

## 「第2次西宮市消費者教育推進計画（素案）」に対する 意見提出手続（パブリックコメント）の結果を公表します

「第2次西宮市消費者教育推進計画（素案）」に対する意見提出手続（パブリックコメント）について、ご意見の概要とそれに対する市の考え方をとりまとめましたので公表します。

貴重なご意見をいただきありがとうございました。

※ いただいたご意見は、原則として要約したものを記載しています。

※ 個人・団体等への誹謗中傷など市が不適切と判断した内容や、個人等が特定される内容については、記載していません。

### 1. 意見募集結果概要

【意見募集期間】 令和3年（2021年）7月26日（月）  
～令和3年（2021年）8月25日（水）

【意見提出者数】 6名

【意見提出件数】 15件

#### 〈回答分類別〉

回答分類	説明	件数
①素案に記載済の内容です	いただいたご意見の内容は既に素案に盛り込まれています。	1件
②素案を修正します	いただいたご意見をもとに素案を修正します。	2件
③今後の参考・検討とします	素案の修正はしませんが、いただいたご意見は今後の参考（検討）にします。	10件
④素案のとおりとします	ご意見の反映や対応が困難、または、市の考え方と方向性が合致しない内容です。	0件
⑤その他	素案の内容と直接関係のないご意見、感想等（①～④に該当しないもの）。	2件
	合計	15件

## 2. ご意見の概要及び市の考え方について

No.	素案の項目 (ページ)	ご意見の概要	件数	市の考え方	回答 分類
1	全体	計画素案はすべて結構な内容ですが、素案作成時の職員が計画達成時まで同じ職場にいるのでしょうか。再び見直しの過程に入り、計画の達成年次が到来する頃には再び元に戻っていることがあります。 せっかくの企画が満足に最後まで達成されるような計画になることを願っています。	1	本計画は、平成28年度に策定した「西宮市消費者教育推進計画」の理念、基本施策を踏襲し、社会情勢や消費者を取り巻く環境の変化を踏まえ改定を行い、令和3年度から5年間の計画を策定したものです。今後、本計画期間内においても、施策の進捗状況の評価を行い、その達成に努めてまいります。	⑤
2	全体	経済的な格差や各年代段階別の消費行動の違いもあり、嗜好も異なる事に対して同一の行動を求めるのは難しく、どのように対処するのかが明確に示されていない。	1	ご意見のとおり、年代や経済状況等によって消費行動等の違いは多くあります。 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各年代に応じて行う必要があります。本計画でもライフステージに応じた消費者教育の推進が基本施策となっております。 計画23ページに、ライフステージに応じた消費者教育として本計画期間に重点的に行う施策を記載しておりますが、自立した消費者の育成の支援のため、引き続き多様な消費者教育の実施に努めてまいります。	①
3	全体	これからの消費生活の中で、最大の課題である「脱炭素」をイメージできる記載がありません。	1	ご意見のとおり「脱炭素」は重要な課題であると認識しています。計画26ページに関連分野の連携として、環境教育との連携について記載しておりますが、「脱炭素」の課題についても、環境部局と連携して取り組んでまいります。	③

4	2. 消費者教育を推進したらどんな社会になるの？ (2 ページ)	「環境」という言語のイメージが弱いと思います。現代では、この言葉の意味は、地球環境ではないでしょうか。消費生活の中で、地球環境の悪化を少しでも改善していくことをイメージするために、「地球環境」とすべきです。例えば、エシカル消費の記載でも、地球環境とすべきです。政府広報動画の中でも、「地球環境」と表示されています。	1	【消費者市民社会とは】「人や社会、環境に」を「人や社会、地球環境に」に、【消費者市民社会の構築を目指す行動例】右から2つ目イラスト説明及び、エシカル消費説明の「人や社会、環境に」を「人や社会、地球環境に」に修正します。	②
5	3. 持続可能な開発目標 (SDGs) の達成と消費者教育の関係性 (3 ページ)	SDGs と消費者教育の関係で、SDGs 13 の目標を記載すべきです。脱炭素という目標が世界共通です。消費生活の中で、脱炭素をイメージして行動することが必須です。買い物することもそうですが、それ以外の消費生活、行動にも配慮することが必要です。	1	消費者教育は、自らの消費行動が社会に与える影響を理解している消費者を育成することであり、特に目標 12 の達成を目指しております。この目標の行動例であるエシカル消費では、地球環境に配慮した行動も目指しており、マイボトルを利用するなど脱炭素を進める行動のひとつであると考えます。  目標 13 と関連する気候変動などへの取り組みにつきましては、計画 26 ページの関連分野の連携として、環境教育を実施している関連部局とも連携して取り組んでまいります。	③
6	高齢者の消費者教育および見守りの現状と課題 (19 ページ)	本計画 (素案) の趣旨には賛同しますが、19 頁に記載されている「訪問取引お断りステッカー」の活用は、新聞販売店を含む健全な訪問販売事業者まで一律に排除されかねない取り組みと考えており、慎重な対応をお願いします。  近年、各地の自治体で訪問販売を規制する動きが広がっています。悪徳業者を排除する取り組みが重要だという認識は共有しておりますが、「訪問販売イコール悪徳」という前提での対応に懸念を抱かざるを得ません。	1	本計画に記載している「訪問販売お断りステッカー」につきましては、高齢者の消費者教育および見守りの現状について意見交換会を実施した際の、各団体での取り組みの一例として掲載したものです。  兵庫県の消費生活条例に基づいて指定する不当な取引行為の事例集では、「訪問販売お断り」と記載された張り紙・シール等を貼っておくことは、「契約を締結する意思がない旨の表示」に該当するとされているところで、このステッカーは、訪問販売を望まない	⑤

		<p>「訪問販売お断りステッカー」について、消費者庁は「意思表示の対象や内容、表示の主体や表示時期等が必ずしも明瞭でないため、特定商取引法における『契約を締結しない旨の意思』の表示には当たらない」としています。にもかかわらず、一部の自治体で、ステッカーが貼ってある家庭に営業すること自体を条例違反として規制する動きがあるのは、残念でなりません。悪徳業者を排除する取り組みは極めて重要ですが、ステッカー規制は、新聞販売店を含む善良な訪問販売業者まで一律に排除する対応であり、ステッカーの取り扱いには慎重であるべきだと考えます。</p> <p>新聞販売店は長年にわたり、地域社会の一員として、防犯や見守りの活動に協力してきました。本計画（素案）における「地域での消費者教育の推進」「高齢者を消費者被害から守るための消費者教育の推進」や情報発信といった活動についても、さらにご協力できると考えています。</p> <p>行政と連携して社会的・公共的な役割を果たしている新聞業界の取り組みを踏まえていただくとともに、新聞業界を含む健全な事業者から直接ヒアリングを行うなど、丁寧の実態を把握していただくことを希望します。</p>		<p>消費者が、自らの意思でステッカーを貼ることによってその意思表示をされたものと考えております。</p> <p>市として、貴社をはじめとする事業者の皆様にご負担いただいている、地域における見守り活動に対する役割は非常に大きいものと認識しているところであり、今後とも、消費者、事業者双方にとって安全で安心な社会の実現に向け、本計画（素案）における「地域での消費者教育の推進」「高齢者を消費者被害から守るための消費者教育の推進」や情報発信といった活動についても、引き続きご協力いただきますよう、よろしくお願いいたします。</p>	
--	--	--	--	---	--

7	2. 各主体の連携による効果的な情報提供・情報発信 (24 ページ)	消費者教育推進にあたって、市民団体や事業団体等、様々な主体との連携が重要です。 健全で多様な消費者の活動を作り出すことが、消費者教育をすすめる上でも重要な基礎となります。新たな市民や主体が関心をもって、たくさん登場してくるような施策を重視し、取り組んでいくことを求めます。 例：地域の団体や事業団体との連携は非常に重要だと考える。市とコラボで学習会を企画してはどうか。	3	本計画でも各主体との連携は第1次計画に引き続き基本施策としております。 計画 24 ページにありますように、各主体との連携による効果的な情報提供・情報発信を推進の方向性としており、地域の団体等との連携は重要だと考えております。ご意見にありますように、市と各主体と連携した消費者教育の企画の実施についても検討してまいります。	③
8	(2) 効果的な情報の一元化と情報発信・情報提供 (24 ページ)	事業団体等の進める消費者教育に対して支援する施策を進めてください。 「エシカル消費」や「SDG s」には、地域循環の視点が重要です。事業者が取り組むものであっても、これらにかかわる事業や活動は、消費者教育につながるものです。事業者の取り組む消費者教育に対して支援する施策の充実を求めます。	1	計画 24 ページ (2) 効果的な情報の一元化と情報発信・情報提供において、消費者教育の情報をホームページで集約するなど情報の一元化に取り組んで行く予定です。事業者が実施する消費者教育の情報を収集し、広く市民に周知する等、事業者の取り組む消費者教育の支援を図ってまいります。	③
9	(3) 消費者教育の担い手の育成・活用 (25 ページ) 2. 消費者教育の推進体制 (30 ページ)	消費者教育を推進する上で、中心となる消費生活センターの一層の充実・強化が必要です。 主体の形成は、一朝一夕にはできません。各主体の活動や力量に頼るのではなく、消費者教育を進める一環として、多様な消費者団体の活動の拠点であり、共通プラットフォームとなる消費生活センターは大変重要です。単なる事務局機能を超え、新たな主体を作り出し、多くの市民の関与をすすめるコーディネート機能を発揮できるよう、予算や体制、オンライン環境の整備等を、充実・強化してください。	2	計画 25 ページ (3) 消費者教育の担い手の育成・活用を新たな推進の方向性としてあげております。ご意見にありますように、主体の形成には時間を要しますが、新たな消費者教育の担い手育成や各主体と市民を繋ぐコーディネート機能の強化、オンライン環境の整備等、消費者教育の拠点としての役割を果たせるよう、消費生活センターの充実に努めてまいります。	③

10	その他	消費生活センターに、若い世代の参加、働く人にも消費活動に参加できる場づくりを、例えば託児室を作るとかの必要があると思います。	1	様々な年代が消費生活に関する活動に参加できることは重要であります。現在、託児室の設置の予定はありませんが、講座開催時における託児の利用等については、今後の課題として検討してまいります。	③
11	その他	今計画期間に西宮独自の消費リサイクルの仕組みをつくるような計画を提案します。 酒造から始まったガラス瓶のリサイクル技術を生かして、西宮市独自の仕組みを市民と事業者、行政と一緒に楽しくできる消費活動ができるとよいと思います。	1	消費者市民社会の実現を目指す行動として、エシカル消費（人や地球環境に配慮した消費行動）を消費生活センターでも推進していく予定です。 今後の施策の参考にさせていただきます。	③
12	概要版	「マイバッグの利用」は、30年前の目標です。言葉としてインパクトがありません。安易すぎではないでしょうか。せめて「使い捨てプラスチックの削減」くらいにすべきではないでしょうか。	1	ここでは、身近な行動例を明示しております。ご意見を踏まえ、消費者市民社会の構築を目指す行動例の「マイバック等を利用し」を「マイボトルやマイバッグを利用し」に修正します。	②

### 3. 「第2次西宮市消費者教育推進計画（素案）」にかかる修正箇所対応表

#### ① パブリックコメントの意見を受けて修正した箇所一覧

No.	意見No.	修正前	修正後	素案 ページ
1	4	【消費者市民社会とは】 大人も子どもも自らの消費行動が、人や社会、 <u>環境</u> に影響を	【消費者市民社会とは】 大人も子どもも自らの消費行動が、人や社会、 <u>地球環境</u> に影響を	2 ページ 概要版
2	4	【消費者市民社会の構築を目指す行動例】 イラスト 人や社会、 <u>環境</u> に配慮した商品の選択	【消費者市民社会の構築を目指す行動例】 イラスト 人や社会、 <u>地球環境</u> に配慮した商品の選択	2 ページ 概要版
3	4	【消費者市民社会の構築を目指す行動例】 エシカル消費とは、地域の活性化や雇用などを含む、人や社会、 <u>環境</u> に配慮した消費行動のこと。	【消費者市民社会の構築を目指す行動例】 エシカル消費とは、地域の活性化や雇用などを含む、人や社会、 <u>地球環境</u> に配慮した消費行動のこと。	2 ページ 概要版
4	1 2	消費者市民社会の構築を目指す行動例 イラスト <u>マイバック</u> 等を利用し	消費者市民社会の構築を目指す行動例 イラスト <u>マイバッグ</u> や <u>マイボトル</u> を利用し	概要版

#### ② パブリックコメントの意見以外で修正した箇所一覧

No.	修正前	修正後	修正理由	素案 ページ
1	<市政モニター> 問7 回答6項目の棒グラフ	<市政モニター> 問7 回答6項目の棒グラフ	各項目の29歳以下と60歳以上のグラフが反対になっていたため	1 2 ページ
2	みやたんと暮らし力チェック！その1 <u>Q1. お店で買い物をするとき、契約が成立するのはいつ？</u> ① <u>「これください」と注文したとき。</u> ② <u>注文に対し、店員が「かしこまりました」と答えたとき。</u>	みやたんと暮らし力チェック！その1 <u>Q1. 次のうち、「契約」に当てはまるのはどれ？（複数回答可）</u> ① <u>友人と食事に行く約束をする。</u> ② <u>スーパーで野菜を買う。</u>	契約に関する知識に誤解が生じないようにするため	2 2 ページ 2 8 ページ

	<p>③ <u>代金を支払ったとき。</u></p> <p>④ <u>商品を受け取ったとき。</u></p> <p>A <u>②注文に対し、店員が「かしこまりました」と答えたとき。</u></p> <p>Q 2. <u>お店で商品を買ったが、不要になった。解約できる？</u></p> <p>① <u>解約できない。</u></p> <p>② <u>商品を開封していなければ解約できる。</u></p> <p>③ <u>買ってから1週間以内なら解約できる。</u></p> <p>A <u>①解約できない。</u></p>	<p>③ <u>電話でピザを注文する。</u></p> <p>④ <u>バスに乗る</u></p> <p>A <u>②③④</u></p> <p>Q 2. <u>お店でTシャツを買ったが、他の店でもっと安く売っていた。返品できる？</u></p> <p>① <u>返品できない。</u></p> <p>② <u>レシートがあり1週間以内なら返品できる。</u></p> <p>③ <u>商品を開封していなければ返品できる。</u></p> <p>A <u>①返品できない。</u></p>		
3	<p>1. 学習者のライフステージやそれぞれの環境や状況に応じた消費者教育の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学校での消費者教育の推進</li> <li>・地域での消費者教育の実施</li> <li>・高齢者の被害防止のための消費者教育</li> </ul> <p>2. 各主体の連携による効果的な情報提供・情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各主体との連携の「場づくり」と情報共有</li> <li>・情報の一元化と情報発信</li> <li>・消費者教育の担い手の育成</li> <li>・関連分野との連携</li> </ul>	<p>1. 学習者のライフステージやそれぞれの環境や状況に応じた消費者教育の推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・学校での消費者教育の推進【<u>拡充</u>】</li> <li>・地域での消費者教育の実施【<u>拡充</u>】</li> <li>・高齢者の被害防止のための消費者教育【<u>拡充</u>】</li> </ul> <p>2. 各主体の連携による効果的な情報提供・情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・各主体との連携の「場づくり」と情報共有【<u>新規</u>】</li> <li>・情報の一元化と情報発信【<u>新規</u>】</li> <li>・消費者教育の担い手の育成【<u>新規</u>】</li> <li>・関連分野との連携【<u>拡充・継続</u>】</li> </ul>	新規や拡充の施策を概要版でもわかるように記載するため	概要版 第4章
4	計画推進によるイメージ図	計画推進によるイメージ図	図が細かいため必要な情報だけとし、見やすいよう修正するため	概要版 第5章