

第2次岡山市消費者教育推進計画（素案）に対する意見（パブリックコメント）

	計画（素案）に対するご意見	意見に対する市の考え方
1	<p>「ライフステージに応じた体系的な消費者教育」（P13～）</p> <p>現代っ子は、兄弟が少なく、コロナ、リモート等で実際の間人間関係が薄くなりがちで、悪質な商法に成年低年齢下で、やられがちになりやすいです。正しい消費者教育が、子供達の人生を明るくすると思います。高齢者は、認知症独居が、オレオレ等の毒牙にやられないよう公共助の体制で。</p>	<p>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。</p>
2	<p>4 SDG s の理念に沿った消費者教育の推進 「災害時等の緊急時における消費者の合理的行動」</p> <p>消費者教育の推進に関する法律3条6項には、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ます。こうした消費行動を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はないでしょうか。</p>	<p>ご指摘の趣旨を踏まえて、以下のとおり追加しました。</p> <p>(P20) 第3章 計画推進の個別施策 4 SDG s 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) <u>また災害時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。</u></p>
3	<p>4 SDG s 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」（P22）</p> <p>22ページ冒頭に「カスタマーハラスメントの防止のための啓発」が掲げられているが、この部分のみ消費者目線に立たず上から目線となっており違和感を覚える。自立した消費者市民をめざしているので、記述するのであれば、同じ22ページに「消費者自身が権利と責任を十分理解して行動する」とあるが、この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なように思います。</p>	<p>ご指摘の趣旨を踏まえて、以下のとおり加筆、修正しました。</p> <p>(P22) 第3章 計画推進の個別施策 4 SDG s 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 (修正後) <u>被害防止に向け、消費者が権利と責任を十分に理解し、自立した消費者として適切に苦情や被害を訴えることが重要であり、また企業による労働者側へのケアや子どもの頃からの道徳教育など多方面からのアプローチが必要です。</u></p>
4	<p>4 SDG s 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」（P22）</p> <p>第2次消費者教育推進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。私もスーパーで大声で店員を怒鳴っている方を何度か見かけました。今や社会問題となっているカスハラは被害者に対する身体的ケアは勿論、学校の道徳や倫理教育など多方面からのアプローチが必要と思う。自分の行為がハラスメントと認識していない消費者が多く広く教育や周知が必要です。働く人に損害を与えるだけでなく、対応コストによる損失をもたらすカスハラへの対応は不可欠です。</p>	<p>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。</p>

	計画（素案）に対するご意見	意見に対する市の考え方
5	<p>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」(P22)</p> <p>通常のクレームとは一線を画すカスタマーハラスメントはコロナ禍において、流通やサービス業ほか、JR私鉄バス、行政窓口、学校現場等様々な職種、職域でその実態調査が行われ残念ながらその深刻な被害の実態が明らかになっています。このことは働く魅力を阻害し、その対応コストで様々な損失を生み出します。こうした問題を受け、厚労省は本年2月に企業向けの対策マニュアルを策定しました。また、国会等では長引くコロナ禍や物価高騰などの影響で、より深刻化する現状を踏まえ、社会的ハラスメント対策として法制化も含めた対策の議論もあるところです。さて、この度の第2次消費者教育推進計画（素案）の計画推進の個別施策にカスタマーハラスメントが位置付けられたことは全国的に見ても先進的な取り組みであり歓迎しております。一方で、社会的ハラスメントとしてのカスハラ対策は同計画の「消費者教育の現状と課題」への位置づけも必要であると認識しております。来年度に向けて具体的な取り組みを整理され、実効性のある施策の展開を期待しております。今後の同計画の推進によりサービスを提供する側と受ける側がともに尊重される消費社会が実現されることを強く望みます。</p>	<p>・「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。</p> <p>(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) 「人権に配慮した消費者啓発の推進」 SDGsの目標である「<u>貧困をなくそう</u>」「<u>働きがいも経済成長も</u>」や「<u>人や国の不平等をなくそう</u>」に関連して、<u>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、さらには顧客等からの著しい迷惑行為によるハラスメント被害の防止など、人権に配慮した消費者のあり方が求められています。</u></p>
6	<p>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」(P22)</p> <p>第2次岡山市消費者教育推進計画（素案）22頁 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 (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」を項目として入れることに異議を申し上げます。</p> <p>理由 「カスタマーハラスメントの防止のための啓発」をここに記載することは、推進協議会で議論が尽くされたものではないと思います。カスタマーハラスメントは、「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す。まずは、「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だと思います。消費者教育は、消費者市民社会に参画する消費者市民を育成する教育です。</p>	<p>・「カスタマーハラスメントの防止のための啓発」を記載することについて 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、計画に入れるのはそぐわないとのご意見と、ディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）という視点で入れても構わないのではないかとのご意見が出ています。当パブリックコメントでは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いてぜひ計画に入れてほしい旨のご意見を継続的にいただいてきたことから、市として新たな課題として捉えるなど、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。</p> <p>・「消費者の権利と責任」について (N02と同じ)</p>
7	<p>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」(P22)</p> <p>消費者教育推進法の趣旨に照らしてみると、同対策を重要課題とすることは、消費者教育推進法の趣旨から望ましいものではないと考えられない（同法1条）。</p> <p>カスタマーハラスメントの多くは、①詐取や不当性を認識して反社会的な要求を繰り返す者、②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いるものであると考えられ、通常、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ない。</p> <p>現状としては、情報及び交渉力の格差等から一般的な消費者は自己の正当な意見（苦情・クレーム）を事業者に対して、表明することができていない状況であると考えられ、現段階において、カスタマーハラスメントの防止を訴えられれば、萎縮効果により、善良な一般的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ものと考えられる。</p> <p>全体からみれば極めて少数と思われる①及び②に該当する者を対象として消費者教育の重要課題とすることは、消費者教育推進の観点、カスタマーハラスメントを防止する観点のいずれから観ても効率的ではない。</p>	<p>・カスタマーハラスメントについて 厚生労働省の調査において社会全体での被害が認められている一方で、昨年度に岡山市が実施した消費生活アンケートでは、認知度が低い状態にあります。消費者の責任のみならず広く人権問題として、社会全体における幅広い対策が必要です。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。</p> <p>なお、ご指摘の趣旨を踏まえて、以下のとおり追加しました。</p> <p>(P22) 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 (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 (追加後) 消費者教育における今後に向けた新しい課題と捉え、<u>適正な消費者の声を抑制することのないよう配慮することを踏まえつつ取組を研究します。</u></p>