

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)(案)に係る市民意見への対応

A : 計画案に反映したもの

B : 計画案に記載済又は趣旨に含まれ、賛同いただいているもの

C : 計画運用時又は今後施策を検討する際に参考とするもの

意見番号	御意見の趣旨	件数	内容
総括的な御意見(40件)			
1	自分たちの消費行動が、社会や環境にいろいろと影響を及ぼすということはよく理解できる。 環境モデル都市を目指す京都市としても、京都ならではの環境対策にしっかりと取り組み、今以上に市民が環境に思いをはせて行動するように、計画に基づき頑張してほしい。	1	B
2	これまで「消費者被害を防ぐ」という観点からのみ考えられていた消費者行政が、今回の計画では、自立する消費者、相互に助け合う消費者をいかに実現するか、ということに重点が置かれているように思う。 趣旨に賛同する。実現には大変な苦労もあるかと思うが、実現に向けて取り組んでほしい。	1	B
3	とても分かりやすい言葉で書かれているので理解がしやすい。	1	B
4	計画の内容に沿って、その時々に必要な施策がしっかり進められることを望む。	1	B
5	消費生活が何なのかということが非常に分かりやすく示されていて、日常生活に密接に関係していることを意識することができる。	1	B
6	とても読みやすい。	1	B
7	全体を通して、京都市らしさがよく出ていて、他ではまねができないものになっていると思う。良いものに仕上がっていると思う。	1	B
8	京都の歴史と伝統を強調する色彩が色濃い計画になっていると思う。	1	B
9	消費生活総合センターのイベントで、にしやんたさんの講演を聞き、京都の魅力やコミュニケーションの重要性、何か良いことの輪を広げていくことの大切さを感じた。 計画案を読んでみたが、講演で言っていたことと相通じるように思った。京都の良いところを伸ばして、いい社会を作ることが大事だと思う。良い計画ではないか。	1	B
10	自分ひとりだけしてもだめで、周りの者みんなが進めていくことが大切だと思う。	1	B
11	一人ひとりの日々の生き方が未来を創るという当たり前のことを改めて考えるきっかけになった。私もそんな消費者市民の一人として、ともに考え、学び、行動していきたい。	1	B
12	一読した。私もともに考え、行動したいと思う。	1	B
13	消費生活基本計画の基本方針4「京都から始める未来へつなぐ消費生活」は、基本方針3の自ら考え行動できる賢い消費者が、さらに、自己の行為が他者、あるいは社会全体に及ぼす影響に配慮し、京都の消費者として振る舞うことが求められており、いわば目標地点である。しかしながら、現実的には、消費相談はいまだに多く、まだまだ行政による啓発が必要な段階である。そこで、今回のプランでは、こうした現状認識の下、基本方針の3、4のいずれに重点的に取り組もうとしているのか。	1	C
14	消費者が被害に遭わないということも大切だが、もっと社会に良いことをするというのも、それが色々なところで行われて、良い循環をつくっていくことが大切だと思う。 そのためには家族や隣近所など、コミュニケーションが大切だと思う。	1	B

15	難しい文章ではなく簡潔で分かりやすい文章のほうが、多くの人に理解してもらえと思う。	1	C
16	今後、消費者教育の取組は更に必要になると思う。行政には色々工夫して啓蒙していく努力を今後も続けてほしいが、各人が賢い消費者に成長するしかないのか。	1	C
17	この計画では、持続可能な「社会」をつくることを目指すということだが、「京都市」以外の国や京都府、他の市町村との連携などについて特に言及されていない。そうした視点は、あってもよいのではないか。また、そのことを意識して取り組んでもよいのではないか。	1	C
18	「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」を期待して計画を作成されることは結構だが、消費者は事業者と対置して本来弱い者であり、経済的に不合理な行動をとる者であるという視点は常に失わずに置いてほしい。消費者教育は、例えば投資の世界においては、「賢く投資しよう」といった方向に流れがちだが、決して賢く投資できないのが消費者であり、消費者に賢い投資をさせないのが事業者であるという実態から離れては、間違った方向の教育につながってしまう。あるべきは「投資なんかしなくてよい」という教育のはずであり、そういう視点を忘れない計画にしていきたい。	1	C
19	京都に観光以外で馴染みのない立場から読むと、「しまつの文化」という言葉が何か分かりにくく思われた。京都市民のための計画なので、京都市民なら理解しているだろうという前提があるのはもっともだが、京都市に住んで日の浅い方などもいるだろうし、このようなかき括弧で括る言葉を用いるならば、もったいない精神に近い意味だろうことは推測されるが、但し書きがあったほうが親切かと思う。	1	A
20	悪質商法や振り込め詐欺に関する対策が中心だと思っていたが、幅広い取組をされていて、素晴らしい内容だと思った。	1	B
21	消費者教育という言葉のイメージが、悪質商法等の被害に遭わないための教育だと思っていたので、「自らの消費行動が社会や環境に大きな影響を与えるということに気づく」ということ、「消費者一人ひとりが自分のことだけを考えて行動するのではなく、周りの人々や社会・環境等にまで思いをはせる」ということは本当に大切なことだと思った。	1	B
22	この計画は、色々なことが盛り込まれていて、とても充実した内容だと思う。	1	B
23	京都市が今回「消費者教育推進計画」を策定し、消費者が被害に遭わないだけでなく、自らの行動が社会や環境に大きな影響を与えることに気づき、京都の歴史・文化そして地域力を活かして持続可能な社会の実現を掲げられたことに敬意を表する。	1	B
24	消費者生活をさまざまな観点からとらえ、それぞれの場面で消費者の学ぶべきこと、考えるべきことを、明らかにしている点が良いと思う。 考慮すべき点が多く計画作成は大変だったと思うが、うまくとりまとまっていると思う。	1	B
25	京都らしい趣を大切にされた計画だと思う。消費者市民社会の内容が、すでにたくさん盛り込まれているのが分かってよい。	1	B
26	色々な対象の人向けに取組方針が書かれているところがあるが、消費生活総合センターが中心になってここまでやるのはとても大変だと思う。	1	B
27	消費者一人ひとりが、自らの行動が社会や環境に大きな影響を与える事に気づく事は本当に大切な事だと思う。全体を通して、賛成できる。	1	B
28	京都市のさまざまな取組が幅広くに記載された計画だと思う。 市民の目線で、市と市民の協働で、消費者教育の推進に取り組むことを期待している。	1	B
29	計画にある消費者教育を実際に推進するのは大変だと思うが、京都であるからこそできる京都の消費者教育を具現化し、その手法を全国に広めることを期待している。	1	B
30	京都市においては、消費者教育推進法及び消費者教育推進に関する基本方針にもとづき消費者教育推進計画案を策定し、広く市民や消費者団体から意見を聴取しようとしていることに対して敬意を表する。 京都府生活協同組合連合会は計画案の策定を歓迎し、今後の活動に期待するとともに、会員生協とも協力し、消費者被害の未然防止と自立した消費者市民の育成支援に向けて更に努力する。	1	B

31	消費者教育の課題は庁内の各部局にわたる横断的課題でもある。消費生活総合センターが消費者問題、消費者教育の司令塔として役割が発揮できるよう、消費者教育推進のための予算の確保と全庁でこの課題を位置付けて取り組んでほしい。	1	B
32	京都市消費生活総合センターの、本来の苦情・相談に対する法的対応、商品テストなどの安全・安心業務は、市民に定着しつつある。 また、普及・啓発部門においても、地域密着型(地域ブース出展・出前授業・寸劇・落語公演、クイズや啓発グッズの工夫など)の積極的な活動は、市民に親しまれながら、効果をあげていると思う。	1	B
33	普及・啓発活動について、現在・未来に合わせた「映像化」を行う。 「消費生活センターの存在(場所)」「業務内容」に加え、「ホットな情報の提供」をリアルタイムに発信する。 IT時代(スマホ社会)に対応した「大型ディスプレイ」を、現在のビルに設置。不可能な場合は、市役所庁舎、JR京都駅前、地下鉄車両内などに設置。 コンテンツのポイントとして、できればタッチパネル方式とし、「クイズ」を流す。解答(正解・不正解)を表示できるようにし、解説を希望する場合の連絡先として、スマホ・携帯からでもかけられる、センターの無料電話番号を表示する。また、電話をかけてきた相手から、情報収集を行う。 クイズは、身近な買い物行動(消費生活)とエコをコラボさせる。 ①家庭(親子、お年寄りと子ども)で、会話するきっかけ＝絆づくりに貢献。 ②消費生活とエコをコラボさせ、市長が講演・挨拶に必ず話をする「環境モデル都市」、「京都議定書誕生の地」、「DO YOU KYOTO? =環境にいいことしてますか?」に関連付けさせることで、環境政策局の「家庭ごみ有料化指定袋財源」から予算を得て、有効活用する。	1	C
34	消費者被害が増加し続けている今日、自己意識を持って子どもから大人まで「自立した消費者」になることは本当に大事なことだと思う。他人事ではなく、個人個人が意識(関心)を持ってもらえるよう、どのように呼びかけ、広報していくか、また、知ることは本当に大事だと思うので、自治会や職場や学校など、気軽に参加しやすい場での学習ができれば広がるのではないかと思う。	1	B
35	誰が読んでも分かりやすい文章が一番だと思う。	1	B
36	推進計画が動き出したことをうれしく思う。幅広い分野を計画的に埋めていってほしい。	1	B
37	京都市が今回「消費者教育推進計画」を策定し、消費者が被害に遭わないだけでなく、自らの行動が社会や環境に大きな影響を与えることに気づき、京都の歴史・文化、そして地域力をいかして持続可能な社会の実現を掲げたことに敬意を表する。	1	B
38	京都市が今回「消費者教育推進計画」を策定し、体系的に進められること、また、取組として京都らしい歴史や文化をいかした行動として進められることを評価する。	1	B
39	京都は祇園祭や地蔵盆に象徴されるように、独特な地域力のあるところだ。地域コミュニティと協働しながら、京都らしい消費者教育を進めてほしい。	1	B
40	消費者教育を推進するためには、教育委員会をはじめ、全庁各部局や府との連携が重要だ。消費生活総合センターが司令塔として力を発揮できるよう、人員・予算・体制の充実を望む。	1	B
合計		40	
第1章 推進計画の基本的な考え方(8件)			
41	計画期間について、京都市基本計画及び京都市消費生活基本計画はいずれも平成32年度までとなっている。本計画は平成31年度までであるが、1年間の新たな計画を策定するのか。なぜ、計画期間を平成32年度までにしないのか。	1	C
42	従来、消費者は、事業者に比べ弱い立場にあるとの理由により、これまで、消費者を保護するためのさまざまな法令が整備されてきた。その結果、消費者は、消費者としての権利に目覚め、いわゆる賢い消費者が育つなど、一定のプラス効果が現れてきている。その一方で、いわゆる「モンスター消費者」と言ってもよいような権利ばかり主張する消費者も多くなっている気がする。消費者教育・啓発に当たっては、消費者としての権利だけでなく、義務についても理解してもらえるような工夫をお願いする。	1	C

43	行政の動向で、「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、」は、「日本の故郷とも言える、京都市と言う街が・・・」の表現の方が、京都らしいかもしれない。	1	B
44	基本的な視点で、「(1)計画が期待する消費者像」の「自立が困難な人を「見守る」」は、「自立が困難な人も、共に生きる社会を形作る仲間として「見守る」」にしてはどうか。自立が困難な人＝いわゆる健常者よりも一段低い位置に置いており異様に感じる。	1	A
45	(2)本市が目指す消費者教育で、「そのためには、社会、経済、環境などの広い分野において、これらの活動を支援して行くことが重要です。」は、「そのためには、社会、経済、環境など、幅広い分野でのこれらの活動を支援して行くことが重要です。」にしてはどうか。この段の前述の言葉を受けると、この文章が社会等が活動を支援していく様に感じるが、あらゆる生活場面での活動を支援するという事だと思う。	1	C
46	(3)計画のポイントで、「この計画は、「積極的に社会参加する消費者」は「この計画は、「積極的に消費者市民社会の形成に参画する消費者」にしてはどうか。社会参加だけだとポイントがぼやける様な気がするし、基本法の表記を使うとこうなると思う。	1	A
47	第1章の基本的な考え方や目指す取組を評価する。	1	B
48	計画期間の5年間は長いのではないかと考える。3年単位で考えてみるのもよいのではと考える。社会・経済情勢は変化が激しいと思う。社会的な経済状況など、また国の基本方針の変化などを考慮して、必要に応じて見直すことも必要ではないかと考える。	1	C
合計		8	
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(35件)			
49	環境、安心・安全、食、すまい、歩くまち・京都、教育の6つが挙げられているが、「衣食住」の「衣」がないのはなぜか。京都市民の消費生活として、和装の振興の視点が必要ではないか。	1	C
50	第2章のサブタイトルは、市民に訴えかけるものがよいと思う。	1	B
51	第2章の各項目の箱書きは市民に呼び掛けているのに、中身は京都市の取組や取組例が書かれているだけである。京都市はこういう取組をやっているから、それをこのように活用してはどうか？という市民目線の取組例を載せることはできないか。	1	C
52	第2章の内容は、京都市の独自性と消費者市民社会を結びつけて整理しており、大変興味深い(かなり射程を広くとった内容なので、消費者教育を狭く捉えている方にとってはきっと新鮮だと思う。)	1	B
53	京都市は、ごみの最終処分地が山間地で埋立量は限られる。そのため、ごみ袋の有料化や資源ごみの分別収集が進められ、ごみの量は減っているが、雑がみの分別は、まだ十分とはいえないと聞いている。雑がみの燃やすごみへの混入が相当量あるとのこと。そこで雑がみの分別収集をもう少し積極的に考えると、ごみの量は更に減ると思う。現状では、分別は分かっているが、家庭内の保管場所の確保が難しいことにより、燃やすごみに混入している例が相当ある。月2回ほど、雑がみの定期回収があれば刺激にもなり、分別は進むと思う。	1	C
54	消費者教育が、環境やすまい、歩くまちにまで関係する非常に広い範囲に関わるものであることを実感させられた。また、消費者市民社会という概念を知り、消費者としての責任というものを初めて意識した。	1	B
55	この計画の趣旨には賛成する。 地域、社会や人のために役立てることをしたいが、何をしたいのかよく分からない中、京都市は、環境や安心・安全など、色々なことをしていることが分かり、参考になった。	1	B
56	4歳の子供に、計画にあるような環境にやさしい消費や旬の食材が何かをなるべく教えるように心掛けている。	1	B
57	「世界一安心安全・おもてなしのまち京都」という目標は分かりやすくよい。頑張ってもらいたい。	1	B
58	行政の取組など通じて、京都らしさとは何かも感じる事ができる。	1	B

59	書いていることは難しいけれども、ごみの分別など、できることをやっていかなければならないとも感じる。	1	B
60	大変幅が広く、奥行きのあるとても良い計画ができたと思う。 一般的に消費者教育といえば、まず悪質商法などの被害に遭わないためにはどうすればよいかの教育というイメージがあるが、それだけではなく、消費者市民社会を実現するためにはどうすればよいかという視点から体系化された取組の数々に、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いた。	1	B
61	消費者の行動が、「環境」に与える影響は大きいので、その点にも目配りされている計画の内容を是非進めてほしい。原発のこともあり、CO2排出削減の問題があまり表に出てこなくなっているが、一人一人が環境を考えた購買行動を行うことは大事だと思う。	1	B
62	良いものを長く使うという意識を広げていくことが大切だと思う。	1	B
63	生活することは消費することであり、電気、水、ごみの問題点をもう少し掘り下げて、「もったいない」精神を京都から発信してほしい。	1	B
64	消費者教育は、これまで被害防止のネガティブな教育が中心だったが、社会貢献のための消費行動をとるための教育へと移行しつつあると思う。この計画はそうした動きに沿ったものだろうと思う。 被害防止も大切だが、社会のためになるようにしてほしいとも思う。	1	B
65	消費行動を見直すことは大切なことだと思う。	1	B
66	消費行動は、その人の価値観により大きく異なり、人は生活環境により全く異なった価値観を持つため、京都市の施策や歴史・生活習慣や文化を踏まえながら作成されたこのプランは、京都市民にとって身近で、馴染み深いものになるとと思われる。	1	B
67	京都市のこの計画は他市の計画と比べても、抜きんでて独自性が高いため、市外から京都市に入って間もない住民にとって、こうした価値観を共有することは難しく、そういった市民への消費者教育が、従来からの市民と同程度浸透するのか疑問を感じた。消費者教育とともに、新しい住民たちが京都の文化的な素養を理解することができる機会も提供することにより、従来からの住民との差が補てんされ、京都市型の消費者教育が十二分に浸透していくのではないかと。独自性の高い文化的な素養も踏まえた消費者教育が推進されるのを楽しみにしている。	1	C
68	今回のプランでは、第2章でこれまでの取組を提示しているが、消費者教育の視点からの現状の評価がなされていない。どこが良くて、何が不足しているのか、など今後実施される事業に付加すべき「消費者教育の視点」のポイントを今後明らかにし、各部署の実施計画に反映することを求める。	3	C
69	京都市は日本最高の観光都市であるから、外国人だけでなく国内の旅行者等にも配慮するという記述があると、訪れる立場の者からは大変嬉しく感じられる。	1	A
70	「消費者市民社会」という言葉はあまり馴染みがないが、こういった社会が実現するよう一層の取組をお願いしたい。	1	B
71	第2章は、京都の特性をうまく取り入れた素晴らしい視点だと思う。旬野菜の購入や京の食文化、おもてなしの心といった面から、より身近に消費生活について考えるきっかけをつくり、こういった京都独自の取組が全国のモデルケースとなるよう望む。	1	B
72	これまで市行政各部署で行ってきたさまざまな活動を、消費者教育の視点で捉え直し、体系化を進めるとした点は大いに評価する。	2	B
73	「1 環境に関するもの」の、「大量排気型社会を見直し環境にやさしい事業活動や暮らし方に変えていく必要がある。」は、共感できるし、危機感を持っている。	1	B
74	1. 環境に関するもので、「大量廃棄型社会を見直し、環境に優しい事業活動、暮らし方への転換」は「大量消費・大量廃棄型社会を見直し、環境に優しい暮らし方、事業活動への転換」にしてはどうか。事業活動が先に来ると、環境への取組は事業所が先で、市民は後になると言う感じがする。	1	B

75	2. 安心・安全に関するもので、「子どもから高齢者まで、すべての人のいのちと暮らしが守られることや」は「子どもから高齢者まで、すべての人の、いのちと暮らしが守られることや」にしてはどうか。ひらがな表記が繋がると読みにくい。	1	A
76	4. すまいに関するもので、「住まい方の知恵」の表記と「すまい方」の表記は、統一した方がよいのではないか。	1	A
77	安心な食を支えるために消費者が農業を支援するシステムを構築するなど、今までの消費者の枠を超えた連携が必要だと思う。	1	C
78	計画案では、消費者教育を推進していくうえでの京都市のこれまでの取組や到達点の評価、課題になっていることなどをわかりやすく示してほしい。 第2章に「持続可能な未来につなぐより良い京都を目指す取組」が記載されているが、各分野の取組の紹介に終わり、一般的な印象を受ける。 消費者市民教育は「これまでの被害に遭わない消費者、合理的意思決定ができる消費者にとどまらず、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展に積極的に関与する消費者を育成する教育を意味する」(「消費者教育の推進に関する基本的な方針」閣議決定)とされている。 これまでの取組の成果や良かったこと、問題点、これからのポイントなどを具体的に明らかにするところから、今後の5年間の方向が理解できるのではないかと。その点を是非記述してほしい。	1	C
79	京都の食、すまいに関して、京都で生まれ育っていない人もたくさん住んでいると思うので、京都の歴史、文化を、住民が楽しく学び理解できる場があったらよいと思う。	1	B
80	第2章の目指す取組を評価する。	1	B
合計		35	
第3章 消費者教育を取り巻く現状と課題 (5件)			
81	第2章で『〇〇しましょう』と言っているあとに第3章で課題となっているが、順序が逆ではないか。	1	C
82	「1 本市の消費生活相談の状況(P24~29)」に掲載されているグラフについて、原文はカラーなので非常に分かりやすいが、白黒で印刷した場合、少し見づらくなってしまふ。白黒印刷を想定した工夫も必要ではないか。	1	A
83	(3)商品・役務別相談件数内訳について、図4の中の各項目は、もう少し大きな文字にならないか。	1	A
84	図5は何年度のものか。	1	A
85	第3章の消費者教育を取り巻く現状と課題については、実際の学校や企業、地域などでの消費者教育の現状が書かれていないので、その現状評価が分からない。現状を見据えて課題が出てくると思う。	1	C
合計		5	
第4章 とともに考え・学び・行動する消費者教育(64件)			
86	たくさんの京都市の取組が載っているが、どこがそれをやっているのかが分からない。	1	C
87	商品や技術などが日進月歩で、情報があふれるくらいたくさんあり、どの情報を信じてよいのかが分からない状況にある。また、働いていると、正確で詳しい情報を集める時間や暇が少ない。 プランに示されているように、いつでも誰でも必要な情報が簡単に入手できるように、また、タイムリーで正確な情報を発信していただきたい。	1	B
88	第2章と、第4章で記載されている取組がどう関連づけられるのかがやや見えにくいかもしれないと思った。	1	C
89	消費者教育推進法が施行されたことに伴い、現行プランと比べ、消費者教育の部分が随分と充実され、しかもライフステージに応じて、かつ、消費者教育の担い手別にきめ細かく規定されていることに対して心強く感じる。	1	B

90	<p>消費生活相談員は、日々懸命に啓発活動や消費者被害の救済に尽力されているが、次々と新手法の悪質商法や詐欺まがいの事案が続出するという状況に改善の兆しが見えない。</p> <p>常に新たな悪質商法の手口への対処法を学び、新しい知識で武装しなければならないという知識に重きを置いた方策以上に、価値観、判断力をしっかりと持った消費者の育成、消費者としての権利と責任の学習が重要ではないか。消費生活のあり方は、生き方や社会形成に通じるものだと思う。</p>	1	C
91	<p>家庭や教育現場の果たす役割は極めて重要であり、消費生活総合センターを中心として、家庭、学校、地域、事業者等との連携の下、消費者教育が今後一層充実・推進されることを期待している。</p>	1	B
92	<p>既存の取組を今後どのようにしていくか、新たにどのような取組を検討していくかなど、これからしっかり考えて行動に移してほしい。</p>	1	C
93	<p>取っ掛かりとなる機会があればと思うので、是非そういう機会を作ってほしい。</p>	1	B
94	<p>本文冊子も含め、一読した。多くの取組例が列挙されていて、消費者教育というのは幅広い概念だと感じた。しかし、これからどうするのかということが分かりやすく書かれていないようで、残念だ。</p>	1	A
95	<p>ライフステージ別に取組方針を明らかにしている点は評価出来る。しかし、学校教育における教育委員会との連携についてはより具体化が必要。</p>	2	C
96	<p>自分は悪質商法には引っかけられないと思っている人は、最初から関係がないと情報も見ないことが多い。そういう人達にも見てもらえるように、いろいろな方法で情報を発信してほしいと思う。</p>	1	B
97	<p>体調が悪く外出ができないため、コンシューマーフェスティバルのラジオ放送を聞いたが、とても良かった。またこういったラジオでの情報発信もしてほしいと思う。</p>	1	C
98	<p>啓発イベントなども興味はあるが、事前申込みはなかなか予定が立てられず、少しハードルが高いので、コンシューマーフェスティバルのような気軽にちょっと立ち寄れるような企画はよいと思う。イオンモールの時のような集客力の高い所で、たまたまそこに来た人が参加するといったことが、消費生活についての取組を知るきっかけになると思うし、これからもこういった取組を頑張ってほしいと思う。</p>	1	B
99	<p>消費者教育は、消費者自身の学ぼうとする姿勢を引き出すことが大切だと思う。小さなころから父母や祖父母の学ぶ姿が身近に感じられる環境を整えたい。例えば、京都市の土曜塾のように親子で楽しめる催しや料理教室などの場で消費者教育ができるよう、色々な団体がつながれるよう希望する。</p>	1	C
100	<p>ライフステージに応じた「体系的な消費者教育を推進します」として各年齢階層のポイントと取組方針が記載されている。幼児期から高齢者までを視野に入れた、年代別の教育体系となっている。</p> <p>このなかで、大学生に対する取組方針がある。大学生協では京都府消費生活安全センターと連携して、大学生が主体となった消費者教育教材開発、出前講座などに取り組んでいる。多くの大学が京都市内にあることから、こうした活動とも連携、活用して、効果的な取組となるように進めてほしい。</p> <p>また、「関係行政部局、大学、消費者団体、事業者・事業団体など多様な担い手との連携を図り、実践的かつ効果的に」、消費者教育の機会を提供するとしており、この点は生協としても大いに期待する。</p> <p>しかし、取組方針と現在の取組事例は紹介されているが、新たに何をどう進めるのか目標や計画が記載されておらず、具体性に欠けるものとなっている。</p> <p>是非、数値目標も含め、具体的な計画と到達目標を明らかにしていただきたい。</p>	1	C
101	<p>出前講座あるいは講師派遣にしても、意識的に学習意欲のある人が優先されると思うので、もう少し、誰でもいつでもつい寄ってみたい「消費センターひろば」を作ってほしい。小さくても、十分充実したものでなくても、消費者が寄れる場所にして、ちょっとした展示もの、資料などが備えられているところがほしい。町家の空き家などを活用するのもよいと思う。</p>	1	C

102	ライフステージ別に取組方針を明らかにしている点は評価できるが、全体を通じて学校現場で行われている「持続可能な開発のための教育プログラム」との整合性が見受けられない。教育委員会との提携を考える時、この教育プログラムは、家庭科に留まることなく、全ての教科が対象になっており、このプログラム抜きにはできないと思う。消費者部局の側からもこの視点を踏まえ、教育委員会等との協議を要請する。	1	C
103	第4章のともに考え・学び・行動する消費者教育については、計画の基本的目標(目標数値)を設定してもよいのではと考える。	1	C
104	年齢階層に応じた体系的消費者教育や、消費者教育の担い手との連携を図ることを評価する。	1	B
合計		20	
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			
105	「大学のまち・学生のまち」が京都の特性であり、強みでもある。学生との連携、学生の活用をもっと前面に打ち出すべきである。	1	C
106	インターネットやスマートフォンなどへの取組は、とても大事なことだと思う。利用料などの仕組みやアプリケーションの仕組みなどについて、あまりよく分からずに使用している。今のところトラブルはないが、将来においてトラブルにならないかは心配である。こうした取組の充実を願う。	1	B
107	幼児期から始める消費者教育にとっても興味がひかれた。	1	B
108	こんなことで騙されてしまうのかと思う高齢者被害が多い。もっと、しっかり知識を得て、自分を客観的に見られるようになるべきだ。	1	B
109	子どもや将来のために、しっかり知識を身に付けなければと思っているが、あれこれと生活に追われていると、なかなか時間がない。そんな人にもいざというときに必要な情報が手に入れられるようにしてほしい。	1	B
110	若年層への消費者啓発において、ツイッターやフェイスブック等、SNSの活用を考えてはどうか。	1	C
111	学習指導要領に基づき、義務教育期の消費者教育が各学校で行われている。消費者教育・啓発の在り方として、義務教育期の教育は教育委員会に任せ、消費生活総合センターはそれ以外の階層をターゲットにするなど、ある程度すみ分けて効率的に予算を執行するべきではないか。	1	C
112	意識も変わってきているかもしれないので、若い人たちへの啓発が必要だと思う。	1	B
113	消費者としては、物やサービスの値段が適正かどうかを見極める力が必要だと思うが、普段から体感していないと自分のものにはならないと思う。こういうことは、小さなころからの積み重ねの体験が大切。家庭や学校などでの体験も大切だと思う。	1	B
114	小中高校生にフェアトレード製品が、なぜ世界を変えていくのかについて学習してもらってはどうか。	1	C
115	お互いに気をつけて被害に遭わないようにしたいが、特に一人住まいの方に近所、町内、隣組で話し合いするのが大事。お金の話ばかりでなく、体のことも気楽に話し合える信頼関係を常に作っておくことが大切と思う。	1	B
116	若い世代から意識を持つことが大切だと感じる。	1	B
117	私たち若い世代はSNSで情報を得ることが多い。ツイッターやフェイスブック等から情報発信をしてもらえると、若い世代にも見てもらえるのではないか。	1	C
118	社会問題としてテレビや新聞で話題になっている振り込め詐欺の被害者は、一人暮らしの高齢者などの弱者である。詐欺被害は、私たちの詐欺犯罪に対する意識の低さにも問題があるのではないかと思う。このような意識を変えるために、社会や学校、町内、家庭などで詐欺犯罪について話し合い、身近なところから被害者を出さないように見守りをしていくことが大切である。そして、少しでも変だなと思ったら、警察や消費者センターへ相談しよう。	1	B

119	大学生について、授業や出前講座だけでは不十分。大学の枠を超え、学生が気軽に参加できる「場」を確保することが、情報収集・発信のうえでも極めて重要。	2	C
120	幼児期からの消費教育は大変重要だと思う。小学生、中・高校生、大学生(成人期)とそれぞれの段階で、その時期特有の問題があると思うので、そういった段階に合った取組に非常に期待する。	1	B
121	子どもの頃から、買い物やお金の使い方などについて、学校、家庭で教わることは大変大切なことだと思う。口コミや広告の宣伝文句に惑わされず、みんなが持っているから買うというのではなく、自分で買う前に考える習慣をつけることで、無駄のない買い物ができるようになると思う。	1	B
122	「勉強」となると子ども達は拒否反応を起こすかもしれないので、毎日の生活の中で、そういった知識や知恵を自然と身につけられたらと思う。	1	B
123	子どもは「ごっこ」遊びが好きなので、「買い物ゲーム」などのように、親と一緒に楽しく遊びながら消費生活について学ぶ場があればよいと思う。	1	C
124	「第4章 とともに考え・学び・行動する消費者教育」の、小学生期、中学生期、高校生期では、「学校における消費者教育の一層の充実」とあるが、現場の先生たちは時間に追われる現状と聞いている中、手がまわるのか、先生自身の教育をどうするのかとの疑問が湧く。先生の代わりにアドバイザーの養成や行政からの派遣等現実的な方法も視野に入れてほしいと思う。	1	C
125	1. 幼児期から始めるライフステージのうち、子どもの事故防止情報等の発信で、「製品の安全などに関する最新の情報をホームページなど」はどこのホームページか。京都市のホームページとかが、どこを見に行けば良いのか分かるようにしてほしい。	1	A
126	(2)小学生期で、「保護者が正しい知識と危険性を教えるとともに」は、「まずは保護者が正しい知識と危険性を学び、認識した上で子どもに教えるとともに」にしてはどうか。基本的には保護者が正しい知識と危険性を認識していない(自分は分かっていると思っているので)。だからクレジットの暗証番号を教えたり、履歴をPC上に残したりすると言う事を保護者が自覚する所から始めたい。	1	A
127	(2)小学生期で、「小学校段階からの生き方探求教育」は「小学生段階では」ないか。中学校の所も同じ。小学生と言えども、自立した消費者ならば、人の方の表記かと思う。	1	B
128	(2)小学生期で、京都ジュニア検定も入れたらどうか。京都の暮らしや文化を学ぶことは、この計画にも合致すると思う。	1	C
129	中学生・高校生期の消費生活に関する図書・視聴覚教材の貸出で、どこに問い合わせたらよいか、掲載した方がよいのではないか。成人期も同じ。	1	B
130	(5)成人期(一般)の「消費生活に関して必要な情報を、必要なときに、自ら幅広く収集するための支援をしていくことが重要です。」は、「消費生活に関して必要な情報を、必要なときに、自ら幅広く収集していただける支援をしていくことが重要です。」にしてはどうか。計画を推進する行政が支援するのであれば、この表記の方が行政目線かと思う。または、「消費生活に関して必要な情報を、必要なときに、自ら幅広く収集するための行動をしていくことが重要です。」とする。これだと、消費者主体になると思う。	1	B
131	大学生については、授業や出前講座だけでは不十分である。大学の枠を超え学生が気軽に参加できる「場」を確保することが、情報収集・発信の上でも極めて重要である。消費生活総合センターの近くに「場」の開設を検討してほしい。	1	C
合計		28	
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			
132	京都市と各団体が連携していることは分かるが、京都市以外の団体は、何をすべきか分からない。	1	A
133	幼児から中学生期までの保護者への消費者教育についてはより具体化が必要。	2	C
134	成人期では、企業の従業員向けの計画がない。事業者への社会的責任に関する啓発講座の中に、従業員向けの講座を開催することを盛り込んでほしい。	3	C

135	京都市やその付属機関が主体となって、100人以下の規模で事業を行っているが、効果が限定的でないか。 市民140万人へ、可能な限りまんべんなくアプローチし、主体者意識をもって消費者教育が行われるためには、各世代や各層が所属するコミュニティ(大学や町内会等)やそれにアクセスできる団体(大学サークル、NPO、市民団体等)の活動を活性化させる施策が必要。	1	C
136	各世代や各層が所属するコミュニティ(大学や町内会等)やそれにアクセスできる団体(大学サークル、NPO、市民団体等)の活動を活性化させる施策という点では、エコ学区による学区への補助は有効であり、エコ学区に捉われず、更に広げてほしい。	1	C
137	超少子高齢化の時代に地域コミュニティを大切にし、福祉関係者や生協などとも連携して進めてほしい。	1	B
138	消費者、企業、行政の連携や行政組織を超えた連携をコーディネートするセンターの役割は一層大切だと思う。	1	B
139	消費者教育をさまざまな場面で推進していくうえでは、専門の知識や活動ノウハウを有する消費者団体との連携が不可欠である。多くの消費者団体はほとんどがボランティア的活動で成り立っていることから、組織的、財政的にも持続していけるよう消費者団体への支援方針も加えてほしい。	1	C
140	幼児から中学生期までは、保護者への消費者教育が大変重要である。学校現場で授業時間が不足している問題も、家庭教育として行われなければならないものまで、学校教育に持ち込まれている状況がある。保護者にも消費者教育を通じて、見識を上げることが必要である。今回の計画では「親子で一緒に」はあるが、保護者自身への直接の働きかけが無いように思う。検討を求める。	1	B
141	消費者教育を推進していくうえで、消費者団体の育成も重要だ。市からの支援の強化を求める。	1	C
142	企業との連携での消費者教育の推進も進めてはと考える。多様な主体との連携が今後重要になると考える。(新入社員、大学生、子育て向けなどの消費者教育)	1	B
合計		14	
3 配慮を必要とする人々への消費者教育			
143	第4章-3-(1)障害のある人について、障害のある人の消費者トラブルの把握に努めるとともに見守りを支援しますとあるのは、よいことだと思う。なぜなら、障害のある人は、自分の思っていることが人々に伝わらないので、消費者トラブルも多いということがよくチラシにも書いてあるが、障害のある人がどういふことを言いたいのかを支援する人がよく聞いてあげて、代わりに言うなどすることにより、相手に伝わるので消費者トラブルにならないと思う。	1	B
144	3. 配慮を必要とする人々への消費者教育のうち、イ取組方針については、「障害の特性に配慮しながら、個々人に応じた「自立した消費者」を共に考え、行動を支援します。」などのように、障害のある方々を「無力な人」としてではなく、障害のある方々の「可能性」を支援する姿勢が欲しい。	1	C
合計		2	
第5章 本市の推進体制等について(9件)			
145	推進体制について、市では、「消費生活行政推進会議」の中に「消費者教育専門委員会」を発足させている。この専門委員会の役割が不明確である。連携体制を確保するだけなら、「京都市消費生活基本計画での『消費生活行政推進会議』を「必要に応じて開催する。」から、「定期的開催進捗を確認する。」に改めることで十分。わざわざ「専門委員会」を立ち上げるとする以上、その目的・役割を明確にすべき。	3	C
146	京都市消費生活審議会を消費者教育推進法で定める「消費者教育推進地域協議会」と位置付けることには無理がある。本計画では、地域協議会の役割を「消費者教育推進計画の進捗状況に対して、報告を受け、点検・評価する」としているが、地域協議会の重要な役割のひとつに「実施者同士の情報交換」がある。これは、市センターが行うコーディネート業務を補完するものであり、審議会の性格とは異なるものだ。「消費者教育専門委員会」メンバーと消費者団体をはじめとする消費者教育実施団体を中心にした「地域協議会」の設置を求める。	3	C

147	<p>実効性のある推進体制の確立について、第5章では、推進体制として、京都市消費生活審議会を消費者教育推進法で定める「地域協議会」に位置付け、進捗管理するとしている。当初に掲げたライフステージ別の消費者教育を推進していくうえでは消費者団体をはじめ、多様な担い手で構成する「消費者教育推進地域協議会」が実質化するかどうかポイントになる。</p> <p>多様な担い手との連携で、どのようにして推進するのか、具体的な運営イメージ等、明確にしてほしい。</p>	1	C
148	<p>計画案の66ページ「第5章の本市の推進体制について」の【推進体制図】について、京都市消費生活審議会の【部会】で、2つ目の「表示・包装適正部会」は「表示・包装適正化部会」が正しいのではないか。</p>	1	A
149	<p>第5章の推進体制等については、提案の消費者教育推進地域協議会を設置し、京都らしい消費者市民社会の実現を推進してほしいと考える。</p>	1	B
合計		9	
その他の御意見(8件)			
150	<p>消費者被害に遭った人に対して、状況により、心のケアを行っている機関(カウンセリング)の紹介等、連携の必要性を感じた。</p>	1	C
151	<p>消費生活総合センターに寄せられる契約上のトラブルに関する相談には、消費者として主張すべき権利について相談者にアドバイスすることになるが、例えば、「オレオレ詐欺」や「振り込め詐欺」等、刑法の構成要件を満たす犯罪行為に関する相談になると、警察により解決が図られることとなる。そこで、理屈上、消費生活相談の範疇はどこまでと考えてよいのか。</p>	1	C
152	<p>消費生活総合センターでは、仕事や授業等で昼間は相談に来られない方々が相談しやすいように、第2・第4水曜日の夜間に無料法律相談が実施されているが、なぜ消費生活相談は昼間だけなのか。</p>	1	C
153	<p>一人でも多くの消費者の被害を未然に防ぎ、また、被害を回復しようと真剣に考えるならば、1週間に1回程度は夜間の窓口を開設すべきではないか。</p>	1	C
154	<p>消費生活総合センターの所管のテーマの場合は、是非ともクーリングオフマンを使ってほしい。</p>	1	C
155	<p>古都と呼ばれる都市で、先進的な計画に意欲的に取り組んでいることに感銘を覚えた。計画ができたなら是非観光客にも周知して欲しい。</p>	1	C
156	<p>消費者契約法では、消費者センターの設置は、都道府県が義務、市町村は任意とされているが、京都府・市ともに設置されている。二重行政解消の観点から、京都市内の消費者相談及び消費者教育・啓発は市において一元化し、府では、府下のセンターを設置していない市町村への対応や、市町村の域を越えた広域的な対応に特化するなど、その役割については、明確にすみ分けるべきである。</p>	1	C
157	<p>計画(案)自体は、ある程度抽象的な事項が中心とならざるを得ないことは理解できるが、市民が、困ったときにどこへ相談、届出すればよいのか、一目で分かるような資料を添付すべきではないか。</p> <p>例えば、契約上のトラブルやクーリング・オフの方法について聞きたい場合は消費生活総合センター、食品表示の見方や偽装が疑われるような場合は近畿農政局、誇大広告、過大包装、過剰包装に対する苦情等については〇〇へ、といったように、事例をできるだけ詳しく分類し、それぞれの相談先の機関名称、電話番号、所在等を一覧表にまとめてみてはどうか。</p>	1	C
合計		8	