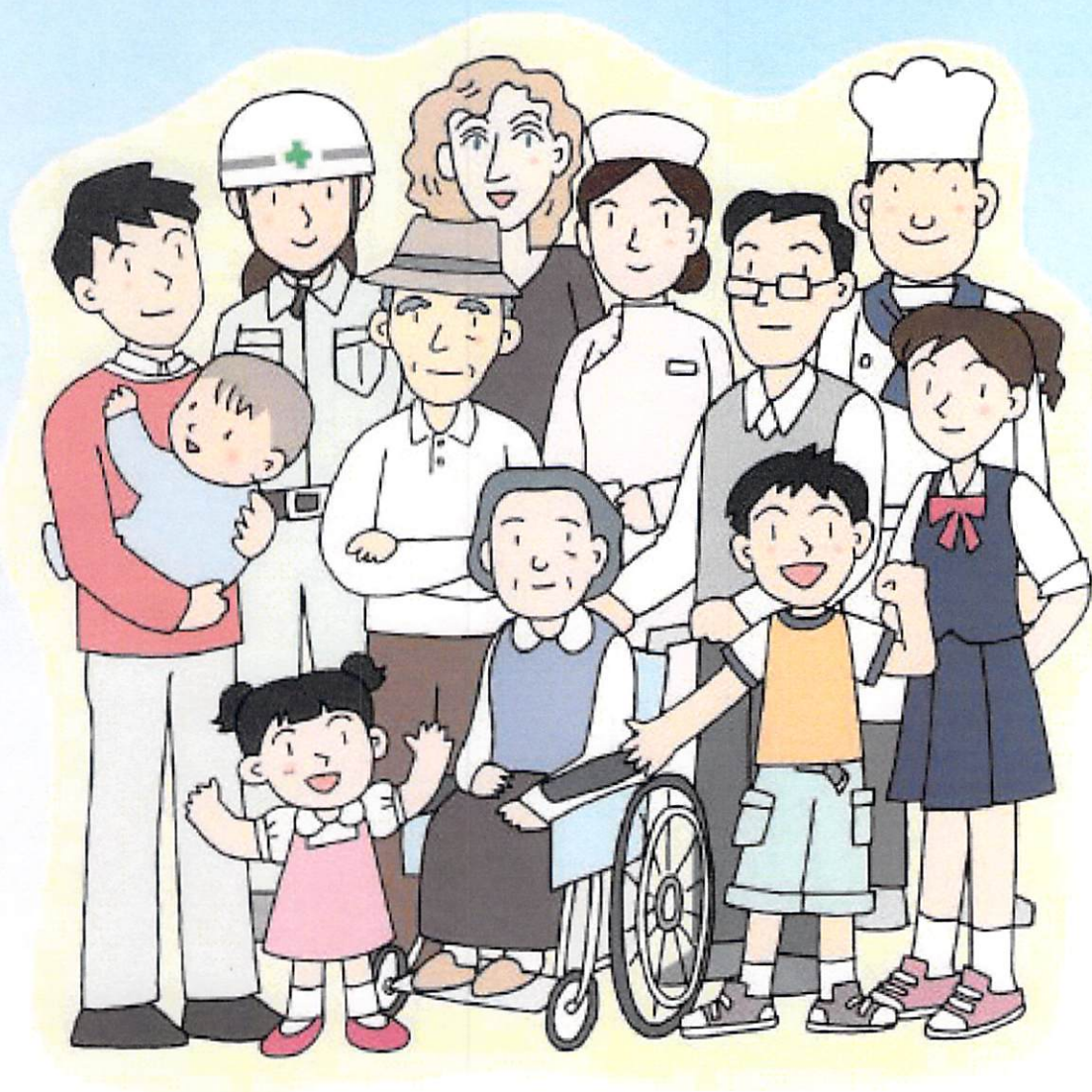


● ともに考え・学び・行動する ●

消費生活プラン

(京都市消費者教育推進計画)

～未来へつなごう 自然と調和し こころゆたかな京都の暮らし～



平成 27 年 3 月



京都市

ともに考え・学び・行動する消費生活プラン

の策定にあたって (京都市消費者教育推進計画)

～未来へつなごう 自然と調和し ころゆたかな京都の暮らし～

京都市長
門川 大作



長い時をかけて“ほんまもん”のものづくりやおもてなしの文化が育まれてきた京都のまちでは、それらを受ける側、すなわち消費者の側も、品物やサービスの価値を鋭く見切る目利きの力を養ってきました。同時に、いたずらに資源を消費するのではなく、周囲の自然と調和した生活を実践する暮らしの美学を磨いてきました。そうした、いわば消費生活における伝統が、“京もの”の高い品質を支え、ひいては京都の持続可能な発展を支える大きな役割を果たしてきたのだと私は思います。

近年、経済のグローバル化や高度情報化社会の進展など社会情勢の変化に伴い、消費者被害・消費者事故がより大きな課題になっています。また、地球温暖化や異常気象をはじめ地球環境問題も深刻化しています。このような中、京都ならではの暮らし方を私たち一人一人が改めて見つめ直し、実践し、未来へと伝えることの意義は大変大きいと存じます。そんな確信の下、この「ともに考え・学び・行動する 消費生活プラン（京都市消費者教育推進計画）」を策定しました。

自らの生活のことはもちろん、周りの人々や次世代の人々のこと、さらには消費行動が経済・環境にもたらす影響にまで思いを馳せながら、より良い社会づくりへの関心を深め積極的にかかわっていく。そして、自然と調和したころ豊かな京都の暮らしを未来へとつないでいく。その思いを、私自身一人の消費者としても多くの市民の皆様と共有しながら、今後本プランに基づく取組を全力で進めてまいります。御支援、御協力をお願いいたします。

最後になりましたが、本計画の策定に多大の御尽力をいただきました京都市消費生活審議会委員の皆様、貴重な御意見をお寄せくださいました市民の皆様、全ての関係者の皆様に心から御礼申し上げます。

平成 27 年 3 月

目次

第1章 推進計画の基本的な考え方（はじめに）	3
1 策定の背景	3
(1) 社会情勢の変化	3
(2) 行政の動向	4
2 基本的な視点	6
(1) 計画が期待する消費者像	6
(2) 本市が目指す消費者教育	7
(3) 計画のポイント	8
3 計画の位置付け	9
4 計画期間	9
第2章 持続可能な未来につなぐより良い京都づくりを目指す取組 ～京都市の特徴をいかした消費生活に関するさまざまな取組～	11
1 環境に関するもの	12
2 安心・安全に関するもの	14
3 食に関するもの	15
4 すまいに関するもの	18
5 歩くまち・京都に関するもの	19
6 教育に関するもの	21
第3章 消費者教育を取り巻く現状と課題	22
1 本市の消費生活相談の現状	23
(1) 相談件数から見る消費者としての意識の高まり	23
(2) 年齢別相談件数について	24
(3) 商品・役務別相談件数内訳について	26
2 課題	28
第4章 とともに考え・学び・行動する消費者教育	29
1 幼児期から始めるライフステージ（年齢階層）に応じた体系的な消費者教育	30
(1) 幼児期	30
(2) 小学生期	33
(3) 中学生期・高校生期	37
(4) 成人期（大学生・専門学校生）	40
(5) 成人期（一般）	42
(6) 成人期（高齢者）	44
2 消費者教育の担い手と連携して行う実践的な消費者教育	47
(1) 保護者	47
(2) 教職員	50
(3) 高齢者・幼い子ども・障害のある人等の見守りを行う人々	52
(4) 消費者団体	54
(5) 事業者・事業者団体	56
(6) 行政	59
3 配慮を必要とする人々への消費者教育	61
(1) 障害のある人	61
(2) 外国人	63
第5章 本市の推進体制等について	64

第1章 推進計画の基本的な考え方（はじめに）

1 策定の背景

(1) 社会情勢の変化

ア 社会状況の変化によるサービス等の多様化・複雑化

近年の経済のグローバル化、インターネットの普及等による情報化社会の急速な進展により、商品やサービスが多様化し、私たちの消費生活は大変便利で豊かなものになりました。

しかし、その一方で、携帯電話やインターネット回線のサービス内容等が複雑化したことによる契約トラブルや、大規模な個人情報の漏えい、ワンクリック詐欺、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の乗っ取りなど、新たな問題が次々と発生しており、消費者の誰もがトラブルに巻き込まれるリスクが増大しています。

消費者が便利で豊かに生活し、トラブルに巻き込まれないようにするためには、事業者が丁寧で分かりやすい説明を求めていくだけでなく、消費者自身が利用するサービス等について積極的に学んだり、分からないことはきちんと確認するなど、適切な判断をするために行動していくことが求められています。

イ 環境問題の深刻化

近年、地球温暖化や異常気象など、環境問題が深刻化していますが、これは、産業活動だけでなく、私たちの日々の消費活動がもたらした結果ともいえます。そのため、私たち消費者には、短期的な利益や利便性、物質的な豊かさを追求するばかりではなく、長期的な視点に立って、自らの消費行動が周りの人々、地域、そして地球環境にも影響を及ぼすことを自覚し、持続可能な社会の形成に向けた公正で合理的な消費行動を行うことが求められています。

ウ 大災害の経験を踏まえた消費者に求められる意識・行動の変化

さらに、東日本大震災での経験を通じて、消費者には、非常事態においても他者への配慮や社会的な影響を考慮して合理的に行動することが、強く求められるようになりました。

(2) 行政の動向

このような社会情勢を背景に、国は平成 24 年 12 月に「消費者教育の推進に関する法律」(以下「消費者教育推進法」^(※1:P 5参照))という。)を施行し、

- 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
- を進めていくこととしました。

また、平成 25 年 6 月には「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(以下「基本方針」という。)を閣議決定しました。基本方針では、誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、さまざまな場で、消費者教育を受けることができる機会を提供することを目指しています。そのため、幅広い担い手を支援・育成し、担い手間の連携や情報共有を進めることによって効果的に消費者教育を推進していくこととしています。

京都府においても、消費者教育推進法の趣旨を踏まえ、消費者団体、事業者団体などの多様な主体と協働・連携し、消費者教育にこれまで以上に積極的に取り組むため、平成 26 年 3 月に「京都府消費者教育推進計画」が策定されました。

本市においてはこれまで、消費者被害に遭わない「自立した消費者」の育成や、京都らしさを十分にいかした消費生活モデルを発信するため、「京都市消費生活条例」及び「京都市消費生活基本計画(第2次計画)」に掲げる、「消費生活の安心・安全」、「消費者被害の救済及び防止」、「消費者の自立支援」、「京都から始める未来へつなぐ消費生活」の4つの基本方針に基づき、全庁を挙げてさまざまな施策を進めてきました。

このたび、本市の取組を更に進め、

- 市民が、消費者被害に遭わないだけでなく、自らの消費行動が社会や環境に大きな影響を与えることに気づき、
 - 「しまつの文化」^(※2) や門掃き・打ち水などの伝統的な生活習慣の伝承など、京都の歴史、文化や地域力をいかした行動を進めることで、
 - 京都市が持続可能な未来に向けたより良い社会となるよう、
- 「ともに考え・学び・行動する 消費生活プラン(京都市消費者教育推進計画)」を策定することとしました。

※2 「しまつの文化」：合理的な質素倹約を心がける生活文化

（※1）消費者教育推進法とは

<目的（第1条の主な内容）>

この法律は、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とするものです。

<定義（第2条の主な内容）>

- 「消費者教育」とは、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（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。）及びこれに準ずる啓発活動をいいます。
- 「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代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ものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会のことをいいます。

2 基本的な視点

(1) 計画が期待する消費者像

- ① さまざまな機会・出会いを通して得た自らの体験をいかし、日常生活の中でたくましく生きる実践的な能力を育み、消費者力の向上を目指して行動する消費者
- ② 子どもや高齢者など見守りが必要な人に目を向け行動する消費者
- ③ 自分のことだけでなく周りの人々や次世代のこと、社会・経済・環境に影響することまで思いをはせて行動する消費者

国の基本方針では、消費者教育は、「知識を一方向的に与えることなく、日常生活の中での実践的な能力を育み、社会の消費者力の向上を目指して行われるべきものである。」とされています。

つまり、消費者一人ひとりが、さまざまな機会・出会いを通して自ら体験し、消費生活について学ぶことが基本であるといえます。さらに、知識として身につけたことは、自らの消費生活にいかすだけでなく、他人にも伝えていくことが大切です。このようにして社会をたくましく生きていく実践的な能力（生きる力）を育み、自立が困難な人も、ともに生きる社会を形作る仲間として「見守る」ことや「支援する」ことが、社会全体の消費者力の向上につながります。

また、消費者の日々の意思決定や行動が、持続可能な社会を形成するうえで大きな影響を与えることを認識し、消費者市民社会を目指して適切に行動する消費者が求められています。

(2) 本市が目指す消費者教育

- ① 市民が消費生活に関する知識や技能を身につけ、生活にいかすことで、安心・安全で豊かな消費生活を実現します。
- ② 消費者市民社会の実現を目指して、年齢階層や各々のライフスタイル（生活様式）・特性に応じた方法や場で、多様な担い手と連携し、京都らしさをいかした消費者教育を推進します。

「消費者教育」は、悪質商法の手口や対処法を伝えるなど、消費者被害に遭わないようにする「消費者被害の未然防止のための教育」と思われがちです。

しかし、実際は、「消費生活に関する知識や技能を消費者が身につけ、実際の生活にいかすことにより、安心・安全で豊かな消費生活を実現するための教育」であり、より広い意味を持ったものです。

消費者一人ひとりが、自分のことだけでなく、周りの人々や社会・経済・環境、そして次世代の人々にまで影響を与えることに思いをはせて行動し、持続可能な社会の形成に積極的に参加する社会のことを「消費者市民社会」といいます。

消費者市民社会を実現するためには、すべての消費者が年齢や特性に応じて、家庭、学校、地域、職域その他の場でそれぞれに適した方法により知識や技能を身につけ、それを実際の生活にいかすことにより、安心・安全で豊かな消費生活を実現するための活動をしていくことが大切です。そのためには、社会、経済、環境など、幅広い分野でこれらの活動を支援していくことが重要です。

また、本市の各行政部局においては、消費者の安心・安全や消費者被害の防止だけでなく、消費者市民社会の実現に向けたさまざまな取組を、各々の役割を発揮しつつ、連携を図りながら行っています。

具体的には、悪質商法の手口や対処法などの消費生活情報の提供のほか、ごみ減量その他の環境保全、市民生活の安心・安全、環境負荷の軽減につながる地産地消、伝統産業の振興や食文化・生活文化の伝承、食生活の安全・安心、食育、「歩くまち・京都」など多岐にわたっています。

このような京都らしさをいかし、市民、行政、関係団体等の多様な担い手が一体となって、消費者の自立支援や持続可能な社会づくりのための消費者教育の取組を推進していきます。

(3) 計画のポイント

- ① 一生涯を通じて、身近な場で消費者教育を推進します。
- ② 消費者教育の担い手等と連携を図り、地域の実情に応じた取組を推進します。
- ③ 消費生活における問題点や課題を把握し、状況に応じて必要な取組を進めます。
- ④ 既に行っている環境、安心・安全、食、すまい、歩くまち・京都、教育など、京都ならではの特徴をいかしたさまざまな活動を消費者教育の視点でとらえ、体系化を進めます。

この計画は、「持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成する」という消費者教育推進法の基本理念の実現を目指しています。

この基本理念では、幼児期から高齢期までの生涯を通じて、身近な場で教育を受ける機会や学び合う機会が提供されるよう、学校、地域、家庭、職域その他のさまざまな場において消費者教育を推進することが求められています。

また、消費者教育の担い手となる人々と連携を図り、地域の実情に応じた取組を推進していくことも必要とされています。

そのため、その時々状況に応じて、消費生活における問題点や課題を把握し、必要な取組を適切に見極めながら、実施していくべきであると考えます。

一方で、既に行っているさまざまな取組を消費者教育の視点で把握し直し、体系化を進めていくことも重要です。

この計画では、期待する消費者像を示し、それを目指すための行政の取組を掲げ、京都市民の消費生活を支える各行政部局において、地域コミュニティや消費者団体、事業者・事業者団体などと連携、協働し、環境、安心・安全、食、すまい、「歩くまち・京都」、教育など、京都ならではの特徴をいかした消費者教育を推進します。



3 計画の位置付け

本計画は、京都市消費生活基本計画（第2次計画）の、基本方針3「消費者の自立支援」及び基本方針4「京都から始める未来へつなぐ消費生活」の取組をより具体的に推進するための行動計画（下位計画）として、また、消費者教育を実践的に進める軸となる計画として策定するものです。

4 計画期間

平成27（2015）年度から平成31（2019）年度までの5年間とします。

なお、社会情勢の変化や新たな消費者問題の発生により見直すことがあります。また、この期間経過後も、消費者市民社会の実現を目指して、京都らしさをいかした消費者教育を引き続き推進していきます。

ともに考え・学び・行動する 消費生活プラン

(京都市消費者教育推進計画)の位置付け

はばたけ未来へ！京プラン（京都市基本計画）
平成23（2011）年度～平成32（2020）年度



(分野別計画)

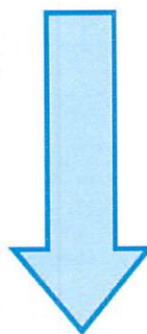
京都市消費生活基本計画（第2次計画）
平成23（2011）年度～平成32（2020）年度

基本方針	施策目標
1 消費生活の安心・安全	1 安全な消費生活環境の確保
	2 商品等を適切に選択できる環境の整備
2 消費者被害の救済及び防止	3 消費者被害の救済
	4 消費者被害の防止
3 消費者の自立支援	5 消費者力の向上
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～

消費者教育推進法 (平成24年12月施行)

第10条第2項

市町村は、基本方針を踏まえ、その市町村の区域における「市町村消費者教育推進計画」を定めるよう努めなければならない。



基本方針

(平成25年6月閣議決定)

- ・平成25（2013）年度～平成29（2017）年度までの5年間対象
- ・消費者教育の推進の意義及び基本的な方向、推進の内容、関連する他の消費者政策との連携に関する事項を定める。

ともに考え・学び・行動する 消費生活プラン

(京都市消費者教育推進計画)

1 位置付け

- ・京都市消費生活基本計画（第2次計画）の、基本方針3及び4の取組を具体的に推進するための行動計画
- ・消費者教育を実践的に進める軸となる計画

2 計画期間

- ・平成27（2015）年度から平成31（2019）年度までの5年間とする。