

京都市消費生活基本計画

第 2 次計画における重点課題について

第 2 次計画（案） 関係部分

第 3 章 計画を着実に推進する仕組み

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。

平成 23 年度重点課題（案）

1 潜在化している消費者被害の掘り起こし

推進施策 7 相談機能の強化と相談しやすい環境の整備

〔 相談窓口の消費者への効果的な周知及び消費生活相談時間の拡充等の
検討 〕

2 消費者被害未然防止のための制度の検討

推進施策 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た不招請勧誘に関する対応等
についての検討 〕

3 地域における高齢者の見守りの仕組みづくり

推進施策 16 身近な支援の仕組みづくり

〔 消費者被害に関する注意喚起及び見守りの仕組みづくりの推進による
複線的な情報伝達ルートの確保 〕

4 家庭における消費者力向上のための支援

推進施策 19 様々な媒体を用いた情報の発信

〔 悪質商法への対処、食の安全、住まいの安全、環境問題等の消費生活に
関する情報の様々な媒体を用いての発信 〕

5 行動する消費者の育成支援

推進施策 23 消費者意見の反映及び行動する消費者の育成

〔 消費者権の実現に向けて主体的に取り組む消費者への活動機会の
確保・充実 〕

<参考：実施計画のイメージ>

重点課題	1 潜在化している消費者被害の掘り起こし
趣 旨	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、また、本市のアンケート調査においても、市民生活センターを知らないという人が3割弱という結果が出ていることから、こうした潜在化している消費者被害を掘り起こす必要がある。
目 標	消費生活相談件数の増加
事務事業例	1 相談受付時間の延長等、相談機会の拡充 2 広報の充実による相談窓口の周知

重点課題	2 消費者被害未然防止のための制度の検討
趣 旨	高齢者等の消費者被害を防止するためには、地域における見守りの仕組みづくりや啓発の推進を図る一方、消費者が希望しない契約に関する勧誘行為の規制等、消費者被害に遭わないための制度についても検討する必要がある。
目 標	不招請勧誘に関する対応等についての検討
事務事業例	1 不招請勧誘の実態、消費者ニーズの把握 2 消費生活審議会における調査及び審議

重点課題	3 地域における高齢者の見守りの仕組みづくり
趣 旨	本市では、高齢者等を見守る様々なサポーター事業を実施しているが、相互の連携が十分でなく、役割が重複している可能性もある。また、一方で、大学、商店街、福祉関係機関等の連携の下に取組を進めている地域もあり、こうした市民ボランティア等との連携による見守りの仕組みづくりが必要である。
目 標	消費者被害情報等の迅速な伝達・発信の仕組みづくり
事務事業例	1 くらしのみほりたい等、市民ボランティア組織への登録の促進 2 情報を必要とする人に確実に届けるための情報発信の在り方の検討 3 関係機関・団体との連携強化及び連携先の拡大

重点課題	4 家庭における消費者力向上のための支援
趣 旨	家庭において、日常の消費生活に必要な基礎的な生活力を習得し、親から子への伝播が図れるよう、家庭の教育力向上のための支援を行う必要がある。
目 標	家庭の消費者力向上に寄与する消費生活情報誌や教育教材の作成，配布
事務事業例	1 日常の消費生活において役立つ資料の提供（くらしの知恵ノート（仮称），「京・くらしの安心安全情報」等の作成及び配布） 2 電子媒体を用いた教育教材の提供

重点課題	5 行動する消費者の育成支援
趣 旨	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，消費者啓発その他様々な消費生活上の課題に取り組むことができるよう，支援を行うことが必要である。
目 標	消費者団体その他市民ボランティアとの連携活動の充実
事務事業例	1 消費者団体への活動支援及び同団体との連携強化 2 京・くらしのサポーター等，市民ボランティアの育成及び連携強化