

次期京都市消費生活基本計画策定に関する審議会での主な御意見

(第 128 回京都市消費生活審議会)

1 消費者安全の確保に関するもの

(安全な消費生活環境の確保／表示等の適正化の推進・取引の適正化)

- (1) 海外でも京都の物でないのに京都と書いて売られている商品を目にする。
偽表示への対策を立てていただきたい。
➤施策目標 2 に反映し、表示等の適正化に向けた個別施策で対応
- (2) 京都ブランドの認定事業の取組協力をしているが、認定する基準とリテラシーの向上を図っていないといけない。
➤施策目標 2 に反映し、表示等の適正化に向けた個別施策で対応

2 消費者被害の救済に関するもの

(消費生活相談体制の充実・強化／消費生活相談以外の相談事業の充実・強化)

- (1) デジタル化については、定期購入に関するトラブルなど、消費者の「うっかり」や「誤解」を利用した商法が非常に多くなっている。対策として何をするか考えるべき。
➤施策目標 5 を新設し、ネット取引被害を防止する情報発信の強化や消費者教育の推進に向けた個別施策で対応
- (2) 高齢者にも通信販売は増えているが、屋根修理やリフォームなどの古典的な訪問販売も増えているように感じる。「トクリュウ」という強盗グループが訪問販売にも加担している可能性もあり、訪問販売を重点施策目標とするべきではないか。
➤施策目標 4 を新設し、高齢者や障害のある方への見守り活動に関する個別施策で対応
- (3) 消費者への啓発手段としての広報の話であるが、ホームページへ自分から検索して必要な情報をとるのは難しいところがある。京都市は公式LINEがあり、一度登録すると、定期的に情報が届く。市民からすると、最新情報が適宜入ってくるので、ぜひそういったツールも活用してほしい。
➤(1)と同様

- (4) 高齢者にはまだまだスマートフォン自体持っていない人もおり、できない人やわからない人も多いということも知っておいてほしい。

➤(2)と同様

- (5) 減っていない相談については、次の基本計画でどうするのか等の見直しが必要。デジタルの話が多く出ていたが、相談件数の分析の中で、次の課題として挙げられるのかと思う。

➤(1)と同様

3 消費者教育の推進に関するもの

(戦略的な消費者教育の推進／消費者教育を担う人材育成)

- (1) 消費者としてサービスなどを選ぶ基準に「終える」ときのことまでを考えるように教えている。簡単に登録できるが登録解除が難しい、そういった契約が今後も増えていくことを懸念しており、こういった点についても、教育の場面だけでなく、高齢者向けの講演会などで啓発していくことも大事であると考えている。

➤施策目標 6 に反映し、多様な消費者教育の推進に向けた個別施策で対応

- (2) 京都市は学生のまちなので、既に実際されている消費者教育についても、もっと力を入れて取り組んでいくべき。特に 18 歳になった学生が一人暮らしを始める際に賃貸契約などでトラブルが懸念される。京都市は学生が自立するスタートの町なので、京都市という町が悪い印象にならないように、対策が必要である。

➤(1)と同様

- (3) 「デジタル終活セミナー」など関心が高いテーマなので、今後も開催してほしい。一方で、このような取組の周知が不足していると感じている。市民しんぶんなどで広報をされていると思うが、インターネットが使えない高齢者がいることも踏まえたうえで、PR の仕方も考えてほしい。

➤(1)と同様

- (4) 電子マネーの比率が高くなっており、お金に関する考え方が変わってきている。大学生だけでなく、中学生、高校生に対しても、消費の仕方も含め学習の機会が必要。

➤(1)と同様

- (5) カスタマーハラスメント（消費者が意見を伝える時に事業者への配慮に関わる事柄）について、実際に消費者教育をする際には、消費者の権利として事業者意見ができることも浸透させて行く必要のある大事な事柄であるが、それが度を越してカスタマーハラスメントとなるとサービスの提供者である事業者は過度に負荷をかけることになる。事業者へ意見を伝える際の留意事項については、少し盛り込んだ方がよい。

➤施策目標 8 に反映し、エシカル消費の推進に向けた個別施策等で対応

4 消費者市民社会の形成に関するもの

（「誰一人取り残さない」より良い社会に向けた支援

消費者、事業者、行政間の信頼向上、連携・協働の促進）

- (1) 訪日外国人の中には技能実習生などがいる。就労外国人は会話力のレベルも様々である。日常会話はできるが、消費生活のシステムの理解が低いなどもある。就労外国人に対しても情報発信要。外国人の働く環境の中で、消費の構造について発信するなど、事前に被害を防ぐという視点も大事。

➤施策目標 6・8 に反映し、グローバル化に対応する個別施策を新規で検討

- (2) 外国の方にわかりやすい日本語が求められている。スマートフォンで翻訳するなどの機能もあるが、日本語がわかりやすくなると、翻訳も更にわかりやすくなる。そういったことのサポートや気配りがあればよい。

➤施策目標 6・8 に反映し、グローバル化に対応する個別施策を新規で検討

- (3) 消費生活のグローバル化の進展については、京都市民が海外で消費する場面や外国人が京都市で消費する場面など、色々と想定されると思う。こういうことも検討できないか。

➤施策目標 6・8 に反映し、グローバル化に対応する個別施策を新規で検討

- (4) 重点項目であるエシカル消費については、SDGs と結びつけると更に広げられる。

➤施策目標 8 に反映し、エシカル消費の推進に向けた個別施策等で対応

- (5) 最近闇バイトへの世間からの関心が高い。ニュースでは闇バイトに手を出す方が悪いという空気もあるが、その裏には貧困やヤングケアラーなどの若者の孤立の問題もある。若い人はデジタルを使いこなしているようで、社会のことがわかっていない場合がある。スマートフォンがあることで、却って公的な窓口につながれない。大学に行っていない人、高校、中学の時に今必要なデジタル教育や消費者教育を受けられなかった世代、谷間になっている世代、情報量の違いが2～3年区切りでどんどん変わっていつている。必要な人が福祉的な支援につながれるように工夫してほしい。

➤施策目標 4 に反映し、配慮を要する消費者への支援に向けた個別施策で対応

5 その他

- (1) 基本計画は、抽象的になりがちで、具体的に何をするのか、実際の被害から課題を見据えて検討していくことが必要である。国の基本計画もK P Iなど、定量的な数値目標を持った形に変わってきている。

➤具体的な個別施策については、各年度の事業計画に掲載を予定

- (2) 観光都市としての京都が注目される一方で、京都に暮らす人の生活が置き去りにされているのではないかと。まず市民がちゃんと住めるような状況を作ることも消費生活ということを考える上では大切なのではないかと。

➤施策目標 1 に反映し、安全な消費生活環境の確保に向けた個別施策で対応