

芦屋市消費者教育推進計画（原案）への市民意見募集結果

1 募集期間：平成28年10月1日（土）～平成28年10月31日（月）

提出件数：2人6件

2 意見の要旨及び市の考え方

取扱区分：A（意見を反映）2件、B（実施にあたり考慮）0件、C（原案に考慮済み）3件、D（説明・回答）1件

No.	項目	該当箇所	市民からの意見（概要）	取扱区分	市の考え方
1	全体		<p>現在の前提条件は「消費者を守る」観点となっており、悪徳商法や詐欺などから守るために必要不可欠だと思いますが、現実に目を向けてみると、「消費者の過剰な防衛意識」も数多く事例としてあると思います。具体的には、飲食店などで店員に対して横柄な振る舞いをしたり、クレームをつけたり、昨今話題になっている、インターネットやSNSを利用した、消費者の勝手な意見などです。</p> <p>消費者としての最低限必要なマナーは一般常識であるはずが、実際には守られていない事例が多くあるのが現実だと思います。消費者が店やサービスに与える影響に関してや、消費行動におけるマナーに関しても、消費者教育の考えとして取り入れることも必要なのではないかと思います。</p>	C	<p>計画の目標である「消費者市民社会」の実現に向け、環境や年齢に応じた消費者教育の推進をしていくことで、契約の基礎知識など、消費者として最低限必要な知識が身に付くとともに、消費者が自分のことだけでなく、自らの消費活動が世の中に影響を与えることも学ぶことができるため、本計画に含まれていると考えております。</p>
2	全体		<p>今の原案を見る限りでは、国内のみを想定しているようにも見受けられますが、対海外での消費トラブルも事例としては多いのではないのでしょうか。全て網羅するというのも難しいとは思いますが、文化の違いがある上での消費に関する教育というのも、必要になってくるのではないかと思います。</p>	A	<p>海外事業者とのトラブルは、国民生活センター越境消費者センター（CCJ）において、解決の支援を図っています。市としては、啓発事業において、トラブル防止に向け、言葉や法律、商習慣といった文化の違いや、商品表示の見方など、必要な知識について情報提供してまいりますので、本計画においても啓発の一環として、記事を掲載します。</p>
3	計画策定の趣旨	P1～3	<p>消費者教育推進法では、第1条で「消費者教育が消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め」とあります。消費者政策において、その根本にあるのは、憲法で保障された基本的人権を消費者の分野で具体化した「消費者の権利」の実現であると考えます。今回の「教育推進計画」作成にあってもその基本理念に立ち返り、その基本理念をしっかりと押さえたものにすることが必要ではないのでしょうか。今回の原案では、八つある「消費者の権利」についての記述がなく、また用語の解説にも含まれていません。原点をしっかりと記述し、この計画原案の基本的によって立つところを明らかにされるように求めます。消費者は、「消費者教育を提供される権利」をもち、国や行政が「消費者教育を推進する責務」を負うのは、その権利を保障するためであると考えます。</p>	A	<p>消費者基本法に規定されている「8つの権利」を掲載するとともに、権利を獲得する表裏の関係として、国際消費者機構（CI）が提唱している「消費者の5つの責任」についても掲載します。</p>

No.	項目	該当箇所	市民からの意見（概要）	取扱区分	市の考え方
4	計画の目標と基本施策	P21	<p>計画の目標である「自ら考え、選択し、行動する消費者を支援し豊かで安全な消費者市民社会を実現する」についてですが、「自ら考え、選択し、行動する消費者」には、「支援」が必要なのでしょうか？情報が少なく、自分の力だけでは考えることができず、選択肢もわからず、行動もできない弱い立場の消費者にこそ支援が必要ではないでしょうかと思います。この「目標」は、そういった弱者切り捨てになるのではないかと心配を抱かせます。再考を求めます。</p>	D	<p>本計画の目標は、市民意識調査をベースに、消費者教育の現状や課題を分析し、今後の消費者教育に必要なことや、基本施策などを積み上げ、設定しております。この過程に、消費者の置かれている環境や特性に配慮した消費者教育の推進も、取り組むべき課題として含めた上で、目標を設定しております。</p>
5	全体		<p>消費者権利の保障に必要なのは、情報提供ではないかと思えます。消費者被害や事故などの情報は、市民全体が共有しなければ、次の被害を防げません。「消費者教育」の場面で、消費者行政が情報収集・情報開示を積極的に行えば、消費者は自分の命や身体の安全を確保するための方策をとることができ、消費者の意識は大きく変わっていくのではないのでしょうか。国が進める施策であっても本当に消費者にとって大丈夫なのか、という視点を持って情報収集し、情報開示すれば消費者の信頼を得ることもできると思えます。マイナンバー制度で自分の情報が漏えいするのではないかと、遺伝子組み換え食品の安全性はどうか、電力消費者としてエネルギー源はなにがいいのか、TPPで食の安全はどうかなど、消費者として迷い、考えることはますます増えています。私たちが「日常的に行う消費活動は、消費者一人一人が社会情勢や地球環境のことなどを考えて適切な選択」をすることを求められています。適切な選択をすることができる消費者をつくる「消費者教育」に取り組んでいただきたいと思えます。</p>	C	<p>消費者行政が消費生活に関する情報を収集・提供することは重要であると考えています。消費生活センターで受けた相談・情報については、個人情報に配慮した上で、広報媒体や出前講座などの啓発事業において情報提供し、緊急情報については、警察などの関連機関と連携し、素早い情報発信、注意喚起に引き続き努めてまいります。また、市内事業者や専門相談・支援機関などの連携先と情報交換を行い、見守りの観点から、情報の有効活用に取り組んでまいります。</p>
6	具体的施策の展開	P29～30	<p>地球温暖化が言われ、現実には気候変動が急速に進行する地球環境のもとで、消費行動で何を選擇するかということが大切なことは、『消費者市民社会』とは」のところに記述されています。悪徳商法や悪質な取引、スマホなどの消費者被害などを「消費者教育」として子どもたちに教えていくことはもちろんですが、地球環境を守る消費者としての選択、行動ができるような教育の項目が入っていないのではないのでしょうか。計画策定の趣旨からすれば、ぜひとも必要な項目かと思えます。また、子どもたちが「消費者の権利」について学ぶことも「消費者教育」に取り入れていただきたいと思えます。</p>	C	<p>子どもの消費者教育を担う家庭教育や学校教育での各項目に、「環境」や「消費者の権利」をテーマにした内容も含まれておりますので、消費生活センターとの連携を強化して、取組を進めてまいります。</p>