

京都市消費生活基本計画(第2次計画)の 平成27年度重点課題に対する取組状況

重点課題1 様々な主体と連携した消費者教育・啓発 事業の推進

推進施策名	<ul style="list-style-type: none"> ○ 推進施策17 児童, 生徒等への消費者教育の推進 ○ 推進施策18 消費生活のトラブル防止のための学習機会の提供 ○ 推進施策19 様々な媒体を用いた情報の発信
取組期間	平成26年度～平成27年度(平成28年度も継続)
趣旨	関係機関と連携した各種消費者教育・啓発イベントの積極的な開催及び教育現場の意見も取り入れた小中学生に対する消費者教育冊子の作成・配布等, 環境, 食育等の各テーマや, 年齢層に応じた消費者教材の充実により本市消費者教育の推進を図る。
目標	「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)に掲げる施策の着実な推進

(重点課題1) 具体的な取組内容

平成27年度消費者教育教材資料表彰(行政部門)
優秀賞受賞!

1 小学生向け消費者教育教材の発行・配布

「買い物シュミレーション学習キット」

- 教材の特徴
 - ・ 小学校の授業で、日頃の買い物の仕方を学習できるよう、**本市小学校家庭科教育研究会**とともに、教材を作成
 - ・ 商品の情報を見比べ整理しながら、児童が自分なりの考えで一つの商品の購入を決定するシミュレーション(疑似体験)ができるよう工夫

着眼点

- ①用途を考え、比較して選ぶことの大切さが分かること
- ②品質が良いものを選び、適正な価格で購入することができること
- ③マークや品質表示の意味が分かり、適切に選択できること
- ④買い物を通して、社会や環境に影響を与えていることを理解すること



新小学5年生を対象に、市内全小学校・総合支援学校へ配布

平成27年度消費者教育教材資料表彰(行政部門)
優秀賞受賞!

2 中学生向け消費者教育冊子の配布

「めざせ! 消費者市民!」

- 中学生の消費者教育の授業で活用してもらうため、平成26年度に作成した消費者教育冊子「めざせ! 消費者市民!」を増刷し、**市内の全中学校1年生**に配布



(重点課題1) 具体的な取組内容

3 若者向け消費者教育冊子の作成・配布

「知っ得！消費者トラブル 京都買い物語」

○ 冊子の特徴

- ・日本の昔話の主人公が現代の消費者トラブルに遭う漫画やイラストを多数採り入れ、若者の関心、興味をひき、楽しみながら学べる内容
- ・若者が親しみやすいキャラクターを案内役として登場させ、分かりやすく、印象に残る注意喚起を行うことで、学校や家庭などの身近な暮らしの中で、消費生活について考えるきっかけや話題にしていだける内容

○ 掲載内容

- ①桃太郎、「契約」について考える(契約とは?)、②かぐや姫は罪つくり?! (マルチ商法)、③かさ地蔵のネット通販生活(インターネット通信販売)、④浦島太郎の玉手箱ラップ(ワンクリック詐欺)、⑤七夏の誓いに泣く彦星撃沈(カードの危険) など



平成28年3月下旬に、大学コンソーシアム
京都加盟の市内大学33校へ配布

4 消費者団体との協働事業

消費者問題講演会 「地域からつくる日本の明るい未来 ～人口減少社会で消費者が知っておきたいこと～」

- 市民の消費者力の向上を図るとともに、消費者団体の活動を支援するため、消費者団体自らが企画するイベント等の啓発事業を開催

※ 消費者団体 特定非営利活動法人京都消費生活有資格者の会

- ・開催日時:平成28年2月27日(土)午前10時～11時30分
- ・開催場所:ハートピア京都 3階大会議室
- ・内 容:消費者問題講演会
講師 藻谷浩介氏/(株)日本総合研究所主席研究員
- ・参加者数:133名

- その他、消費者の自立支援を図るため、京都生活協同組合、NPO法人コンシューマーズ京都との共催により、消費者トラブル対処法、マイナンバーのテーマを設定し、「消費者カパワーアップセミナー2015」を実施。合計5回 190名参加

(重点課題1) 具体的な取組内容

5 幅広い年代を対象とする参加型イベントの開催

「消費生活フェスタ2015」

- 消費者教育推進の機運を高めるとともに、市民一人ひとりの消費者力の向上を図るため、消費生活に係る情報の発信、消費者団体による自主的取組の紹介、幼児期から高齢期までの年齢階層に応じた消費生活に関する学習機会を提供するため、市民参加型イベントを開催
- なお、平成27年度から消費生活フェスタと名称を変更し、環境政策局のエコまちフェスタ、保健福祉局のやんちゃフェスタ、市民すこやかフェア、と合同で開催



ラジオ公開生放送中の光景

- ・開催日時:平成27年11月28日(土)午前10時～午後3時30分
- ・開催場所:みやこめっせ
- ・内 容:①ステージ企画 KBSラジオ公開生放送 等
②ブース展示 消費生活クイズ 等
- ・参加者数:2,751名

6 消費者市民社会を考えるイベントの開催

「MAKING OUR MARKET KYOTO 2016」

- 消費者一人ひとりが、自分のことだけでなく周りの人々や次世代のこと、社会・経済・環境に影響することまで思いをはせて行動する消費者について考え、具体的に取り組んでいきかけ作りとして、京都でフェアトレード※1の普及に向け活動している事業者、大学生等と、広く連携・協働したイベントを開催



※1 フェアトレード・・・開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す「貿易の仕組み」

- ・開催日時 平成28年1月16日(土)～1月31日(日)の16日間
- ・開催場所 KYOCA(京都市下京区朱雀正会町1-1)ほか
- ・内 容 ①フェアトレードに関する講演
②事業者・参加者等によるグループ討議 等
- ・参加者数:596名

(重点課題1) 具体的な取組内容

7 ホームページによる情報発信の充実

- 消費生活相談機能と消費者問題解決力の強化を図るため、消費生活総合センター独自のホームページを作成し、悪質商法の注意喚起等を分かりやすく伝えていくとともに、消費生活相談窓口の更なる周知を図る。
- なお、市内在住の留学生等、様々な方に対し、消費者問題に関する情報を発信するため、多言語対応(英語、中国語、ハンガール語・朝鮮語)としている。

<http://kyoto-soudan.jp/>



重点課題2 高齢者等の消費者被害を防止するための取組の推進

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18 消費生活のトラブル防止のための学習機会の提供 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26年度～平成27年度(平成28年度も継続)
趣旨	高齢者等への消費者被害情報等の迅速な伝達・発信
目標	高齢者等の消費者被害未然防止のための相談体制及び啓発の強化

(重点課題2) 具体的な取組内容

1 消費生活相談体制の強化及び消費生活専門相談員等による出前講座

- 複雑化・困難化する消費生活相談に対応するため、消費生活専門相談員を1名増員(11名→12名)
 - 地域や各団体の研修会や会合等に、消費生活専門相談員等を講師として派遣し、悪質商法の手口や対処方法を説明
 - また、必要に応じて「京(みやこ)・くらしのサポーター」を派遣し、寸劇を交えて分かりやすく説明する講座を実施
- <平成27年度出前講座実施件数及び参加者数>
69件 2,285名 (うち「京(みやこ)・くらしのサポーター」の派遣は7件)
(平成26年度 67件 2,173名, うち「京・くらしのサポーター」の派遣は5件)
- <主な派遣先>
- ・各地域包括支援センター, 各社会福祉協議会 計34件
 - 上記の取組により、「京(みやこ)・くらしのサポーター」1名に対し、消費者庁から「ベスト消費者サポーター章」※が授与され、平成28年6月6日に京都市役所において、表彰伝達式を行い、消費者庁長官に代わり、京都市文化市民局長から書状と記念品をお渡しした。



※「ベスト消費者サポーター章」
平成21年9月の消費者庁設立を契機に「消費者支援活動に顕著な功績があり、広く社会に紹介するに足りると認められた者」への表彰を目的に設立されたもの

2 落語を採り入れた消費生活イベントの開催

「南光さんと一緒に落語で考えよう！消費者問題」

- 消費生活トラブルに関する相談の中でも高齢者に関する相談は、近年大きな割合を占めるようになってきている。
 - 消費者問題への理解を深め、消費者被害の未然防止を図るため、高齢者や高齢者の見守りを行う人々に、消費生活に関する話題を分かりやすく伝え、親しみやすく、楽しみながら学べるよう、日本の伝統芸能である「落語」を採り入れ、印象に残るよう工夫した消費者啓発事業を実施
- ・開催日時: 平成27年12月13日(日)午後1時30分～午後4時
 - ・開催場所: 京都産業会館シルクホール
 - ・内 容: ①落語講演
②落語家, 京都府警, 消費生活専門相談員等による消費者問題の座談会
 - ・参加者数: 690名

南光さんと一緒に落語で考えよう!
消費者問題

日時: 平成27年12月13日(日)
開場: 午後1時～(開演: 午後1時30分)

場所: シルクホール
〒605-0855 京都市南区九条5丁目1番1号 京都産業会館8階
(最寄駅は地下鉄九条駅です。)
会場へは、各バス・地下鉄が便利です。

参加費 無料!
ただし、抽選会のみ
参加費がかかります。

プログラム

第一部 落語 (演目は当日のお楽しみ!)

桂 二乗
桂 米常
桂 南光

第二部 座談会

桂 南光
志部淳之介(弁護士)
京都府警察職員
消費生活専門相談員(京都部)
中井雅之(司会)

定員: 700名(自由席) ※お申し込みが多数の場合は抽選となります。
※2日 会場での立席観覧・座席観覧はごめたくていただきます。

参加お申込みは... 京都いつでもコール
電話 075-661-3755 FAX 075-661-5855 (席の申込混雑もご考慮ください。)

インターネット 京都市 申込受付中のイベント で検索してください。

(重点課題2) 具体的な取組内容

3 京(みやこ)・くらしの安心安全情報の発行

- 最新の悪質商法等に対する注意喚起や消費生活情報の提供を目的として、「京・くらしの安心安全情報」を2箇月に1回発行
- 配布先として、市役所本庁舎、区役所・支所、各区社会福祉協議会、図書館の他、「**地域包括支援センター**」に電子メールで配信

＜平成27年度における最新の悪質商法等に対する注意喚起や消費生活情報の提供事例＞

- ・ 訪問販売によるリフォーム工事等にご注意ください！
- ・ 注文していない商品の送りつけにご注意ください！
- ・ 「臨時福祉給付金」「子育て世帯臨時特例給付金」をよそおった“振り込み詐欺”や“個人情報”の詐取”にご注意ください！！
- ・ マイナンバー制度をかたる手口が急増！
- ・ IP電話 や 光回線 の契約は慎重に！
- ・ 強引な訪問購入でこのような事例が発生しました！

など



4 地域包括支援センター等と連携した相談窓口周知のための啓発物品・パンフレット等の積極的な活用

- 地域包括支援センターが実施している「一人暮らし高齢者の全戸訪問事業」等において、消費生活相談窓口の周知や悪質商法の手口等について併せて情報提供してもらうため、啓発物品・パンフレット等を配布



(重点課題2) 具体的な取組内容

5 警察等の関係機関との連携強化

- 悪質な事業者への対応強化や迅速な被害者救済を図るため、京都府、京都府警察、京都弁護士会等関係機関との会議を定期的に行って情報交換を行うことにより、連携の強化
- 消費生活イベントにおいて、京都府警察が消費者問題についての座談会に参加するなど、本市と連携し、消費者啓発を推進

<平成27年度 会議等開催状況>

- ・合同事例研究会 6回
- ・苦情処理研究会 3回
- ・ヤミ金対策連絡協議会 2回



京都府警察作成の啓発ビラを消費生活イベントにおいて配布

重点課題3 事業者に対する指導・啓発の強化

推進施策名	推進施策11 事業者に対する指導等の強化 推進施策12 適正な取引行為の徹底
取組期間	平成27年度
趣旨	事業者の不適正な取引行為に対する指導を強化するとともに、適正な取引行為を徹底するよう周知する。
目標	不適正な取引行為を行う事業者に対する指導の強化及び消費者関連法令の知識や規範が不足している事業者に対する啓発の促進

(重点課題3) 具体的な取組内容

1 不適正な取引行為に対する事業者指導

- 消費生活条例第34条の規定に基づき、消費生活相談において、特定業者の取引行為に悪質性が認められ、被害が拡大する可能性があるときは、口頭又は文書により指導を行っている。
- それでもなお、改善が見られない場合は勧告・公表することとしている。
- 平成27年度においては、「光回線契約の勧誘」、「新聞の購読勧誘」の2事案に対し、口頭による指導を行った。
(平成26年度 7事案(天然飲料水宅配サービス等))
- 今後も消費者被害を拡大させないため、消費生活相談で苦情等が寄せられた事業者等に対し、販売方法等の改善を指示するなどの指導を行っていく。

2 事業者向け出前講座の実施及び事業者訪問への対応

- 不適正な取引行為を未然に防ぐことを目的として、希望する事業者に対し、京都弁護士会に所属する弁護士を派遣し、消費者保護の観点から消費者関連法、事業者の社会責任に関する講座を実施した。
<実施件数及び参加者数>
 - ・平成27年度 6件 270名(平成26年度 6件 219名)
- 事業者が消費生活相談状況等に係る情報収集や自社の取組の報告のために消費生活総合センターへ訪問した際に、情報提供、指導等を行った。
<訪問対応件数>
 - ・平成27年度 144件 (平成26年度 139件)



重点課題4 商品等の表示基準の見直しの検討

推進施策名	推進施策4 消費生活条例に基づく情報の適正化の推進
取組期間	平成25年度～平成27年度
趣旨	食品表示法の施行に向けて、消費者が商品等を適切に選択できるよう、商品の表示等に関する検討を行い、必要に応じて、消費生活条例に基づく基準の見直しを行う。
目標	京都市消費生活条例の規定に基づく単位価格表示基準の見直し

(重点課題4) 具体的な取組内容

○ 単位価格表示基準の見直し

概要及び経過

◆ 単位価格表示基準…商品等の単位当たりの価格表示の適正化を図り、消費者が価格面から容易に選択するための目安として、商品の基準量(質量, 体積, 長さ等)当たりの価格の表示に使用すべき単位, 表示の方法及び算出の方法を定めたもの(昭和52年制定)。

- 昭和52年の基準制定から40年近くが経過しているが、この間、消費生活に密着した商品の多様化や機能等の差別化が進んだことにより、消費者の商品選択の幅が広がった。また、関係法令等に基づく表示項目が増加したこと等により、商品を選択する際の判断材料が充実した。
- このような状況の中、京都府の単位価格表示基準が見直され、平成27年6月に新基準が施行されたことを踏まえ、京都市においても単位価格表示基準を見直すこととした。
- 平成27年度に、表示・包装適正化部会を3回開催し、個別の品目等の必要性及び対象事業者の面積基準の見直しについて、消費者アンケート調査・事業者アンケート調査・売場面積規模別の年間商品販売額の調査等を実施したうえで、具体的な検討を行った。
- その結果、平成28年3月3日に開催した消費生活審議会において答申案が決議され、消費生活審議会会長から京都市に答申がなされ、平成28年6月から見直し後の単位価格表示基準を施行している。
- 今後、対象事業者に対して立入調査等を行い、単位価格表示の適正化を図る。

見直しの内容

単位価格を表示すべき品目

- 品目数28品目(36品目から12品目を廃止し、4品目を追加)

単位価格を表示すべき事業者

- 店舗面積が1,000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1,000平方メートル未満のものを除く。
- 消費生活協同組合法に基づく組合