

京都市消費生活基本計画(第2次計画)の 平成30年度重点課題に係る実施計画

重 点 課 題 1	様々な手法を用いた消費者教育の推進
推 進 施 策 名	推進施策15 関係機関、団体との連携の推進 推進施策16 身近な支援の仕組みづくり 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 推進施策19 様々な媒体を用いた情報の発信 推進施策22 環境に配慮した消費者行動の促進 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30年度(平成26年度からの継続)
重 点 課 題 2	高齢者等の消費者被害未然防止のための連携強化の拡充
推 進 施 策 名	推進施策14 危害に関する迅速かつ的確な情報提供等 推進施策15 関係機関、団体との連携の推進 推進施策16 身近な支援の仕組みづくり 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30年度(平成26年度からの継続)
重 点 課 題 3	食品表示監視指導業務の実施
推 進 施 策 名	推進施策3 情報の適正化に向けた指導等の推進
取 組 期 間	平成30年度(平成28年度からの継続)

(重点課題1)様々な手法を用いた体系的な消費者教育の推進

- 本市の消費者教育推進計画（計画期間：平成27年度～31年度）については、平成31年度末をもって計画期間が終了することから、今年度においては、改訂に向けた取組を着実に推進する必要があります。現在、国においては、第4期消費者基本計画のあり方について議論されており、また、民法改正に伴う成年年齢引き下げ・学習指導要領改訂等、これらの動向をしっかりと把握し、本市の次期消費者教育推進計画に反映させることが重要となっています。
- そのため、本市の教育委員会をはじめとした府内の関係部署との連絡調整、意見交換を積極的に行うとともに、消費者団体をはじめとした関係機関等から意見を聴取するなど、消費者市民社会を形成するため、様々な視点・観点を取り入れ、京都ならでは消費者教育推進計画となるよう検討を進めます。

取組みの概要

消費者教育推進計画改訂に向けた取組

【第4期消費者基本計画策定内容の把握等】

・現在、国において上記計画のあり方に関する検討会が開催されており、平成30年年未頃に最終の取りまとめが示される予定である。本計画に掲げられる主要事項等を常に注視し、本市の消費者教育推進計画への反映、施策の進め方等を検討する。

【消費生活行政推進会議（府内会議）等の開催】

・府内における消費者教育に資する取組の推進及び連携策を集約する場として平成26年3月に設置した消費者教育専門委員会や消費生活基本計画を総合的かつ効果的な推進を図るとともに、計画の実効性を確保することを目的とした府内横断的な組織である消費生活行政推進会議を活用し、成年年齢引き下げ等、今後の消費者教育を推進するに当たっての重要な課題を共有し、効果的な取組を検討する。

【消費者団体懇話会等の開催】

・消費者団体等の関係団体と積極的に意見交換を行い、消費生活施策を推進するうえでの課題の抽出や実行性のある消費者教育の体制づくりについて検討を行う。

【京都府消費生活安全センターとの連携強化】

・成年年齢の引き下げに向け、消費者被害の防止を図るために高校生向けの消費者教育が最重要となる。そのため、府・市センターが垣根を越えて協働で府内高等学校（市立・府立・私立）へ消費者教育教材の提供等のアプローチを行う。

重点事項

①民法改正による成年年齢引き下げを見据えた取組の早期実施

②「持続可能な開発目標（SDGs）」、エシカル消費の普及促進に寄与する取組の実施

(重点課題1)様々な手法を用いた体系的な消費者教育の推進

民法改正による成年年齢引き下げを見据えた取組の実施

- 若年層の消費者被害の傾向を見ると契約当事者が20歳を越えると相談件数が急増していることから、新たに成年となる18・19歳の消費者が、消費トラブル等に巻き込まれることが多くなると予測されます。よって、民法改正の施行（2022年）を見据えて、新たに成年となる18・19歳の消費者被害の防止・救済のための体制構築は喫緊の課題であり、消費者契約法などの関連法案の動向も注視しながら、若年層を対象とした消費者教育や消費者被害対応を充実させが必要です。
- そのため、本市の教育委員会との連携はもとより京都府消費生活安全センターと協力し、府内高等学校（市立・府立・私立）の教職員等への研修会の実施、消費者教育教材の配布等の新たな取組について検討を進めるとともに、連携枠組み構築の検討を行います。また、大学における消費生活講座の拡充（実施大学の開拓等）の検討も含め、若年層向けの消費者教育や消費者被害対応についての取組を一層推進します。



主な実施予定事業

- ①京都府消費生活安全センターと連携した府内高等学校（市立・府立・私立）の教職員等への研修会の実施等【新規】
- ②メーリングリストを活用した大学学生課との学生向け消費生活情報の発信【充実】
- ③大学における消費生活講座【充実】

1 若者の実態と課題

- 成熟した成人への移行プロセスの長期化・個別化
 - ・多様化・流動化。
- 18歳を境目に生活環境が多く変化（進学・就職）
- 成熟した成人と比較して十分な知識・経験・判断能力が身に付いているとはいえない。
➤ **社会人としての出発点での回復不能なダメージから保護しつつ、段階的に経験を積んで成熟した成人へと成長できる社会環境を整備し、若者の成長を支える必要がある。**

3 若年層保護のための具体的措置に関する制度の現状

- **民法**（第5条第2項：未成年者取消権）
- **特定商取引法**（第7条第4号、同施行規則第7条第2号：老人その他の者の判断力の不足に乘じた契約の締結を指示対象行為）
- **貸金業法**（第13条第1項及び第3項：返済能力の調査 第13条の2：過剰貸付け等の禁止）
- **割賦販売法**（第30条の2、第35条の3：年収等の確認による支払可能見込額の調査）

4 消費者教育における現状と課題

- ◆ **小中高等学校**：家庭科・社会科（公民科）を中心に実施
➤ ①授業時間が少ない、その効果が不明確、②悪質商法・消費者保護制度の変化が早く教員の指導の負担大、③適切な教材に関する情報提供も十分ではない等の指摘
- ◆ **大学**：新入生ガイダンスでの啓発や授業科目の開設等を実施
➤ 対応にバラつきが大きく、全体的に取組は十分ではない。大学の教員養成課程で、「消費者教育」を確実に修得しているとは言い難く、教員免許更新講習で消費者教育を取り扱うものはごく僅かな状況。

2 若者の消費者被害の動向

- 18歳・19歳と比べて20歳以降の相談件数は増加**
 - ・ **20～22歳で相談件数が増える商品・役務**
男性：マルチ取引、フリーローン・サラ金など
女性：エステ、医療サービスなど
 - ・ **契約購入金額の平均も20歳以降に増加**
18歳 男性：約16万 女性：約16万
19歳 男性：約21万 女性：約17万
20～22歳 男性：約39万 女性：約27万

第2 望ましい対応策

1 制度整備

○消費者契約法（…具体的には消費者契約法専門委員会で検討）

→若年成人に対する配慮に努める義務

事業者は、消費者契約を締約する際には、消費者の年齢、消費生活に関する知識及び経験並びに消費生活における能力に応じて、適切な形で情報を提供するとともに、当該消費者の需要及び資力に適した商品及び役務の提供について、必要かつ合理的な配慮をするよう努めるものとすること。

→不当勧誘に対する取消権

事業者が若年成人の知識、経験不足等の合理的な判断をすることができない事情に乗じることにより締結させた、当該若者成人にとって合理的・必要性を欠く消費者契約を取り消すことができる制度を検討すること。

※ 考慮する要素…①若年成人の知識・経験・消費生活における能力の不十分性、②事業者が①を利用したこと、③消費者契約の目的が当該若者成人の需要及び資力との関係で合理性・必要性を欠くこと

○特定商取引法

省令改正により若年成人に対する以下の行為を行政処分として明確化

→連鎖販売取引において若年成人の判断力の不足に乘じて契約を締結させる行為（特定商取引法施行規則第31条第6号関係）

→訪問販売において若年成人の知識・判断力等の不足に乘じて契約を締結させる行為（同第7条第2号関係）

2 処分等の執行の強化

◆処分等の積極的な執行

→支払手段となる信用供与契約について虚偽記載を唆す行為
→若年成人の知識・判断力等の不足に乗じて契約させる事案
→若年成人に被害の多い商品等

3 消費者教育の充実

◆小中高等学校→消費者教育の機会充実・推進のための人材開発（研修）、アクティブラーニングの視点からの学習・指導手法の高度化や実効性確保・教材の開発、児童養護施設等での消費者教育支援に関するプログラムの検討等

◆大学・専門学校等→人材開発（教員養成課程における消費者教育の重要性を認識させる働きかけ）、自治体と大学等の消費者被害防止のための連携枠組み強化、学生相談室を通じた消費者教育・啓発強化（大学）

改正消費者契約法では不十分。判断力、知識、経験等の不足につけてこんで消費者契約を締結させる「つけ込み型」不当勧誘について、規定を設けるべき！と議論されている。

4 若年成人に向けた消費者被害対応の充実

◆相談体制の強化・拡充

→消費生活センターの周知、相談窓口の拡充等、
若者支援機関との連携

◆大学・専門学校等に有する情報の充実及び活用

→被害事例に関する消費生活センターや大学・専門学校間の情報交換等)

5 事業者の自主的取組の促進

○未成年者及び若年成人に配慮した**自主行動基準の堅持・強化体制の強化・拡充**

○若年成人への配慮した「**消費者志向経営**」の促進
消費生活センターの周知、相談窓口の拡充等、

○若年成人に対する**健全な与信のための取組**

(重点課題1)様々な手法を用いた体系的な消費者教育の推進

「持続可能な開発目標」(SDGs)、エシカル消費の普及促進に寄与する取組の実施

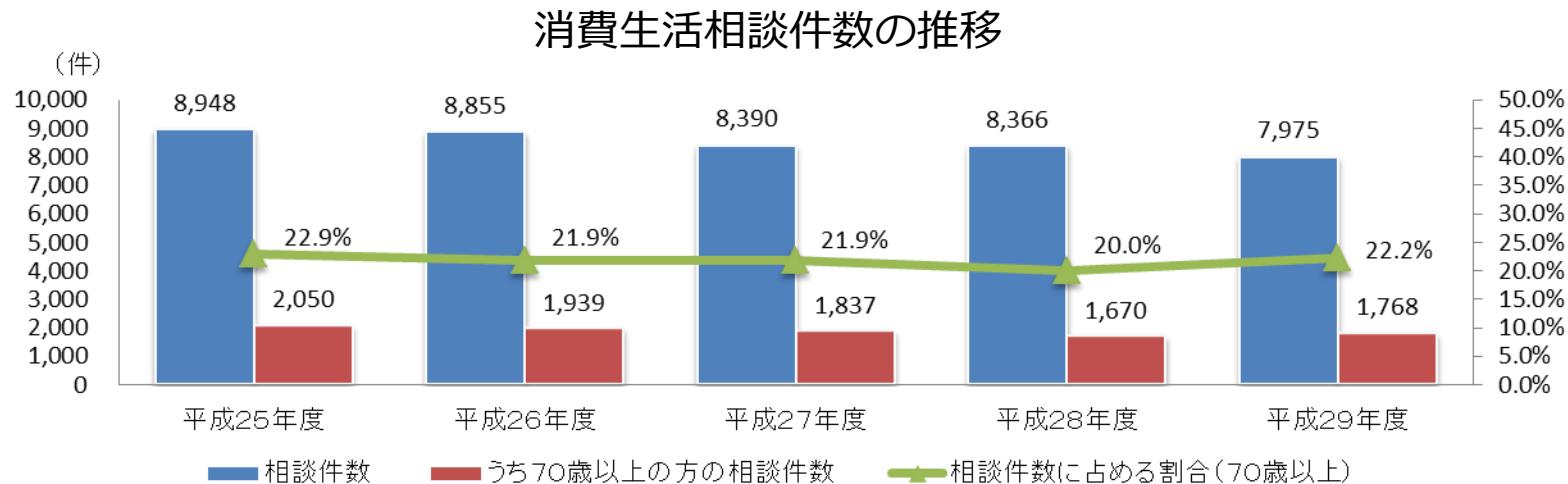
- 2015年9月に国連の持続可能な開発サミットで「持続可能な開発目標(SDGs)」が採択されたことを契機に、持続可能な社会を形成するためには、消費者一人一人が、自分のことだけでなく周りの人々や次世代のこと、社会・経済・環境に影響することまで思いをはせて行動することが重要であるという認識が高まっており、また、「エシカル消費」(倫理的消費)の理念を広く普及啓発し、理解の促進を図ることが必要となっています。
- 普及に当たっては、一人一人の消費者が日々の暮らしの中で、できることから無理のない範囲でエシカル消費を選択していくように促していきます。具体的には、センターホームページを活用した情報発信、ふれあいまつり等における様々な世代に対しての普及啓発、また、環境教育や食育などの消費生活に関連する他分野との連携を図るとともに、消費者団体等の協働により、環境に配慮した消費行動の普及啓発、地産地消や被災地支援につながる取組など、持続可能な社会の形成に貢献する消費行動を促進する取組を進めます。

主な実施予定事業

- ①消費者月間におけるシンポジウムの開催等【充実】
- ②「素材から学ぶくらしの学校」の開催【継続】
- ③消費生活フェスタの開催【継続】
- ④消費者力パワーアップセミナー【継続】
- ⑤ふれあいまつり等への消費者啓発ブース出展での普及啓発【充実】
- ⑥京・くらしのサポーターによる啓発活動【充実】

(重点課題2)高齢者等の消費者被害未然防止のための連携強化の拡充

70歳以上の方からの相談件数は、全体の2割を占めています。また、今後、高齢者率の一層の上昇や高齢者の単独及び二人世帯の増大を踏まえると、高齢者等の見守り活動を行う方々と協力して高齢者等の消費生活上の安全に配慮し、必要に応じて消費生活センター等その役割を担う機関につなぐ仕組をはじめ、当該関係機関相互における適切な連携体制を構築する必要があります。



- ・多様化する高齢者等のニーズを的確に把握
- ・庁内関係部署や関係機関との密接した連携
- ・迅速かつ確実又分かりやすい情報の伝達・発信

悪質商法等による高齢者等の消費者被害の未然防止、早期発見及び拡大防止のためには、「把握」→「連携」→「発信」が不可欠

そのため、平成30年度においては、以下の項目について重点的に取り組みます。

①府センター・京都府警察と連携した啓発等【継続】

- 府・市センター共同イベントの実施
- 消費生活相談員向けサイバー犯罪に関するスキルアップセミナーの開催
- 京都府警察との共催の「ネットトラブル対策講座」等への講師派遣等

②高齢サポートとの連携強化【充実】

- 高齢サポートにおいて、権利擁護業務に携っている社会福祉士等の専門職種で構成される地域ケア会議への当センターの参画を全行政区に拡大
- これにより、高齢者等の状況把握に努めるとともに、迅速な情報発信等を実施

＜消費者被害の未然防止等＞

③京（みやこ）・くらしの安心安全情報の発行等【継続】

- 最新の悪質商法に対する注意喚起や様々な消費生活情報の提供
- 京・くらしのサポーターによる活動の充実

④落語を取り入れた消費生活イベントの開催【継続】

- 高齢者や高齢者の見守りを行う人々に、消費生活に関する話題を分かりやすく伝え、親しみやすく、楽しみながら学べるよう、日本の伝統芸能である「落語」を取り入れ、印象に残るよう工夫した消費者啓発事業を引き続き実施

(重点課題3) 食品表示監視指導業務の実施

安全安心な食生活と、自主的かつ合理的な食品選択の機会を確保することは重要であり、当センターにおいては、食品表示法（品質事項）に関する業務を着実に実施し、表示の適正を確保することで消費者の利益増進を目指します。また、原料原産地表示制度の改正を受けて、経過措置期間中（平成29年9月1日～平成34年3月31日）に同制度を周知するなどの取組を進めます。

平成30年度 実施計画		目標値等	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
食品表示に関する相談受付	相談・要望	必要な内容を的確に回答												
	情報提供等	迅速な対応 関係機関等との密の連携												
食品表示パトロール	定期パトロール	20～40店舗を目安とする					実施		実施		実施		実施	
	買上調査	2品目各5検体(予定)									実施			
食品表示講習会等 (事業者及び市民向け)		分かりやすいパンフレットを活用 →保健福祉局とも連携し、周知・啓発を充実					実施							