

第3次京都市消費生活基本計画 令和4年度推進状況について

施策体系一覧

基本方針	施策目標	個別施策	事業数	
基本方針1 消費者安全の確保			計72	
基本方針1	1 安全な消費生活環境の確保	①衣食住の安全性の確保	34	
		②商品等の安全性の確保	6	
		③危害等に関する迅速かつ的確な情報提供等	9	
		④非常時における合理的な消費行動の推進	6	
	2 表示等の適正化の推進	⑤表示等の適正化に向けた指導等	6	
		⑥生活必需品の安定供給と適正な価格の確保	4	
	3 取引の適正化	⑦事業者に対する指導等の強化	3	
		⑧適正な取引行為の徹底	2	
		⑨取引行為に関する制度の検討	2	
	基本方針2 消費者被害の救済			計27
基本方針2	4 消費生活相談体制の充実・強化	⑩相談機能の強化と相談しやすい環境の整備	5	
		⑪相談内容の高度化への対応	3	
	5 消費生活相談以外の相談事業の充実・強化	⑫各種相談事業の実施	17	
		⑬様々な相談窓口との連携の強化	2	
		基本方針3 消費者教育の推進		
基本方針3	6 戦略的な消費者教育の推進	⑭学校等における消費者教育の推進	20	
		⑮地域社会における消費者教育の推進	8	
		⑯家庭における消費者教育の推進	6	
	7 消費者教育を担う人材育成	⑰学校等における消費者教育の担い手の育成	3	
		⑱地域における消費者教育の担い手の育成	4	
	基本方針4 消費者市民社会の形成			計83
	基本方針4	8 「誰一人取り残さない」より良い社会に向けた支援	⑲「誰一人取り残さない」より良い社会に向けた消費者への支援	24
⑳環境に配慮した消費行動・エシカル消費の推進			31	
㉑高齢者等への支援			10	
9 消費者、事業者、行政間の信頼向上、連携・協働の促進		㉒消費者志向経営を促進するための基盤整備	7	
		㉓連携・協働を支える地域の枠組みの構築	11	
		※赤字は、本資料に掲載している個別施策です。		

個別施策③ 危害等に関する迅速かつ的確な情報提供等

商品等の使用等により生じた消費者事故や多発している消費者被害に関する情報について、若年者・高齢者等、消費者の年齢及び特性に応じて、注意喚起や情報提供の内容・情報伝達手法を工夫し、より効果的な注意喚起等を行いました。

ホームページ等による情報発信

悪質商法の手口の解説等、市民が消費者問題に直面した際に問題解決の手助けとなるような情報を分かりやすく提供するため、**独自ホームページ及びSNS（X(旧Twitter)、Facebook）を活用した情報の発信**を行いました。

FM845「ピッカピカラジオ」による情報の提供

FM845の放送番組「ピッカピカラジオ」の中の「ライフラインインフォメーション」コーナーにおいて、悪質商法の手口と対処法等について情報を提供し、発信。

年末年始を除く**毎週月曜日の午前11時18分ごろに約3分間放送**されています。

放送回数：52回（令和3年度 51回）

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（みやこ）・くらしの安心安全情報」を年**6回**発行しました。

配布先 市役所本庁舎、区役所・支所、各区社会福祉協議会、図書館等
配 信 地域包括支援センター（メール）
大学生（学生向けアプリ「KYO-DENT」）

情報メール便の配信

事前登録された市民に対し、契約に起因する商品・役務に関する**危害情報**、契約上のトラブルに関する**相談情報**、その他の緊急情報を適宜メールで発信しました。

配信実績：81回（令和3年度 71回）

個別施策⑧ 適正な取引行為の徹底

●事業者訪問への対応

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を行うために、当センターを訪問した際に、**当該事業者（加盟店）に関する相談件数等の情報提供**、不適正な取引行為のおそれがある勧誘行為の指摘、昨今の消費者トラブルの傾向、**事業者及び事業者団体が努めている消費者トラブルの未然防止策等の意見交換**を行いました。

事業者訪問への対応実績：75件（令和3年度実績：57件）

京・くらしの安心安全情報 第124号

(令和4年8月)

京都市消費生活総合センター

- ～ 目 次 ～
- クーリング・オフ通知が電子メール等でも可能に！ (1面)
 - 令和3年度の消費生活相談の概況をまとめた(2、3面)
 - 保険金で住宅修理ができると勧誘する事業者に注意！ (4面)

クーリング・オフ通知が電子メール等でも可能に！

令和4年6月に改正特定商取引法が施行され、クーリング・オフの通知方法について、郵便はがきなどの書面による通知のみでしか認められなかったものが、電子メールやFAXを用いた通知のほか、事業者が自社のウェブサイトやサイトに公開しているクーリング・オフ専用フォームからの通知でも認められるようになり、消費者はより簡単にクーリング・オフができるようになりました。

電子メール等によるクーリング・オフ通知の記入例

〇〇の契約に関する契約解除通知について

宛先: 契約先事業者メールアドレス

Cc: 契約当事者メールアドレス

Bcc:

差出人: 契約当事者メールアドレス

件名: 〇〇の契約に関する契約解除通知について

〇〇県〇〇市〇〇区〇〇町〇〇丁目〇番地

株式会社〇〇 代表者様 ●● 代表者様 〇〇〇〇

次回の契約を解除します。

契約年月日 〇〇〇〇年 〇月 〇日

商品名 〇〇〇〇

契約金額 〇〇〇〇〇円

販売会社 株式会社〇〇△△営業所

担当者 〇〇〇〇氏

支払った代金〇〇〇〇〇〇〇〇円を速やかに返金し、商品を引き取ってください。

〇〇〇〇年 〇月 〇日
京都府京都市△△区〇〇町・・・・
氏名 〇〇 〇〇

電子メールの作成日と契約当事者の氏名、住所を記載する。

クーリング・オフができる取引などは、当センターのホームページをご覧ください。
【よく分かる！クーリング・オフ制度】 <https://kyoto-soudan.jp/coolingoff/>

保険金で住宅修理ができると勧誘する事業者に注意！

「火災保険を使って自己負担なく住宅の修理ができる。」や「保険金が出るようにサポートする。」など、「保険が使える」と勧誘する住宅修理サービスに関する相談が急増しています。災害で被害を受けた直後だけでなく、過去の災害で被害のあった地域に勧誘を行うケースも見られ、注意が必要です。



トラブルに遭わないためのポイント！

まずはご自身で損害保険会社・代理店へ連絡を！

保険金の請求は、加入者ご自身で簡便に行うことができます。壊れた原因・物が保険の補償対象になるかどうかご自身で確認しましょう。その理由で保険金請求をすると詐欺に該当する場合があります。込まれる可能性があります。



修理等の依頼時は契約内容をしっかり確認！

修理をキャンセルしたときの運約金や保険申請サポート費用等の名目で、高額な請求を受ける可能性があります。



少しでも不安に思った場合や、トラブルになった場合は気軽に相談ください。

京都市消費生活総合センター

☎366-1319 (消費生活相談専用)

☎366-1316 (多重債務相談専用)

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

ホームページ <http://kyoto-soudan.jp/> ツイッターアカウント @kyoto_soudan

相談受付時間

月～金 (祝・休日を除く。)

午前9時～午後5時

この印刷物が不要になれば「雑がみ」として古紙回収等へ！



*土・日・祝・休 (年末年始を除く。)の緊急時のご相談は、土日祝日電話相談 ☎811-9002 午前10時～午後4時 (電話相談のみ)

令和4年8月発行 京都市文化市民局くらし安全推進部消費生活総合センター
京都市印刷物 第044373号



個別施策⑤ 表示等の適正化に向けた指導等

●食品表示監視指導業務

法律に基づき市内の事業者等に対し、食品表示（品質事項）に係る調査等を実施し、食品表示の適正化を図りました。

1 食品表示に関する事業者等からの問合せへの対応

「これまでの実績」

	R4年度	R3年度	R2年度
受付件数	320件	575件	494件

食品の名称や原料・原産地等の食品表示に対する相談、苦情、質問、要望などに対応しました！

2 事業者等への任意調査・立入調査

「これまでの実績」

	R4年度	R3年度	R2年度
任意調査等実施件数	1件	5件	2件
指導・注意件数	1件	4件	1件

市民等からの情報提供等により、不適正な食品表示が行われた場合は、品質に関する表示等について、任意調査・立入調査することとしています！

令和4年度は、1社の事業者について任意調査を実施し、品質事項の欠落について、口頭注意を行いました！

3 定期パトロール

「これまでの実績」

	R4年度	R3年度	R2年度
定期パトロール実施件数	16件	17件	15件
口頭注意件数	2件	6件	2件

市内の食品関連事業者等において、生鮮食品等の名称・原産地の表示状況を調査しました！

令和4年度は、16店舗についてパトロールを実施し、そのうち2店舗に複数の不適正な表示が確認されたため、速やかに改善するよう要請しました！

4 買上調査

「これまでの実績」

	R4年度	R3年度	R2年度
買上調査品目	さといも	カットねぎ	豚肉 カットねぎ
買上調査実施延べ検体数	5件	5件	7件

原材料又は原産地等が判別可能な食品を買い上げて、科学的検査を実施することにより、表示されている原産地等の信ぴょう性を確認しました！

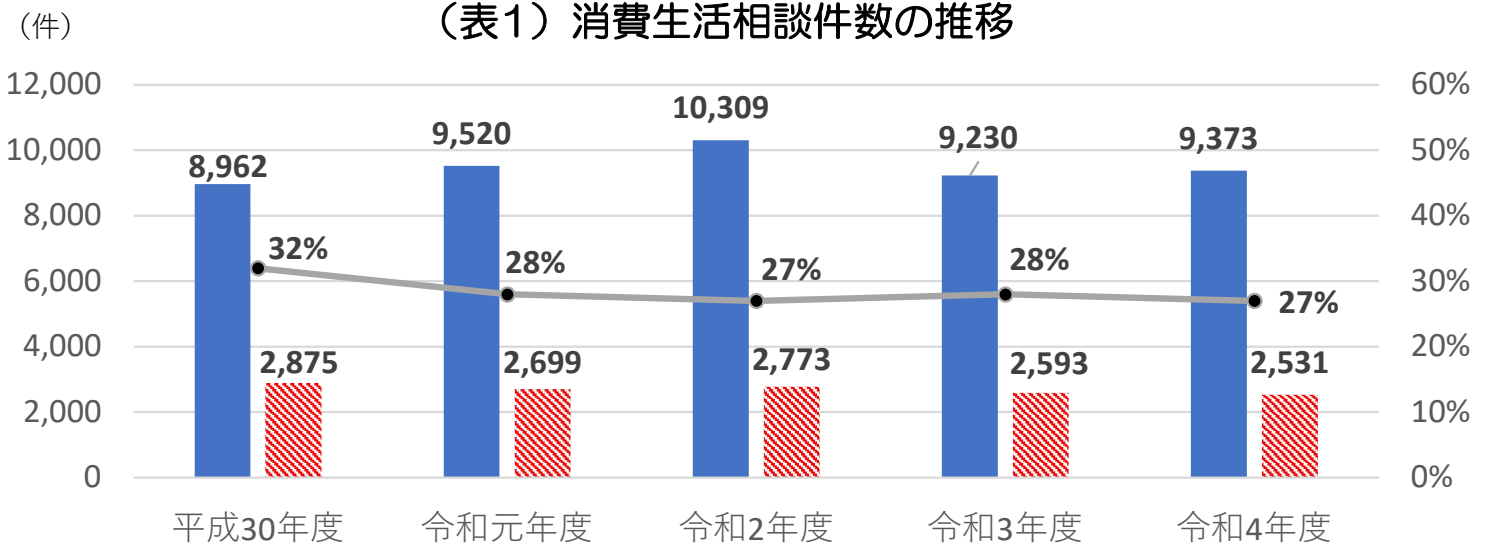
個別施策⑩ 相談機能の強化と相談しやすい環境の整備

●消費生活相談①

令和4年度の特徴

- 1 相談件数は横ばい（表1）
9,230件（令和3年度） ⇒ 9,373件（令和4年度）
- 2 商品・役務別の件数では、化粧品や理美容に関する相談が増加（表2）
化粧品（美容液、クレンジングクリーム等の定期購入に関する相談など）
476件（令和3年度） ⇒ 817件（令和4年度）
理美容（痩身エステに関する相談など）
133件（令和3年度） ⇒ 329件（令和4年度）
- 3 契約購入形態別の件数では、通信販売に関する相談が増加（表3）
通信販売（インターネットやテレビCMなどを見て商品等を購入する形態）
3,480件（令和3年度） ⇒ 3,717件（令和4年度）

（表1）消費生活相談件数の推移



■ 相談件数 ■ うち65歳以上の方の相談件数 ● 相談件数に占める65歳以上の方の割合

（表2）商品・役務別相談件数

(件)

商品・役務等	R4年度	R3年度
化粧品	817	476
商品一般	786	793
賃貸住宅	459	473
理美容	329	133
健康食品	262	265

（表3）契約購入形態相談件数

(件)

契約購入形態	R4年度	R3年度
通信販売	3,717	3,480
店舗購入	1,851	1,652
訪問販売	472	589
電話勧誘販売	332	352
その他無店舗	134	133

●消費生活相談②

年齢別の特徴

相談件数（表4）

50歳代が契約当事者となる相談が最も多く（17%）、次いで60歳代、40歳代、70歳代の順となっています。

また、令和4年4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられましたが、18歳、19歳の相談件数は、151件と令和3年度から33件増加しました。

商品・役務別相談件数（表4）

20歳代は「理美容」の相談が、30歳代では高額な原状回復費用を請求されたといった「賃貸住宅」に関する相談が多く寄せられ、ほかの年代では、「化粧品」や架空請求などの「商品一般」に関する相談が多く寄せられています。

（表4）年齢別の相談件数・商品役務別相談件数

（件）

年代	件数	1位		2位		3位	
		商品	件数	商品	件数	商品	件数
20歳未満	285	化粧品	27	娯楽等 情報配信 サービス	21	理美容	20
20歳代	1,089	理美容	200	賃貸住宅	121	商品一般	48
30歳代	931	賃貸住宅	102	理美容	57	商品一般	50
40歳代	1,274	化粧品	119	商品一般	106	賃貸住宅	72
50歳代	1,605	化粧品	227	商品一般	128	健康食品	63
60歳代	1,379	化粧品	186	商品一般	124	インター ネット通信 サービス	54
70歳代	1,207	商品一般	139	化粧品	134	健康食品	43
80歳以上	701	商品一般	71	化粧品	40	健康食品	37
不明	902	商品一般	105	賃貸住宅	35	融資 サービス	26

インターネット 消費生活相談

京都市ホームページ上に設置した入力フォームで、相談内容を送信していただき、内容に応じて、助言や関係情報を電子メールで回答しました。

相談実績：397件

※消費生活相談件数に含む。

個別施策⑪ 相談内容の高度化への対応

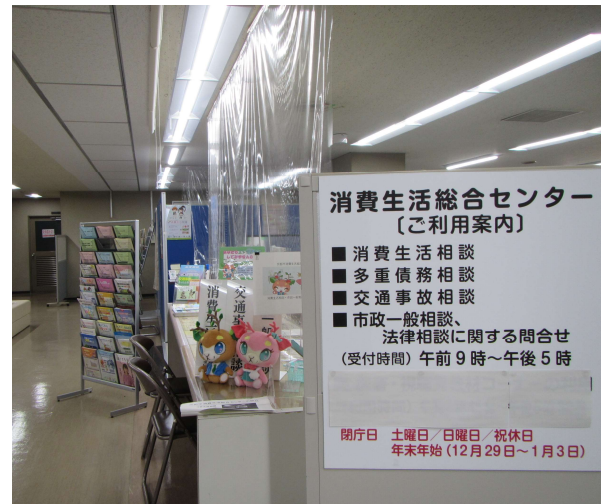
●消費生活相談体制の強化

消費生活相談員の資質向上

消費生活相談員が、複雑化・高度化する相談内容に適切に対応できるよう、独立行政法人国民生活センターが実施している研修への参加を支援するなど、**相談員の総合的な資質の向上**を図りました。

取組実績

国民生活センター研修への参加 **19回**
 (うちオンライン研修15回、出張研修4回)
 参加者数(延べ) **25人**



消費生活相談支援事業

消費生活相談員が行う日常の相談業務の中で、**高度な法律知識が必要な案件について、弁護士から助言等**を受けました。

また、消費者関連法の改正等の内容や法の適用について、**弁護士を講師とした研修**を実施しました。

取組実績

相談 **48回 (週1回)**
 相談件数 **336件**
 研修 **4回**

消費者サポートチーム

消費生活相談のうち、相談業務の遂行に当たり、**解決が困難又はあっせん不調に終わる可能性が高い案件について、消費生活相談員、事務職員及び弁護士がサポートチームを編成し、専門的観点から相談者へ解決策を提示することにより、相談の早期解決**を図りました。

実施状況

○令和4年度 **2件** (あっせん解決 1件、あっせん不調 1件)
 ○令和3年度 1件 (あっせん解決)



クーリング・オフマン

個別施策⑫ 各種相談事業の実施

●共催による各種相談事業

市民による多様な相談の需要に応えるため、関係団体との共催により、各種相談事業を実施しました。

(回)

事業内容	共催団体	R4 年度	R3 年度
行政書士による無料相談会※	京都府行政書士会	119	125
行政書士による終活セミナー 及び無料相談会		1	1
司法書士による無料相談会※	京都司法書士会	112	88
司法書士による相続登記等に 関するセミナー及び 無料相談会		3	3
民事調停委員による 無料相談会	京都民事調停協会	4	3
民事調停協会による民事調停 セミナー及び無料相談会		2	0
不動産なんでも無料相談	京都弁護士会、近畿税理士会京都 府支部連合会、京都司法書士会、 京都土地家屋調査士会、 京都府不動産鑑定士協会	1	1
不動産無料相談会	京都不動産研究協会	3	0
	京都府不動産鑑定士協会、 日本不動産鑑定士協会連合会	2	2
全国一斉不動産表示登記 無料相談会	京都土地家屋調査士会	1	1
土地の境界問題に関する 無料相談会	京都地方法務局、 京都土地家屋調査士会ADR「京都 境界問題解決支援センター」	23	23

※ 行政書士及び司法書士による無料相談会については、各区役所・支所における実施分を含み、そのほかは消費生活総合センターにおける実施分です。

個別施策⑭ 学校等における消費者教育の推進

●発達段階に応じた「自立した消費者として行動するための力」の育成に向けた取組

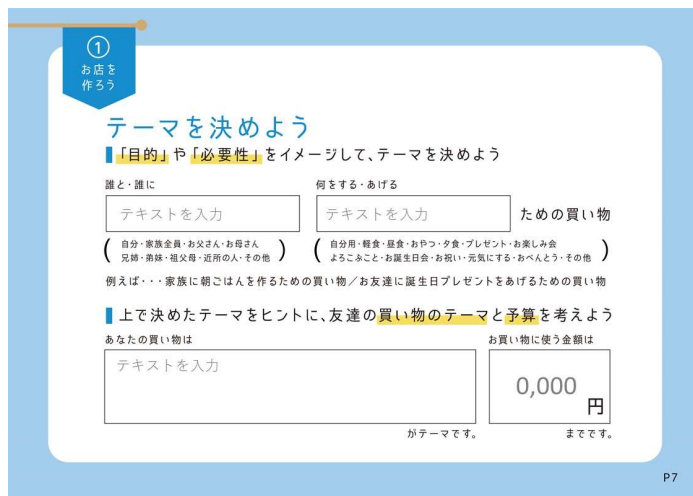
小学生向け消費者教育教材

○買い物シミュレーションゲーム

平成27年度に作成した「買い物シミュレーション学習キット」について、教育委員会との連携の下、令和3年度からGIGAスクール構想に対応したデジタルコンテンツ「**買い物シミュレーションゲーム**」への移行に向けての検討を進めました。

令和4年度には、試行授業による検証を行ったのち、**学習シートを追加し、11月にセンターホームページや教員向けポータルサイトへ教材を掲載しました。**

また、併せて作成した教員向け指導ガイドを、教育委員会を通じて全市立小学校へ配布しました。



子どもたちの学びの声

「初めてこんな経験したけど、これは一生続く問題だから、しっかり覚えておきたい」

「いつも何も考えずに買ってただけど、いろいろ比較検討するのは大事」

「買物している間に目的を忘れてたり見失うことがよくあるので気を付けたい」

8 「あまり買物を経験したことがなかったので、早く大人になっていろいろ買物してみたい」

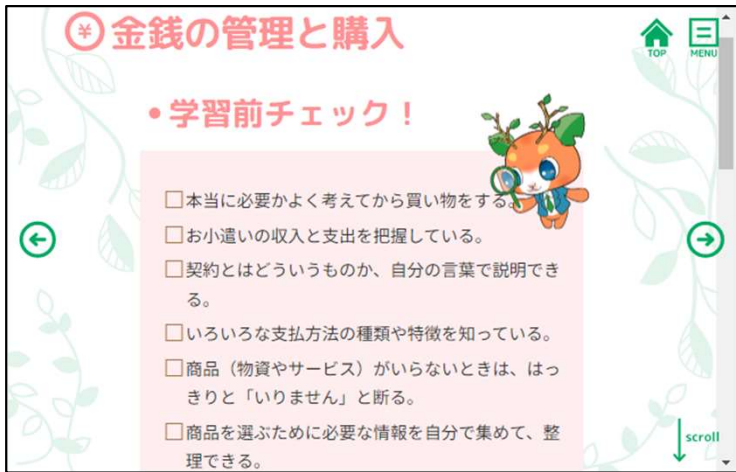
●発達段階に応じた「自立した消費者として行動するための力」の育成に向けた取組

中学生向け消費者教育教材

〇めざせ！消費者市民

消費者市民社会の実現を目指すための消費生活についてわかりやすく学べる冊子「めざせ！消費者市民！」について、GIGAスクール構想を踏まえ、デジタルブックに移行するとともに、エシカル消費の内容や「持続可能な衣食住」と絡めた内容を充実するなど、内容を一部追加・改定し、中学生が親しみやすいように四コマ漫画やイラストを多数採り入れることで、分かりやすく、楽しみながら学ぶことができる教材としました。

教材ページ



個別施策⑮ 地域社会における消費者教育の推進

●消費者カパワーアップセミナーの開催

消費者自らが適切に判断し、行動する力（消費者力）を身に付けていただくことを目的として、消費者団体と連携し、悪質商法のトラブル防止をはじめとした、暮らしに役立つ情報に関する消費生活講座「消費者カパワーアップセミナー」を開催しました。
より多くの方が参加していただけるようオンライン同時配信を取り入れました。



取組実績

「第1期」 テーマ：**わかる！使える！マイナンバー制度の基礎知識**
実施日：令和4年9月29日（同内容を午前と午後に分けて実施）
講師：久乗 哲 氏（税理士法人りたつくす代表社員、税理士）
参加者：**33名**（会場13名、オンライン20名）

「第2期」 テーマ：**身につけよう！！広告を見るチカラ**
実施日：令和4年12月22日、23日
講師：武田 典子 氏（（公社）日本広告審査機構（JARO）関西事務所）
参加者：**35名**（会場12名、オンライン23名）

●消費者団体、大学等と連携した消費者教育推進事業の実施

消費者団体、大学等と連携し、大学生等が契約トラブルなどの消費者問題についての現状認識を高め、その解決のために必要な法的知識を学ぶとともに、自らのライフスタイルについて考えを深め、消費者市民社会の形成に貢献する消費者となるための消費生活講座を開講しました。

令和4年度は、引き続き同志社大学において通年で開講したほか、新たに龍谷大学経営学部において、全15講の講座を開講しました。また、佛教大学教育学部においては、1回生に加え、2回生向けに消費者教育を学ぶ講義を開講しました。

※ 各大学におけるプログラム概要は、次ページを御覧ください。

取組実績

○同志社大学（商学部）

※大学コンソーシアム単位互換科目

実施期間、登録者数

- ・春学期 全15講、97名
- ・秋学期 全15講、94名

○龍谷大学経営学部

実施期間、登録者数

- ・後期 全15講、64名

○佛教大学教育学部教育学科

実施対象、登録者数

- ・1回生 全3講、131名
- ・2回生 全1講、21名

●消費者団体、大学等と連携した消費者教育推進事業の実施

同志社大学及び龍谷大学における消費生活講座プログラム内容

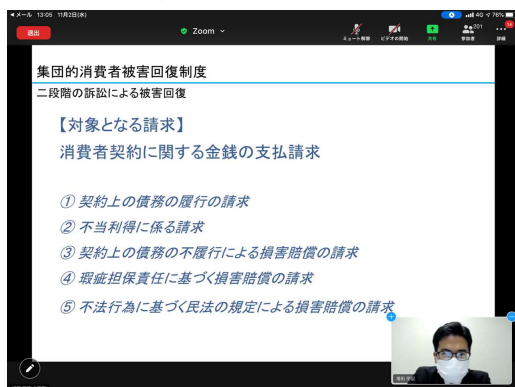
第1講	開講にあたって～「消費者問題」とは
第2講	「消費者問題」の現場から
第3講	消費者契約法 [消費者団体訴訟制度・適格消費者団体含む]
第4講	キャッシュレス時代の金融リテラシー
第5講	インターネットトラブル対策について
第6講	グループワーク「消費者被害を無くそう」
第7講	消費者教育について
第8講	持続可能な社会と消費行動
第9講	『たいせつな人』と災害に備える
第10講	エシカル消費を拓げるために
第11講	消費者と企業の対話から①②
第12講	①食の安全・安心と食品衛生行政 / ②京都市ごみ減量の取り組み
第13講	グループワーク「消費者市民社会を目指して」
第14講	京都市の消費者行政について
第15講	まとめ講義



佛教大学教育学部教育学科における系統的な消費者教育講座プログラム内容

開始年度	学年	学年テーマ	課題項目
R3	1年生	自立した大人として知っておきたいこと(トラブルに遭わないために)	第1講 消費者トラブルに遭わないために
			第2講 キャッシュレス時代の金融リテラシー
			第3講 消費者団体訴訟制度(表示規制(景品表示法・特定商取引法)、情報商材等の事例)
R4	2年生	持続可能な社会の実現に向けて、なぜ消費者教育が必要か?	第4講 消費者教育

※いずれも
オンライン授業



個別施策⑰ 学校等における消費者教育の担い手の育成

●実践的な消費者教育推進支援事業

若年者に対する切れ目のない実践的な消費者教育が推進されるよう、消費生活相談員や弁護士等の専門家の知見も活用しつつ、消費者団体をはじめとした多様な主体による連携・協働体制づくりの支援を進めました。

令和4年度は、小・中・高等学校や大学等の希望に応じ、**成年年齢引下げやエシカル消費をテーマとした若年者向け出前講座等を実施するための講師のコーディネート**を行いました。

取組実績

講師派遣先、日時、受講者数

- | | | |
|----------------------|---------------------|------------|
| ①華頂女子高等学校（3年生） | 令和4年9月28日 | 55名 |
| ②白河総合支援学校（3年生） | 令和4年10月7日 | 29名 |
| ③待鳳小学校（6年生） | 令和4年11月7日・令和5年1月12日 | 各58名（2回実施） |
| ④SPINNS高等学院（1年生～3年生） | 令和5年1月11日 | 15名 |
| ⑤京都光華女子大学（2023年度新入生） | 令和5年3月31日 | 361名 |

テーマ：成年年齢引下げと悪質商法、18歳で大人になる君たちへ、
考えてみようエシカルなくらし等

講師：消費生活相談員、消費者団体等

個別施策⑱ 地域における消費者教育の担い手の育成

●消費者月間の取組

毎年5月の消費者月間に、**消費者団体及び京都府と連携し、消費者啓発・教育に係る取組を実施**しました。

令和4年度は、成年年齢引下げを踏まえた、若年者の消費者被害や消費者教育の在り方に関する講演及びパネルディスカッションを開催しました。



取組実績

消費者月間行事「若者の未来を考える！18歳から狙われる消費者被害～」

実施日：令和4年5月29日

会場：京都経済センター 会議室（オンライン併用）

内容：成年年齢引下げを踏まえた、若年者の消費者被害や消費者教育の在り方に関する講演及びパネルディスカッション

参加者：50名（会場13名、オンライン37名）

個別施策⑳ 環境に配慮した消費者行動・エシカル消費の推進

●エシカル消費の普及促進事業

京都生活協同組合との連携協定に基づく
エシカル消費普及啓発イベント

令和4年1月に京都生活協同組合と締結したエシカル消費普及促進に係る連携協定では、エシカル消費の普及を促進する取組について連携・協力し、持続可能な循環型社会の実現や生物多様性の保全等を含む、消費者市民社会の実現を目指すこととしています。

令和4年度は、同組合との協働により、マイバッグの使用を促す取組や店舗でエシカルな商品を探すクイズラリーを実施しました。

取組実績

○エシカルなお買い物応援イベント「エシカルな商品を探せ！」

実施日：令和5年2月18日

会場：コープさかの

内容：店内を巡り、エシカル消費に関するクイズに回答

参加者：206組（300名前後）

○マイバッグを持参してプラごみ削減を目指そう！

イラスト&キャッチコピー大募集

応募期間：令和5年1月23日～2月19日

応募数：118作品（イラスト53、キャッチコピー65）



最優秀作品

はじめよう。
マイバッグから。
エシカル消費。



広報媒体等を活用した啓発等

様々な啓発ツールを活用し、幅広い主体と連携した普及啓発を行いました。

取組実績

- ・「エシカル消費」普及啓発ホームページ及び「京・くらしの安心安全情報」における情報発信
- ・マスコットキャラ「えしかるん」「えしかりん」公式SNSの活用（X(旧Twitter)、Facebook）
- ・区役所・支所等における普及啓発動画、ポスター及びチラシ等による周知
- ・中学校等へのリーフレットの配布（2,109部）
- ・食品ロス削減月間におけるパネル展示・動画放映



個別施策⑳ 高齢者等への支援

●消費者安全確保地域協議会の設置に向けた取組

高齢者、障害者、認知症等により判断力が不十分となった者の消費者被害を防ぐため、地方公共団体や地域の関係者が連携して見守り活動を行う「消費者安全確保地域協議会」の設置に向けた取組を推進しました。

令和4年度は、地域包括支援センターが主催し、社会福祉士、弁護士等の専門職種で構成される権利擁護ネットワーク会議等に参画し、消費生活相談窓口の周知、悪質商法や特殊詐欺の状況等に対する注意喚起や情報の提供、消費者安全確保地域協議会についての研修などを行った。

取組実績

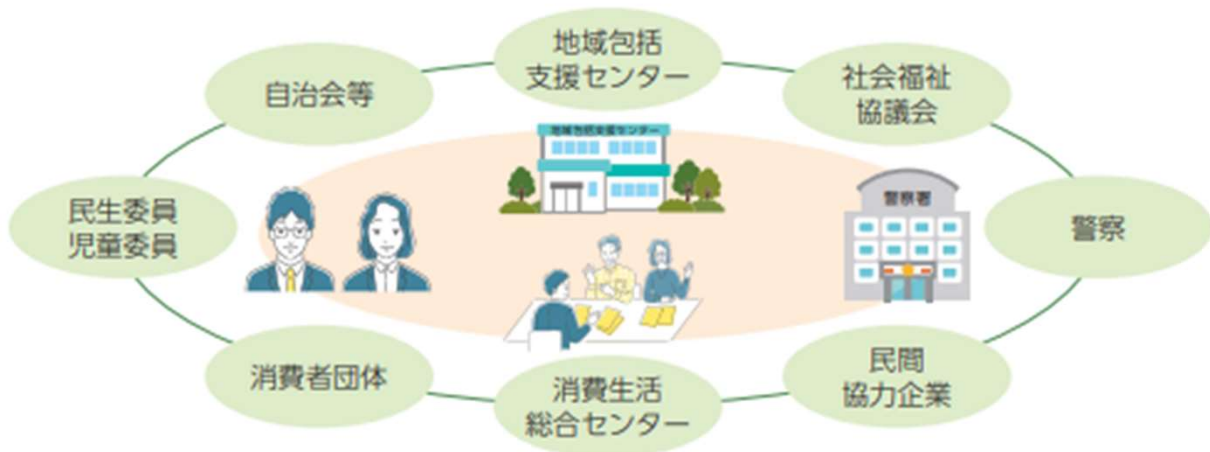
参画した権利擁護ネットワーク（出席回数）：9区3支所（22回）

※未参画の上京区、南区についても、令和5年度からの参画に向けた協議を行った。

消費者安全確保地域協議会について

消費者安全確保地域協議会は、消費者安全法で規定されており、高齢者、障害者等の判断力が不十分となった方の消費者被害を防ぐため、地域全体で連携して見守り活動を行うネットワークのことをいいます。

【構成団体のイメージ】



○設置の効果

個人情報の提供

構成員が見守り活動で得た個人情報を含む被害情報を、地域協議会・消費生活センター等に提供できます。

被害情報の共有

構成員が消費者被害に係る広報物等により情報を共有することにより、消費者被害への意識の高まりが期待できます。

見守りリストの作成

消費生活相談、見守り活動の中で得た情報等を基に、見守りリストを作成することができます。

福祉サービスへのつなぎ

消費者被害の発見をきっかけに、介護サービスや成年後見制度などの必要な福祉的サービスにつなげることができます。