

京都府安心・安全な消費生活の
実現を目指す行動計画

平成 28 年 3 月
京 都 府

目 次

1 改定の趣旨	1
2 消費者を取り巻く社会状況等	
(1) ネット社会の急激な進展によるトラブル増加	2
(2) 高齢化に伴う消費者被害の増加	3
(3) 消費行動を通じて社会に貢献する消費者育成への社会的要請	4
3 京都府の消費生活行政の現状と課題	
(1) インターネット取引を巡るトラブルの増加	5
(2) 依然として多い高齢者の消費者被害	6
(3) 府内どこでも質の高い相談や救済が受けられる体制づくり	7
(4) 悪質・巧妙化する事案や不当表示事案の発生	8
ア 悪質・巧妙化する事案の発生	
イ 不当表示事案の発生	
(5) 消費行動を通じて社会に貢献する消費者の育成	10
4 施策の方向と施策展開	
(1) 被害の未然防止	11
ア ネット取引被害の防止	
イ 高齢者等の消費者被害の防止	
(2) 迅速な問題解決と拡大防止	13
ア 相談機能の強化	
イ 事業者指導の徹底	
(3) 消費者教育の推進	15
5 推進体制等	16

1 改定の趣旨

(1) 計画改定の趣旨

京都府では、府民の連携・協働のもとで安心・安全な消費生活を実現するため平成 19 年 12 月に「安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画」を定め、3 年ごとに改定するとともに、平成 26 年 3 月に「京都府消費者教育推進計画」を策定し、さまざまな施策を実施してきた。

現在、京都府内では、全ての市町村に消費生活相談窓口が設置され、住民に最も身近な場所で相談を受ける体制が整備されている。また、複雑・困難な相談については、弁護士等が参画する「消費者あんしんチーム」で迅速な解決が図られるとともに、被害の拡大を防止するため、警察等と連携しながら、悪質な事業者への警告・指導等を実施している。

前回の行動計画改定以降、消費者を巡る状況は、インターネット取引に係るトラブルの一層の増加、特殊詐欺等を始めとする高齢消費者被害の高止まり、食品・メニューの不当表示事案など新たな問題が生じ、消費者トラブルは複雑化、多様化するとともに、悪質化している。その一方で、消費行動を通じて社会に貢献していこうといった消費者意識の変化も窺うことができる。

国においては、平成 25 年に、訪問購入を規制するための「特定商取引に関する法律」の改正施行、消費者被害の集団的回復をはかるための「消費者裁判手続特例法」制定、平成 26 年に、都道府県の権限を強化した「不当景品類及び不当表示防止法」の改正、地域の見守りネットワークの構築等を内容とした「消費者安全法」の改正など、消費者行政の基本的な骨格をなす法整備が進んでいる。

また、平成 27 年 3 月には、消費者行政の指針である消費者基本計画が策定され、今後 5 年間で取り組むべき施策が定められたところである。

こうした消費者を取り巻く環境の変化や、関係法令等の制定、改正の動向等を踏まえ、これまでの京都府の消費者行政を点検し、消費者行政の一層の充実を図るため「安心・安全な消費生活の実現を目指す行動計画」を改定する。

(2) 計画の位置づけ

京都府消費生活安全条例第 7 条の規定により、消費生活施策を計画的に推進するための行動計画とする。

(3) 計画の期間

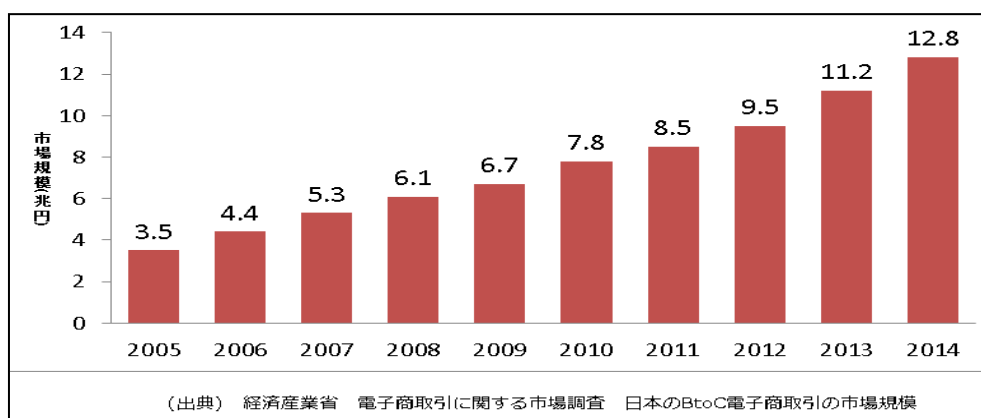
平成 28 年度から 30 年度までの 3 年間とする。

2 消費者を取り巻く社会状況等

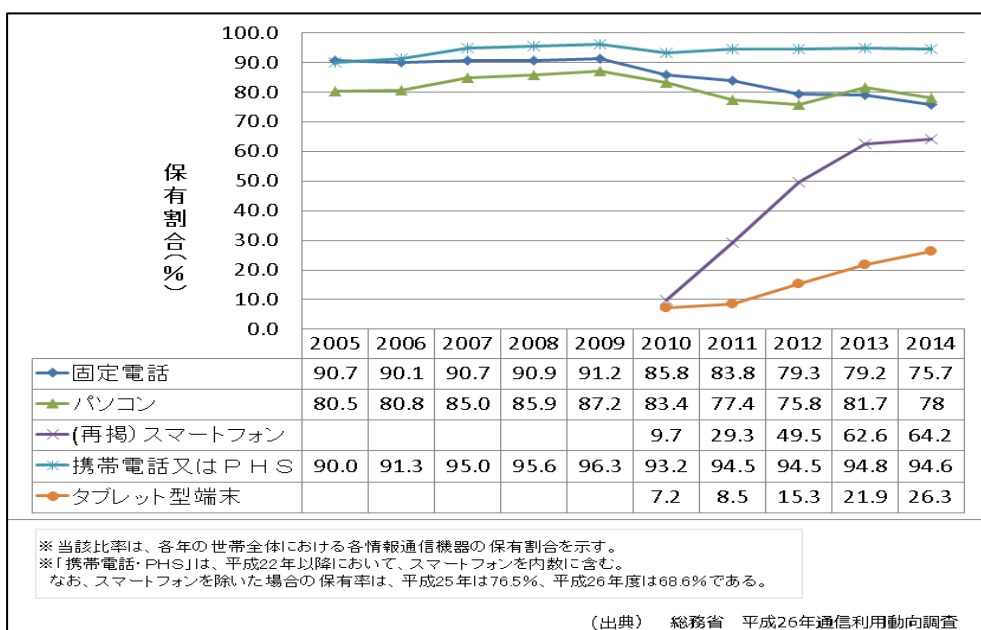
(1) ネット社会の急激な進展によるトラブル増加

- ▶ 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」によると、我が国の消費者向け電子商取引の市場規模は増加しており、平成 17(2005)年の 3.5 兆円から平成 26(2014)年には 12.8 兆円となり、9 年間で約 3.7 倍となっている。(図表 1)
- ▶ 総務省「通信利用動向調査」によると、携帯電話・PHS の世帯普及率は 9 割を超え、中でも、スマートフォンは、平成 25(2013)年には全国の 6 割以上の世帯に普及、若い年代ほど保有率が高い状況となっている。(図表 2)
- ▶ 平成 26(2014)年度に京都府内で受け付けた消費生活相談を見ても、「放送・コンテンツ」に係る相談が 1 位を占めるなど、インターネット関連の相談が増える傾向にある。

(図表 1) 電子商取引の推移



(図表 2) 情報通信機器の普及率



(2) 高齢化に伴う消費者被害の増加

- ▶ 京都府内の65歳以上の高齢者人口は平成22(2010)年に約60万人で、今後も急速な増加が予想される。平成32(2020)年には約76.8万人、本府の総人口に占める65歳以上の人口の割合は約30%となる。(図表3)
- ▶ 65歳以上の高齢単独世帯の割合は、全国で平成22(2010)年に9.2%となっており、平成32(2020)年には12.6%になる見込みである。(図表4)
- ▶ 平成26(2014)年に京都府内で受け付けた消費生活相談件数を見ても、高齢者(65歳以上)の相談件数は全体の約3割と大きな割合を占めている。

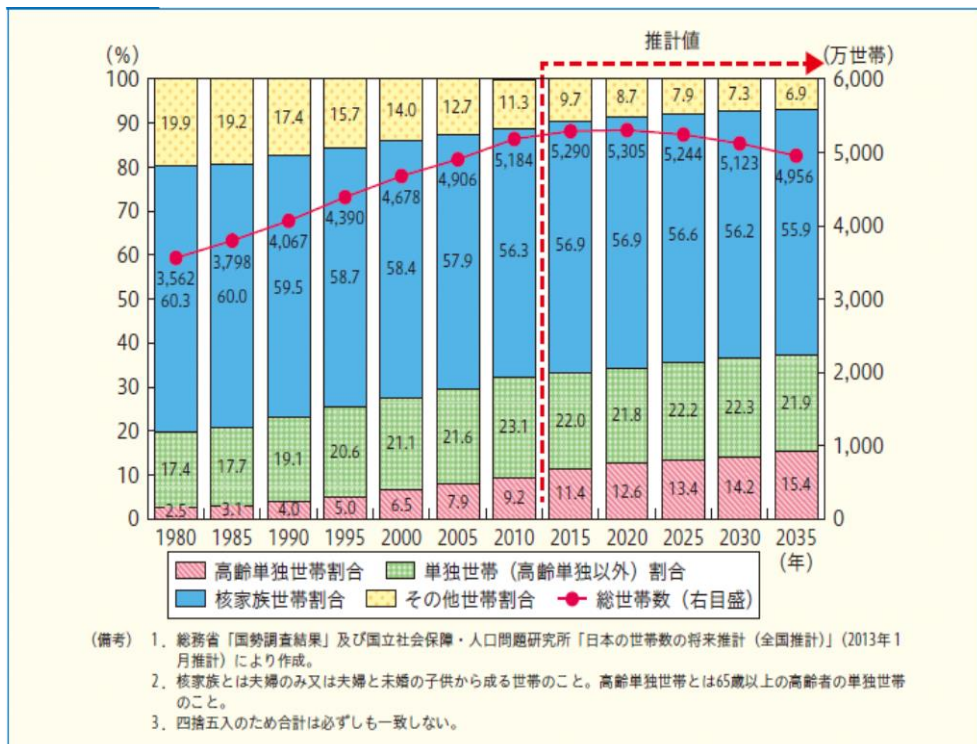
(図表3) 京都府内の65歳以上の高齢者人口の推移

区分	平成17年	平成22年	平成27年	平成32年
高齢者人口	530,350	605,709	730,729	768,685
総人口に占める 高齢者の割合(%)	20.0	23.0	27.9	29.9

※平成22年までは国勢調査結果

平成27年以降は国立社会保障・人口問題研究所による推計

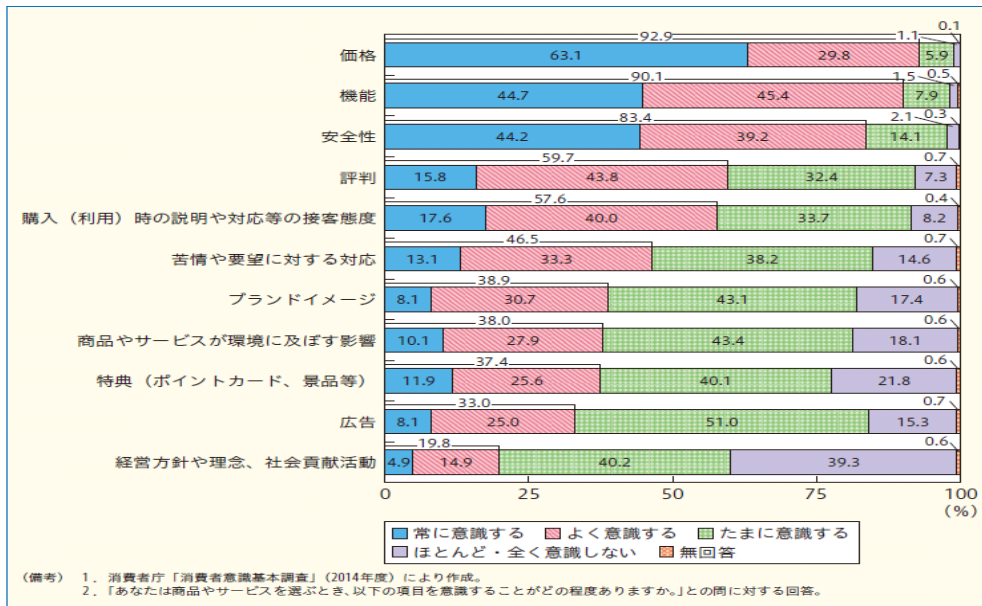
(図表4) 高齢単独世帯の増加



(3) 消費行動を通じて社会に貢献する消費者育成への社会的要請

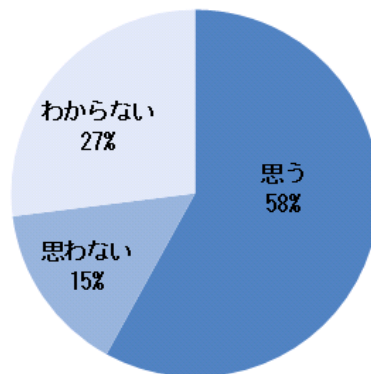
- ▶ 消費者庁「消費者意識基本調査」によると、商品やサービスを選ぶ際に意識（「常に」「よく」）するのは、「価格」（92.9%）、「機能」（90.1%）、「安全性」（83.4%）となっている。また、「購入時の説明や接客態度」（57.6%）や「苦情・要望に対する対応」（46.5%）等事業者の消費者対応についても比較的関心は高いが、「商品やサービスが環境に及ぼす影響」（38.0%）や「経営方針や理念、社会貢献活動」（19.8%）は関心が高いとは言えない状況である。（図表5）

（図表5） 商品やサービスを選ぶ際に意識すること



- ▶ 一方、平成 25(2013)年 9月に実施した「京都府くらしの安心推進員アンケート調査」によると、「自分の消費行動で社会をよく変えることができると思うか」という質問に約6割が「できると思う」と回答しており、消費者リーダーの中から意識の変化が現れ始めている。（図表6）

（図表6）消費行動に関する京都府くらしの安心推進員の意識



3 京都府の消費生活行政の現状と課題

(1) インターネット取引を巡るトラブルの増加

<現状>

○ネット取引を巡る状況

- ▶ インターネット取引は、時間を気にする必要がなく、自宅で価格や内容を比較できるなどのメリットがある反面、匿名性、非対面性、操作の容易性を悪用して詐欺的商法に利用されたり、多種の事業者が関与している場合は、責任の所在が不明確になりトラブルが発生しやすく、一旦トラブルになると解決が困難になる傾向がある。
- ▶ 決済方法の多様化に伴う電子マネーの利用拡大、インターネットバンキングの普及等が進行しているが、第三者による金銭や個人情報不正取得など大きな危険も発生している。

○相談の状況

- ▶ 京都府内で受け付けた消費生活相談を見ると、商品・サービス別の相談件数で、インターネットの画面をクリックしただけで、いきなり料金を請求されるといった「ワンクリック請求」をはじめとする「放送・コンテンツ」に係る相談がここ数年、常に1位になっている。
- ▶ インターネットにかかる相談では、「アダルトサイト」、「SNS」に関連するものが急増している。「オンラインゲーム」に関する相談では、10歳代が契約当事者であるケースも多いのが特徴である。

○京都府の施策

- ▶ 京都府では、インターネット被害にあいやすい若年層の被害を防止するため、府内高校3年生全員に「ワンクリック請求」や「サクラサイト商法」等への注意を喚起する啓発パンフレットを配布している。
- ▶ 中・高・大学生を対象とした消費生活相談員による出前講座でネットトラブルをテーマにするとともに、小学生を対象に大学生がネット被害防止講座を実施している。
- ▶ 相談対応に必要な知識を習得させるため、消費生活相談員等を対象に「オンラインゲームや決済サービス」等をテーマとする研修を実施するとともに、国民生活センター等が実施する研修へ派遣している。

<課題>

ネット社会の急激な進展に対して、仕組みへの理解や制度が追いつかないという状況の中、インターネット取引特有の危険性への認識を高める啓発・消費者教育や、被害救済、拡大防止を図るための多面的な取組が必要

(2) 依然として多い高齢者の消費者被害

<現状>

○高齢者の相談の特徴

- ▶ 京都府内で受け付けた消費生活相談を見ると、高齢者(65歳以上)からの件数は全体の約3割と大きな割合を占めている。高齢者は、他の年代と比べると、契約金額や支払金額が大きい傾向があり、近年、急増した特殊詐欺においても被害者の約7割が高齢者となっている。
- ▶ 一般に高齢者は、日中に在宅することが多く、悪質な訪問販売や電話勧誘販売等による被害にあいやすい状況にある。
- ▶ また、高齢者は、被害にあっていることを認識していない、自分が悪いと思って相談しない、一人暮らしで相談する人がいないなど、被害が表面化しにくい傾向にある。
- ▶ 高齢者の消費者被害の背景には、生活の困窮や社会的孤立、認知力の低下などが存在する場合もある。

○京都府の施策

- ▶ 京都府では、従来から、地域での消費者被害を未然に防止するため、府域で活動する50団体(平成27年10月現在)で構成する「くらしの安心・安全ネットワーク」による啓発活動や、「くらしの安心推進員」^{※1}の見守り活動を実施している。
 - ※1 くらしの安心推進員
地域の消費生活リーダーとして、声かけを通じて、身近な人に消費生活情報を積極的に提供し、地域を見守るボランティア
- ▶ また、消費生活相談員が積極的に地域に出かけて出前講座を実施し、地域のさまざまな団体と連携して見守り活動を行うとともに、二次被害の防止のために架電による注意喚起等を実施している。
- ▶ さらに、一人暮らし高齢者への民生児童委員による被害防止のための注意喚起や宅配事業者と連携した啓発などを実施している。
- ▶ 特に被害が甚大な特殊詐欺については、警察と連携して、「特殊詐欺等被害撲滅キャンペーン」を実施した。

<課題>

消費者トラブルにあうリスクの高い高齢者を被害から守るため、市町村の福祉部局等の行政や地域関係者が連携し、地域社会全体で高齢者を見守る仕組みが必要

(3) 府内どこでも質の高い相談や救済が受けられる体制づくり

<現状>

○消費生活相談内容の複雑化・多様化

- ▶ インターネットによる取引の増加や決済方法の多様化によるトラブル、公的機関等をかたる詐欺的な手口、話題性のあるテーマに便乗した劇場型勧誘など、消費者相談はますます複雑化・多様化する傾向にある。
- ▶ 困難事案に対して行うあっせんについては、事業者側と折り合いがつかず、不調となるものも発生している。

○市町村消費生活相談の状況

- ▶ 京都府では、平成 23 年度にすべての市町村に、消費生活センター等(市町村・一部事務組合が設置する消費生活センター及び消費生活相談窓口)が設置され、住民に最も身近な市町村での消費生活相談の受付体制が整備されたところであるが、市町村から一層の支援を求められている。

○京都府の施策

- ▶ 地域ごとに担当消費生活相談員を定め、助言や共同処理、移送処理など相談支援を実施(地域担当制)するとともに、各広域振興局に消費生活相談員を配置している。
- ▶ 府・市町村職員・消費生活相談員がリアルタイムシステム^{※2}により情報を共有している。

※2 リアルタイムシステム

府民からの相談に迅速・的確に対応するため、府・市町村職員・消費生活相談員が府内全域のリアルタイムな情報を共有し相互に活用できるシステム

- ▶ 市町村職員・消費生活相談員研修会、情報交換会、苦情処理研究会等各種研修を開催している。
- ▶ 消費者あんしんチーム^{※3}を編成し、困難事案に対する助言や弁護士相談等を実施し、迅速な解決を支援している。

※3 消費者あんしんチーム

複雑・困難な消費生活相談を早期に解決するための、府・市町村の職員・消費生活相談員と弁護士により構成されるチーム

<課題>

消費生活相談が複雑化・多様化する中、府内どこでも質の高い相談や救済が受けられるように、消費者問題解決力の一層の強化が必要

(4) 悪質・巧妙化する事案や不当表示事案の発生

ア 悪質・巧妙化する事案の発生

<現状>

○消費者被害の潜在化

- ▶ 消費者庁「平成 26 年度消費者意識基本調査」によると、消費者被害・トラブルの経験がある人のうち、どこかに相談・申出をした人の割合は 51%となっている。
- ▶ 相談又は申し出の相手は、商品やサービスを提供した事業者や家族等の身近な人が多く、全国の消費生活センター等の行政機関の相談窓口へ相談した人の割合は 7%にとどまっている。

○悪質・巧妙化・広域化する事案の発生

- ▶ 高齢者や若者等をターゲットに、法の隙間について巧妙に勧誘したり、次々と新たな詐欺的 handed 口で契約を締結させるなど、悪質・巧妙化した事案が発生している。また、府県域をまたがって広域的に不当な取引行為を行う悪質な事業者が増加している。
- ▶ 消費者の生命・身体・財産の被害が生じ得る事案が発生している。

○京都府の施策

- ▶ 市町村・消費生活センター等と連携して、地域に潜在する被害を調査・把握するとともに、府民から苦情が多数寄せられ、かつ、内容が悪質なものについて法令等に基づく事業者の指導を実施している。
- ▶ 相談の多い業種の事業者団体に対しては、業界団体を訪問して指導を実施している。
- ▶ 被害の発生又は拡大防止のため、京都府の全部局で構成する京都府くらしの安心・安全推進本部を設置している。

イ 不当表示事案の発生

<現状>

○不当表示事案の発生

- ▶ 平成 25 年 10 月以降、ホテル・レストラン等でのメニュー等の不当な表示が表面化し、消費者庁が違反事業者に対し再発防止を求める措置命令を発出した。
- ▶ 平成 26 年 3 月、消費者庁は「メニュー・料理等の食品表示に係る景品表示法の考え方について」（ガイドライン）を公表、同年 6 月、景品表示法が改正され、事業者の責務が規定されるとともに、措置命令権限及び合理的根拠の提出要求権限が付与されるなど、都道府県の権限が強化された。
- ▶ 同年 11 月、再度景品表示法が改正され、新たに不当表示を行った事業者に対する課徴金制度が設けられ、1 年 6 箇月以内に施行が予定されている。

○京都府の施策

- ▶ 関係団体に対し適正表示の要請を行うとともに、事業者に対し現況把握のための調査を実施している。
- ▶ ガイドライン周知のため、関係団体と連携して事業者向けの研修を実施している。
- ▶ 適正表示に対する理解促進のため、食品等の不当表示に関する消費者アンケートや事業者と消費者の意見交換会等を実施している。

<課題>

悪質・巧妙化する事案に対し、隠れた被害情報を入手し事業者指導に繋げるとともに、適正表示に対する事業者の理解をさらに深めることが必要

(5) 消費行動を通じて社会に貢献する消費者の育成

<現状>

○求められる消費者教育

- ▶ 商品及びサービスの取引が多様化、国際化する現代社会においては、個人の消費行動が世界の環境や経済に大きく影響を与える。
- ▶ 環境や社会に配慮した消費行動をとることで公正で持続可能な社会・経済を実現する主体となろうとする動きも一部で出現している。
- ▶ 「消費者教育の推進に関する法律」により、社会的・経済的状况に応じた消費者教育施策の策定・実施、自立した消費者の育成が、都道府県の責務として規定された。

○京都府の施策

- ▶ 京都府では、良質な商品・サービスの選択や消費者被害の未然防止に役立てるため従来から出前講座や研修会等を積極的に実施している。
- ▶ 「消費者教育の推進に関する法律」の施行を受け、平成26年3月に京都府消費者教育推進計画(計画期間：平成26年度から28年度まで)を策定した。
- ▶ 計画に基づき、①消費者教育の機会拡大と体系的な消費者教育の推進、②消費者教育の担い手の養成・支援、③消費者市民社会の構築に向けた気運づくり、④幅広い主体との連携・協働による取組の推進という4本の柱に沿って施策を展開している。

<課題>

「被害を回避しトラブルに適切に対処できる消費者」「自立する消費者」「主体的に考え行動する消費者」の育成が必要

4 施策の方向と施策展開

(1) 被害の未然防止

ア ネット取引被害の防止

未成年から高齢者まで幅広い利用者がインターネット社会で安心して消費生活を送ることができるよう取組を実施

■インターネット社会で安心・安全な消費生活を送るための取組

- ・インターネット取引に詳しい有識者等で構成する「ネット取引対策チーム（仮称）」を設置し、インターネット取引に特有な事案等を取り上げ、分析し、対応方法を検討して、その結果を未然防止・事業者指導等の施策に反映するとともに、研修等を通じて消費生活センター等にフィードバックする。（新規）
- ・警察やコンビニ、量販店などと連携し、電子マネー販売時に、高額購入者に対する注意喚起を行うなど、水際対策を実施する。（新規）
- ・インターネット取引被害を未然に防止するため、SNS、メールマガジン、ホームページ等を活用した情報発信を充実するとともに、世代別に教材を開発する。（新規）
- ・「インターネット取引におけるルール遵守や被害防止等」をテーマにした出前講座等を、児童から高齢者までを対象に、それぞれの世代特性等を踏まえた内容で実施する。（拡充）

<数値目標>

- ・電子マネー販売時の水際対策参加販売店数 (30 延べ1,000店)
- ・インターネット取引をテーマにした出前講座開催数 (30 50回/年)

イ 高齢者等の消費者被害の防止

高齢者等が地域で安心して暮らせるよう、市町村の福祉部局等と連携し高齢者等地域見守りネットワークを構築するとともに、地域での見守り活動を拡大

■高齢者等地域見守りネットワークの構築

- ・市町村の福祉部局等において構築される高齢者や障がい者等の見守りネットワークに、消費者被害防止の機能が付加されるよう働きかけ、地域の実情に沿った見守り活動の支援を実施する。（新規）

■地域における見守り活動等の拡大

- ・自宅から出ることが少ない高齢者等の消費者被害を防止するため、高齢者等を訪問する団体・事業者（例：介護関連団体、宅配事業者）等と連携した見守り活動を強化する。（拡充）
- ・高齢者等が、日常生活の中で消費者被害にあわないための情報が得られるように、金融機関や病院、理・美容院等と連携して啓発を実施する。（拡充）
- ・「二次被害」を防止するため、消費生活相談員から被害経験者へ架電による個別の注意喚起を行う。（拡充）

■出前講座・啓発活動等の充実

- ・府民協働防犯ステーション^{※4}や市町村、警察等の関係機関、地域団体との連携を強化し、高齢者等が参加する地域イベント等での啓発活動や消費生活相談員による出前講座を展開するなど、「地域に出かけるセンター」づくりを拡充する。（拡充）

※4 府民協働防犯ステーション

交番・駐在所等を核に、自治会、子ども見守り隊、防犯推進委員などの地域の様々な団体が参画する防犯ネットワーク

- ・市町村等と連携し、地域で府民向け講座等を開催する。その際、できるだけ多くの府民が参加できるように市町村の広報媒体等を活用して周知する。（拡充）
- ・講座等においては、啓発落語・寸劇等を活用し、悪質商法の手口等をわかりやすく紹介する。また、人間の心理を巧みにつく詐欺や悪質商法にあった者への理解促進や被害者目線に立った対応等に役立つ情報も提供する。（拡充）

■くらしの安心推進員による地域見守り活動の実施

- ・「くらしの安心推進員」が、地域での活動の幅を広げるために、市町村等の啓発活動に積極的に参画するなどの活動を支援する。（拡充）

<数値目標>

- ・市町村における高齢者等地域見守りネットワーク構築数 (30 12 ネットワーク)
- ・高齢者等の被害防止のための出前講座開催数 (30 100 回/年)

(2) 迅速な問題解決と拡大防止

ア 相談機能の強化

府内どこでも質の高い相談や救済が受けられるよう、消費生活センター等に対する支援を一層強化し、消費者問題解決力の高い地域づくりを推進

■ネット取引被害の相談や救済等の充実

- ・インターネット取引に詳しい有識者等で構成する「ネット取引対策チーム(仮称)」を設置し、インターネット取引に特有な事案等を取り上げ、分析し、対応方法を検討して、その結果を未然防止・事業者指導等の施策に反映するとともに、研修等を通じて消費生活センター等にフィードバックする。(新規) (再掲)
- ・インターネット利用者のために、よくある質問についての解説をFAQとしてまとめ、ホームページに掲載する。(新規)
- ・府民の多様なニーズに対応するため、これまでの電話による消費生活相談に加え、電子メールによる相談を実施する。(新規)

■消費生活センター等への支援の充実等

- ・市町村消費生活相談員を対象にした実践研修を行い、相談現場での助言や相談処理の支援を行う。(新規)
- ・市町村との情報共有システム(リアルタイムシステム)を活用し、双方向の情報共有を一層推進する。(拡充)

■消費者問題解決力の強化

- ・消費者あんしんチームに「IT」「建築」等の専門家を配置し、困難事案を早期に解決する。(新規)
- ・府消費生活相談員として必要な専門的知識や対応力を高めるための研修を実施する。(拡充)
- ・消費者被害の解決に繋げるため、民間ADR(裁判外紛争解決手続)機関^{※5}や、日本司法支援センター(通称「法テラス」)、適格消費者団体^{※6}、特定適格消費者団体^{※7}等と連携する。(新規)

※5 民間ADR(裁判外紛争解決手続)機関

民事上の紛争を、公正中立な第三者として、当事者双方の言い分を聴きながら、専門家としての知見を生かして、柔軟な和解解決を図る民間機関で、法務大臣が認証している機関

※6 適格消費者団体

事業者の不当な行為に対して差止請求ができる適格性を有する消費者団体として、内閣総理大臣の認定を受けた団体

※7 特定適格消費者団体

適格消費者団体(法人)のうち、被害回復裁判手続きができる適格性を有すると内閣総理大臣の認定を受けた団体(平成28年10月に施行予定)

<数値目標>

・消費者被害回復件数^{※8} (30) 410件/年)

・消費者被害未然防止件数^{※9} (30) 300件/年)

※8 契約締結後にセンター等に相談した結果、契約金額の全部又は一部の返金、支払免除等があった件数

※9 契約締結前にセンター等に相談した結果、支払わずに済んだ件数

イ 事業者指導の徹底

悪質な事業者の実態を把握し、警察、他府県、市町村等と連携して、厳正な事業者指導を積極的に実施するとともに、表示の適正化を図るための指導実施、消費者・事業者団体との連携による適正表示への理解を促進

(ア) 悪質な事業者の徹底排除

■悪質商法を行う事業者情報の早期把握による徹底指導

- ・インターネット取引に詳しい有識者等で構成する「ネット取引対策チーム(仮称)」を設置し、インターネット取引に特有な事案等を取り上げ、分析し、対応方法を検討して、その結果を未然防止・事業者指導等の施策に反映するとともに、研修等を通じて消費生活センター等にフィードバックする。(新規) (再掲)
- ・「消費者通報サイト(仮称)」の開設や消費生活センター等との連携強化により、隠れた被害の情報を府民から幅広く収集し、寄せられた情報について調査の上、悪質な事業者の指導を実施する。(新規)
- ・広域的に違反行為を行っている事業者に対して、国や近隣府県と連携を強化し、悪質事例の情報共有や対策の検討により効果的な指導及び行政処分を実施する。(拡充)

■詐欺的な事案や複雑多様化する事案に対する対応強化

- ・警察やコンビニ、量販店などと連携し、電子マネー販売時に、高額購入者に対する注意喚起を行うなど、水際対策を実施する。(新規) (再掲)
- ・犯罪の疑いのある詐欺的な行為を行う事業者に対しては、警察に情報提供を積極的に行うなど警察との連携を強化する。(拡充)

(イ) 表示への信頼確保

■消費者・事業者等との連携による適正表示への理解促進

- ・消費者等に、景品表示法違反が疑われる広告等の不当表示情報の提供を働きかけ、寄せられた情報について調査の上、指導を実施する。(新規)
- ・事業者団体等と連携し、コンプライアンス講習の実施など法令遵守のための取組を推進する。(拡充)
- ・適正表示に対する理解を促進するため、「表示」をテーマにした出前講座等を実施する。(拡充)

<数値目標>

- ・消費者通報サイト(仮称)等への情報提供数 (㊿ 30件/年)
- ・事業者向けコンプライアンス講習等の開催数 (㊿ 延べ30回)

(3) 消費者教育の推進

自立した消費者及び公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する消費者を育成するため消費者教育を展開

■京都府消費者教育推進計画に基づく施策の実施

(主な施策)

- ・小・中・高校・大学等へ働きかけ、消費生活相談員を積極的に派遣し、トラブル事例や対処法、消費者の役割などを内容とする出前講座を実施する。
- ・京都には多数の大学等が立地することを活かし、消費者教育を普及する大学生の消費者リーダーを育成し、若者世代にトラブル防止講座を実施する。
- ・関係団体と連携し、食品ロスや地産地消等をテーマにした消費者と事業者の意見交換や、消費者教育フォーラム等を実施するとともに、庁内各部局と連携して、あらゆる機会を活用した啓発等を実施し、「消費者市民社会」に対する府民の理解を促進する。

■消費者教育推進計画の改定

- ・現消費者教育推進計画の施策の進捗状況を検証し、次期計画を策定する。(平成28年度予定)

■新しいテーマ等に関する消費者教育

- ・「インターネット取引におけるルール遵守や被害防止等」をテーマにした出前講座等を、児童から高齢者までを対象に、それぞれの世代特性等を踏まえた内容で実施する。(拡充) (再掲)
- ・適正表示に対する理解を促進するため、「表示」をテーマにした出前講座等を実施する。(拡充) (再掲)

<数値目標>

- ・消費者教育推進のための各種講習等の開催回数 (30) 270回/年)

5 推進体制等

○ 推進体制

消費生活安全センターは、庁内関係部局をはじめ、教育委員会、警察等と連携を密にし、市町村・消費生活センター等と消費者問題に関する情報の共有に努め一体となって、京都府消費生活審議会や府民の意見を踏まえながら、施策を着実に推進する。

○ 消費者団体・事業者団体・専門家団体との連携・協働

施策の推進については、消費者の利益の擁護・向上を目的として活動する消費者団体、苦情処理窓口の充実や消費者への積極的な情報提供、消費者教育など自主的な取組を行っている事業者団体、弁護士会・司法書士会など専門的資格・知識を持つ専門家団体と連携・協働を図る。

○ 進行管理

施策の進捗状況を把握するため、数値目標を設定するとともに、実施状況について、毎年度、京都府消費生活審議会に報告し、その結果を施策に反映する。

○ 諸情勢の変化に伴う計画の見直し

消費者を取り巻く状況の変化や国の動向等を見極め、迅速かつ効果的な施策の推進を図るため、必要な場合は、京都府消費生活審議会の意見を踏まえて、速やかに計画を見直す。

○ 府民への情報提供

計画については、府民への周知を図るとともに、進捗状況をホームページで公開する。