

## 第2次岡山市消費者教育推進計画（素案）に対する ご意見募集（パブリックコメント）の実施結果について

### 1 意見募集の概要

#### (1) 募集期間

令和4年12月5日（月）から令和5年1月6日（金）まで（33日間）

#### (2) 周知方法

- ・岡山市ホームページ
- ・配布（生活安全課消費生活センター、情報公開室、各区役所（総務・地域振興課）、各支所（総務民生課）、各地域センター
- ・報道機関への資料提供

#### (3) 提出方法

- ・ホームページの専用入力フォーム
- ・電子メール
- ・ファクス
- ・郵送又は持参

### 2 意見募集の結果

(1) 意見提出者数 : 6名

(2) 意見数 : 7件

※同一意見提出者から複数にわたるご意見をいただいている場合があるため、意見提出者数と意見数は一致しません。

(3) 地域 : 北区4名 / 中区1名 / 県内1名

#### (4) ご意見の内訳

##### 第3章 計画推進の個別施策

1 ライフステージに応じた体系的な消費者教育 1件

4 SDGsの理念に沿った消費者教育の推進 6件

## 第2次岡山市消費者教育推進計画（素案）に対するご意見 （パブリックコメント）の概要と意見に対する市の考え方

No	意見の概要	意見に対する市の考え方
「ライフステージに応じた体系的な消費者教育」		
1	現代っちは人間関係が希薄になりがちで成年年齢引き下げで被害を受けやすいため正しい消費者教育が人生を明るくする。また認知症独居の高齢者等が公共助の体制により詐欺被害にあわないようすべき。	いただいたご意見は今後の具体的な啓発の参考とさせていただきます。【計画書 本編P13 関連】
「災害等の緊急時における消費者の合理的行動」		
2	消費者教育推進法には、災害時等非常時の消費者の合理的行動についての教育が求められている。人権に配慮した消費者啓発の推進に組み込むことが重要である。	ご指摘の趣旨を踏まえて、以下のとおり追加しました。 【計画書 本編P20】 第3章 計画推進の個別施策 4 SDGsの理念に沿った消費者教育の推進 (1) エシカル消費（倫理的消費）普及に向けた啓発の推進（追加後） また災害等の緊急時において、情報の適切な選択による判断とともに、過度な買いだめや買い急ぎをしない、といった倫理的な消費行動が求められており、そのことについて啓発に組み込みます。
4 SDGsの理念に沿った消費者教育の推進 (3) 人権に配慮した消費者啓発の推進 「カスタマーハラスメントの防止のための啓発」		
3	「カスタマーハラスメントの防止のための啓発」は上から目線となっており違和感がある。記述するのであれば、「消費者自身が権利と責任を十分理解して行動する」部分の責任として触れ、消費者が主体として自らも考えるべき事項と位置付けた方が自然である。	ご指摘の趣旨を踏まえて、以下のとおり修正しました。 【計画書 本編P22】 カスタマーハラスメントについての啓発（修正後） 被害防止のためには、消費者のみならず事業者を含めた社会全体で、消費者の権利と責任を十分に理解し、消費者が自立して適切に苦情や被害を訴えることができる消費者市民社会の実現が必要です。
4	計画素案にカスタマーハラスメントが盛り込まれたことは画期的なことである。スーパーでの事例も見かけた。社会問題となっており、学校の道徳や倫理教育など多方面からのアプローチや消費者に広く教育や周知が必要。社会的損失をもたらすカスタマーハラスメントの対応は不可欠である。	いただいたご意見は今後の具体的な啓発の参考とさせていただきます。【計画書 本編P22】
5	カスタマーハラスメント被害は様々な職種において深刻になっており、社会的損失も生じている。厚労省は、企業対策マニュアルを策定している。コロナや物価高騰でより深刻化しており、社会的ハラスメント対策として法制化の動きもある。当計画に個別施策に位置付けられていることは歓迎しているが「消費者教育の現状と課題」への位置づけも必要である。具体的な取組みを整理され、実効性のある施策の展開を期待している。	「消費者教育の現状と課題」への位置づけについて ご指摘の趣旨を踏まえて、以下のとおり追加しました。【計画書 本編P9】 第1章 計画の改定にあたって 3 消費者教育の現状と課題 (3) 今後対応すべき課題 社会的背景に基づく課題 (追加後) 「人権等に配慮した消費者教育の推進」 SDGsの目標である「貧困をなくそう」「働きがいも経済成長も」や「人や国の不平等をなくそう」に関連して、立場の弱い発展途上国の生産者や労働者などの生活改善や自立を目指す取引の推進、さらには著しい迷惑行為やハラスメント被害の防止など、人権等に配慮した消費について理解を促進することが求められています。
6	「カスタマーハラスメントの防止のための啓発」を項目として入れることに異議がある。 理由として、推進協議会で議論が尽くされたものではなく、「消費者の権利と責任」についての教育から派生した効果として生じるもので消費生活センターが拠点となって実施する消費者教育ではなく、各関連部署と連携して取り組む問題である。「消費者の権利と責任」をしっかりと計画に位置付けることが必要で、消費者市民社会に参画する消費者市民を育成する教育が消費者教育である。	これまで開催した岡山市消費者教育推進地域協議会では、計画に入れることについて賛否両論のご意見で議論がなされています。当パブリックコメントにおいても賛否両論が出ていますが、関係団体からのご要望や市議会本会議におけるこれまでのご議論を踏まえ、総合的に判断し、素案どおり計画に入れることといたします。【計画書 本編P22】  ・「消費者の権利と責任」については、ご指摘の趣旨を踏まえて、N03における修正により、取り組んでまいります。
7	消費者教育推進法の趣旨から同対策を重要課題とすることは望ましくない。詐欺や不当性を認識して反社会的な要求を繰り返す者、判断力の低下等により不当な要求を行う者によって行われており、一般的な消費者がカスタマーハラスメントを起こすものとは考えられず、情報及び交渉力の格差等から萎縮効果により善良な一般消費者ほど正当な意見の表明をすることができなくなる。極めて少数と思われる者を対象として消費者教育の重要課題とすることは、消費者教育推進、カスタマーハラスメント防止のいずれの観点からも効率的ではない。	厚生労働省等の全国調査で社会全体での被害が確認されており、人権問題として幅広い分野での対策が必要です。当計画においては、消費者教育が抱える多くの課題うち、消費者と事業者双方における消費者教育の課題のひとつとして問題提起することで、関係部署との連携を含めて今後の対策に繋げていくこととしています。ご指摘の趣旨を踏まえ、以下のとおり修正し、取り組んでまいります。【計画書 本編P22】  カスタマーハラスメントについての啓発（修正後） 適正な消費者の声を抑制することのないよう配慮しながら、カスタマーハラスメントについての正しい理解に向けた取組を進めます。