

## 京都市消費生活審議会委員の意見等及び対応・方針等

資料 2

意見・要望・質問	対応, 方針, 素案への反映
<p>第2次計画とどこが異なるのか。(個別施策の採否, 内容, 予算配分) 基本計画にはスローガンとしての側面があるが, 限られた予算, 人的・物的資源をどのように振り分けるのか, 第2次計画のどの部分について採用せず, 予算を割り振らないのかという点についての説明が必要ではないか。</p>	<p>消費者施策は時限的なものではなく, 間断なく取り組むべきものであることから, 現在の計画を否定し, 一から新たに計画を策定するのではなく, 第2次計画の策定期間が10年前であることから, この10年間で新たに顕著となって現れてきた消費者を巡る現状と課題を認識, 分析し, 行政, 消費者, 事業者等がどのように対応していくべきかについての基本的な方向性を示したいと考えている。予算については, この計画に基づき個々具体的な施策を実施するうえで, 必要に応じて措置していきたい。</p>
<p>策定の基本的な視点の一つ「消費者の自立支援」に消費者市民社会の形成への積極的行動力の必要性が記載されていない。</p>	<p>基本方針4「消費者市民社会の形成」において, 消費者市民社会の形成に向けた取組を例示している。(P17～)</p>
<p>「消費者市民社会」の概念は一般的であるとは言えない。基本方針4を「消費者の自立支援」から「消費者市民社会の形成」に変更した狙いは何か。もう少し具体性がある「消費者の主体的行動の支援」がよいのではないか。</p>	<p>「消費者の自立支援」とは, 平成16年に改正された消費者基本法の理念に基づいた概念であるが, その後, 平成24年に施行された消費者教育推進法で「消費者市民社会」の文言が明記され, また, 2015年に国連で「持続可能な開発目標」SDGsが採択されたことを踏まえ, 単に消費者の自立を支援するだけでなく, 消費者市民社会を構成する一員として主体的にその形成に参画することが求められることから, 基本方針として「消費者市民社会の形成」を掲げたものである。</p>
<p>計画の基本理念では, 消費者に「責任」を求めているにもかかわらず, 事業者には「配慮」にとどめている。持続可能な社会の形成のためには, 事業者にも「責任」がある。</p>	<p>京都市消費生活条例第5条では, 事業者の責務が明記されており, 第一章「計画策定の趣旨等」で紹介している。(P2)</p>
<p>持続可能な社会の形成は, 消費者, 事業者, 行政の3者が取り組む課題であることを基本理念に書き込む必要がある。</p>	<p>基本方針4「消費者市民社会の形成」の施策目標9で「消費者, 事業者, 行政間の信頼向上, 連携・協働の促進」を挙げている。(P18)</p>
<p>消費生活の現状と課題で, 消費者の多様化として挙げている3点について, 京都市は, 高齢者世帯が多い, 大学生が多い, 観光と文化の中心であることを踏まえ, 他都市と比べて特に重点的に取り組むべき重要な課題であること指摘する内容とすべきである。</p>	<p>第一章「消費生活行政における今後の課題」において, 高齢化の進行, 学生のまち, 訪日外国人の増加等, 本市の特性を記載している。(P6)</p>

<p>成年年齢の引下げ等に伴う取組の強化を望む。地域ネットワークの大切さの再確認を望む。</p>	<p>成年年齢の引下げに関する取組については、基本方針3「消費者教育の推進」の個別施策14で、年齢階層に応じた戦略的な消費者教育を推進する旨を記載している。(P15)</p> <p>地域ネットワークの構築については、基本方針4「消費者市民社会の形成」の個別施策23「連携・協働を支える地域の枠組みの構築」において、消費者が安心して暮らすことができる地域社会の形成を図るため、住民や事業者等の地域ネットワークによる消費者被害の未然防止等に向けた取組を促進する旨を記載している。(P18)</p>
<p>キャッシュレス化の中で、消費者教育を小学校・中学校・高校・大学と体系的に取り組むうえでの担い手の育成は、どのような計画で進めるのか。</p>	<p>基本方針3「消費者教育の推進」の施策目標7で、消費者団体等の関係機関に対し、消費者教育を担う人材について自主的な取組を促すとともに、担い手の育成に努める旨を記載している。(P16)</p>
<p>コロナ禍が消費生活に与えた影響について、インターネットを利用した通信販売への対応が課題となっていることを指摘しておくべき。</p>	<p>計画素案の第一章「消費生活行政における今後の課題」において、課題として採り上げている。(P6)</p>
<p>コロナ禍においては、インターネット通販の利用が増加しているため、事業者に対しては、消費者に分かりやすい販売方法等の啓発を、また、消費者についても利用するときの注意点等の啓発を望む。</p>	<p>消費者に対する啓発等は、基本方針3「消費者教育の推進」において、自ら考え行動する「自立した消費者」になるために、消費者教育を体系的・総合的かつ効果的に推進する旨を記載している。(P15)</p> <p>事業者に対する啓発等は、基本方針1「消費者安全の確保」の個別施策7及び個別施策8で、事業者向け出前講座の実施、事業者や事業者団体がセンターに訪問した際の情報提供や指導、さらには、自主行動基準の策定についての働き掛け等について記載している。(P12)</p>
<p>4つの基本方針「1消費者の権利の尊重」について、「権利」という文言は非常に重い言葉である。個々人の解釈の違いや誤った理解により規制行政の方向を助長し、結果として消費生活にもマイナスの影響が出ていく可能性があること等を考えると、慎重に検討すべきである。</p> <p>また基本方針「2消費者被害の救済」のタイトルだけ見ると被害が起こってからの対応としか見えないので、被害が起こる手前の相談(窓口)から被害救済まで充実させていることが分かるような表現でもよいのではないか。</p>	<p>基本方針1を「消費者安全の確保」に改めた。消費者安全法では、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現のために、「消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保すること」(法律上これを「消費者安全の確保」という。)が明記されており、消費生活の基盤を支える基本方針1の概念に合致している。(P10)また、基本方針2「消費者被害の救済」では、相談体制の充実強化を図ることで、救済のみならず被害を防止する機能がある旨を記載している。(P13)</p>

<p>基本方針から「防止」の言葉が抜け落ちている。「消費者被害の予防・拡大防止」も基本方針の1つとすべき。</p>	<p>消費者被害の防止については、基本方針1「消費者安全の確保」の前文において、市民が安心・安全な消費生活を実現するためには、消費者被害を未然に防止することが必要である旨を記載している。消費者安全法では、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現のために、「消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保すること」(法律上「消費者安全の確保」と定義されている。)が明記されている。計画素案において、基本方針1は、消費生活の基盤を支える概念であるため、消費者被害の防止の文言に限定せず、より広義な文言として取り扱うこととした。(P10)</p>
<p>基本方針1「消費者の権利の尊重」について、消費者の権利を逸脱したモンスターコンシューマーの問題にも取り組んでいただきたい。消費者の不当な要求に困っている事業者も少なくない。通信販売において、商品を受け取らなければ商取引は成立しないと考える消費者が多く、受取拒否や不当返品も問題になっている。基本方針3「消費者教育の推進」でも、モラルある商取引を盛り込んでいただきたい。 無料着物着付け教室等、販売目的を隠した宣伝活動を取り締まってほしい。</p>	<p>京都市消費生活条例では、消費者は消費者教育を受ける権利を有し、さらに消費者教育の推進に関する法律では、消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行わなければならないと規定されている。このため、基本方針4で、消費者市民社会の形成に向けては、単に消費者だけでなく、事業者・事業者団体とも広く連携・協働した重層的・戦略的な教育・啓発を進めることとしている。(P15～)また、消費者志向経営を掲げる事業者について、市民に周知することで「優良な事業活動」の見える化を推進することとしている。(P5)</p>
<p>基本方針3「消費者教育の推進」にある、「地域特性に応じた消費者教育」とはどのようなものか。</p>	<p>「地域特性に応じた」の趣旨は、京都ならではのという意味である。京都は、1000年を超える伝統の中で培われた食文化や「もったいない」に代表される始末の文化が息づくまちであり、持続可能な消費生活社会の実現に向けて取り組みやすい土壌が備わっている。伝統的な都市住宅である京町屋に見られる気候に対応する知恵と工夫、ものを無駄にせず長く大切に使うという精神文化等、消費者教育においても、こうした京都らしい暮らしの文化を次世代に引き継ぐ視点で推進する必要がある旨を記載している。</p>
<p>消費者の行動がSDGsを意識したものに変われば社会は動く。そのためにも消費者教育は大切である。赤ちゃん健診、幼稚園、保育園、小学校のPTAなど、お母さん方が集まる場所での出前講座や、一般の方を対象とした、町内会の催しやスーパーなどの人が集まる場所での出前講座など、積極的な取組を願う。</p>	<p>基本方針3「消費者教育の推進」で、地域社会や家庭における消費者教育を推進する旨を記載している。(P15～) 個々具体的な取組については、この基本計画に基づき、推進すべき具体的な施策を検討する際に、貴重な御意見として参考にさせていただきたい。</p>

<p>エシカル商品は、まだ他の商品と比べて割高になっている場合が多い。よって、エシカル商品の購入に当たっては、ポイントを付ける、補助金を出すなどの取組をすれば普及しやすい。</p>	<p>個々具体的な取組については、この基本計画に基づき、推進すべき具体的な施策を検討する際に、貴重な御意見として参考にさせていただきたい。</p>
<p>計画が目指す方向として、「京都固有の文化をいかした消費行動による「消費者市民社会」の実現」とあるが、基本方針や重点取組では、京都らしさが反映されていない。京都らしさを大切に基本方針とすべき。</p>	<p>基本方針4の前文で、京都は、「始末」の心や「もったいない」の精神、本物・本質を見抜く「めきき」の力など、持続可能な消費行動をするうえで大きな力となる生活習慣が根付いたまちであるとして、京都の特性を記載している。(P17)</p>
<p>基本方針4「消費者市民社会の形成」の施策目標8「より良い社会に向けた支援」及び施策目標9「協働を支える枠組みの構築」の内容が、つかみどころがなく感じられる。</p>	<p>施策目標8は、「誰一人取り残さない」より良い社会に向けた支援」に、また、施策目標9については、「消費者、事業者、行政間の信頼向上、連携・協働の促進」に変更し、骨子案に記載の表現を改め、少し具体性を持たせた。(P17～)</p>
<p>施策目標9「協働を支える枠組みの構築」とは、具体的に何を指しているのか。どのような枠組みを構築しようとしているのか。予算を投入する必要性がどこにあるのか。</p>	<p>基本方針4の個別施策23の「主な推進施策」として幾つか例を挙げている。(P18)また、予算については、必要に応じて措置していきたい。</p>
<p>SDGsに言及しているが、他の自治体の計画でも同様か。</p>	<p>SDGs採択後に策定された他の自治体の計画については、計画本文へSDGsに関する文言を記載されていることが多い。また、国の第4期消費者基本計画でも明記されている。</p>
<p>京都は、古い街並みを守り、物を大切に、伝統ある文化を継承してきた町である。物の使い方において、1つの物をメンテナンスしながら大切に使うことに対して、市が何か特典を付与すればよい。</p>	<p>個々具体的な取組については、この基本計画に基づき、推進すべき具体的な施策を検討する際に、貴重な御意見として参考にさせていただきたい。</p>
<p>施策目標8「より良い社会に向けた支援」で挙げられている、高度情報社会への対応、高齢者等への支援、環境への配慮という3つの問題は、全く性格が異なるもののように思える。 とりわけ、このうち「環境への配慮」と「高齢者等への支援」の2つが重点取組とされている理由は何か。国の第4期消費者基本計画の「重点的な施策」とは力点の置き方に違いがあると感じる。</p>	<p>骨子案で示していた「より良い社会」は「誰一人取り残さない」より良い社会」に改め、その下に「環境に配慮した消費行動・エシカル消費の推進」や「高齢者への支援」などを個別施策として例示することとしている。(P17～) また、重点取組については、様々な課題がある中でも、消費者被害が顕著な高齢者への対応や消費者市民社会の実現に不可欠な「エシカル消費の普及促進」を特に重点的に取り組むべきと考えたところである。(P8)</p>

<p>2つの重点取組はいずれも重要な課題だが、重点課題が2つというのは少ない。なぜ、2つだけにしたのか。高齢者の被害やインターネットによる被害への対応についても重点取組とすべき。</p>	<p>様々な課題があることは承知しており、これらについても、しっかりと取り組んでいくが、とりわけ消費者被害が顕著な高齢者への対応や消費者市民社会の実現に不可欠な「エシカル消費の普及促進」を特に重点的に取り組むこととしたところである。(P8)</p>
<p>重点取組の1つ「消費者安全確保地域協議会の設置」は、是非実現してもらいたい課題である。単に会議体の構成や被害情報の事後的共有を目的とするのではなく、各機関等が、個人情報の問題を懸念することなく、相談・被害事案を確実に消費生活センターにつなげて被害救済を実現し、その結果をフィードバックして被害予防につなげる仕組みづくりが重要。具体的な取組の計画を明示しておく必要がある。</p>	<p>計画期間内での設置を目標としている。消費生活総合センターでは、平成29年度から、各区の地域包括支援センターの地域ケア会議に参画し、様々な消費生活情報の提供を行っている。現在、7区3支所の地域ケア会議に参画しているが、当面は、全区・支所への参画を目指すこととし、これを足掛かりとして、将来的には、センターが主体となり、本市において一つの協議会を組織したいと考えている。(P8)</p>
<p>重点取組の1つ「エシカル消費の普及促進」について、市民への普及啓発例とフェアトレード商品の具体例を明記すべき。</p>	<p>参考資料やコラムに記載することで対応したい。</p>
<p>「基本計画が目指す方向」が「京都固有の文化をいかした消費行動による「消費者市民社会」の実現」なので、基本方針4「消費者市民社会の形成」で、京都固有の文化の具体的内容を記載すれば、どのような行動が消費者市民社会の実現にいきるのか分かりやすいと思う。</p>	<p>京都は、1000年を超える伝統の中で培われた食文化や「もったいない」に代表される始末の文化が息づくまちであり、持続可能な消費生活社会の実現に向け取り組みやすい土壌が備わっている。伝統的な都市住宅である京町屋に見られる気候に対応する知恵と工夫、ものを無駄にせず長く大切に使うという精神文化等、消費者教育においても、こうした京都らしい暮らしの文化を次世代に引き継ぐ視点で推進する必要がある旨を記載している。(P17)</p>
<p>「基本計画が目指す方向」でSDGsの言葉を入れていただきたい。</p>	<p>第一章「計画策定の趣旨等」において、計画を策定するに当たり考慮する視点として、「SDG」と「レジリエンス」を採り上げている。(P3, P6)</p>
<p>消費者安全確保地域協議会の設置目的について、単に悪質商法だけでなく、購買行動におけるデジタル化の進展に付いていけない消費者のフォローの視点も採り入れた方がよい。</p>	<p>消費生活行政における今後の課題として、高齢化の進行やデジタル化の進行等による消費者を取り巻く様々な環境の変化がある旨記載している。(P6) 消費者安全確保地域協議会における消費者安全の確保の対象は、消費者安全法では、消費生活上特に配慮を要する消費者であるとされており、その顕著な例として高齢者を採り上げている。(P8, P17,P18)</p>

<p>市民一人一人が自立した消費者になることがとても大切。高齢化や共働き、母子家庭、独居の増加を考えて、互助・支え合い・取り残さないネットワークづくりが今後重要になる。消費者安全確保地域協議会の早期設置を期待する。</p>	<p>「重点取組」に位置付けている。(P8, P17, P18)</p>
<p>高齢者については、ケアマネ、近隣の見守り・声掛け、老人福祉員、民生委員にも認知症の疑いのある方を把握し、対応できるような仕組みを盛り込めればと思う。</p>	<p>「消費者安全確保地域協議会」の設置を重点取組と位置付けている。(P8, P17, P18)</p>
<p>基本方針2「消費者被害の救済」の施策目標4「相談体制の充実・強化」で、「消費生活総合センターの認知度向上に取り組む。」とあるが、認知度向上に当たって、情報発信の強化には取り組まないのか。</p>	<p>基本方針2「消費者被害の救済」の個別施策10で、消費生活相談窓口の利用促進を図るため、市民しんぶん、ホームページその他あらゆる方法でセンターの周知・広報に取り組むべきことを記載している。(P13)</p>
<p>学校や地域に対し、消費生活審議会の活動、相談、被害に遭わないための講演、研修を必ず決めた回数を行い、市民に周知し、もっと多くの方に知ってもらおう対策してほしい。消費生活の日を設けて、京都タワーのライトアップでニュース等に採り上げてもらうとか、クーリング・オフマンの認知度を上げるために京都テレビ等で採り上げてもらうとか、安心して生活できる取組を市が行っていることをアピールし、市民に知ってもらいたい。</p>	<p>基本方針2「消費者被害の救済」の個別施策10で、消費生活相談窓口の利用促進を図るため、市民しんぶん、ホームページその他あらゆる方法でセンターの周知・広報に取り組むべきことを記載している。(P13)</p>
<p>基本方針3「消費者教育の推進」の施策目標6「戦略的な消費者教育の推進」について、消費者教育は、単に簡単に記憶に残るものや一方通行ではない、考え合ったり、想像ができる積極的参加型の学習プログラムであってほしい。</p>	<p>基本方針3「消費者教育の推進」で、発達段階やライフステージに応じた多様な場を活用するとともに、年齢階層に応じた啓発手法を採り入れることで、生涯を通して切れ目のない消費者教育を推進する旨を記載している。また、実践的な消費者教育のための教材を作成し、学校現場で使用してもらうこととしている。(P15)</p>
<p>個別施策「様々な相談窓口との連携の強化」は重要な視点。どのような窓口との連携を進めるのか、具体例を書いた方がよい。</p>	<p>基本方針2「消費者被害の救済」の個別施策13「様々な相談窓口との連携の強化」の「主な推進施策」として、幾つかの具体例を記載している。(P14)</p>
<p>オンライン活用など、相談対応の多様化や消費生活センターの認知度を上げる広報活動の強化を望む。</p>	<p>オンラインによる消費生活相談については、国(消費者庁)の消費生活相談体制のデジタル化(SNS等を活用したオンライン相談やテレビ会議システムの構築等)の取組状況を注視していきたい。なお、消費生活センターの認知度の向上については、基本方針2の個別施策10で記載している。(P13)</p>

<p>不招請勧誘への対応を個別施策に挙げ、条例で訪問販売お断りシールの位置付けを明確にすべき。</p>	<p>基本方針1「消費者安全の確保」で、主な推進施策として、京都市条例施行規則等の改正及び運用に向けた検討について記載している。本件については、計画策定後に、消費者苦情処理部会において検討いただく予定である。(P12)</p>
<p>電話勧誘において、電話勧誘拒絶等のメッセージを流す装置や装置付き電話機のメッセージについて、条例解釈上、勧誘拒絶の意思表示に当たることを明確にすべき。</p>	<p>基本方針1「消費者安全の確保」で、主な推進施策として、京都市消費生活条例施行規則等の改正及び運用に向けた検討について記載している。本件については、計画策定後に、消費者苦情処理部会において検討いただく予定である。(P12)</p>
<p>判断のできない高齢者による購入トラブルが今後更に増えると思う。先日の会議で弁護士から話があった、「お断りシール」を玄関に貼っていれば悪質な訪問販売が防げると思うし、電話誘導地策録音機能を使った対策が取れればと思う。</p>	<p>基本方針1「消費者安全の確保」で、主な推進施策として、京都市消費生活条例施行規則等の改正及び運用に向けた検討について記載している。本件については、計画策定後に、消費者苦情処理部会において検討いただく予定である。(P12)</p>
<p>事前の承諾がなければ勧誘してはならないという、オプトイン型の不招請勧誘禁止の導入を目指すべき。</p>	<p>基本方針1「消費者安全の確保」で、主な推進施策として、京都市消費生活条例施行規則等の改正及び運用に向けた検討について記載している。本件については、計画策定後に、消費者苦情処理部会において検討いただく予定である。(P12)</p>
<p>「訪問販売イコール悪徳」との前提で、あらゆる営業活動を一くくりにしてシャットアウトすることに懸念を覚える。近年、「訪問販売お断りシール」を条例化する自治体が出てきているが、営業活動を過度に制約するおそれがあり、網を広げすぎないような配慮が必要。新聞業界においても、日本新聞協会は自主規制を設け、また、各地の新聞販売店も、地域社会の一員として防犯や見守り活動に協力している。社会問題化している孤独死防止等に向けて、自治体との間で地域の見守り活動を行う協定を結ぶ例も増えている。「お断りシール」の条例化は、シールを掲示している家庭へのアクセスを封じることになり、健全な事業活動まで委縮させることとなる。基本計画の策定に当たっては、単なる書面での意見聴取だけでなく、事業者から直接ヒアリングを行うなど、丁寧に実態を把握すべきと考える。</p>	<p>基本方針1「消費者安全の確保」で、主な推進施策として、京都市消費生活条例施行規則等の改正及び運用に向けた検討について記載している。本件については、計画策定後に、消費者苦情処理部会において検討いただく予定である。(P12)</p> <p>また、事業者・事業者団体との連携として、消費者志向経営を掲げる事業者については、広く市民に周知することで「優良な事業活動」の見える化を推進することとしている。(P5)</p>
<p>特定商取引法や消費者契約法の改正に対応し、市の条例や規則を見直すべき。</p>	<p>基本方針1「消費者安全の確保」で、主な推進施策として、京都市消費生活条例施行規則等の改正及び運用に向けた検討について記載している。本件については、計画策定後に、消費者苦情処理部会において検討いただく予定である。(P12)</p>

<p>条例や規則の改正や事例集の作成については、個別施策として挙げるべき。</p>	<p>基本方針1「消費者安全の確保」で、主な推進施策として、京都市消費生活条例施行規則等の改正及び運用に向けた検討について記載している。本件については、計画策定後に、消費者苦情処理部会において検討いただく予定である。(P12)</p>
<p>消費生活審議会の会議録が未公表であったり、公表が数箇月後となっていることは改善すべき。多発している悪質商法の注意喚起、消費者被害の発生件数や傾向の迅速な公表は必要。個別施策として挙げられている情報提供が危害防止に関するものだけとなっているので、契約被害の公表も個別施策に挙げるべき。</p>	<p>消費生活審議会の会議録の公表の迅速化に努める。 基本方針1「消費者安全の確保」の個別施策3「危害等に関する迅速かつ的確な情報提供等」で、消費者事故や消費者被害に関する情報の収集と収集した情報の迅速かつ的確な消費者への提供を挙げている。(P10)</p>
<p>適格消費者団体をはじめとする消費者団体との連携・支援を「消費者市民社会の形成」の個別施策として挙げるべき。</p>	<p>基本方針1「消費者安全の確保」の個別施策8で適格消費者団体との連携を「主な推進施策」の一つとして挙げている。また、基本方針3「消費者教育の推進」の個別施策18で消費者団体との協働について、基本方針4「消費者市民社会の形成」の個別施策23で消費者団体等との連携・支援について記載している。(P12, P16, P18)</p>
<p>基本計画の改訂に当たっては、達成目標を明らかにし、達成度合いを計測できるよう、KPI(重要業績評価指標)等の指標を示すことを検討すべき。</p>	<p>第一章「計画策定の趣旨等」において、計画を着実に推進する仕組みとして、施策の実施状況等の点検、評価、公表を実施する旨を記載しており、こうした考え方の下、具体的な評価指標等について検討し、設置していきたい。(P5)</p>
<p>高齢の親が長期間引きこもる子どもの面倒を見ることや、失われた世代など社会から離れて生活する方、今後増加すると思われる外国人労働者など、社会的孤立や消費生活情報に困る方々に対する消費者教育をどのように行っていくかが課題である。</p>	<p>基本方針4の施策目標8「誰一人取り残さない」より良い社会に向けた支援」で、高齢者等への支援をすることで誰一人取り残さない持続可能な社会の形成を図ることとしており、主な推進施策の中で取組を検討していきたい。(P17) また、社会から離れて生活する方、社会的孤立や消費生活情報に困る方々に対する消費者教育については、基本方針3で戦略的な消費者教育を推進する中で取り組んでいきたい。(P15)</p>
<p>一般的に文言や表現が難解な印象を受ける。極力、平易な文言・文体で表記することを望む。</p>	<p>必要に応じて注釈を加えるなど、分かりやすい文章構成に努めた。</p>



消費者教育の推進について、一人でも多くの方に届くような推進手法を採り入れてほしい。

基本方針3の施策目標6「戦略的な消費者教育の推進」で、学校、地域、家庭等、発達段階やライフステージに応じた多様な場を活用するとともに、年齢階層に応じた啓発手法を採り入れることとしている。(P15)



















