

会議録

会議の名称	令和4年度 第3回岡山市消費者教育推進地域協議会
開催日時	令和5年2月9日(木) 10時00分～11時15分
開催場所	本庁議会棟3階第1会議室
出席者	委員9名
傍聴者	なし
協議内容	下記のとおり

協議内容																	
<p>1. 開会</p> <p>(1) あいさつ</p> <table><tr><td>ノートルダム清心女子大学</td><td>副学長</td><td></td></tr><tr><td>人間生活学部人間生活学科</td><td>教授</td><td>豊田 尚吾 氏</td></tr><tr><td>市民生活局</td><td>次長</td><td>吉澤 史郎</td></tr></table> <p>(2) 委員紹介(詳細は省略)</p> <p>2. 議題</p> <p>① 第2次岡山市消費者教育推進計画(素案)に対するパブリックコメントの実施結果について【報告】</p> <table><tr><td>説明者</td><td>担当係長</td><td>松下 大助</td><td>(内容省略)</td></tr></table> <p>② 第2次岡山市消費者教育推進計画(案)について</p> <table><tr><td>説明者</td><td>担当課長</td><td>城戸 淳男</td><td>(内容省略)</td></tr></table> <p>委員1:消費者教育において、災害時等の緊急時における消費者の合理的行動については、大事なものであるため、計画に入れたのは良いことであると思う。消費者基本法は、消費者と事業者の格差を一番に言っており、その消費者基本法が基となり、様々な消費者に関する法律ができ上がっている。過去の歴史を見ても、消費者と事業者との格差ゆえに様々な消費者問題が生まれてきた。その中で、カスタマーハラスメントについて、骨子の段階から一番上にあるのはおかしいのではないのかという意見申し上げてきた。消費者教育においては、消費者の権利と責任を教えるということが大事であり、その教育の啓発にあたり、ここに派生的効果であられるカスタマーハラスメントを入れるのは違和感がある。また、消費者庁が改定する消費者教育推進計画の中に、カスタマーハラスメントは入っていない。</p>	ノートルダム清心女子大学	副学長		人間生活学部人間生活学科	教授	豊田 尚吾 氏	市民生活局	次長	吉澤 史郎	説明者	担当係長	松下 大助	(内容省略)	説明者	担当課長	城戸 淳男	(内容省略)
ノートルダム清心女子大学	副学長																
人間生活学部人間生活学科	教授	豊田 尚吾 氏															
市民生活局	次長	吉澤 史郎															
説明者	担当係長	松下 大助	(内容省略)														
説明者	担当課長	城戸 淳男	(内容省略)														

消費者教育の中のカスタマーハラスメントとは、消費者側は、消費者の権利と責任についての教育がなされ、企業側は、CSR論を踏まえたうえで消費者問題や、企業がどのような立ち位置で消費者と対峙していくことが必要なのかというのを明確にすることができて初めて連携ができ、それがカスタマーハラスメントの防止へつながるという構造だと思う。その構造がまだできていない段階で、この計画の中に入れるというのは、おかしいのではないか。数の少ないカスタマーハラスメントについての教育を挙げるより、障害のある方や、様々な社会的障壁がある中で教育を必要としている人に、どう教育を届けるのかということを入れる方が、大事ではないのかと思う。

委員2：実はパブコメの7番目は私が出したものである。本来なら協議会の場で申し上げた方がよかったが、前回欠席したため発言できず、このような形になったことをお詫びしたい。パブコメの字数についてだが、500字は少ないと思う。今後パブリックコメントするには検討してほしい。カスタマーハラスメントについて、重点課題として挙げるのは実効性から見て疑問に思う。カスタマーハラスメントをする人を消費者教育の中で対処するという難しさがある。一方、日本の国民性もあると思うが、クレームや正当な意見を発信できないの方が圧倒的に多く、カスタマーハラスメントを取り上げたときに善良な一般消費者は萎縮すると思われる。教育の場において、講座等での啓発には賛成だが、計画の重点課題として力を入れて取り組むことについては、効率の面から考えても全く効果的ではないと思った。特に今、ハラハラ、ハラスメントハラスメントという言葉があるが、むしろそちらの方が心配である。もう一点、字句の修正になると思われるが、「人権に配慮した消費者啓発の推進」の「カスタマーハラスメントとは」という注釈内で、「社会通念上相当なもの①要求の内容が著しく多動性を欠く場合」、という表現になっているが、「多動性」ではなく「妥当性」の間違いではないか。

委員3：カスタマーハラスメントという言葉は、存在自体はあるため、全く無視してしまうのはどうかと考える。まずは知ること一つの改善、実効性に繋がる一步ではないか。カスタマーハラスメントという言葉は、宙に浮いた形で流通しており、それこそハラハラのようなことになると、消費者の利益や生活の向上を損ねることに繋がりかねないため、啓発をすること自体は、いいことではないか。消費者教育推進法の理念としても、エンパワーメントが主となるが、国民の生活、消費生活の安定及び向上に寄与することが最終目的なので、消費者問題に関して、課題となる一つのキーワードとして取り上げて取り組む姿勢を見せるということ自体は、様々な方々の賛同もある中では、何らかの形で反映することは必要ではないかと考える。

委員1：啓発するだけでは、計画の中に一つの項目立てをして位置づける必要はないと思う。人権に配慮した消費者教育啓発の推進ということであれば、カスタマーハラ

メント防止の啓発を項目立てせず、続きの文章として入れるとスムーズではないか。事業者にもカスタマーハラスメントではない場合もあるということを理解していただく一方、消費者も必要な意識を念頭に置いて、責任等を認識した上で権利を主張すること、それが消費者市民社会に繋がっていくことになる。

委員4：この消費者教育推進地域協議会は、消費者を守ることに寄与するものだと思っている。その中で、カスタマーハラスメントという言葉によって、消費者が言いたいことも言えないという捉え方になると、消費者はどうすればよいのかということになる。例えば、契約の際に事業者から説明のなかったことが後から判明し、そのことに対しての意見を主張する際に、自分の行為がカスタマーハラスメントになるのだろうかと思うと、萎縮して何も言えなくなってしまうこともあるので、カスタマーハラスメントという言葉だけが独立して歩かないようにしていただきたい。ただ、計画からカスタマーハラスメントという項目は外さなくてもいいと思う。

委員2：項目から落として違う書き方をするというところに賛成である。カスタマーハラスメントは、犯罪に等しいような行為であるため、企業がどう対応していくか、従業員をどのように守るか、という観点から対応する方が効果的ではないかと思っている。

委員5：実際カスタマーハラスメントによって、従業員が会社に来られなくなるということもあり、カスタマーハラスメントの事実はあると思う。消費者のための教育の中で強く出すのが、消費者を萎縮させると良くないという話となると、どのようにどこに位置付けられるといいのかと、その点の検討がいるのかなと思った。最近、消費者が寿司店で不適切な行為をし、SNSに挙げられたことが話題になっているが、そのようなことに対して教育は必要ではないかと思う。企業側も、市民側もカスタマーハラスメントについての正しい理解をすることは大事ではないかと思う。

委員1：計画の「人権に配慮した消費者啓発の推進」にある、「顧客等」という言葉について検討した方がよい。この言葉により、推進計画の中に事業者側と消費者側の立場が混在していることになり、混乱を招いている。

委員5：年末に不当な寄付の勧誘に関する防止の制度ができ、1月に可決をしたが、対象を絞るべきではないかと思っている。社会福祉法人、財団法人、NPO法人等、すべての法人について、寄付の際に不当な勧誘が禁止だという規制ができる。現在クローズアップされている話なので、非常に線引きが難しい問題ではあるが、計画の中にも何かしら入れたほうがいいのではないかと思う。SNSの書き込み等では、共同募金が良くないという意見も見受けられ、すでに間違った伝わり方を

しているのではないかと懸念している。

委員 6：カスタマーハラスメントについては、中学校でいうとモンスターペアレントに置き換えられると思われる。中学生に何を教えるかということが一番に考えたとき、このことを教えるのかということになると首をかしげる問題であるということを感じた。

委員 7：教育の立場からすると、計画に基づいて子どもたちに自立した消費者になるための勉強を教えていくということが主になると思う。消費者としての立場と、事業者としての立場との両方がある中で、人権に配慮するということは消費者、事業者の両者にあてはまる。小学校の 5 年生の子に消費者教育について教える上で、その点、上手く整理すると教育を進めていく上でわかりやすくなるのではないかと思う。

委員 8：老人福祉施設においても、カスタマーハラスメントといわれるような事もある。法人として、企業努力をしていないわけではないが、どちらに足の比重を置くかによってこの計画の立ち位置が変わってくるのだということを感じているところである。個人のマナーや資質について生活の中の様々な場面で出てくると思うが、それをどのように保っていくのかという部分が、デリケートで個人差があり、とても難しいと思っている。また、計画を読む側が、それぞれの想いのもと解釈し受け取ることもあると感じる。

委員 9：計画の中に、消費者啓発という言葉が何度か出てくるが、これは消費者教育の啓発という意味でとらえて良いか。

事務局：消費者教育の啓発という意味であるが、言葉足らずのような表現になっているため、変更も含めて検討する。

3. 閉会

あいさつ

NPO 法人岡山 NPO センター

代表理事

石原 達也 氏