

第130回京都市消費生活審議会 議事録

1 開催概要

- (1) 日 時 令和7年8月5日(火) 午前10時から正午まで
- (2) 場 所 中京消防署 4階 講堂
- (3) 出席者 ○消費生活審議会委員18名(五十音順)
大谷委員、大槻委員、カライスコス委員、
姜委員、木村委員、澤江委員、瀬良委員、
高橋委員、土井委員、土淵委員、西内委員、
古橋委員、増田委員、松尾会長、松崎委員、
道又委員、吉井委員、吉本委員
●京都市
文化市民局
文化市民部長 市田
消費生活総合センター長 藤原 ほか

2 傍聴者 1名

3 開会

- (1) 京都市文化市民局文化市民部長 挨拶
- (2) 新任委員 紹介

4 議事

- (1) 次期京都市消費生活基本計画の素案について
- (2) 第3次京都市消費生活基本計画 令和6年度推進状況について

5 審議内容等

議事(1) 次期京都市消費生活基本計画の素案について

○松尾会長

まず、議事(1)「次期京都市消費生活基本計画の素案」について、事務局から説明願う。

～事務局から、**資料1**～**資料3**について説明～

○松尾会長

前回の審議会における骨子案の報告に対して、各委員からいただいた意見を素案に盛り込んでいただいている。本日の審議でも、次のステップに向けてより良いものとなるよう、質問や意見を頂戴したい。

○大谷委員

素案を見て、この消費生活ビジョンが、長期的な視点に則った、時代の変化に動じない骨格であることを改めて認識した。

資料1 6 ページ「4 計画を着実に推進するための仕組み」では、年度ごとに事業計画を立てて実行していくとあるが、ぜひ市民が抱えている問題を着実に解決できる実行目標・施策計画を具体的に策定し、市民がスピーディに効果を実感できるような実効性をもって進めていただきたい。

事業計画について、年度ごとに策定し、施策を点検・評価するとあるが、評価はどのように行うのか。

●事務局

まず令和8年度の事業計画案については、今年度内に報告する予定であり、次回の審議会でお示しできればと考えている。

また、評価については、例えば、今年度の取組については、来年度の最初（概ね夏頃）に開催する審議会でも実績を報告し、意見を頂戴することで評価とし、次年度の事業計画に反映するサイクルを想定している。

○大谷委員

長いスパンで見るとような施策もあると思うが、毎年の事業計画年度内に達成し、市民が成果を実感できるような実効性のある施策をお願いしたい。

○増田委員

素案には、これまでの審議会での意見が反映されていることをうれしく思うが、そのうえでいくつか意見を述べたい。

25年という計画期間において将来がどうなるかわからない中、消費生活ビジョンを必要に応じて見直すと記載されており、この点は非常に重要である。

ただ、3ページ「(2)計画期間」のなお書きの内容について、「社会状況の変化に適切に対応するため」という目的の後に、考慮要素として「関係法令の改正や国の動向等を踏まえ」、必要に応じて見直すとなっている。

消費生活行政は地方自治体の自治事務であり、消費者基本法上では、国の施策に準じて施策を講じるとともに、当該地域の社会的、経済的状況に応じた消費者施策を推進する責務があるとされており、地方の状況に応じた施策を講じていかなければならない。先ほどのなお書きにおいて、例えば、「本市の社会的、経済的状況に応じ」などの文言を加え、自治事務として、京都市の状況に応じて改定を検討する視点を加えるべきである。

また、施策の推進においても、12ページの施策目標2において、4行目に「国における法令改正等の動きを踏まえた制度の検討」と記載されている。消費者契約法や特定商取引等の法改正に合わせた対応がメインであるかのように記載されており、先程と同様、「本市の

社会的、経済的状況の変化に応じて」という記載を加える必要がある。

もう一点、6ページ「(3)消費者団体との連携」に関連して述べたい。私は、京都の適格消費者団体の理事・事務局長をしている。適格消費者団体は被害予防という観点で、事業者による不当な行為を差し止めるよう求めることができる権利を、消費者契約法に基づいて与えられている団体である。内閣府の消費者委員会における、消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会の報告書のように、消費者法や行政全体を見渡すときにも適格消費者団体の役割が指摘されている。

これまでも京都市と適格消費者団体の間で連携してきたこともあり、連携先として適格消費者団体を含んでいるのかもしれないが、「消費者団体（適格消費者団体を含む。）」のような記載を盛り込んでいただきたい。

最後に、連携についてもう一点、京都弁護士会では、京都市における消費生活相談の支援事業の一環で、助言弁護士として消費生活相談員の相談に応じる、あるいはサポートチームという形で消費者と事業者のあっせんに関わる、というような事業を行っている。その連携の在り方もより良い方向に見直していきたいと考えている。

18ページの施策目標9では、多様な主体による連携・協働という視点が記載されており、この中で連携強化に取り組むことができるのではないかと。弁護士会に限定せず、専門的な知識や知見をもつ団体との連携という視点を、6ページにおいて記載するのか、又は施策目標9において記載するのかという議論はあるが、25年を見通す中での体制として検討していただきたい。

●事務局

国の動向にとどまらず、本市の状況に即した対応を、という視点や、適格消費者団体及び専門的な知見を持つ団体との連携について、素案に盛り込めるよう検討させていただく。

○土井委員

基本方針3「「消費者力」の育成・強化」について、消費者トラブルの予防・解決に重要な消費者力を消費者が身に着ける場としてどういったものがあるのか。

勉強会や教育機関などを通して、消費者教育を担う人材を育成する体制を、長期ビジョンの中でどのように構築していくのか。消費者力をどう育成するのかが、他の方針に関連することから、事故や事件の予防に向けて大変重要である。消費者力をどのように育成するのか具体的に検討していただきたい。

●事務局

消費者自身への教育については、ライフステージに応じた教育機会の提供や年齢層に応じた啓発手法を採用することとしており、特に子どもの時期から消費者教育を学んでいただくことが、将来の担い手づくりにもつながると考えている。

一方、行政による教育だけでは限界があることから、消費者自身へのアプローチに加え、

施策目標7で消費者教育の担い手育成を掲げているとおり、行政以外にも、地域、家庭、学校と多様な側面から教育の輪を広げていくことが考えられる。具体的には、事業計画の中においても掘り下げて考えていきたい。

○カライスコス委員

1点目として、5ページ「(2)配慮を要する消費者層の拡大」では、配慮を要する消費者の具体例として高齢者や障害のある方などとあるが、基本方針や施策目標においては、若い世代への言及があり、子どもや若者、若年層といった表現の使い分けがみられる。この表現の使い分けには意図があるのか。また、課題認識を示す5ページ(2)においては、若い世代への言及が必要ではないか。

2点目としては、5ページ「(4)持続可能な社会の実現に向けた取組」では、エシカル消費の表現があるが、17ページの基本方針4や施策目標8では、持続可能な消費行動と記載している。近年、EU等においては、「sustainable consumption (持続可能な消費)」が使用されている。今回は長期的な計画であるので、「持続可能な消費 (又は消費行動)」の表現で統一し、エシカル消費はその一例として位置付けてはどうか。

●事務局

表現の使い分けの基本的な考え方として、配慮を要する消費者の中でも見守り機能に関する箇所では、消費者安全確保地域協議会が対象とする高齢者や障害のある方を念頭に置き、また、基本方針4では、将来世代を担う子ども・若者を念頭に置いている。素案全体における表現のばらつきについては、御指摘を踏まえて改めて点検したい。

また、「持続可能な消費行動」については、25年を見据えた素案を作成する際に、「持続可能な」というエッセンスこそ引き継いでいくべきと考えたものであり、まさに言及いただいたとおりである。御指摘の点については、改めて表現を練り直していきたい。

○吉本委員

15ページ施策目標6の個別施策・取組の例における「子どもや若年層に向けた消費者教育の推進」において、学校における家庭科等での消費者教育は含まれないのか。また、実践的な消費者教育教材の提供の想定内容を教えていただきたい。

●事務局

各施策目標に続く個別施策・取組の例は、具体的な内容をイメージしやすいよう例示したものであり、正式には、今後策定する事業計画において提示させていただきたい。

そのうえで、実践的な消費者教育教材について補足させていただくと、学校現場で活用できる教材の作成やセンターホームページ等への掲載による提供、教員向けワークショップにおける授業教材としての活用といった取組を想定している。

○松尾会長

学校の教育現場も当然念頭に置いており、排除しているわけではないとの趣旨である。

○松崎委員

8ページに消費者の役割と、事業者及び京都市の責務の記載があるが、事業者について、取引環境が複雑になっている中では、製造元や販売元、輸入元の国など、市民が何をイメージするのか、ばらつきがあるのではないか。事業者とは何を指しているのか、素案の中で解説を設けたり、実際の消費者教育の中に盛り込んだりすることを検討してはどうか。

もう一点は、例示・具体例を参考として記載してはどうか。例えば、消費の「安全」というと、食品の安全をイメージしやすいが、モバイルバッテリーの発火事故など、まだまだ製造物の安全性に対する不安も残っている。例示を記載することで、商品の安全性に関心を持つ市民が増え、消費の安全につながるのではないか。

●事務局

事業者と一口にいても商品の製造元や販売元、サービス業界ではその提供者など多岐にわたるため、市民がイメージしやすい説明の記載を検討していく。また、例示についても、素案の中でどういった記載ができるのか検討していく。

○松尾会長

市民への消費生活情報等の発信の取組については、後程の議事でも触れていただけるとのことである。

○カライスコス委員

7ページ「1 計画の基本理念」では、3つの主体の連携に言及している。市民がより理解しやすくなるよう、その前段階で、3つの主体について説明してはどうか。

また、事業者について、生産者を想定しているようにも読めるが、京都市消費生活条例に掲げる事業者の責務では、契約条項に関する項目もある。基本理念においても、生産の場面だけではなく取引の場面の内容を記載してはどうか。

●事務局

条例に定める消費者の役割と、事業者及び京都市の責務等を元に、記載・表現の練り直しを検討していきたい。

○松尾会長

ほかになれば、京都市においては、委員の皆様の意見を踏まえ、次期京都市消費生活基本計画素案の修正を検討いただきたい。

●事務局

本日の御議論を踏まえ、今後の予定について補足させていただきたい。本日頂戴した意見を踏まえ、次期基本計画の素案を修正し、11月頃を目途にパブリックコメントを実施する予定である。素案の修正内容と意見の反映状況については、適宜、委員の皆様へ報告させていただく。

なお、次回の審議会では、パブリックコメントの実施結果とその意見を反映した次期京都市消費生活基本計画（案）をお示し、意見を頂戴して答申につなげていく予定である。

議事(2) 第3次京都市消費生活基本計画 令和6年度推進状況について

○松尾会長

では、次の議事に進ませていただく。議事(2)「第3次京都市消費生活基本計画 令和6年度推進状況」について、事務局から説明をお願いする。

～事務局から、**資料4**、**参考資料1**について説明～

○松尾会長

ただいまの説明について、質問や意見があれば発言をお願いする。

○瀬良委員

参考資料1消費生活相談の概況について、わかりやすい記載となっている。

ただ、実際の認知の面で考えると、若年層が資料にあるような事象に遭遇した際に、相談の意思決定を行う方の割合はどれくらいなのか。例えば、高校や短大、専門学校などでアンケート調査を実施し、こういった事例に遭遇した場合、どこに相談するのか記入してもらうことで把握することが可能である。

相談することを想起せず、自己解決で終わってしまうことで、本来、相談することで得られる権利が得られていない。コロナ禍においては、比較的冷静に考える時間もあったが、現在の日常生活では、落ち着いて考える時間もなく自己解決型で終わってしまう。様々な選択肢の情報が当事者に届いていないことが問題である。

そのあたりについて現在の取組や今後の想定を教えていただきたい。

●事務局

消費者行政に関する大学での講義に際し提出されるレポートの中でも、消費生活総合センターの存在を知らなかったとの声は多い。若年層に対する効果的な情報発信の手法について検討していきたい。

○瀬良委員

110番のようにすぐ想起できることが大切である。親や祖父母との3世代にわたる交流がある若年層を起点として、様々な世代がコミュニケーションをとる中で、高齢の方に何かあったときの問い合わせを、子どもや孫がサポートすることも考えられる。

それが、若年者が消費者センターを認知することの意義の一つであり、認知度の向上に向けて取り組んでいただきたい。

○大谷委員

資料4 1ページ「事業者訪問への対応」であるが、消費生活総合センターから任意での来訪を求めているのか、事業者が何らかの消費者トラブルがあるなどして、自主的に来訪しているのか。また、前年度から来訪件数が減少している理由があるのか。さらに、事業者との意見交換がどのような効果につながっているのか、教えていただきたい。

●事務局

事業者訪問について、基本的には事業者からの訪問連絡を受けて対応しているが、個別の相談内容について、事業者を呼んで話をすることもある。事業者が来訪する趣旨は、例えば、その事業者に関する相談内容を通じて消費者の声を知ること、事業展開に活かすということがある。なお、相談内容については、個人情報に配慮して情報提供を行っている。

来訪件数の減少については、詳細な分析はできていないが、毎年来訪する事業者もあれば、隔年で来訪する事業者もあり、その点が影響しているのではないかと考えられる。

○大谷委員

この事業者訪問による対応を前段にして、2ページの食品表示等監視指導業務における事業者等への任意調査・立入調査を実施しているのか。

●事務局

食品表示に係る調査等については、個別の案件に応じて、事業者から話を聞くこともあれば、本市に調査権限があることから、通報に基づき実際に任意調査・立入調査を実施することもある。

○大谷委員

毎年来訪するような事業者がおられることは消費者の声を聞くうえでもよいことであるし、一方で、トラブルになりそうな事業者への意見聴取も重要である。件数にこだわることはないが、引き続き取り組んでいただきたい。

○カライスコス委員

参考資料1を見ていると、障害のある方からの相談がそれなりにあると推測される。後見

や保佐などの法定後見制度の活用が課題になる中で、福祉関係者との連携にどのように取り組んでいくのか。

●事務局

障害のある方の消費者被害の早期発見・救済は、消費者安全確保地域協議会を設立した目的の1つでもある。福祉関係者から吸い上げた相談に対応したり、消費生活相談を受ける中で必要な場合に適切な支援制度を案内したりするなど、連携して取り組んでいきたい。

○増田委員

来年度以降、毎年度事業計画を策定していくとのことだが、[参考資料1](#)に関連して、私の経験を踏まえても、消費生活相談において、情報商材や投資詐欺、定期購入に関する相談が非常に多い状態が慢性化している。最近ではリフォーム詐欺のようなもので、更には「トクリュウ」が絡むものが増えている。

国の対策が不十分な点もあるが、今後、事業計画を策定するにあたっては、被害事例に即した計画を立てる必要があり、現時点での方針はあるのか。これからということであれば、そうした視点での取組を検討していただきたい。

●事務局

次期京都市消費生活基本計画素案の基本方針で説明したとおり、まず、いかに多くの消費者に、様々な被害事例やうまい話に乗らないということを知っていただくかという、「消費者力の育成・強化」が重要であると考えている。

一方、救済については、パターン化した被害事例もあるが、個別事例に即した救済が必要であることも多く、事業計画の中でどういった取組ができるのか、検討していく。

○松崎委員

[資料4](#)について、前年から良くなった点や計画以上に達成できた点を記載することで、施策の効果が伝わりやすくなる。

また、[参考資料1](#)について、前回の資料よりメッセージ性が高まっており、うれしく思う。年度比較については、3か年分のデータがあれば、増減の傾向がわかりやすくなる。過去のデータを抽出するなどの労力に見合った効果としてよりわかりやすくなるのであれば、検討してもらいたい。

●事務局

施策効果の表現については、例えば相談件数のように増減に対する評価が難しい項目もあることから、慎重に検討していきたい。[参考資料1](#)については、報道発表資料でもあることから、項目によっては5か年データによってトレンドを示すなど、一瞥して理解しやすいような記載を意識しているが、御指摘の点を、今後の作成に活かしていきたい。

○松尾会長

相談情報は非常に貴重なデータであり、例えば、相談が急増している事例があれば、SNS等を通じて即時に発信するなど、効果的に活用していただきたい。

●事務局

この資料は、消費者安全確保地域協議会の構成員向けの出前講座でテキストとしても活用することを念頭に記載を工夫している。SNSの活用については、協議会構成員に向けた注意喚起情報や緊急情報などの情報発信に力を入れており、引き続き取り組んでいきたい。

○道又委員

参考資料1について、相談情報をまとめるに当たって、全国的な統一基準や様式はあるのか。また、他都市と比較して、京都市における相談内容等の特徴はあるのか。例えば京都市では若年者や高齢者、インバウンドが多い特性を反映して、資料を作成しているのか。

●事務局

分類については全国統一の基準はあるが、全国的な集計基準がない現状においては、各都市によって集計項目にばらつきが生じることから、比較は難しい。とはいえ各都市が抱えている課題認識や状況に応じた分析をしているため、内容にばらつきはあるが、それ自体が比較になるものと考えている。京都市であれば大学のまちということで若年層の相談情報や、地域協議会に関連して高齢者の相談情報の分析を行っている。

○道又委員

資料4に記載の重点取組を決定するにあたっては、どのような流れで決まるのか。素案では設定しないのか。また、設定の際には、どのような基準を用いるのか。

●事務局

現行の第3次基本計画においては、エンカル消費の普及啓発と消費者安全確保地域協議会の設置の2点を重点取組として掲げている。次期基本計画においては、毎年度の事業計画において、個別施策と重点取組を設定することとしている。

設定に際しては、前年度の相談情報の分析や時々のトレンドを踏まえて事業計画案の中で重点取組を提示し、審議会での意見等を踏まえて設定していく。来年度については、次回の審議会でも、重点取組案を含めた事業計画をお示しし、御意見を頂戴する予定である。

○松尾会長

委員の皆様には沢山の意見をいただき、感謝申し上げます。

京都市においては、各委員からの意見も踏まえつつ、施策の推進に活かしていただきたい。

以上で、本日、予定していた議事は全て終了したが、その他、質問や意見があるか。

○高橋委員

25年間の計画となると想像することも大変だが、毎年、進捗状況を点検・評価し、次年度に反映していくとある。このスピード感は大変重要であるし、役所の中でも新しい取組であることから頑張っていただきたい。

また、消費者力について、地域女性会のような団体にも当てはまる要素である。来週、弁護士会とも連携し、ステッカーや啓発リーフレットを素材に、訪問販売被害に関する勉強会を行う。勉強会の参加者には、弁護士会や消費者センターが敷居の高いものではなく、相談しやすいものであると身近に感じていただきたい。

○古橋委員

資料4に記載のデジタル終活セミナーについて、こういった内容は興味深く、依頼したら実施してもらえるのか。

●事務局

当該セミナーは、消費者団体との共催により、毎年、様々なテーマで実施していたもので、デジタル終活に関心が高まっていることを受けて、テーマとして取り上げている。啓発したいテーマの御要望があれば、それらを踏まえ内容を検討させていただく。

○古橋委員

以前、警察に詐欺に関する講座を実施してもらった際、寸劇を交えていたこともあり、高齢の方にも大変人気があった。そういった際に警察から消費者トラブルなどの情報を伝えられているが、ここまで詳細な内容ではない。警察とも連携を行っているのか。

●事務局

相談情報や警察から情報提供を受けた詐欺の発生件数などについて、消費者安全確保地域協議会の枠組みを通じて、構成員の方へ発信するなど、適宜、連携している。

○松尾会長

それでは、これで本日予定していた議事は全て終了した。

最後に事務局からひと言お願いします。

～市田文化市民部長 挨拶～

○松尾会長

以上をもって、第130回京都市消費生活審議会を終了する。