

京 都 市 消 費 生 活 基 本 計 画 (案)

京都から始めよう
未来へつなぐ消費生活



クーリング・オフマン

平成22年12月17日

京 都 市

目 次

第 1 章 計画の基本的な考え方

1 策定の趣旨	1
2 計画の基本的視点	3
3 計画の位置付け及び計画期間	3
(1) 計画の位置付け	
(2) 計画期間	
4 計画の構成	5
(1) 基本構成	
ア 基本構成	
イ 基本方針の整理，統合 ～ 第 1 次計画から第 2 次計画へ ～	
(2) 施策体系一覧	

第 2 章 計画の内容

【基本方針 1 消費生活の安心・安全】	7
<u>施策目標 1 安全な消費生活環境の確保</u>	8
<u>施策の方向 (1) 安全な商品等の確保</u>	8
① 商品等の安全性の確保	
② 使い，住み続けるための安全性の確保	
<u>施策目標 2 商品等を適切に選択できる環境の整備</u>	9
<u>施策の方向 (2) 商品等に関する情報の適正化</u>	9
③ 情報の適正化に向けた指導等の推進	
④ 消費生活条例に基づく情報の適正化の推進	
<u>施策の方向 (3) 商品等の安定的な供給の確保</u>	10
⑤ 身近な生活圏を支える事業者等への支援	
⑥ 生活必需品の安定供給と適正な価格形成の確保	
【基本方針 2 消費者被害の救済及び防止】	11
<u>施策目標 3 消費者被害の救済</u>	12
<u>施策の方向 (4) 被害の救済のための機能強化</u>	12
⑦ 相談機能の強化と相談しやすい環境の整備	
⑧ 相談内容の高度化への対応	
<u>施策の方向 (5) 各種相談事業の実施及び連携の強化</u>	13
⑨ 各種相談事業の実施	
⑩ 様々な相談窓口との連携の強化	
<u>施策目標 4 消費者被害の防止</u>	14
<u>施策の方向 (6) 不適正な取引行為への対応</u>	14
⑪ 事業者に対する指導等の強化	
⑫ 適正な取引行為の徹底	
⑬ 取引行為に関する制度の検討	

施策の方向（7）消費者被害を防止する仕組みづくり・・・・・・・・・・15

- ⑭ 危害に関する迅速かつ的確な情報提供等
- ⑮ 関係機関、団体との連携の推進
- ⑯ 身近な支援の仕組みづくり

【基本方針3 消費者の自立支援】・・・・・・・・・・16

施策目標5 消費者力の向上・・・・・・・・・・16

施策の方向（8）消費者の生活力向上のための学習機会の提供・・17

- ⑰ 児童、生徒等への消費者教育の推進
- ⑱ 消費生活のトラブル防止のための学習機会の提供

施策の方向（9）情報提供の推進及び学習活動への支援・・・・・・・・18

- ⑲ 様々な媒体を用いた情報の発信
- ⑳ 拠点施設等における学習活動への支援

【基本方針4 京都から始める未来へつなぐ消費生活】・・・・・・・・・・19

施策目標6 新たな消費生活モデルの形成・・・・・・・・・・20

～ 京都固有の生活文化の継承と発展 ～

施策の方向（10）環境との調和を目指す消費者の育成・・・・・・・・20

- ㉑ 食に関する学習機会の提供
- ㉒ 環境に配慮した消費者行動の促進

施策の方向（11）消費者、事業者が共に行動する基盤づくり・・21

- ㉓ 消費者意見の反映及び行動する消費者の育成

第3章 計画を着実に推進する仕組み

- 1 本市の推進体制・・・・・・・・・・22
- 2 国、府等の関係機関や消費者団体、事業者団体との連携・・・・・・・・22
- 3 施策の実施状況等の点検、評価、公表・・・・・・・・・・22
 - (1) 年度ごとの点検及び評価
 - (2) 審議会への報告及び公表

参考資料

（策定経過…審議会の開催状況）・・・・審議会メッセージ

（消費生活条例）（消費生活条例施行規則）

（統計資料…相談件数関係）

「商品等」とは、商品及びサービス*をいいます。

* クリーニングや理美容等の役務のほか、施設等の利用や語学の受講等の権利も含まれます。

第 1 章 計画の基本的な考え方

1 策定の趣旨

昭和 60 年代（1980 年代後半）から、豊田商事事件^{注1}やココ山岡事件^{注2}に代表されるように、消費者被害の中心は、商品そのものから、契約や取引方法、サービスに関するものへと変化してきました^{注3}。

そして、その後の規制緩和の拡大、経済のグローバル化の進展、高度情報通信社会の到来は、消費生活に大きなメリットをもたらした反面、消費者被害に陥るリスクを大幅に増加させています。また、高齢社会の進展が、経済構造や消費生活に大きな影響を与えています。

こうした消費者を取り巻く状況の変化に対応するため、国においては、平成 16 年（2004 年）6 月、「消費者保護基本法」を抜本的に改正した「消費者基本法」の施行により、消費者の位置付けが「保護される者」から「自立した主体」へと転換されたところであり、本市においても、平成 17 年（2005 年）10 月に「京都市消費者保護条例」を改正した「京都市消費生活条例」（以下「条例」という。）を施行しました。

条例では、基本理念として、7 つの「消費者権」と消費生活施策における重要な 3 つの視点^{注4}を具体的に明記するとともに、消費者権の実現を図るための基本的な計画である「消費生活基本計画」を定めることとしました。

これを受けて、平成 18 年（2006 年）10 月に、実施期間を平成 18 年度（2006 年度）から平成 22 年度（2010 年度）までの 5 年間とする「京都市消費生活基本計画」（以下「第 1 次計画」という。）を策定し、条例に定めた 7 つの消費者権を実現するため、「安心・安全な消費生活環境の整備」「消費者被害の救済」「消費者被害の拡大防止・未然防止のための実効性の確保」「消費者の自立支援」「豊かにくらすことができる環境の整備・創造」を 5 つの基本方針として、消費生活施策を総合的な視点と全庁的な連携の下に推進してきました。

第 1 次計画に掲載した取組項目については、毎年度、京都市消費生活審議会に推進状況を報告し公表していますが、平成 22 年度末までには、全項目について着手できる見込みとなっています。

しかしながら、この間、ガス瞬間湯沸かし器中毒事故、こんにゃく入りゼリー窒息事故の社会問題化をはじめ、賞味期限や産地の表示偽装事件等、食の安全・安心という消費生活にかかわる事件が多発し、また、これらに対する行政の対応が迅速さに欠けるなど、商品のみならず、事業者や行政、更には、消費生活社会全体に対する消費者の信頼を大きく揺るがす事態が発生しました。

こうした中、消費生活に係る問題を総合的、抜本的に解決していくため、平成 21 年（2009 年）9 月、国に消費者庁が設置されました。消費者庁は、消費者が主役となる社会の実現に向け、消費者の立場に立って、これまでの施策や行政の在り方を見直すための行政のパラダイム（価値規範）転換の拠点として設けられたものであり、消費者行政の司令塔・エンジン役としての役割が求められています。また、消費者庁が情報を一元的に集約し、迅速に対応するためには、地方公共団体の役割は重要であり、国民にとって最も身近な消費生活相談窓口の担い手として、消費者行政の充実・強化が期待されています。

本市では第 1 次計画の実施期間の最終年度を迎えるに当たり、これら社会状

況の変化とこれまでの取組成果を踏まえて計画の見直しを行い、平成23年度（2011年度）から取り組む「京都市消費生活基本計画（以下「第2次計画」という。）」を策定するものです。

注1 豊田商事事件

金の地金の購入を口実に勧誘して契約を結び、解約に応じないなど、その強引な手口が昭和60年（1985年）に大きな社会問題となりました。実際、地金は購入せず、集めた金銭は事業拡大の名目で浪費されており、被害に遭った高齢者は3万人、被害金額は2千億円に上ると言われています。当初、被害に遭った高齢者は単なる「利殖商法」の失敗者であるという意見も有力でしたが、京都市は、いち早く、被害の実態を把握し、その救済のために被害者110番の設置や説明会の開催等を行いました。

注2 ココ山岡事件

ダイヤモンドを販売する際に、5年後に購入時と同価格で買い戻す「買戻し特約」を付けて事業を拡大していた(株)ココ山岡宝飾店が平成9年(1997年)1月に倒産しました。特約の履行は、価格相場の動向からは元々無理があると考えられるうえ、同社の鑑定方法は価値の低いダイヤモンドに高価な価格設定を行う独自のもので、購入者にはローン返済と価値の低いダイヤモンドが残る事態となりました。消費者の多くが信販会社と立替払契約を結んで購入していたため、信販会社の加盟店管理の在り方が問題とされ、既払金の返還や未払金の支払義務がないこと等の確認を求める集団訴訟が各地で起こされました。

注3 平成9年(1997年)には、国民生活センターの「全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIO-NET）」により収集された全国の消費生活相談のうち、「販売方法、契約・解約など取引に関する相談」の割合が8割に達しました。

注4 7つの「消費者権」と消費生活施策における重要な3つの視点

【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

【消費生活施策における重要な3つの視点】

- 1 食の安全の確保、環境への配慮
- 2 高度情報通信社会の進展への対応
- 3 食文化、始末の文化等京都固有の生活文化の尊重

2 計画の基本的視点

第2次計画は、第1次計画に引き続き、消費者権の実現を図り、安心・安全な消費生活を目指すことを基本的な視点としています。「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」という消費者基本法の基本理念及び第1次計画で培った、食の安全、環境への配慮、高度情報通信社会への対応、食文化、始末の文化その他の京都固有の生活文化の尊重という、条例に規定する消費生活施策上の重要な視点を採り入れた「暮らしの消費生活行政」の取組を継承しつつ、国に消費者庁が設置された経緯を踏まえ、改めて施策を見直しました。

さらに、計画の策定に当たって京都市消費生活審議会から発信された市民へのメッセージ「未来へつなぐ消費生活を京都から始めましょう ～ 消費者庁の発足に当たって ※」では、目指すべき消費者像が例示されており、施策の基調として採り入れています。

計画の推進に当たっては、自治の伝統に培われた気風により先進的な取組を続ける京都の消費者や消費者団体、京都ブランドを世界に発信し続ける誇り高い事業者や事業者団体、さらには大学等関係機関や学生との連携、協力による「共汗」と行政の縦割りによる弊害を排除した「融合」によって、施策を着実に実施することとしています。

※ 参照 □□ページ 京都市消費生活審議会からのメッセージ

「未来へつなぐ消費生活を京都から始めましょう ～ 消費者庁の発足に当たって ～」

3 計画の位置付け及び計画期間

(1) 計画の位置付け

第2次計画の上位計画として、平成23年度から10年間の京都の未来像と主要政策を示した、都市経営の基本となる「京都市基本計画」があります。

京都市基本計画の分野別方針5「市民生活の安全」では、目指すべき10年後の姿として、消費生活に関しては、「消費者被害の防止が図られ救済体制も充実している」と「豊かな消費生活が営まれている」という目標が掲げられています。第2次計画は、京都市基本計画の分野別計画として、これらの目標に向け具体的な取組を推進していくための計画となります。

また、条例において策定が義務付けられている計画として、消費生活にかかわる施策については、いわゆる総合行政、横断行政として、広く他の関連する分野の取組も含めて取り扱っています。様々な分野、視点からの取組が、それぞれ相乗効果を挙げながら、京都市の消費生活行政の質を総合的に高めていくことを目指しています。

(2) 計画期間

計画の実施期間は、京都市基本計画の着実な推進のための分野別計画であることから、同計画と同じ10年間とし、平成23年度（2011年度）から平成32年度（2020年度）までに取り組む施策を掲げています。

なお、社会状況等の変化に対応するため、必要に応じて見直すこととします。

【参考】 京都市基本計画 （消費生活関連部分）

政策分野5 市民生活の安全

～地域が支え合う、だれもが安心してくらせるまちをめざす～

基本方針 地域コミュニティを活性化するとともに、関係機関が連携し、犯罪、事故、消費者被害などを未然に防ぎ、必要な情報提供、支援を行うことで、市民が自立し、だれもが安心してくらせるまちづくりを進める。

<みんなでめざす10年後の姿>

<推 進 施 策>

消費者被害の防止が図られ 救済体制も充実している

悪質商法に関する手口やその対処法に関する迅速かつ適切な情報提供により、消費者被害の未然防止・拡大防止が進むとともに、万一被害に遭った場合の救済体制が充実している。



消費者被害の救済及び防止

消費者被害の迅速かつ的確な救済を図るため、消費者がトラブルに遭ったときに安心して相談できるよう、相談機能の強化と相談しやすい環境の整備に継続的に取り組む。

また、消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、悪質商法への対処をはじめとした消費生活に関する情報を京都市のホームページや電子メール、印刷物等、さまざまな方法により発信するとともに、消費者被害に関する注意喚起や高齢者等への見守り等、身近な支援のしくみづくりを推進する。

自立した消費者が育っている

消費者の消費生活における自立を促進するうえで必要な情報や知識の普及により、主体的かつ合理的に選択することができる自立した消費者が育っている。



消費者の自立支援

消費者みずからが主体的かつ合理的に選択することができる自立した消費者の育成に向け、教育機関等との連携の下、各世代に応じた体系的かつ総合的な消費者教育を推進する。

さらに、消費者が、次世代の消費生活を見据え、食の安全や環境に配慮した行動を積極的に採り入れていくよう、学習機会の提供や環境に配慮した取組を推進する。

4 計画の構成

(1) 基本構成

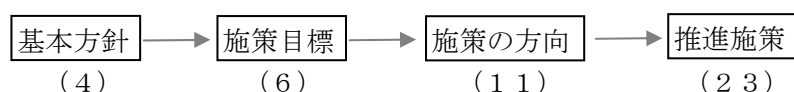
ア 基本構成

第2次計画は、消費生活施策を総合的かつ計画的に推進するための基本的な計画として、目指すべき方向性を踏まえて、基本となる施策を掲げています。

計画の構成は、4つの基本方針に対して、6つの「施策目標」を設定しています。そして、これらの施策目標を達成するために「施策の方向」を定め、その下に推進すべき具体的な施策を設定しています。

なお、複数の施策目標に関連する施策は、主となる施策目標において掲載しています。

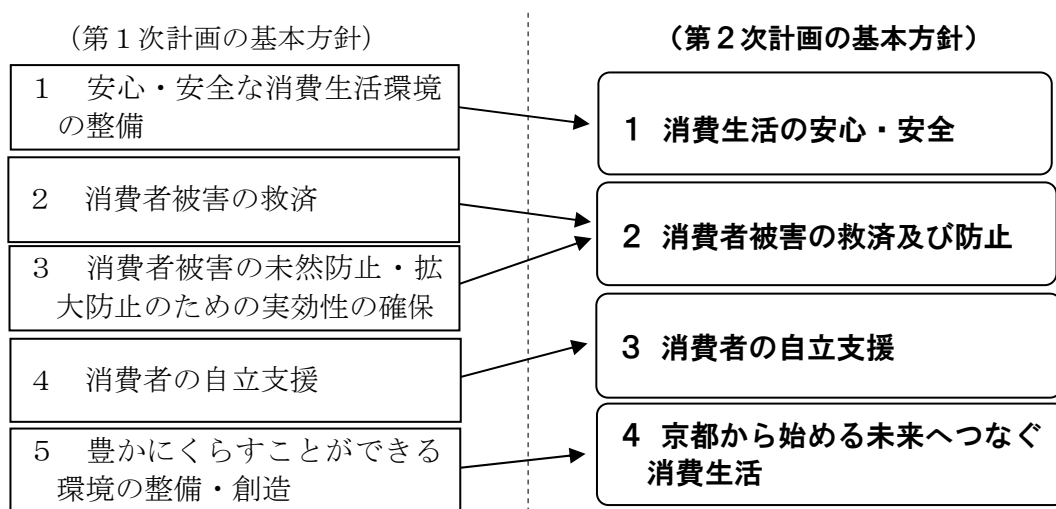
（基本構成）



イ 基本方針の整理，統合 ～ 第1次計画から第2次計画へ ～

第1次計画における5つの基本方針については、これまでの成果や社会状況の変化を踏まえ、見直すこととしました。

具体的には、第1次計画で「2 消費者被害の救済」と「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」に分類していた消費者被害に関する部分を統合し、「消費者被害の救済及び防止」に改めるとともに、第1次計画の「1 安心・安全な消費生活環境の整備」と「5 豊かにくらすことができる環境の整備・創造」については、より分かりやすい表現となるよう「消費生活の安心・安全」、「京都から始める未来へつなぐ消費生活」にそれぞれ改めました。



(2) 施策体系一覧

施策目標	施策の方向	推進施策
基本方針 1 消費生活の安心・安全		
	1 安全な消費生活環境の確保	
	(1) 安全な商品等の確保	
		① 商品等の安全性の確保
		② 使い, 住み続けるための安全性の確保
	2 商品等を適切に選択できる環境の整備	
	(2) 商品等に関する情報の適正化	
		③ 情報の適正化に向けた指導等の推進
		④ 消費生活条例に基づく情報の適正化の推進
	(3) 商品等の安定的な供給の確保	
		⑤ 身近な生活圏を支える事業者等への支援
		⑥ 生活必需品の安定供給と適正な価格形成の確保
基本方針 2 消費者被害の救済及び防止		
	3 消費者被害の救済	
	(4) 被害の救済のための機能強化	
		⑦ 相談機能の強化と相談しやすい環境の整備
		⑧ 相談内容の高度化への対応
	(5) 各種相談事業の実施及び連携の強化	
		⑨ 各種相談事業の実施
		⑩ 様々な相談窓口との連携の強化
	4 消費者被害の防止	
	(6) 不適正な取引行為への対応	
		⑪ 事業者に対する指導等の強化
		⑫ 適正な取引行為の徹底
		⑬ 取引行為に関する制度の検討
	(7) 消費者被害を防止する仕組みづくり	
		⑭ 危害に関する迅速かつ的確な情報提供等
		⑮ 関係機関, 団体との連携の推進
		⑯ 身近な支援の仕組みづくり
基本方針 3 消費者の自立支援		
	5 消費者力の向上	
	(8) 消費者の生活力向上のための学習機会の提供	
		⑰ 児童, 生徒等への消費者教育の推進
		⑱ 消費生活のトラブル防止のための学習機会の提供
	(9) 情報提供の推進及び学習活動への支援	
		⑲ 様々な媒体を用いた情報の発信
		⑳ 拠点施設等における学習活動への支援
基本方針 4 京都から始める未来へつなぐ消費生活		
	6 新たな消費生活モデルの形成 ～ 京都固有の生活文化の継承と発展 ～	
	(10) 環境との調和を目指す消費者の育成	
		㉑ 食に関する学習機会の提供
		㉒ 環境に配慮した消費者行動の促進
	(11) 消費者, 事業者が共に行動する基盤づくり	
		㉓ 消費者意見の反映及び行動する消費者の育成

第 2 章 計画の内容

ここでは、それぞれの基本方針ごとに課題や施策の内容を掲載しています。

【基本方針 1 消費生活の安心・安全】

概況

近年の規制緩和や消費経済活動のグローバル化等に伴い、商品やサービスの内容は多様化し、流通は広域化しています。これらの変化は、消費者の選択肢を広げ、消費生活の豊かさをもたらす一方、食の安全に対する不安等を増大させる要因の 1 つとなっています。また、環境問題や国際的な経済競争により、食糧や資源の安定供給への懸念も生じています。

こうした状況の中、様々な製品事故や耐震強度偽装、輸入冷凍食品による健康被害等、消費者の生命や身体、財産に直接危害を及ぼす事件をはじめ、食品の期限表示や産地の偽装等、消費生活の安心・安全を揺るがす事件が後を絶たない事態を受け、平成 21 年 9 月、国に消費者庁が設置されました。消費者庁は、「消費者庁の取組（工程表）^注」を公表し、消費生活の安心・安全に関する様々な取組を進めることとしています。

課題

（商品等の供給） 日々の消費生活の安心には、消費者に供給される商品・サービス（以下「商品等」という。）が安全であることに加え、それが適切な情報の下に、安定して供給されることが求められます。そのうえで、消費者がそれぞれの価値観に基づいて、価格や品質等を比較し商品等を選択するなど、自らの生活をデザインし、幸福を追求できる環境が整うことにより、単に安全であるのみならず、消費生活の安心が確保された状態になると言えます。また、より豊かな消費生活を目指すうえでは、消費者の生活の質を高めるという視点から、今後も引き続き、商品等の質的な向上が求められます。

他方、本市においても、生活に密着した地域の商店街の衰退により、日常の買物が困難になるといった問題が顕在化してきており、商品等の安定的な供給の確保については、長期的な視点で取り組むことが必要です。

（商品の維持管理） 住宅等、商品の寿命が比較的長いものについては、商品自体の劣化により安全性が低下する場合や、科学、技術の進歩及びこれに伴う法令の改正により安全基準が厳しくなることにより商品の安全性の評価が低下する場合があります。いずれの場合も、建物の改修等適切な維持管理が必要とされます。商品の維持管理は、基本的には消費者自らの責任において計画的に行うことが求められますが、防災上の視点からの対策も必要です。

注 消費者庁の取組（工程表）

平成 21 年 11 月 24 日、消費者庁は、今後 5 年間の取組予定を公表しました。工程表では、「事故情報の一元的収集、分析・原因究明、発信」、「地方消費者行政の充実支援・環境整備」、「被害者の救済、消費者の自立」、「制度の見直し・整備等」、「消費者行政の円滑な推進」の区分ごとに項目と予定が掲載されています。

施策目標 1 安全な消費生活環境の確保

消費者が安心して商品等を選択できるよう、その安全性を確保するとともに、消費者が商品を継続して利用するに当たり、安全性を維持するために行う積極的な取組に対して、防災上の視点から支援することにより、安全な消費生活環境の確保に努めます。

施策の方向（1）安全な商品等の確保

生産、製造から小売の段階に至るまで、法令に基づく監視指導を的確に行い、消費者に安全な商品等が供給される環境を整備します。

また、消費者が行う商品の維持管理に関して、安全性の確保を促進させるため、改修等の取組を支援します。

① 商品等の安全性の確保

食品衛生法その他の関係法令に基づく商品等の監視、指導等を確実に実施するとともに、本市の研究所等において、試験、検査、研究を行うほか、必要に応じ、関係機関と連携して調査を行います。

また、商品等を提供する施設、事業所等の衛生面や防災面での安全性を確保するための監視指導を行います。

あわせて、食の安全安心条例^{注1}等に基づく本市独自の取組を推進します。

なお、各省庁が所管する既存の法律では措置できない、いわゆる「すき間事案」については、消費者安全法^{注2}や消費生活条例により対応します。

注1 京都市食品等の安全性及び安心な食生活の確保に関する条例（平成22年4月施行）

注2 消費者安全法（平成21年9月施行）

第22条第1項に規定する事務として、京都市は平成22年6月から同法に基づく立入調査の権限を委任されています。

② 使い、住み続けるための安全性の確保

商品の寿命が比較的長い住宅等については、それ自体の劣化により安全性が低下する場合や、安全基準の改正等に伴い安全性の評価が低下する場合があります。適切な維持管理が必要であるにもかかわらず、消費者の費用負担が重いことや情報の不足から改修等が進まない場合は、費用助成その他の促進策を講じることにより、消費者の安全性の確保に向けた取組を支援します。

（取組例）

- 消費者に危害を及ぼす商品等についての調査等（文化市民局、保健福祉局、都市計画局ほか）
- 食品衛生法、薬事法その他の関係法令に基づく監視指導（保健福祉局）
- 衛生環境研究所、産業技術研究所等における調査、試験等（保健福祉局、産業観光局）
- 京・食の安全衛生管理認証制度（保健福祉局）
- 生活衛生関係営業施設等の衛生監視指導（保健福祉局）
- 耐震改修の促進に関する各種助成制度（都市計画局）
- 吹付けアスベスト除去等助成事業（都市計画局）

施策目標 2 商品等を適切に選択できる環境の整備

商品等の情報が消費者に適切に提供されるとともに、商品等が日常の生活圏で安定的に流通し、適正な価格で供給される環境を整備します。

また、供給される商品等における品質等の維持、向上につながる事業者の取組を支援します。

施策の方向（2）商品等に関する情報の適正化

事業者に対して、法令等に基づく基準を遵守するよう指導等を行います。また、関係機関との連携を強化するとともに、必要に応じて基準の見直しを行います。

③ 情報の適正化に向けた指導等の推進

食品衛生法、計量法、健康増進法その他の法令に基づく事業者指導等を確実に実施するとともに、消費者庁等、関係機関との連携により、商品等の表示、計量等の適正化を図ります。

④ 消費生活条例に基づく情報の適正化の推進

消費生活条例に基づく表示・包装基準を遵守するよう事業者に対して指導等を行うことにより、消費者が商品等を適切に選択できるよう、表示、包装の適正化を推進します。

また、商品等の表示等に関する検討を行い、必要に応じて、消費生活条例に基づく基準の見直しを行います。

（取組例）

- 食品衛生監視指導計画による食品の表示の監視指導（保健福祉局）
- 食品の健康保持増進等に関する広告等の監視指導（保健福祉局）
- 中央卸売市場における適正な表示の指導（産業観光局）
- 計量に関する検査、指導（産業観光局）
- 消費生活条例に基づく表示・包装基準の遵守指導（文化市民局）
- 商品等の表示等に関する検討（文化市民局）

施策の方向（3） 商品等の安定的な供給の確保

生活必需品が消費者の身近な生活圏で安定的に適正な価格で供給されるよう、流通環境の維持、形成を図ります。

また、商品等における品質等の維持、向上につながる事業者や生産者の自主的な取組を支援します。

⑤ 身近な生活圏を支える事業者等への支援

次代の商店街を担う事業者を育成するほか、街路灯やアーケード等の共同施設の整備支援を行うことなどにより、消費者の日々の暮らしや地域コミュニティを支えている身近な商店街等の振興を図ります。

また、商品等の品質等が更に良好な状態で供給されるよう、事業者、生産者の自主的な取組を支援し、事業者等の巡回指導や講習会等の実施に努めます。

あわせて、環境志向経営等、今日、事業者がより高い水準で発展を続けるために欠かせない取組の普及、促進に努めます。

⑥ 生活必需品の安定供給と適正な価格形成の確保

物価をはじめ市場の動向について情報収集に努め、消費者に適切な情報を提供するとともに、中央卸売市場において適正な価格の形成に取り組みます。

（取組例）

- 消費者の安心に寄与する商店街振興（産業観光局）
- 特定給食施設の栄養管理等に関する指導（保健福祉局）
- 京都環境マネジメントシステム規格「KES」の認証の普及（環境政策局）
- 市内産野菜の減農薬・減化学肥料栽培の普及（産業観光局）
- 物価の動向に関する情報提供（文化市民局、産業観光局）

【基本方針２ 消費者被害の救済及び防止】

概況

近年の規制緩和、情報化社会の進展、消費経済活動のグローバル化に伴い、商品等の内容や取引形態は、多様化かつ複雑化しています。

契約に関するトラブルは、消費者が商品等の内容をよく理解しないで契約したために生じる場合もありますが、仕組みやリスクが分かりにくい商品等の販売に対して適切な規制が行われていないケースや、事業者の不適正な取引行為がその原因であると考えられるものが少なくありません。さらには、深刻な多重債務問題のように、1つの業界の問題としてだけでなく、社会全体の仕組みも視野に入れて考えないと解決が困難な問題もあります。こうした状況を受け、金融商品取引法、特定商取引法、貸金業法等、関係法令の見直し、整備が行われ、対応の強化が図られています。

しかしながら、悪質な事業者等は、不当請求や架空請求、さらには、その時々々の社会状況を悪用するなど、次々と新たな手口を駆使して消費者をねらってきます。例えば、住宅用火災警報器の設置に関する悪質商法等、広報、啓発を充実することにより、被害の発生を抑制できたケースもありますが、被害を未然に防止することが難しいケースもあり、対症療法的な取組も不可欠です。

インターネットや郵便を利用したアダルト情報サービス等の不当請求や架空請求に関する本市の消費生活相談は、平成16年度に年間7,400件に達しましたが、消費者への啓発や警察による取締りの強化等により、平成20年度には1,521件に減少しています。

消費者に身近な基礎自治体は、社会状況全般にきめ細かく注意を払いながら、状況を的確に把握し、被害の救済と防止に努めることが求められています。

課題

（消費生活相談の在り方） 事業者と消費者との間には情報量や交渉力等に格差があり、消費者は受け身の立場で不利な状況にあると言えます。被害やトラブルの発生に対し消費者が自らの力のみで解決を図ることは困難な場合が多く、今後も、行政による事後的救済としての消費生活相談の役割は重要です。

しかしながら、国民生活白書（平成20年版）によると、消費者被害に遭った人の相談先の調査で「どこにも相談することも伝えることもしなかった」という回答が33.7%で最も高い割合となっており、相談窓口が十分に周知されていない状況を示しています。

一方、消費者契約法や特定商取引法等、消費者が活用できる民事ルールも整備されてきましたが、消費生活相談には、複雑化、高度化した内容の案件も多く、相談員の質の向上をはじめ、相談機能を強化していくことが必要です。

（事業者への対応） 本市に寄せられる消費生活相談の内容には、商品等に関する消費者の単純な理解不足や事業者側の説明不足に起因するトラブル等、様々な形態があります。特に、後者の場合、故意に消費者に誤解を与える等、事業者による不適正な取引行為を伴う案件では、その手口は、年々、複雑化、巧妙化しており、被害の拡大や深刻化が懸念されます。また、消費者被害には多数少額被害という特徴があり、消費者が司法の場で解決することは費用対効果の面で厳しい状況があります。

こうした不適正な取引行為では、若年者や高齢者が他の年代に比べてねられやすく、とりわけ本市は、「学生の街」として学生の割合が高く、また、65歳以上の高齢者の割合が高いという特徴があり、弱者集中的な被害の発生が懸念されます。

このため、事業者の悪質な取引行為の防止等、事業者規制の面からの取組は重要であり、必要に応じて、規制の強化を図る必要があります。

（消費者への対応） 消費者被害を未然に防止し、その拡大を防ぐには、消費者への情報提供が大切ですが、情報を必要としている人に確実に届けるためには、消費者の年齢その他の特性に配慮することが必要です。このためには、学生や高齢者の一人暮らし等、地域から孤立しがちな世帯をはじめ、情報弱者となりやすい消費者の日常生活の身近に、コンシェルジュ^注のように必要な情報を適切に提供できる、自立した消費者が存在することが重要です。

こうした自立した消費者が、地域コミュニティのネットワークの一角を担い、更にこれらが連携して、支援を必要とする消費者を支えることができるよう、身近な支援の仕組みづくりが求められます。

注 コンシェルジュ（concierge）

ホテル等の総合サービス係、様々な要望に応じて案内や手配を行う世話人。

施策目標 3 消費者被害の救済

消費者がトラブルに遭ったときの相談窓口の充実、とりわけ、市民生活センターの相談機能の強化に継続的に取り組みます。

また、商品等その他の日々の疑問やトラブルに関して、消費者が気軽に相談し、アドバイスを受けることができるよう、各種相談窓口と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。

施策の方向（4）被害の救済のための機能強化

相談内容の複雑化、高度化等に的確に対応できる仕組みを整備し、消費者の被害救済について積極的に対応します。

⑦ 相談機能の強化と相談しやすい環境の整備

消費生活専門相談員が、複雑多岐にわたる相談内容に適切に対応できるよう、業務に関する専門的な研修を実施するとともに、応対時に相談者から適切に情報を引き出すためのコミュニケーション・スキルの向上や被害者心理への配慮に関する研修を実施し、相談員の総合的な資質の向上に努めます。

また、相談窓口を消費者に効果的に周知するとともに、消費生活相談における相談時間の拡充等についても検討します。

⑧ 被害内容の高度化への対応

消費生活専門相談員のあっせんによる解決が困難な案件に対し、弁護士等の専門家が支援する仕組みを整備し、消費者被害の事例に即した的確な対応を図ります。

また、案件に応じて、消費生活審議会による調停制度や調停不調後の訴訟援助についても速やかに対応できる体制を確保します。

（取組例）

- 消費生活相談窓口の効果的な周知（文化市民局）
- 消費生活相談時間の拡充の検討（文化市民局）
- 消費生活専門相談員の研修の充実（文化市民局）
- 弁護士等の専門家による支援体制の充実（文化市民局）
- 消費生活審議会による調停制度（文化市民局）

施策の方向（５） 各種相談事業の実施及び連携の強化

消費者の日々の疑問やトラブルを潜在化させずに相談を掘り起こしていく視点から、市民生活センターの消費生活相談以外にも様々な相談事業を実施し、相談窓口間の連携の強化を図ります。

⑨ 各種相談事業の実施

消費生活の様々な場面で必要となる法律知識についてアドバイスを受けることができるよう、弁護士による無料法律相談を実施します。また、日常生活上の様々な問題や商品等の種類に応じて、必要な情報を入手し、疑問の解消やトラブルの解決に向けてアドバイスを受けることができるよう、各種相談事業を実施します。

相談事業の実施に当たっては、市民に最も身近な区役所・支所で相談できる機会を設けることが重要であり、弁護士等の有資格者による無料法律相談の実施等、引き続き、区役所・支所における相談機会の確保に努めます。

⑩ 様々な相談窓口との連携の強化

市民生活センターが相談内容に応じて、より適切な相談先を紹介したり、また逆に、他の相談窓口が市民生活センターを紹介するなど、相談窓口のネットワークにより、相互の連携を強化します。

とりわけ、消費者が相談することによって初めて被害に気付くこともあるため、具体的な相談内容の定まらない消費者への対応についても十分配慮し、市民に身近な区役所・支所と市民生活センターの連携を更に強化するなど、より適切な相談窓口を紹介することができるようにします。

（取組例）

- 弁護士による無料法律相談（文化市民局）
- 交通事故相談，市政一般相談（文化市民局）
- 栄養相談（保健福祉局）
- 医療安全相談（保健福祉局）
- 高齢者・障害者権利擁護相談（保健福祉局）
- すまいよろず相談（都市計画局）
- こころの健康相談（保健福祉局）

施策目標 4 消費者被害の防止

商品等に関する消費生活の安心・安全を守るため，事業者による不適正な取引行為の防止に向けた取組及び消費者に身近な見守りの仕組みづくりにより，悪質商法や商品等に起因する被害の発生を防止します。

施策の方向（6） 不適正な取引行為への対応

悪質商法による消費者被害の防止に向けて，不適正な取引行為を行う事業者に対する指導を強化します。

⑪ 事業者に対する指導等の強化

法令違反の取引行為を行う事業者に対して，法令上の措置が迅速に適用されるよう，関係法令上の権限を有する関係機関と緊密に連携します。特に，刑事処分の可能性がある案件については，警察との連携により積極的に対応します。

悪質な勧誘や誇大広告等，法令違反の疑いのある案件については，京都府，京都府警察，京都弁護士会その他の関係機関との連携の下，早期対応による被害の拡大防止を図ります。

また，消費生活条例に掲げる不適正な取引行為を行った事業者に対しては，指導，勧告等の条例上の措置を速やかに行います。

⑫ 適正な取引行為の徹底

トラブルが多発する事業者に対しては，適正な取引行為を徹底するよう，法令遵守のほか，トラブルの防止に向けて通常払うべき注意点等についても，事業者団体等とも連携を図りながら周知します。

⑬ 取引行為に関する制度の検討

悪質商法による消費者被害の防止に向けて，不招請勧誘^注に関する対応等について検討します。

注 不招請勧誘：消費者が依頼や希望をしていないにもかかわらず，事業者が訪問や電話等により取引の勧誘を行うこと。

（取組例）

- 事業者指導の強化（文化市民局）
- 法令上の権限を有する関係機関との連携強化（文化市民局）
- 事業者団体との協議、懇談（文化市民局）
- 不招請勧誘に関する対応の検討（文化市民局）

施策の方向（7）消費者被害を防止する仕組みづくり

商品等に関する危害情報の速やかな入手及び伝達により、被害の拡大防止に努めます。

また、悪質商法に起因する消費者被害に関する情報やリコール情報についても、地域の身近な支援の仕組み、ネットワークを活用し、消費者に様々なルートから必要な情報を提供します。

⑭ 危害に関する迅速かつ的確な情報提供等

商品等に関して本市が入手した危害情報については、消費者庁への迅速かつ的確な情報伝達が確実に行えるよう、庁内担当課及び国民生活センター等、関係機関との連携強化を図ります。

また、危害情報やリコール情報等を消費者に周知するため、本市のホームページや電子メール、印刷物等、様々なルートを通じて情報発信を行います。

⑮ 関係機関、団体との連携の推進

めまぐるしく変化する消費生活環境に対応するため、京都府、京都府警察、京都弁護士会をはじめとする関係機関等と連携し、相談事例の研究や情報の共有を行います。

また、消費者全体の利益を守る消費者団体訴訟制度の効果的な運用が図られるよう、引き続き、適格消費者団体への協力を行います。

⑯ 身近な支援の仕組みづくり

悪質商法の被害や商品等の危害情報について、情報を必要としている消費者に確実に届けるために、地域の様々な団体やネットワーク等へ働き掛け、連携を図るとともに、消費者被害に関する注意喚起や見守りの仕組みづくりを推進し、複線的な情報伝達ルートの確保に努めます。

とりわけ、地域コミュニティ活性化の支援の中核的な役割を果たす区役所・支所と市民生活センターの連携を強化し、地域の特性に応じた取組の推進を図ります。

（取組例）

- 危害情報、リコール情報等に関する情報提供（文化市民局）
- 食品の自主回収情報の公表（保健福祉局）
- 地域の安心安全ネットワーク形成事業（文化市民局）
- くらしのみはりたい（文化市民局）
- 一人暮らしお年寄りサポーター、認知症あんしんサポーターの養成（保健福祉局）

【基本方針 3 消費者の自立支援】

概況

消費者を取り巻く環境は、経済活動のグローバル化や情報化社会の進展等により、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。法令等により消費者保護のための対策が講じられている場合であっても、消費生活の様々な場面において、消費者自身が適切に判断し、行動していくことが求められています。

このような中、平成16年に消費者保護基本法を抜本的に改正した消費者基本法が施行されたことにより、消費者は、保護される者から自立した主体として、その位置付けの転換が図られたところです。

課題

（自立のための学び） 消費者自らが、多様な選択肢の中から主体的かつ合理的に選択できる「自立した主体としての消費者」となるためには、消費者の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を展開することが必要です。

とりわけ、小・中学校については、平成20年3月に行われた学習指導要領の改訂により、消費者教育の充実が図られていることにかんがみ、学校教育の取組に対して十分な連携を図ることが必要です。

また、義務教育修了後の若者層の消費者教育においては、大学生数が人口の約1割を占める「大学のまち京都・学生のまち京都」の都市特性を踏まえ、大学等の教育機関との連携を図ることが重要ですが、今後は、成人年齢引下げに関する国の動向も注視しつつ、とりわけ、高校との連携の強化については、更なる検討が必要と考えられます。

施策目標 5 消費者力*の向上

自立して、合理的に行動する「くらし上手」な消費者として、それぞれのライフステージに応じた学習の機会を提供します。

小・中学生については、適切な金銭感覚をはじめ、消費生活の基本となる知識や生活力を身に付けていくことができるよう、消費生活について学ぶ環境の充実に努めます。

その他の年代の消費者については、消費者被害の防止に必要な知識の習得を中心とした学習機会の提供に努めます。

あわせて、消費者が、消費生活全般において必要な情報を容易に入手でき、また、関心のある分野から消費生活について自ら進んで学習できる環境づくりを進めます。

* 消費者力

財団法人日本消費者協会が、消費生活について正しい知識を持ち、生活上手になるために必要な能力を「消費者力」と表現し、消費者力検定を実施しています。本市では、平成20年度から、その受験テキストを用いた講座を開催しています。

施策の方向（8） 消費者の生活力向上のための学習機会の提供

消費者が、直面する悪質商法や契約上のトラブルに対して適切に対応できるよう、ライフステージに応じた情報や学習機会の提供に努めます。

また、次世代を担う消費者を育成するため、学校等の教育機関と連携し、消費者教育の強化を図ります。

⑰ 児童、生徒等への消費者教育の推進

義務教育期の児童、生徒については、京都市立学校において、発達段階に応じた消費者教育の充実に引き続き努めるとともに、関係局等は、消費者教育で活用できる教材の作成をはじめ、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等、それぞれが所管する分野において適切な支援を行います。市立学校以外の教育機関においても、適切に消費者教育が推進されるよう、本市から積極的に情報提供を行います。

義務教育修了後の生徒、学生等については、成人年齢も考慮しながら、高校、大学等の教育機関と連携を図り、消費者トラブルの未然防止に努めます。

⑱ 消費生活のトラブル防止のための学習機会の提供

学びの機会が生涯学習に位置付けられる消費者については、制度等の改正その他の要因により、悪質商法の発生や消費者の不安の増大が予見される問題等を考慮しながら、消費者が契約に伴う責任を正しく認識したうえで、消費生活の様々な場面で直面する不安やトラブルを自ら解消できるよう、消費生活に関する講座の開催等、学習の機会を提供します。

また、より多くの消費者が学習できるよう、出前講座の開催等、学習機会の拡大に努めるとともに、学びの契機として、消費生活に対する関心を高め、知識の普及を図る事業を推進します。

（取組例）

- 小・中学生向けの消費者教育教材の作成（文化市民局）
- 小・中学校段階からの生き方探究教育（教育委員会）
- 消費者標語、計量図画等の作品募集事業（文化市民局、産業観光局）
- 小学校における食育（教育委員会、産業観光局）
- 「KES」学校版、エコライフチャレンジ（教育委員会、環境政策局）
- 児童生徒や保護者を対象とする携帯電話の安心・安全な利用に関する講座等（教育委員会）
- 消費生活に関する講座等（文化市民局、都市計画局ほか）
- インターネットやCD-ROM等、電子媒体を利用した若者向け消費者啓発（文化市民局）

施策の方向（9） 情報提供の推進及び学習活動への支援

消費生活に関する情報を様々な媒体を用いて発信します。

あわせて、本市の施設において、消費者が取り組む活動に対し適切な支援を行います。

⑪ 様々な媒体を用いた情報の発信

悪質商法への対処をはじめ、食の安全や住まいの安全、環境問題等、様々な分野にわたる消費生活に関する情報を、必要としている人に確実に届けるため、市民しんぶん、冊子、チラシ、ポスター等の紙媒体やホームページ、メールマガジン等の電子媒体等、様々な媒体を用いて発信します。

⑫ 拠点施設等における学習活動への支援

市民生活センターや京エコロジーセンター等、消費生活に関する学習活動の拠点等となる施設において、図書の貸出しや資料の提供、講師の派遣や紹介等、個人や地域、団体等で行う学習活動への支援を行います。

（取組例）

- 消費生活、食育、環境に関する冊子等の発行（文化市民局、保健福祉局、環境政策局）
- ホームページやメールマガジンによる消費生活情報の提供（文化市民局）
- 消費生活、生涯学習に関する情報のホームページでの提供（文化市民局、教育委員会）
- 図書館における関連資料の閲覧・貸出し及びレファレンス（調査・相談）機能を活用した情報の提供（教育委員会）
- 区民まつりでの消費者啓発ブースの設置（文化市民局）

【基本方針４ 京都から始める未来へつなぐ消費生活】

概況

消費者を取り巻く環境の変化，とりわけ，深刻な環境破壊等により，現在の消費生活を維持していくことが難しくなっている事態に消費者としてどう向き合うかという問題が生じています。消費者は，物的な豊かさ，短期的な利益や利便性を追求するばかりでなく，長期的な視点に立って，豊かな消費生活の在り方について考えることが必要となっています。その点では，自立した消費者像を考えると，単に自分自身を守るための知識を習得するというだけではなく，社会的責任を自覚して行動する消費者であることも，その重要な要素の１つであると考えられます。

課題

（食の安全，環境） 消費者に最も身近な問題の１つである食の安全については，単に生産，製造過程上の問題としてのみ捕らえるのではなく，経済のグローバル化や環境問題等も考慮し，より広い視野から考えることが必要です。

環境問題では，消費者は消費生活を営むうえで，環境への負荷を与える加害者としての一面を有していること，持続可能な消費生活社会を実現するため，大量生産・大量消費・大量廃棄に代表される消費生活の在り方を転換していかなければならないことは，多くの消費者が理解しています。しかし，消費者一人ひとりが，すぐにゴミになるものを買わないなど，より環境への負荷が少ないライフスタイルを選択し行動することは，まだこれからの課題です。

（市民的な合意） 消費者一人ひとりが個人として尊重され，自らの消費生活を自ら選択する権利が十分尊重されていることを基本としたうえで，今後，消費者は様々な場面で，利便性の後退を進んで受け入れることが必要となることも想定されます。ただし，その前提として，消費者一人ひとりが主体的かつ合理的に判断し，持続可能な消費生活社会の実現に向けて取り組むという，消費者の合意に基づくことが必要です。

（本市の責務） 本市は，伝統の中で培われた食文化や「もったいない」に代表される始末の文化が息づくまちです。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とともに，全国で初めて地球温暖化対策条例を制定するなど，環境に対する市民の意識が高いことから，持続可能な消費生活社会の実現に向けた取組を行いやすい文化的土壌が備わっていると言えます。伝統的な都市住宅である京町家に見られる気候に対応する知恵と工夫，住み継ぐための住まい方をはじめ，ものを無駄にせず長く大切に使うという精神文化等，京都らしい暮らしの文化を次世代に引き継ぐ必要があります。

平成２１年（２００９年）１月には，国から「環境モデル都市」に選定されており，世界文化自由都市である本市の責務として，消費生活の面においても，世界を先導するライフスタイルを京都モデルとして結実させ，広く世界へ発信していくことが求められています。

施策目標6 新たな消費生活モデルの形成 ～ 京都固有の生活文化の継承と発展 ～

豊かな消費生活を次世代に継承し、持続可能な消費生活社会の実現に向けて、消費者が、食の安全や環境に配慮し、始末の文化をはじめとする京都固有の優れた生活文化を継承、発展させる取組を積極的に行う環境を整備します。

また、消費者と事業者が、同じ消費生活社会の一員として、互いに尊重し、人々との関係を大切にする、一人ではない安心感のある消費生活社会を実現するため、共に行動する基盤づくりに取り組むとともに、新たな消費生活社会のモデルを京都から発信していく機運の醸成に努めます。

施策の方向（10） 環境との調和を目指す消費者の育成

消費者一人ひとりが、地球温暖化による気候変動、食料や水の問題等、地球規模で生じている事態を直視するなど、地球環境や世界とのつながりを意識し、次世代の消費生活を見据え、食の安全や環境に配慮した行動を積極的に採り入れていくよう、学習機会の提供や環境に配慮した取組を推進します。

②① 食に関する学習機会の提供

食品に関する正しい知識や、衛生管理、調理方法等の役立つ知識を習得するための学習の機会を提供します。

とりわけ、次世代へ継承すべき健康的な食生活の実践を目指した取組として、「食」の体験等を通じた『食』の再発見や、手軽に作れる「おばんざい」等京都の伝統に根差した食文化や環境に配慮した調理方法の伝承、普及に努めます。

②② 環境に配慮した消費者行動の促進

消費生活を環境の視点から考えるための様々な学習機会を提供するとともに、商品を購入、又は使用する際の選択や使い方、リサイクルの促進、さらには、商品を廃棄する場合の再資源化等、環境に配慮した取組を促進します。

また、「もったいない」に代表される始末の文化や、門はき、打ち水等、合理的で環境への優しさを秘めた京都の伝統的な生活習慣の普及、伝承に努めます。

（取組例）

- 食育、環境等に関する講座等（文化市民局、保健福祉局、産業観光局、環境政策局、都市計画局ほか）
- グリーン購入促進事業の推進（環境政策局）
- 太陽光発電の普及促進（環境政策局）
- フリーマーケットの開催（環境政策局ほか）
- 使用済天ぷら油、リユースびんの拠点回収（環境政策局）

施策の方向（11） 消費者，事業者が共に行動する基盤づくり

消費生活社会に消費者が主体的に関与していくことができるよう，消費者の意見を反映させる機会の確保に努めるとともに，有益な取組を自ら実践する消費者の育成を図ります。

また，消費者団体や事業者団体と連携を図りながら，共に行動する基盤づくりに努めます。

②3 消費者意見の反映及び行動する消費者の育成

消費生活施策へ消費者の意見を反映させるため，消費生活に関する審議会等への消費者の参画をはじめ，消費者が意見表明できる機会の確保に努めます。

消費者権の実現に向けて主体的に取り組む消費者が，学んだ知識を駆使して，様々な消費生活上の課題に取り組むことができるよう，活動する機会を設けます。

また，消費生活審議会から発信された市民へのメッセージにおいて例示された理想とする暮らし方について，市民一人ひとりが自発的に考えるとともに，消費者及び事業者が，それぞれの責務について相互に理解しつつ，共に市民として取り組む仕組みを検討します。

（取組例）

- 消費生活に関する審議会等への消費者団体，市民公募委員の参画（文化市民局，環境政策局，保健福祉局ほか）
- 京・くらしのサポーター（文化市民局）
- 認知症あんしんサポートリーダー（保健福祉局）
- 食育指導員の養成（保健福祉局）
- 環境ボランティア等の養成（環境政策局）
- 市民が理想とする暮らし方についての意見募集（文化市民局）

第3章 計画を着実に推進する仕組み

1 本市の推進体制

消費生活行政にかかわる局，区等で構成する「消費生活行政推進会議」を必要に応じて開催し，消費者安全法に基づく的確な対応^注を図るとともに，緊急を要する課題に対しては，専門委員会を設置し，迅速かつ的確に対応します。

さらに，消費生活行政推進会議の活性化を図るという観点から，同会議がより機動的かつ効果的なものとなるよう構成や運営方法等の見直しを行うなど，国の消費者行政の一元化を踏まえ，従来の局，区等の枠組みに捕らわれず，計画を着実に推進するための庁内横断的な組織の在り方について検討します。

とりわけ，日々の生活の基本となる食の安全に関しては，食の安全安心条例に基づく施策の推進に当たり緊密な連携を図ることにより，市民の健康の保護をはじめ，安全安心な食生活の確保に向けた取組を強力に推進します。

注 消費者安全法第12条により，消費者事故等の発生に関する情報を得た場合，市町村は直ちに国に通知することが義務付けられています。国（消費者庁）へ情報を速やかに一元化し被害の拡大防止を図るため，消費者に身近な基礎自治体の情報処理能力が問われています。

2 国，府等の関係機関や消費者団体，事業者団体との連携

消費者庁をはじめ，国及び京都府等の関係機関との緊密な連携の下，消費生活行政を推進します。

また，消費者，事業者及び行政が協力して，安心・安全な消費生活社会の実現に向けた取組を行うため，事業の共催や企画段階からの協働等，施策全般を通じて，消費者団体や事業者団体との連携強化を図りながら，暮らしの総合行政としての施策の推進に努めます。

3 施策の実施状況等の点検，評価，公表

(1) 年度ごとの点検及び評価

施策の実施状況については，年度ごとに事業実績や統計指標等を取りまとめます。

特に重点課題については，関連する事務事業を複数，あるいは単独で抽出したうえで，毎年度，実施計画を立てるとともに，年度終了後に点検及び評価を行います。

(2) 審議会への報告及び公表

上記(1)の事業実績等については，消費生活審議会に報告するとともに，市民に公表します。

審議会で出された意見については，これを尊重し，施策に反映させるよう努めます。

参考資料

(掲載予定)

- 1 本計画策定までの経過
 - ・ 審議会開催，市民意見募集等の経過
 - ・ 審議会委員名簿
- 2 京都市消費生活審議会からのメッセージ・・・・次ページ参照
「未来へつなぐ消費生活を京都から始めましょう ～ 消費者庁の発足に当たって～」
- 3 例規
 - ・ 消費生活条例
 - ・ 消費生活条例施行規則
- 4 統計資料等
 - ・ 消費生活相談件数
 - ・ イメージ図（本市と消費者庁ほか消費生活行政関係機関の連携）

2009 年(平成 21 年) 9 月 30 日
京 都 市 消 費 生 活 審 議 会

未来へつなぐ消費生活を京都から始めましょう
～ 消費者庁の発足に当たって ～

1 消費者庁発足と地方消費者行政活性化

ガス瞬間湯沸かし器中毒事故、こんにゃくゼリー事故、うなぎ・牛肉の産地偽装など、消費者の不安と不信を招いた事件への政府全体の対応力の向上を目指して、9 月 1 日、消費者庁が発足しました。消費者庁設置に関連して、3 年程度と期間は限定されるものの、地方の消費者行政の強化に向けてさまざまな支援が行われます。消費者と直接接する地方自治体は、この機を積極的に活用して、消費生活行政の一層の充実に取り組むことが求められています。

2 消費者問題の現状

すでに 1960 年代に、大量生産・大量消費・大量廃棄を伴う生活が広がる中で、欠陥商品による消費者危害や表示偽装事件など、今日に通じる消費者問題が発生していました。昨今、消費者被害の内容も、ますます複雑化・高度化し、手口も巧妙化しています。また、経済のグローバル化に伴って規制緩和が進み、消費者保護から自立支援へと消費者行政の考え方も変化しています。事前に細かく事業者規制を加えることによって消費者を保護することは難しくなっており、消費者被害への新たな対応が行政には求められています。

消費者被害に限らず、私たちの暮らしは世界情勢とは無縁ではありません。昨年来の物価動向、世界同時不況によって、日々の暮らしが世界情勢の変化にさらされていることが広く意識されましたが、その逆に、私たちの暮らしが世界へ影響を及ぼしうることも、もっと意識することが大切になっています。

今日のめまぐるしく変化する消費生活社会においては、消費者にも、これまで以上に、広範な情報を選び取り、読み解き、活用する力が必要となっています。とりわけ、高齢化社会を迎える一方で民法の成人年齢引き下げの議論が進む今日では、被害者となることが多い高齢者と若年者に対する消費者教育が改めて課題として浮上しています。消費者として、若年者のうちから生涯にわたって学習していく姿勢を持ち続けることが求められています。

3 消費者庁と地方自治体

消費者庁は、商品・金融などの「取引」、製品・食品などの「安全」、「表示」など、消費者の安全安心に関わる問題を幅広く所管し、各省庁の縦割りの弊害が長らく指摘されてきた消費者行政を統一的・一元的に推進することとされています。

地方自治体にも消費生活に関するさまざまな担当部署や窓口があり、縦割り行政の弊害が指摘される場合があります。消費者事故等の情報は、消費者庁に一元化されることになったため、地方自治体においても、消費生活センターを中心として、最も適切な担当部署との横の連携を強化し、消費者問題への対応を迅速・適切に行う必要があります。

このほか地方分権の面では、国や都道府県にある権限のうち、問題に迅速に対応する際に必要な権限を地方自治体に委譲していくことも、今後の検討課題となるでしょう。

4 京都市と消費者

京都市では、消費者保護以外にも、食の安全や食育、ごみ減量その他の環境保全、伝統産業の振興や食文化・生活文化の伝承など、さまざまな分野の消費生活に関わる多様な課題に取り組んでいます。そのうち環境問題の分野では、「DO YOU KYOTO?」プロジェクトという、京都から活動の輪を世界に広げていくことを視野に入れた取組も進めています。これは「DO YOU KYOTO?」という言葉が「環境にいいことをしていますか?」という意味で使われていることに着目して始められました。このプロジェクトでは、脱地球温暖化を目指す先進的な取組の普及と合わせ、合理的な質素倹約を心がける京都の「始末の文化」、門はき・打ち水などの伝統的な生活習慣の普及、伝承を進めています。

こうした始末の文化をはじめ、食文化、暮らしの知恵や哲学など、合理的で環境への優しさを秘めた京都の伝統的な考え方の良さは、必ずしも十分に伝承されていません。これからの消費生活行政においては、これらの伝統的な考え方を意識的に伝えるということにも、これまで以上に関心を払うことが求められることになるでしょう。

昨今、地球温暖化対策のように消費者の参加や協力が不可欠な課題への取組の輪が徐々に広がりを見せています。私たち消費者は、保護を求めるだけではなく、消費生活が人と人との関係のあり方や環境問題など社会的公共的な性格を伴うことを十分認識し、消費生活のさまざまな問題に、もっと積極的に関わり、取り組んでいくことが必要ではないでしょうか。そして、私たちの暮らしと世界とのつながりを意識し、良い取組の経験があれば、京都から日本全国へ、さらには世界へと広めていくべきでしょう。

5 京都の消費者として

市民の皆さんは、日々の暮らしの中で、各人各様の消費生活のスタイル、暮らしの知恵や哲学をお持ちだと思います。しかしながら、それぞれの個性を発揮しつつも、消費者に求められていることをどう捉え、どう行動するべきかは、この京都に暮らす者としての誇りや美学について考えてみることによって、ある程度、共有できるのではないのでしょうか。皆さんも、文化的であること、心地よく暮らすこと、ほんとうの豊かさなど、自らの生活について、今一度、考えてみませんか。

京都の消費者が理想とする暮らし方として、例えば ——

- 自立して、合理的に行動する「くらし上手」な消費者として、日々、学び、自らを高める
- 健康で、人と環境にやさしい消費生活の視点を取り入れた「一人ひとりのくらしの美学」とともに日々を丁寧に暮らす
- 消費生活社会の一員として、個人の尊重とともに、人と人との関係を大切にする「一人ではない安心感」のある社会づくりに参加する
- 食文化、始末の文化その他の京都固有の生活文化を継承し、京都を訪れるすべての人に、京都の「ほんまもん」を伝える

—— などを思い描くことができるのではないのでしょうか。

6 京都から未来へ（まとめ）

京都には、自治の伝統、自由で先駆的な気風があります。また、京都議定書誕生の地、環境モデル都市の市民としての誇りと使命感、世界文化自由都市として優れた文化を創造し続ける永久に新しい文化都市でなければならないという高い理想があります。

私たちは、京都に暮らす市民としての自覚を大切にし、それぞれ理想とする消費者像を思い描くことが必要ではないのでしょうか。

今日の消費生活に関する問題の多くは、一つの地域での限定的な取組では解決できません。そして、その取組には、みんなで共同行動をとることと、一人でも日常的に行動する勇気の双方が必要です。

京都市消費生活審議会は、京都の消費者の皆さんへ、呼びかけます。

「まず、京都から始めよう。そして、京都から発信し、京都の消費者の皆さん一人ひとりが未来への懸け橋になりましょう。」

