興に取り組んでいる（一社）関西観光本部の広域観光推進体制の強化を図るとともに、これに必要な財源の確保、組織体制の強化等により、運営の安定化を図る。

②関西広域連合の各分野事務局や構成府県市等との連携強化

- ・ 関西広域連合の各分野事務局との連携を強化し、災害・医療など非常時における外国人旅行者の安心・安全な旅行環境の整備を図るほか、産業観光、エコツーリズムなどの取組を推進する。
- ・ 各地域の特性や実情を踏まえた観光・文化振興の取組を推進する構成府県市との連携を強化する。
- ・ （一社）関西観光本部等と連携し、各地域における地域づくりや観光コンテンツ造成等の好事例を共有するセミナーの開催などにより、関西各地のDMOの連携強化を図る。
- ・ 関西広域連合、構成府県市、（一社）関西観光本部が連携し、テーマ別に周遊観光を推進する協議会を設置するなど、広域観光を推進する体制を構築する。

③国機関等との連携の強化

- ・ 観光庁や日本政府観光局、（一財）自治体国際化協会、構成府県市等の姉妹・友好提携自治体、日本の在外公館、UNWTO 駐日事務所、駐日外国公館などとの連携の強化を図る。
- ・ 関西広域連合と文化庁の事務担当者レベルの会議を定期開催するなど、関西広域の文化振興における連携の強化を図る。

（４）大阪・関西万博に向けて進めてきた取組や情報発信の継続

①広域観光・文化振興に関する取組の継続的な実施

- ・ 関西広域連合も参画する「EXP02025 関西観光推進協議会」において造成された、関西各地のコンテンツタリフ（※14）や旅行商品を大阪・関西万博後も継続的に活用し、関西を訪れる人々が継続的に関西を周遊できる環境を維持する。
- ・ 大阪・万博を契機とし文化資源、文化芸術の国際発信推進し、文化資源を活用することで経済・地域活性化を推進する。
- ・ 関西各地において、祭り、文化財の特別公開、アーティスト・イン・レジデンス（※15）など多様なイベント等の実施を促進する。

②情報発信の継続的な実施

- ・ 大阪・関西万博開催中に関西を訪問した海外メディアとのネットワークを構築し、効果的な情報発信を行う。
- ・ （一社）関西観光本部の観光情報サイトを活用し、外国人旅行者に向けた情報発信の更なる充実を図る。

- ・ 構成府県市において MICE が実施される際には、関西各地の誘客につながるよう、開催地とも連携し、MICE の主催者や参加者に向けて関西各地の観光などの情報提供に努める。

V 計画の目標

1 観光分野の目標

◆関西全体でプラスワンナイトを目指す。

項 目	2023 年	2029 年（目標）
関西での外国人平均泊数	5.5 泊	6.5 泊

※近畿運輸局管内の平均泊数（出典：訪日外国人消費動向調査（観光庁調査））

◆関西全体で1人当たり消費単価の3割アップを目指す。

項 目	2023 年	2029 年（目標）
関西での外国人旅行消費単価	120,594 円	156,772 円

※近畿運輸局管内の旅行消費単価（出典：訪日外国人消費動向調査（観光庁調査））

2 文化分野の目標

◆関西の文化芸術に親しむ機会の拡大を目指す。

項 目	2024 年	2029 年（目標）
ミュージアムぐるっとパス関西	44 館	300 館

※「ミュージアムぐるっとパス関西」は、関西の対象施設（博物館等）の展覧会に有効期間内であれば無料または割引料金で入場できるチケット（入場証）

※令和6年（2024）年4月から電子チケットを紙チケットと併用して発行

◆関西在住者の文化芸術に係る幸福度の向上を目指す。

項 目	2024 年	2029 年（目標）
地域幸福度（文化・芸術）	47.1	55.0

※地域幸福度（Well-Being）指標とは、地域の「暮らしやすさ」と住民の「幸福感」を共通の指標で数値化・可視化したもの（偏差値）

※文化・芸術因子の「暮らしている地域は、文化・芸術・芸能が盛んで誇らしい」「将来生まれてくる世代のために、良い環境や文化を残したい」カテゴリーを抽出

（出典：地域幸福度 Well-Being 指標（デジタル庁調査））

（用語説明）

○文化庁連携プラットフォーム（※01）

文化庁京都移転の意義の実現に向けて、文化庁との連携による新たな文化政策の展開や、世界に向けた日本文化の発信等により日本文化の国際的な価値を高めることを目的とした京都府内市町村や京都商工会議所等の経済界、文化団体等で構成するオール京都の推進体制

○CBX（Cultural Business Transformation）（※02）

令和5（2023）年3月、文化庁が策定した文化芸術推進基本計画（第2期）の重点施策に位置付けられた「日本の文化芸術の国際発信強化とグローバル展開を、ビジネスの考え方を取り入れつつ効果的・戦略的に進める、変革を目指した取組」のこと。

○MaaS（※03）

「Mobility as a Service」の略。地域住民や旅行者一人一人のトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通やそれ以外の移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービスのこと。

○KANSAI 感祭（※04）

「文化の力で切り拓く関西の未来社会」をテーマに大阪・関西万博に向けた機運醸成、関西の文化力の向上や関西各地の活性化を図るため、関西各地の文化イベントと連携し、関西の伝統芸能や食、アート展示など多彩な関西文化の魅力を発信するイベントのこと。

○広域周遊観光（※05）

複数の観光地を移動し、宿泊地を変えていく旅行形態のこと

○産業観光（※06）

歴史的・文化的価値のある産業文化財（古い機械器具、工場遺構などのいわゆる産業遺産）、生産現場（工場、工房等）及び産業製品を観光資源とし、それらを通じてものづくりの心にふれるとともに、人的交流を促進する観光活動

○ガストロノミーツーリズム（※07）

その土地の気候風土が生んだ食材や習慣、伝統、歴史などによって育まれた食を楽しむ旅行のこと。

○ヘルスツーリズム（※08）

個人のニーズを満たし、環境や社会の中で個人としてより良く機能する能力を高める医療やウェルネスに基づいた活動を通じて、身体的健康、精神的健康に貢献することを主な動機とした観光のこと。

○ウェルネスツーリズム（※09）

身体、精神、感情、職業、知性、スピリチュアリティなど、人間の生活のすべての領域を向上させ、バランスをとることを目的とした観光活動のこと。ヘルスツーリズムの一つ。

○西のゴールデンルート（※10）

欧米豪を中心としたインバウンド客を、大阪より西のエリアに広域周遊を促進するために進められている取組のこと。この取組を進めるために、福岡市、神戸市、広島県、高松市など西日本・九州の自治体で構成されたアライアンスが組織されている。

○ナイトタイム・エコノミー（※11）

18時から翌日朝6時までの間に、様々な活動を通じて地域の魅力や文化を発信し、消費拡大などにつなげる考え方のこと。

○カーボンオフセットプログラム（※12）

日常生活や経済活動において避けることができないCO2等の温室効果ガスの排出について、まずできるだけ排出量が減るよう削減努力を行い、どうしても排出される温室効果ガスについて、排出量に見合った温室効果ガスの削減活動に投資すること等により、排出される温室効果ガスを埋め合わせること。

○DMO（※13）

「Destination Management/Marketing Organization（観光地域づくり法人）」の略。地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する地域経営の視点に立った観光地域づくりの司令塔として、多様な関係者と協同しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人のこと。

○コンテンツタリフ（※14）

旅行会社や取引業者向けに、観光コンテンツについての手数料・取扱いのルール等を、具体的かつ詳細に記載したもの。

○アーティスト・イン・レジデンス（※15）

芸術制作を行う人物を一定期間ある土地に招聘し、その土地に滞在しながらリサーチ活動や作品制作を行う機会を提供すること。

【参考】

関西広域連合によるこれまでの主な取組

(1) 広域観光の推進

- ・ 国内外観光客の誘客と関西への来訪動機づくりのため、関西に点在する文化財、食、自然など共通のテーマの観光資源について磨き上げを行い、「テーマツーリズム」を推進した。
- ・ 平成 29 (2017) 年 4 月に (公社) 関西経済連合会と共に設立した広域連携 DMO 「(一社) 関西観光本部」を中心に、8 つの広域観光ルート「THE EXCITING KANSAI」の造成、マーケティングや海外向けの関西観光プロモーション、外国人旅行者の受入基盤整備支援、観光人材の育成など官民が一体となった取組を進めた。

(2) 戦略的なプロモーションの展開

- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響により、直接海外に出向いてのプロモーションが困難であった期間中も、「2020 年ドバイ国際博覧会」(ドバイ万博)を訪れる VIP に向けたプロモーション等の実施や、官民連携による海外メディアの招請及び情報発信等を実施し、将来のインバウンドの回復を見据え、訪日意欲の高い海外の方々に関西の観光情報の発信を行った。
- ・ 国や、関西エアポート(株)など経済界とともに、フランス、イギリス、タイ、韓国、シンガポールなど海外へのトッププロモーションを行い、関西の認知度向上に取り組んできた。また、(一社) 関西観光本部とも連携し、東アジア・東南アジア・欧米豪等における旅行博・商談会への参加、旅行会社やメディアの招請など、効果的かつ戦略的なプロモーションを展開してきた。

(3) 外国人旅行者等の受入を拡大するための観光基盤の整備

- ・ 全国通訳案内士の活動量の増進と、ガイドサービスの質の更なる向上を図るためのセミナー・研修を実施。観光地での実地研修の実施や、エージェントと通訳案内士との交流の機会を設けるなど、通訳案内士の活躍の機会拡大にも努めた。
- ・ 外国人旅行者の周遊を促進するため、「山陰海岸ジオパーク」、「南紀熊野ジオパーク」など関西の優れた地質景観スポット情報の外国人向けフリーペーパーへの掲載や、(一社) 関西観光本部の観光情報サイトを通じた情報発信を行った。

(4) 関西文化の振興と国内外への魅力発信及び連携交流による関西文化の向上

- ・ 関西の祭りや文化イベントの情報を web 上で検索できるようデータベース化するとともに、web 上でアーティスト・イン・レジデンスをテーマとした国際シンポジウムを開催するなど、関西の先進的な取組を国内外に発信した。
- ・ 住民が関西の文化にふれる機会づくりとして、関西 2 府 8 県の美術館や博物館などの文化施設の協力を得て入館料を無料とする「関西文化の日」事業や当該事業の期間を拡大する「関西文化の日プラス」事業を、関西元気文化圏推進協議会及び(一社) 関西観光本部との連携により実施してきた。
- ・ 関西の文化力の向上や機運醸成を図るために、平成 29 年(2017)年 4 月に先行移転した文化庁の地域文化創生本部や歴史街道推進協議会などとも連携し、歴史文化遺産フォーラムの開催や、パネル・リーフレット等による関西の世界文化遺産や日本遺産の情報発信を行った。

(5) 関西文化の次世代継承

- ・ 次代を担う文化人材の育成を図るため、関西の子どもたちが伝統文化や生活文化を学び親しめる親子体験教室を開催した。

(6) 情報発信・連携交流支援・人づくりを支えるプラットフォームの活用

- ・ 様々な分野の専門家等と意見交換するためのプラットフォーム「はなやか関西・文化戦略会議」を立ち上げ、関西文化の振興策に関する検討を行った。

(7) 産官学連携による関西文化の創造

- ・ (公社) 関西経済連合会や(公財) 関西・大阪 21 世紀協会等と連携して「文化創造・交流プラットフォーム」を構築し、芸術家と関西企業の共創による新たな文化創造の取組を実施した。

(8) 大阪・関西万博に向けた取組

- ・ (一社) 関西観光本部をはじめとする関係機関と協力し、「EXP02025 関西観光推進協議会」を設立し、旅行商品・コンテンツの造成を進め、海外における旅行博や展示会への出展、ウェブサイトにおける情報発信等を通じて大阪・関西万博の機運醸成とあわせて旅行商品の訴求を行った。
- ・ 大阪・関西万博開催期間中における外国人旅行者の安心・安全な旅をサポートするため、通訳案内士やホテルコンシェルジュ等に対しセミナーや実地研修を行った。
- ・ イラストマップと位置情報の連動による、わかりやすい観光スポット情報の提供を実現する、関西広域観光デジタルマップの整備を進めた。

【参考データ】

◆ 関西の日本遺産（詳細内訳）

名称	所在地
琵琶湖とその水辺景観～祈りと暮らしの水遺産～	滋賀県
日本茶 800 年の歴史散歩	京都府
丹波篠山デカンショ節－民謡に乗せて歌い継ぐふるさとの記憶－	兵庫県
日本国創成のとき～飛鳥を翔（かけ）た女性たち～	奈良県
六根清浄と六感治癒の地～日本一危ない国宝鑑賞と世界屈指のラドン泉～	鳥取県
「四国遍路」～回遊型巡礼路と独自の巡礼文化～	徳島県・ 香川県・愛媛県・高知県
『古事記』の冒頭を飾る「国生みの島・淡路」～古代国家を支えた海人の営み～	兵庫県
森に生まれ、森を育んだ人々の暮らしとところ～美林連なる造林発祥の地“吉野”～	奈良県
鯨とともに生きる	和歌山県
地藏信仰が育んだ日本最大の大山牛馬市	鳥取県
鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴～日本近代化の躍動を体感できるまち～	京都府・ 神奈川県・広島県・長崎県
荒波を越えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～	京都府・大阪府・ 兵庫県・鳥取県・ 北海道・青森県・秋田県・ 山形県・新潟県・富山県・ 石川県・福井県・島根県・ 岡山県・広島県・香川県
忍びの里 伊賀・甲賀－リアル忍者を求めて－	三重県・滋賀県
300 年を紡ぐ絹が織り成す丹後ちりめん回廊	京都府
1400 年に渡る悠久の歴史を伝える「最古の国道」～竹内街道・横大路（大道）～	大阪府・奈良県
播但貫く、銀の馬車道 鉱石の道～資源大国日本の記憶をたどる 73km の轍～	兵庫県
絶景の宝庫 和歌の浦	和歌山県
「最初の一滴」醤油醸造の発祥の地 紀州湯浅	和歌山県
きつと恋する六古窯－日本生まれ日本育ちのやきもの産地－	滋賀県・兵庫県・ 福井県・愛知県・岡山県
「百世の安堵」～津波と復興の記憶が生きる広川の防災遺産～	和歌山県
1300 年つづく日本の終活の旅～西国三十三所観音巡礼～	滋賀県・京都府・大阪府・ 兵庫県・奈良県・和歌山県・岐阜県
旅引付と二枚の絵図が伝えるまち－中世日根荘の風景－	大阪府
中世に出逢えるまち～千年にわたり護られてきた中世文化遺産の宝庫～	大阪府
「日本第一」の塩を産したまち 播州赤穂	兵庫県
日本海の風が生んだ絶景と秘境－幸せを呼ぶ霊獣・麒麟が舞う大地「因幡・但馬」	兵庫県・鳥取県
藍のふるさと 阿波～日本中を染め上げた至高の青を訪ねて～	徳島県
海を越えた鉄道 ～世界へつながる 鉄路のキセキ～	福井県・滋賀県
京都と大津をつなぐ希望の水路 琵琶湖疏水～舟に乗り、歩いて触れる明治のひとつき～	滋賀県・京都府
女性とともに今に息づく女人高野～時を超え、時に合わせて見守り続ける癒しの聖地～	大阪府・奈良県・ 和歌山県
「伊丹諸白」と「灘の生一本」下り酒が生んだ銘醸地、伊丹と灘五郷	兵庫県
もう、すべらせない！！～龍田古道の心臓部「亀の瀬」を越えてゆけ～	大阪府・奈良県
「葛城修験」－里人とともに守り伝える修験道はじまりの地－	大阪府・奈良県・ 和歌山県

（出典：日本遺産ポータルサイト （令和 6（2024）年 12 月現在））

◆8つの広域観光ルート「THE EXCITING KANSAI」の造成



	エリア名	コンセプト	主な府県
エリア1	紀伊半島	巡礼の道	和歌山県
エリア2	山陰海岸	海岸の美と恵	京都府、兵庫県、鳥取県、福井県
エリア3	播磨	名城と京への道	兵庫県
エリア4	琵琶湖西岸～北陸	水と生きる地	滋賀県、福井県
エリア5	淡路島～徳島	神話と海の架け橋	兵庫県、徳島県
エリア6	丹波	実りの里山	兵庫県、京都府
エリア7	伊勢～奈良	神話から古代の道	奈良県、三重県
エリア8	福井～琵琶湖東岸～伊賀	侍と工芸の地	福井県、滋賀県、岐阜県、三重県
追加ルート	徳島～加太（和歌山市）	関西でSDGsを感じる旅	徳島県、和歌山県
	若狭～京丹波	田舎の暮らしに触れる旅	京都府、福井県
	三重～滋賀（東海道）	京都～江戸間の主要ルートを辿る	三重県、滋賀県

（出典：（一社）関西観光本部資料）

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について

令和 7 年 3 月
文化 生活 部

1 趣 旨

本計画は、京都府消費生活安全条例第 7 条及び消費者教育の推進に関する法律第 10 条第 1 項の規定を根拠に策定を行っている。

現行計画の計画期間が令和 7 年 3 月に終了することから、SNS 関連の相談の急増など社会の変化に伴う新たな課題に対応し、府、市町村、消費者、事業者及び関係団体と連携・協働し、消費者の被害未然防止の強化を図ることにより、安心・安全な消費生活を実現するため、行動計画を改定する。

2 計画期間

令和 7 年度から令和 11 年度までの 5 年間

3 現状と課題等及び施策の主な内容

別紙のとおり

4 パブリックコメントの状況

(1) 期 間 令和 6 年 12 月 16 日（月）から令和 7 年 1 月 15 日（水）まで

(2) 意見提出 4 団体、2 個人 計 53 件

(3) 主な意見

- ・ 法令違反等の不適正な表示について監視を実施し、SNS でタイムリーに注意喚起を行うことにより、より多くの消費者の被害防止に繋がることを期待する。
- ・ ライフステージに応じた消費者被害の未然防止について、小学生とその保護者に対しても取り組んでいただきたい。
- ・ 消費者教育等の被害の未然防止の事業に比べて、駆逐すべき悪質業者の処分・指導に結びつく事業に関する記載が少ない。

5 中間案からの主な修正点

- ・ 年齢等特性に合わせた消費者被害の未然防止について、小学生及び子育て世代の消費者教育の推進について追記
- ・ 悪質な事業者に対しては、警察等と事業者情報を迅速に共有し、緊密に連携することにより、指導・処分の強化を図ることを追記

京都府安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画＜概要＞

1) 改正の趣旨

現行計画の計画期間が令和7年3月に終了することから、SNS関連の相談の急増など社会の変化に伴う新たな課題に対し、府、市町村、消費者、事業者及び関係団体と連携・協働し、消費者の被害防止等の強化を図ることにより、安心・安全な消費生活を実現するため、行動計画を改定する。

2) 計画期間 令和7年度から令和11年度までの5年間

3) 現状と課題等

①デジタル化の進展

- ・インターネットを利用した消費が拡大
- ・SNSをきっかけとした消費者被害相談の増加
- ・全ての年代での相談が多い

②高齢化の進展

- ・高齢者の単独世帯や夫婦のみの世帯が増加
- ・悪質な訪問販売や電話勧誘販売に加え、インターネット通販等による被害が増加

③人手不足の深刻化

- ・相談員等の専門人材の確保困難
- ・国家資格を有しない相談員の配置
- ・相談時間や開設日の短縮
- ・行政職員が相談に対応

④公正で持続可能な社会の実現

- ・エシカル消費（倫理的消費）についての認知度が低い
- ・勤労世代等、啓発活動支援が及んでいない世代が生じている
- ・コンシューマーボランティアの担い手不足

4) 施策の主な内容

①消費者被害の未然防止

- ・ネット取引被害の未然防止
SNS等を活用した情報発信強化
(対応事例の共有、不適正表示の注意喚起)
全ての年代で年齢等特性に応じた対策の推進
- ・高齢者等の特殊詐欺や悪質商法等消費者被害への対応
消費者安全確保地域協議会の活動強化
事業者団体の自主的なルール整備の促進
- ・年齢等特性に合わせた消費者被害の未然防止
ライフステージに応じた対策の推進
(就学前の子どもと保護者、勤労世代含む)

②迅速な問題解決と拡大防止

- ・デジタル社会における相談体制づくり
SNS経由の相談、自己解決の支援強化
DX化に伴う相談体制・情報共有の充実
- ・府内の消費生活相談体制の強化
市町村相談員のOJT研修の実施
弁護士、適格消費者団体との連携強化
- ・取引の適正化の推進
ネット適正表示対策強化
通報サイト等の活用の推進

③消費者教育の推進

- ・デジタル社会における消費者教育の機会拡大
幅広い世代へのインターネットリテラシーや金融経済教育の推進
- ・消費者教育の担い手の養成・支援等
大学等と連携したボランティアの確保・養成
地域団体等と連携した勤労世代への啓発
- ・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
消費者と事業者の交流の場の提供
事業者団体等と連携した適正勧誘等の推進

京都府安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画 (中間案) に対するパブリックコメント結果

1 募集期間 令和6年12月16日(月)から令和7年1月15日(水)まで

2 御意見提出状況

	提出者数	提出案件数
団体	4	35
個人	2	18
計	6	53

項目		件数
基本的な考え方		5
消費者被害の未然防止	インターネット取引被害への対応	5
	高齢者等の特殊詐欺や悪質商法等消費者被害への対応	6
	年齢等特性に合わせた消費者被害の未然防止	6
迅速な問題解決と拡大防止	デジタル社会における相談体制づくり	6
	府内の消費生活相談体制の強化	9
	取引の適正化の推進	6
消費者教育の推進	デジタル社会における消費者教育の機会拡大	3
	消費者教育の担い手の養成・支援等	4
	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	1
その他		2
計		53

京都府安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画（中間案）
パブリックコメントの御意見（要旨）及び府の考え方

※同様の御意見はまとめて記載

項 目		関連頁	御 意 見（要旨）	府の考え方
基本的な考え方	計画改定の趣旨	1	「持続可能な開発目標（SDGs）」について記載があるが、本行動計画の最終年度がSDGsが掲げる目標の最終年度であることに触れておくことが重要である。2024年度の日本のSDGs達成度は、総合評価は世界17位にランクアップしたものの、本計画でも意識している「目標12つくる責任つかう責任」については、「深刻な課題がある」と評価が下がって最低ランクになっており、このことを認識する必要があると考える。	御意見を踏まえ、追加記入します。
	インターネット取引被害への対応<課題>	8	デジタル化の進展により消費者と事業者の情報格差がこれまで以上に広がり、年代を問わず消費者被害、トラブルに遭うリスクが高まっており、消費者力を向上させるだけでは解決しないレベルになっていることの認識の共有が重要である。リテラシーの向上に「年代を問わず」等を追記してほしい。	御意見を踏まえ、追加記入します。
	計画の目標 施策推進に当たっての重点方針	20	デジタル化の進展により、消費者と事業者の情報格差やダークパターンなどによる巧妙な心理的勧誘は、消費者が気付かないうちに不利益を被っている場合なども多く十分に警戒レベルを上げるといった説明が必要である。	ダークパターン等への対応は、21頁のネット取引被害の未然防止のところに記載しているところですが、消費者が気づかない間に不利な契約をしてしまうことがあることを、消費者講座・消費者教育等の機会を捉え注意喚起を図ってまいります。
	施策推進に当たっての重点方針	20	重点方針として4つの柱を設けて施策推進を図ることについては、現状の課題と合致しており賛成する。	社会の変化に伴う新たな課題について、重点方針に留意しながら、関係団体等と連携し施策を推進してまいります。
消費者被害の未然防止	インターネット取引被害への対応	21	専門家の知見を得ながら相談事例の分析を行い、その結果得られた処理困難案件の対応事例等について市町村等との情報共有を強化するとあるが、情報共有するために最新情報が随時入手できるコンテンツや掲示板等の作成をすべきである。	処理困難案件の対応事例等の市町村等との共有手法については、市町村等と意見交換を行い、具体的な方法を検討してまいります。
		21	消費者問題の様相は大きく変化しており、消費者にとって情報の健全性を見極める力がこれまで以上に重要であると考えます。数値目標（1）アにダークパターン等に関する情報発信回数が設定されていることを評価するが、今後さらに、デジタル社会での新たな消費者問題に焦点を当てた施策を展開され、消費生活の安心・安全を確保する取り組みを推進されることを期待する。	デジタル化の急速な進展により、急増するインターネット取引被害への対応については、今後、更に取組を進めてまいります。
		21	法令違反やダークパターン等の不適正な表示について監視を実施し、京都くらしの安心・安全ネットワーク等と連携してSNSでタイムリーに注意喚起を行うことは、消費者被害の未然防止・拡大防止には有効な取り組みになると思うので、より多くの消費者の被害防止に繋がることを期待する。	通報サイトの情報も活用するなど、迅速な情報発信により、消費者の被害未然防止を強化してまいります。
		22	出前講座に参加しにくい子育て世代への学習が課題になっており、生活協同組合が実施している子育て世代への取組と連携して啓発の強化を図っていただきたい。	市町村、関係機関等の取組と連携した消費者教育の推進や啓発を図ってまいります。

項 目		関連頁	御 意 見（要旨）	府の考え方
消費者被害の未然防止	高齢者等の特殊詐欺や悪質商法等消費者被害への対応	22	京都府消費者安全確保地域協議会の活動強化について、団体間の連携を図るための具体的な支援を記載すべきである。	事例検討等の研修会の実施や啓発をはじめ、更なる連携強化の具体的な取組について、ネットワーク会議において検討を進めます。
		23	コロナ禍頃より地域の輪の在り方が以前と異なり、高齢者にとって大切な口コミのような地域内で信頼できる自衛ツールが薄れつつあると感じる。情報弱者となりやすい高齢者には、玄関前のシールや身近な窓口の広報ものなど、以前のようなアナログな伝達ツールも残していただきたい。	地域における見守り活動や市町村とも連携し、紙媒体を用いるなど、各年代の状況に応じた効果的な啓発を今後も実施し、被害の未然防止を図ってまいります。
		23	京都府警等と連携した通話録音装置の貸出について、貸出しできる数が限られていることから、従来から行ってきた留守番電話設定を活用した「シャットアウト作戦」を警察や市町村と連携して同時に取り組むことも明記すべきである。	留守番電話設定など電話機の機能を活用した電話勧誘対策等については、引き続き警察や市町村と連携し、周知を図ってまいります。
		23	他府県では防犯機能付きの電話を購入するに当たり補助がされるところもあり、訪問や電話勧誘による被害の割合が多い高齢者世帯には防犯グッズ購入に当たり一定補助があれば、防犯機能付きの電話等の普及が広がるのではなか。	通話録音装置の無料貸出しや、ナンバーディスプレイ等を活用した、在宅中も留守番電話設定にして直接対応しない等の、簡単に実行できる効果的な対策を啓発してまいります。
	年齢等特性に合わせた消費者被害の未然防止	25	ライフステージに応じた消費者被害の未然防止について、小学生とその保護者に対しても取り組んでいただきたい。	就学前だけでなく小学生についても追記します。大学生コンシューマーボランティアによる小学生への消費者教育講座の実施に取組んでまいります。
		25	先進的な取り組みを実施している中学校の事例を収集し、それらの情報を京都府の作成した教材とともに府内全体の中学校で共有することが重要と考える。これにより、各中学校が自主的に消費者教育を展開できる環境整備が進むことを期待している。	今後、府内全地域において、中学校の消費者教育教材や授業事例等の普及を図り、併せて、教員へ消費者教育に関する支援を行ってまいります。
		25	消費者教育の推進においては、目標値として実施件数が設定されることが一般的だと思われるが、教育の効果を何らかの形で評価できる仕組みを取り入れることが望ましい。	中学校等における消費者教育の状況をアンケート調査するなど、評価方法を検討してまいります。
		25	消費者教育の実施にあたっては、最新の若年者等の消費者トラブル事例も重要であるが、インターネット取引被害の事例、高齢者の被害事例についても学び、学んだことを家庭でも話題にしてみようことで、情報が届きにくい勤労者世代や高齢者にも情報を届けられる可能性があるので幅広い学習の実施をお願いしたい。	ネットトラブル対策については、年齢等特性に応じて幅広い年齢層を対象として実施し、出前講座に参加しにくい世代に向けて、啓発の強化を図ってまいります。
迅速な問題解決と拡大防止	デジタル社会における相談体制づくり	26	F A Q等の主要な相談事例を事前に案内する際は、消費者がF A Q等で自己解決できた場合にその解決に至った内容を情報提供できる場を設けるべきである。	消費者向けアンケート等により消費者が自己解決に至った内容の把握等についても検討してまいります。
		26	S N S経由「消費生活相談窓口」の設置に賛成する。電話での会話に苦手意識がある若年者等これまで相談することをためらっていた人がS N S経由の相談窓口を活用し、若年者の消費者トラブルの早期解決につながることに期待する。	S N Sを経由したメール相談窓口の周知に努め、FAQ等を活用した消費者自身による消費者トラブルの早期解決を図ってまいります。
		26	現在大学生協の店舗窓口等で「相談窓口188」を案内する等の連携をされており、一部大学生協では、本年は京都府から昨年はコンシューマーズ京都から大学生協職員を対象に学習会を実施した。大学生協でも積極的に学習会を実施し、現場の職員が困らないようすすめて欲しい。また、「大学生協職員等を対象に大学生に多い消費者トラブルや相談窓口相談することの重要性などを学ぶ機会を作ります。」等を追記してほしい。	大学生に対する消費者教育については、府内大学や大学生協との連携が不可欠であり、大学生協職員等に対しても消費生活講座を実施してまいります。

項 目		関連頁	御 意 見（要旨）	府の考え方
迅速な問題解決と拡大防止	デジタル社会における相談体制づくり	26	京都府としての行動計画であるから、「188」と同時に、京都府消費生活安全センターの直通の相談窓口番号「075-671-0004」も周知すべきである。	機会をとらえて京都府消費生活安全センターの直通電話番号を「188」と併せて周知を図ってまいります。
	府内の消費生活相談体制の強化	27	消費生活相談員の人材不足の大きな要因の一つに消費生活相談員資格の取得の難易度が高いにも関わらず、それに見合う待遇が得られないことがあるので、まず京都府が強力にリーダーシップを発揮して改善していくべきである。	京都府においては、令和6年度から勤勉手当の支給など改善を図ってきたところです。今後も、研修の受講機会の確保や事例検討会の実施等を通じ、消費生活相談員のスキルアップ等について支援してまいります。
		27	相談員のOJT研修では、府センターでの実施だけでなく、各市町村の窓口で直接訪問する形での研修を実施すべきである。	OJT研修については、市町村からの要望に応じたオーダーメイド研修を実施していくこととしています。
	取引の適正化の推進	28	巧妙化する手口への対策として、さらなる法改正や広域連携、様々な知見をもとにした対策をより具体化していくためにも、適格消費者団体との連携を強化することが望まれる。「京都府と適格消費者団体との定期的な情報交換の場を持ちます。」等を追記してほしい。	弁護士、適格消費者団体、警察等と意見交換等を行い、一層の連携により消費生活施策を推進してまいります。
		28	悪質な手口については適格消費者団体との情報共有を強化し、被害回復・被害拡大防止に努めいただきたい。	弁護士、適格消費者団体、警察等と意見交換を行い、情報共有を強化し、連携しながら被害拡大防止等に努めてまいります。
		28	消費者被害を招く新たな手口による相談があった時にはその情報が素早く共有され被害の未然防止に繋がることを期待する。	新たな手口についても、市町村等関係機関との情報共有を図ってまいります。
		28	弁護士、適格消費者団体等との連携において、特に行政指導の面での連携強化を実施していただきたい。	今後も、弁護士会及び消費者団体等との意見交換を行いながら、連携、協働による効果的な指導等を推進してまいります。
		28 (21)	ネット適正表示対策強化による未然防止として、監視（ネットパトロール）を行うとあるが、取引の適正化の推進項目においても、法令違反があった場合の事業者処分や指導に結びつけることを明記すべきである。	御意見を踏まえて、追記します。
		28 (24)	通報サイト等の活用の推進（情報共有、注意喚起）について、事業者指導等の強化だけでなく、悪質な取引や広告の事例として整理を行い、府民に情報共有し注意喚起を図るとことはまさに被害の拡大防止に繋がるもので高く評価する。	通報サイトの活用について周知を図るとともに、収集した情報の発信を強化し、効果的な注意喚起をすることで、被害の拡大防止を図ってまいります。
		29	レスキュー商法や点検商法等により高額な修理費用等を請求された案件等について、当該工事が適正な工法による適正な価格であったか否かのセカンドオピニオンを求め、勧誘行為に法令違反があった場合に指導することについての継続はまさに速やかな相談あっせん解決や事業者指導に繋がるものであり、高く評価する。	事業者団体等と連携を密にし、法令違反への指導や速やかなトラブルの解決を図ってまいります。
消費者教育の推進	デジタル社会における消費者教育の機会拡大	29	小学生によるオンラインゲームへ的高額な課金や、インターネット通販でのトラブルが多いと聞いているので、小学校でも中学校・高等学校同様、消費者教育が実施されることを期待する。	大学生コンシューマーボランティアを中心に児童館等でインターネットに関する消費者教育を引き続き実施するほか、保護者への消費者教育を推進してまいります。
		29	小学生やその保護者に対する消費者教育、教材の紹介・作成もすべきである。	大学生コンシューマーボランティアによる小学生への消費者教育講座の実施のほか、関係機関と連携した消費者教育や教材等の紹介をしてまいります。
	消費者教育の担い手の養成・支援等	31	コンシューマーボランティアは無償での活動になると思うが、近年の物価高騰等に伴い、大学生の暮らしも厳しくなっているので有償でのボランティア制度について検討できないか。	ボランティアの有償化は予算的に厳しい状況です。充実感・達成感のある活動内容の提示や活動に対しての顕彰等により、ボランティアの皆様の活動に報いたいと考えます。
		31	消費者団体もこれまで大学生や一般、高齢者を対象とした京都府コンシューマーボランティアの活動支援及び新たな担い手募集に力を入れおり、今後も大切な活動として位置づけていきたいと考えているので、「地域でボランティア活動をしている団体や生活協同組合等」に「消費者団体」も加えてほしい。	御意見を踏まえて、追記します。

項 目		関連頁	御 意 見（要旨）	府の考え方
消費者教育の推進	消費者教育の担い手の養成・支援等	32	消費者団体が進めている消費者教育の取組との連携・協働について、適格消費者団体が行う消費者教育に関しても支援をして頂きたい。	適格消費者団体等と意見交換を行い、各団体の取組に応じた消費者教育を支援してまいります。
	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	32	生活協同組合ではエシカル消費の拡大に向けて、様々な広報やイベント等に取り組んでおり、京都府と生活協同組合の連携がさらに進むことを期待する。	今後も関係団体の実施されている取組と連携を進め、エシカル消費の普及・啓発に取り組んでまいります。
その他	計画の目標と施策推進に当たっての基本的な考え方		施策推進に当たっての重点方針として4つの柱を設けて施策展開を図ることについて、幅広に課題と対策が記載されているが、消費者教育等の被害の未然防止の事業に比べて、駆逐すべき悪質事業者の処分・指導や処分・指導に結びつく事業に関する記載が少なく、具体的でないなどバランスを欠く内容である。 悪質な事業者には適切な行政指導や処分をしていかないと悪質商法は減っていかない。人間の通常の消費行動や判断力の恒常的あるいは一時的な低下を利用する商法の横行に対しては、消費者教育、啓発だけでは被害予防になっていかない。	被害予防のためには、未然防止対策の強化とともに、通報サイトの活用やネットパトロール等の強化により、法令違反が認められる事業者については、警察と役割分担を図り、緊密に連携をとりながら、行政指導や処分等を適切に行い被害の拡大防止に努めてまいります。 なお、御意見を踏まえて、処分の強化について追記します。
			京都府消費生活安全条例第25条における京都府消費生活審議会のあっせん又は調停について、消費者からの申し出があった苦情のうち解決が困難であると認めるものについて、京都府消費生活審議会のあっせん調停が行われれば、同種案件の解決指針になることや内容を公表できるメリットがあり、活性化させるべきである。	条例に基づく審議会のあっせん又は調停は一定の時間を要するため、現在は定期的な弁護士相談により、迅速に事業者へのあっせん解決を行っています。解決が困難な事例については、審議会の活用等を検討してまいります。

京都府安心・安全な消費生活の
実現を目指す行動計画（最終案）

令和7年3月

京 都 府

目 次

1 改定の趣旨	1
(1) 計画改定の趣旨	
(2) 計画の位置づけ	
(3) 計画の期間	
2 消費者を取り巻く社会状況等	2
(1) デジタル化の進展に伴う取引環境の変化	
(2) 高齢化の進展に伴う消費者被害	
(3) 人手不足の深刻化に伴う専門人材の確保困難	
(4) 持続可能な開発目標（SDGs）と消費者行動・意識	
3 京都府の消費生活行政の現状と課題	6
(1) インターネット取引被害への対応	
(2) 高齢者等の特殊詐欺や悪質商法等消費者被害への対応	
(3) 年齢等特性に合わせた消費者教育の実施	
(4) 府内の消費生活相談体制の強化	
(5) 取引の適正化の推進	
(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当たっての基本的な考え方	20
(1) 計画の目標	
(2) 施策推進に当たっての重点方針	
5 施策の展開	21
(1) 消費者被害の未然防止	
ア インターネット取引被害への対応	
イ 高齢者等の特殊詐欺や悪質商法等消費者被害への対応	
ウ 年齢等特性に合わせた消費者被害の未然防止	
(2) 迅速な問題解決と拡大防止	
ア デジタル社会における相談体制づくり	
イ 府内の消費生活相談体制の強化	
ウ 取引の適正化の推進	
(3) 消費者教育の推進	
ア デジタル社会における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	
数値目標一覧	
6 進行管理等	36
（参考）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	37
（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。）第 7 条の規定により策定している京都府安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画（以下「行動計画」という。）に基づき、消費者被害を防止するとともに、全ての府民が、「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できるよう各種施策を実施してきた。

令和 4 年度から令和 6 年度までを計画期間とする行動計画では、令和 4 年 4 月からの成年年齢引下げにおける若年者への消費者教育の充実による消費者被害の未然防止を図り、悪質商法等による高齢者の消費者被害対策や、増加するインターネット取引への対応の強化など事業を実施した。また、人口減少の進行による消費者行政担当職員等の専門人材の確保困難等が予想される中、引き続き府内のどこでも質の高い相談や救済が受けられるよう、京都府内消費生活相談体制等有識者会議を設置し、府内の消費生活相談に係る課題を共有して、府と市町村の役割や、府の市町村に対する支援策について、学識経験者等からの意見を取りまとめた。

約 3 年にわたる新型コロナウイルス感染症の影響による社会環境の変容は消費者行動や事業活動に大きな変化をもたらし、SNS^{*21} 関連の相談が急増した。また、「新たな少額投資非課税制度（新 NISA）」が家計の安定的な資産形成政策として令和 6 年 1 月に開始され、投資や金融経済に関する消費者教育が必要とされるほか、令和 8 年に予定される国の消費生活相談の新システムへの移行やデジタル化など、社会の変化に伴う新たな課題に対応するため、府、市町村、消費者、事業者及び関係団体の連携や協働を推進することで、今後も全ての府民が安心・安全な消費生活を送れるよう施策を進めることが求められている。

更に、世界が持続可能な発展を続けていくための指針であり、本計画の最終年度が目標の達成期限である「持続可能な開発目標（SDGs）」において「つくる責任、使う責任」（目標 12）が謳われる中、消費者が様々な課題の解決に向け主体的に考え、積極的に行動するのみならず、事業者側の環境への配慮や消費者全体の利益を志向した事業活動の促進も必要とされている。

こうした消費者を取り巻く状況の変化を踏まえ、本行動計画での一層の消費生活施策の推進が必要であることから、計画期間の最終年度（令和 11 年度）の数値目標を設定し、今回、行動計画を改定する。

(2) 計画の位置付け

本計画は、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 項に定める都道府県消費者教育推進計画に位置付けるものとする。

(3) 計画の期間

令和 7 年度から令和 11 年度までの 5 年間とする。

2 消費者を取り巻く社会状況等

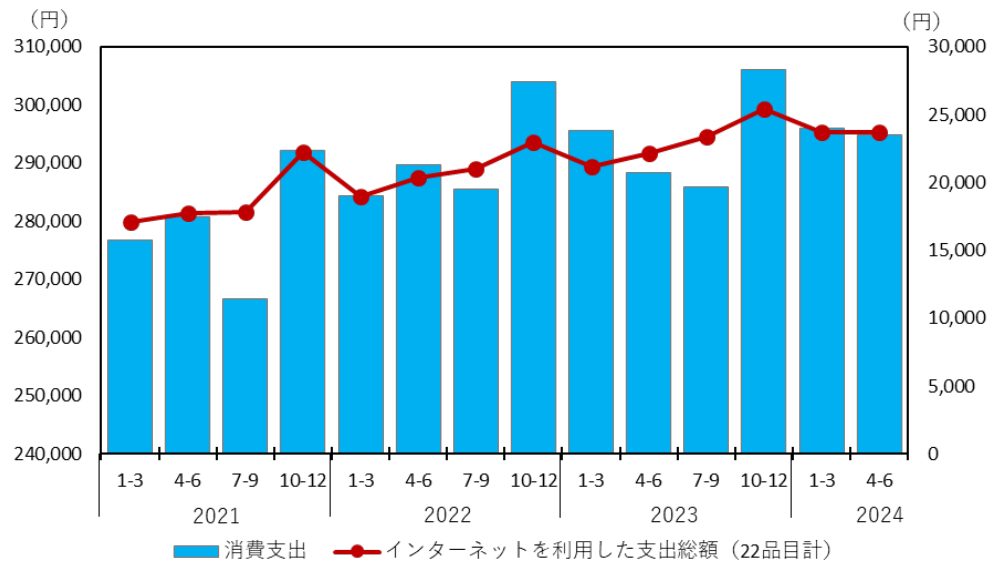
(1) デジタル化の進展に伴う取引環境の変化

- 近年、デジタル化の進展に伴い、パソコン・スマートフォン等の利用率の高まりにより、インターネットを利用した消費は、全ての年齢層で増加している。

(図 1-1) (図 1-2)

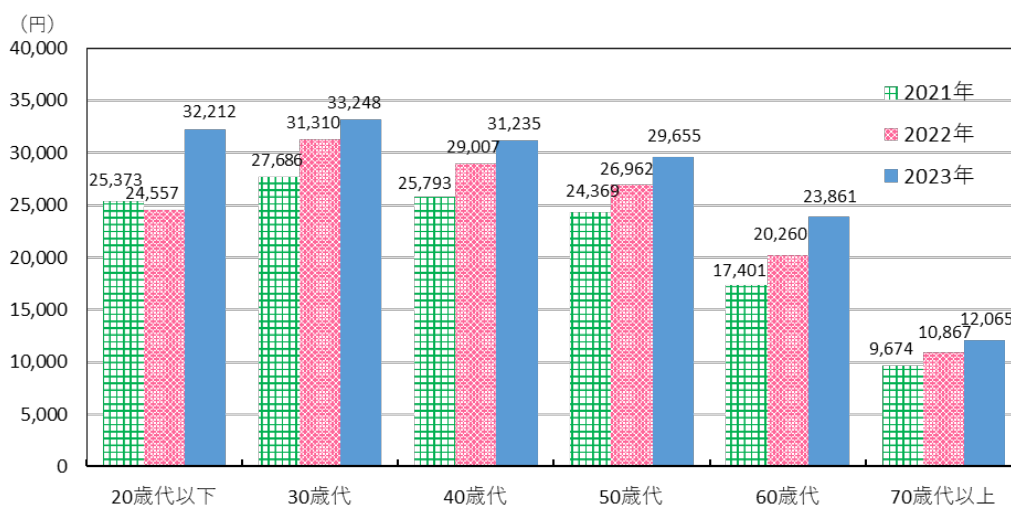
- インターネットを利用した支出が増加する中、決済手段の多様化、商品の不十分な説明や情報不足等に加えて、偽サイトの出現、個人間取引増加等によるトラブルなども多くなっている。

(図 1-1) 家計支出とインターネットを利用した支出の推移



(資料)「家計調査（二人以上の世帯）」「家計消費状況調査（二人以上の世帯）」（総務省）から作成

(図 1-2) インターネットを利用した支出の推移（世帯主年齢層別）

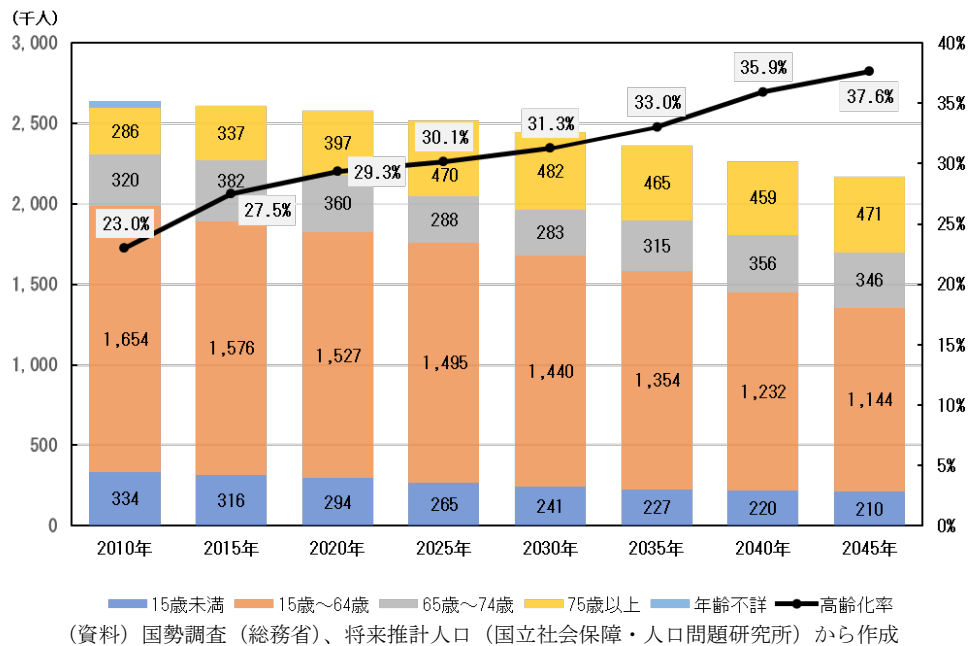


(資料)「家計消費状況調査（二人以上の世帯）」（総務省）から作成

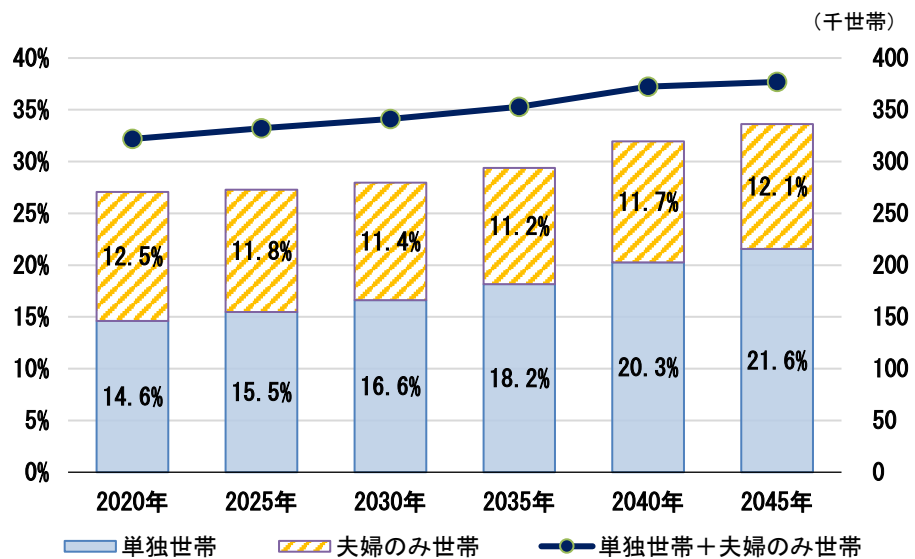
(2) 高齢化の進展に伴う消費者被害

- 総人口が減少する中でも高齢者人口は増加しており、今後も高齢化率の上昇が見込まれる。高齢者の中には加齢等による判断能力の低下が見られることもあり、高齢消費者の被害防止とその支援が大きな課題となっている。(図 2-1)
- 高齢化の進行や社会情勢の変化に伴い、世帯主の年齢が 65 歳以上の単独世帯及び夫婦のみ世帯は、世帯数、全体に占める割合ともに、今後も増加が見込まれる。高齢者のみの世帯は周囲からの目が届きにくいことから、消費者トラブルに巻き込まれやすく、また支援が遅れる場合もあり、消費者被害の発生、拡大の危険性が高くなる。(図 2-2)

(図 2-1) 京都府の年齢階級別人口と高齢化率の推移



(図 2-2) 京都府の 65 歳以上の高齢世帯のうち単独世帯及び夫婦のみ世帯の推移



(3) 人手不足の深刻化に伴う専門人材の確保困難

○ 令和2年8月に内閣府消費者委員会においてまとめられた「地方消費者行政専門調査会報告書^{*13}」によると、我が国の今後の人口の推移は、出生数減の傾向が継続することにより人口減少が加速し、2065年頃まで人口減少が続く見通しであるとし、「生産年齢人口の減少により人手不足が深刻化する。そのため、行政に関する人材の確保も困難になり、消費者行政職員数も減少することから行政サービスの供給制約要因となるおそれがある。また、消費生活相談員をはじめとする消費者行政に関わる専門人材の確保も困難になる等、様々な資源制約も見込まれる。」とされている。

○ また、高齢者人口は、2040年頃に向けて増加を続け、高齢化率も4割程度に達すると見通されている。認知症の発症割合は年齢が上がるとともに上昇するため、認知症患者の数も増加するとされ、高齢化の進展や単身世帯の増加による孤立化、デジタル情報化、非対面化により、消費者は消費者被害に遭いやすい状態になることが懸念されている。

京都府においても、消費生活相談員の高齢化や地域における専門人材の不足等、センター等の運営に苦慮する例が出ており、今後も、全ての府民が身近な消費生活センター等で相談や救済を受けられる体制の維持や、消費生活相談員の確保・育成の取組が求められている。

(図3) 地方消費者行政専門調査会報告書《概要から抜粋》

第2 20年後の我が国の主な課題と消費者行政		3
1 20年後の消費者を取り巻く環境において予想される課題と展望 (P7)		
【課題】		【展望】
○我が国の今後の人口の推移は、2065年頃まで 人口減少が続く見通し 。 ○高齢者人口は2040年頃に向けて増加を続け、 高齢化率も4割程度に達する 。 ○高齢化や過疎化が進展することにより、住民生活を支える地域社会の相互扶助の機能の弱まり等、「 地域力 」(住民自身による 見守りや課題への対応力等)の低下。 ○単身世帯の増加、コミュニケーションの取り方の変化等を背景に、 消費者は孤立 を深める。 ○デジタル情報化、非対面化が進展し、顔の見えない 匿名社会 が広がる。		○ICT・AI技術を活用した消費者への情報提供等で消費者をサポート。 ○保健医療、生涯学習の発展等もあって、 社会に積極的に関わるアクティブシニアの増加 、アクティブシニア向けの新たな市場の登場等が経済を活性化。
2 20年後の地方消費者行政において予想される課題と展望 (P8)		
【課題】		【展望】
○消費者行政職員数も減少することから行政サービスの供給制約要因に。 消費生活相談員等専門人材の確保も困難 。 ○行政の職員数減少等から 行政の対応力は低下 。		○ICT・AI技術は 消費者行政の効率化 に寄与。 ○自然、伝統工芸等魅力ある資源を活用し、 地方はエシカル消費、SDGsの実践の場 に。
3 消費者行政の重要性の更なる増大 (P9)		
○単身世帯の増加による孤立化、匿名社会の広がり等により、消費者は一層様々な消費者問題に直面。他方、地域力は低下し、行政の人的・財政的制約は厳しく。 ○感染症や自然災害等緊急事態に備えた消費者行政への対応も急務。SDGsの達成も見据え、 責任ある持続可能な消費と生産、安全安心な市場を国内で醸成することは不可欠 。 ○人口の4割程度を占める高齢者が、生き生きと安全安心な消費生活を送ることができる社会を実現することも重要な課題。		

(4) 持続可能な開発目標（SDGs）と消費者行動・意識

- 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、特に目標 12 では「持続可能な生産・消費形態を確保する」が掲げられ、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や大企業等での持続可能な取組の導入などが盛り込まれている。（図 4-1）

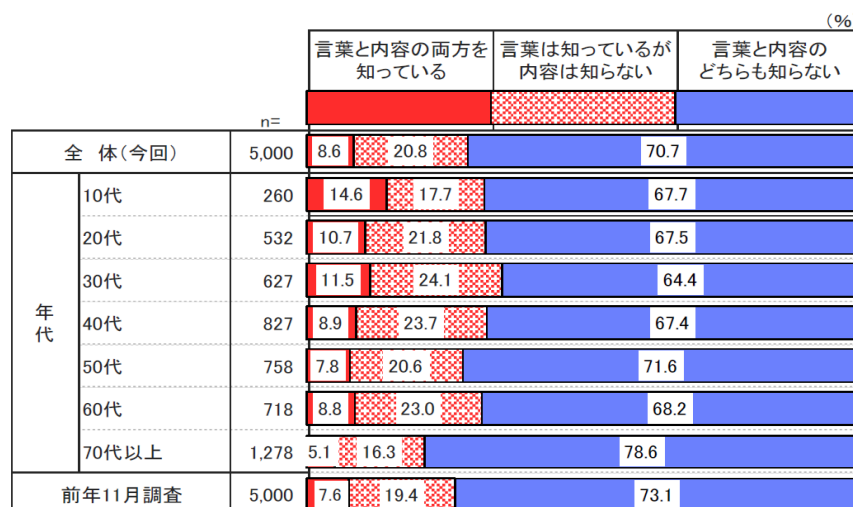
持続可能な開発目標は、全ての国に適用され、世界が持続可能な開発を続けていくための指針であり、消費者一人ひとりの消費行動の観点から留意する必要がある。

- SDGs に沿った消費生活施策としての「エシカル消費（倫理的消費）※¹」について、消費者庁が行った令和 5 年度認知度調査によると、前年度調査から言葉や内容の認知は上昇しているものの、十分に浸透しているとは言えない。（図 4-2）

（図 4-1） 持続可能な開発目標（SDGs）



（図 4-2）「エシカル消費（倫理的消費）」の認知状況



（資料）令和 5 年度第 3 回消費生活意識調査報告書（消費者庁）から引用

3 京都府の消費生活行政の現状と課題

(1) インターネット取引被害への対応

<現状>

■インターネット取引の相談の特徴

- 京都府では、SNSに表示された広告がきっかけとなったトラブル、SNSで知り合った人から怪しい儲け話を勧められるトラブルなどのSNSに関する相談は令和元年度から令和5年度で3倍以上に増加し、幅広い年代でトラブルが発生している。

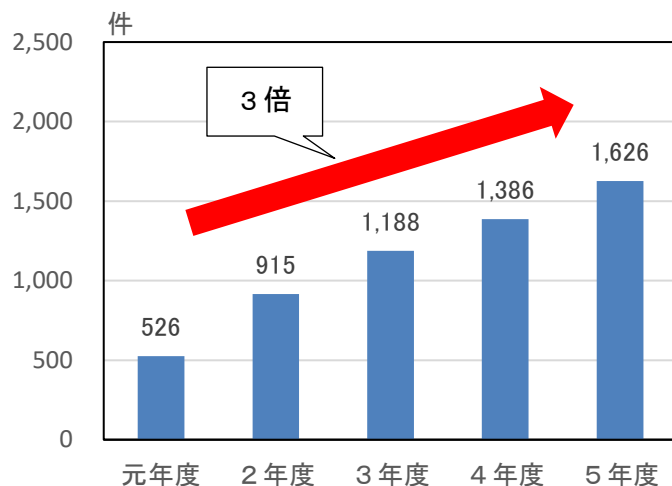
(図 5-1) (図 5-2)

- 京都府内の消費生活相談（販売購入形態別）では、通信販売が最も多く、中でもインターネット通販の相談が高止まりの状況である。(図 5-3)

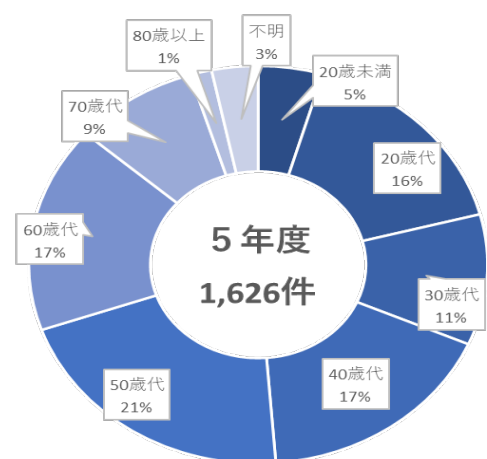
- インターネット通販では、健康食品・サプリメント、美容関連商品等を通信販売で購入する際に、「無料お試し」や「低額のお試し価格」と思って注文したところ、定期購入の条件が付いていたといった相談が引き続き最も多く、高止まりの状況である。

(図 5-4)

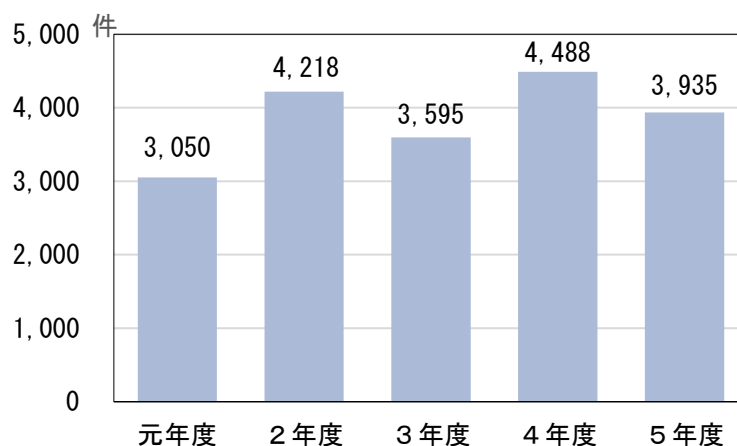
(図 5-1) 京都府の SNS に関する相談件数



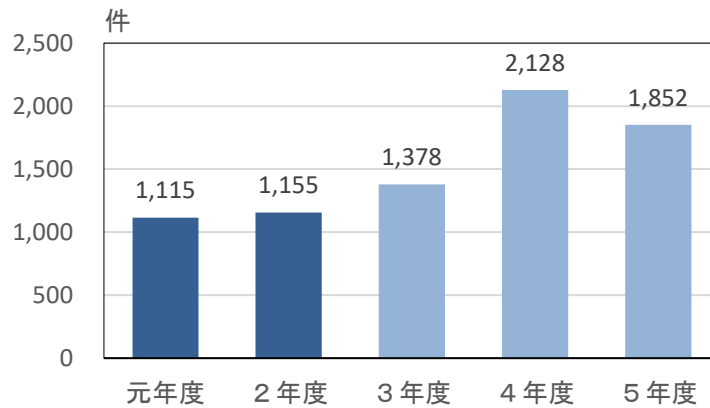
(図 5-2) 契約当事者の年齢別相談割合



(図 5-3) 京都府のインターネット通販の商品に関する相談件数



(図 5-4) 京都府のお試しの定期購入に関する相談件数



※元年度・2年度 PIO-NET 検索条件：従前の独立行政法人国民生活センター公表分に基づく件数
 ※3年度以降 PIO-NET 検索条件：令和3年度に新設された内容等キーワード「定期購入」に基づく件数
 (新キーワード設定で、より直接的な抽出・分析が可能となったが、令和2年度以前は算出できないため、単純な比較はできない)

■京都府の施策

1 消費者教育・啓発

- SNS (X (旧Twitter)、Facebook、Instagram、LINE等) により、消費者問題等の情報を発信するとともに、ホームページに、ネット取引被害等を含む相談事例を掲載
 実績：SNS発信数 令和4年度 402件、令和5年度 344件
- 消費生活に関わる様々な切り口やテーマで、短時間の動画を作成し、社会人の自宅学習等の活用を促進するため、府民へ啓発
- 京都府警察と連携し、ネット取引被害についてタブレットを用いて疑似体験できる教材を活用した「体験型ネットトラブル対策講座」をイベント等において実施
- 府全域において、ネット被害防止をテーマとした出前講座を開催
 実績：令和4年度 38講座、令和5年度 123講座
- 大学生のコンシューマーボランティア^{※5}が、児童館等において、小学生を対象としたインターネットトラブル防止等の講座を実施
 実績：令和4年度 4講座、令和5年度 3講座

2 ネット取引被害の未然防止

- 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する「ネット取引対策チーム^{※17}」を活用した消費生活相談員向け研修会等の実施
- ネット適正表示対策 (ネットパトロール) による調査・指導の実施
 実績：令和4年度 32件、令和5年度 18件

<課題>

- ・ デジタル化の進展により、SNSをきっかけとした消費者被害の相談が急増しており、全年齢層での自立した消費者としてのデジタルリテラシーの向上が必要
- ・ 特に、被害が大きい投資詐欺等の被害未然防止のため、勤労世代も含めた消費者教育の推進が必要

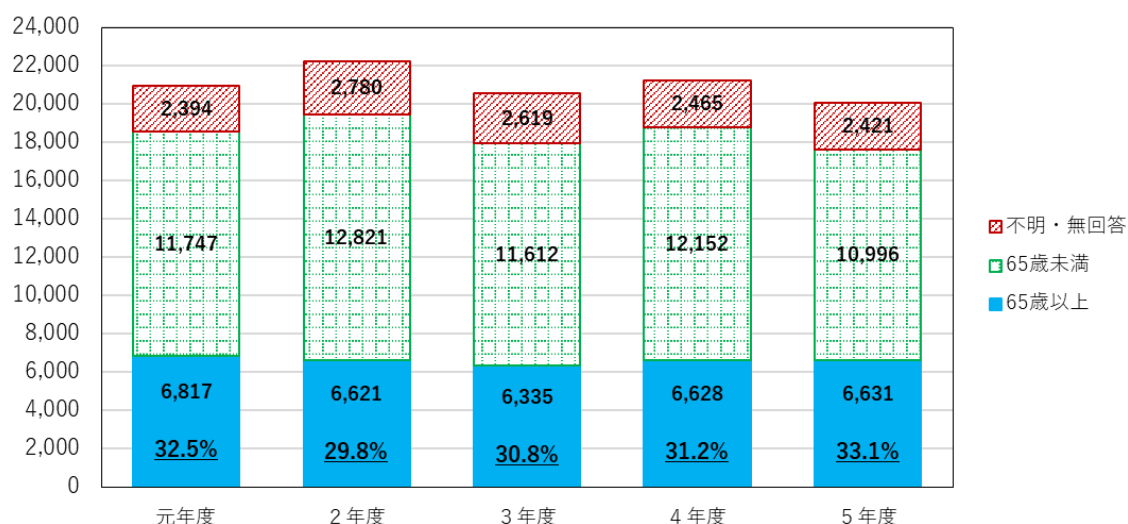
(2) 高齢者等の特殊詐欺や悪質商法等の消費者被害への対応

<現状>

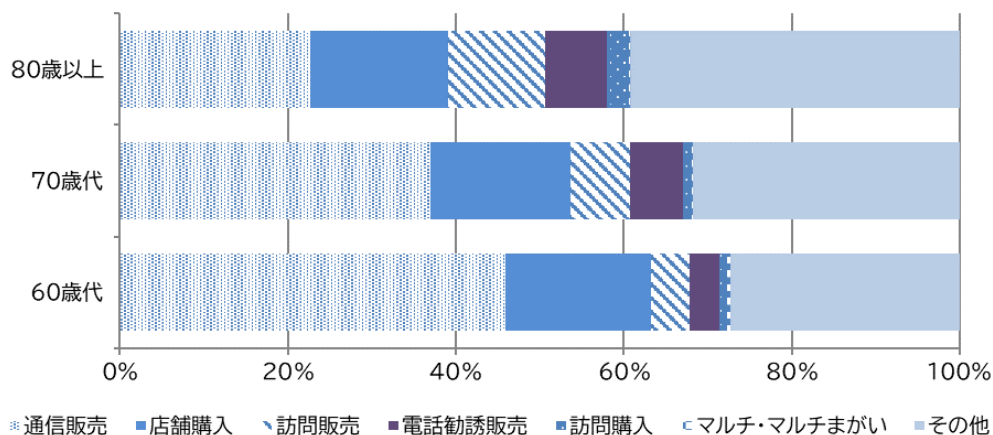
■高齢者の相談の特徴

- 令和5年度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、33.1%となっている。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。(図6-1)(図6-2)
- 高齢者の相談のうち、判断不十分者に係る相談では、「通信販売」が最も多く、家族から、テレビショッピングやインターネット通販で定期購入を繰り返しているといった内容の相談がある。(図6-3)
- 高齢者は、被害に遭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状況があり、また、在宅時間が長く、他人と接する機会が少ないこともあって、高齢者が悪質な訪問販売や電話勧誘販売に加えて、インターネット通販等による被害に遭うリスクも一層高まっている。

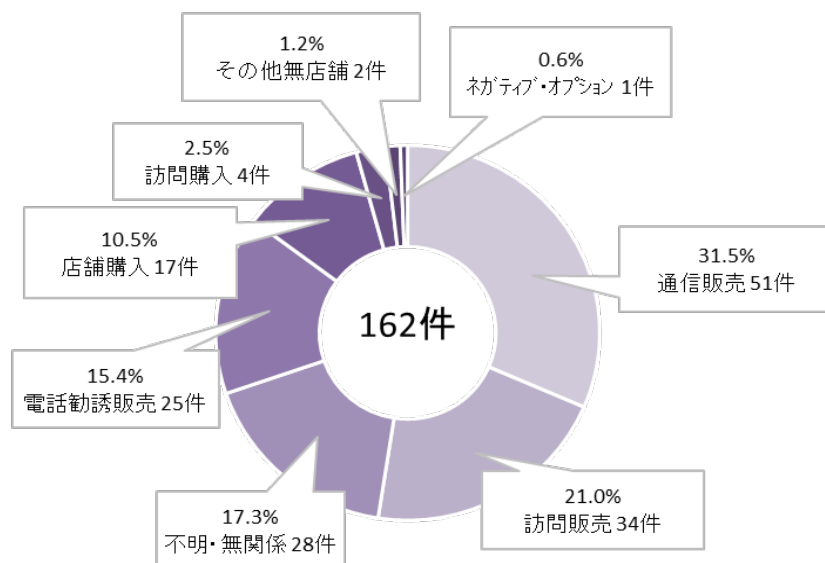
(図6-1) 相談者の年齢内訳



(図6-2) 年齢層別(60歳～80歳代)・購入形態別相談割合



(図 6-3) 令和 5 年度判断不十分者(契約当事者)に関する相談(162 件)の販売購入形態別割合



■京都府の施策

1 地域における見守り活動の強化による消費者被害の未然防止

- 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
- 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「京都くらしの安心・安全ネットワーク※³」を京都府消費者安全確保地域協議会※⁷として位置付け、見守り支援や啓発活動を実施
- 福祉・介護関係職員等、見守り活動の担い手を対象とした専門研修を実施
実績：令和 4 年度 6 回・178 人参加、令和 5 年度 17 回・852 人参加
- 地域において、消費生活情報を積極的に提供するコンシューマーボランティアやくらしの安心推進員による身近な方への啓発
- 二次被害を防止するため、消費生活相談員から被害に遭った（遭いそうになった）高齢者への架電による注意喚起等を実施

2 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

- 回覧板等市町村の広報媒体を活用した啓発、通話録音装置※¹⁴の貸出し、京都府警察や市町村等と連携した啓発など、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を実施
- くらしの安心推進員による見守り活動
地域の消費生活リーダーとして、くらしの安心推進員が声かけ等を通じて日常生活の範囲で身近な人に消費生活情報を積極的に提供
実績：啓発資材を活用した見守り活動の実施 令和 4 年度 64 人、令和 5 年度 60 人
- 市町村等の啓発活動を支援するため、消費者トラブル事例等の啓発コンテンツデータ（二次加工が可能なもの）を提供

- 被害経験者への架電による注意喚起時の呼びかけや、SNS等の発信、啓発冊子の配布等により留守番電話設定を活用した被害防止を推進

<課題>

- ・ 京都府警察や福祉部門等の多様な主体と連携し、高齢者等と身近に接する者への研修等の取組が必要
- ・ 地域における見守り活動の推進のため、既存の活動に消費者被害の視点を位置付けることを働きかける取組が必要

(3) 年齢等特性に合わせた消費者教育の実施

<現状>

■京都府における年齢別相談の特徴

- 20歳未満では、他の年代にはないオンラインゲーム関連の相談を含む「他の教養・娯楽」が1位となっている。（図7）
- 20歳代の特徴としては、他の年代には無い「理美容」が上位に入っています。
- 20歳代、30歳代及び40歳代では、退去時の費用負担などの「不動産貸借等」に関する相談が上位となっている。
- 30歳代以上の全ての年齢層で、内容の特定できない商品や架空請求を含む「商品一般」の相談が多くなっている。
- 通信販売で購入する際に、「申込みは簡単にできたが、なかなか解約できない」といった、いわゆる「お試し定期購入」の相談が多く含まれるため、複数の世代で「化粧品」が、上位に入っている。

（図7）契約当事者の年代別、商品・役務別（小分類上位3位）

年齢層	1位		2位		3位	
		件数		件数		件数
20歳未満	他の教養・娯楽	123	商品一般	27	化粧品	26
20歳代	理美容	205	不動産貸借等	182	内職・副業	119
30歳代	不動産貸借等	179	商品一般	115	役務その他	82
40歳代	商品一般	178	不動産貸借等	147	化粧品	130
50歳代	化粧品	292	商品一般	279	役務その他	154
60歳代	化粧品	367	商品一般	254	役務その他	142
70歳以上	商品一般	605	化粧品	412	役務その他	269

（資料）京都府令和5年度消費生活相談概要から抜粋

■京都府の施策

1 中学生に対する消費者教育

有識者、中学校教諭、消費生活相談員で構成したチームにより、教材や授業プランを作成し、試行授業を実施するなど、府内中学校に周知・普及を図っている。

実績：・試行授業回数 令和4年度 7回、令和5年度 14回

・教員向け教材説明 令和4年度 2回、令和5年度 5回

・「中学校における消費者教育の実施に関するアンケート調査」結果

5年度中に消費者教育を実施 125校／129校中

消費者教育に京都府作成の教材を活用 29校／125校

2 高校生に対する消費者教育

- 高校生を対象とした出前講座の実施

実績：令和4年度 42回、令和5年度 56回

- 高校の教員等を対象に出前講座を実施
実績：令和4年度 2回、令和5年度 1回

3 大学生・専門学校生等に対する消費者教育

- 消費生活に関わる様々な切り口やテーマで、短時間の動画等を作成し、若年層向けSNS等を活用した情報発信
- 大学の新入生オリエンテーション等を活用した啓発の実施
- 京都府大学安全・安心推進協議会※⁴と連携した大学生等への情報提供

4 若年者自身による消費者教育

- 若年者自身（コンシューマーボランティア）による消費者教育の実施
実績：活動回数 令和4年度 81回、令和5年度 76回
うち大学生を対象とした講座 令和4年度 4回、令和5年度 5回
小学生を対象とした講座 令和4年度 7回、令和5年度 12回

<課題>

- ・インターネット取引関連では、幅広い年代でトラブルが発生していることから、中学校・高等学校等をはじめ若年者への消費者教育の取組を継続的に実施するとともに、勤労世代も含め、ライフステージに応じた消費者被害の未然防止、被害の拡大防止、迅速な解決、消費者教育の推進が必要

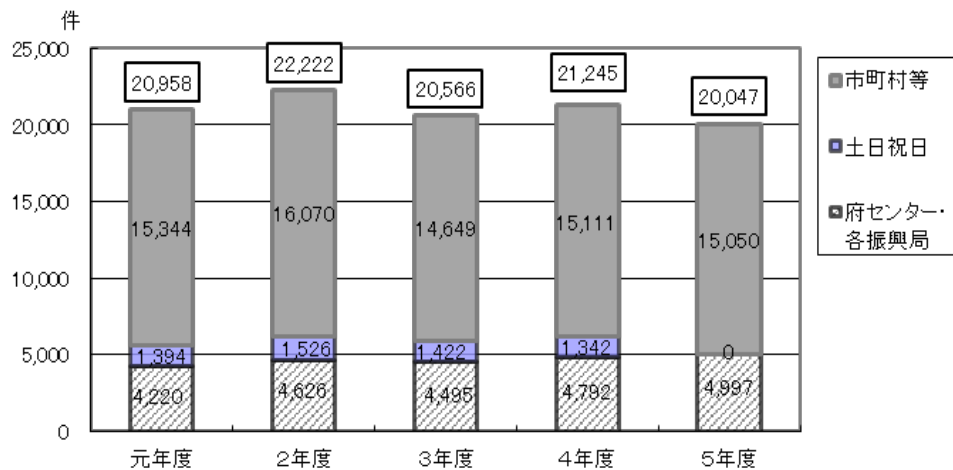
(4) 府内の消費生活相談体制の強化

<現状>

■消費生活相談窓口の状況

- 京都府では、平成 23 年度に全ての市町村に、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。
- 現在、20 市町村は消費生活センター、6 市町は相談窓口として、住民の相談に対応している。平日の月曜日から金曜日まで開設している自治体は 22 団体、それ以外は 4 団体となっている。
- 令和 5 年度に京都府内の消費生活相談窓口に寄せられた相談 20,047 件のうち 7 割強を市町村の消費生活センター等が受けており、着実に相談体制の整備が図れている。(図 8-1)
- 生産年齢の人口減少により、消費生活相談員の確保や育成を課題としている自治体が多く見られ、国家資格を有しない消費生活相談員を配置している自治体も存在する。
- 相談時間や開設日を短縮する自治体、消費生活相談員の配置を取りやめ、一般行政相談として、行政職員が相談を受付ける体制に変更した自治体が存在する。
- インターネット取引の増加や決済方法の多様化によるトラブルなど、消費者相談が複雑化、困難化する傾向にある。また、国が推進する消費生活相談DXの導入を見据えた対応が必要となっている。

(図 8-1) 消費生活相談件数の推移



■京都府の施策

- 京都府内消費生活相談体制等有識者会議を設置し(令和 4 年 10 月 17 日設置)、令和 6 年 3 月までに 6 回にわたり会議を開催し、令和 6 年 7 月に意見の整理を公表(図 8-2)
- 消費生活相談業務の認知度を向上させる人材不足対策の一環として、職業としての消費生活相談員の魅力をホームページ等で発信
- 府内の消費生活センター等への支援として、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、弁護士相談等を実施

今後の府及び市町村施策への提言

社会経済の変化に伴う消費生活の構造が大きく変わる中、これまでの消費生活相談という仕組み等の組み替えを検討する段階にある。各地域での暮らしに即しながら地方行政の中でどのように実体化・実装化していくかの課題に柔軟に対応されるとともに、府と市町村で情報共有を進め、更なる連携や議論を重ね解決を目指していただくと願う。

○ 府への提言

- ・市町村への使用、加工できる啓発資材コンテンツの提供
- ・消費者教育副教材の提供や活用方法の例示
- ・府全体での相談員の確保体制の検討
- ・消費者安全確保地域協議会設置促進のインセンティブとなる取組の検討

○ 市町村への提言

- ・相談体制維持・強化のための今後の方策の検討
- ・広域連携の検討
- ・相談員確保に向けての府との連携
- ・啓発や消費者教育(学校教育、社会教育)の推進

<課題>

- ・市町村等において的確な消費生活相談対応ができるよう弁護士会等、関係団体の協力による支援の継続が必要

(5) 取引の適正化の推進

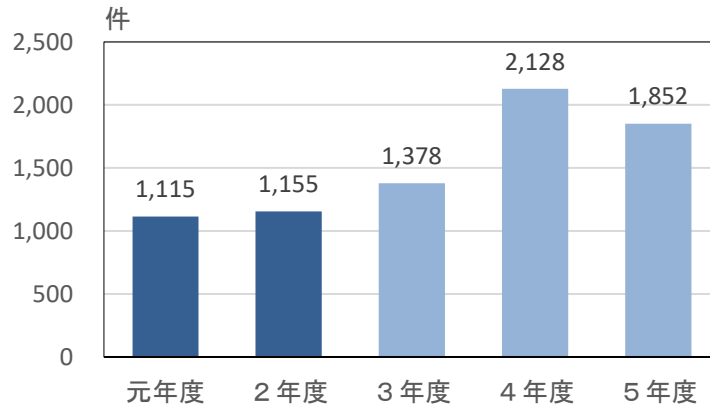
<現状>

■悪質・巧妙化・広域化する事案の発生

- 高齢者や要配慮者の消費者を対象に、SNSを利用した勧誘方法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、ネット広告等がきっかけとなり、水回りや鍵の修理などのいわゆる「暮らしのレスキューサービス」におけるトラブルなど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。
- インターネット取引の増加に伴い、通信販売での「初回無料」「お試し」と表示しておきながら定期購入であることが条件だった等の「詐欺的な定期購入商法」が増加している。

(図 9)

(図 9) 京都府のお試しの定期購入に関する相談件数 (再掲)



※元年度・2年度 PIO-NET 検索条件：従前の独立行政法人国民生活センター公表分に基づく件数
※3年度以降 PIO-NET 検索条件：令和3年度に新設された内容等キーワード「定期購入」に基づく件数
(新キーワード設定で、より直接的な抽出・分析が可能となったが、令和2年度以前は算出できないため、単純な比較はできない)

■京都府の施策

○ 悪質事業者の処分・指導

- ・ 市町村消費生活センターや京都府警察との連携や、広域案件での国、関係都道府県との連携により、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、特定商取引に関する法律(昭和51年法律第57号。以下「特定商取引法」という。)や条例に基づく処分及び指導を厳正に実施

実績：・特定商取引法に基づく行政処分

令和4年度 1件(排水桝補修等の点検商法)

・特定商取引法及び条例に基づく指導

令和4年度 4件、令和5年度 7件

・条例に基づく勧告

令和4年度 1件、令和5年度 1件

○ ネット適正表示対策(ネットパトロール)

- ・ インターネット上の広告に詐欺的定期購入の表示や誇大・不当な表示がないか監視を行

い、迅速な指導につなげている。

実績：令和4年度 32件、令和5年度 18件

○ 業界団体と連携した適正価格・適正工法等の推進

- ・ 訪問販売のリフォーム等について、適正な価格や工法でサービスの提供などが行われたか、業界団体にセカンドオピニオンを求め、速やかな相談のあっせん解決や、事業者の指導につなげている。

実績：協力団体 2団体

○ 適正表示の確保【継続】

- ・ 食品表示法（平成25年法律第70号）や健康増進法（平成14年法律第103号）を始めとする他法令所管機関との連携を強化し、不当景品類及び不当表示防止法（昭和37年法律第134号。以下「景品表示法」という。）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

実績：・景品表示法に基づく措置命令

令和6年度 1件（優良誤認表示）

- ・景品表示法に基づく指導

令和4年度 12件、令和5年度 1件

○ 事業者団体と連携し、消費者志向経営^{※9}・適正勧誘等の推進（連絡会の設置）

- ・ 消費者志向経営や適正勧誘等の取組を推進するため、事業者団体・事業者との連絡会を設置し（消費者志向経営等連絡会（仮称））、先進事業者（団体）の取組の紹介、消費者志向経営や適正勧誘等の自主宣言や相談事例の検討などを実施

実績：適正勧誘等の推進協力団体 10団体

○ コンプライアンス講習の充実

- ・ 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、団体の自主規制や法令遵守のための取組を推進

実績：令和4年度 13回、令和5年度 11回

＜課題＞

- ・ 悪質商法の撲滅を目指し、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深め、事業者団体等と連携し適正な勧誘等を推進する取組が必要

(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

- 小学校・中学校・高等学校等において出前講座を実施するとともに、引き続き、教員に対して最新の情報や授業で活用できる教材等を提供することが必要となっている。（図 10）

（図 10）京都府の出前講座実施状況（令和 5 年度）

	実施回数（回）	参加者数（人）
小・中・高校	100	5,413
大学等	9	1,696
高齢者	32	532
障害者・支援学校等	16	313
見守りサポーター	17	852
その他	12	280
計	186	9,086

- 成年年齢引下げに伴い、中学校における消費者教育の支援を行うため、教材や授業プラン等を作成し、府内中学校へ周知・普及が必要となっている。

■消費者教育の担い手の状況

- コンシューマーボランティアや、くらしの安心推進員による啓発や見守り等、ボランティアによる活動が行われ、府は活動支援をしているが、勤労世代等、啓発活動支援が及んでいない世代が生じている。
- 京都くらしの安心・安全ネットワークをはじめとする消費者団体・事業者団体等が、専門的な知識を生かした講座や街頭啓発などを実施している。

■消費者意識・行動の状況

- 京都エシカル消費推進ネットワーク^{※2}団体等により、京都府内で「エシカル消費（倫理的消費）」の考え方を広く紹介・普及し、行動に繋げていくための様々な取組が進められている。
- 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。
- 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、大学や研究機関が存在し、多くの学生等が学び暮らししており、エシカル消費や消費者市民社会^{※11}の考え方が広まり定着しやすい土壌がある。

■京都府の施策

<消費者教育>

- 成年年齢引下げにより、中学校における消費者教育の支援を行うため、有識者や中学校教諭、消費生活相談員で構成したチームにより、教材と授業プラン等の作成、試行授業の実

施など、府内中学校へ周知・普及を図っている。

- 小・中・高等学校、大学等において、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
- 地域における消費者教育を推進するため、市町村と連携し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推進するコンシューマーボランティア（大学生）を養成し、大学生自身による大学生への出前講座や子ども向けの出前講座を実施
- 地域で啓発活動に取り組むコンシューマーボランティアを養成
実績：地域で啓発資材を活用した見守り活動を実施した人数
令和4年度 64人、令和5年度 60人
- 若年者自身による啓発コンテンツの作成等を支援し、ホームページ等で広く周知
- 京都くらしの安心・安全ネットワーク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で消費者教育関連情報を提供

＜消費者市民^{※10}の育成等＞

- 「京都エシカル消費推進ネットワーク」と連携し、イベント等でエシカル消費を紹介
実績：エシカル消費に関するイベント参加者数
令和4年度 170人、令和5年度 308人
- 若年者と事業者の交流会を実施
実績：企業見学参加者数
令和4年度 14人、令和5年度 10人

＜課題＞

- ・ コンシューマーボランティアの担い手が不足しており、コンシューマーボランティアの育成を推進するとともに、世代間の切れ目のない活動を促進する取組が必要
- ・ 多様な主体との連携により、引き続き、持続可能な社会の実現を目指し、消費者市民の育成が必要

4 計画の目標と施策推進に当たっての基本的な考え方

(1) 計画の目標

＜安心・安全な消費生活の実現＞

本計画の目標は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差が是正され、誠実な事業者と自主的かつ合理的に行動する消費者との健全な関係がはぐくまれ、公正な市場が形成されることを土台とした、安心・安全な消費生活の実現にある。

この安心・安全な消費生活の実現のために、消費者の権利の確立を図り、消費者が自主的かつ合理的に行動することができるよう支援するとともに、事業者と消費者との交流や情報の共有を推進し、府、市町村、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体の連携及び協働の下で、消費生活の安定及び向上に関する取組を促進する。

(2) 施策推進に当たっての重点方針

計画の目標を達成するため、計画期間中において特に課題となる次の重点方針に留意しながら施策展開を図る。

[重点方針]

ア 急増するインターネット取引被害への対応

消費生活の急速なデジタル化の進展に対応するため、SNS等を活用したトラブル情報の提供による啓発や消費者教育の充実、ネット適正表示対策の強化により、消費者被害の未然防止や、自主的な解決を支援するとともに、契約等に関するデジタルリテラシーの向上を図る。

イ 高齢者等の消費者被害への対応

高齢者等の消費者被害を防止するため、悪質な事業者の指導を強化するとともに、地域の見守り活動の強化を図り、業界団体等との連携による適正取引を推進する。

ウ 消費生活相談体制の強化

消費生活相談のデジタル化に対応し、府内どこでも質の高い相談や救済が受けられる体制の維持、京都府全体の消費者問題解決力の向上を図るため、府と市町村との情報共有及び連携を強化するとともに、関係団体との連携による迅速な問題解決を図る。

エ ライフステージ（年齢等特性）に応じた消費者教育の推進

急速なデジタル化や高齢化の進展、投資や金融経済教育の必要性の高まりなど、消費者を取り巻く状況の変化に対応し、各年齢層に合わせた消費者教育の機会拡大と体系的な教育を拡充する。また、公正かつ持続可能な消費者市民社会を形成するため、自主的かつ合理的に行動する消費者を育成する。

5 施策の展開

(1) 消費者被害の未然防止

ア インターネット取引被害への対応

増加とともに様々な形に変化するインターネット取引に関するトラブルに対応するため、SNSやホームページ等による情報提供の強化、ネットトラブル対策講座等の消費者教育の実施、ネット適正表示対策の強化などにより、年齢等特性に応じた被害の未然防止を図る。

数値目標：ダークパターン等に関する情報発信回数 24回

SNS広告及びネット広告表示の監視を通じ、ダークパターン※¹²等に関する不適切な表示についてSNS等により情報発信を行う。 月2回程度

※（ ）内は、目標設定の考え方（P34参照）、以下同じ。

■ネット取引被害の未然防止

○ SNSやホームページ等を活用した情報発信の強化【拡充】

- ・ インターネット取引トラブル事例等の最新の情報が得られるよう、SNSやホームページ等における情報発信を拡充し、消費者トラブルの解決に向けたFAQ等の情報提供や相談窓口の周知を行う。
- ・ SNS等で発信をしたインターネット取引トラブルに関する情報を蓄積し、消費者トラブルの自主的な解決や未然防止につなげる。
- ・ 若年者により作成されたネット啓発コンテンツ等をSNS等で広く紹介するなど、若年者自身の啓発活動を支援し、ネット取引被害の未然防止につながるよう情報提供する。

○ ネット取引対策チームの活用【拡充】

- ・ 増加とともに様々な形に変化するインターネット取引に係るトラブルに対応するため、ネット取引対策チームで連携し、より広範囲な関係分野の専門家の知見を得ながら相談事例の分析を行い、その結果得られた処理困難案件の対応事例等について市町村等との情報共有を強化する。

○ ネット適正表示対策強化による被害の未然防止【新規】

- ・ SNS広告やネット上での広告による表示（詐欺的定期購入など）について、法令違反がないか等、監視（ネットパトロール）を行い、迅速な指導につなげる。
また、いわゆる「ダークパターン」など、インターネット上の不適正な表示については、SNSを活用し、京都くらしの安心・安全ネットワーク等と連携しタイムリーに注意喚起を行い、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る。
- ・ SNSの広告表示を悪用した特殊詐欺等については、当該表示や事業者情報を的確に収集の上、京都府警察と情報共有する等、緊密な連携を図ることで、未然防止対策を強化する。

○ 年齢等特性に応じたネットトラブル対策の推進【拡充】

- ・ 若年者から高齢者までの幅広い年代にネットトラブルが発生していることから、出前講座等において、インターネット取引上の注意するポイント等について、全年齢層に紹介するなど、契約等に関するデジタルリテラシーの向上を図る。
- ・ 若年層に多い最新の相談事例をSNS等により情報発信し、大学や大学生協等と連携したトラブル未然防止に向けた啓発を行うとともに、消費生活相談員やコンシュ

- ・ ーマーボランティアによるネットトラブル対策講座等を実施する。
 - ・ 出前講座に参加しにくい子育て世代等に向けて、消費生活に関わる様々な切り口やテーマで情報を発信するとともに、子育て支援団体等の交流拠点と連携した啓発の強化を図る。
 - ・ 勤労世代に向け、SNSやホームページ等においてネットトラブル事例の情報やネット啓発コンテンツ等による情報発信を実施するとともに、事業者等と連携し、消費生活相談員による対策講座を実施する。
 - ・ 高齢者や見守り活動者等を対象に、啓発資材等による注意喚起を行い、高齢者等の身近なネットトラブル事例を紹介する対策講座等の実施や地域における市町村出前講座の開催を実施する。
 - ・ 府全域を対象に、インターネット取引による被害防止等をテーマにした講座を実施する。
- ネットトラブル対策講座の実施【継続】
- ・ 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等を活用し、幅広い年齢層を対象とした出前講座等を実施する。
- コンシューマーボランティア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、大学生のコンシューマーボランティアを中心に、児童館等で出前講座等の啓発活動を積極的に展開する。

イ 高齢者等の特殊詐欺や悪質商法等消費者被害への対応

高齢者等の消費者被害を未然に防止するため、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連携した見守り体制を構築し、地域での見守りの強化を図るとともに、事業者の適正勧誘等の促進を図る。

数値目標：消費者安全確保地域協議会設置市町村の府内人口カバー率 75%

消費者庁「地方消費者行政強化作戦2020」における数値目標（都道府県内の消費者安全確保地域協議会設置市町村の人口カバー率50%）を上回る率を設定

適正勧誘等の促進のための事業者訪問等の受入件数 100件

トラブル防止等に取り組む事業者を受け入れ、その取組内容の聴取とともに、関係する相談状況からみえる課題や対処法等を伝えることで、適正勧誘等の促進を図る。週2件程度

■市町村等と連携した地域における見守り活動の強化による被害の防止

- 市町村消費者安全確保地域協議会の設置に向けた支援（設置のインセンティブとなる取組）【拡充】
- ・ 消費者安全確保地域協議会を設置又は設置を検討する市町村に、見守り活動者を対象とした消費生活講座を実施し、消費者トラブルの事例検討や対応手順の視覚化など高齢者等の見守り体制や設置後の運営への支援を行う。
 - ・ 消費者安全確保地域協議会を単独で設置が困難な市町村については、福祉部局で進めている重層的支援体制整備事業^{*6}や既存のネットワーク等の枠組みを活用するなど、各市町村の状況に応じた支援を行い、消費者安全確保地域協議会の設置を促進する。

- 高齢者や要配慮者等及び支援者への消費者教育の推進【継続】
 - ・ 日常的に高齢者等配慮を要する消費者と関わりの深い活動をしている福祉・介護関係職員を対象に、消費者被害の早期発見のポイント等についての研修を実施し、消費者被害の未然防止及び早期救済を図る。
 - ・ 啓発資料の提供等により、高齢者を訪問する民生児童委員等による見守り活動を支援する。
- コンシューマーボランティア・くらしの安心推進員による見守り活動の支援【継続】
 - ・ 最新の注意喚起情報や啓発資料の提供等により、地域の集会や趣味のサークルの場などを通じた身近な方への見守り活動や、自発的な啓発・学習会の実施等を支援する。
 - ・ 見守り活動において消費者被害を察知した場合に、市町村等の消費生活相談窓口情報を提供し、府、市町村、ボランティアが共有することにより、被害の早期発見ができるように支援する。
 - ・ 府や市町村等が実施する啓発活動への協力を通じ、地域への見守り活動の実施を促進する。
- 市町村等の啓発活動の支援【継続】
 - ・ 消費者教育・啓発に係る情報や資料（二次加工が可能なデータを含む。）を提供するとともに、啓発活動や消費生活講座を協働して実施することにより、市町村の取組を支援する。

■京都府警察・関係団体等と連携した見守り活動の強化、注意喚起による被害の防止

- 京都府消費者安全確保地域協議会（京都くらしの安心・安全ネットワーク）の活動強化【拡充】
 - ・ 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、消費生活相談窓口との円滑な連携により被害の未然防止を図るため、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する。
 - ・ 京都くらしの安心・安全ネットワークにおいて、高齢者等に多い消費者トラブルの事例を交えた研修を実施するなど、構成団体のそれぞれの専門性を活かした見守り活動への支援を強化する。
- 京都府警察等と連携した通話録音装置の貸出等【継続】
 - ・ 在宅中も留守番電話設定にして直接対応しない等、電話機の機能を活用し、すぐに行える電話勧誘対策を啓発し、被害防止につなげる。
 - ・ 固定電話をきっかけとした特殊詐欺や悪質商法等の被害を未然に防止するため、京都府警察や市町村の消費者安全確保地域協議会と連携し、高齢者等に通話録音装置を貸し出し、防犯機能付き電話機の普及を図る。
- 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。

■事業者等と連携した見守り活動の強化、適正な商取引等の促進による被害の防止

○ 事業者や既存ネットワーク等と連携した消費者教育の推進・見守り活動の実施

【拡充】

- ・ 地域における見守り活動の推進のため、既存の地域ネットワーク等に、その活動に消費者被害の視点を位置付けることを働きかける。
- ・ 配慮を要する消費者の日常生活に関わりのある事業者に、消費者トラブル事例等啓発資料の情報提供や消費者被害の対応手順の視覚化、消費者教育の充実を図り、消費者トラブルの未然防止・相談窓口の情報提供を目的とした啓発活動の実施について働きかける。

○ 通報サイト等の活用の推進（情報共有、注意喚起）【新規】

- ・ 悪質商法や誇大広告等については、通報サイトを通じて、広く情報収集し、情報に基づき、事業者指導等を強化する。
- ・ 当該サイトに集まった情報については、悪質な取引や広告の事例として整理を行い、府民に情報共有し注意喚起を図る。
- ・ 当該サイトに加え、市町村等から入手した悪質商法等の情報は適切に整理し、京都府警察とも情報共有を行い、被害の未然防止・拡大防止を図る。

○ 適正勧誘等の促進のための事業者訪問等の受入の強化【新規】

- ・ トラブル防止等に取り組む事業者を受け入れ、その取組内容の聴取とともに、関係する相談状況からみえる課題や対処法等を伝えることで、適正勧誘等の促進を図る。
- ・ 訪問結果は府内相談窓口と共有することにより、相談対応業務の負担軽減を図る。

○ コンプライアンス教育と併せた従業員への消費者教育【新規】

- ・ 事業者団体等に対して、適正な商取引について、関係法令の順守等に関する知識を深めるための講習会に併せて、従業員向けの消費者教育を実施する。

○ 消費者保護に向けた事業者団体の自主的なルール整備の促進【新規】

- ・ 事業者団体等に対して、消費者保護に向けた自主的なルール整備を促進する。
- ・ 自主ルールが整備されている事業者団体に属している事業者からの消費者契約に関する悪質な法令違反と思われる勧誘行為を認知した場合は、速やかに団体を通じて当該事業者の行為を改善するように指導を行う。

ウ 年齢等特性に合わせた消費者被害の未然防止

消費者被害の未然防止を図るため、関係機関と連携し、年齢等特性に合わせた消費者教育や啓発を推進するとともに、SNS等を活用した啓発、投資・金融トラブル防止に向けた消費生活講座等の実施に取り組む。

数値目標：府内全地域において、中学校の消費者教育教材を活用した授業事例等の普及・啓発実施率 100%

（これまで府が作成した消費者教育教材を活用した授業事例等について、府内全地域に普及を行うため、中学校において講座の開催や啓発を行う。
（京都府内26市町村において、講座の開催などの普及・啓発を実施）

コンシューマーボランティア（大学生）の活動回数 120回

（コンシューマーボランティア（大学生）の活動の拡充を図り、若年者自身による同年代等への消費者教育を推進する。

■ライフステージに応じた消費者被害の未然防止

- 就学前・小学生の子どもと保護者への消費者教育の推進【新規】
 - ・ 就学前・小学生の子どもと保護者が一緒に学ぶ出前講座等を、大学生のコンシューマーボランティアを中心に児童館等において実施する。
 - ・ 子育て世代に向け、消費生活に関わる様々なテーマで、学校やPTA、子育て支援関係団体等と連携した消費者教育を実施するとともに、SNS等を活用した情報発信を行う。
- 中学生に対する消費者教育（市町村（教育委員会）と連携）【拡充】
 - ・ 市町村（教育委員会）と連携し、教員等に向けた消費生活相談員による講座を実施する。
 - ・ 最新の若年者等の消費者トラブルの事例、消費者教育教材を活用した授業事例等を府内中学校に紹介・普及することにより、中学校における消費者教育の実施を支援する。
- 高校生に対する消費者教育（京都府教育委員会と連携）【継続】
 - ・ 京都府教育委員会と連携し、教員等に向けた消費生活相談員による講座を実施する。
 - ・ 最新の若年者等の消費者トラブルの事例や消費者教育教材の紹介、授業への助言などにより、消費者教育の実施を支援する。
- 大学生・専門学校生等に対する消費者教育（大学・大学生協と連携）【拡充】
 - ・ 府内大学や大学生協と連携し、大学生を対象とした消費生活相談員による消費者教育講座の開催や、大学生に多い最新の消費者トラブル事例の提供などの啓発の実施、消費者トラブルの相談先等の周知を行う。
 - ・ 消費生活に関わる様々な切り口やテーマの短時間の動画等を作成するとともに、SNS等による若年者層に向けた情報発信を行う。
 - ・ 大学生に多い最新の消費者トラブル事例や相談先等について、京都府大学安全・安心推進協議会と連携し、大学への情報提供を行う。
 - ・ 専門学校やフリースクール等に在籍する若年者に対し、消費者啓発のリーフレットを配布するほか、各校のホームページなどで掲載可能な啓発コンテンツの提供により消費者トラブルの注意喚起を図る。
- 若年者自身による啓発・消費者教育（大学・大学生協と連携したボランティアの養成）【拡充】
 - ・ 大学や大学生協と連携し、コンシューマーボランティアの養成研修機会の拡大により、ボランティアの確保・養成を図る。
 - ・ 資質向上を目的とした研修を実施するとともに、コンシューマーボランティア自身によるSNS発信等の啓発活動を支援する。
 - ・ 大学生のコンシューマーボランティアが大学を卒業した後も、継続して消費者トラブル事例等を情報提供し、ボランティアが行う身近な方への啓発活動等の実施を支援する。
 - ・ 児童館や小・中・高等学校、大学等における出前講座や地域活動等の啓発活動を支援する。
- 勤労世代への消費者教育の推進（コンプライアンス教育と併せて実施）【新規】
 - ・ 事業者団体等に対して、適正な商取引について、関係法令の順守等に関する知識を

深めるための講習会と併せて、従業員向けの消費者教育を実施する。

- ・ SNSをきっかけとした投資や金融トラブルの被害未然防止のため、勤労世代をはじめとする全年齢層への消費者教育の推進を図る。
- ・ 各年齢層への金融経済教育について、関係機関等と連携し、それぞれの年齢層に応じた消費者教育を実施する。

(2) 迅速な問題解決と拡大防止

ア デジタル社会における相談体制づくり

デジタル化の進展に対応し、SNS等を活用した相談窓口の拡充や相談対応の迅速化、消費者の自主的な解決を支援する。

また、関係機関と連携し、若年者の消費者トラブルの早期解決につながるよう取組を推進する。

数値目標：SNS経由を含むインターネット消費生活相談及びFAQ等の主要な相談事例の活用件数 2,000件

若年者を含め幅広い年代の方が時間帯を気にせず相談できるよう、インターネット消費生活相談を行うとともに、FAQ等の主要な相談事例を案内することにより消費者の自己解決の支援を強化する。

■デジタル社会における相談体制づくり

○ SNS経由「消費生活相談窓口」の設置【新規】

- ・ 若年者を含め幅広い年代の方が時間帯を気にせず相談できるよう、SNSを経由したメール相談窓口の周知を行い、助言とともに、必要に応じて電話相談につなげるなど相談内容に応じた対応を図る。
- ・ SNS経由の相談窓口において、府や国民生活センターのFAQ等の主要な相談事例を事前に案内することで消費者による自己解決の支援を強化する。

○ 消費生活相談DX化※⁸に伴う相談体制・情報共有の充実【新規】

- ・ 消費生活相談のデジタル化に向け、国が整備を進める新システムへの円滑な移行のため、ネット環境整備等について、府と市町村で情報共有し、相談体制を強化する。
- ・ 電話や対面の相談に加えメール、ウェブフォーム、SNSの活用など相談手法の多様化に対応するとともに、主要な相談の回答例を市町村と共有し、相談対応の迅速化を図る。

○ 大学生協における消費生活相談窓口の充実【継続】

- ・ 学生の身近な存在である大学生協店舗に相談窓口を設置し、啓発資料の提供を行い、職員の研修等により、消費生活センターにおける相談の迅速なトラブル解決につなげる。

○ あらゆる機会をとらえた「188（いやや）」の周知【継続】

- ・ 関係団体や市町村と連携し、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」を積極的に啓発に活用等することにより、全ての府民に一層の周知を図る。

イ 府内の消費生活相談体制の強化

府内どこでも質の高い相談や救済が受けられる体制を維持し、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拡充するとともに、市町村、関係団体等との連携を強化する。

数値目標：府全体の消費生活相談（あっせん分）の解決率

75%

市町村支援強化により、府全体の消費生活相談（あっせん分）の解決（解約、返金等）向上を図る。

■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、情報共有及び巡回訪問、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、市町村職員に向けた研修や対処法を含む事例の共有、府の相談員による助言、巡回訪問を行うとともに、弁護士相談による支援を行う。

■府内どこでも質の高い相談や救済を受けられる体制の維持

- SNS等による消費生活相談員の認知度向上、魅力発信事業の実施【継続】
 - ・ 人材不足対策の一環として、職業としての消費生活相談員の魅力をホームページ等で発信することにより、専門的な知識が身につく、社会貢献度が高く、やりがいのある業務であることを周知し、消費生活相談業務の認知度を向上させる。

■市町村との更なる連携強化

- 相談員のOJT研修^{※20}の実施【新規】
 - ・ 市町村等府内相談員に対して、府センターでの実習を含むOJT研修を行うことにより、相談対応の知識・技術を修得・研鑽するとともに、府相談員との連携強化を図る。
- 市町村の消費者教育の支援【新規】
 - ・ 府及び市町村が実施する出前講座を、消費生活相談員や消費者教育担当者等が相互に参観することにより、出前講座の内容や技術を研鑽し、啓発資材の共有など府や市町村等が連携することで、府内の出前講座の充実を図る。

■弁護士、適格消費者団体等との更なる連携強化【新規】

- ・ 弁護士、適格消費者団体^{※15}、警察等と連携し、詐欺的定期購入やレスキュー商法など解決困難な案件について、あっせん、指導の両面から問題解決を図っていく。

■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（裁判外紛争解決手続）機関^{※18}や、日本司法支援センター（通称「法テラス」）、適格消費者団体、特定適格消費者団体^{※16}等の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

京都府警察、他の都道府県、市町村等と連携し、法律・条例に基づく厳正かつ迅速な事業者指導を強化するとともに、業界団体との連携により悪質商法を排除する取組や、増大するネット取引に対応し、広く注意喚起を行うなど、消費者の適切な商品選択の機会を確保するために不適正表示の是正等の取組を強化する。

数値目標：悪質商法及び不当表示通報サイトに関する情報発信

24件

（通報サイトの積極的な利用について、府から情報発信を行う。月2回程度。）

事業者団体の自主ルール整備を行った団体数

10団体

（事業者（業界）団体に対し自主ルールの整備及び適正な業務執行の推進を行う。
年2団体、5年間計10団体）

■デジタル社会における悪質商法の撲滅を目指した取組の強化

○ 悪質事業者の指導・処分【拡充】

- ・ 市町村や京都府警察との連携、さらには広域案件での国、関係都道府県等との連携を深め、特定商取引法等違反の勧誘行為を繰り返す事業者情報の的確な把握を行い、これらの情報は、京都府警察と迅速に共有し、行政、警察の適切な役割分担、責任の下、緊密に連携することにより、特定商取引法に基づく指導、処分を強化していく。
- ・ 同一事業者による消費者被害が広域にわたる案件については、国、関係都道府県等と連携し、情報の的確な共有に努め、時期を逸することなく関係機関と合同で指導・処分を執行するなど、被害拡大防止をより実効性の高いものとする。
- ・ 指導後も業務が改善されず、法令違反を繰り返す特に悪質な事業者に対しては、府と警察が連携し厳正に対応し、処分を執行することで、当該事業者から、府民の消費者被害の根絶を目指す。
- ・ 広告表示等において景品表示法違反が認められる事案についても、同様に、厳正に対処し早期に改善させ、改善されない場合は、早期に処分を執行し、消費者利益の保護を図る。
- ・ また、京都市内に被害が集中する案件については、京都市と連携し、府及び京都市の各条例に基づき合同指導を行うことにより、適正勧誘等について実効性を高めていく。

○ 高齢者や要配慮者等への悪質商法に対する指導・処分強化【拡充】

- ・ 高齢者や要配慮者、特に本人が十分に判断できない状態にある消費者に対し、こうした事情等に乗じた勧誘行為は、より悪質性が高いものとして、早期かつ厳正に指導・処分を行うことにより、高齢者等の被害の拡大防止に努める。

○ ネット適正表示対策強化による被害の未然防止【新規】（再掲）

- ・ SNS広告やネット上での広告による表示（詐欺的定期購入など）について法令違反がないか等、監視（ネットパトロール）を行い、迅速な指導・処分につなげる。また、いわゆる「ダークパターン」など、インターネット上の不適正な表示については、SNSを活用し、京都くらしの安心・安全ネットワーク等と連携しタイムリーに拡散することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止を図る。

○ 通報サイト等の活用の推進（情報共有、注意喚起）【新規】（再掲）

- ・ 悪質商法や誇大広告等については、通報サイトを通じて広く情報を収集し、情報に基づき、事業者指導・処分を強化する。

- ・ 当該サイトに集まった情報については、悪質な取引や広告の事例として整理を行い、府民に情報共有し注意喚起を図る。
- ・ 当該サイトに加え、市町村等から入手した悪質商法等の情報は適切に整理し、京都府警察とも情報共有を行い、被害の未然防止・拡大防止を図る。

■事業者団体等との連携による消費者志向経営、適正取引、持続可能な社会への貢献等の推進

- 業界団体と連携した適正価格・適正工法等の推進【継続】
 - ・ 水回り、鍵の修繕等、いわゆる「レスキュー商法」や、排水管などの点検をきっかけとした勧誘、いわゆる「点検商法」等により、高額な修理費用等を請求された案件等について、当該工事が適正な工法による、適正な価格であったか否かセカンドオピニオンを求め、当該事業者による勧誘行為に法令違反が認められる場合に、指導・処分により取引の適正化を図っていく。
- 事業者団体と連携し、消費者志向経営・適正勧誘・持続可能な社会への貢献等の推進【拡充】
 - ・ 連携する事業者団体（業界団体等）を、さらに拡充し、取引に係る勧誘行為及び広告表示の適正化の推進を図る。
 - ・ 持続可能な社会の構築に向け消費者志向経営の周知を図る。

(3) 消費者教育の推進

ア デジタル社会における消費者教育の機会拡大

消費者を取り巻く状況の変化に対応し、幅広い世代への契約等に関わるインターネットリテラシーや金融経済教育を推進するなど、自主的かつ合理的に行動する消費者を涵養するため、関係機関と連携し、年齢等特性に合わせた消費者教育の機会拡大を拡充する。

数値目標：府内全地域において、中学校の消費者教育教材を活用した授業事例等の普及・啓発実施率 100%（再掲）

（これまで府が作成した消費者教育教材を活用した授業事例等について、府内全地域に普及を行うため、中学校において講座の開催や啓発を行う。
（京都府内26市町村において、講座の開催などの普及・啓発を実施）

＜就学前・小学生の子どもと保護者＞

- 保護者に対する消費者教育講座の実施【拡充】（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。
 - ・ 就学前・小学生の子どもと保護者が一緒に学ぶ出前講座等を、大学生のコンシューマーボランティアを中心に児童館等において実施する。
 - ・ 子育て世代に向け、消費生活に関わる様々なテーマで、学校やPTA、子育て支援関係団体等と連携した消費者教育を実施するとともに、SNS等を活用した情報発信を行う。

< 中学校・高等学校 >

- 中学校・高等学校等における消費者教育の支援（教員に対する支援を含む）

【拡充】（一部再掲）

- ・ 市町村（教育委員会）や京都府教育委員会と連携し、教員等に向けた消費生活相談員による講座の実施や、最新の若年者等の消費者トラブルの事例の情報提供、消費者教育教材等の普及を図り、実践的な消費者教育が実施されるよう支援する。

< 大学・専門学校等 >

- 若年者向けネット啓発コンテンツ等による情報発信の強化【継続】（再掲）

- ・ 消費生活に関わる様々な切り口やテーマの短時間の動画等を作成するとともに、SNS等による若年者層に向けた情報発信を行う。

- 京都府大学安全・安心推進協議会と連携した大学生への情報提供【継続】（再掲）

- ・ 大学生に多い最新の消費者トラブル事例や相談先等について、京都府大学安全・安心推進協議会と連携し、大学への情報提供を行う。

- 専門学校・フリースクール等に在籍する若年者に向けた啓発【継続】（再掲）

- ・ 専門学校やフリースクール等に在籍する若年者に対し、消費者啓発のリーフレットを配布するほか、各校のホームページなどで掲載可能な啓発コンテンツの提供により消費者トラブルの注意喚起を図る。

< 成年 >

- 従業員向け講座の実施【拡充】（一部再掲）

- ・ 事業者団体等に対して、適正な商取引について、関係法令の順守等に関する知識を深めるための講習会と併せて、従業員向けの消費者教育を実施する。
- ・ SNS等を活用し、消費生活に関わる様々な切り口やテーマの情報発信を行い、勤労世代等に向けての啓発を行う。

< その他 >

- 幅広い世代へのインターネットリテラシーや金融経済教育の推進【新規】（一部再掲）

- ・ 若年者から高齢者までの幅広い年代にネットトラブルが発生していることから、出前講座等においてインターネット取引上の注意するポイント等について、全年齢層に紹介するなど、契約等に関するデジタルリテラシーの向上を図る。
- ・ 投資や金融トラブルの被害未然防止のため、勤労世代をはじめとする全年齢層への消費者教育の推進を図る。
- ・ 各年齢層への金融経済教育について、関係機関等と連携し、それぞれの年齢層に応じた消費者教育を実施する。

- 消費者教育コーディネーター機能の強化【継続】

- ・ 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、消費者教育や啓発活動をはじめ地域の見守り活動の推進を図る。

イ 消費者教育の担い手の養成・支援等

関係機関との連携・協働のもとで消費者教育の担い手を養成するとともに、コンシューマーボランティア等の養成機会を拡大し、啓発や見守り活動の拡充、若年者自身の啓発活動の支援を図る。

数値目標：啓発や見守りを行ったコンシューマーボランティア等の人数 110人

啓発資料などを活用して身近な方への啓発、見守りを行うコンシューマーボランティア等の増加を目指す。

コンシューマーボランティア(大学生)の活動回数 120回(再掲)

コンシューマーボランティア(大学生)の活動の拡充を図り、若年者自身による同年代等への消費者教育を推進する。

<教員>

- 中学校・高等学校等における消費者教育の支援（教員に対する支援を含む）

【継続】(再掲)

- ・ 市町村（教育委員会）や京都府教育委員会と連携し、教員等に向けた消費生活相談員による講座の実施や、最新の若年者等の消費者トラブルの事例の情報提供、消費者教育教材等の紹介・普及を図り、消費者教育の実施を支援する。

<コンシューマーボランティア>

- コンシューマーボランティアの活動の拡大【拡充】（一部再掲）

- ・ 大学や大学生協と連携し、コンシューマーボランティアの養成研修機会の拡大により、ボランティアの確保・養成を図る。
- ・ 資質向上を目的とした研修を実施するとともに、コンシューマーボランティア自身によるSNS発信等の啓発活動を支援する。
- ・ 最新の注意喚起情報や啓発資料の提供等により、地域の集会や趣味のサークルの場などを通じた身近な方への見守り活動や、自発的な啓発・学習会の実施等を支援する。
- ・ 若年者により作成されたネット啓発コンテンツ等をSNS等で広く紹介するなど、若年者自身の啓発活動を支援し、ネット取引被害の未然防止につながるよう情報提供する。
- ・ 大学生のコンシューマーボランティアが大学を卒業した後も、継続して消費者トラブル事例等を情報提供し、コンシューマーボランティアが行う身近な方への啓発活動等を支援する。
- ・ 地域でボランティア活動をしている団体や生活協同組合、消費者団体等、消費者問題への関心が高いと想定される団体等に働きかけ、勤労世代のコンシューマーボランティアを募り、同世代への啓発活動等を支援する。
- ・ コンシューマーボランティア・くらしの安心推進員に向けての研修や情報交換会を通じて、各世代の強みを活かした相互の研鑽を促進するとともに、世代を超えた啓発や見守り活動の展開を図る。

- 消費者教育の担い手による交流会・表彰の実施【継続】

- ・ 消費者教育の担い手が一堂に会して、消費者教育や啓発、見守り活動の成果を発表し、交流を図るとともに、優れた取組を表彰することにより、新たな消費者教育や啓発、見守り活動の展開を促す。

＜市町村＞

○ 市町村等の啓発活動支援【継続】（再掲）

- ・ 消費者教育・啓発に係る情報や資料（二次加工が可能なデータを含む）を提供するとともに、啓発活動や消費生活講座を協働して実施することにより、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、情報共有を進める。

＜その他＞

○ 消費者教育コーディネーター機能の強化【継続】（再掲）

- ・ 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、消費者教育や啓発活動をはじめ地域の見守り活動の推進を図る。

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、持続可能な開発目標（SDGs）の観点も踏まえ、次世代の消費者市民社会を構成する若年者等を中心に、自主的かつ合理的に行動する消費者市民を育成する。

数値目標：エシカル消費に係るイベント参加者数

800人

情報発信の強化により、イベントの開催を増やすことなどで参加者の増加を図る。

○ 京都エシカル消費推進ネットワークを主体とした持続可能な消費の普及【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と連携し、サステナブルの取組をイベント等で紹介・普及するなど多様な啓発活動を引き続き展開する。

○ 消費者と事業者の交流の場の提供【拡充】

- ・ 消費者が事業者のCSR^{*19}活動やサステナブルの取組について学び、相互に意見交換することにより、消費者市民社会への理解を深めます。また、その取組をホームページ等で広く紹介する。

○ コンシューマーボランティア（大学生）による若年者への啓発、SNS等情報発信【継続】

- ・ エシカル消費をテーマとした教材を作成し、小学生等を対象とした出前講座やコンシューマーボランティアによるSNS等情報発信を支援する。

○ 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【継続】

- ・ 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。

○ 事業者団体等との連携による消費者志向経営・適正勧誘・持続可能な社会への貢献等の推進【拡充】（再掲）

- ・ 連携する事業者団体（業界団体）を、さらに広げ、商取引について、適正勧誘等の推進を図ることとしていく。
- ・ 持続可能な社会の構築に向け、消費者志向経営の周知を図る。

数値目標一覧

施策	指標名称	単位	基準値	目標数値	目標設定の考え方
			5年度	11年度	
(1)ア	ダークパターン等に関する情報発信回数	回	—	24	SNS広告及びネット広告表示の監視を通じ、ダークパターン等に関する不適切な表示についてSNS等により情報発信を行う。 月2回程度
(1)イ	消費者安全確保地域協議会設置市町村の府内人口カバー率	%	1.3	75	消費者庁「地方消費者行政強化作戦2020」における数値目標（都道府県内の消費者安全確保地域協議会設置市町村の人口カバー率50%）を上回る率を設定
(1)イ	適正勧誘等の促進のための事業者訪問等の受入件数	件	—	100	トラブル防止等に取り組む事業者を受け入れ、その取組内容の聴取とともに、関係する相談状況からみえる課題や対処法等を伝えることで、適正勧誘等の促進を図る。 週2件程度
(1)ウ	府内全地域において、中学校の消費者教育教材を活用した授業事例等の普及・啓発実施率	%	—	100	これまで府が作成した消費者教育教材を活用した授業事例等について、府内全地域に普及を行うため、中学校において講座の開催や啓発を行う。 （京都府内26市町村において、講座の開催などの普及・啓発を実施）
(1)ウ	コンシューマーボランティア（大学生）の活動回数	回	76	120	コンシューマーボランティア（大学生）の活動の拡充を図り、若年者自身による同年代等への消費者教育を推進する。
(2)ア	SNS経由を含むインターネット消費生活相談及びFAQ等の主要な相談事例の活用件数	件	—	2,000	若年者を含め幅広い年代の方が時間帯を気にせず相談できるよう、インターネット消費生活相談を行うとともに、FAQ等の主要な相談事例を案内することにより消費者の自己解決の支援を強化する。
(2)イ	府全体の消費生活相談（あっせん分）の解決率	%	56.6	75	市町村支援強化により、府全体の消費生活相談（あっせん分）の解決（解約、返金等）向上を図る。
(2)ウ	悪質商法及び不当表示通報サイトに関する情報発信	回	—	24	通報サイトの積極的な利用について、府から情報発信を行う。 月2回程度
(2)ウ	事業者団体の自主ルール整備を行った団体数	団体	—	10	事業者（業界）団体に対し自主ルールの整備及び適正な業務執行の推進を行う。 年2団体、5年間計10団体
(3)ア	（再掲）府内全地域において、中学校の消費者教育教材を活用した授業事例等の普及・啓発実施率	%	—	100	これまで府が作成した消費者教育教材を活用した授業事例等について、府内全地域に普及を行うため、中学校において講座の開催や啓発を行う。 （京都府内26市町村において、講座の開催などの普及・啓発を実施）

施策	指標名称	単位	基準値	目標数値	目標設定の考え方
			5年度	11年度	
(3)イ	啓発や見守りを行った コンシューマーボラン ティア等の人数	人	60	110	啓発資材などを活用して身近な方への啓 発、見守りを行うコンシューマーボランテ ィア等の増加を目指す。
(3)イ	(再掲) コンシューマ ーボランティア(大学 生)の活動回数	回	76	120	コンシューマーボランティア(大学生)の活 動の拡充を図り、若年者自身による同年代 等への消費者教育を推進する。
(3)ウ	エシカル消費に係るイ ベント参加者数	人	308	800	情報発信の強化等により、イベントの開催 を増やすことなどで参加者の増加を図る

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。京都府は、審議会からの意見を尊重し、施策・事業に反映する。

また、審議会の意見を踏まえて、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（五十音順）

※1 エシカル（ethical）消費

「エシカル」とは、「倫理的・道徳的」という意味で、エシカル消費とは、人や社会、環境、地域に配慮したものやサービスを選んで消費することにより、安心・安全や品質、価格に次いで商品選択の「第4の尺度」とも言われている。

※2 京都エシカル消費推進ネットワーク

オール京都で「エシカル消費」を普及していくため、平成29年に設立された。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（令和6年10月現在）で構成されている。

※3 京都くらしの安心・安全ネットワーク

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60団体（令和6年10月現在）で構成されている。

なお、他に「地域くらしの安心・安全ネットワーク」として、乙訓、山城、南丹、中丹、丹後の各地域でも、広域振興局（乙訓は消費生活安全センター）が事務局となり関係する団体により「地域くらしの安心・安全ネットワーク」を設置している。

※4 京都府大学安全・安心推進協議会

大学生の規範意識、防犯・交通安全意識の向上を図るとともに、大学及びその周辺の防犯環境の整備、交通安全対策等を推進するため、平成25年に、府内全大学・短期大学と行政機関、関係団体が連携して設立されている。

※5 コンシューマーボランティア

京都府内において消費者のボランティアとして養成していた「くらしのシニアリーダー」及び「くらしのヤングリーダー」を、令和4年度に「コンシューマーボランティア」に名称を変更。

「コンシューマーボランティア（一般）」は、身近な方への消費者トラブルの情報提供や、地域の啓発活動への参加を通して地域に密着した消費者啓発及び見守り活動を実施している。

（令和5年度末 登録者数39名）

また、「コンシューマーボランティア（大学生）」は、若年者の消費者問題への関心を高め、自分で考え、選択、行動できる消費者力の向上を図るとともに、若年者発の主体的な啓発・消費者教育を推進する活動を実施している。（令和5年度末 登録者数57名）

この他、「くらしの安心推進員」は、消費者被害の未然防止、早期発見、早期救済を図り、声かけ運動の見守り活動等を推進している。（令和5年度末 登録者数115名）

※6 重層的支援体制整備事業

市町村において、既存の相談支援や地域づくり支援の取組を活かし、地域住民の複雑化・複合化した支援ニーズに対応する包括的な支援体制を構築するため、①相談支援（属性を問わない相談支援、多機関協働による支援、アウトリーチ等を通じた継続的支援）、②参加支援、③地域づくりに向けた支援を一体的に実施する事業

※7 消費者安全確保地域協議会

消費者安全法（平成21年法律第50号）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もの

※8 消費生活相談DX化

消費者のことを第一に考える視点を軸に、相談員の働きやすさの向上なども進めながら、消

費者被害の最小化に資する消費生活相談を目指すため、消費生活相談のシステム等のデジタル化を消費者庁が都道府県と連携し推進

※9 消費者志向経営

事業者が、消費者の視点に立って消費者の権利や利益を尊重した事業活動を行い消費者の共感を得るとともに、自らの社会的責任を自覚し、持続可能で望ましい社会の構築に貢献する経営のあり方

※10 消費者市民

公正で持続可能な社会を目指し、一人一人がそれぞれの特性や消費生活の多様性を互いに尊重し、自主的かつ合理的に行動する消費者

※11 消費者市民社会

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 ダークパターン

消費者が気づかない間に、消費者の自主性や意思決定、選択を覆し、不利な判断をしてしまうように誘導する仕組。例としては、商品の在庫僅少やカウントダウンタイマーの表示、試用期間後に自動的に定期購入への移行などがある。

※13 地方消費者行政専門調査会報告書

令和2年8月に内閣府消費者委員会地方消費者行政専門調査会が、2040年頃を見据えて消費者行政のあるべき姿を示し、その実現のための方向性として、基本的な考え方を示し、例示として現時点で考え得る取組の方向性等を報告したもの

※14 通話録音装置

電話機に取り付ける防犯機能を有する機器。電話着信時に、相手に「警告メッセージ」を流し、通話を録音するなどの防犯機能が付いており、特殊詐欺の被害防止に効果的

※15 適格消費者団体

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

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

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されたチーム

※18 民間ADR機関

ADRは、裁判外紛争解決手続=Alternative Dispute Resolutionの略。民間ADR機関は、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

※19 CSR

企業の社会的責任=Corporate Social Responsibilityの略。企業が社会や環境と共存し、持続可能な成長を図るため、その活動の影響について責任をとる企業行動であり、企業を取り巻く様々なステークホルダーからの信頼を得るための企業のあり方を指す。

※20 O J T 研修

O J T=On The Job Training の略。職場での実務を通じて、業務に必要な知識、技術、技能等を修得する実践的な研修

※21 SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス（Social Networking Service））

ネット上で主に情報交換をすることを目的に、人と人がつながるための機能に特化したサービスを総合的に提供しているもの

府内一般公衆浴場の入浴料金統制額の改定について

令和 7 年 3 月
文化 生活 部

1 これまでの経過

統制額の算出に当たり参考とする経営収支推計について、浴場経営の実態に即するため、従来通りの方法による推計に基づく改定案のほか、人件費・建物再調達費の経費項目を補正して試算した結果を提示した。

⇒第 2 回公衆浴場入浴料金審議会（R6. 9. 7開催）の審議結果

- ・補正内容が適切か検証を行った上で再度審議すること。
- ・長年据え置かれてきた中人・小人料金について、大人料金との乖離や他府県料金との不均衡を踏まえた慎重な検討が必要である。

2 補正内容の検証結果

- ・人件費については、適正な労働賃金確保のため、補正することが適当である。
- ・建物再調達費については、「必要な施設改修にかかる費用」を算出するための根拠データや分析方法に客観性が低いため、補正を見送る。

3 第 3 回公衆浴場入浴料金審議会（R7. 3. 7開催）の審議結果

【統制額の改定】

料 金 区 分	新 統 制 額	備 考
大 人（満 1 2 歳以上）	5 5 0 円	改 定（現行 510円）
中 人（満 6 歳以上 1 2 歳未満）	2 0 0 円	改 定（現行 160円）
小 人（満 6 歳未満）	1 0 0 円	改 定（現行 60円）

【改定時期】

令和 7 年 4 月 1 日

【その他意見】

依然として厳しい経営状況にある公衆浴場を今後も存続させていくには、経営収支推計に基づく入浴料金の観点だけではなく、利用者減少や後継者不足等の浴場を取り巻く課題や、地域における公衆浴場の意義について議論を深める必要がある。

⇒今後審議会から提出される答申を踏まえ、早急に京都府としての対応を検討

4 今後の公衆浴場入浴料金審議会について

上記 3 の【その他意見】を踏まえ、入浴料金だけでなく、経営の安定化に向けた方策について広く議論する場となるよう、来年度以降、審議会のあり方を検討する。

文化生活・教育常任委員会議案付託表 (2月21日付託分)

議案番号	件名
17	京都府人権尊重の共生社会づくり条例制定の件
35	京都府文化財保護条例一部改正の件
37	財産無償貸付けの件（長岡京記念文化会館）
38	財産無償貸付けの件（中丹文化会館）
39	財産無償貸付けの件（丹後文化会館）
41	指定管理者指定の件（府民ホール）
42	指定管理者指定の件（堂本印象美術館）

※ 3月6日（木）・・・説明聴取、質疑
3月13日（木）・・・討論・採決

文化生活・教育常任委員会 付託請願一覧表（新規分）

令和7年2月定例会

受 理 番 号	受 理 年 月 日	件 名	委 員 会 の 意 見	審 査 結 果	措 置
97	R7. 2. 25	京都府立大学の老朽校舎耐震化に関する請願			
498	R7. 2. 28	選択的夫婦別姓制度を直ちに導入するための国会審議を求める意見書の提出に関する請願			

受理番号	第 97 号	受理年月日	令和7年 2月25日	付託委員会	文化生活・教育常任委員会
請 願 者			紹 介 議 員	島 田 敬 子 馬 場 紘 平 水 谷 修 迫 祐 仁 田 中 富士子	
件 名	京都府立大学の老朽校舎耐震化に関する請願				
要 旨	京都府立大学下鴨キャンパスの多くの校舎、とりわけ体育館は耐震基準を満たしておらず、学生の安全が十分に保障されていない状態である。南海トラフ地震の危険が叫ばれている中、府立大学で学ぶ学生は命の危機を感じている。現在「府立大学を考える会」が、学生 77 名から集めたアンケートでは、94%の学生が校舎の老朽化について不安を感じているという結果が出た。 ついては、体育館建て替えには 2,000 万円の予算がついたが、その他の下鴨キャンパスの校舎耐震化についても進めていくため、次の事項について請願する。 1 京都府立大学下鴨キャンパスの校舎と体育館を耐震基準を満たしたものに建て替えること。 2 大学や教職員など大学利用者の意見をよく聞き、大学としての機能を維持し続けられるような建て替え計画を実施すること。				

受理番号	第 498 号	受理年月日	令和7年 2月28日	付託委員会	文化生活・教育常任委員会
請 願 者			紹 介 議 員	島 田 敬 子 森 吉 治 迫 祐 仁 浜 田 良 之 水 谷 修 成 宮 真理子 光 永 敦 彦 田 中 富士子 馬 場 紘 平	
件 名	選択的夫婦別姓制度を直ちに導入するための国会審議を求める意見書の提出に関する請願				
要 旨	日本では、婚姻における夫婦別姓が認められないために、望まない改姓、事実婚、通称使用などによる不利益や不都合を強いられる人が多く存在している。夫婦同姓を法律で定めているのは日本だけである。婚姻の際、96%が夫の姓になっており、女性に多大な負担となっている。 通称使用では、「旧姓併記」「旧姓使用」での法的根拠がないために、本人であることを疑われたり、さまざまな事務手続きの煩雑さがある。働く女性にとっては、改姓によって「キャリアが中断される」との声も切実で、通称使用の拡大では根本的解決にならない。 女性差別撤廃委員会は、夫婦同姓を義務付ける民法 750 条は「差別的規定」に当たるとして、2003 年以降繰り返しその改正を勧告してきた。2024 年 10 月には、「750 条を改正する措置が何もとられていない」と厳しい表現で勧告し、再び「2 年以内に実施状況の報告」を求めている。 法務大臣の諮問機関である法制審議会は 1996 年、選択的夫婦別姓導入などを含む民法改正要綱を答申した。最高裁判所は 2015 年と 2021 年に夫婦同姓の強制は違憲ではないと判断しつつも、複数の反対意見が付され、制度の在り方は国民の判断、国会に委ねるべきとしている。 選択的夫婦別姓制度は、同姓か別姓かを「選択」できるようにするもので、誰も強制されることのないしくみである。 最近の世論調査では、約 7 割が選択的夫婦別姓制度に賛成し、若年層ほど賛成が多くなっている。2024 年 6 月には、日本経済団体連合会が導入を求める提言を発表した。同制度の導入を求める地方議会の意見書も次々採択されている。				

2024 年 10 月の衆議院選挙を経て、選択的夫婦別姓制度の導入に賛成する政党が国会で多数となり、同制度を直ちに導入することは、国会が日本国民に対して果たすべき責任である。

ついては、地方自治法第 99 条に基づき、内閣総理大臣、法務大臣など関係大臣に対する意見書の提出を決議いただくよう、次の事項について請願する。

選択的夫婦別姓制度を直ちに導入するための国会審議を進めるよう求める意見書を、国及び政府に提出すること。

文化生活・教育常任委員会 送付陳情一覧表

令和7年2月定例会

受理番号	受理年月日	件名
297の3	R7. 1. 14	「いじめ」「自殺」「児童虐待」「犯罪」等を減らす取組に関する陳情

陳情又は要望に関する文書表

受理番号	第 297 の 3 号	受理年月日	令和7年 1月14日	送付委員会	文化生活・教育常任委員会
陳 情 者					
件 名	「いじめ」「自殺」「児童虐待」「犯罪」等を減らす取組に関する陳情				
要 旨	現在の日本の治安は、いい状態とは言えない。 政府の発表によると、2023年に全国の小、中、高、特別支援学校で認知された「いじめ」の件数は732,568件である。これは、一日に約2,007件認知されたということである。 同じく2023年の全国の「自殺死亡者数」は、21,837人で、一日約60人が亡くなったということである。 2022年の全国の「児童虐待相談件数」は、214,843件で、一日約589件の相談があったということである。 2023年に全国で起きた「殺人事件」は、912件であった。一日平均、約2.5人が殺されたということである。 「強盗」は1,361件起きた。一日約3.7人の方が被害にあったということである。 「不同意性交等（強制性交等）」は2,711件で、一日約7.4人の方が被害にあっている。 多くの方は、このような状況に慣れてしまったせい、無関心でいるが、私は、これは異常な状態だと思っている。 特に、「自殺死亡者数」に関しては、G7の中で最も多いという、非常に残念な状況にある。 多くの自治体は、これらの問題に対処するために、様々な取組をされていると思うが、目立った成果は出ていないようだ。 それどころか、これらの数値は、全て、前年と比べて増加している。 私は、このような状況を改善するために、ある施策を考えたので、是非、自治体の運営に取り入れていただきたいと思っている。 多くの方が苦しんでいる今の状況は、普通ではない。放置してはいけないと思う。 治安を回復し、より良い社会を実現するために、是非、前向きに検討していただきたいと思う。 現在、政府は、治安に関する様々なデータをネット上に公開しているが、私はそれらの中で、以下の17の項目の数値を減らすこと				

(人口増減は除く)が、「より良い社会」を実現する上で、特に重要だと考えている。

(1) 社会の状況 計9項目

自殺死亡者数、いじめの認知件数、児童虐待相談件数、死亡事故発生数、完全失業率、ホームレス数、離婚件数、ひとり親世帯数、人口増減数

(2) 犯罪の認知件数 計8項目

「強盗」認知件数、「殺人」認知件数、「不同意性交等(強制性交等)」認知件数、「不同意わいせつ(強制わいせつ)」認知件数、「窃盗犯」認知件数、「放火」認知件数、「略取誘拐・人身売買」認知件数、「来日外国人による刑法犯・特別法犯」総検挙件数

私の一つ目の提案は、府の働きかけで、府内の全ての自治体(市町村)が、その地域のこれらを数値化し、図表をつくり、自治体のホームページや機関誌等で公表し、市民と共有するようにすることである。

ここで重要なのは、「市民と共有すること」である。

また、そのために必要なのは、ホームページや機関誌に掲載する等して、「市民がいつでも見られるようにしておくこと」、「定期的に公表し、市民にしっかり伝えること」である。

積極的に情報を発信して、「治安の状態を市民と共有すること」が、とにかく重要である。

この取組の主なメリット

メリット1 市民の「社会意識」が高まる

「地域(市町村)の治安の状態」を数値化し、図表をつくり、常に、自治体のホームページや機関誌等に掲載しておけば、その地域に住む全ての人が、自分が住んでいる地域の状態を、いつでも数値で確認することができる。

そのため、その地域に住む人が「地域の課題に関心を持つようになる」「社会意識が高まる」「地域に愛着を持つようになる」「地域の政治に関心を持つようになる」「地域に貢献するようになる」といったことが期待できる。

市民の「社会意識」が高まることは、自治体のあらゆる活動に、プラスに作用する。

メリット2 子どもに、地域の課題を「自分ごと」として考えさせることができる

この取組を、地域の小・中・高校の道德教育に取り入れれば、地域の子どもの、子どもの頃から、地域の課題を「自分ごと」として考えさせることができる。

このような教育を、子どもの頃から継続して行なえば、子どもの「社会意識」は、自然と高まると考えられる。

メリット3 自分が住んでいる地域の「良し悪し」が分かる

公表する数値は、「地域の良し悪しを判断する基準」になるので、政治に詳しくない人でも、その数値を見ることによって、自分が住んでいる地域が「いい状態か、悪い状態か」「良くなったか、悪くなったか」「他の地域と比べてどうか」等を知ることができる。

る。

メリット4 自治体で働く人の「責任感」と「真剣さ」を高めることができる

この取組を府内の全ての自治体（市町村）で行なえば、府内の全ての自治体を数値で評価できるようになるので、自治体で働く全ての人の「責任感」と「真剣さ」を高めることができる。

メリット5 コストがかからず、リスクがない

17の項目は、全て政府と警察庁のホームページに掲載されているので、新たに調査する必要がない。つまり、実施するにあたって、コストが、ほとんどかからず、リスクが、ほとんどないということである。

この取組のデメリットとして、デメリットということのほどではないが、それぞれの数値を調べ、図表をつくり、公表する作業が必要になる。

これらの数値は、政府が都道府県別で、ネット上に公開しているが、市区町村別の数値は、一部の地域を除いて公開されていない。

ただ、集計は、市区町村ごとに行なわれているようなので、問い合わせることによって、知ることができると思う（東京都の犯罪の発生件数は、市区町村別で公開されている）。

また、以前、私が八王子市役所に、八王子市における「自殺死亡者数」「いじめの認知件数」「児童虐待相談件数」を問い合わせたところ、教育委員会の方針で、八王子市の数値は公開していないとのことだった。ただし、把握はしているとのことだった。

自治体によっては、一部の数値は公開しづらいのかもしれないが、私は、むしろ積極的に公開するべきだと考えている。

なぜなら、「現状を知ること」なしに、改善することなどできないからである。治安を良くする上で、「現在の治安の状態を知ること」は、避けては通れない。

現状から目をそらさず、市民の幸せに直結するそれらの数値を公開し、市民と共有することこそ、誠実な態度なのである。

より良い社会を実現するために、是非、この重要な一步を踏み出してほしいと思う。

二つ目の提案は、府の働きかけで、府内の全ての自治体（市町村）が、一つ目の提案で説明した「17の項目」のすべて、もしくは一部の数値を減らす方法を考え、「数値目標」を決め、「実施計画」を立て、公表し、市民と協力して、それを行なうようにするというものである。

ここで重要なのは、「数値目標」「実施計画」「具体的な取組」等を、「市民と共有すること」である。

また、「市民に対して、定期的に進捗状況を伝えること」、そして、「その活動を、政治の仕組みとして定着させること」も重要である。

ここでも、「市民と情報を共有すること」が、何より重要である。

この施策のメリットは、これをしっかり行なえば、少なからず、その数値が減ることである。

また、その地域に住む全ての人が「共通の目的」を持つことになるので、地域の団結が得やすくなるし、地域がまとめやすくなる。

この取組のデメリットは、「数値を減らす方法」を考え、「数値目標」を決め、「実施計画」を立てるのに、時間と労力がかかることである。

また、市民と協力して、それを行なうためには、行政の適切なリーダーシップが必要になる。

あくまで一例だが、自治体（市町村）が以下のことを行なえば、市民の「社会意識」を高め、市民の「理解」と「協力」を得て、それらの数値を減らすことができると考えられる。

- ・対象地域（市町村）の治安の状態（17の項目）を数値化し、図表をつくり、ホームページ等で公表する。
- ・「数値を減らす方法」を考え、「数値目標」を決め、「実施計画」を立て、それを公表する。
- ・実施する。PDCAサイクルを回す。
- ・17の項目の月間、年間の数値、活動の進捗状況等を、自治体のホームページや機関誌等で定期的に公表する。
- ・地域の小・中・高校の道德教育に、この活動を取り入れる。

「数値化」と「公表すること」に関しては、17の項目すべてを数値化し、公表した方がいいと思うが、実施に関しては、重要度が高いと思われる項目に絞って、実施した方がいいかもしれない。

数値を減らすためには、「具体的な取組」が必要であるが、私は、家庭における道德教育と学校における道德教育を充実させることが、根本的に重要だと考えている。

しかし、地域の課題や状況は、それぞれ全く違うので、何をどのようにするかは、それぞれの自治体が、その自治体の実状に合わせて決める必要がある。

三つ目の提案は、府全体の「治安の状態（17の項目）」を数値化し、図表をつくり、府のホームページや機関誌等で公表し、府民と共有すること、誰もが、いつでも見られるようにすることである。

ここでも重要なのは、「府民と治安の状態を共有すること」である。

多くの人は、「社会意識」が、あまり高くないが、その原因の一つは、「社会や地域の課題に触れる機会が少ないから」だと思う。

府内で起きている「いじめ」「自殺」「児童虐待」「犯罪」等の数を積極的に府民に伝えれば、多くの人の「社会意識」は、少なからず高まると思う。

そして、多くの人が、それらを「自分ごと」として考えるようになれば、それらの数値は、少なからず減っていくはずである。

そのため、ここで重要になるのは、府全体の「治安の状態」の数値、図表を府のホームページに載せるなどして、常に見られるようにしておくこと、また、府民の「社会意識」が高まるような情報発信を積極的に行なうことである。

この取組のメリット、デメリットは、一つ目の提案のそれと同じである。

17の項目を数値化する理由を補足説明する。

これらの項目を数値化する理由は、これらが人間の幸せに、深く関わっていると考えられるからである。

また、これらは、政府がネット上に公開しているので、新たに集計する必要がないからである。

また、項目が多すぎると分かりづらくなり、対策がしづらくなるため、17個に絞った。

これらの項目は、政府が公開している治安に関するデータの中で、特に人間の幸せに関係していると、私は考えている。

離婚件数については、分かりづらいかもしれないが、令和5年に起きた自殺の2割以上が、家庭問題が原因であることから、離婚（家族の不和）は、人の幸せに大きな影響を与えていると考えられる。

また、子どもがいる夫婦が離婚をすると、夫婦の不和が、子どもに、少なからず影響を与えてしまうので、子どもの幸せに影響がでる。

また、ひとり親家庭も、両親がいる家庭と比べると、子育てに影響があるので、子どもの幸せに関係していると言える。

このような理由から、これらの数値を把握し、できる限り減らす取組をすることは、とても重要であると考えているが、離婚そのものを否定しているわけではない。

人口減少は、地方の自治体においては、非常に重要な課題である。

そのため、人口増減数を、ホームページ等で常に見られるようにしておくこと、また、学校教育で子どもに教え、子どもの頃から、そのことについて考えるようにしておくことは、とても重要だと考える。

犯罪の認知件数は、人間の幸せに直結している重要な問題である。

それらを減らすためには、家庭と学校における道徳教育と、地域の啓蒙活動を充実させることが根本的に重要だと考えるが、犯罪の種類によって、取り組むことが少し違ってくる。

例えば、窃盗を減らすためには、経済対策が必要かもしれない。

「不同意性交等（強制性交等）」と「不同意わいせつ（強制わいせつ）」を減らすためには、「男女の人間関係のあり方」についての教育が必要だと思う。

「強盗」「殺人」「放火」については、家庭環境が悪い人に対する生活のサポート、育児の相談、生活相談が必要かもしれない。

また、市民の防犯意識を高める啓蒙活動も重要だと思う。

最後に、現在、「いじめ」「自殺」「児童虐待」は、社会問題として注目されているが、改善する兆しが見えない。恐らく、今行なっている取組を続けているだけでは、改善できないと思う。

私の提案は、この状況を打破するための新しい取組である。

この取組を継続して行ない、行政の「仕組み」として定着させることができれば、必ず成果が得られるはずである。

私は、この取組が、全国の市区町村、都道府県で行なわれるように働きかけている。

全国の市区町村、都道府県がこの取組をすることによって、日本全体の治安が良くなる、より良い社会が実現する。それが、私が期待していることである。

日本全体の治安を良くするために、是非、この施策を府政に取り入れていただきたいと思っている。

自治体によっては、二つ目の提案は、実施するのが難しいかもしれないが、一つ目と三つ目の提案は、是非、行なっていただきたいと思っている。

ついでに、次の事項について陳情する。

- 1 府の働きかけで、府内の全ての自治体（市町村）が、その地域の「治安の状態」を数値化し、図表をつくり、その自治体のホームページや機関誌等で公表し、市民と共有するようにすること。
- 2 府の働きかけで、府内の全ての自治体（市町村）が、「1で公表した数値を減らす方法」を考え、「数値目標」を決め、「実施計画」を立て、公表し、市民と協力して、それを行なうようにすること。
- 3 府全体の「治安の状態」を数値化し、図表をつくり、府のホームページや機関誌等で公表し、府民と共有すること。