



第1章 計画の基本的な考え方

1 策定の趣旨

昭和60年代(1980年代後半)から、豊田商事事件^{注1}やココ山岡事件^{注2}に代表されるように、消費者被害の中心は、商品そのものから、契約や取引方法、サービスに関するものへと変化してきました。^{注3}

そして、その後の規制緩和の拡大、経済のグローバル化の進展、高度情報通信社会の到来は、消費生活に大きなメリットをもたらした反面、消費者被害に陥るリスクを大幅に増加させています。また、高齢社会の進展が、経済構造や消費生活に大きな影響を与えています。

こうした消費者を取り巻く状況の変化に対応するため、国においては、平成16年(2004年)6月、「消費者保護基本法」を抜本的に改正した「消費者基本法」の施行により、消費者の位置付けが「保護される者」から「自立した主体」へと転換されたところであり、本市においても、平成17年(2005年)10月に「京都市消費者保護条例」を改正した「京都市消費生活条例」(以下「条例」という。)を施行しました。

条例では、基本理念として、7つの「消費者権」と消費生活施策における重要な3つの視点^{注4}を具体的に明記するとともに、消費者権の実現を図るための基本的な計画である「消費生活基本計画」を定めることとしました。

これを受けて、平成18年(2006年)10月に、実施期間を平成18年度(2006年度)から平成22年度(2010年度)までの5年間とする「京都市消費生活基本計画」(以下「第1次計画」という。)を策定し、条例に定めた7つの消費者権を実現するため、「安心・安全な消費生活環境の整備」「消費者被害の救済」「消費者被害の未然防止・拡大防止のための実効性の確保」「消費者の自立支援」「豊かにくらすことができる環境の整備・創造」を5つの基本方針として、消費生活施策を総合的な視点と全庁的な連携の下に推進してきました。

第1次計画に掲載した取組項目については、毎年度、京都市消費生活審議会に推進状況を報告し公表していますが、平成22年度末までには、全項目について着手できる見込みとなっています。

しかしながら、この間、ガス瞬間湯沸かし器中毒事故、こんにやく入りゼリー窒息事故の社会問題化をはじめ、賞味期限や産地の表示偽装事件等、食の安全・安心という消費生活に関わる事件が多発し、また、これらに対する行政の対応が迅速さに欠けるなど、商品のみならず、事業者や行政、更には、消費生活社会全体に対する消費者の信頼を大きく揺るがす事態が発生しました。

こうした中、消費生活に係る問題を総合的、抜本的に解決していくため、平成21年(2009年)9月、国に消費者庁が設置されました。消費者庁は、消費者が主役となる社会の実現に向け、消費者の立場に立って、これまでの施策や行政の在り方を見直すための行政のパラダイム(価値規範)転換の拠点として設けられたものであり、消費者行政の司令塔・エンジン役としての役割が求められています。また、消費者庁が情報を一元的に集約し、迅速に対応するためには、地方公共団体の役割は重要であり、国民にとって最も身近な消費生活相談窓口の担い手として、消費者行政の充実・強化

が期待されています。

本市では第1次計画の実施期間の最終年度を迎えるに当たり、これら社会状況の変化とこれまでの取組成果を踏まえて計画の見直しを行い、平成23年度(2011年度)から取り組む「京都市消費生活基本計画」(以下「第2次計画」という。)を策定するものです。

注1 豊田商事事件

金の地金の購入を口実に勧誘して契約を結び、解約に応じないなど、その強引な手口が昭和60年(1985年)に大きな社会問題となりました。実際、地金は購入せず、集めた金銭は事業拡大の名目で浪費されており、被害に遭った高齢者は3万人、被害金額は2千億円以上と言われています。当初、被害に遭った高齢者は単なる「利殖商法」の失敗者であるという意見も有力でしたが、京都市は、いち早く、被害の実態を把握し、その救済のために被害者110番の設置や説明会の開催等を行いました。

注2 ココ山岡事件

ダイヤモンドを販売する際に、5年後に購入時と同価格で買い戻す「買戻し特約」を付けて事業を拡大していた(株)ココ山岡宝飾店が、平成9年(1997年)1月に倒産しました。特約の履行は、価格相場の動向からは元々無理があると考えられるうえ、同社の鑑定方法は価値の低いダイヤモンドに高価な価格設定を行う独自のもので、購入者にはローン返済と価値の低いダイヤモンドが残る事態となりました。消費者の多くが信販会社と立替払契約を結んで購入していたため、信販会社の加盟店管理の在り方が問題とされ、既払金の返還や未払金の支払義務がないこと等の確認を求める集団訴訟が各地で起こされました。

注3 平成9年(1997年)には、国民生活センターの「全国消費生活情報ネットワーク・システム(PIO-NET)」により収集された全国の消費生活相談のうち、「販売方法、契約・解約など取引に関する相談」の割合が8割に達しました。

注4 7つの「消費者権」と消費生活施策における重要な3つの視点

7つの「消費者権」

- 1 消費生活において生命及び身体の安全が確保されるとともに、財産を侵害されない権利
- 2 商品等の表示、計量、包装、広告、価格及び供給の適正化を求める権利
- 3 事業者の不適正な取引行為により契約の締結その他の行為を強制されず、事業者に対し当該不適正な取引行為を行わないことを求める権利
- 4 1～3までの権利を実現するため必要とされることを迅速かつ適切に知る権利
- 5 1～4までの権利を実現するため必要な教育を受ける権利
- 6 消費生活に関する意見を消費生活施策及び事業者の事業に反映させることを求める権利
- 7 1～6までの権利ができる限り侵害されないよう必要な措置が講じられるとともに、当該権利が侵害された場合において、迅速かつ的確に救済される権利

消費生活施策における重要な3つの視点

- 1 食の安全の確保、環境への配慮
- 2 高度情報通信社会の進展への対応
- 3 食文化、始末の文化等京都固有の生活文化の尊重



2 計画の基本的視点

第2次計画は、第1次計画に引き続き、消費者権の実現を図り、安心・安全な消費生活を目指すことを基本的な視点としています。「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立支援」という消費者基本法の基本理念及び第1次計画で培った、食の安全、環境への配慮、高度情報通信社会への対応、食文化、始末の文化その他の京都固有の生活文化の尊重という、条例に規定する消費生活施策上の重要な視点を採り入れた「暮らしの総合行政」の取組を継承しつつ、国に消費者庁が設置された経緯を踏まえ、改めて施策を見直しました。

さらに、計画の策定に当たって、京都市消費生活審議会から発信された市民へのメッセージ「未来へつなぐ消費生活を京都から始めましょう ～ 消費者庁の発足に当たって～」では、目指すべき消費者像が例示されており、施策の基調として採り入れています。

計画の推進に当たっては、自治の伝統に培われた気風により先進的な取組を続ける京都の消費者や消費者団体、京都ブランドを世界に発信し続ける誇り高き事業者や事業者団体、さらには大学等関係機関や学生との連携、協力による「共汗」と行政の縦割りによる弊害を排除した「融合」によって、施策を着実に実施することとしています。

※ 参照：29 ページ 京都市消費生活審議会からのメッセージ
「未来へつなぐ消費生活を京都から始めましょう ～ 消費者庁の発足に当たって～」

3 計画の位置付け及び計画期間

(1) 計画の位置付け

第2次計画の上位計画として、平成23年度から10年間の京都の未来像と主要政策を示した、都市経営の基本となる「はばたけ未来へ! 京プラン (京都市基本計画)」(以下「京都市基本計画」という。)があります。

京都市基本計画の分野別方針5「市民生活の安全」では、目指すべき10年後の姿として、消費生活に関しては、「消費者被害の防止が図られ救済体制も充実している」と「自立した消費者が育っている」という目標が掲げられています。第2次計画は、京都市基本計画の分野別計画として、これらの目標に向け具体的な取組を推進していくための計画となります。

また、条例において策定が義務付けられている計画として、消費生活に関わる施策については、いわゆる総合行政、横断行政として、広く他の関連する分野の取組も含めて取り扱っています。様々な分野、視点からの取組が、それぞれ相乗効果を挙げながら、京都市の消費生活行政の質を総合的に高めていくことを目指しています。

(2) 計画期間

計画の実施期間は、京都市基本計画の着実な推進のための分野別計画であることから、同計画と同じ10年間とし、平成23年度(2011年度)から平成32年度(2020年度)までに取り組む施策を掲げています。

なお、社会状況等の変化に対応するため、必要に応じて見直すこととします。

【参考】 はばたけ未来へ! 京プラン (京都市基本計画) (消費生活関連部分)

政策分野5 市民生活の安全

～地域が支え合う、だれもが安心してくらせるまちをめざす～

基本方針

地域コミュニティを活性化するとともに、関係機関が連携し、犯罪、事故、消費者被害などを未然に防ぎ、必要な情報提供、支援を行うことで、市民が自立し、だれもが安心してくらせるまちづくりを進める。

みんなだめざす10年後の姿

推進施策

消費者被害の防止が図られ救済体制も充実している

悪質商法に関する手口やその対処法に関する迅速かつ適切な情報提供により、消費者被害の未然防止・拡大防止が進むとともに、万一被害に遭った場合の救済体制が充実している。

消費者被害の救済及び防止

消費者被害の迅速かつ的確な救済を図るため、消費者がトラブルに遭ったときに安心して相談できるよう、相談機能の強化と相談しやすい環境の整備に継続的に取り組む。
また、消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、悪質商法への対処をはじめとした消費生活に関する情報を京都市のホームページや電子メール、印刷物等、さまざまな方法により発信するとともに、消費者被害に関する注意喚起や高齢者等への見守り等、身近な支援のしくみづくりを推進する。

自立した消費者が育っている

消費者の消費生活における自立を促進するうえで必要な情報や知識の普及により、主体的かつ合理的に選択することができる自立した消費者が育っている。

消費者の自立支援

消費者みずからが主体的かつ合理的に選択することができる自立した消費者の育成に向け、教育機関等との連携の下、各世代に応じた体系的かつ総合的な消費者教育を推進する。
さらに、消費者が、次世代の消費生活を見据え、食の安全や環境に配慮した行動を積極的に採り入れていくよう、学習機会の提供や環境に配慮した取組を推進する。



4 計画の構成

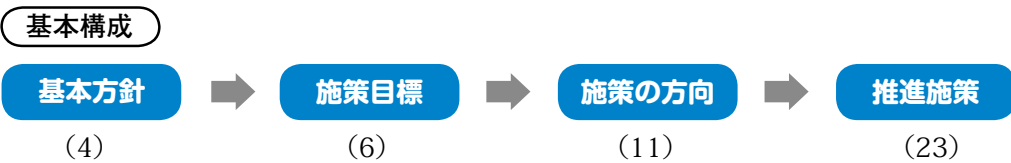
(1) 基本構成

ア 基本構成

第2次計画は、消費生活施策を総合的かつ計画的に推進するための基本的な計画として、目指すべき方向性を踏まえて、基本となる施策を掲げています。

計画の構成は、4つの基本方針に対して、6つの「施策目標」を設定しています。そして、これらの施策目標を達成するために「施策の方向」を定め、その下に推進すべき具体的な施策を設定しています。

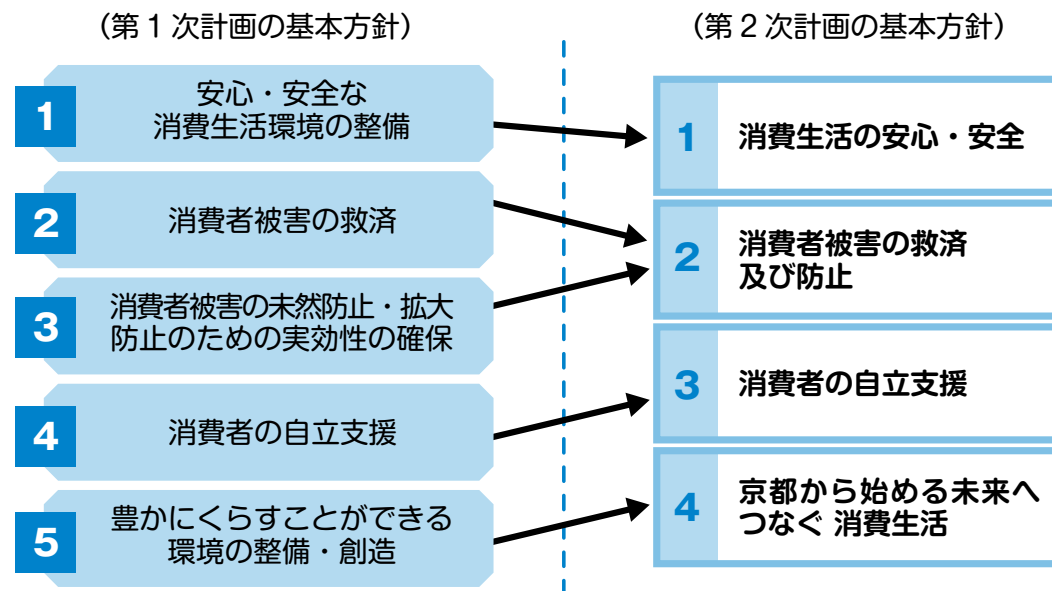
なお、複数の施策目標に関連する施策は、主となる施策目標において掲載しています。



イ 基本方針の整理, 統合 ～ 第1次計画から第2次計画へ ～

第1次計画における5つの基本方針については、これまでの成果や社会状況の変化を踏まえ、見直すこととしました。

具体的には、第1次計画で「2 消費者被害の救済」と「3 消費者被害の未然防止・拡大防止のための実効性の確保」に分類していた消費者被害に関する部分を統合し、「消費者被害の救済及び防止」に改めるとともに、第1次計画の「1 安心・安全な消費生活環境の整備」と「5 豊かにくらすことができる環境の整備・創造」については、より分かりやすい表現となるよう「消費生活の安心・安全」、「京都から始める未来へつなぐ消費生活」にそれぞれ改めました。



(2) 施策体系一覧

	施策目標	施策の方向	推進施策	
基本方針1	消費生活の安心・安全			
	1	安全な消費生活環境の確保	(1) 安全な商品等の確保 ① 商品等の安全性の確保 ② 使い、住み続けるための安全性の確保	
	2	商品等を適切に選択できる環境の整備	(2) 商品等に関する情報の適正化 ③ 情報の適正化に向けた指導等の推進 ④ 消費生活条例に基づく情報の適正化の推進 (3) 商品等の安定的な供給の確保 ⑤ 身近な生活圏を支える事業者等への支援 ⑥ 生活必需品の安定供給と適正な価格形成の確保	
	基本方針2	消費者被害の救済及び防止		
		3	消費者被害の救済	(4) 被害の救済のための機能強化 ⑦ 相談機能の強化と相談しやすい環境の整備 ⑧ 相談内容の高度化への対応 (5) 各種相談事業の実施及び連携の強化 ⑨ 各種相談事業の実施 ⑩ 様々な相談窓口との連携の強化
		4	消費者被害の防止	(6) 不適正な取引行為への対応 ⑪ 事業者に対する指導等の強化 ⑫ 適正な取引行為の徹底 ⑬ 取引行為に関する制度の検討 (7) 消費者被害を防止する仕組みづくり ⑭ 危害に関する迅速かつ的確な情報提供等 ⑮ 関係機関、団体との連携の推進 ⑯ 身近な支援の仕組みづくり
		基本方針3 消費者の自立支援		
		5	消費者力の向上	(8) 消費者の生活力向上のための学習機会の提供 ⑰ 児童、生徒等への消費者教育の推進 ⑱ 消費生活のトラブル防止のための学習機会の提供 (9) 情報提供の推進及び学習活動への支援 ⑲ 様々な媒体を用いた情報の発信 ⑳ 拠点施設等における学習活動への支援
		基本方針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～	(10) 環境との調和を目指す消費者の育成 ㉑ 食に関する学習機会の提供 ㉒ 環境に配慮した消費者行動の促進 (11) 消費者、事業者が共に行動する基盤づくり ㉓ 消費者意見の反映及び行動する消費者の育成	

参照：23 ページ 図1 基本方針と施策の取組イメージ