「京都市消費生活ビジョン(案)」についてのご意見記入用紙 ※ 本用紙以外の様式でのご提出も可能です。
パープリーのシー・ファー・ファー・ファー・ファー・ファー・ファー・ファー・ファー・ファー・ファ
ご意見を取りまとめる際の参考といたしますので、差し支えなければ下記にご記入ください。
. (該当する項目を 図してください)
├
お住まい等〉口京都市在住(区)口京都市内に通勤・通学口その他
□会社員□公務員□自営業□フリーター□家事従事者□学生□無職□□
□その他() □団体() □
`
■ 募集期間:令和7年10月31日(金)から12月8日(月)まで【必着】
■ 提 出 先:京都市文化市民局文化市民部 消費生活総合センター
【メール】soudan@city.kyoto.lg.jp 【FAX】075-366-2259
【郵 送】〒604-8588 京都市中京区西堀川通御池下る西三坊堀川町521
中京区総合庁舎3階 【H P】表紙の二次元コードから、入力フォームでご提出ください。
■ 問 合 せ:消費生活総合センター(075-366-2250)
■ IPJ ロ ピ・州貝工内心ロピンター(U/3-300-2230)
この印刷物が不要になれば、「雑がみ」として古紙回収等へ!

京都



令和7年10月31日(金)から12月8日(月)まで



どうして新しいビジョンが必要なの?



京都市エシカル消費推進 マスコットキャラクター 「えしかるん」

消費者を取り巻く社会情勢が急速に変化し、消費者の多様化や消費者被害の複雑化が、 よりいっそう進行しています。

このような中、時代の変化に動じない消費生活施策の「核」を見定め、社会で共有するために、消費生活施策をより総合的・計画的に推進するための長期的な指針として、「京都市消費生活ビジョン」を定めることとしました。

このビジョンのもと、消費生活に携わる消費者、事業者、行政の三者がそれぞれの役割・ 責務を果たしつつ、連携・協働して取組を進めることにより、全ての人が安心して安全に 暮らせる、より良い地域共生社会の実現を目指します。

なお、本ビジョンは、京都市政の基本方針である「<u>京都基本構想案」の消費者行政における分野別計画</u>であり、関連分野と整合、連携を図りながら、各種施策を推進します。

デジタル化の進展に伴う 取引環境の複雑化

配慮を要する 消費者層※の拡大

消費生活を 取り巻く状況

※ 高齢者や障害のある方、 社会経験が不十分な若年者等

消費生活の グローバル化の進展 持続可能な社会の実現へ向けた取組



消費生活施策の長期的な指針としてビジョンを定めつつ、関係法令の改正や本市の社会的・経済的状況等を踏まえ、必要に応じて見直します。

クーリング・オフマン

消費生活ビジョン(案)の詳細は、 ホームページをご覧ください。 ホームページ内の入力フォームから、 ご意見をお送りいただけます。



ホームページはこちら



市民の皆様の声を聞かせ てね。中面では、将来像や 施策の方向性を紹介!!



発行 京都市文化市民局文化市民部消費生活総合センター 令和7年10月/京都市印刷物 第071498号

~目指すべき将来像~

▶ 消費者が安心して安全に暮らせる社会の実現

商品・サービスの安全が確保され、危害等の未然防止や被害の拡大防止・救済が図られる ことにより、消費生活の安定と向上が確保されている社会

▶ 消費者が自分らしい選択をし、誰もが幸せを実感できる社会の実現

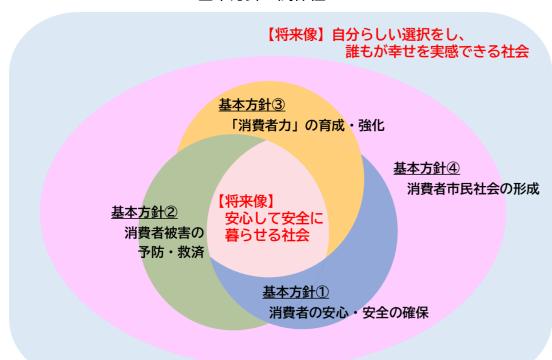
消費者が、京都に息づく暮らしの知恵や心を大切にしつつ、地域の人々や将来世代、地球環境に思いを馳せながら消費行動を選択し、社会の発展や課題の解決に参画する「消費者市民社会」の形成を通じて、幸せや生きがいを実感できる持続可能な社会

● 4つの基本方針

目指すべき将来像の実現に向け消費生活施策を展開するために、これまでの取組を踏まえつつ、 時代の変化に動じない骨格として4つの基本方針を定めます。

消費生活ビジョンの推進に当たっては、4つの基本方針を相互に連携させることで、相乗効果をもたらし、施策の効果的な推進を図ります。

<基本方針の関係性>





具体的な取組はどうするの?



京都市エシカル消費推進 マスコットキャラクター 「えしかりん」

社会情勢の変化や消費者被害の傾向を捉え、直面する課題に適切に対応できるよう、 個別施策や重点取組を定める事業計画を毎年度策定します。

★ 消費生活ビジョン(案)の本冊では、具体的な個別施策・取組の例を記載しています。 表紙の二次元コードからご覧ください。 ● 施策の方向性(基本方針・施策目標)

基本方針1 消費者の安心・安全の確保

商品やサービスの安全性を確保するとともに、消費者被害の発生時には、迅速かつきめ細やかな情報提供により、悪質商法や不当な取引から市民を守ります。

施策目標1

安全な消費生活環境の確保

商品の安全性確保のための監視 消費者事故・被害発生時の的確な情報提供

施策目標2

表示・取引の適正化を通じた 消費者の選択支援

商品表示の適正化に向けた事業者の指導

不当な取引の排除

基本方針2 消費者被害の予防・救済

市民からの相談に的確に対応し、消費者被害の救済に努めるほか、地域における見守り機能やデジタル化への対応を強化することで、被害の予防に努めます。

施策目標3

相談体制の充実・強化

各種相談の充実、相談窓口の認知度向上 複雑化する相談に対応する職員の能力向上

施策目標4

配慮を要する消費者への支援

福祉関係者と連携した情報提供・相談支援 高齢者や障害のある方等への見守り機能強化

施策目標5

デジタル社会への対応強化

インターネット取引への対応や、デジタル リテラシーの向上に向けた啓発

基本方針3 「消費者力」の育成・強化

「気づく力」「断る力」「相談する力」等、消費生活に関する知識を適切な行動に結びつけられる「消費者力」の強化に向け、教育・啓発を行います。

施策目標6

多様な消費者に向けた 消費者教育の推進

消費者の年齢に応じたライフステージや、多様な消費者の特性に配慮した教育・啓発

施策目標7

消費者教育を担う人材の 育成・支援 学校・地域社会における消費者教育の担い手

の育成

基本方針4 消費者市民社会の形成

消費者が、地域の人々や将来世代、地球環境に配慮した消費行動を通じて、持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会」の形成に取り組みます。

施策目標8

持続可能な社会に向けた支援

エシカル消費をはじめ、持続可能な社会に 向けた消費行動の促進

施策目標9

多様な主体による連携・協働 の促進 消費者と事業者双方の信頼の醸成 各種団体・関係機関との連携