

第1章 計画策定の趣旨

1 計画策定の背景

(1) 本市における消費者行政の沿革

昭和30年代後半から40年代前半（1960年代）を中心とした高度経済成長期において、大量生産・大量消費の仕組が広がる中、欠陥商品による被害や不当な表示事件など、消費者問題が社会的にクローズアップされるようになりました。

本市では、顕在化した消費者問題に対処するため、昭和42年（1967年）に消費経済課を設置し、「消費者保護」「消費者啓発」を柱とした「市民の暮らしを高める行政」を実施してきました。

また、昭和48年（1973年）のオイルショックに端を発した狂乱物価に対応するため、物価対策課を設立し、生活関連物資の価格の監視・調査を開始しました。

昭和50年（1975年）、本市は、京都市消費者保護条例を公布し、翌年には同条例に基づき消費者保護審議会を設置しました。この条例に関する重要事項を審議する中で、単位価格表示基準、包装食品の品質表示基準及び包装基準といった京都市の基準を制定するなど、本市消費者行政の基礎を築いていきました。

また、昭和51年（1976年）、消費生活情報の収集・提供、啓発、相談等を行う消費者センターを設立し、一層強力な消費者行政の推進に努めることとしました。

しかし、豊田商事事件に代表される、強引な販売方法や詐欺的な訪問販売が目立ち始めるなど、消費者被害の中心は、商品そのものから、契約・取引方法やサービスに関するものへと移行し、特に、サービスの購入に伴う契約トラブルが、昭和60年代（1980年代後半）から増えてきました。

そして、近年の高度情報化、国際化、高齢化及び規制緩和の進展により、消費者の選択の幅が広がっており、消費者側の価値観の多様化とともに、商品・サービスに対するニーズも、量的な充足から、質の向上や種類の多様さへと変化しました。

とりわけ、高度情報化の進展は、消費者の扱う情報量の増大、コミュニケーション手段の発達、ライフスタイルの変化、生産性の向上等、多面にわたって経済構造や消費生活に大きな影響を与えており、インターネットの普及は、国境を越えた消費者取引を拡大させています。

しかしながら、このような利便性の飛躍的向上、選択肢の大幅拡大は、消費生活に大きなメリットをもたらす反面、消費者被害に陥るリスクをも大幅に増加させています。

このように、消費者を取り巻く環境が大きく変わっていく中で、消費者行政も、時代の趨勢に沿った見直しを求められてきました。すなわち、現在では消費者を「保護」の対象とするだけでは対応できなくなっており、消費者が自らの価値観で、多様な選択肢の中から主体的に選択し、その選択が適切なものとなるよう、行政等が支援する枠組への移行が必要となっているのです。

(2) 国の動き

国においては、昭和43年（1968年）に消費者保護基本法を制定し、消費者保護行政の枠組を定めました。昭和51年（1976年）には、「訪問販売」「通信販売」及び「連鎖販売取引（マルチ商法）」における消費者被害の防止、救済を目的として、訪問販売等に関する法律（訪問販売法）を制定・施行しました。その後、消費者被害の増加に伴って規制対象を拡大していき、平成13年（2001年）、特定商取引法という名称に改めています。

【資料編1 関係法令の推移 1 特定商取引に関する法律】

また、特定商取引法の規制対象ではない取引・商品に関する消費者被害を救済するため、平成13年（2001年）に消費者契約法を施行し、消費者契約の適正化を目指すこととしました。

【資料編 1 関係法令の推移 2 消費者契約法】

そして、平成16年（2004年）、昨今の消費者を取り巻く社会経済情勢の変化に対応するため、消費者保護基本法を抜本的に改正した消費者基本法を施行しました。

消費者基本法は、消費者の位置付けを「保護される者」から「自立した主体」と改めるとともに、消費者の権利の尊重及びその自立の支援等を行政（国及び地方公共団体）の責務としています。

【資料編 1 関係法令の推移 3 消費者基本法】

平成17年（2005年）に同法に基づき策定された消費者基本計画は、「消費者の安全・安心の確保」「消費者の自立のための基盤整備」「緊要な消費者トラブルの機動的・集中的対応」を基本的柱とし、省庁を横断する総合行政としての推進を目指しています。

【資料編 2 消費者基本計画（国）の概要】

(3) 今日の本市の動き

本市においては、消費者問題の変化に対応するため、消費者保護条例の随時改正を行ってきましたが、消費者を取り巻く環境の変化や国の動向等を受け、本市消費者行政を見直すべく、平成16年（2004年）4月、条例に盛り込むべき基本的事項について消費者保護審議会に諮問しました。その後、中間答申に対するパブリックコメントを経て、同年12月に同審議会から最終答申を受理しました。

最終答申では、条例の見直しにおける基本的な考え方の柱として、

- 1 安心・安全な消費生活環境の整備
- 2 消費者被害の救済
- 3 消費者被害の拡大防止・未然防止のための実効性の確保
- 4 消費者の自立支援

の4点を掲げるとともに、消費者の権利を具体的に明確化したうえで基本理念を定めること、本市、事業者・事業者団体、消費者・消費者団体の役割を明ら

かにすること，総合的・計画的な施策の推進により，市民の消費生活における安心，安全，安定及び向上を図ることなどが必要であるとしています。

この最終答申を踏まえ，本市は，平成１７年（２００５年）３月に「京都市消費者保護条例」を抜本的に改正した「京都市消費生活条例」（以下「条例」といいます。）を公布し，同年１０月に施行しました。

条例の大きな特徴としては，基本理念（第３条）において，７つの「消費者権」を具体的に明記したうえで，消費者権の実現を図ることを旨として消費生活施策を推進するとともに，「食の安全の確保，環境への配慮」「高度情報通信社会の進展への対応」「食文化，始末の文化等京都固有の生活文化の尊重」に留意しなければならないとしています。

７つの「消費者権」

- １ 消費生活において生命及び身体の安全が確保されるとともに，財産を侵害されない権利
- ２ 商品等の表示，計量，包装，広告，価格及び供給の適正化を求める権利
- ３ 事業者の不適正な取引行為により契約の締結その他の行為を強制されず，事業者に対し当該不適正な取引行為を行わないことを求める権利
- ４ １～３までの権利を実現するため必要とされることを迅速かつ適切に知る権利
- ５ １～４までの権利を実現するため必要な教育を受ける権利
- ６ 消費生活に関する意見を消費生活施策及び事業者の事業に反映させることを求める権利
- ７ １～６までの権利ができる限り侵害されないよう必要な措置が講じられるとともに，当該権利が侵害された場合において，迅速かつ的確に救済される権利

また、7つの消費者権の実現を図るための施策について、それぞれの消費者権ごとに規定を設けており、警察等との密接な連携（第22条）や事業者への勧告と並行して、勧告内容を事業者と契約関係にあるクレジット会社等にも通知可能（第35条）にするといった、条例の実効性を強めるための規定などを盛り込んでいます。そして、消費生活施策を総合的かつ計画的に実施するため、本市において消費生活基本計画を策定しなければならない（第10条）こととしました。

【資料編3 京都市消費生活条例の概要】

2 計画の位置付け及び計画期間

(1) 計画の位置付け

本市は、平成11年（1999年）、21世紀の京都のまちづくりの方針を理念的に示す長期構想であり、本市市政の基本方針である「京都市基本構想」を策定し、「安らぎのある暮らし」と「華やぎのあるまち」を目指すべき都市像として掲げています。

【資料編4 京都市基本構想 抜粋】

そして、その具体化のために、平成13年（2001年）、全市的観点から取り組む主要な政策を示す「京都市基本計画」を策定しました。平成18年（2006年）現在は、基本計画の実施計画である、「京都市基本計画 第2次推進プラン」によって重点施策を全市的に推進しています。

【資料編5 京都市基本計画 抜粋】

消費生活基本計画は、「京都市基本構想」においてうたわれている「だれもが安心してらせるまちづくり」を目指し、消費生活の安心、安全、安定及び向上、そして消費者の自立を図る消費生活施策を総合的かつ計画的に実施するためのものであり、上記「京都市基本構想」、「京都市基本計画」及び「京都市基本計画 第2次推進プラン」の分野別計画としての性格も有しています。

(2) 計画期間

消費生活基本計画（以下「計画」といいます。）は、「京都市基本計画」（平成13年（2001年）～平成22年（2010年））の分野別計画であること、また、計画内容について、「京都市基本計画」及び「消費者基本計画（国）」（平成17年度（2005年度）～平成21年度（2009年度））の推進状況等を参考にしつつ、必要に応じた見直しを行っていくものとするため、計画の実施期間については、平成18年度（2006年度）から平成22年度（2010年度）までの5年間とします。

3 計画の基本方針

本市の消費生活政策は、21世紀型の消費生活として、ひとりひとりが暮らしに節度を持ち、だれもが安心してくらせるまちを目指しています。

最近では、高齢者をねらった悪質訪問販売問題、安全に配慮を欠いた結果の製品事故やリコール隠し、キャッシュカードを狙ったスキミング事件といった被害が多発し、消費生活の安心・安全に対する関心がこれまでになく高まっています。

消費者にとって安心・安全な消費生活環境を整備することは、消費生活施策における基本的な課題のひとつです。この課題を克服するためには、行政だけでなく、消費者や消費者団体が、消費生活情報の積極的な収集、自主的・合理的な消費行動といった役割を発揮し、事業者や事業者団体が、安全な商品・サービスの提供、自主行動基準の策定といった責務を十分に果たすことで、はじめて実現されるものです。

本市は、それぞれの役割や責務を十全に機能・全うさせるため、公正かつ自由な競争の維持・促進、消費者の適正な選択が可能な環境を整備すること等、様々な施策を講じ、責務を果たしていかなければなりません。

また、消費者被害が複雑・多様化し、消費者の権利保障、利益擁護に関する施策が引き続き必要とされている昨今の状況下において、本市は、消費生活相談を中心とした消費者被害の救済や、緊急時の情報提供をはじめとする消費者被害の未然防止・拡大防止のための実効性の確保に努めなければなりません。

そして、高度情報化や規制緩和の進展など、消費者を取り巻く環境が大きく変化し、行政が消費者を「保護」するだけでは対応できない社会状況になりつつある中で、消費者自身を守るためにも、「自らの価値観で、主体的かつ合理的に選択することができる」真に自立した消費者を育成する施策を拡充することが急務となっています。

21世紀における「消費」は、単に購入して使用するという消極的な行動としてではなく、もっと積極的な文化や生活面での創造につながるものとして捉えらるべきです。

本市には、地球温暖化防止に関する「京都議定書」を採択した都市として、地球環境に配慮し、日々の暮らしの中で、環境に負荷をできる限りかけない生活を

率先していく姿勢が求められています。

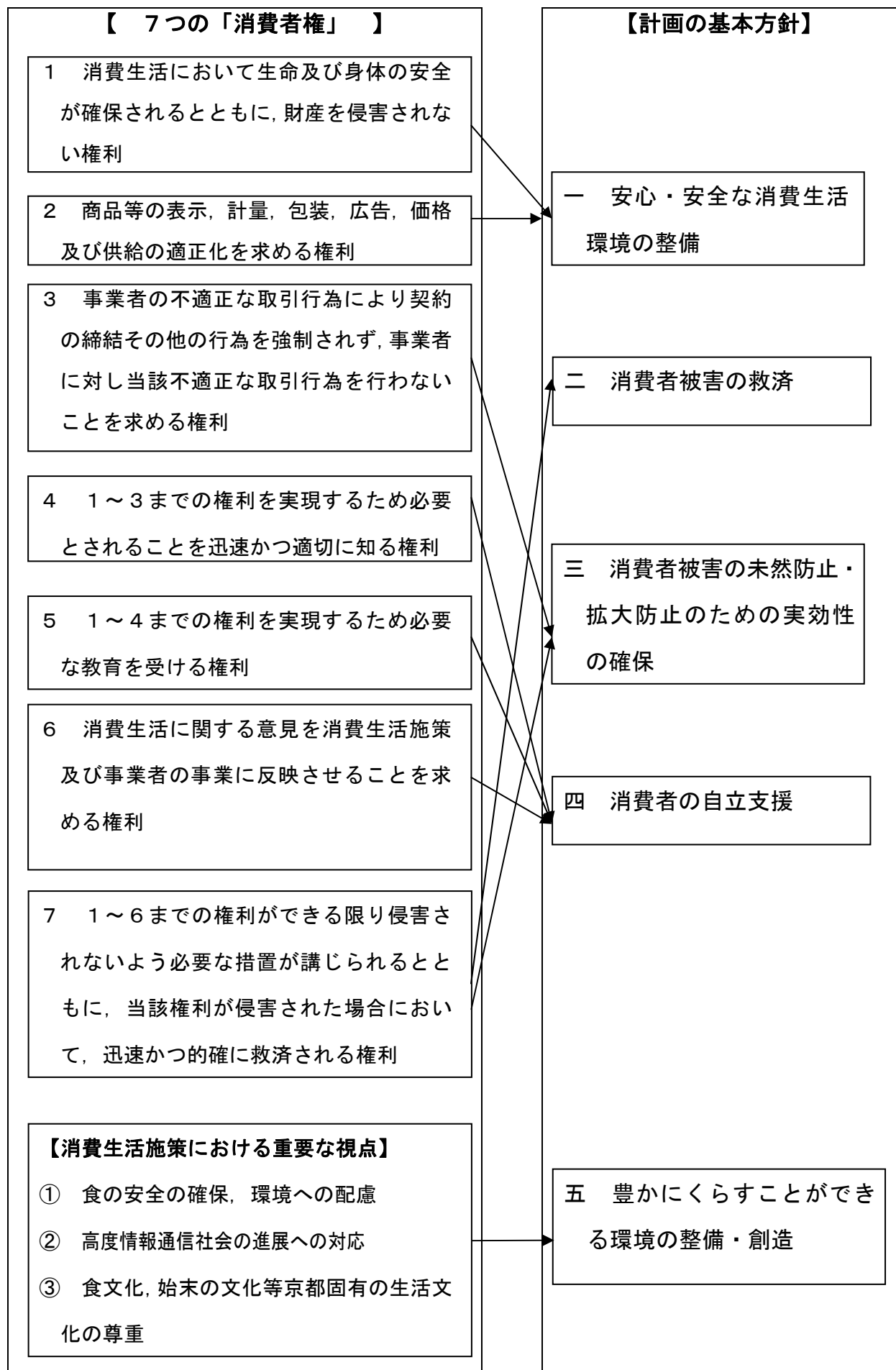
また、京都は、1200年を超える歴史の流れの中で代々受け継がれてきた、「もったいない」に代表される始末の文化や、食文化といった独自の生活文化を培ってきました。

このような京都ならではの特色を生かし、20世紀の大量生産・大量消費に象徴される物質的な豊かさではない「本当の豊かさ」とは何か、「次世代への責任を果たす21世紀型の消費生活はどうあるべきか」を常に念頭に置いた消費生活行動を促進していくことが、これからの消費者に求められています。

このように、消費生活における安心、安全、安定及び向上、そして消費者の自立のために定めた7つの消費者権の実現と、京都のまちに古くから息づく生活文化の継承・発展とを有機的に結びつけていくことは、これからの消費生活社会にとって欠かせないものと考えます。

よって、本計画では、条例の基本理念に定めた7つの消費者権と消費生活施策推進において配慮すべき重要な視点を有機的に体系化した以下の5点を、計画の基本方針とし、次章以降で、それぞれの基本方針についての課題や施策の内容、推進方法等を掲げていきます。

- 一 安心・安全な消費生活環境の整備
- 二 消費者被害の救済
- 三 消費者被害の未然防止・拡大防止のための実効性の確保
- 四 消費者の自立支援
- 五 豊かにくらすことができる環境の整備・創造



第2章 基本的施策

1 安心・安全な消費生活環境の整備

生命・身体及び財産の安全が満たされて、消費者は、はじめて安心な消費生活をおくることが可能となりますが、現実には、消費生活に甚大な被害を及ぼす事件は後を絶ちません。

安全な商品・サービスを提供することは事業者の責任ですが、法令による事前規制に加えて事業者の法令遵守経営を促進するなどの施策が必要です。

そして、21世紀にふさわしい消費生活施策は、消費生活における安全を確保したうえで、消費者が市場にあふれる多様な商品・サービスから自由かつ適切に選択できるよう、市場における消費者を取り巻く環境を整備する必要があります。これについては、消費者の年齢や判断能力等の特性を十分に配慮したものとなるよう努める必要があることは、言うまでもありません。消費者にとって健全な生活環境が確保されることや、消費生活において基本的な需要が満たされることは、消費生活社会の根幹となるものです。

(1) 安全の確保

消費者が豊かで、快適な生活を享受していくうえで、生命・身体に対する危害や財産に対する侵害から消費者を守っていくことは、最も基本的かつ重要な課題です。

そのため、「衣食住」をはじめとする商品・サービスの安全性の確保は、消費者問題を行政課題として取り組みはじめた当初から最重要課題として今日に至っています。また、高齢化社会の進展は、施策のあらゆる部分の見直しを要求し、安全の確保についても、より多角的なアプローチを図る必要があります。

一方で、安全性の確保は広範囲な行政分野に関わるものであり、また、その安全性の検査、証明等は極めて高度な専門性が必要とされるものであるため、

事業者自身による説明責任はもとより、国や他の自治体、検査機関との連携が必要不可欠となっています。

<7つの消費者権>

ここでは、7つの消費者権のうち、次の消費者権の実現を目指しています。

- ① 消費生活において生命及び身体の安全が確保されるとともに、財産を侵害されない権利

ア 食品の安全の確保

食品の安全の確保は、市民の消費生活の根底をなす重要な課題ですが、食品の偽装表示、BSE問題や鳥インフルエンザの発生など、食品の安全性を脅かす問題は依然として絶えません。生産から販売に至るまでの各段階において、様々な施策を進めます。

取 組 内 容		担当局等	新規	充 実	再 掲
①	食品に関する危害についての調査、勧告及び事業者名等の公表	文化市民局			
②	緊急時の事業者による危害情報提供への協力	文化市民局		○	1-(1)-イ 3-(1)-ア
③	「京(みやこ)・食の安全衛生管理認証制度(仮称)」の創設	保健福祉局	○		
④	食品衛生監視員による緊急時の立入調査を含む飲食店等の監視指導の実施	保健福祉局			
⑤	食鳥検査の実施	保健福祉局			
⑥	BSE全頭検査の実施	保健福祉局			
⑦	衛生公害研究所における保健衛生、食品衛生等の調査研究、試験検査等の実施	保健福祉局			
⑧	食品表示に関する監視、情報収集及び提供	文化市民局			

イ ものの安全の確保

消費者が日常的に使用・利用する家庭用品など「もの」については、その安全性について消費者自らが判断することは困難な場合が多く、製品の欠陥による事故につながる可能性があり、検査、監視等を中心に施策を進めます。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	商品等に関する危害についての調査、勧告及び事業者名等の公表	文化市民局			
②	緊急時の事業者による危害情報提供への協力	文化市民局		○	1-(1)-ア 3-(1)-ア
③	薬事法に基づく医薬品販売業者に対する監視指導の実施	保健福祉局			
④	毒物及び劇物取締法に基づく販売業者の監視指導の実施	保健福祉局			
⑤	衣類や家庭用洗剤などの試買検査、施設の監視指導の実施	保健福祉局			
⑥	産業技術研究所における品質試験及び研究の実施	産業観光局			

ウ 建物の安全の確保

建物に関する被害は、一件あたりの被害金額が大きく、その回復にかかる費用は消費者の経済能力をはるかに超える場合が多いのが特徴です。

また、日常生活をおくる基本的な場である建物については、自宅だけでなく、公共の場においても高い安全性と快適性が要求されるものであり、この確保はこれまでと同様に重要な課題です。

これらを踏まえ、以下を中心に施策を進めます。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	建物の耐震対策の促進	都市計画局		○	
②	アスベスト対策の実施	関係局			
③	理・美容所、クリーニング所等生活衛生関係営業施設の衛生監視指導の実施	保健福祉局			
④	興行場、百貨店等特定建築物の衛生監視指導の実施	保健福祉局			
⑤	「すまい体験館」における総合的な住情報の提供	都市計画局			4-(1)
⑥	専門家による住宅に関する講座「すまいスクール」の実施	都市計画局			

(2) 適切な商品選択が行える環境の確保

自由な経済社会の下では、本来、消費者と事業者は対等な立場にあるはずですが、商品・サービスを供給する事業者側が情報量や交渉力の面で有利であるのが現実です。

この格差を縮め、消費者が市場にあふれる多様な商品・サービスから自由かつ適切に選択できるような環境を確保することが必要です。

<7つの消費者権>

ここでは、7つの消費者権のうち、次の消費者権の実現を目指しています。

- ② 商品等の表示、計量、包装、広告、価格及び供給の適正化を求める権利

ア 商品・サービスに関する情報の適正化の推進

商品・サービスの高度化、流通の複雑化に伴い、事業者と消費者の間にある情報格差は、ますます広がっています。事業者が消費者に対し、適切かつ明確平易な情報提供を行うよう、国による法令規制を補完し、消費者の特性を配慮した、より適切な情報提供を目指し、「表示」を中心とした施策の充実を図ります。

今後、サービスの内容・取引条件に関する表示、子ども、高齢者、障害者等にも分かりやすい表示、それぞれの特性に配慮した包装の観点等についても、検討する必要がある、すべての人にとってできる限り生活しやすい社会環境づくりを目指すユニバーサルデザインの理念も踏まえた施策を展開します。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	広告・表示等に関するガイドライン策定の検討	文化市民局	○		
②	商品等表示基準・単位価格表示基準・包装基準の遵守状況調査、指導等の実施	文化市民局			
③	過大包装疑義商品試買調査の実施	文化市民局			5-(2)
④	青果・水産物の品質表示明記に関する事業者指導の実施	産業観光局			
⑤	牛肉、豚肉の流通の事業者指導の実施	産業観光局			
⑥	食品衛生監視員による適正な表示の指導の実施	保健福祉局			
⑦	食品の健康保持増進効果等に関する広告等の監視指導の実施	保健福祉局			
⑧	栄養表示基準、保健機能食品制度に従った表示の遵守指導の実施	保健福祉局			
⑨	京もの履歴表示の促進	産業観光局	○		
⑩	計量に関する検査、指導の実施	産業観光局			

イ 生活必需品の安定的かつ円滑な供給の確保に向けた取組の推進

「物不足」「物価高騰」等，経済の異常な状態がもたらす市民生活への被害，混乱を防止するため，事業者が流通の円滑化と価格の適正化を図るよう経済状況に応じて柔軟に施策を推進します。

また，近年では，物価も安定傾向にありますが，流通の国際化が進展しており，物資の海外への依存の高さを背景に，物価に密接に連動する傾向が強くなり，引き続き情報の収集・提供を行います。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	生活必需品についての情報の収集・提供及び調査の実施	文化市民局			
②	事業者及び事業者団体への生活必需品に関する措置要請	文化市民局			
③	中央卸売市場の適切な運営による適正な価格の形成	産業観光局			

2 消費者被害の救済

近年の規制緩和の推進、情報化社会の進展、消費経済活動のグローバル化等に伴って、商品やサービスの内容は多様化し、取引及びその契約形態も複雑化しています。とりわけ、規制緩和の進展は、消費者の自由な選択を基礎とした公正で自由な競争を実現する社会を推進しますが、一方では、消費者にも一層の自己責任が求められることとなります。

商品やサービスの選択の際には、その性能、価格、安全性等について、より慎重に見極める必要があります。しかし、事業者と消費者との間には、情報量や交渉力等において格差があり、消費者が不利な立場に立たされている状況は否めません。

消費者被害の救済については、現在までも「消費者契約法」の施行や「特定商取引法」の改正など民事ルールが整備され、消費者がこれらを活用して自らの力で被害回復を図ることが期待されますが、多数少額被害を特徴とする消費者被害を消費者が司法の場で回復することはコストの面でも限界があります。本市に寄せられる消費生活相談は、近年、増加傾向を示し、相談内容も複雑・多様化しており、今後もこの傾向は続く予想されます。

従って、行政による事後的救済は今後も重要であり、相談をはじめとする態勢のより一層の充実を行うことが必要です。

(1) 消費生活相談、被害の救済

市民生活センターでは、身近な紛争処理機関として、消費者が事業者との交渉において容易に権利を主張できるように助言し、状況に応じてあっせんを行っています。これまでも、消費者被害の救済や紛争の解決に大きな成果を挙げてきましたが、近年、増加傾向を示し、複雑・多様化する消費者被害を救済するためには、さらなる態勢強化が求められます。

<7つの消費者権>

ここでは、7つの消費者権のうち、次の消費者権の実現を目指しています。

- ⑦ 権利が侵害されないよう必要な措置が講じられるとともに、権利が侵害された場合に、迅速かつ的確に救済される権利

そのためには、消費生活専門相談員に対する研修の充実や、必要な場合における特別相談窓口等の設置など、消費生活相談態勢の強化を図るとともに、関係機関等との連携を強化します。

また、悪質で巧妙化する不適正な取引行為によって、消費者被害の公正・迅速な救済がより強く求められる場合に対応するため、審議会による調停など、消費者被害の救済システムを整備します。

審議会において、あっせん状況等について検討を行い、必要があると認める場合は調停を実施できるよう、

最終的に訴訟事案となった場合においても、経済的事由による不安を解消するため、消費者訴訟の援助に努めます。

また、平成18年（2006年）に法制化が予定されている消費者団体訴訟制度についても、その動向を見定めながら、その支援策を検討していきます。

また、平成18年（2006年）6月7日に公布された改正消費者契約法の施行に関して今後示される国の方針を踏まえ、他都市の状況等も参考に、適格消費者団体への支援のあり方を検討します。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	消費生活専門相談員による助言及びあっせん	文化市民局		○	
②	消費生活審議会の調停制度の活用	文化市民局		○	
③	消費生活週末(土・日)電話相談の充実	文化市民局		○	
④	電子メール等による相談の実施	文化市民局	○		
⑤	被害の多発等緊急時における特別相談窓口の設置	文化市民局			
⑥	事業者に対する指導等の強化	文化市民局		○	
⑦	消費生活専門相談員等の研修の実施	文化市民局			
⑧	京都府、京都府警察、京都弁護士会をはじめとした関係機関等との連携強化	文化市民局		○	3-(1)-イ 3-(2)
⑨	消費者訴訟の援助	文化市民局			
⑩	消費者団体訴訟制度への支援策の検討	文化市民局	○		3-(1)-イ 3-(2)
⑪	不招請勧誘への更なる対応の検討	文化市民局		○	

(2) 消費生活相談に関連する各種専門相談の充実

相談においては、高度な専門的知識を必要とする事例も少なくありません。複雑・多様化が進む消費者被害を迅速かつ効果的に解決するためには、消費生活相談だけでなく関連する専門的見地からの相談の充実が重要です。

また、こうした相談窓口が有機的に連携することが欠かせません。そのため、総合相談機能を併せ持つ市民生活センターが主導的役割を担うことが必要です。

<7つの消費者権>

ここでは、7つの消費者権のうち、次の消費者権の実現を目指しています。

- ⑦ 権利が侵害されないよう必要な措置が講じられるとともに、権利が侵害された場合に、迅速かつ的確に救済される権利

ア 各種相談事業の推進

消費生活をおくるうえで発生する問題の法的解決の支援や、消費者の健康や住まい等に関する不安を解消するため、各種相談事業を推進します。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	弁護士による無料法律相談の実施	文化市民局			
②	栄養相談指導の実施	保健福祉局			
③	医療安全相談の実施	保健福祉局			
④	住宅に関する総合相談「すまいよろず相談」の実施	都市計画局			
⑤	建築相談員が対応している「建築相談」の実施	都市計画局			

イ 関係機関等の連携の強化

本市や関係機関等の各種相談窓口の連携を強化することにより、あらゆる状況における消費者被害の迅速かつ的確な救済を図ります。

また、日本司法支援センター京都地方事務所とも十分な連携を図ります。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	本市の相談窓口のネットワーク化の推進	文化市民局		○	
②	災害等緊急時における連携のあり方の検討	文化市民局		○	
③	日本司法支援センター京都地方事務所との連携	文化市民局	○		
④	各種団体等が実施する相談事業との連携	文化市民局			

3 消費者被害の未然防止・拡大防止のための実効性の確保

近年、本市に寄せられる消費生活相談件数は増加傾向を示しており、その内容も商品の品質・機能に関するものから、取引形態に関するものへと大きく変化しています。

その多くは事業者による不適正な取引行為に起因し、その手口も年々、複雑・巧妙化しているという特徴があります。

こうした不適正な取引行為では、特に若年者や高齢者が他の年代に比べて被害を受ける割合が高くなっています。

消費者被害を未然に防止し、その拡大を防ぐには、まず、消費者への情報提供が大切ですが、若年者や高齢者、障害者などへの情報提供においては、消費者の特性に応じた取組を進めることが非常に重要です。特に高齢者や障害者に関しては、関係機関や地域等が連携することにより、情報伝達を迅速・正確に行うことや、見守り機能を発揮することなどが必要です。

(1) 消費者被害の未然防止・拡大防止

消費者被害の未然防止・拡大防止のためには、本市に寄せられる相談のほか、広域的な件数や内容等の被害情報の分析を行うとともに、他都市との広域的連携や京都府・京都府警察等関係行政機関や団体等との連携を強化し、相互の情報交換や交流の促進を通じて、市民への支援とりわけ迅速かつ効果的な情報提供を一層充実しなければなりません。

近年、ひとり暮らしや高齢者のみの世帯が増加し、高齢者をターゲットにした悪質商法などの相談件数は年々増加しています。誰しも訪れる判断能力の低下は、円滑な消費生活を困難にしますが、こうした方々には、身近にいる関係者の支援が欠かせません。

<7つの消費者権>

ここでは、7つの消費者権のうち、次の消費者権の実現を目指しています。

- ⑦ 権利ができる限り侵害されないよう必要な措置が講じられるとともに、当該権利が侵害された場合において、迅速かつ的確に救済される権利

ア 消費者被害に関する情報提供の推進

消費者被害の未然防止・拡大防止については、迅速かつ適切な情報提供が非常に重要です。

を図るため、相談状況や手口情報についての

また、特に取引行為が悪質で、迅速な対応が求められる場合は、緊急の公表等が必要となってきます。

そのため、全国消費生活情報ネットワーク（P I O－N E T）を活用し、広域的な被害情報を的確に把握し、本市のホームページ等を利用した迅速な情報提供を充実します。

迅速な報道機関等への情報提供及びホームページによる情報発信の推進

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	緊急時における事業者名等の公表	文化市民局		○	
②	報道機関等への情報提供及びホームページによる情報発信の推進	文化市民局 ほか		○	4-(1) 5-(3)
③	他都市との広域情報交換及び全国消費生活ネットワークの活用による被害情報の迅速、的確な把握	文化市民局		○	
④	緊急時の事業者による危害情報提供への協力	文化市民局		○	1-(1)-ア 1-(1)-イ
⑤	「出前講座」の充実	文化市民局		○	4-(2)-イ 4-(2)-ウ

イ 関係機関・団体等との連携

消費者被害の未然防止・拡大防止を効果的に行うため、消費者団体、事業者団体等様々な関係諸団体が、それぞれの役割のもとに連携を強化して積極的な行動をとることが重要です。

そのため、関係機関・団体等と以下の連携を強化します。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	京都府, 京都府警察, 京都弁護士会をはじめとした関係機関等との連携強化	文化市民局		○	2-(1) 3-(2)
②	大学コンソーシアム京都等への情報提供の推進	文化市民局		○	4-(2)-イ 5-(3)
③	関係機関との連携による高齢者・障害者等への情報提供の推進	文化市民局		○	
④	消費者団体, 事業者団体との連携による情報提供の実施	文化市民局		○	
⑤	消費者団体訴訟制度への支援策の検討	文化市民局	○		2-(1) 3-(2)

大学コンソーシアム京都, 大学等への情報提供の推進

ウ 地域等におけるネットワークづくり

判断能力の低下が危惧される高齢者等が, 安心・安全な消費生活をおくれるように, 自治会, 福祉関係者等と行政が地域的ネットワークを形成し, 必要な情報の提供を一層充実します。

また, その中で高齢者等を見守る周辺の人々に対する研修等を充実します。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	地域の安心安全ネットワーク形成事業の推進	文化市民局		○	
②	高齢者福祉関係者等への被害防止ハンドブックの配布及び研修の充実	文化市民局		○	
③	地域福祉権利擁護事業の推進	保健福祉局		○	
④	高齢者・障害者権利擁護推進事業の実施	保健福祉局			
⑤	認知症あんしん京(みやこ)づくり推進事業の実施	保健福祉局	○		

(2) 事業者の不適正な取引行為の防止

消費生活相談の内容からは年々、悪質な事業者の手口が複雑・巧妙化していることが特徴的に表れています。

<7つの消費者権>

ここでは、7つの消費者権のうち、次の消費者権の実現を目指しています。

- ③ 事業者の不適正な取引行為により契約の締結その他の行為を強要されず、事業者に対し当該不適正な取引行為を行わないことを求める権利

そのため、本市に寄せられた相談情報を分析し、事業者に対する指導、勧告及び公表を活用し、事業者への強力な対応を推進します。併せて、京都府、警察、弁護士会等関係機関との連携を強化し、事業者による不適正な取引行為の防止を図ります。

また、消費者団体訴訟制度の発足を契機に、健全な消費生活社会への更なる貢献が期待される消費者団体との連携を図ります。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	事業者に対する指導、勧告及び事業者名等の公表	文化市民局		○	
②	京都府、京都府警察、京都弁護士会をはじめとした関係機関等との連携強化	文化市民局		○	2-(1) 3-(1)-イ
③	不適正な取引行為についての事業者、事業者団体に対する周知徹底	文化市民局		○	
④	事業者団体との連携による事業者の自主行動基準の策定促進	文化市民局	○		
⑤	事業者団体と連携した悪質事業者対策の推進	文化市民局		○	
⑥	消費者団体訴訟制度への支援策の検討	文化市民局	○		2-(1) 3-(1)-イ

4 消費者の自立支援

消費者を取り巻く環境は、経済の国際化や高度情報化の進展、深刻な環境問題等により、従来の消費者行政のように、消費者を弱い存在として「保護」の対象とするだけでは対応できないほど変化しています。

消費者自らが、「自立した主体としての消費者」として、多様な選択肢の中から主体的に選び、その選択が適切なものとなるよう、また、積極的に自らの利益の確保に向け行動できるよう、消費者の自立を支援することが必要になっています。

消費者の自立を支援するためには、消費生活を営むうえで有益な情報を迅速かつ適切に提供することが重要です。とりわけ、他の年代に比べて消費者被害を受ける割合が高い若年者や高齢者に対しては、情報提供や学習機会のあり方を検討し、情報を届け、知識を身に付ける仕組みを充実させることが必要となっています。

また、消費者が意見を表明できる機会を設け、参加を促進し、自ら行動する消費者を支援することも必要です。

(1) 様々な機会を通じた情報提供の推進

消費生活に関する情報は、従来からの印刷媒体に加え、情報通信技術を活用するなど、情報の内容や対象者の特性に応じて迅速かつ適切に提供していく必要があります。

また、無関心となっている消費者に対しては、より積極的な情報提供に努めるとともに、関心を持ってもらうための工夫についても検討が必要です。

<7つの消費者権>

ここでは、7つの消費者権のうち、次の消費者権の実現を目指しています。

④ 権利を実現するため必要とされることを迅速かつ適切に知る権利

そのため、本市の行う情報提供においては以下のとおり取組を推進します。

消費生活全般に関する情報を提供するため、生活情報誌による定期的な情報提供、市民しんぶん（全市版・区版）における適宜の情報提供を引き続き推進します。

また、食の安全や住まいの安全、環境問題など消費生活に関する様々な分野における情報提供の充実に努めます。

併せて、情報通信技術を有効に活用するとともに、各種イベントや市民の利用する施設におけるパネル展示等、消費生活に関する情報の提供を推進します。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	消費生活に関する様々な情報誌、パンフレット類の発行	文化市民局		○	
②	市民しんぶんによる情報提供及び啓発記事の掲載	全局・区			
③	「保健所ニュース」等による消費生活に関する情報提供の推進	保健福祉局		○	
④	環境に関する様々な冊子類の発行	環境局		○	
⑤	消費生活に関する啓発冊子類の設置協力施設の拡大	文化市民局		○	5-(3)
⑥	各種イベント等を活用したパネル展示及び消費生活情報の提供	文化市民局			
⑦	関係機関・団体との連携による啓発キャンペーンの実施	文化市民局	○		
⑧	報道機関等への情報提供及びホームページによる情報発信の推進	文化市民局ほか		○	3-(1)-ア 5-(3)
⑨	「すまい体験館」における総合的な住情報の提供	都市計画局			1-(1)-ウ
⑩	「分譲マンション管理支援事業」の推進	都市計画局			

迅速な報道機関等への情報提供及びホームページによる情報発信の推進

(2) 消費者教育・啓発の充実

消費者は、消費者を取り巻く環境の変化に的確に対応するため、生涯にわたって消費生活について学習することが必要です。若年者や高齢者など、消費者の年齢や特性に配慮しながら学習機会を充実させていく必要があります。また、いわゆる「団塊の世代」が一斉に定年退職を迎える時期を間近に控え、それに対応した取組も求められるところです。

一方、すでに自主的に学習に取り組んでいる消費者、消費者団体についても、その活動を継続していくためには様々な支援をする必要があります。

また、21世紀型の持続可能な消費生活社会を構築していくためには、習得した知識を地域社会において率先して普及するリーダーの存在が極めて重要です。

<7つの消費者権>

ここでは、7つの消費者権のうち、次の消費者権の実現を目指しています。

- ⑤ 権利を実現するため必要な教育を受ける権利

ア 様々な学習機会の拡充

消費生活に関する講座・教室等においては、身近で時事的な問題を題材とするなど、学習内容の一層の充実に取り組むとともに、より多くの市民の参加が可能となるよう学習機会の拡大に努めます。

併せて、次世代への影響も考慮し、食の安全や環境への配慮、生活文化や食文化に関する知識の普及を図る事業を充実します。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	消費生活に関する講座や教室の充実	文化市民局		○	
②	電子メール等, 情報通信技術を活用した講座の開設	文化市民局	○		5-(3)
③	消費生活に関する作品募集事業の実施	文化市民局			4-(2)-イ
④	計量に関する学習事業の推進	産業観光局		○	
⑤	食品・衛生に関する講座・教室の開催	保健福祉局			5-(1)
⑥	「ふれあい食体験教室」等, 食育に関する講座の開催	保健福祉局			5-(1)
⑦	「市場見学会」の開催	産業観光局			4-(3) 5-(1)
⑧	環境保全活動センター(京エコロジーセンター)における講座の開催	環境局			
⑨	「チャレンジ・エコライフ・コンテスト」の実施	環境局			5-(2)
⑩	京都府との共催事業の検討	文化市民局	○		

イ 学校における消費者教育の推進

近年, 悪質商法による若年者の被害が増加しています。生活スタイルや生活環境の変化を背景に食に対する考え方も変化しています。

消費者を取り巻く環境が大きく変化し続ける中, 契約や金銭, 食に関する正しい知識を早期に身に付けることが必要です。

従来から小学校, 中学校において行っている児童・生徒の発達段階に応じた消費者教育を更に充実するとともに, 次世代を担う消費者の育成を視野に入れ, 食の安全や環境への配慮, 生活文化や食文化に関する知識の普及について, 一層の充実を進めます。

義務教育終了後の生徒・学生についても, 被害者や加害者にならないように, 教育機関との連携強化に努め, 消費者教育を推進します。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	小学校・中学校における消費者教育の推進	教育委員会			
②	消費生活に関する中学生向けの冊子の作成・配布	文化市民局	○		
③	消費生活に関する作品募集事業の実施	文化市民局			4-(2)-ア
④	「スチューデントシティ・ファイナンスパーク」の開設	教育委員会	○		
⑤	教職員及び PTA への情報提供の推進	文化市民局		○	
⑥	「出前講座」の充実	文化市民局		○	3-(1)-ア 4-(2)-ウ
⑦	若者向けパンフレット等の発行	文化市民局			
⑧	大学コンソーシアム京都等への情報提供の推進	文化市民局		○	3-(1)-イ 5-(3)
⑨	小学校・中学校・総合養護学校における食育の推進	教育委員会		○	5-(1) 5-(4)
⑩	食育指針の策定	教育委員会	○		5-(1) 5-(4)
⑪	食育事例集の作成	教育委員会	○		5-(1) 5-(4)
⑫	小学校給食における地産地消(知産知消)の推進	教育委員会			5-(1) 5-(4)
⑬	「小学校出前板さん教室」の開催	産業観光局			5-(4)
⑭	小学校・中学校における環境教育の推進	教育委員会			5-(2) 5-(4)
⑮	環境副読本の作成	環境局			
⑯	KES学校版の取組校の拡大	環境局, 教育委員会			5-(2)

ウ 自主的な学習活動の支援

消費者や消費者団体等の行う学習活動に対して、講師の派遣や紹介を行います。また、活動スペースの提供や消費生活に関連する図書・教材等の貸出や資料の提供を行うなど、自主的な学習活動を支援します。

すでに自主的な学習活動に取り組んでいる消費者団体等については、その活動の拡大・発展に資する支援を検討します。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	市民生活センターにおける消費生活に関する図書・教材の閲覧・貸出等,学習活動の支援	文化市民局			
②	「出前講座」の充実	文化市民局		○	3-(1)-ア 4-(2)-イ
③	市民生活センターにおける消費者団体, 事業者団体の情報提供コーナーの設置	文化市民局	○		
④	京エコロジーセンターにおける展示・イベントスペースの貸出など, 環境保全活動に取り組む市民団体等への支援の実施	環境局			
⑤	市民活動総合センターにおけるNPO, 市民活動団体等への総合的な支援の実施	文化市民局			

エ 地域社会等におけるリーダーの育成

地域や学校, 家庭, 職場その他様々な場において, 消費生活に関する有益な取組を実践し, リーダーとして活躍できる人材を育成するための取組を充実します。

また, 消費者問題, 消費生活全般について, 系統的に学ぶための学習機会の提供についても検討を進めます。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	消費生活モニター制度の運営	文化市民局		○	4-(3)
②	地域等で活動する団体等への学習活動の支援	文化市民局		○	
③	消費生活に関するリーダー育成事業の実施	文化市民局	○		
④	環境ボランティア「エコメイト」, 地域リーダー「京エコサポーター」の育成	環境局			

(3) 消費者の意見の反映

消費生活施策及び事業者の事業について、消費者の意見を反映させるためには、消費者が意見を述べる機会が欠かせません。

併せて、消費者が参加し、意見を表明できる場を、行政の側から積極的に設け、消費者の参加を促進することも必要となってきます。

<7つの消費者権>

ここでは、7つの消費者権のうち、次の消費者権の実現を目指しています。

- ⑥ 消費生活に関する意見を消費生活施策及び事業者の事業に反映させることを求める権利

これらのことから、消費者の意見反映においては以下のとおり施策を推進します。

消費生活施策に関する申出制度、消費生活に関する審議会の運営のほか、モニター制度等の活用を図ります。

また、消費者と事業者が意見を交換できる様々な機会を提供します。

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	消費生活施策に関する申出制度の運営	文化市民局		○	
②	消費生活審議会の運営	文化市民局		○	
③	消費生活に関連する審議会等における意見の把握	関係局			
④	消費生活モニター制度の運営	文化市民局		○	4-(2)-エ
⑤	各種モニターによる消費生活に関する調査の推進	文化市民局 ほか		○	
⑥	消費者・事業者・行政等の意見交換会の開催	文化市民局 ほか		○	
⑦	「市場見学会」の開催	産業観光局			4-(2)-ア 5-(1)
⑧	消費者意見の事業者への提供の推進	文化市民局 ほか		○	

5 豊かにくらすことができる環境の整備・創造

21世紀型の豊かな消費生活社会づくりには、市民の消費生活の根幹に関わり、次世代への影響が大きな食の安全や環境への配慮に関する取組を進めていくことが必要です。また、1200年の歴史に育まれてきた京都の食文化、始末の文化といった固有の生活文化を今一度見つめなおし消費生活に根付かせることも求められています。

一方、高度情報通信社会の急速な進展により、インターネットの普及と相まって家庭の中でも多くのIT※機器が用いられています。消費者が、より豊かな消費生活をおくるため、これらを積極的に活用し、行動することができるよう、高度情報通信社会への対応に配慮する必要があります。

※Information Technology（インフォメーションテクノロジー） インターネットを中心とする情報技術

(1) 食の安全の確保に向けた取組の推進

近年のライフスタイルの変化や溢れる食べ物に囲まれた生活は、多くの消費者に食の簡便化や関心の稀薄化、更には食品の安全性に対する軽視をもたらしています。また、食品に対して薬品のような効能を過剰に期待するといった誤った認識も見受けられます。

消費者が健康で生き生きとした生活をおくることができるよう、食に関する知識の習得と健全な食生活の実践を目指した様々な取組を進めます。

<基本理念>

ここでは、次の視点に基づいて施策を展開しています。
「食の安全の確保」

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	食の安全に関するシンポジウム・講座等の開催	文化市民局 ほか			
②	「市民料理教室」等, 実践型講座の開催	文化市民局			
③	食品・衛生に関する講座・教室の開催	保健福祉局			4-(2)-ア
④	「ふれあい食体験教室」等, 食育に関する講座の開催	保健福祉局			4-(2)-ア
⑤	小学校・中学校・総合養護学校における食育の推進	教育委員会		○	4-(2)-イ 5-(4)
⑥	食育指針の策定	教育委員会	○		4-(2)-イ 5-(4)
⑦	食育事例集の作成	教育委員会	○		4-(2)-イ 5-(4)
⑧	小学校給食における地産地消(知産知消)の推進	教育委員会			4-(2)-イ 5-(4)
⑨	地域における食育推進事業の実施	西京区	○		
⑩	「市場見学会」の開催	産業観光局			4-(2)-ア 4-(3)
⑪	「鍋まつり」の実施	産業観光局			
⑫	「ミートフェア」の実施	産業観光局			
⑬	「食の海援隊・陸援隊事業」の実施	産業観光局			5-(4)
⑭	旬の時期の栽培推奨による京都市内産の野菜の減農薬・減化学肥料栽培の普及	産業観光局			5-(4)

二酸化炭素等の温室効果ガスを多量に排出する大量生産、大量消費、大量廃棄の社会経済システムから脱却し、持続可能な循環型社会

(2) 環境に配慮した活動の推進

高度経済成長時代の大量生産・大量消費は、結果として大量廃棄に結びつき、浪費型の生活スタイルを生み出してきました。消費者は消費生活を営むうえで、多くのものを消費し、環境への負荷を与えており、環境破壊における加害者としての一面を持っています。

しかし、本市は、古くから「もったいない」に代表される始末の文化が息づくまちであるとともに、地球温暖化防止京都会議（C O P 3）を開催し、世界へ京都議定書を発信するなど、環境保全の意識が高い市民性を有しています。

持続可能な循環型社会を実現するためには、消費者一人ひとりが、より環境に

及ぼす負荷の少ないライフスタイルを選択し行動する必要があります。

更に多くの消費者が、環境に配慮した商品やサービスを積極的に選択するなどの環境に配慮した活動を促進させる様々な取組を進めます。

<基本理念>

ここでは、次の視点に基づいて施策を展開しています。
「環境への配慮」

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	環境に関するシンポジウム・講座等の開催	文化市民局 ほか			
②	過大包装疑義商品試買調査の実施	文化市民局			1-(2)-ア
③	過大包装・過剰包装に関する事業者団体への注意喚起	文化市民局, 環境局			
④	環境家計簿の普及	環境局			
⑤	環境に配慮した商品購入の促進	環境局			
⑥	太陽光発電システムの普及促進	環境局		○	
⑦	リターナブルびん(生きびん)等の拠点回収の推進	環境局		○	
⑧	使用済み天ぷら油の燃料化事業の推進	環境局		○	
⑨	ISO14001認証取得を目指す企業への支援	環境局			
⑩	京都環境マネジメントシステム規格「KES」の認証の普及	環境局			
⑪	業界別自主行動計画の実施・成果に対する支援	環境局			
⑫	小学校・中学校における環境教育の推進	教育委員会			4-(2)-イ 5-(4)
⑬	KES学校版の取組校の拡大	環境局, 教育委員会			4-(2)-イ
⑭	「京都環境賞」の実施	環境局			
⑮	「チャレンジ・エコライフ・コンテスト」の実施	環境局			4-(2)-ア
⑯	フリーマーケットの開催	環境局, 北区ほか		○	
⑰	「伏見リサイくるっとフリマ」の実施	伏見区			

(3) 高度情報通信社会への対応

高度情報通信社会の進展は、情報の受発信における手段の多様化、時間的制約からの解放、一括大量処理の実現などの利便性により、消費生活の大幅な向上をもたらしていますが、ITを使いこなせる人と使えない人の間に、新たな情報格差も生まれ、これによる消費者被害も急増しています。

ITを安全に使いこなすための知識の習得は、より豊かな消費生活をおくるうえで、今後ますます必要となるため、これに必要な情報を提供します。

また、消費者被害に関する情報を収集し、積極的に提供するとともに、市民生活センターホームページ等を活用し消費生活全般に関する情報提供を進めていきます。

<基本理念>

ここでは、次の視点に基づいて施策を展開しています。
「高度情報通信社会の進展への対応」

迅速な報道機関等への情報提供及びホームページによる情報発信の推進

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	報道機関等への情報提供及びホームページによる情報発信の推進	文化市民局 ほか		○	3-(1)-ア 4-(1)
②	電子メール等、情報通信技術を活用した講座の開設	文化市民局	○		4-(2)-ア
③	大学コンソーシアム京都等への情報提供の推進	文化市民局		○	3-(1)-イ 4-(2)-イ
④	情報化関連トラブルに関する啓発冊子類による情報の提供	文化市民局			
⑤	消費生活に関する啓発冊子類の設置協力施設の拡大	文化市民局		○	4-(1)
⑥	情報弱者への情報提供の検討	文化市民局		○	
⑦	ホームページ等の情報通信技術を活用した講座、教室等の学習情報の提供	教育委員会			
⑧	京エコロジーセンターにおける環境保全に関するパソコンシステムでの情報の提供	環境局			

大学コンソーシアム京都、大学等への情報提供の推進

(4) 京都固有の生活文化に根ざした活動の推進

21世紀型の豊かな消費生活社会づくりには、食文化や始末の文化をはじめとする京都固有の生活文化を継承、発展させ、京都市民としての誇りをもった生活文化を醸成する必要があります。

これらの文化を次世代へ継承するための様々な学習機会を充実するとともに、それを継承、発展させた京都独自の活動を支援します。

< 基本理念 >

ここでは、次の視点に基づいて施策を展開しています。
「食文化、始末の文化等京都固有の生活文化の尊重」

取 組 内 容		担当局等	新規	充実	再 掲
①	生活文化に関する講座等の開催	文化市民局 ほか			
②	小学校・中学校・総合養護学校における食育の推進	教育委員会		○	4-(2)-イ 5-(1)
③	食育指針の策定	教育委員会	○		4-(2)-イ 5-(1)
④	食育事例集の作成	教育委員会	○		4-(2)-イ 5-(1)
⑤	小学校給食における地産地消(知産知消)の推進	教育委員会			4-(2)-イ 5-(1)
⑥	「小学校出前板さん教室」の開催	産業観光局			4-(2)-イ
⑦	「食の海援隊・陸援隊事業」の実施	産業観光局			5-(1)
⑧	旬の時期の栽培推奨による京都市内産の野菜の減農薬・減化学肥料栽培の普及	産業観光局			5-(1)
⑨	小学校・中学校における環境教育の推進	教育委員会			4-(2)-イ 5-(2)
⑩	京町屋なんでも相談の実施	都市計画局			

第3章 計画の実効性の確保

1 計画の推進体制の整備

計画を推進するに当っては、個々の施策を総合的かつ効果的に推進する必要があることから、関係局・区等で構成する庁内会議により、強い連携のもとにその推進を図ります。

また、緊急時や新たな課題が発生した場合においても、関係局・区等が協働し、迅速かつ的確に対応できる体制を整えます。

2 計画の点検・評価、実施状況の公表

めまぐるしく変化する消費社会の課題に的確に対応していくため、年度ごとに重点取組事業を定め、着実な計画の推進に努めます。

各施策・事業の推進状況については、これを年度ごとにまとめ、消費生活審議会に報告するとともに、様々な角度からの点検と評価を行い、市民に公表します。

また、改善や更なる充実が必要な施策・事業については、適宜修正を加えることにより、より効果的に推進します。

3 消費者・消費者団体、事業者・事業者団体との連携の強化

各施策の推進に当っては、その実施や内容の改善などのあらゆる場面において消費者・消費者団体、事業者・事業者団体と意見交換を行い、それぞれの自主性を尊重しつつ、緊密な連携を図ります。

また、消費者・消費者団体、事業者・事業者団体の交流の機会を確保することに加えて、京都の商業振興の観点とも調和した、相互の信頼関係の構築を促進する施策の充実を図ります。

4 関係機関，関係団体とのネットワークの整備，強化

消費者問題の複雑・多様化を踏まえ，警察や他の自治体をはじめとした関係機関，関係団体とのネットワークを整備，強化し，一体となって施策の推進に取り組めます。

新たな消費者問題の発生への対応と併せて，近年では，消費者問題に取り組む特定非営利活動法人も多数組織され，また，司法支援センターの発足も間近に控えるなど，消費者を取り巻く社会の動きが活発化しており，新たな動きにも柔軟に対応します。