

「京都市消費生活ビジョン(案)」についてのご意見記入用紙

※ 本用紙以外の様式でのご提出も可能です。

京都市消費生活ビジョン(案)への ご意見を募集します！！

令和7年10月31日(金)から12月8日(月)まで



どうして新しいビジョンが必要なの？



京都市エシカル消費推進
マスコットキャラクター
「えしかるん」

消費者を取り巻く社会情勢が急速に変化し、消費者の多様化や消費者被害の複雑化が、よりいっそう進行しています。

このような中、時代の変化に動じない消費生活施策の「核」を見定め、社会で共有するために、消費生活施策をより総合的・計画的に推進するための長期的な指針として、「**京都市消費生活ビジョン**」を定めることとしました。

このビジョンのもと、消費生活に携わる消費者、事業者、行政の三者がそれぞれの役割・責務を果たしつつ、連携・協働して取組を進めることにより、全ての人が安心して安全に暮らせる、より良い地域共生社会の実現を目指します。

なお、本ビジョンは、京都市政の基本方針である「京都基本構想案」の消費者行政における分野別計画であり、関連分野と整合、連携を図りながら、各種施策を推進します。

デジタル化の進展に伴う
取引環境の複雑化

配慮を要する
消費者層※の拡大

消費生活を
取り巻く状況

※ 高齢者や障害のある方、
社会経験が不十分な若年者等

消費生活の
グローバル化の進展

持続可能な社会の
実現へ向けた取組

ご意見を取りまとめる際の参考といたしますので、差し支えなければ下記にご記入ください。

(該当する項目を してください)

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

お住まい等 京都市在住(区) 京都市内に通勤・通学 その他

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()

■ 募集期間：令和7年10月31日(金)から12月8日(月)まで【必着】

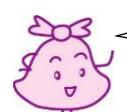
■ 提出先：京都市文化市民局文化市民部 消費生活総合センター

【メール】soudan@city.kyoto.lg.jp 【FAX】075-366-2259

【郵送】〒604-8588 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

【H P】表紙の二次元コードから、入力フォームでご提出ください。

■ 問合せ：消費生活総合センター(075-366-2250)



この印刷物が不要になれば、「雑がみ」として古紙回収等へ！

発行 京都市文化市民局文化市民部消費生活総合センター
令和7年10月/京都市印刷物 第071498号

<計画期間> 令和8(2026)年度～令和32(2050年)年度

消費生活施策の長期的な指針としてビジョンを定めつつ、関係法令の改正や本市の社会的・経済的状況等を踏まえ、必要に応じて見直します。



クリーリング・オフマン

消費生活ビジョン(案)の詳細は、
ホームページをご覧ください。
ホームページ内の入力フォームから、
ご意見をお送りいただけます。



ホームページ
はこちら



市民の皆様の声を聞かせてね。中面では、将来像や
施策の方向性を紹介！！

～目指すべき将来像～

➤ 消費者が安心して安全に暮らせる社会の実現

商品・サービスの安全が確保され、危害等の未然防止や被害の拡大防止・救済が図られることにより、**消費生活の安定と向上が確保されている社会**

➤ 消費者が自分らしい選択をし、誰もが幸せを実感できる社会の実現

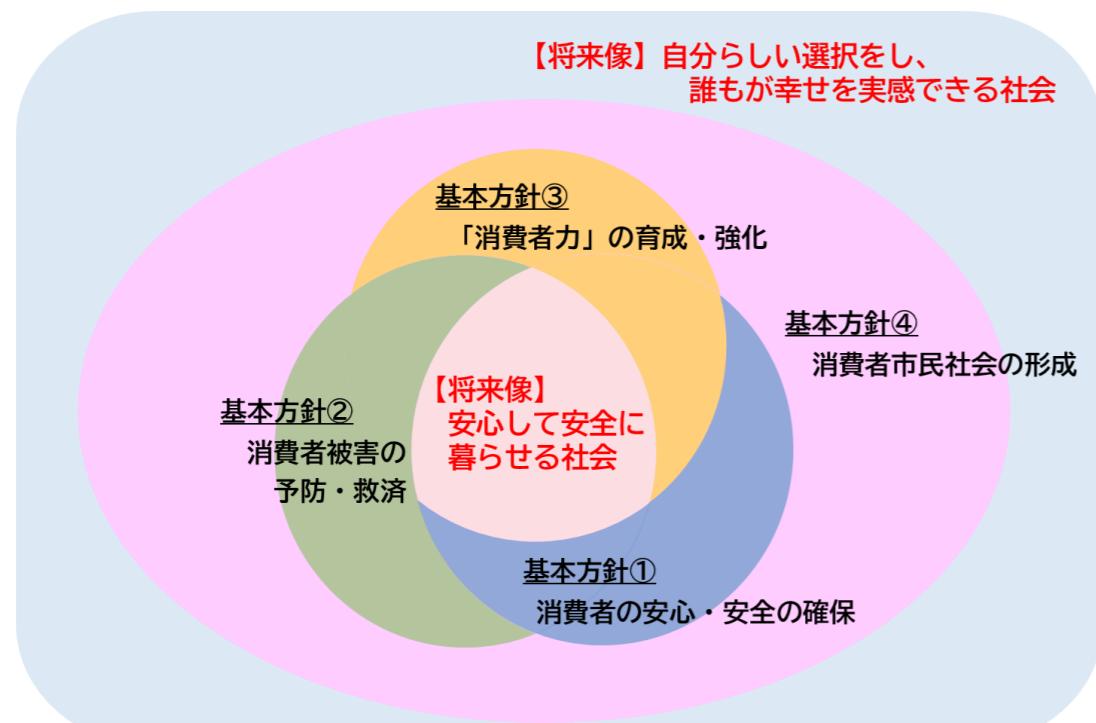
消費者が、京都に息づく暮らしの知恵や心を大切にしつつ、**地域の人々や将来世代、地球環境に思いを馳せながら消費行動を選択**し、社会の発展や課題の解決に参画する「消費者市民社会」の形成を通じて、**幸せや生きがいを実感できる持続可能な社会**

● 4つの基本方針

目指すべき将来像の実現に向け消費生活施策を展開するために、これまでの取組を踏まえつつ、**時代の変化に動じない骨格として4つの基本方針を定めます。**

消費生活ビジョンの推進に当たっては、4つの基本方針を相互に連携させることで、相乗効果をもたらし、施策の効果的な推進を図ります。

＜基本方針の関係性＞



具体的な取組はどうするの？



京都市エシカル消費推進
マスコットキャラクター
「えしかりん」

社会情勢の変化や消費者被害の傾向を捉え、直面する課題に適切に対応できるよう、**個別施策や重点取組を定める事業計画を毎年度策定します。**

★ 消費生活ビジョン(案)の本冊では、具体的な個別施策・取組の例を記載しています。
表紙の二次元コードからご覧ください。

● 施策の方向性(基本方針・施策目標)

基本方針1 消費者の安心・安全の確保

商品やサービスの安全性を確保するとともに、消費者被害の発生時には、迅速かつきめ細やかな情報提供により、悪質商法や不当な取引から市民を守ります。

施策目標1 **安全な消費生活環境の確保**

商品の安全性確保のための監視

消費者事故・被害発生時の的確な情報提供

施策目標2 **表示・取引の適正化を通じた消費者の選択支援**

商品表示の適正化に向けた事業者の指導
不当な取引の排除

基本方針2 消費者被害の予防・救済

市民からの相談に的確に対応し、消費者被害の救済に努めるほか、地域における見守り機能やデジタル化への対応を強化することで、被害の予防に努めます。

施策目標3 **相談体制の充実・強化**

各種相談の充実、相談窓口の認知度向上
複雑化する相談に対応する職員の能力向上

施策目標4 **配慮を要する消費者への支援**

福祉関係者と連携した情報提供・相談支援
高齢者や障害のある方等への見守り機能強化

施策目標5 **デジタル社会への対応強化**

インターネット取引への対応や、デジタルリテラシーの向上に向けた啓発

基本方針3 「消費者力」の育成・強化

「気づく力」「断る力」「相談する力」等、消費生活に関する知識を適切な行動に結びつけられる「消費者力」の強化に向け、教育・啓発を行います。

施策目標6 **多様な消費者に向けた消費者教育の推進**

消費者の年齢に応じたライフステージや、
多様な消費者の特性に配慮した教育・啓発

施策目標7 **消費者教育を担う人材の育成・支援**

学校・地域社会における消費者教育の担い手の育成

基本方針4 消費者市民社会の形成

消費者が、地域の人々や将来世代、地球環境に配慮した消費行動を通じて、持続可能な社会の形成に参画する「消費者市民社会」の形成に取り組みます。

施策目標8 **持続可能な社会に向けた支援**

エシカル消費をはじめ、持続可能な社会に向けた消費行動の促進

施策目標9 **多様な主体による連携・協働の促進**

消費者と事業者双方の信頼の醸成
各種団体・関係機関との連携