

消費生活基本計画（抜粋）

【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鑑み、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年層の消費者教育においては、大学生が人口の約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着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。

①9 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。

②0 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捉えるのではなく、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（COP3）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、人と人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）