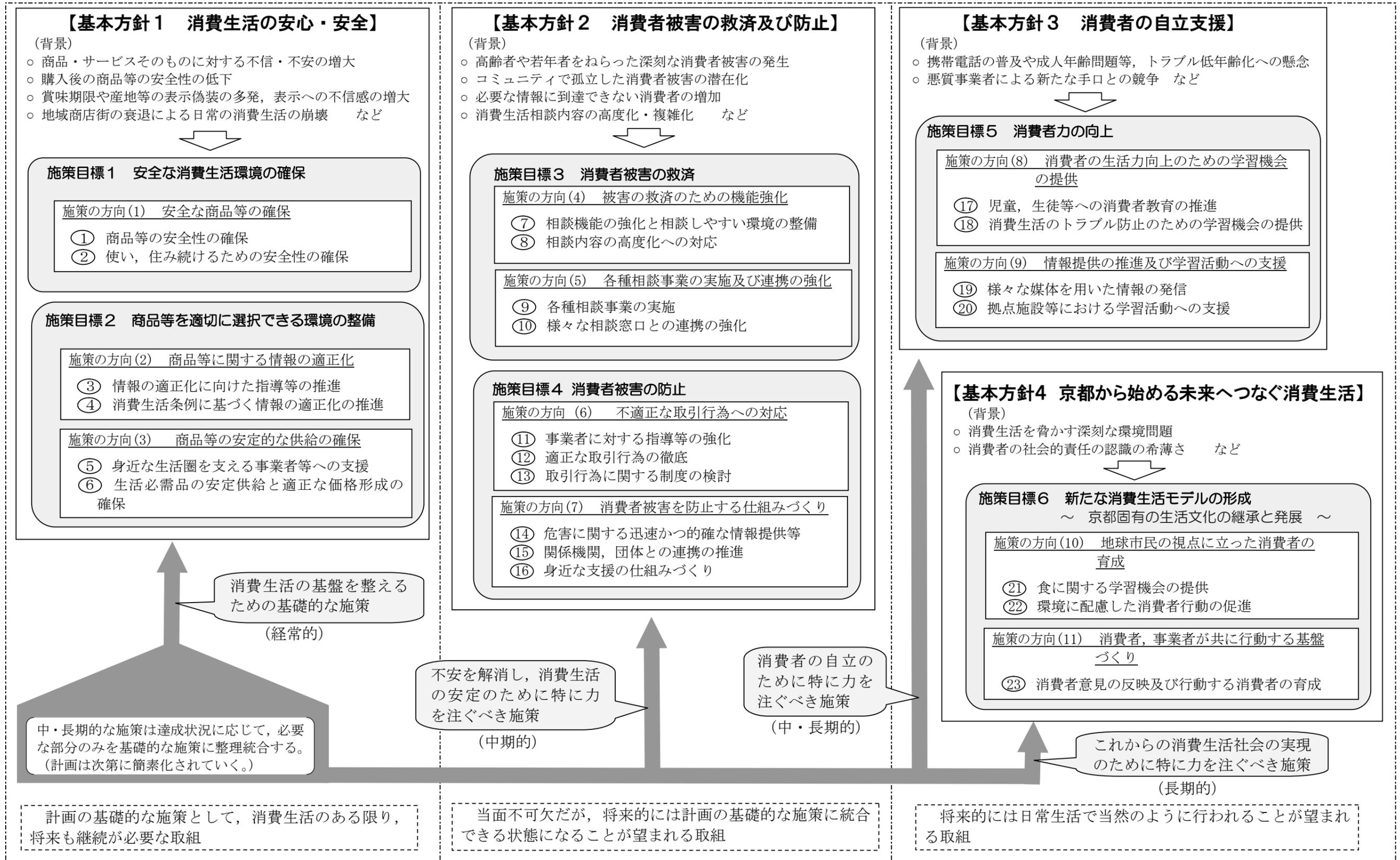


消費生活基本計画（第2次計画）素案（案）概要

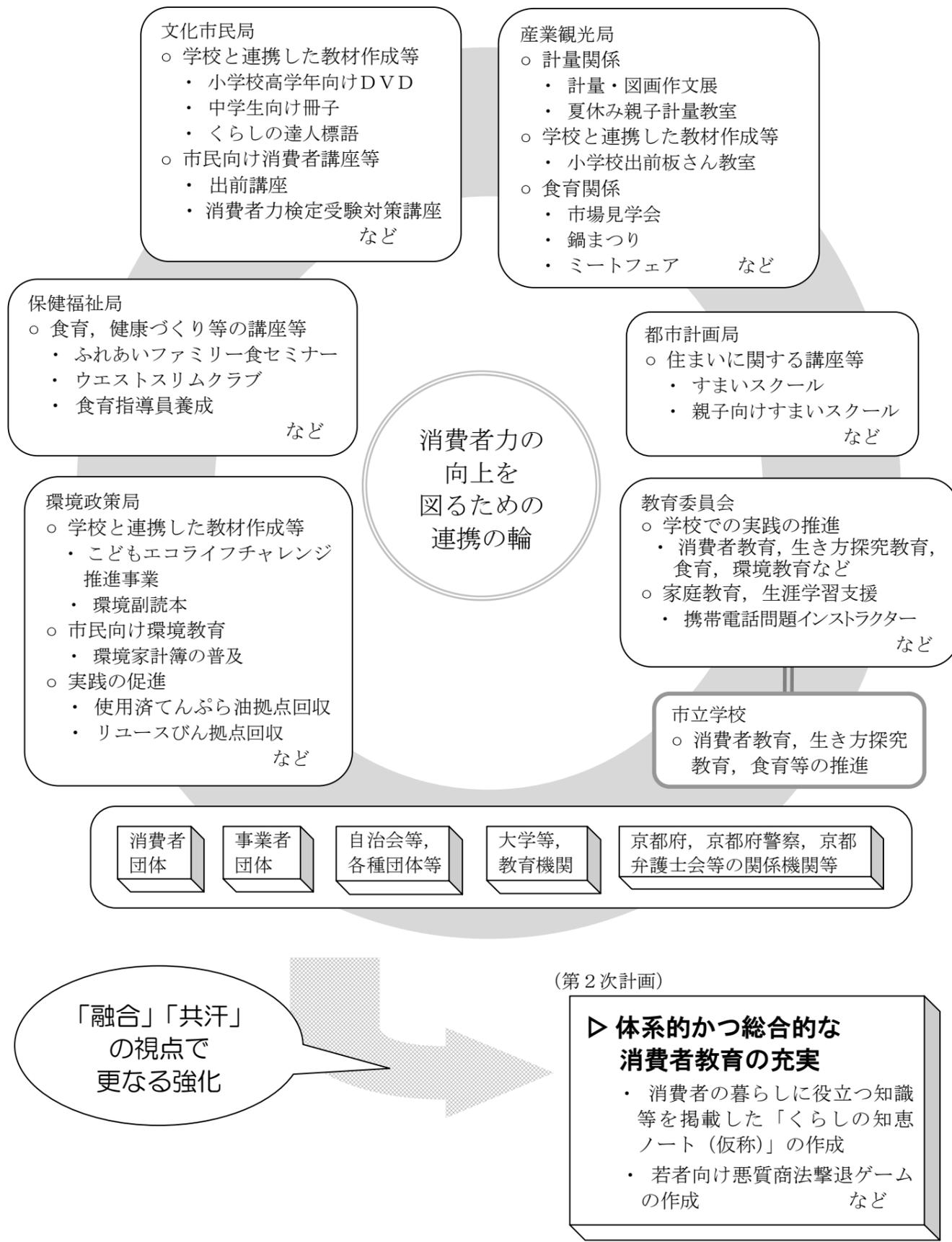
4つの基本方針に沿って推進する消費生活施策



ライフステージを見据えた体系的かつ総合的な消費者教育について

区分	本市が取り組む消費者教育の視点	現在の取組例
① 幼児期 (就学前までの段階)	家庭教育	食育等の講座等 家庭教育支援等
② 児童期 (就学から小学校卒業までの段階)	学校教育	小学校高学年向け DVD 小学校出前板さん教室 夏休み親子計量教室 くらしの達人標語 計量図画・作文展 中学生向け冊子 ほか
③ 少年期 (中学校入学から高等学校卒業程度までの段階)		中学生
④ 成人期 (高等学校卒業以降の大学生や社会人等の段階)	高校生	各種啓発パンフレット
	大学生	出前講座 各種の講座・教室
⑤ 高齢期 (特に高齢者)	社会人(保護者)	生涯学習 消費者団体、事業者団体との連携(講座等事業の共催含む。) ターゲット教育(対策重点化教育) 被害防止を基本とした啓発、消費者教育の推進 行動する消費者の育成
	高齢者	(見守りのネットワークづくり) 参照：別紙3

注1 消費者教育体系化のための調査研究報告書(財団法人 消費者教育支援センター 平成18年3月)の区分
注2 消費者行政と教育行政との連携強化のため、平成21年4月に関係課で構成する京都市消費者教育連絡協議会を設置した。



地域における高齢者等の見守りの仕組みについて

(第2次計画)

- ▷ 施策間の連携強化
- ▷ 市民から見て分かりやすい施策体系の構築
 - ・ 地域ボランティアとの協働の在り方や行政からの情報発信の在り方等について検証

「融合」の視点で更なる強化

