

京都市消費生活審議会 第1回消費者教育推進部会について

開催日時 平成26年5月30日(金) 午前10時から午後0時10分まで

議題1 消費者教育推進部会について

消費者教育推進計画を策定するため、第106回消費生活審議会において「消費者教育推進部会」を設置

消費者教育推進部会の位置付け

京都市消費生活審議会

(京都市消費生活条例)

消費者教育推進地域協議会

(消費者教育の推進に関する法律第20条)

【構成】

[審議会委員] 20人以内で組織

学識経験者, 事業者団体に所属するもの, 消費者団体に所属するものその他
市長が適当と認める者

- ・学識経験者 8人(学術研究者5, 弁護士2, マスコミ関係者1)
- ・事業者団体 4人
- ・消費者団体 5人
- ・その他 3人(高齢福祉団体1, 公募市民2)

[専門委員](条例第39条)

【所管事務】

- ①消費生活基本計画の策定, 変更について意見を述べること。
- ②消費生活基本計画に基づく施策の実施状況の報告を受けること。
- ③条例の施行に関する重要事項について, 市長の諮問に応じ, 調査及び審議し, 意見を述べること。
- ④表示・包装3基準の策定, 改正について意見を述べること。
- ⑤不適正な取引行為として別に定め, 変更することについて意見を述べること。
- ⑥調停

消費者教育推進部会

【構成】

[審議会委員] 学識経験者 2人, 消費者団体 2人, 事業者団体 2人

[専門委員] 教育関係者 2人

【所管事務】

条例第24条1項及び2項の施行に関する重要事項として, 法第10条第2項に規定する, 消費者教育の推進に関することを, 条例施行規則第20条第1項に規定する「特別の事項」として, 調査及び審議する。

【構成】

- ・消費者, 消費者団体
- ・事業者, 事業者団体
- ・教育関係者
- ・消費生活センターその他の市関係機関等

消費者行政推進会議

消費者教育専門委員会

【構成】消費者教育に関係する担当課
庁内における消費者教育の情報を集約・
施策を推進する組織として設置

④: 表示・包装適正化部会

⑤: 消費者苦情処理部会

⑥: 調停部会

議題2 今後のスケジュールについて

消費者教育推進計画の策定に向けたスケジュールについて、事務局案を提示

京都市消費者教育推進計画(仮称)の策定に向けたスケジュール

実施時期	審議事項等
5月	第1回(計画策定に向けた基本的な考え方) (1) 消費者教育推進部会の位置付けと今後のスケジュール (2) 消費者教育, 消費者市民社会について (3) 京都市における消費者教育について
7月~8月	第2回(計画素案の作成準備) (1) 消費者教育推進計画の理念及び目標の設定 (2) 消費者教育の体系化の検討について (3) 京都市版イメージマップの検討
11月~12月	第3回(計画素案の作成) (1) 消費者教育専門委員会の報告 (2) 計画素案の検討
12月~1月	パブリックコメントの募集
2月	第4回(計画の策定) (1) パブリックコメント結果報告 (2) 計画(案)の検討
3月	京都市消費者教育推進計画の発表・シンポジウムの開催

議題3 消費者市民社会の形成に向けて

消費者教育のキーワードとなる「消費者市民社会」についての講演

講演「消費者市民社会の形成に向けて」

講師 野々山 宏氏

（前国民生活センター理事長・弁護士）

消費者基本法における消費者政策の基本理念

- ①消費者の権利の尊重
- ②消費者の自立の支援

消費者教育推進法における消費者教育の定義

- ①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
- ②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。



消費者市民社会の形成を目指す 自覚的消費者の育成を目指す

自覚的消費者とは

消費生活の知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的な能力を身に着けた「消費者市民」

「消費者市民社会」とは

「五方良し」の消費行動による公正で持続可能な社会を実現する社会

「五方良し」の消費行動

- ①自分
- ②家族
- ③地域(日本)
- ④地球全体
- ⑤将来の人々や未来の社会

どのような影響を及ぼすかを考え、
主体的・能動的に選択して行動すること



企業が変化

消費者に求められるもの

- ①消費行動が社会(五方)に影響を与えていることを自覚する。
- ②できることから始める。
- ③問題だと感じたら声を上げる。
- ④消費者関連情報に関心を持ち、人に話す。 など

消費者教育実践者に求められるもの

- ①消費者市民, 消費者市民社会, 消費者市民教育について正しく理解する。
- ②自らが実践者になる。
- ③消費者問題, 消費者教育手法など, 新しい知識・情報を得る。
- ④年齢階層に応じた体系的な教育や地域教育を意識した対応をする。
- ⑤企業のネガティブ情報の提供も必要である。 など

教育部門との連携が必要

議題4 京都市における消費者教育について

消費生活総合センターにおける消費者教育の取組事例を、イメージマップの重点領域、年齢階層と場(学校、家庭、地域、職域)を中心に説明

1 これまでの消費者教育の取組(年齢階層等に応じた教材作成、講座の開催等)

- ①くらしの達人事業（消費者標語の募集）
- ②消費生活学習すごろくのインターネット配信
- ③小学生向け消費者教育DVDの市内全小学校への配布
- ④中学生向け消費者教育冊子の市内全中学校への配布
- ⑤大学における消費者教育講座の開講
- ⑥落語で学ぶ消費者問題

【小学生・中学生対象】

①くらしの達人事業（消費者標語の募集）

重点領域	消費者市民社会の構築、生活の管理と契約、情報とメディア
年齢階層	小学生期、中学生期
場	学校、家庭

○義務教育期の学校及び家庭における消費者教育の一環として、子どもたちが消費生活に関心を持ち、自ら考え、行動する契機となるよう、小中学生から消費生活に関する標語を平成12年度から毎年募集しています。

○作品募集、審査など教育委員会と連携している事業です。

○各学校等を通じて2,000を超える作品の応募があります。

●平成25年度応募数 3,247点



②消費生活学習すごろくのインターネット配信

重点領域	消費者市民社会の構築, 商品の安全等, 生活の管理と契約, 情報とメディア
年齢階層	小学生期, 中学生期, 成人(一般)
場	家庭

○小・中学生とその家族が対象です。

○消費生活に関する様々な問題について, 御家庭で楽しみながら学習できる消費生活学習すごろくをインターネット上で配信しています。

京都市 消費生活学習すごろく

検索



③小学生向け消費者教育DVDの市内全小学校への配布

「クーリング☆オフマンと学ぼう！ かしこい消費者になるために」

重点領域	生活の管理と契約
年齢階層	小学生期
場	学校

○平成21年度作成

○小学校家庭科の授業等で活用していただけるよう、京都市内の全小学校に配布しました。

○「物や金銭の大切さに気付き、計画的な使い方を考える」「身近な物の選び方、買い方を考え、適切に購入できる」などについて学ん

でいただく内容となっています。

○メインキャラクターに「クーリング・オフマン」を採用しました。



④中学生向け消費者教育冊子の市内全中学校への配布

「あなたはだいじょうぶ！？～お金と生活「契約」から考えよう～」

重点領域	生活の管理と契約、情報とメディア
年齢階層	中学生期
場	学校

○中学校の家庭科・社会科の授業の補助教材として活用いただけるよう、毎年、新中学一年生を対象に市内全中学校へ配布しています。

○スマートフォンでのトラブル事例や契約についてなど、身近なところから消費生活について学んでいただけるような内容となっています。

○平成19年度「消費者教育教材資料表彰(行政編)優秀賞」(公益財団法人消費者教育支援センター主催)を受賞しました。



【大学生対象】

⑤大学における消費者教育講座の開講

重点領域	生活の管理と契約、情報とメディア
年齢階層	成人(特に若者)
場	学校

○同志社大学及び公益財団法人大学コンソーシアム京都との協働により、平成22年度から開講しています。

○公益財団法人大学コンソーシアム京都が実施している「単位互換制度」を活用しています。

○大学教授や消費者団体関係者、本市消費生活総合センター長などによる消費者政策の展開や課題、消費者被害、企業の消費者問題への対応などの講義を実施しています。

【高齢者と見守り活動をする方対象】

⑥落語で学ぶ消費者問題

重点領域	生活の管理と契約
年齢階層	成人(一般, 特に高齢者)
場	地域

○平成24年度から開催しています。

○悪質商法をはじめとする消費者問題について、高齢者にとって親しみやすい落語を用いて分かりやすくお伝えする講座です。

○難しい話だけでなく、笑いもあり、また、本市の消費生活専門相談員から最近のトラブル事例等の話を直接聞けるということもあり、毎回大変好評です。



2 新たな消費者教育の取組

①年長児（保育園児・幼稚園児）向け消費者教育教材の作成

重点領域	生活の管理と契約
年齢階層	幼児期
場	学校、家庭

○平成25年度に作成

○年長児に活用していただくため、京都市内の全保育園（所）及び幼稚園に配布する予定です。

○「約束やきまりをまもる」、「欲しいものがあつたときはよく考え、時には我慢する」、「困ったことがあつたら身近な人に相談する」などについて学んでいただくための大型絵本です。

○家庭でも楽しく学んでいただけるよう、ワークブックを作成しました。

○児童福祉関係局や教育委員会と連携して作成しました。



②「京都コンシューマーフェスティバル2013

～消費者カステップアップのために～」の開催

重点領域	消費者市民社会の構築, 商品の安全等, 生活の管理と契約, 情報とメディア
年齢階層	全ての年齢階層
場	地域, 家庭

○市民一人一人の消費者力の向上を図ることを目的として, 平成25年11月に実施しました。

○消費生活に関する情報提供, 消費者団体等による自主的な取組の紹介, あらゆる年齢階層に応じたブース出展・ステージイベントを採り入れた参加型イベントとしました。

○ラジオの公開生放送に, 本市消費生活総合センター長と京都府消費生活安全センター長が出演し, 消費者教育の必要性についての訴えかけを行いました。

○参加者からは, 「子どもにもわかりやすかった」「とても役に立つ」「子どものうちから消費者教育をやってほしい」などの御意見をいただきました。



3 その他の取組

- 消費生活専門相談員による出前講座
- 区民まつりにおける消費者啓発
- 消費者川柳の募集
- 消費者啓発ポスター作品展開催
- 消費者カパワーアップセミナーの開催
- 市民料理教室
- 健康食品等の送りつけ商法110番
- 動く消費者講座の実施
- 消費者問題学習会の開催
- 消費者団体懇談会の開催
- 消費生活総合センター案内広告等
- 消費生活情報誌「マイシティライフ」(年2回発行)の全戸回覧
- 京・くらしの安心安全情報(隔月発行)による情報の発信
- 市民しんぶん区版挟み込み広告による情報提供
- 京都市PTAしんぶんへの広告掲載
- 情報メール便の配信
- 啓発物品・啓発パンフレットの作成
- 消費生活に関する図書、視聴覚教材の貸出し など

