

消費者市民を表す皆さんの作品をお待ちしています

1 応募要項

- (1) 応募資格 京都府内に在住または通勤・通学の方
- (2) 作品規格 簡潔なことば（20文字以内）
- (3) 注意事項
 - ア 応募作品は、自作、未発表のものに限ります。
 - イ 応募作品の著作権、所有権は主催者に帰属し、原則返却しません。
 - ウ 入賞作品の使用、掲出などに際し、京都府消費生活安全センターの文字や電話番号などを入れます。
また、入賞者と御相談のうえ、入賞者の氏名や学校名等を入れることがあります。
 - エ 応募作品については、当センターが発行するリーフレット等に使用する場合は、府の施設で掲示する場合があります。

2 応募方法等

- (1) 応募方法 郵送、ファックス又はインターネット（応募フォーム・Eメール）で
応募の際には、必ず「消費者市民」キャッチコピー応募票又は以下①～⑥の内容を記載したものを添付してください。
①住所 ②氏名(ふりがな) ③年齢(学校名・学年)
④電話番号 ⑤作品コメント ⑥本事業を何で知ったか。
- (2) 応募及び問い合わせ先 **京都府消費生活安全センター**
〒601-8047 京都市南区新町通九条下ル 京都テルサ西館 2階
電話 075-671-0030 FAX075-671-0016
メールアドレス kyo-shohisen@pref.kyoto.lg.jp
- (3) その他 先着 100名の応募者に、当センターオリジナルグッズを進呈します。
※応募者の個人情報は京都府で管理し、本事業に関する目的にのみ使用します。

3 応募締切日

平成 26 年 9 月 1 日(月) (必着)

4 審査方法等

- (1) 賞 応募書類による審査により決定します。
優秀作品には賞状及び副賞(フェアトレード商品など)を進呈します。
※複数の同じことばの応募があった場合、各賞人数は調整します。
- (2) 入賞発表 平成 26 年 10 月上旬(予定)に消費生活安全センターホームページ上で発表します。

「消費者市民」キャッチコピー応募票

キャッチコピー										
コメント (作品の簡単な説明)										
住所	(郵便番号 -)									
ふりがな										
氏名										
年齢 (学校名及び学年)	歳	電話番号 (日中に連絡がとれる先)								
本事業を何で知りましたか。 ①募集チラシ ②府民だより ③ホームページ ④その他 ()										

※郵送の場合、点線で切ってハガキに貼ってください。

消費者ホットライン
ゼロコーナ・ゼロ 守ろうよ、みんなを!
0570-064-370

発行：
京都府消費生活安全センター
〒601-8047
京都市南区新町通九条下ル
京都テルサ内（西館 2 階）
TEL:075-671-0030
FAX:075-671-0016
<http://www.pref.kyoto.jp/shohise/>

消費者市民ってなに？

—「消費者市民」のキャッチコピーを募集します—

こんな経験はありませんか？

チラシの写真とちがう・・・？

安かったしたくさん
買っちゃった！

どうしてこんなに
安いのか？

入賞者には
賞状・副賞進呈

京都府

消費には、社会を変えるチカラがある

どうすればいいの？

★ 行動しよう！

「チラシの写真や宣伝文句と実物が違う」、「一回洗っただけなのにすごく色落ちしてしまった」とき、あきらめる？それともお店に連絡する？

行動しないと・・・

他の人も同じ被害やトラブルにあってしまうかも。
次の被害、トラブルを出さないためにも、行動しよう！

★ 考えよう！

「安いから」「新しいから」と必要以上に買うと、その商品を本当に必要としている人に行き渡らなかったり、使い切れず大量に捨ててしまうことに。

過度な消費と生産は、将来の資源の無駄遣い
身の回りのものを大切に、持続可能なライフスタイルを考えよう！

★ 選択しよう！



「安い理由」「高い理由」はなに？
その商品は、地域経済や、開発途上国の子供たちにもやさしい？

フェアトレード

発展途上国の生産者を、現地生産者の生活支援や環境保護などにも配慮した適正な価格で継続的に取引する仕組み

商品が生み出される背景や過程に目を向けて、自分ができる範囲で、地元でとれた商品やフェアトレード商品を選んでみよう！

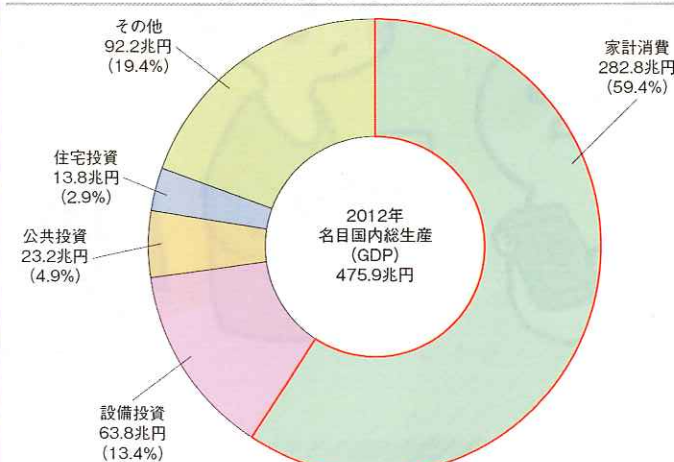
「消費者市民」とは自分だけでなく**周りの人々**や**社会経済**、**地球環境**のこと
も考えて生活し、公正で持続可能な社会を作る消費者のことです。

こんな消費者をひとことで表すとしたら??

あなたの作品をお待ちしています

ちょっとデータ

GDPの約6割を占める家計消費

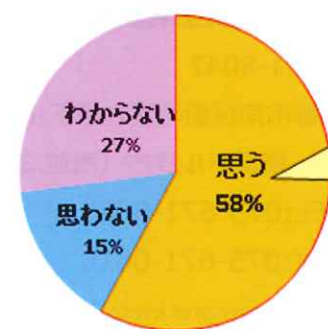


(備考) 1. 内閣府「国民経済計算」
2. 「その他」は、対家計民間非営利団体最終消費支出、政府最終消費支出、在庫品増加、純輸出の合計。

消費が持つ力

家計消費は経済全体の約6割を占め、消費者は経済社会に大きな影響を及ぼす存在

●自分の消費行動で社会をよく変えることができますか
(京都府くらしの安心推進員アンケート 2013年9月)



6割が
自分の消費行動で
社会をよく変える
ことができると思
っている

消費者意識の変化のきざし

自分の消費行動で社会をよく変えることができると思っている消費者が約6割

京都府の取組

「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」が積極的に社会参加することで、公正で持続可能な社会を実現することを目指し、平成26年3月に京都府消費者教育推進計画を策定しました。

今後、消費者団体・事業者団体など多様な主体と連携協働し、消費者教育の機会拡大や体系的な教育の推進、消費者教育の担い手養成・支援、消費者市民社会の構築に向けた気運づくりなどの取組を実施していきます。