

京都市の消費生活行政の現状と課題について

1 京都市消費生活行政の現状

(1) 京都市消費生活条例

ア 制定に至る経過

国において、平成16年6月に従来の消費者保護基本法を抜本的に改正した消費者基本法が施行され、消費者の位置付けが「保護される者」から「自立した主体」へと転換されたことを受け、京都市では、平成17年3月に従来の京都市消費者保護条例（昭和50年8月制定）を抜本的に改正した京都市消費生活条例を公布し、同年10月に施行した。

イ 条例の特徴

(ア) 基本理念（第3条）

7つの消費者の権利（消費者権）と消費生活施策を推進するうえで留意すべき3つの視点を明記した。

(イ) 消費生活基本計画（第10条）

市長は、消費生活施策を総合的かつ計画的に実施するため、消費者権の実現を図るための基本的な計画を定めなければならない。

(ウ) 消費生活審議会（第36条）

消費生活条例の施行に関する重要事項について、市長の諮問に応じ、調査及び審議するとともに、当該事項について、市長に対して意見を述べるため、審議会を置く。

(エ) 表示・包装に関する3基準 …… 別紙1～別紙3参照

- a 商品等表示基準（第14条 昭和56年1月告示，同年6月実施）
- b 単位価格表示基準（第15条 昭和52年11月告示，昭和53年1月実施）
- c 包装基準（第17条 昭和59年10月告示，昭和60年3月実施）

(オ) 不適正な取引行為の禁止（第20条）

消費者に商品等を販売し、又は提供する契約及び信用を供与する契約等に関し、事業者が行ってはならない行為を具体的に明記。

(2) 京都市消費生活基本計画

ア 策定の経過

平成18年10月に策定した、計画期間を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。）の計画期間が平成22年度で終了することに伴い、平成23年度以降の新たな消費生活基本計画（以下「第2次計画」という。）の策定に当たって、平成21年7月に京都市消費生活審議会に諮問し、平成22年11月26日に同審議会の答申を経て、平成23年3月に第2次計画を策定した。

イ 第2次計画の特徴

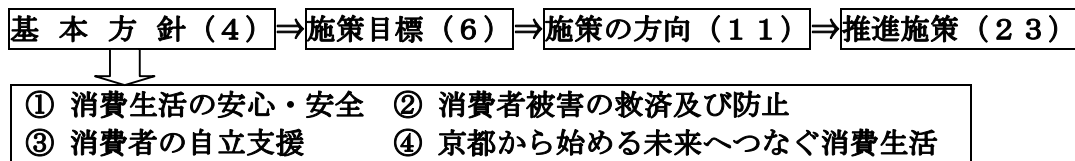
(ア) 位置付け

- ・ 京都市消費生活条例第10条により策定が義務付けられた、消費生活施策を総合的かつ計画的に実施するとともに、消費者権の実現を図るための基本的な計画
- ・ 京都市基本計画を上位計画とする消費生活分野の基本計画
- ・ 伝統の中で培われた京都固有の生活文化の継承・発展を目指した計画

(イ) 計画期間

10年間（平成23年度～32年度）

(ウ) 施策体系



ウ 計画の推進

(ア) 年度ごとの点検及び評価

施策の実施状況については、年度ごとに事業実績や統計指標等を取りまとめる。とりわけ、重点課題については、毎年度、実施計画（別紙4参照）を策定し、年度終了後に点検及び評価を行う。

(イ) 審議会への報告及び公表

事業実績等については、消費生活審議会に報告するとともに、市民に公表する。（条例第10条）

(3) 消費生活審議会

ア 設置の根拠

- ・ 京都市消費生活条例（第36条～第40条）
- ・ 京都市消費生活条例施行規則（第17条～第22条）

イ 審議会の役割

- ・ 消費生活基本計画に基づく施策の実施状況の報告を受けること。（条例第10条）
- ・ 緊急時の公表について報告を受けること。（条例第26条）
- ・ 調停（条例第28条）
- ・ 条例の施行に関する重要事項について、市長の諮問に応じ、調査及び審議し、意見を述べること。（条例第36条）
- ・ 消費生活基本計画の策定や商品等表示基準、単位価格表示基準、包装基準及び不適正な取引行為を定める規則の制定等について意見を述べること。（条例第40条）

ウ 審議会の構成（条例第37条）

委員20人以内で組織し、学識経験のある者、事業者団体に所属する者、消費者団体に所属する者その他市長が適当と認める者のうちから、市長が委嘱又は任命する。

エ 委員の任期（条例第38条）

2年。補欠委員の任期は前任者の残任期間

オ 部会の設置（規則第20条）

特別の事項を調査及び審議するため必要な場合は部会を設置することができる。

カ 開催状況（第18期 平成22年12月1日～平成24年11月30日）

平成22年12月17日 審議会（全体会議）

- ・ 審議会の構成について（会長の選挙，運営要綱の改正，部会の構成等）
- ・ 京都市消費生活基本計画について（計画の概要，重点課題）

平成23年 3月22日 審議会消費者苦情処理部会

- ・ 不適正な勧誘行為に対する対応について
- ・ 京都市消費者サポートチームの処理状況について

平成23年 7月26日 審議会（全体会議）

- ・ 消費生活基本計画（第1次計画）の平成22年度推進状況について
- ・ 消費生活基本計画（第2次計画）推進に当たっての平成23年度実施計画の策定について

平成23年 9月27日 審議会消費者苦情処理部会

- ・ 不適正な勧誘行為に対する対応について

平成23年11月14日 審議会消費者苦情処理部会

- ・ 不適正な勧誘行為に対する対応について

平成24年 3月23日 審議会消費者苦情処理部会

- ・ 京都市消費生活条例施行規則の改正について

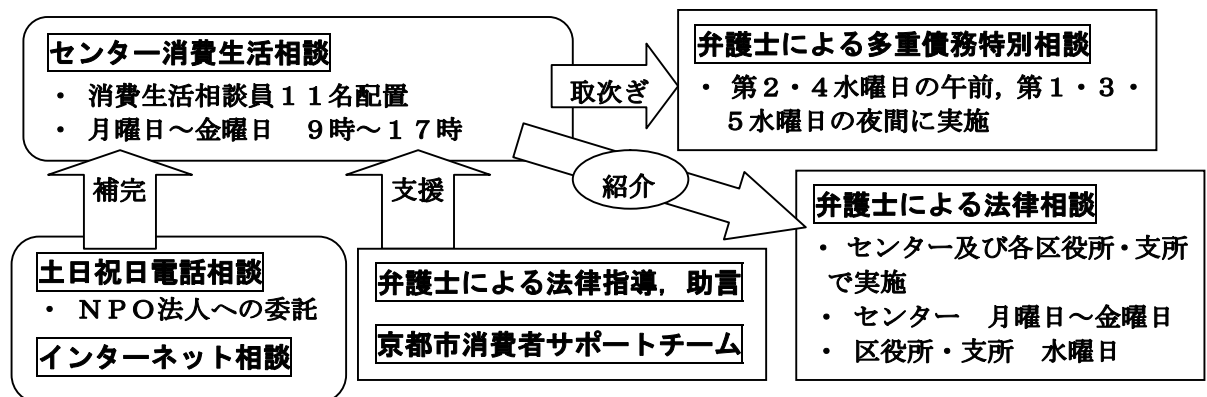
平成24年 6月22日 審議会（全体会議）

- ・ 京都市消費生活基本計画の平成23年度推進状況について
- ・ 不適正な勧誘行為に対する対応について

（4）消費生活総合センターの事業概要

ア 消費生活相談

（ア）体制



(イ) 件数

a 年度別

年度	19	20	21	22	23
件数	7,692	7,801	8,016	7,340	8,380

b 商品・役務別（平成23年度）

順	商品・役務の内容	件数	主な内容
1	放送・コンテンツ等	1,171	アダルト情報サービス, 出会い系サイト等
2	フリーローン, サラ金	514	多重債務等
3	賃貸住宅	513	敷金返還, 更新料等
4	書籍, 印刷物	265	新聞販売, 同窓会名簿, 紳士録等
5	商品一般	230	メールやハガキによる架空請求等を含む, 商品やサービスの内容が不明なもの

c 年代別（平成23年度）

年代	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代
件数	223	874	1,169	1,284
構成比(%)	2.7	10.4	14.0	15.3
50歳代	60歳代	70歳以上	不明	計
1,095	1,319	1,468	948	8,380
13.1	15.7	17.5	11.3	100.0

イ 消費者教育・啓発

(ア) 相談窓口の周知

市民しんぶん挟み込みセンター案内広告の全戸配布, 生活情報誌「マイシティライフ」の全戸回覧, 消費者啓発アニメの映画館での放映, センター案内広報物の京都市広報板及び市バス地下鉄への掲示等, 様々な方法, 媒体を活用したセンター窓口案内の周知

(イ) 消費者の自立支援のための教育・啓発の推進

消費者月間講座, 消費者力パワーアップセミナー, 消費者力検定受験対策講座等, 消費者問題に関する各種講座・教室の開催, 消費者教育用教材「消費生活学習すごろく」や啓発動画「kyoto city movie 烏丸御池発☆ミヤコの悪質商法物語～若者を狙う甘いワナ～」のインターネット配信, 「いっせいのおで」や「京(みやこ)・くらしの安心安全情報」等の消費生活情報誌の配布等, 年齢階層等に応じた教育・啓発の推進

《参考》 地方消費者行政活性化基金

1 地方消費者行政に対する国の財政的支援

平成21年度から23年度までの3年間を地方消費者行政の「集中育成・強化期間」として, 都道府県において地方消費者行政活性化基金が造成されるなど, 国から地方への財政的な支援が行われた。

2 造成額

京都府において総額5億2,000万円の基金が造成

3 取崩し期間

平成21年度～24年度（4年間）

4 本市の執行状況

年 度		2 1	2 2	2 3	2 4
交付額 (千円)	単年度	14,942	38,571	54,910	62,000
	累 計	14,942	53,513	108,423	170,423

注 平成21～23年度は決算額を、平成24年度は予算額を計上。

2 消費生活行政を巡る国の動きと京都市の課題

(1) 平成25年度以降の地方消費者行政

… 別紙5参照

「集中育成・強化期間（平成21年度～23年度）」後の地方消費者行政の充実・強化に向けた国の支援の在り方

⇒ 消費者庁平成25年度予算概算要求

- ・ 地方消費者行政活性化交付金の創設

(2) 消費者教育の推進

… 別紙6参照

消費者教育の推進に関する法律の施行（平成24年12月13日）

⇒ ・ 消費者教育推進計画の策定（努力義務）

国が定める基本方針及び府が定める消費者教育推進計画を踏まえ、本市区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を策定

- ・ 消費者教育推進地域協議会の設置（努力義務）

本市の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の本市関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を設置

(3) 食品表示の一元化

… 別紙1, 別紙2, 別紙7参照

食品衛生法、農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）及び健康増進法の3法の食品表示制度に関する規定を新たな法律により一元化

⇒ 本市が定める商品等表示基準及び単位価格表示基準の見直しの検討

○京都市消費生活条例第14条第1項の規定に基づく商品等表示基準

昭和56年1月8日

告示第206号

京都市消費生活条例第14条第1項の規定に基づく商品等表示基準

京都市消費生活条例第14条第1項の規定に基づき、包装食品の品質表示基準を次のとおり定める。

1 適用範囲

この基準は、別表に掲げる食品で、容器包装に入れられたもの(以下「包装食品」という。)に適用する。

2 表示事項

事業者が包装食品を供給するに当たって表示すべき事項は、別表に掲げる食品の区分に応じ、同表表示事項欄に掲げるとおりとする。

3 表示方法

表示の方法は、別表表示方法欄に掲げるもののほか、次のとおりとする。

- (1) 食品の容器又は包装の見やすい箇所に印刷し、押印し、又はラベルをはり付ける等の方法によること。
- (2) 表示に用いる文字は、日本工業規格8ポイントの活字以上の大きさで、地色と対象的な色とすること。

4 実施時期

この基準は、昭和56年6月1日から実施する。ただし、農産物つけ物及び油で揚げた菓子に関する部分は、昭和56年9月1日から実施する。

附 則(平成8年12月26日告示第311号)

改正 平成9年5月22日告示第115号

(実施日)

- 1 改正後の基準は、平成8年12月26日(以下「実施日」という。)から実施する。

(経過措置)

- 2 充てん豆腐以外の豆腐、豆腐加工品及び生めん類のうち、実施日から平成11年3月31日までに製造され、加工され、又は輸入されるものについては、別表に定める事項のほか、次のいずれかに準じて製造年月日を表示しなければならない。

- (1) 製造年月日 平成8年〇月〇日
- (2) 8.〇.〇製造
- (3) 1996.〇.〇製造

- 3 改正後の基準及び前項の規定にかかわらず、平成9年3月31日までに製造され、加工され、又は輸入される包装食品の品質表示については、なお従前の例によることができる。

附 則(平成9年5月22日告示第115号) 抄
(実施日)

- 1 改正後の基準は、平成9年6月1日から実施する。

附 則(平成13年12月27日告示第361号)
(実施日)

- 1 改正後の基準は、平成14年1月1日(以下「実施日」という。)から実施する。

(経過措置)

- 2 改正後の基準にかかわらず、実施日までに製造され、加工され、又は輸入される包装食品の品質表示については、従前の例によることができる。

附 則(平成17年9月30日告示第326号)
改正後の基準は、平成17年10月1日から施行する。

別表

食品名	表示事項	表示方法
1 プレミックス類(ホットケーキミックス、天ぷら粉その他これらに類する調整粉をいう。)	1 使用上の注意	1 使用上の注意は、開封後の取扱方法、調理方法等を表示すること。
2 生めん類	1 なま、ゆで、むし等の別	1 なま、ゆで、むし等の別は、「なま(生)」、「ゆで」、「むし(蒸)」又は「油揚」の名称で表示すること。 ただし、なま、ゆで、むし等の表示が商品名又は品名に表示されているもの及びぎょうざの皮類にあつては、表示を省略することができる。
3 つくだ煮類及び煮豆	1 使用上の注意	1 使用上の注意は、開封後の取扱方法等を表示すること。
4 焼肉のたれ類	1 使用上の注意	1 使用上の注意は、開栓後なるべく早く食べる必要がある旨を表示すること。
5 ふりかけ類	1 使用上の注意	1 使用上の注意は、開封後の取扱方法を表示すること。
6 緑茶	1 使用上の注意	1 使用上の注意は、開封後の取扱方法等を表示すること。

7 インスタントコーヒー	1 使用上の注意	1 使用上の注意は、開封後の取扱方法等を表示すること。
8 カレールウ	1 使用上の注意	1 使用上の注意は、開封後の取扱方法等を表示すること。
9 調理冷凍食品(農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律第19条の8第2項の規定に基づき品質表示基準が定められているものを除く。)	1 原材料配合割合 2 使用上の注意	1 原材料配合割合は、商品名に原材料の一部の名称が付けられた製品にあつては、当該原材料の配合時の標準配合比をパーセントの単位で単位を明記して表示すること。 2 使用上の注意は、解凍方法、調理方法等を表示すること。

○京都市消費生活条例第15条第1項の規定に基づく単位価格表示基準

昭和52年11月10日

告示第122号

京都市消費生活条例第15条第1項の規定に基づく単位価格表示基準

京都市消費生活条例第15条第1項に規定する単位価格表示基準を次のように定め、昭和53年1月10日から実施する。

1 品目等の指定

(1) 品目の指定

単位価格(商品ごとの質量、体積、長さ等の基準量当たりの価格をいう。)を表示すべき品目は、別表に掲げるものとする。ただし、銘柄、品種及び品質の異なる商品の詰合せ品は、対象としない。

(2) 基準量及び単位

単位価格の表示に用いる基準量及び単位は、別表に掲げるとおりとする。ただし、製造業者又は輸入業者が計量法に規定されている計量単位又は商慣習上の計量単位を用いている場合は、その単位で表示することができる。

2 表示方法の指定

(1) 表示の方法

単位価格を表示する方法は、次に掲げる方法の1又は2以上の組合せによるものとする。

ア 商品の包装にラベルをちょう付するなど直接に表示する方法

イ 商品の近くに下げ札又は置き札で表示する方法

ウ 商品の陳列だなにラベルをちょう付又は差込み表示する方法

エ 同種商品をまとめて一覧表にし表示する方法

(2) 表示事項

前項に規定する表示方法により表示する事項は、次のとおりとする。

ア 面前計量販売の場合

商品名、基準量及び単位、単位価格

イ その他の場合

商品名、基準量及び単位、単位価格、内容量、販売価格

(3) 単位価格の算出方法

単位価格は、販売価格を当該商品の内容量で除して得た値の有効数字3けた(4けた目を四捨五入)に、別表の基準量を乗じて算出するものとする。

3 事業者の指定

単位価格の表示を行うべき事業者は、次のとおりとする。

- (1) セルフサービス方式による店舗の面積が100平方メートル以上の店舗で小売業を営む者

- (2) 店舗面積が3,000平方メートル以上の店舗において小売業を営む者。ただし、当該店舗における出店契約者で店舗の契約面積が100平方メートル未満のものを除く。
- (3) 消費生活協同組合法に基づく組合
- (4) 農業協同組合法に基づく組合及びその連合会

附 則(平成17年9月30日告示第325号)

改正後の基準は、平成17年10月1日から施行する。

別表

1 加工食品

品目名	基準量	単位
1 ジャム	100	グラム
2 チーズ	100	グラム
3 ベーコン	100	グラム
4 ハム	100	グラム
5 ソーセージ	100	グラム
6 たらこ	10	グラム
7 食用油	100	グラム
8 しょうゆ	100	ミリリットル
9 ソース	100	ミリリットル
10 マヨネーズ	100	グラム
11 ケチャップ	100	グラム
12 食酢	100	ミリリットル
13 化学調味料	10	グラム
14 風味調味料	10	グラム
15 砂糖	100	グラム
16 緑茶	10	グラム
17 紅茶	10	グラム
18 インスタントコーヒー	10	グラム
19 ココア	10	グラム
20 インスタント粉末クリーム類	10	グラム
21 果実飲料	100	ミリリットル
22 清涼飲料	100	ミリリットル
23 即席カレールー	10	グラム

2 生鮮食品

品目名	基準量	単位
1 ばれいしょ	100	グラム
2 にんじん	100	グラム
3 たまねぎ	100	グラム
4 バナナ	100	グラム
5 精肉	100	グラム

3 日用品

品目名	基準量	単位	
1 合成洗剤	(粉末)	100	グラム
	(液体)	10	ミリリットル
2 粉末石けん	100	グラム	
3 トイレトペーパー	10	メートル	
4 ティッシュペーパー	10	枚	
5 ちり紙	10	枚	
6 シャンプー	10	ミリリットル	
7 ヘアーリンス	10	ミリリットル	
8 練歯みがき	10	グラム	

○ 京都市消費生活条例第17条第1項の規定に基づく包装基準

昭和59年10月4日

告示第166号

京都市消費生活条例第17条第1項の規定に基づく包装基準

京都市消費生活条例第17条第1項の規定に基づき、包装基準を次のとおり定める。

1 適用範囲

この基準は、宝石類、貴金属類並びに極めて高価な美術工芸品及びこれに準ずるものを除くすべての商品の包装(消費者が直接手にしたときの包装をいい、容器を用いる包装を含む。以下同じ。)に適用する。

2 適正な包装の基準

事業者が守るべき適正な包装の基準は、次のとおりとする。

- (1) 必要以上の過大な包装(以下「過大包装」という。)でないこと。
- (2) 消費者に危害を及ぼすことのない安全な包装であること。
- (3) 省資源及び廃棄物処理の観点から見て適切な包装であること。
- (4) その他消費者の適正な商品選択を妨げない包装であること。

3 過大包装

- (1) 2(1)の過大包装とは、次のいずれかに該当する包装とする。ただし、商品群の特性等により次のいずれかに該当することについてやむを得ない事情があると認められるときは、この限りでない。

ア 空間容積(包装容積から内容品体積を控除した容積をいう。)が包装容積の20パーセント以上であるもの

イ 包装経費(商品の販売価格から内容品の販売価格を控除した額をいう。)が内容品の販売価格の15パーセント以上であるもの

ウ 「あげぞこ」、「がくぶち」、「めがね」、「あんこ」、「えんとつ」、「十二単衣」等の方法により内容品を実質以上に見せかけているもの

エ 二次使用機能(内容品の保護、内容品の品質の保全等の一次的機能を果たした後の使用機能をいう。)を偽装したもの

オ 商品の詰め合わせ、抱き合わせ等により空間容積又は包装経費が必要以上であるもの

- (2) (1)アの包装容積及び内容品体積の算出方法は、別表第1のとおりとする。
- (3) (1)ウの「あげぞこ」、「がくぶち」、「めがね」、「あんこ」、「えんとつ」及び「十二単衣」の意義は、別表第2のとおりとする。

4 実施時期

この基準は、昭和60年3月1日から実施する。

附 則(平成17年9月30日告示第327号)

改正後の基準は、平成17年10月1日から施行する。

別表第1

区分	算出方法
包装容積	<ol style="list-style-type: none"> 1 直方体の包装については、その実質の容積を算出する。 2 外箱及び内箱から成る直方体の包装については、内箱の縦及び横の長さ並びに高さを測定して容積を算出する。ただし、内箱の高さを超えて内容品が収納されているときは、その収納された状態において最も高い内容品の部分の高さを内箱の高さとみなして算出する。 3 1及び2により難い包装については、その形状等を考慮して容積を算出する。
内容品体積	<ol style="list-style-type: none"> 1 直方体の内容品については、その実質の体積を算出する。 2 円すい形、円筒形等の内容品については、当該内容品を収納することができる最小の直方体の体積を当該内容品の体積とみなして算出する。 3 1及び2により難い内容品については、その形状等を考慮して体積を算出する。

別表第2

区分	意義
あげぞこ	外見から容易に判明しないような方法で包装の底を上げ、又は底を上げるのと同様のことをすること。
がくぶち	包装に額縁状の広い幅の縁取りをすること。
めがね	包装に切り抜きをして、中が見える部分にのみ内容品を入れること。
あんこ	包装の底又は個々の内容品の間に紙片、木毛セロハン等を詰めること。
えんとつ	包装の中に空洞を作ること。
十二単衣	幾重にも包装を重ねること。

京都市消費生活基本計画（第2次計画）に係る平成24年度実施計画

重点課題	潜在化している消費者被害の掘り起こし
推進施策名	推進施策7 相談機能の強化と相談しやすい環境の整備
取組期間	平成23年度～平成24年度
趣 旨	国民生活白書（平成20年版）によると、消費者被害に遭った人の相談先の調査で「どこにも相談することも伝えることもしなかった」という回答が33.7%で最も高い割合となっており、また、本市のアンケート調査においても、市民生活センターを知らないという人が3割弱という結果が出ていることから、こうした潜在化している消費者被害を掘り起こす必要がある。
目 標	消費生活相談件数の増加
取組の基本的な方向	○ 様々な手法、媒体を活用した相談窓口の周知 ○ 消費者の相談機会の拡充

当年度の取組	
目 標	「はばたけ未来へ！京プラン」実施計画に掲げる平成24年度の目標値を目指す。 (平成23年度8,380件 → 平成24年度8,750件)
実施予定事業	<p>1 相談窓口の周知（文化市民局消費生活総合センター）</p> <p>(1) 市民しんぶん挟み込みセンター案内広告の全戸配布 センターの案内広告を市民しんぶんに挟み込み、全戸配付することにより、センターの周知を図る（年2回）。</p> <p>(2) 生活情報誌「マイシティライフ」の全戸回覧 自治会等单位での回覧方式により、生活情報誌「マイシティライフ」の全戸回覧を行う（年2回）。</p> <p>(3) 消費者啓発アニメの映画館での放映 消費者啓発用アニメーションを作成し、市内の映画館で本編開始前に放映する。</p> <p>(4) センター案内広報物の京都市広報板及び市バス・地下鉄への掲示 ア 消費者月間（5月）に合わせて、消費生活相談窓口の周知ポスターを作成し、京都市広報板及び市バス・地下鉄車内等に掲示する。 イ 地下鉄駅構内や市バス車体にセンター案内広告を掲示する。</p> <p>2 相談体制の強化（文化市民局消費生活総合センター）</p> <p>(1) 消費生活相談支援事業 消費生活相談に寄せられる相談のうち、高度な法律知識が必要な相談案件について、弁護士が支援する仕組みを構築する。</p> <p>(2) 消費生活専門相談員に対する研修の充実</p> <p>3 消費者の相談機会の拡充（文化市民局消費生活総合センター）</p> <p>(1) インターネットによる相談の実施</p> <p>(2) 土・日・祝日電話相談の実施 土曜日、日曜日及び祝休日（年末年始を除く。）の電話による消費生活相談業務をNPO法人に委託し、午前10時から午後4時まで、電話による市民からの相談に応じる。</p>

京都市消費生活基本計画（第2次計画）に係る平成24年度実施計画

重点課題	不招請勧誘による消費者被害の防止
推進施策名	推進施策13 取引行為に関する制度の検討
取組期間	平成23年度～平成24年度
趣 旨	高齢者等の消費者被害を防止するため、消費者が希望しない契約に係る勧誘行為の規制等、消費者被害に遭わないための制度について検討し、被害の未然防止策を講じる。
目 標	不招請勧誘による被害の未然防止策の構築
取組の基本的な方向	<ul style="list-style-type: none"> ○ 消費生活審議会における調査及び審議 ○ 市民の意識及び実態の把握

当年度の取組	
目 標	不招請勧誘による消費者被害の防止に向けた取組の推進
実施予定事業	<p>1 「迷惑な訪問販売・訪問買取りお断りシール」の全戸配布 <small style="display: block; text-align: right;">（文化市民局消費生活総合センター）</small> 7月に、市民しんぶん区版と併せて全戸配布する。</p> <p>2 消費生活条例施行規則の改正（文化市民局消費生活総合センター） 6月に公布し、審議会に報告するとともに事業者への周知に努め、8月に施行する予定である。</p>

京都市消費生活基本計画（第2次計画）に係る平成24年度実施計画

重点課題	高齢者等の消費者被害を未然に防止するための見守りの仕組みづくり
推進施策名	推進施策16 身近な支援の仕組みづくり 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23年度～平成25年度
趣旨	本市では、高齢者等を見守る様々な事業を複数の部局において実施している。また、一方で、大学、商店街、福祉関係機関等との連携の下に取組を進めている地域もあり、こうした庁内関係課及び市民ボランティアとの連携による見守りの仕組みづくりが必要である。
目標	高齢者等への消費者被害情報等の迅速な伝達・発信の仕組みづくり
取組の基本的な方向	○ 市民ボランティアの育成及び登録の促進 ○ 庁内関係課の連携強化 ○ 情報を必要としている人に確実に届けるための情報発信の在り方の検討

当年度の取組	
目標	本市が関わる市民ボランティア等の育成強化及び庁内関係課の連携強化 (当面、高齢者を対象とした見守りの仕組みづくりについて)
実施予定事業	<p>1 高齢者を見守る仕組み（庁内関係課の取組）</p> <p>(1) 「くらしのみほりたい」事業（文化市民局消費生活総合センター） 消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、身近な地域において、日常生活の中での「目配り」、「気配り」、「声掛け」による高齢者の見守りや、消費生活総合センターへの相談を奨励する市民ボランティアを募集する。</p> <p>(2) 消費者月間講座「広げよう！見守りの輪」～高齢者を消費者トラブルから守るために～（文化市民局消費生活総合センター） 高齢者の見守り活動を行う方や消費者問題に関心のある市民を対象とした講座を、消費者月間である5月に開催する。</p> <p>(3) 一人暮らしお年寄り見守りサポーター事業（保健福祉局長寿福祉課） 暮らしや仕事の場で、一人暮らしのお年寄り等への目配りを行い、サポートが必要な場合に地域包括支援センターへ連絡、相談する「一人暮らしお年寄り見守りサポーター」（平成23年2月末13、351名）を対象とした学習会を、地域包括支援センターとの連携強化の観点から、開催する。</p> <p>(4) 認知症あんしんサポーター、認知症あんしんサポートリーダーの養成事業（保健福祉局長寿福祉課） 地域や職場等での認知症に関する正しい理解や対応方法の普及・啓発のため、認知症あんしんサポーター養成講座を開催するとともに、その講師となる認知症あんしんサポートリーダーを養成する。また、平成24年度は、サポーターの活性化のため、「認知症あんしんサポーターアドバンス講座」の開催回数を増加する。</p> <p>(5) 老人福祉員制度（保健福祉局長寿福祉課） 市長から委嘱され、主に一人暮らしの高齢者を訪問し、安否確認や話し相手となること等により、地域の高齢者を見守る。</p> <p>(6) 民生委員・児童委員制度（保健福祉局地域福祉課） 厚生労働大臣から委嘱され、担当地域において、関係機関・団体やボランティアと協力しながら、福祉に関する相談・援助活動を行う。</p> <p>(7) 地域包括支援センター業務（保健福祉局長寿福祉課） 福祉の専門職や看護師等の資格を有する相談員が相談に応じるとともに、各種サービスの紹介や利用申請手続を含む関係機関との連絡調整等、高齢者の総合的な支援を行う。平成24年度は、センターの専門職員を大幅に増員するとともに、一人暮らしの高齢者約7万世帯への、センターの専門職員による全戸訪問活動を実施する。</p>

(8) 日常生活自立支援事業 (保健福祉局地域福祉課)

京都市社会福祉協議会において、認知症高齢者、知的障害者及び精神障害者等、判断能力が不十分なため福祉サービスを十分に利用できない方に対して、福祉サービスの利用手続や日常的な金銭管理等を援助する制度として、同事業を実施している。

(9) 認知症の人も安心して暮らせるまちづくり事業 (左京区役所支援課)

商店に対して「高齢者に優しい店」を目指すことを奨励し、高齢者に「高齢者に優しい店」に関する情報を広く提供するなど、地域の団体、大学、商店街と協働で事業を推進する。

< (参考) 高齢者に限定しない地域等での見守り活動 >

○ 学区の安心安全ネット継続応援事業 (文化市民局くらし安全推進課)

学区単位の安心安全ネットを定着、発展させるため、補助制度の創設や防犯活動支援物品 (防犯用具) の貸出し等を実施する。

○ 学生防犯ボランティア等若い世代への支援と合同啓発等

(文化市民局くらし安全推進課)

NPO等の市民活動団体等や大学生への支援と連携を図り、多様な人材を採り入れるため、学生防犯ボランティア (京都府警察の登録制度、愛称ロックモンキーズ) の事業支援、合同啓発の実施、NPO等との連携による出前講座等を実施する。

○ ごみ収集福祉サービス (通称 まごころ収集) (環境政策局まち美化推進課)

ごみ出しが困難な方もごみ出しが円滑にできるよう、高齢者や障害のある方等の生活支援の一つとして、定期的に自宅の玄関先までごみの回収に伺う「ごみ収集福祉サービス」を市内全域で実施する。

2 連携の仕組みづくり

○ 消費生活行政推進会議における庁内関係課の連携策の検討

(文化市民局消費生活総合センター)

京都市消費生活基本計画（第2次計画）に係る平成24年度実施計画

重点課題	家庭における消費者力向上のための支援
推進施策名	推進施策19 様々な媒体を用いた情報の発信 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23年度～平成25年度
趣 旨	東日本大震災によって、生活物資の買いだめ等、消費生活に関わる様々な課題が浮き彫りとなり、消費者としての在り方が問われる中、家庭において、日常の消費生活に必要な基礎的な生活力を習得し、親から子への伝播が図れるよう、家庭の教育力向上のための支援を行っていく。
目 標	子育て世代の消費者力向上と次世代への継承の促進
取組の基本的な方向	○ 消費者力の向上を支援する教育教材の整備 ○ 家庭に向けた情報発信の強化

当年度の取組	
目 標	消費者力向上に取り組む契機となる教育教材の提供
実施予定事業	<p>1 消費生活学習すごろくのインターネット配信（文化市民局消費生活総合センター） 平成23年度に作成した、消費生活に関する様々な問題について、主に小学校高学年及び中学生とその家族が楽しみながら学ぶことができる学習すごろくをインターネットで配信する。</p> <p>2 消費生活冊子「いっせいのおで」の配布（文化市民局消費生活総合センター） 市民に、京都に暮らす消費者として、本当の豊かさとは何か、自らの生活について今一度考えてもらう契機となるよう、平成23年度に作成した消費生活冊子「いっせいのおで」を、区役所・支所等で配布する。</p> <p>3 こどもエコライフチャレンジ推進事業（環境政策局地球温暖化対策室） 全市立小学校の児童が「子ども版環境家計簿」を使って、夏休み又は冬休み期間中に、各家庭で3R等の省エネ・省資源の取組を進めることにより、家庭でのライフスタイルの見直し及びエコライフの実践・継続を図る。</p> <p>4 総合環境情報誌の作成、配布（環境政策局循環企画課） ごみの発生抑制、再使用を促進するため、減量・リサイクルに関する冊子、チラシ等を作成し、周知・啓発を行う。</p> <p>5 「親子で朝ごはんBOOK」の配布（保健福祉局保健医療課） 新「京（みやこ）・食育推進プラン」に掲げる目指す姿「～少しでもできるところから五つの京（きょう）食～」の「みんなで毎日しっかり「朝食」朝の今日（きょう）食」の実現に向けて、親子で朝食作りを楽しめる簡単レシピ、バランスよく食べるコツ等を紹介した冊子を保健センター等で配布する。</p> <p>6 「子どもの事故防止実践マニュアル」及び「子どもの事故の応急手当マニュアル」の配布（保健福祉局保健医療課） 子どもの事故発生原因とその防止策や事故が起こった場合の適切な応急手当の方法等を掲載したマニュアルを新生児が生まれた全ての家庭に送付するほか、子どもの事故防止をはじめとして、子どもの健やかな成長を支援する施設「京（みやこ）あんしん子ども館」の見学者に配布する。</p> <p>7 DVD「京の旬野菜」の貸出し（産業観光局農政企画課） 旬の時期に出荷される「京の旬野菜」の魅力、栽培や収穫の風景、おいしい食べ方などを収録したDVDの貸出しを行っている。</p>

消費者庁 平成25年度予算概算要求について

平成24年9月7日
消費者庁

1. 概要

- 最重点事項は「地方消費者行政活性化基金」終了後における新たな財政措置。来年度以降においても、地方自治体の消費者行政への積極的な取組を支援できるよう、財源の確保に当たる。
- また、重点事項として、以下について予算要求を行う。
- ・食品と放射能に関するリスクコミュニケーションの推進
 - ・高齢者の消費者トラブルの防止
 - ・消費者教育の推進
 - ・消費者事故調査体制の確立
 - ・公共料金の決定過程における透明性と消費者参画の確保
 - ・国民生活センターの国への移行
 - ・被災4県の消費者行政への支援
- 概算要求額は、一般会計と東日本大震災復興特別会計（復興庁一括計上）の合計で 134.4億円（平成24年度予算（93.4億円）比43.9%増）、一般会計のみで 124.9億円（平成24年度予算（88.7億円）比40.8%増）。

2. 各要求のポイント

注：※… 東日本大震災復興特別会計（復興庁一括計上）
★… 「重点要求」枠（「日本再生戦略」関連）

（ ）内は今年度予算額

最重点事項

○「地方消費者行政活性化交付金」の創設

40.6億円★（新規）

「地方消費者行政活性化基金」終了後においても地方自治体の消費者行政への積極的な取組を支援するための財源として、以下の内容からなる毎年度ごとの「交付金」を創設する。

1) 市町村における基礎的な取組の下支え

- ：「集中育成・強化期間」で整備された地方消費者行政体制の維持・充実
- センター設置・窓口新設 ～日本中の全自治体での窓口設置を目指す
 - 消費生活相談員の配置と処遇改善 ～相談体制の更なる充実・強化

○消費生活相談員の養成、レベルアップ ～相談業務の質の向上

- ・講習の開催、研修への派遣等

○都道府県による市町村支援

- ・巡回相談等によるバックアップ など

2) 消費者問題に対する解決力の高い地域社会づくり

：先進的・モデル的事業（消費者団体等多様な主体との連携事業等）を含む。

○消費者教育推進法の成立を踏まえた消費者教育・啓発の促進

- ・各種消費者教育・啓発の取組
- ・高齢者の消費者トラブルの防止※
- ・リスクコミュニケーション※

○その他

- ・消費者安全法に基づく取組の促進 など

※「消費者安心アクションプラン」関連施策（総理から策定指示（平成24年7月20日））

重点事項

○食品と放射能に関するリスクコミュニケーション

54百万円※（26百万円※）

食品と放射能に関する消費者の理解を広げるために、リスクコミュニケーションを推進する。新規事業として、栄養士、保健師、消費生活相談員、地方自治体の衛生担当者を対象に、各地域でのリスクコミュニケーションの推進者を養成するための研修会を開催する。また、引き続き、各省連携シンポジウムや、地域の消費者団体との連携による開催に加え、特に子育て世代の参加が容易となるような形でのリスクコミュニケーションの実施に取り組む。

○高齢消費者の二次被害防止モデル事業

58百万円★（新規）

高齢消費者に対する悪質商法の二次被害を防止するため、(1)注意喚起（定期的な電話による見守り）と、(2)悪質商法の手口公表・行政処分（協力を希望する高齢者宅に通話録音装置を配置し、情報や証拠を収集）の双方を強化する。地方自治体と連携したモデル事業として、被害防止と法執行強化の効果を実証し、各地域への展開を図る。

○消費者教育の総合的・一体的推進のための施策の展開

55百万円（45百万円）

「消費者教育の推進に関する法律」の成立・施行を踏まえ、同法に基づき新たに消費者庁に設置される「消費者教育推進会議」を、地域と連携しつつ全国のブロック単位で開催。また、消費者教育の対象領域及びライフステージごとに対応した消費者教育用副教材を、関係省庁と連携しつつ他の関連する教育も踏まえ作成するなど、更なる消費者教育の充実強化を図る。

○「消費者安全調査委員会」による事故調査体制の確立

173百万円（85百万円）

先般成立した「消費者安全法の一部を改正する法律」が本年10月1日から施行され、専門家による独立・公正な事故調査機関として「消費者安全調査委員会」が発足する。来年度については、事故調査のための予算を平年度化し（24年度については半年度分）、生命・身体分野の消費者事故等について幅広く、事故原因の究明と再発・拡大防止のための提言を行うための体制を確立・強化する。

○「物価モニター制度」の創設・「公共料金に関する研究会」の開催

45百万円（16百万円）

消費税率の引上げによる影響等を含め、生活関連物資等の価格動向を正確・迅速に把握し、消費者への適切な情報提供を行うため、「物価モニター制度」を創設する。また、公共料金決定過程の透明性、消費者参画の機会確保などを検討するため、有識者や消費者団体関係者からなる「公共料金に関する研究会」を継続的に開催する。

○国民生活センターの国への移行

30.7億円（うち3.8億円★）（28.1億円）

国民生活センターを「特別の機関」に移行するための予算措置を行う（具体的には、平成26年1月を想定して、独立行政法人の運営費交付金を「特別の機関」の公務員人件費、政策経費、庁費等に再編する予算要求）。併せて、越境取引相談・土日祝日相談、消費者安全調査委員会と連携して行う商品テスト、消費者教育推進法の施行を踏まえた新たな研修など、国民生活センターの機能強化を図るための予算を増額する。

○被災4県の消費者行政への支援

825百万円※（364百万円※）

被災4県（岩手・宮城・福島・茨城）のみは「地方消費者行政活性化基金」が平成25年度まで延長されており（他の都道府県は24年度末に終了）、震災・原発事故を受けた緊急対応（食品等の放射性物質検査、食の安全性等に関する消費生活相談対応等）に活用されているところ、平成25年度事業分の経費を上積みする必要があるため、24年度に引き続き、増額措置を行う。

平成25年度予算概算要求（内訳）

別紙1

（単位：百万円）

項目別	24年度 予算額	25年度 要求額	比較 増減額
【消費者庁政策費(通常要求)】			
○消費者行政の企画立案	110	105	△ 5
○越境消費者トラブルへの対応	47	68	21
○消費者の財産被害に関する情報の集約・分析・対応	63	61	△ 2
○消費生活に関する制度の企画・立案・推進	64	62	△ 2
○公益通報者保護の推進	24	19	△ 5
○個人情報保護の推進	30	26	△ 4
○消費者に対する教育・普及啓発の企画・立案・推進	75	70	△ 5
○物価対策の推進	16	45	29
○地方消費者政策の推進（「基金」積増し以外）	204	163	△ 41
（「基金」積増し）	500	—	△ 500
○消費者安全に関する啓発の推進	16	7	△ 9
○消費者の安全確保のための施策の推進	179	102	△ 77
○消費者事故調査等の推進	70	142	72
○消費者取引対策の推進	278	241	△ 37
○消費者表示対策の推進	106	96	△ 10
○食品表示対策の推進	195	161	△ 34
【「重点要求」枠】			
○地方消費者行政活性化交付金	—	4,060	4,060
○高齢消費者の二次被害防止モデル事業	—	58	58
○PID-NET追加配備・土日祝日相談・巡回研修	—	382	382
【復興特別会計】 （※復興庁一括計上）			
○食品と放射能に関するリスクコミュニケーション	26	54	28
○被災4県の「地方消費者行政活性化基金」積増し	364	825	461
【その他】			
○国民生活センター運営費（運営費交付金＋国移管後の経費）	2,814	2,687	△ 127
○消費者庁人件費	2,312	2,189	△ 123
○消費者庁一般行政経費	1,764	1,746	△ 18
消費者庁合計額			
義務的経費	2,832	2,726	△ 106
裁量的経費 うち通常要求枠	6,035	5,264	△ 771
うち「重点要求」枠	—	4,500	4,500
東日本大震災復興特別会計	471	954	483
(復興庁一括計上分を含む)	合計	9,338	13,444
		13,444	4,106

消費者教育の推進に関する法律の概要

国と地方の責務と実施事項	
国	地方公共団体
<p>目的(第1条)</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者教育の総合的・一体的な推進 国民の消費生活の安定・向上に寄与 <p>定義(第2条)</p> <p>『消費者教育』</p> <p>消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動 (消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。)</p> <p>『消費者市民社会』</p> <ul style="list-style-type: none"> 個々の消費者の特性及び消費生活の多様性の相互尊重 自らの消費生活に関する行動が将来にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得ることの自覚 公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画 <p>基本理念(第3条)</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費生活に関する知識を習得し、適切な行動に結びつける実践的能力の育成 主体的に消費者市民社会の形成に参画し、発展に寄与できるよう積極的に支援 <p>体系的推進 ・ 幼児期から高齢期までの段階特性に配慮</p> <p>効果的推進 ・ 場(学校、地域、家庭、職域)の特性に対応</p> <ul style="list-style-type: none"> 多様な主体間の連携 消費者市民社会の形成に関し、多角的な情報を提供 非常時(災害)の合理的行動のための知識・理解 環境教育、食育、国際理解教育等との有機的な連携 <p>消費者団体(努力義務)(第6条)</p> <p>～自主的活動・協力</p> <p>事業者・事業者団体(努力義務)</p> <p>～施策への協力・自主的活動(第7条)</p> <p>～消費生活の知識の提供、従業員の研修、資金の提供(第14条)</p>	<p>責務(第4条)</p> <p>消費者教育の推進に関する総合的な施策策定、実施</p> <p>責務(第5条)</p> <p>団体の区域の社会的経済的状况に応じた施策策定、実施(消費生活センター、教育委員会その他の関係機関と連携)</p> <p>財政上の措置(第8条)</p> <p>推進に必要な財政上の措置(地方は努力義務)</p> <p>基本方針(第9条)</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者庁・文部科学省が案を作成・閣議決定 基本的な方向 推進の内容等 <p>消費者教育推進会議(第19条)</p> <p>消費者庁に設置(いわゆる8条機関)</p> <ol style="list-style-type: none"> 構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 基本方針の作成・変更に見意 <p>委員(内閣総理大臣任命)</p> <p>～消費者、事業者、教育関係者、消費者団体・学識経験者等</p> <p>※委員の数等、組織・運営については政令で規定</p> <p>消費者教育推進地域協議会(第20条)</p> <p>都道府県・市町村が組織(努力義務)</p> <ol style="list-style-type: none"> 構成員相互の情報交換・調整～総合的、体系的かつ効果的な推進 推進計画の作成・変更に見意 <p>構成</p> <p>～消費者、事業者、教育関係者、消費生活センター等</p> <p>努力義務(国および地方)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○教材の活用等(第15条) ○調査研究(第17条) ○情報の収集(第18条) <p>義務付け(国・地方)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○学校における消費者教育の推進(第11条) <p>発達段階に応じた教育機会の確保、研修の充実、人材の活用</p> ○大学等における消費者教育の推進(第12条) <p>学生等の被害防止のための啓発等</p> ○地域における消費者教育の推進(第13条) <p>高齢者・障害者への支援のための研修・情報提供</p> ○人材の育成等(第16条)

検討会(座長:池戸重信宮城大学特任教授)は、平成23年9月から12回開催

食品表示の機能:適切な商品選択のための情報提供と、実際にその食品を摂取する段階での安全性の確保

今日的な課題への対応のための食品表示制度の見直し

- ・我が国の食生活をめぐる状況変化への対応
(食生活の多様化、高齢化の進展、様々な情報伝達手段の普及)
- ・諸外国の食品表示制度の動向を踏まえ対応

新たな食品表示制度の基本的な考え方

現行制度の枠組みと一元化の必要性

- 食品衛生法、JAS法、健康増進法のうち、表示部分の一元化
- 分かりやすい食品表示が必要～現行制度は複雑で、消費者、事業者、行政にとって問題

消費者基本法の理念と食品表示の役割

消費者基本法において消費者の権利とされている安全の確保と自主的かつ合理的な選択の機会の確保の両方を実現するために重要な機能

新しい食品表示制度の在り方

- 新制度の目的は、
・食品の安全性確保に係る情報の消費者への確実な提供(最優先)に併せて、
・消費者の商品選択上の判断に影響を及ぼす重要な情報の提供を位置付け
- 食品衛生法とJAS法で定義が異なる用語の統一・整理
- より重要な情報が、より確実に消費者に伝わるようにすることが基本
- 食品表示の文字を見やすく(大きく)するための取組の検討が必要

義務表示事項の範囲

- 表示の義務付けは、表示により情報が得られるというメリットと、表示に要するコストというデメリットを、消費者にとってバランスさせることが重要
- 現行の義務表示事項について、長年の議論も踏まえつつ、情報の確実な提供という観点から検証
- 新たな義務付けを行う際には、優先順位の考え方を活用
～容器包装以外の媒体での情報提供を前提とした容器包装への表示省略も考慮
- 将来的にも必要に応じて見直しできるように法制度とすることが必要

新たな食品表示制度における適用範囲の考え方

中食、外食等におけるアレルギーマ情報情報の取扱い } 専門的な検討の場を別途設け検討
インターネット販売の取扱い }

新たな食品表示制度における栄養表示の考え方

健康・栄養政策における課題

栄養表示が、健全な食生活の実現に向けて重要な役割を果たすことを期待～生活習慣病の増加等に対応

国際的な栄養表示制度の動向

2012年コーデックス委員会総会において、栄養表示の義務化に向けた見直しを合意

栄養表示に関する基本的な考え方

栄養表示の義務化は、消費者側・事業者側双方の環境整備と表裏一体

新しい栄養表示制度の枠組み

- ＜義務化の対象＞
・原則として、全ての加工食品、事業者に義務付け
・対象とする栄養成分は、義務化施行までに幅広く検討

＜表示値の設定方法＞

- ・計算値方式の導入、低含有量の場合の許容範囲の拡大等

栄養表示の義務化に向けての環境整備

- ・計算値方式等の先行導入及びそれらを活用した表示拡大(食品、成分)の推奨
- ・栄養に関する情報についての消費者への普及啓発
- ・公的データベースの整備、計算ツール等の支援ツールの充実

義務化導入の時期

新法の施行後概ね5年以内を旨指しつつ、環境整備の状況を踏まえ決定

本報告書で示された基本的考え方を踏まえ、新法の立案作業に着手
⇒ 成案を得た後、速やかに法案を国会に提出することが適当

加工食品の原料原産地表示 } 一元化の機会に検討すべき項目とは
遺伝子組換え表示など } 別の事項として位置付け