

京都市消費生活ビジョン（案）に関する市民意見募集の結果について

1 募集期間

令和7年10月31日（金）から令和7年12月8日（月）まで

2 周知方法

ホームページ（京都市情報館、消費生活総合センター独自ホームページ、情報メール便、SNS）、市民しんぶん（12月1日号）、リーフレットの配布（市役所案内所、各区役所・支所、各市立図書館等の本市所管施設、消費者団体、市内COP店舗等）、啓発イベント等における周知、出前パブリック・コメント（大学における消費生活講座等）

3 意見数

意見者数：115人 意見総数：148件

4 意見者の属性（単位：人）

(1) 年齢

19歳以下	20歳台	30歳台	40歳台	50歳台	60歳台	70歳以上	回答しない
4	41	11	17	12	15	10	5

(2) 居住地等

京都市在住	京都市内に通勤・通学	その他	回答しない
73	11	2	29

(3) 職業等

会社員	公務員	自営業	フリーター	家事従事者	学生	無職	その他	団体	回答しない
15	5	9	5	10	39	14	3	9	6

5 意見の内容（主な御意見と本市の考え方については別紙を参照）

項目	意見数
計画全般等	62件
基本方針全般	37件
基本方針1	9件
基本方針2	9件
基本方針3	15件
基本方針4	7件
その他	9件
合 計	148件

主な御意見と本市の考え方

1 計画全般等に対する意見

	主な御意見	件数	御意見に対する本市の考え方
1	<p>【計画への肯定的な意見】</p> <ul style="list-style-type: none"> 安心安全と持続可能な消費社会の方向性は子どもの未来にもつながる。 将来のために取り組んでいる企業が正しく評価され生き残れるよう、消費者自身が意識して商品を選択する社会になればいい。 将来に向けても、消費者・事業者・行政の連携・協働は不可欠である。 4つの基本指針を合わせると、消費者トラブルに対し、個人と社会の二重でしっかりと守っていこうという意識が見られてよい。 消費生活ビジョンによって、安心して人々が暮らせる社会に繋がる。 <p>など</p>	11	<p>ビジョンに掲げる基本方針と施策目標の下、社会情勢を踏まえた具体的な施策を推進し、消費者、事業者、行政の三者による連携・協働を深めることで、将来像である消費者が安心して安全に暮らせる社会、誰もが幸せを感じできる社会の実現を目指してまいります。</p>
2	<p>【計画全般の取組に関すること】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国が行っている政策と重なる部分が少なくない。 あれもこれも全部やろうとすると、かえつて中途半端に終わる。時期により、力を入れることと後でやることを、使い分けることが重要。 行政ができることには限りがある。京都府や消費者団体、専門家との連携もいいが、同じ方向を目指す組織で業務を棲み分けたら効率も良くなると思う。 計画の実施において、P D C Aをしっかりと進めてほしい。 <p>など</p>	15	<p>施策の推進に当たっては、その時々の社会情勢の変化や新たな消費者問題等に対応するため、毎年度事業計画を策定することとしています。</p> <p>その中で、本市を取り巻く状況に応じて重点取組や個別施策を定めるとともに、年度終了後には施策の点検・評価を行い、きめ細かく進捗管理してまいります。</p>
3	<p>【消費者について】</p> <ul style="list-style-type: none"> 結局は消費者自身が自分の身を守るしかないとし、その点を最初にうたうべき。 権利を主張するには責任も伴うべきで、その点を理念として呼びかけるのも行政の役割では。 <p>など</p>	5	<p>ビジョンの基本理念に「消費者には安心・安全な消費生活を営む権利とともに、自主的かつ合理的に行動する役割がある」と掲げているほか、消費者教育・啓発の場面においても、消費者の権利と責任についての理解を深めていただく取組を進めてまいります。</p>

4	<p>【計画期間について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 長期の方向性もいいけど具体的に何をするかが大事だと思う。 ・ 計画期間の25年は長すぎる。何年ごとに見直すとか決めておいたほうがいい。 ・ 25年という期間で社会や技術がどんどん変化するのに柔軟に対応できるのか疑問。かといって、毎年、計画づくりに労力をかけることも疑問。 <p style="text-align: right;">など</p>	6	<p>ビジョンの策定に当たっては、消費者を取り巻く環境が急速に変化する中、これまでの計画を通して継承してきたものを「時代の変化に動じない骨格」としてまとめ、掲げております。</p> <p>そのうえで、施策の推進においては、新たな消費者問題等に対応するため、毎年度事業計画を策定し、その中で重点取組や個別施策を定めるとともに、きめ細かく進捗管理を行うこととしています。</p> <p>更に、ビジョンそのものについても、関係法令の改正や本市の社会的・経済的状況等を踏まえ、必要に応じて見直すことで、社会情勢の変化に適切に対応してまいります。</p>
5	<p>【目標設定について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 取組が多岐にわたるのはよいが、優先度や成果の見え方が分かりづらい。進捗状況の見える化や成果指標を設定してはどうか。 ・ 具体的な「数値目標」「定量的指標」「達成時期」が不明確。目標を明示することで市民・事業者ともに進捗を共有しやすくなる。 ・ 方向性や施策目標に「何%減らす」「何件達成する」といった数値目標や評価指標を明確化すべき。 	3	<p>消費生活分野においては、トラブルの未然防止や消費者意識の醸成といった成果が、相談件数などの単純な数値のみでは捉えにくい側面があり、これまでの基本計画においては、数値目標の設定を見送っていました。</p> <p>具体的な数値目標の設定については、施策の長期の方向性を示すビジョンでは難しいところもありますが、今後の事業実績取りまとめの中で、進捗状況や成果がより分かりやすく見えるよう、適切な指標の在り方を検討してまいります。</p>
6	<p>【警察との連携について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者問題の手口が巧妙化、複雑化しており、国や警察等と連携した執行力の強化が求められている。 ・ 警察・司法との連携を強化する必要がある。 ・ プラットフォームに対する何らかの対策や、警察と連携した対応が必要。 ・ 役所も警察や税務署のような強制力を持つべきだ ・ SNSをきっかけとした事件の対策について、警察との連携も必要 	5	<p>いただいた御意見を踏まえ、ビジョンの施策目標に、京都府警察との連携を盛り込みました。</p> <p><基本方針1-施策目標2></p> <p>「表示・取引の適正化を通じた消費者の選択支援」</p> <p>消費者が…主体的に適切な商品等を選択できるよう…行政機関・警察や専門的な知見を持つ団体…などの関係機関と連携し…</p> <p><基本方針2-施策目標4></p> <p>「配慮を要する消費者への支援」</p> <p>こうした配慮を要する消費者に対し、福祉関係者や京都府警察と連携したきめ細やかな情報提供や相談支援を行うことで…</p>

7	<p>【基本理念について】</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者・事業者・行政が、実際に連携し取り組む仕組みや役割分担を具体的に示してほしい。 	1	<p>連携例として、消費者安全確保地域協議会を通じた見守り活動や、エシカル消費・消費者志向経営の普及・実践が挙げられますが、今後策定する事業計画において、具体的な取組を示してまいります。</p>
8	<p>【目指すべき将来像について】</p> <ul style="list-style-type: none"> 若者や高齢者、子育て世代、外国人など京都に暮らす多様な生活者の視点を明確に反映してほしい。 目指すべき将来像に強く賛同する。安心安全な社会を目指してほしい。 「誰一人取り残されることなく」とうたっているが、全てを網羅するのは現実的とは言えない。 将来像の意味を大まかにはつかめたが、抽象的なワードが多いと感じた。 <p>など</p>	7	<p>いただいた御意見を踏まえ、ビジョンの将来像（消費者が安心して安全に暮らせる社会の実現）に、消費者の多様化を踏まえた表現を盛り込みました。</p> <p><将来像1></p> <p>「消費者が安心して安全に暮らせる社会の実現」 そのための取組を推し進め、<u>京都に暮らす多様な消費者が、誰一人取り残されることなく、安心して安全に暮らせる社会の実現を目指します。</u></p>
9	<p>【消費者市民社会について】</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費者市民社会ということばがわかりづらい。イメージがわく言葉のほうがわかりやすい。 消費者市民社会ということばがなんかしつくりこない。内容が伝われば無理に使う必要はない。 <p>など</p>	3	<p>「消費者市民社会」とは、消費者が持続可能な社会の形成に積極的に参画するという重要な理念であり、消費者教育推進法にも明記されていることから、現行計画から引き続き使用しています。</p> <p>今後の消費者教育・啓発に際しては、具体的な例示を活用する等、その意義をわかりやすく伝えるよう努めてまいります。</p>
10	<p>【わかりやすい表現について】</p> <ul style="list-style-type: none"> 全体的に少し抽象的で遠く感じ、自分事として捉えにくい。 市民向けとしてだすのなら、もっと簡潔にすべき。 全体的に難解な言葉が使われており、理解できる人は少ないように感じました。 抽象的ワードが並びすぎて結局何を伝えたいのか。 <p>など</p>	6	<p>本ビジョンは長期的な方向性を示すものであり、抽象的な部分もありますが、市民の皆様が「自分事」として捉えられるよう、毎年度策定する事業計画では具体的な施策を示し、分かりやすい情報発信に努めてまいります。</p>

2 基本方針全般に対する意見

	主な御意見	件数	御意見に対する本市の考え方
1	<p>【基本方針全般の取組に関すること】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ インターネット・SNSについて、正しい使用法の教育と相談窓口等の周知拡大が必要。 ・ 高齢者トラブルの防止は重要。 ・ 被害の予防や救済という最低限必要な業務に人や金を集中すべき。 ・ 時間に限りがある中で、同時に取り組むのは無理で、予防救済と消費者教育を明らかに優先すべき。 ・ 消費者教育の充実と、弱い立場の人への支援強化、デジタル社会への対応強化が重要。 ・ 施策や取組の例について、今までからどう変えるのか、新たに打てる手はないのかがないと、「よくなりそう」な実感を持ちづらい。 <p>など</p>	5	<p>施策の推進に当たっては、消費者を取り巻く社会情勢等の急速な変化や、消費者被害の複雑化等の新たな問題に対応するため、毎年度事業計画を策定することとしております。</p> <p>その中で、重点取組や個別施策を定めるとともに、年度終了後に施策の点検・評価を行い、きめ細かく対応してまいります。</p>
2	<p>【消費者啓発について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 伝わりやすく啓発するなら、スポーツの試合の合間とかに呼びかけては。 ・ ガイドブックはわかりやすくてためになった。 ・ コンビニやスーパーでメッセージを流したら、主婦や高齢者など様々な層の耳に入る。 ・ 具体的な事例の詳細情報を動画などで発信したらいい。 ・ トラブル時の相談窓口を明確にし、安心な取引方法や不安な取引を避ける方法を積極的に周知すべき。 <p>など</p>	11	<p>様々な属性を持つ消費者の特性を踏まえ、多様な機会や媒体を活用した、効果的な啓発方法や情報発信の手法について、検討を進めてまいります。</p>
3	<p>【高齢者への啓発について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 相談体制の充実も高齢者には特にありがたい。高齢者にも届くよう、紙媒体や講座等、情報提供方法を工夫してほしい。 ・ 高齢者には特に、わかりやすく親しみやすい内容が一番。 ・ デジタル化が進む時代だが、アナログ世代がいることを忘れないで。 <p>など</p>	4	<p>広報誌や出前講座、消費者安全確保地域協議会を通じた情報提供など、多様な機会や媒体を活用し、高齢者が親しみやすくわかりやすい啓発・情報発信に取り組んでまいります。</p>

4	<p>【若年者への啓発について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ SNSを契機としたトラブルへの対策について、若者を対象とした啓発に粘り強く取り組むべき。 ・ インフルエンサーを使用していくと良い。 ・ 若い人に、もっと学校や地域での消費者教育をすべき。 <p style="text-align: right;">など</p>	8	<p><基本方針2>に、子ども・若年者などの特性に合わせた情報発信によるデジタル社会への対応強化を、<基本方針3>に、ライフステージに応じた体系的・継続的な消費者教育の推進を掲げており、教育機関や消費者団体、京都府警察とも連携し、若年者の被害防止に向けた取組を進めてまいります。</p>
5	<p>【今後施策を検討する際に参考とするもの】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ SNS上のデマ情報の対処、詐欺対策に力を入れてほしい。 ・ 消費者被害対策に加え、現在大きな問題となっている「物価高」への対策も盛り込むべき。 <p style="text-align: right;">など</p>	9	<p>いただいた意見については、関係部局等と共有するともに、今後、本市において取組を推進するうえで参考とさせていただきます。</p>

3 基本方針 1に対する意見

	主な御意見	件数	御意見に対する本市の考え方
1	<p>【2 表示・取引の適正化を通じた消費者の選択支援について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 不適切な商品販売を行う事業者への指導強化を強く講じるべき。 ・ 悪徳事業者や詐欺集団をきちんと排除してもらいたい。 ・ 個別施策・取組として、訪問取引についての制度的検討を掲げるべき。 ・ 「訪問販売お断りステッカー」に法的効力を持たせることで、不当な取引行為の排除と消費者被害の予防・救済を図ることができると。 ・ 正当な営業活動までが規制されることのないよう、行政にはバランスの取れた対策を願いたい。 ・ 訪問販売・電話勧誘販売の一規制強化、特に「訪問販売お断りステッカー」の法的効力付与と事業者登録制には反対。 ・ 健全な事業者の意見を尊重し、地域社会への影響を慎重に考慮すべき。 ・ 消費者や消費者団体の意見を国に届けるとともに、定期的な懇談の場を設けてもらいたい。 <p>など</p>	9	<p>市民の皆様が安心して安全な消費生活を営むことができるよう、行政機関・警察や専門的な知見を持つ団体、消費者団体等と連携し、表示・取引の適正化を図るための取組を推進してまいります。</p> <p>また、施策の推進に当たっては、毎年度事業計画を策定し、重点取組や個別施策を定めることとしております。</p> <p>その策定に際しては、いただいた意見を参考としつつ、国における法令改正等の動向や、本市の社会的・経済的状況を注視し、適正な取引の確保に向けた制度の在り方を慎重に検討してまいります。</p>

4 基本方針2に対する意見

	主な御意見	件数	御意見に対する本市の考え方
1	<p>【3 相談体制の充実・強化について】</p> <ul style="list-style-type: none"> 消費生活相談の充実に向けて、職員の能力向上や体制の整備、人材確保や人件費も含めた対応を望む。 L I N Eで気軽に相談ができるなどの制度があると利用しやすい。 新たなデジタル受付手段として、個人情報保護の脆弱性などの運用課題には気を付けて、L I N Eを導入すべき 大学キャンパス内でのポスター掲示や、ポスター・デザインの公募、トイレへの啓発冊子の設置も有効。 <p>など</p>	7	複雑化・高度化する相談内容に的確に対応するよう、引き続き相談体制の充実・強化に努めるとともに、新たなデジタル技術を活用しつつ、消費者が相談しやすい相談環境の整備や、効果的な情報発信による相談窓口の認知度向上に取り組んでまいります。
2	<p>【4 配慮を要する消費者への支援】</p> <ul style="list-style-type: none"> 最近お年寄りが狙われる。本当に守らないといけないのはこのような人たち。 高齢者に対しては、見守り、支援する人の協力が重要。 	2	高齢者や障害のある方など、特に配慮を要する消費者については、地域での見守り機能の強化を通じ、消費者被害の予防や早期発見・救済のための取組を進めてまいります。

5 基本方針3に対する意見

	主な御意見	件数	御意見に対する本市の考え方
1	<p>【6 多様な消費者に向けた消費者教育の推進について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 小学校から消費・金融リテラシーを高める教育の機会を設けてはどうか。 ・ デジタルリテラシーや消費者教育などは、若者に限らず全世代に必要。 ・ 学生、会社員、主婦、高齢者、個人事業主など、それぞれに合った消費者教育をしてもらいたい。 ・ 講座等を受けないと損するような仕組みがあつたら、消費者も真剣に聞き入るのではないか。 ・ ライフステージに応じた消費者教育って具体的に何を指すのか。 <p>など</p>	12	<p>様々な属性を持つ消費者が、その特性や年代・ライフステージに応じた体系的・継続的な消費者教育を受けられるよう、様々な機会や媒体を提供することにより、実践的な教育機会の充実に向けて取り組んでまいります。</p> <p>施策の推進に当たっては、毎年度事業計画を策定し、重点取組や個別施策を定めることとしております。</p> <p>この事業計画に基づき、幼児期から高齢期までの多様な年代の消費者に対し、学校や地域、職域などの様々な場を活用して、それぞれが必要な知識や実践的な能力を身に付けることができるよう、取り組んでまいります。</p> <p>また、「ライフステージに応じた体系的・継続的な消費者教育」については、ビジョンに注釈を掲載しました。</p> <p>＜施策目標6＞</p> <p>「多様な消費者に向けた消費者教育の推進」</p> <p>【注釈（ライフステージに応じた…消費者教育）】</p> <p>幼児期から高齢期までの年代により、生活環境やライフスタイルが異なることに着目し、教育機会（例：学校教育の活用や市民向け講座の開催）や内容（年代に合わせたテーマ・事例の設定）を使い分けていくものです。</p>
2	<p>【7 消費者教育を担う人材の育成・支援について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 消費者問題を専門にしている人材が増えれば、もっとよりよく学べるようになる。 ・ 京都市消費者教育シンポジウムのような取組をさらに発展させるべき。 ・ 家庭や地域で具体的に何をすればよいのかわからない。 	3	<p>学校や家庭、地域社会等における消費者教育の取組が広がるよう、消費者教育の担い手となる人材の育成に努めるとともに、担い手間の交流の促進に取り組んでまいります。</p> <p>また、家庭や地域における消費者教育の担い手に対し、具体的な実践手法を提示していく旨を追記しました。</p> <p>＜施策目標7＞</p> <p>「消費者教育を担う人材の育成・支援」</p> <p>そのため、消費者教育の担い手を対象として、<u>具体的な実践手法を提示し、指導力の向上</u>に取り組む</p>

6 基本方針4に対する意見

	主な御意見	件数	御意見に対する本市の考え方
1	<p>【8 持続可能な社会に向けた支援について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 買い物をするとき、「地産地消や環境にやさしい商品を選んだ方がお得」となる仕組みがあればいい。 ・ 「応援消費」や「推し活」を広めて、促進してほしい。 ・ エシカル消費という言葉は正直聞いたことがなかった。一目見て内容がわかる言葉じゃないと世の中に広まらないのでは。 ・ エシカル消費の普及に向けて、積極的な取り組みの強化に期待します。 <p>など</p>	5	<p>消費者市民社会の形成に向け、いただいた御意見を参考にしつつ、人や社会、環境、地域に配慮した持続可能な消費行動を促進し、その選択を支援するための効果的な取組を検討してまいります。</p> <p>なかでも「エシカル消費」の普及促進に向けた取組は重要であることから、啓発活動や情報発信の際に、その概念を分かりやすく伝える工夫を行うなど、エシカル消費が「より身近で実践しやすいもの」となるよう取り組んでまいります。</p>
2	<p>【9 多様な主体による連携・協働の促進について】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 「きれいごと」だけではなく、事業者にとっても得になるやり方が必要。 ・ 京都市主導で消費者と事業者間の双方向コミュニケーションの場を設けてほしい。 	2	<p>いただいた御意見を踏まえ、エシカル消費や消費者志向経営などの消費者・事業者双方の視点に立った活動を支援するとともに、多様な主体の協働を深めることを通じて、消費者と事業者の信頼醸成を図ってまいります。</p>

7 その他

	主な御意見	件数
	<ul style="list-style-type: none"> ・ 計画を策定すること自体に関する意見 ・ 消費生活相談の電話番号の全国共通化を求める意見 ・ 国による法規制の強化を求める意見 <p>など</p>	9