

第1 はじめに

京都市では、高度経済成長期の大量生産・大量消費を背景に顕在化してきた消費者問題に対処するため、昭和42(1967)年、消費経済課を設置し、「消費者保護」と「消費者啓発」を2本の柱として消費者行政を展開してきた。

国においても、昭和43(1968)年、消費者政策の枠組を示す消費者保護基本法が制定され、その中で地方公共団体の責務が規定された。

そして、第1次石油危機に伴う物不足、狂乱物価をきっかけに、昭和50(1975)年8月に京都市消費者保護条例(以下「条例」という。)を公布し、翌年3月に施行した。

以来今日まで約30年、市民の消費生活を取り巻く経済環境は大きく変化した。近年の高度情報化、国際化、高齢化及び規制緩和の進展に伴い、消費者の選択の幅が広がると同時にトラブルに巻き込まれる危険性も高まり、消費者被害は増加及び複雑・多様化、広域化している。

このような状況の中、京都市消費者保護審議会(以下「審議会」という。)は、現在を消費者行政の転換期と捉え、平成15(2003)年12月から本年3月にかけて3回にわたり、今後の京都市消費者行政のあり方について、自由な形で討論を行った。

それを踏まえ、平成16(2004)年4月13日、京都市長から審議会に対し、「京都市消費者保護条例に盛り込むべき基本的事項」について諮問された。

その後、具体的に条例内容について検討を行い、同年8月10日、中間答申を市に提出した。そして、8月12日から9月22日までの間、中間答申の内容について市民意見を広く募集するとともに、関係団体への意見聴取や公聴会を開催した。その結果、個人・団体合わせて127件の意見をいただいた(別紙参照)。意見の内容は、「消費者の権利」、「不当取引」、「被害の救済」、「被害の拡大防止・未然防止」等を中心に答申全般に及んでおり、審議会ではそれらの意見を中心に更に審議を重ね、このたび最終答申を取りまとめるに至ったところである。

第2 条例改正の必要性

1 消費者問題の変遷とこれまでの条例改正

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は、技術革新が進む中で、豊富な商品を選択するうえで重要な情報である表示の内容等に対する消費者の関心が高まっていった。

また、食品や医薬品等の欠陥商品による被害が大量発生し、大量生産・大量消費に伴う構造的な弊害として、消費者問題が認識されるようになったが、その中心は、商品の品質や機能に関するものであった。

その後、経済が、いわゆるバブル崩壊を経て低成長へと変遷していく中で、消費者の意識も規格品としての「もの」の豊かさから、より多様化、個性化した「もの」の中味へと変わっていった。

一方、石油危機に端を発する「物不足」が一定落ち着いた昭和50年代（1970年代後半）からは、経済停滞の影響もあり、詐欺まがいの訪問販売やマルチ商法等が横行し、サラ金被害も社会問題となった。そして、消費者問題の中心も、商品に関するものから、サービス、契約、取引に関するものに移り、特に、昭和60年代（1980年代後半）からサービスの購入に伴う契約トラブルが増えていった。

これまで条例は、3回の改正を行ってきたが、そのうち、平成3（1991）年7月の不当な取引による消費者被害発生防止に重点を置いた改正は、このような状況を反映した内容となっている。（最初の改正は、昭和55（1980）年5月の事業者の遵守事項に関する規定の整備であった。）

また、消費者問題の変遷の中で、国においては随時関連法令の整備を行ってきた（別紙参照）。その1つとして、本格的に始まった規制緩和の動きに伴い、事後救済制度の整備として要望が高かった製造物責任法（いわゆるPL法）が平成6（1994）年に制定され、これを受けて、条例でも、平成9（1997）年3月に審議会の調停制度の創設に係る改正が行われた。

消費者が消費生活において使用し、又は利用するもので商品以外のものをいう。

2 近年の状況と今回の条例改正の必要性

京都市では、平成 13（2001）年 12 月に、審議会の委員を中心に、21 世紀の消費をテーマに座談会を開催し、冊子にまとめ提言として発信した。

そこでは、消費者が、国際化及び高度情報化の進展、少子長寿社会の到来、深刻な環境問題等、かつて経験したことのない局面に立たされていると捉え、その環境の変化に的確に対応し、主体的かつ積極的に参画していくこと、そして、行政、事業者とのパートナーシップによる信頼関係を強化することが、21 世紀の消費者行政の鍵となっていくと論じられている。

規制緩和の進展等の要素も含めて、近年の消費生活を取り巻く環境は、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適応できないほど変化しているのである。つまり、消費者自らが、多様な選択肢の中から、自分の価値観に即して主体的に選び、その選択がより適切なものとなるよう、行政等が支援をしていくという枠組への移行が必要となってきた。

この部分が、今回の条例改正に係る理念的な要因である。

一方、消費生活相談件数は、全国的に増加の一途をたどっている。京都市においても、平成 13 年度、7,658 件だったものが、平成 14(2002)年度は 9,770 件と 27.6%の増、更に、平成 15 年度は 12,056 件と、前年度比 23.4%の増であり、平成 10 年度と比べると倍増となっている（別紙参照）。

平成 15 年度の増加に係る主な要因としては、次の 3 点があげられる。

新しい手口の激増

何の根拠もなく不特定多数の人に不当な請求を行う手口、いわゆる「架空請求」に関する相談件数が、「アダルト情報サービス」や商品等を特定しないもの等を中心に 2,803 件と激増したこと。

更に、「アダルト情報サービス」に関する相談件数について、この手口を中心に前年度比約 4 倍の 4,178 件と激増したこと。

「家屋修繕工事」や「浄水器」等、点検商法に関する相談件数が、激増した前年度と同程度で推移したこと。

不況を反映して、「内職・副業」に関する相談が増加したこと。

この傾向は、平成 16 年度においても同様であり、10 月末現在の相談件数は 8,366 件と、昨年度の同時期に比べて 19.4%の増である。

やはり、厳しい不況が続く中であっては、強引な、更には脅迫まがいの販売による増加が目立ち、若年者、高齢者、障害者等、契約において、判断能力や知識等の面で弱い立場にある人の被害が多い。その部分では、行政による救済をはじめとする「消費者保護」の側面も引き続き必要である。

したがって、現行条例について、消費者の主体的な選択を支援する側面、被害の救済を充実させる側面、そもそも消費者被害にあわないようにする未然防止・拡大防止の側面から見直しが必要となる。

3 国の動き

国においても、消費者問題の変遷に対応して消費者関連法令の整備等を行ってきた（別紙参照）が、消費者政策の再構築が必要との観点から、国民生活審議会消費者政策部会の報告「21 世紀型の消費者政策の在り方について」（平成 15 年 5 月 28 日）が出された。

それを踏まえ、消費者保護基本法（昭和 43 年制定）の抜本的な改正案が議員立法により国会に上程され、「消費者基本法」として平成 16 年 6 月 2 日に公布・施行されたところである。

この法改正においては、新しい視点に立った消費者政策の充実・強化の必要性のもと、まず、消費者政策における消費者の位置付けを「保護される者」から「自立の主体」へと転換させ、消費者の権利の尊重を基本理念でうたったうえで、近年の状況に対応すべく見直しを行っている。

また、国及び地方自治体の責務としては、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとった施策の推進等を、事業者の責務として、消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること等を明記するとともに、事業者団体、消費者及び消費者団体（以下「消費者等」という。）に関する規定について整備を行っている。

苦情処理・紛争解決についても、適切かつ迅速に処理されるよう、地方自治体における苦情処理のあっせん等の役割や、都道府県による高度な専門性又は広域の見地への配慮等が盛り込まれている（別紙参照）。

第3 基本的な考え

21世紀における「消費」は、単に購入して使用するといった消極的な行動として捉えるのではなく、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るべきである。

大量生産・大量消費時代の生活における反省点や社会的矛盾をもとに、「環境破壊をなんとか食い止める努力をしなければならない」ということが国際的に認識され、京都で開催された地球温暖化防止京都会議(COP3)においては、二酸化炭素の国別削減目標等を定めた京都議定書が採択されたところである。

また、消費者行政が始まった頃は、食品添加物等の安全性の問題が大きく取り上げられた時期であった。近年の表示や品質をめぐる問題の続発も踏まえ、食の安全に係る問題は、市民の消費生活の根底をなす重要な問題と認識する必要がある。

京都では、古くから「始末をする」「もったいない」という「始末の文化」が根付いていると言われる。また、最近姿を消しつつあるが、生活の節目や季節の行事、それに伴う食文化においても、伝統食というものが伝わってきた町である。

これらの特色を生かし、本当の豊かさとは何かを考えながら、市民が消費生活を安定、向上させることができるように、そして、それが持続的な循環型社会の構築につながるようにするためには、行政が消費者政策をより充実させるとともに、消費者・事業者・行政がどこまでパートナーシップをとれるかが大きな鍵となるはずである。

消費者政策の究極の目的は、市民の消費生活の安定・向上の確保にあり、これは安心・安全な消費生活を営める社会の実現と表裏の関係にあると言える。

これまでの消費者政策は、消費者を行政による「保護」の対象とし、事前規制の手法を基本に施策を展開してきた。

しかし、規制緩和が進み、自由で多様な事業活動が広がる中で、消費者も市場に主体的に参画することが要請されるようになり、「自立した主体としての消費者」像がクローズアップされてきた。すなわち、消費者は、「保護される者」という側面だけではなく、自主的な判断により選択決定することによって積極的に自らの利益を確保するよう行動することも求められてきている。

一方、法令違反による不祥事が後を絶たない状況の中、事業者には、消費者の信頼を取り戻すため、市場の中でこれまで以上の公正性・透明性が求められている。

消費者が主体的に市場に参画するといっても、消費者と事業者の間には、情報の質と量、更に交渉力等において依然として大きな格差があり、消費者被害も、複雑・多様化、広域化する傾向を強めている。保護から自立へといっても、消費者政策の分野から保護行政が全く消えてしまったわけではない。消費者が活動するためにはその前提として、消費者の権利が保障されていることが必要である。

この権利の実現は、消費者自らの努力が前提ではあるが、消費者団体の役割も重要であり、行政によるできる限りの支援が必要であることは言うまでもない。

これらのことから、以下の4点を柱として、具体的な事項を検討する。

- 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

なお、今回の審議にあたっては、条例に盛り込むべき基本的事項について、具体的な検討を行ったが、今後の消費者行政の展開等を明確にしていく観点から、規則等にも関わる事項について言及していることを付記しておく。

第4 具体的な検討事項（現行条例を踏まえつつ）

1 基本理念

京都市（以下「市」という。）は、消費者と事業者の間に情報の質、量及び交渉力等の格差があることを踏まえ、「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、市、事業者、消費者の責務と役割を明らかにするとともに、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必要がある。

そして、その権利を実現するため、市及び事業者は、消費者の権利を尊重し、三者の信頼関係の中で消費者の自立を支援していく必要がある。

(1) 消費生活における基本的な需要が満たされ、健全な生活環境が確保されるよう、ここでは具体的に次の7つの権利を提示する。

消費生活において、生命、身体の安全が確保され、財産を侵害されない権利

商品及びサービスについて、適正な表示、適正な価格を求める権利

商品及びサービスについて、不当な取引条件を強制されず、不適正な取引を行わせない権利

消費生活において、不当に受けた被害から迅速かつ適切に救済される権利

消費生活において、必要な情報を迅速かつ適切に知ることができる権利

消費生活を営むために、必要な教育を受ける権利

消費生活に関する市の施策及び事業者の事業活動に対して、意見を十分に反映させる権利

(2) 近年の食の安全を脅かす事件の続発を踏まえ、市民の消費生活の根底をなす食の安全の確保について、市、事業者及び消費者がそれぞれの立場から取り組む必要がある。

(3) 市、事業者及び消費者がそれぞれ環境に配慮した取組をすることにより、持続可能な循環型社会の構築を目指す必要がある。

- (4) 高度情報化の進展によって、情報受発信の多様化等利点も生まれているが、新たな情報格差及び新たな形態の消費者被害への対応に努める必要がある。
- (5) ものの豊かさだけでなく、古くから京都に伝わる、始末の文化、食文化といった独自の生活文化を消費生活に根付かせ、本当の豊かさを求める面からの施策の推進に努める必要がある。

2 市、事業者、消費者等の責務と役割

(1) 市の責務

消費者の利益の擁護を図り、消費者等の自立を支援し、もって消費者の権利が確立されるよう、市の責務は次のとおりとすべきである。

市民の消費生活に関する総合的かつ計画的な施策の実施

施策の実施における市民意見の反映

消費者団体への必要な支援の実施

施策の実施における国、他の地方公共団体及び警察との一層の連携

(関連：条例第2条)

(2) 事業者の責務

事業者が、消費者の権利を尊重するとともに、消費者の特性（年齢、判断能力等）に配慮した事業活動を行うため、事業者の責務に新たに次の4項目を規定するとともに、現行の6項目にも補強を加え、以下のとおり規定すべきである。

自主行動基準の策定促進

適切かつ明確平易な契約条項の使用

個人情報 の適正な取扱い

環境に配慮した事業活動

< 現行6項目 >（下線部分が補強箇所）

消費者の生命、身体又は財産に係る被害発生の防止

品質その他の内容の向上並びに広告，表示，包装及び計量の適正化
消費者の選択に必要な適切かつ明確平易な情報提供による公正な取引
の確保

流通の円滑化及び価格の適正化

苦情処理体制の整備，事業活動への消費者の意見の反映

市が実施する施策への協力

(関連：条例第3条)

(3) 消費者の役割

消費者の自立の観点から，消費者の役割は次のとおりとすべきである。

消費者の権利の主体的な実現

消費生活に必要な知識，情報の積極的な収集

消費生活の安定及び向上のための自主的・合理的な消費行動

環境に配慮した消費行動

(関連：条例第4条)

(4) 事業者団体の役割

事業者団体は，事業者の自主的な取組を尊重しつつ，以下の点で積極的な役割を果たす必要がある。

消費者からの苦情に対応する体制整備の促進

事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき自主行動基準策定の支援
及び基準の実効性を確保するための取組の推進

その他消費者の信頼を確保するための自主的な活動

市が実施する施策への協力

(5) 消費者団体の役割

消費者団体は，消費者の権利の実現を図るため，以下の点で積極的な役割を果たす必要がある。

消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見表明

消費者に対する啓発・教育

消費者被害の未然防止及び救済のための活動

その他消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動及び団体相互間の連携

市が実施する施策への協力

(6) 市，事業者，消費者等の連携と相互理解

消費者等と事業者及び事業者団体（以下「事業者等」という。）は，情報格差の縮小及び信頼関係の確保のため，交流促進を図る必要がある。

市は，消費者と事業者の相互理解を深めるため，交流機会の確保に努めるとともに，必要な情報を提供する等支援すべきである。

3 消費生活の安心・安全，安定及び向上

(1) 安全の確保（権利）

迅速かつ適切な危害防止対策の充実

生命，身体に対する危害の防止及び財産に対する侵害の防止は，消費生活を営むうえで，最も基本的かつ重要な事項である。

市においても，現行条例において行政による安全性の調査（第 5 条），事業者に対する安全性の立証の要請（第 10 条）等，適切な措置が行えるよう規定付けられているが，事業者における立証責任について，明確に位置付けることが必要である。

緊急危害の情報提供（権利，）

万一，消費生活の安全が脅かされた場合の迅速な対処について予め想定し，消費者に対し明らかにしておく必要性があり，生命，身体に重大な危害が発生又は発生するおそれがあるときに，一定の要件の下にただちに商品，サービス，事業者名等を情報提供する「緊急危害防止措置」の規定を新たに設けるべきである。

（関連：条例第 5 条，第 10 条）

(2) 適正な表示等，適正な価格（権利）

表示等のあり方について

ア 現行条例では，表示の基準（第7条），包装等の基準（第8条）で，単位価格基準，包装食品の品質表示基準，包装基準が包括的に規定されているが，個別の項目ごとに条文化の方がわかりやすい。

イ 表示は商品等を選択するうえで重要な情報であり，食の安全，環境への配慮の観点から 現行の基準について見直しを検討する必要がある。

また，新たな課題として，サービスの内容・取引条件に関する表示，子ども，高齢者，障害者等にもわかりやすい表示，高齢者，障害者等にも配慮した包装の観点等についても検討する必要がある。

生活必需物資の安定供給

消費生活の安定を図るうえから，これからも引き続き情報提供が必要とされる。

（関連：条例第6条，第11条）

広告宣伝の適正化の明確化

広告宣伝は，消費者の商品やサービスの選択に大きな影響を与える情報である。虚偽・誇大な表現等の広告宣伝の適正化については，現行条例においては，事業者の遵守事項（第9条）の中に規定されている要素ではあるが，その重要性をより明確にするため，別に項目を設けるべきである。

(3) 不当取引（権利）

消費者契約法等を踏まえた不当取引類型の指定

現行条例では事業者の遵守事項（第9条）において，4つの不当取引の類型が規定されているが，消費者契約法施行後の経過や最近の状況を踏まえ，「断定的判断の提供」等の新たな不当取引に関する要素を盛り込む必要がある。

なお，規則においても39の具体的な取引が規定されているが，社会状

況の急速な変化を踏まえ、「不当な電子メール等による勧誘」、「精神を著しく高揚させ冷静な判断力を失わせることによる不当な取引」、「不当な不返還条項」等についても盛り込む必要がある。

支払能力を超えたクレジット契約などクレジットの悪用をはじめとする近年における顕著な消費者被害への対応

商品購入等におけるクレジットの利用は、利便性がある反面、消費者被害の大きな要因となっている。クレジットを利用することで、支払能力を超過した高額な契約が可能となり結果的に悪質な事業者の営業活動を支えることとなっている。

これに対応するため、クレジット契約を利用した不当な取引を不当取引類型に新たに盛り込む必要がある。

また、クレジット会社における加盟店管理責任を盛り込むとともに、市が勧告に従わない悪質な事業者について公表した場合、その旨をクレジット会社に広く通知する旨も規定することが必要である。

若年者、高齢者、障害者等が消費者被害に巻き込まれやすい現状を踏まえ、取引行為における消費者の年齢、判断能力等への配慮及び知識、経験、財産状況等への配慮についても規定する必要がある。

(4) 被害の救済（権利）

市による消費生活相談の位置付けの明確化

苦情の処理については、現行条例（第 16 条）においても包括的に規定されているが、市による助言・あっせん、審議会による調停という段階を踏んだ処理体制を明確にした規定に整備する必要がある。

審議会における調停対象案件の拡充

契約に係るトラブルが大きな比率を占めていることを踏まえ、審議会への調停の対象を現行条例（第 16 条）に規定している製造物責任に係る調停以外にも拡大する必要がある。

訴訟援助制度の適用要件の整備

審議会への付託が既になされたことを要件とするとともに、事業者から訴えられた場合の応訴の適用要件についても検討する必要がある。

(関連：条例第 17 条)

苦情処理等における関係機関等との連携の強化

消費者被害が複雑・多様化、広域化していることを踏まえ、関係機関等との連携を強化する必要がある。

(5) 被害の拡大防止・未然防止

迅速かつ適切な情報提供の促進（権利）

被害の拡大防止・未然防止には、迅速かつ適切な情報提供が不可欠である。

現行条例においても商品の安全、不当な取引、生活必需物資について規定があり、運用面における充実が必要とされる。

(関連：条例第 5 条、第 5 条の 2、第 6 条)

不当取引における緊急情報提供（権利）

特に、不当な取引については、最近における消費者被害の増加及び広域化傾向に鑑み、一定の要件の下、ただちに不当取引の内容、事業者名等を情報提供できるように規定（第 5 条の 2）を改正する必要がある。

適正な取引の立証の要請（第 10 条の 2）、生活必需物資の供給等の要求（第 11 条）、報告の徴収等（第 12 条）については、今後も引き続き必要である。

調査、指導・勧告、公表の措置の迅速化

調査、指導・勧告、公表は条例の実効性を確保するものであり、その流れを明確にするとともに、迅速に行われることが必要である。

運用面においては、現在、不当取引について手続規定が整備されてい

るが、表示等についても今後整備する必要がある。

(関連：条例第 13 条，第 14 条，第 15 条)

事業者の自主行動基準の策定促進

市は、事業者団体への自主行動基準の策定促進の要請や、事業者に対する自主行動基準策定に関する情報提供を推進する必要がある。

市長への申出制度（権利）

条例に違反する事業活動や、条例に定められた市の措置がとられないことにより、消費者の権利が侵害されている疑いがある場合に、市民が、必要な措置をとるよう市長に求め、市長が申出内容を調査のうえ、必要に応じ適切な措置をとる申出制度を整備すべきである。

罰則規定の検討

増えつづける消費者被害の現状を踏まえ、不当な取引に対する抑止力の観点から、罰則規定について検討すべきであるとの意見が出されたため、審議会の中に法律の専門家による「罰則検討委員会」を設け、検討を行った。

その結果、「現時点では、条例に罰則規定を置かず、特定商取引法等の現行の罰則規定に当てはまると見られる場合に、警察に告発するなど罰則規定の積極的な活用を図るべきである。悪質商法及び悪質業者についての情報提供及び公表をこれまで以上に積極的に行うことにより、消費者被害の発生防止に努めるべきである。」との結論を得たところである。（報告書 p.18 参照）

審議会としては、罰則規定の検討という新たな視点から、実効性の確保について検討を行ったことは、非常に重要な、意義深いことと考えている。

市においては、今後、悪質業者に対する指導及び勧告に併せ、悪質商法の手口を速やかに消費者に情報提供するなど、迅速な情報提供や公表を可能とする具体的なシステムを整備すべきである。

4 消費者の自立支援

(1) 消費生活に役立つ情報の提供促進（権利）

市及び事業者等は、消費者が自立した主体として消費行動ができるよう、必要な情報を適切かつ迅速に提供すべきである。

特に、食の安全や環境への配慮、また、生活文化や食文化については、市民の安心・安全な消費生活の根幹に関わり、次世代への影響も大きい重要な課題であることから、様々な学習の機会の提供を通じて、知識の普及や情報提供を推進する必要がある。

(2) 消費者教育・啓発の充実（権利）

市は、消費者が消費生活において主体的に行動することができるよう、消費者教育・消費者啓発の充実に努める必要がある。

市は、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会を広く求められている状況から、地域や学校、家庭、職場その他様々な場を通じて、消費生活に関する教育を充実するなど必要な施策を講ずるべきである。

市は若年者、高齢者、障害者等、判断能力あるいは知識の面で不利な年齢層を対象とする、消費者の特性に配慮した効果的な啓発を実施し、消費者被害の未然防止、拡大防止に努める必要がある。

(3) 消費者団体による消費者教育の推進

消費者団体は、それぞれの取組実績や情報を生かし、消費者教育を担っていくことが求められる。

また、そのために、市は消費者団体を支援する必要がある。

5 施策の総合的な推進

(1) 基本計画の策定等

市は、施策を総合的に進めていくために、審議会の意見を聴いて、基本

計画を策定する必要がある。

また、基本計画の進捗状況を、審議会に報告することが必要である。

(2) 基本計画への市民意見の反映（権利）

市は、基本計画の策定及び実施時における市民意見を反映させることにより、施策への市民参加を図る必要がある。

（関連：条例第2条）

6 条例及び審議会の名称

消費者を保護する対象のみではなく、自立支援の対象ともすること、及び条例が市民の消費生活における安心・安全、安定及び向上を目的としていることから、条例の題名は、「京都市消費生活条例」が適当である。

また、審議会の名称についても同様に、「京都市消費生活審議会」とすることが望ましい。

第5 おわりに

当審議会は、消費者を取り巻く環境が社会情勢に応じ大きく変化したこと、それに伴い、消費者被害が年々増加している現状を重く受け止め、市民の消費生活における安心・安全、安定及び向上のため、国における消費者基本法の制定も踏まえ、「消費者の権利」を具体的に明確化したうえで、さまざまな角度から検討を行い、最終答申を取りまとめたところである。

京都市においては、今後の条例改正作業において、この答申に記載した内容を十分盛り込み、市民にとってわかりやすく使いやすい条例を制定されることを強く望むものである。

また、中間答申の内容について市民意見を募集したところ、市民からは個人、団体あわせて実に多くの意見をいただいた。その指摘内容については、審議会で検討を行い、最終答申にもできる限り盛り込んだが、条例に盛り込むべき事項だけでなく、規則・基準に関わるものや運用面で対処すべきものも多くあった。規則・基準に関わるものについては、改正条例の制定後の審議会において改めて審議することになるが、運用面をはじめ、施策推進に係る課題については、今後できるだけ早く具体化を図り、それらを体系化した基本計画についても、審議会の意見を踏まえ、早期策定に向けた取組を進めていただきたい。

社会状況の動きは非常に速く、消費者をめぐる予期せぬ課題は、今後も次々と生じることが予想される。京都市においては、条例改正等による対応も含め、消費者政策の場において時機を逸せず適切に対処されるようお願いする。

とりわけ、現在、国において集中的な審議が行われている消費者団体訴訟制度については、被害の救済及び拡大防止のため、非常に重要な制度であり、国の動向を踏まえて、条例において更なる改正が必要な場合には速やかに対応していただきたい。