資料３

京都市消費生活基本計画（第２次計画）に係る平成２５年度実施計画

平成 25 年度	重 点 課 題
重点課題１	商品等の表示基準の見直しの検討
重点課題２	事業者に対する指導等の強化
重点課題３	高齢者等の消費者被害を未然に防止するための見守りの仕組みづくり
重点課題４	家庭における消費者力向上のための支援
重点課題５	消費者教育推進体制の整備と推進計画の策定

京都市消費生活基本計画（第２次計画）に係る平成２５年度実施計画

重点課題１	商品等の表示基準の見直しの検討
推進施策名	推進施策４　消費生活条例に基づく情報の適正化の推進
取組期間	平成２５年度～平成２７年度
趣旨	食品表示法の施行に向けて，消費者が商品等を適切に選択できるよう，商品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う。
目標	食品表示法の施行に向けた消費生活条例に基づく基準の見直しの検討
取組の基本的な方向	○　消費生活審議会における調査及び審議 ○　食品表示法の施行に向けた消費生活条例に基づく基準の見直しの検討

当年度の取組	
目標	食品表示法の施行に向けた消費生活条例に基づく基準の見直しの検討
実施予定事業	１　商品等の表示等に関する検討（文化市民局消費生活総合センター） 食品の安全性や品質などを分かりやすく表示するため、食品表示に関係する３法を一元化し，基準を一元的に定める食品表示法が本年６月２１日に成立した。 食品表示法の施行により，今後策定される国の食品表示基準についての情報収集に努め，消費者が商品等を適切に選択できるよう，同法の商品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う。

食品表示法の概要

平成25年6月
消 費 者 庁

食品を摂取する際の安全性及び一般消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会を確保するため、

食品衛生法、JAS法及び健康増進法の食品の表示に関する規定を統合して食品の表示に関する包括的かつ一元的な制度を創設。

（現行、任意制度となっている栄養表示についても、義務化が可能な枠組みとする）

- 整合性の取れた表示基準の制定
- 消費者、事業者双方にとって分かりやすい表示
- 消費者の日々の栄養・食生活管理による健康増進に寄与
- 効果的・効率的な法執行

目的

消費者基本法の基本理念を踏まえて、表示義務付けの目的を統一・拡大

【新制度】
・食品を摂取する際の安全性
・一般消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会の確保

【現行】
・食品衛生法･･･衛生上の危害発生防止
・ＪＡＳ法･･･品質に関する適正な表示
・健康増進法･･･国民の健康の増進

○ 基本理念（３条）
・食品表示の適正確保のための施策は、消費者基本法に基づく消費者政策の一環として、消費者の権利（安全確保、選択の機会確保、必要な情報の提供）の尊重と消費者の自立の支援を基本
・食品の生産の現況等を踏まえ、小規模の食品関連事業者の事業活動に及ぼす影響等に配慮

食品表示基準（４条）

○ 内閣総理大臣は、食品を安全に摂取し、自主的かつ合理的に選択するため、食品表示基準を策定
① 名称、アレルゲン、保存の方法、消費期限、原材料、添加物、栄養成分の量及び熱量、原産地その他食品関連事業者等が表示すべき事項
② 前号に掲げる事項を表示する際に食品関連事業者等が遵守すべき事項
○ 食品表示基準の策定・変更
～厚生労働大臣・農林水産大臣・財務大臣に協議／消費者委員会の意見聴取

食品表示基準の遵守（５条）

○ 食品関連事業者等は、食品表示基準に従い、食品の表示をする義務

指示等（６条・７条）

○ 内閣総理大臣（食品全般）、農林水産大臣（酒類以外の食品）、財務大臣（酒類）
～食品表示基準に違反した食品関連事業者に対し、表示事項を表示し、遵守事項を遵守すべき旨を指示
○ 内閣総理大臣～指示を受けた者が、正当な理由なく指示に従わなかったときは、命令
○ 内閣総理大臣～緊急の必要があるとき、食品の回収等や業務停止を命令
○ 指示・命令時には、その旨を公表

立入検査等（８条～10条）

○ 違反調査のため必要がある場合
～立入検査、報告徴収、書類等の提出命令、質問、収去

内閣総理大臣等に対する申出等（11条・12条）

○ 何人も、食品の表示が適正でないため一般消費者の利益が害されていると認めるとき
～内閣総理大臣等に申出可
⇒内閣総理大臣等は、必要な調査を行い、申出の内容が事実であれば、適切な措置

○ 著しく事実に相違する表示行為・おそれへの差止請求権
（適格消費者団体～特定商取引法、景品表示法と同様の規定）

権限の委任（15条）

○ 内閣総理大臣の権限の一部を消費者庁長官に委任
○ 内閣総理大臣・消費者庁長官の権限の一部を都道府県知事・保健所設置市等に委任（政令）

罰則（17条～23条）

○ 食品表示基準違反（安全性に関する表示、原産地・原料原産地表示の違反）、命令違反等について罰則を規定

附則

○ 施行期日～公布の日から2年を超えない範囲内で政令で定める日から施行
○ 施行から3年後に見直す旨規定を設けるほか、所要の規定を整備

（参考）表示基準（府令レベル）の取扱い

○ 表示基準の整理・統合は、府令レベルで別途実施
（法律の一元化による表示義務の範囲の変更はない。）

【今後の検討課題】
○ 中食・外食（アレルギー表示）、インターネット販売の取扱い～当面、実態調査等を実施
○ 遺伝子組換え表示、添加物表示の取扱い～当面、国内外の表示ルールの調査等を実施
○ 加工食品の原料原産地表示の取扱い
～当面、現行制度の下での拡充を図りつつ、表示ルールの調査等を実施
→上記課題のうち、準備が整ったものから、順次、新たな検討の場で検討を開始

○ 食品表示の文字のポイント数の拡大の検討　等

資料３（別紙１）

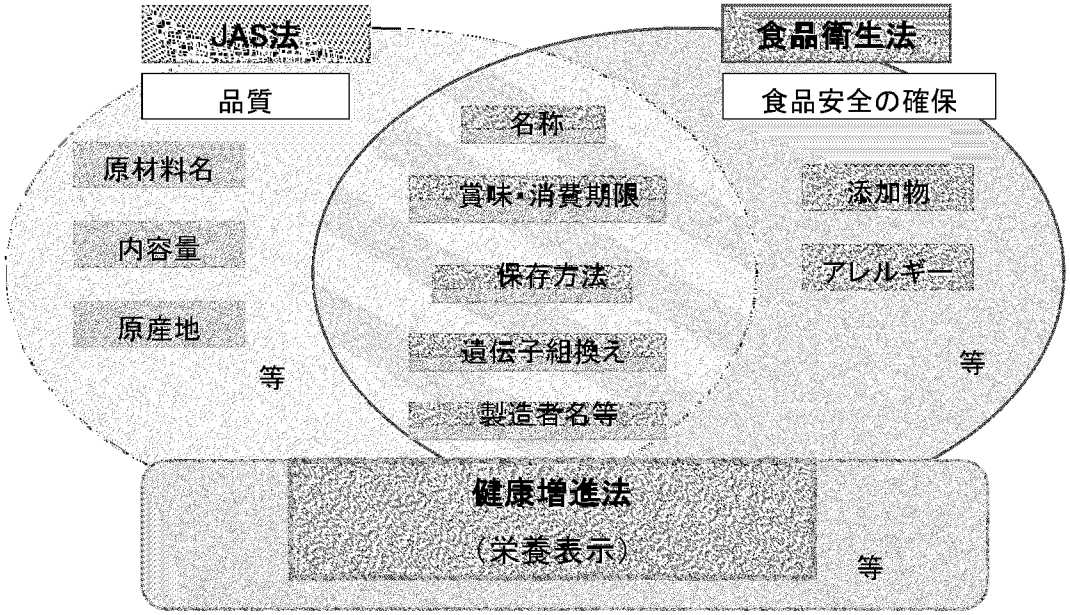
（参考）現行の食品表示に関する法律

平成25年6月
消費者庁

食品衛生法	JAS法	健康増進法
【目的】 ○飲食に起因する衛生上の危害発生を防止	【目的】 ○農林物資の品質の改善 ○品質に関する適正な表示により消費者の選択に資する	【目的】 ○栄養の改善その他の国民の健康の増進を図る
○販売の用に供する食品等に関する表示についての基準の策定及び当該基準の遵守（第19条） 等	○製造業者が守るべき表示基準の策定（第19条の13） ○品質に関する表示の基準の遵守（第19条の13の2） 等	○栄養表示基準の策定及び当該基準の遵守（第31条、第31条の2） 等
○食品、添加物、容器包装等の規格基準の策定 ○規格基準に適合しない食品等の販売禁止 ○都道府県知事による営業の許可 等	○日本農林規格の制定 ○日本農林規格による格付 等	○基本方針の策定 ○国民健康・栄養調査の実施 ○受動喫煙の防止 ○特別用途食品に係る許可 等

表示関係

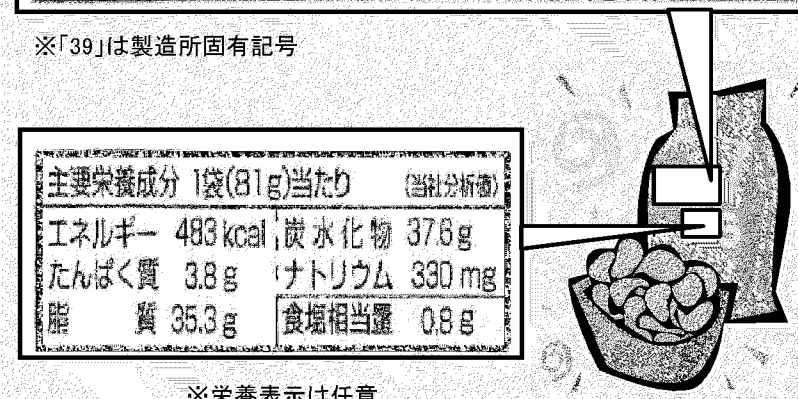
（表示関係以外）



（現行法令に基づく表示例）

名称	スナック菓子
原材料名	じゃがいも（遺伝子組換えでない）、植物油脂、食塩、デキストリン、乳糖、たんぱく加水分解物（小麦を含む）、酵母エキスパウダー、粉末しょうゆ、魚介エキスパウダー（かに・えびを含む）、香料、調味料（アミノ酸等）、卵殻カルシウム
内容量	81g　賞味期限　この面の右部に記載
保存方法	直射日光および高温多湿の場所を避けて保存してください。
販売者	[redacted]39

※「39」は製造所固有記号



主要栄養成分 1袋(81g)当たり			(当社分析値)
エネルギー	483kcal	炭水化物	37.6g
たんぱく質	3.8g	ナトリウム	330mg
脂質	35.3g	食塩相当量	0.8g

※栄養表示は任意

- 食品衛生法に基づく表示事項
- JAS法に基づく表示事項
- 食品衛生法、JAS法の両法に基づく表示事項
- 健康増進法に基づく表示事項

○京都市消費生活条例第14条第1項の規定に基づく商品等表示基準

昭和56年1月8日

告示第206号

京都市消費生活条例第14条第1項の規定に基づく商品等表示基準

京都市消費生活条例第14条第1項の規定に基づき，包装食品の品質表示基準を次のとおり定める。

1　適用範囲

この基準は，別表に掲げる食品で，容器包装に入れられたもの(以下「包装食品」という。)に適用する。

2　表示事項

事業者が包装食品を供給するに当たって表示すべき事項は，別表に掲げる食品の区分に応じ，同表表示事項欄に掲げるとおりとする。

3　表示方法

表示の方法は，別表表示方法欄に掲げるもののほか，次のとおりとする。

(1)　食品の容器又は包装の見やすい箇所に印刷し，押印し，又はラベルをはり付ける等の方法によること。

(2)　表示に用いる文字は，日本工業規格8ポイントの活字以上の大きさで，地色と対象的な色とすること。

4　実施時期

この基準は，昭和56年6月1日から実施する。ただし，農産物つけ物及び油で揚げた菓子に関する部分は，昭和56年9月1日から実施する。

附　則(平成8年12月26日告示第311号)

改正　平成9年5月22日告示第115号

(実施日)

1　改正後の基準は，平成8年12月26日(以下「実施日」という。)から実施する。

(経過措置)

2　充てん豆腐以外の豆腐，豆腐加工品及び生めん類のうち，実施日から平成11年3月31日までに製造され，加工され，又は輸入されるものについては，別表に定める事項のほか，次のいずれかに準じて製造年月日を表示しなければならない。

(1)　製造年月日　平成8年○月○日

(2)　8.○.○製造

(3)　1996.○.○製造

3　改正後の基準及び前項の規定にかかわらず，平成9年3月31日までに製造され，加工され，又は輸入される包装食品の品質表示については，なお従前の例によることができる。

附　則(平成9年5月22日告示第115号)　抄

(実施日)

1　改正後の基準は，平成9年6月1日から実施する。

附　則(平成13年12月27日告示第361号)

(実施日)

1　改正後の基準は，平成14年1月1日(以下「実施日」という。)から実施する。

(経過措置)

2　改正後の基準にかかわらず，実施日までに製造され，加工され，又は輸入される包装食品の品質表示については，従前の例によることができる。

附　則(平成17年9月30日告示第326号)

改正後の基準は，平成17年10月1日から施行する。

別表

食品名	表示事項	表示方法
1　プレミックス類(ホットケーキミックス，天ぷら粉その他これらに類する調整粉をいう。)	1　使用上の注意	1　使用上の注意は，開封後の取扱方法，調理方法等を表示すること。
2　生めん類	1　なま，ゆで，むし等の別	1　なま，ゆで，むし等の別は，「なま(生)」，「ゆで」，「むし(蒸)」又は「油揚」の名称で表示すること。 ただし，なま，ゆで，むし等の表示が商品名又は品名に表示されているもの及びぎょうざの皮類にあっては，表示を省略することができる。
3　つくだ煮類及び煮豆	1　使用上の注意	1　使用上の注意は，開封後の取扱方法等を表示すること。
4　焼肉のたれ類	1　使用上の注意	1　使用上の注意は，開栓後なるべく早く食べる必要がある旨を表示すること。
5　ふりかけ類	1　使用上の注意	1　使用上の注意は，開封後の取扱方法を表示すること。
6　緑茶	1　使用上の注意	1　使用上の注意は，開封後の取扱方法等を表示すること。

7　インスタントコーヒー	1　使用上の注意	1　使用上の注意は，開封後の取扱方法等を表示すること。
8　カレールウ	1　使用上の注意	1　使用上の注意は，開封後の取扱方法等を表示すること。
9　調理冷凍食品(農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律第19条の8第2項の規定に基づき品質表示基準が定められているものを除く。)	1　原材料配合割合 2　使用上の注意	1　原材料配合割合は，商品名に原材料の一部の名称が付けられた製品にあっては，当該原材料の配合時の標準配合比をパーセントの単位で単位を明記して表示すること。 2　使用上の注意は，解凍方法，調理方法等を表示すること。

○京都市消費生活条例第15条第1項の規定に基づく単位価格表示基準

昭和52年11月10日

告示第122号

京都市消費生活条例第15条第1項の規定に基づく単位価格表示基準

京都市消費生活条例第15条第1項に規定する単位価格表示基準を次のように定め，昭和53年1月10日から実施する。

1　品目等の指定

(1)　品目の指定

単位価格(商品ごとの質量，体積，長さ等の基準量当たりの価格をいう。)を表示すべき品目は，別表に掲げるものとする。ただし，銘柄，品種及び品質の異なる商品の詰合せ品は，対象としない。

(2)　基準量及び単位

単位価格の表示に用いる基準量及び単位は，別表に掲げるとおりとする。ただし，製造業者又は輸入業者が計量法に規定されている計量単位又は商慣習上の計量単位を用いている場合は，その単位で表示することができる。

2　表示方法の指定

(1)　表示の方法

単位価格を表示する方法は，次に掲げる方法の1又は2以上の組合せによるものとする。

ア　商品の包装にラベルをちょう付するなど直接に表示する方法

イ　商品の近くに下げ札又は置き札で表示する方法

ウ　商品の陳列だなにラベルをちょう付又は差込み表示する方法

エ　同種商品をまとめて一覧表にし表示する方法

(2)　表示事項

前項に規定する表示方法により表示する事項は，次のとおりとする。

ア　面前計量販売の場合

商品名，基準量及び単位，単位価格

イ　その他の場合

商品名，基準量及び単位，単位価格，内容量，販売価格

(3)　単位価格の算出方法

単位価格は，販売価格を当該商品の内容量で除して得た値の有効数字3けた(4けた目を四捨五入)に，別表の基準量を乗じて算出するものとする。

3　事業者の指定

単位価格の表示を行うべき事業者は，次のとおりとする。

(1)　セルフサービス方式による店舗の面積が100平方メートル以上の店舗で小売業を営む者

(2)　店舗面積が3,000平方メートル以上の店舗において小売業を営む者。ただし，当該店舗における出店契約者で店舗の契約面積が100平方メートル未満のものを除く。

(3)　消費生活協同組合法に基づく組合

(4)　農業協同組合法に基づく組合及びその連合会

附　則(平成17年9月30日告示第325号)

改正後の基準は，平成17年10月1日から施行する。

別表

1　加工食品

品目名	基準量	単位
1　ジャム	100	グラム
2　チーズ	100	グラム
3　ベーコン	100	グラム
4　ハム	100	グラム
5　ソーセージ	100	グラム
6　たらこ	10	グラム
7　食用油	100	グラム
8　しょうゆ	100	ミリリットル
9　ソース	100	ミリリットル
10　マヨネーズ	100	グラム
11　ケチャップ	100	グラム
12　食酢	100	ミリリットル
13　化学調味料	10	グラム
14　風味調味料	10	グラム
15　砂糖	100	グラム
16　緑茶	10	グラム
17　紅茶	10	グラム
18　インスタントコーヒー	10	グラム
19　ココア	10	グラム
20　インスタント粉末クリーム類	10	グラム
21　果実飲料	100	ミリリットル
22　清涼飲料	100	ミリリットル
23　即席カレールー	10	グラム

2　生鮮食品

品目名	基準量	単位
1　ばれいしょ	100	グラム
2　にんじん	100	グラム
3　たまねぎ	100	グラム
4　バナナ	100	グラム
5　精肉	100	グラム

3　日用品

品目名		基準量	単位
1　合成洗剤	(粉末)	100	グラム
	(液体)	10	ミリリットル
2　粉末石けん		100	グラム
3　トイレットペーパー		10	メートル
4　ティッシュペーパー		10	枚
5　ちり紙		10	枚
6　シャンプー		10	ミリリットル
7　ヘアーリンス		10	ミリリットル
8　練歯みがき		10	グラム

○ 京都市消費生活条例第17条第1項の規定に基づく包装基準

昭和59年10月4日

告示第166号

京都市消費生活条例第17条第1項の規定に基づく包装基準

京都市消費生活条例第17条第1項の規定に基づき，包装基準を次のとおり定める。

1　適用範囲

この基準は，宝石類，貴金属類並びに極めて高価な美術工芸品及びこれに準ずるものを除くすべての商品の包装(消費者が直接手にしたときの包装をいい，容器を用いる包装を含む。以下同じ。)に適用する。

2　適正な包装の基準

事業者が守るべき適正な包装の基準は，次のとおりとする。

(1)　必要以上の過大な包装(以下「過大包装」という。)でないこと。

(2)　消費者に危害を及ぼすことのない安全な包装であること。

(3)　省資源及び廃棄物処理の観点から見て適切な包装であること。

(4)　その他消費者の適正な商品選択を妨げない包装であること。

3　過大包装

(1)　2(1)の過大包装とは，次のいずれかに該当する包装とする。ただし，商品群の特性等により次のいずれかに該当することについてやむを得ない事情があると認められるときは，この限りでない。

ア　空間容積(包装容積から内容品体積を控除した容積をいう。)が包装容積の20パーセント以上であるもの

イ　包装経費(商品の販売価格から内容品の販売価格を控除した額をいう。)が内容品の販売価格の15パーセント以上であるもの

ウ　「あげぞこ」，「がくぶち」，「めがね」，「あんこ」，「えんとつ」，「十二単衣」等の方法により内容品を実質以上に見せかけているもの

エ　二次使用機能(内容品の保護，内容品の品質の保全等の一次的機能を果たした後の使用機能をいう。)を偽装したもの

オ　商品の詰め合わせ，抱き合わせ等により空間容積又は包装経費が必要以上であるもの

(2)　(1)アの包装容積及び内容品体積の算出方法は，別表第1のとおりとする。

(3)　(1)ウの「あげぞこ」，「がくぶち」，「めがね」，「あんこ」，「えんとつ」及び「十二単衣」の意義は，別表第2のとおりとする。

4　実施時期

この基準は，昭和60年3月1日から実施する。

附　則(平成17年9月30日告示第327号)

改正後の基準は，平成17年10月1日から施行する。

別表第1

区分	算出方法
包装容積	1　直方体の包装については，その実質の容積を算出する。 2　外箱及び内箱から成る直方体の包装については，内箱の縦及び横の長さ並びに高さを測定して容積を算出する。ただし，内箱の高さを超えて内容品が収納されているときは，その収納された状態において最も高い内容品の部分の高さを内箱の高さとみなして算出する。 3　1及び2により難い包装については，その形状等を考慮して容積を算出する。
内容品体積	1　直方体の内容品については，その実質の体積を算出する。 2　円すい形，円筒形等の内容品については，当該内容品を収納することができる最小の直方体の体積を当該内容品の体積とみなして算出する。 3　1及び2により難い内容品については，その形状等を考慮して体積を算出する。

別表第2

区分	意義
あげぞこ	外見から容易に判明しないような方法で包装の底を上げ，又は底を上げるのと同様のことをすること。
がくぶち	包装に額縁状の広い幅の縁取りをすること。
めがね	包装に切り抜きをして，中が見える部分にのみ内容品を入れること。
あんこ	包装の底又は個々の内容品の間に紙片，木毛セロハン等を詰めること。
えんとつ	包装の中に空洞を作ること。
十二単衣	幾重にも包装を重ねること。

京都市消費生活基本計画（第２次計画）に係る平成２５年度実施計画

重点課題２	事業者に対する指導等の強化
推進施策名	推進施策１１　事業者に対する指導等の強化 推進施策１２　適正な取引行為の徹底
取組期間	平成２５年度～平成２６年度
趣旨	事業者に対し，消費者被害の防止に向けた不適正な取引行為に対する指導を強化し，適正な取引行為について徹底する。
目標	悪質商法による消費者被害の防止に向けた不適正な取引行為を行う事業者に対する指導の強化
取組の基本的な方向	○　不適正な取引行為に対する事業者指導 ○　適正な取引行為の徹底

当年度の取組	
目標	悪質商法による消費者被害の防止に向けた不適正な取引行為を行う事業者に対する指導の強化
実施予定事業	１　事業者に対する指導等の強化 （１）不適正な取引行為に対する事業者指導（文化市民局消費生活総合センター） 京都市消費生活条例に基づき，不適正な取引行為を行う事業者に対し指導等を行う。 （２）法令上の権限を有する関係機関との連携強化 （文化市民局消費生活総合センター） 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る。 また，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の連携を密にする。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な対応を行う。 なお，２箇月ごとに，京都府警，京都府，京都市による「京都府・京都市情報交換会」を開催し，情報共有を図っている。 （３）特定事案についての１１０番の設置（文化市民局消費生活総合センター） 相談が急増し，重大な被害拡大のおそれがある事案について，特定事案についての１１０番を設置し，消費者被害の掘り起こし及び被害拡大防止のため注意喚起を図るとともに，事業者への警告を行う。 ２　適正な取引行為の徹底 （１）事業者に対する出前講座の実施（文化市民局消費生活総合センター） 本市で営業を行う小規模事業者等を対象に弁護士による出前講座を実施する。

京都市消費生活基本計画（第２次計画）に係る平成２５年度実施計画

重点課題３	高齢者等の消費者被害を未然に防止するための見守りの仕組みづくり
推進施策名	推進施策１６　身近な支援の仕組みづくり 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
取組期間	平成２３年度～平成２５年度
趣旨	本市では，高齢者等を見守る様々な事業を複数の部局において実施している。また，一方で，大学，商店街，福祉関係機関等との連携の下に取組を進めている地域もあり，こうした庁内関係課及び市民ボランティア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	高齢者等への消費者被害情報等の迅速な伝達・発信の仕組みづくり
取組の基本的な方向	○　市民ボランティアの育成及び登録の促進 ○　庁内関係課の連携強化 ○　情報を必要としている人に確実に届けるための情報発信の拡大

当年度の取組	
目標	本市が関わる市民ボランティア等の育成強化及び庁内関係課との連携の強化 （当面，高齢者を対象とした見守りの仕組みづくりについて）
実施予定事業	１　高齢者を見守る仕組み（庁内関係課の取組） （１）「くらしのみはりたい」事業（文化市民局消費生活総合センター） 消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため，身近な地域において，日常生活の中での「目配り」，「気配り」，「声掛け」による高齢者の見守りや，消費生活総合センターへの相談を奨励する市民ボランティアを募集する。 （２）一人暮らしお年寄り見守りサポーター事業（保健福祉局長寿福祉課） 暮らしや仕事の場で，一人暮らしのお年寄り等への目配りを行い，サポートが必要な場合に地域包括支援センターへ連絡，相談する「一人暮らしお年寄り見守りサポーター」を対象とした学習会を，地域包括支援センターとの連携強化の観点から，開催する。 （３）認知症あんしんサポーター，認知症あんしんサポートリーダーの養成事業（保健福祉局長寿福祉課） 地域や職場等での認知症に関する正しい理解や対応方法の普及・啓発のため，認知症あんしんサポーター養成講座を開催するとともに，その講師となる認知症あんしんサポートリーダーを養成する。 （４）老人福祉員制度（保健福祉局長寿福祉課） 市長から委嘱され，主に一人暮らしの高齢者を訪問し，安否確認や話し相手となること等により，地域の高齢者を見守る。 （５）地域包括支援センター業務（保健福祉局長寿福祉課） 福祉の専門職や看護師等の資格を有する相談員が相談に応じるとともに，各種サービスの紹介や利用申請手続を含む関係機関との連絡調整等，高齢者の総合的な支援を行う。 （６）認知症高齢者等権利擁護推進事業（保健福祉局長寿福祉課） 認知症高齢者等が成年後見制度を利用するに当たって，身寄りがないなど審判申立てを行う親族がいない場合に，市長による申立てを実施する。 平成２４年度からは，これまで市長申立てに限って助成していた申立費用及び後見人報酬について，市長申立て以外で実費負担が経済的に困難な方に対しても助成することにより，制度利用の促進を図る。

（７）民生委員・児童委員制度（保健福祉局地域福祉課）

厚生労働大臣から委嘱され，担当地域において，関係機関・団体やボランティアと協力しながら，福祉に関する相談・援助活動を行う。

（８）日常生活自立支援事業（保健福祉局地域福祉課）

京都市社会福祉協議会において，認知症高齢者，知的障害者及び精神障害者等，判断能力が不十分なため福祉サービスを十分に利用できない方に対して，福祉サービスの利用手続や日常的な金銭管理等を援助する制度として，同事業を実施している。

（９）認知症の人も安心して暮らせるまちづくり事業（左京区役所支援課）

商店に対して「高齢者に優しい店」を目指すことを奨励し，高齢者に「高齢者に優しい店」に関する情報を広く提供するなど，地域の団体，大学，商店街と協働で事業を推進する。

＜（参考）高齢者に限定しない地域等での見守り活動＞

○　学区の安心安全ネット継続応援事業（文化市民局くらし安全推進課）

学区の安心安全ネットワークを定着・発展させるため，「学区の安心安全ネット継続応援事業」として，防犯活動支援物品の貸出し等による支援を実施するとともに，区役所においては，「区民提案・共汗型まちづくり支援事業予算」による補助金交付により，地域の防犯活動等を応援している。

○　学生防犯ボランティア等若い世代への支援と合同啓発等

（文化市民局くらし安全推進課）

ＮＰＯ等の市民活動団体等や大学生への支援と連携を図り，多様な人材を採り入れるため，学生防犯ボランティア（京都府警察の登録制度，愛称ロックモンキーズ）の事業支援，合同啓発の実施，ＮＰＯ等との連携による出前講座等を実施する。

○　ごみ収集福祉サービス（通称 まごころ収集）（環境政策局まち美化推進課）

ごみ出しが困難な方もごみ出しが円滑にできるよう，高齢者や障害のある方等の生活支援の一つとして，定期的に自宅の玄関先までごみの回収に伺う「ごみ収集福祉サービス」を市内全域で実施する。

○　こども・地域　あんしん・あんぜんパトロール

（上下水道局お客様サービス推進室）

日常的に点検業務等で市内を歩いて移動している職員自らが，「あんしん・あんぜんパトロール中」の腕章を身に付けていることにより，犯罪を犯そうとする者や交通ルールを守らないものに「見られている」と思わせることで，犯罪等を思いとどまらせることをねらいとしている。

○　京都市指定上下水道工事業者案内

（上下水道局お客様サービス推進室・給水課・管理課）

上下水道工事に係る悪質業者による被害を避けるため，上下水道局公式サイト上で「京都市指定工事事業者」を紹介。また問い合わせ先を紹介する。

２　連携の仕組みづくり

○　消費生活行政推進会議における庁内関係課との連携の強化

（文化市民局消費生活総合センター）

京都市消費生活基本計画（第２次計画）に係る平成２５年度実施計画

重点課題４	家庭における消費者力向上のための支援
推進施策名	推進施策１９　様々な媒体を用いた情報の発信 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
取組期間	平成２３年度～平成２５年度
趣旨	東日本大震災によって，生活物資の買いだめ等，消費生活に関わる様々な課題が浮き彫りとなり，消費者としての在り方が問われる中，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っていく。
目標	子育て世代の消費者力向上と次世代への継承の促進
取組の基本的な方向	○　消費者力の向上を支援する教育教材の整備 ○　家庭に向けた情報発信の強化

当年度の取組	
目標	消費者力向上に取り組む契機となる教育教材の提供
実施予定事業	**１　消費生活学習すごろくのインターネット配信**（文化市民局消費生活総合センター） 平成２３年度に作成した，消費生活に関する様々な問題について，主に小学校高学年及び中学生とその家族が楽しみながら学ぶことができる学習すごろくをインターネットで配信する。 **２　消費生活冊子「いっせいのぉで」の配布**（文化市民局消費生活総合センター） 市民に，京都に暮らす消費者として，本当の豊かさとは何か，自らの生活について今一度考えてもらう契機となるよう，平成２３年度に作成した消費生活冊子「いっせいのぉで」を，区役所・支所等で配布する。 **３　こどもエコライフチャレンジ推進事業**（環境政策局地球温暖化対策室） 全市立小学校の児童が「子ども版環境家計簿」を使って，夏休み又は冬休み期間中に，各家庭で省エネ・省資源の取組を進めることにより，家庭でのライフスタイルの見直し及びエコライフの実践・継続を図る。 **４　総合環境情報誌の作成，配布**（環境政策局循環企画課） ごみの発生抑制，再使用を促進するため，減量・リサイクルに関する冊子，チラシ等を作成し，周知・啓発を行う。 **５　「親子で朝ごはんＢＯＯＫ」の配布**（保健福祉局保健医療課） 新「京（みやこ）・食育推進プラン」に掲げる目指す姿「～少しでもできるところから五つの京（きょう）食～」の「みんなで毎日しっかり「朝食」朝の今日（きょう）食」の実現に向けて，親子で朝食作りを楽しめる簡単レシピ，バランスよく食べるコツ等を紹介した冊子を保健センター等で配布する。 **６　「子どもの事故防止実践マニュアル」及び「子どもの事故の応急手当マニュアル」の配布**（保健福祉局保健医療課） 子どもの事故発生原因とその防止策や事故が起こった場合の適切な応急手当の方法等を掲載したマニュアルを新生児が生まれた全ての家庭に送付するほか，子どもの事故防止をはじめとして，子どもの健やかな成長を支援する施設「京（みやこ）あんしんこども館」の見学者に配布する。 **７　ＤＶＤ「京の旬野菜」の貸出し**（産業観光局農政企画課） 旬の時期に出荷される「京の旬野菜」の魅力，栽培や収穫の風景，おいしい食べ方などを収録したＤＶＤの貸出しを行っている。

京都市消費生活基本計画（第２次計画）に係る平成２５年度実施計画

重点課題５	消費者教育推進体制の整備と推進計画の策定
推進施策名	推進施策１７　児童，生徒等への消費者教育の推進 推進施策１８　消費生活のトラブル防止のための学習機会の提供
取組期間	平成２５年度～平成２６年度
趣旨	平成２４年１２月に施行された消費者教育推進法に基づく国の基本方針及び京都府において組織又は策定される消費者教育推進地域協議会や消費者教育推進計画，さらには，他都市の動向も踏まえ，関係機関などとも連携を図り，必要な体制の整備や推進計画を策定する。
目標	消費者教育を総合的かつ一体的に推進する体制を構築し，計画を策定する。
取組の基本的な方向	○　消費者教育推進地域協議会の設置 ○　消費者教育推進計画の策定

当年度の取組	
目標	消費者教育推進地域協議会の設置に向けた取組の推進
実施予定事業	**１　消費者教育推進地域協議会の組織及び設置の在り方検討** （文化市民局消費生活総合センター） 国の基本方針及び今後策定が予定される，京都府の消費者教育推進計画を踏まえた，京都市における消費者教育の推進に関する施策についての計画（市町村消費者教育推進計画）の策定を検討する。 計画の策定に当たり，まずは，本市の計画の作成又は変更に関して意見や情報交換等を行う場としての消費者教育推進地域協議会の組織及び設置の在り方について関係機関と調整を図りつつ検討する。 **２　地方消費者行政活性化基金を活用して，消費者教育推進の機運を高めるため，消費者教育推進法の主旨に沿って取り組む事業** （１）コンシューマーフェスティバルの開催（文化市民局消費生活総合センター） 各階層（幼児期，小学生期，中学生期，高校生期，成人期，高齢期）に応じた消費者教育・啓発の推進を図るため，庁内関係部局，消費者団体その他関係機関・団体との協働により，ブース展示やステージイベント等を盛り込んだイベントを開催する。 （２）年長児（幼稚園児・保育園児）向け消費者教育教材の開発・作成 （文化市民局消費生活総合センター） 幼児期に対する消費者教育の取組の一環として，保育園及び幼稚園で継続的に活用してもらうことを目的とした年長児対象の教材を開発・制作する。 （３）京都市 PTA しんぶんへの広告掲載 市立の幼稚園，小学校，中学校，高校，特別支援学校の生徒に配布される同しんぶんにセンター窓口周知，出前講座の案内等の広告を掲載する（発行部数 108,000 部）。

消費者教育の推進に関する法律の概要

目的(第1条)

・消費者教育の総合的・一体的な推進
・国民の消費生活の安定・向上に寄与

定義(第2条)

『消費者教育』

消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動
(消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。)

『消費者市民社会』

・個々の消費者の特性及び消費生活の多様性の相互尊重
・自らの消費生活に関する行動が将来にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得ることの自覚
・公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画

基本理念(第3条)

・消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力の育成
・主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援

体系的推進　・幼児期から高齢期までの段階特性に配慮

効果的推進　・場(学校、地域、家庭、職域)の特性に対応
・多様な主体間の連携
・消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供
・非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解
・環境教育、食育、国際理解教育等との有機的な連携

消費者団体(努力義務)(第6条)

～自主的活動・協力

事業者・事業者団体(努力義務)

～施策への協力・自主的活動(第7条)
～消費生活の知識の提供、従業員の研修、資金の提供(第14条)

国と地方の責務と実施事項

国	地方公共団体
責務(第4条) 消費者教育の推進に関する総合的な施策策定、実施	**責務**(第5条) 団体の区域の社会的経済的状況に応じた施策策定、実施(消費生活センター、教育委員会その他の関係機関と連携)

財政上の措置(第8条)　推進に必要な財政上の措置その他の措置(地方は努力義務)

基本方針(第9条) ・消費者庁・文部科学省が案を作成・閣議決定 ・基本的な方向 ・推進の内容等	**都道府県消費者教育推進計画** **市町村消費者教育推進計画** ・基本方針を踏まえ策定(努力義務)
消費者教育推進会議(第19条) 消費者庁に設置(いわゆる8条機関) ①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②基本方針の作成・変更に意見 委員(内閣総理大臣任命) ～消費者、事業者、教育関係者、消費者団体・学識経験者等 ※委員は20名以内、任期2年、幹事、専門委員を置く(政令で規定)	**消費者教育推進地域協議会**(第20条) 都道府県・市町村が組織(努力義務) ①構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 ②推進計画の作成・変更に意見 構成 ～消費者、消費者団体、事業者、教育関係者、消費生活センター等

義務付け(国・地方)

○学校における消費者教育の推進(第11条)
発達段階に応じた教育機会の確保、研修の充実、人材の活用
○大学等における消費者教育の推進(第12条)
学生等の被害防止のための啓発等
○地域における消費者教育の推進(第13条)
高齢者・障害者への支援のための研修・情報提供
○人材の育成等(第16条)

努力義務(国および地方)

○教材の活用等(第15条)
○調査研究(第17条)
○情報の収集(第18条)

※施行日:平成24年12月13日(公布日:平成24年8月22日)

資料3(別紙5)

消費者教育の推進に関する基本的な方針(基本方針)

平成25年6月28日 閣議決定　**概要**　平成25年度～29年度の5年間　平成25年6月

○消費者教育の推進に関する法律第9条（平成24年12月施行）
○内閣総理大臣及び文部科学大臣が案を作成、閣議で決定。
～平成25年3月より消費者教育推進会議開催、消費者委員会の意見聴取、消費者等の意見反映。

国・地方、多様な担い手の指針

○基本方針を踏まえ、都道府県消費者教育推進計画、市町村消費者教育推進計画を作成(努力義務)

○基本方針の方向＝誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に推進
○手段＝幅広い担い手（国・地方、行政・民間、消費者自身）の支援、育成
担い手間の連携、情報共有の促進

Ⅰ　消費者教育の推進の意義

経済社会の変化
・グローバル化/高度情報化/高齢化⇒消費者被害の多様化・複雑化
・大量生産 大量消費 大量廃棄/大震災の経験⇒消費行動の課題

ルール整備、厳格な法執行、消費者支援・救済施策
＋
・ルールを知り、被害を防ぐ消費者の努力
・持続可能な消費の実践、消費者の社会的役割の自覚
⇒
・消費者の自立を支援
被害に遭わない消費者、合理的意思決定のできる消費者の育成
・消費者市民社会の形成に寄与
よりよい市場、よりよい社会の発展に積極的に関与する消費者の育成

Ⅱ　消費者教育の推進の基本的な方向

○消費者教育の体系的推進　領域・段階ごとに目標を設定
情報の「見える化」⇒多様な担い手が共有

・対象領域
消費者市民社会の構築
商品等の安全
生活の管理と契約
情報とメディア

・各段階

・消費者の特性・場の特性に応じた方法で実施
若年者の被害防止・成年年齢引下げに向けた環境整備の観点等から、高等学校段階までに、主体的に判断し責任をもって行動できる能力を育む
・消費行動の社会経済への影響等、多角的視点で情報提供

○国からの地方支援　財政支援、情報提供による支援

○各主体の役割と連携・協働
・国と地方公共団体
・消費者行政と教育行政
・地方公共団体と消費者団体、事業者団体
地域における多様な主体間のネットワーク化（消費者教育推進地域協議会）

○環境教育・食育・金融経済教育・法教育等との連携推進
連携・展開による相乗効果・教材等のコンテンツの共通化など

Ⅲ　消費者教育の推進の内容

1　様々な場での推進
・学校(小・中・高校、大学・専門学校等)
・地域社会(地域、家庭)
・職域

2　人材(担い手)の育成・活用
・小・中・高校・大学等の教職員
・消費者団体、NPO、地域福祉関係者
・事業者・事業者団体等
・消費者

3　資源等
・教材等の作成、活用
・調査研究
・情報収集・提供

行政各部局間、多様な担い手との連携
消費者行政部局と教育行政部局、福祉関係部局、商工部局との連携
（高齢者・障害者見守り、担い手としての事業者・事業者団体との連携）

消費生活センターを拠点化
（消費者教育・人材育成）
←国民生活センターが支援

コーディネーターの育成、活用
多様な関係者のつなぎ役、地域と学校のつなぎ役

効果的な情報提供方策の開発
～特に高齢者・障害者向け

モデル地区における先進的な実践
消費者市民社会概念の研究・普及
コーディネーターの育成 / 情報提供

消費者学習の国民的な運動
多様な実践を共有し、相互に連携・協働できる場の提供
優れた活動を奨励
（消費者支援功労者表彰制度等）
消費者教育の日、週などの制定

Ⅳ　関連する他の消費者施策との連携

1　安全・安心の確保
2　自主的・合理的な選択の機会の確保
3　消費者意見の反映・透明性確保
4　苦情処理・紛争解決の促進

⇒
事故・トラブル情報の迅速的確な分析、原因究明
⇒　教材への反映
食品と放射能に関する理解増進
リスクコミュニケーションの強化
食品表示の理解増進

Ⅴ　今後の消費者教育の計画的な推進

1　今後の推進方策
・各都道府県・市町村での推進の支援
・推進会議・小委員会での検討、施策への反映
専門委員:地域ごとの代表を任命

2　基本方針の達成度の検証（5年の見直し）
・基本方針の見直し＝中間的に3年を目途に見直し
・達成度の検証

⇒
各府省庁で今後実施の施策を取りまとめ（25年内目途）

地方支援
推進会議の地方開催
推進計画策定、地域協議会設置に向け、事例集の作成・説明会等で情報提供

・消費者教育推進のための指標化
・すべての都道府県で推進計画の策定、地域協議会の設置を目指し、支援

誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受けることができる機会を提供し、効果的に推進

○様々な場

学校	家庭	職域	地域

○対象領域・・生活のあらゆる領域

消費者市民社会の構築	・消費がもつ影響力の理解 ・持続可能な消費の実践 ・消費者の参画協働
商品等の安全	・商品安全の理解と危険を回避する能力 ・トラブル対応能力
生活の管理と契約	・選択し、契約することへの理解と考える態度 ・生活を設計管理する能力
情報とメディアリテラシー	・情報の収集・処理・発信能力 ・情報社会のルールや情報モラルの理解 ・消費生活情報に対する批判的思考力

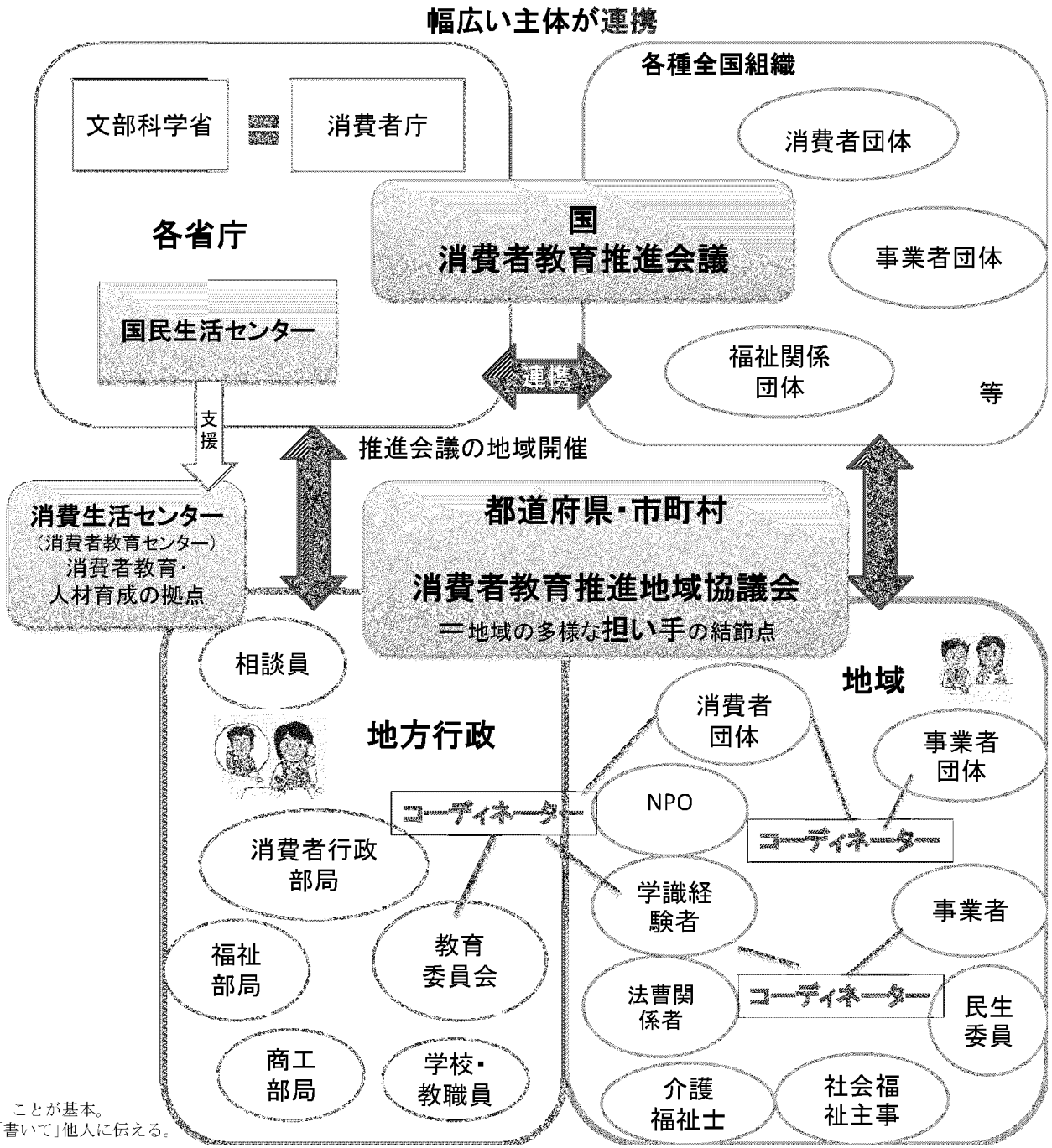
○消費者の特性

若年者、高齢者等年齢、性別、障害の有無、就労状況等

○各ライフステージでの体系的な実施

幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に実施。その際、「消費者教育の体系イメージマップ」なども参考にしながら、発達段階ごとの学習目標を整理、明確化。

○「見て」、「聞いて」、「読んで」自ら調べ、「学ぶ」ことで「気付く」ことが基本。
○学んだことを、自らの消費生活にいかすとともに、「見せて」、「話して」、「書いて」他人に伝える。



Ver.1.0

		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
	各期の特徴	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
重点領域								
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心を持とう	消費をめぐる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済や社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響を考える習慣を身に付けよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう
	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向けよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成に協働して取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらし方をする習慣を付けよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣を付けよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくろう	支え合いながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り，よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールの活用について理解しよう	契約の内容・ルールを理解し、よく確認して契約する習慣を付けよう	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	契約トラブルに遭遇しない暮らしの知恵を伝え合おう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあったときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう お小遣いを考えて使おう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し支え合いながら生活を管理しよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用の仕方を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身に付けよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身に付けよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣を付けよう	トラブルが少なく，情報モラルが守られる情報社会をつくろう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さ知ろう	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣を付けよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	支え合いながら消費生活情報を上手に取り入れよう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。