

第22回 福岡市消費生活審議会 会議録

- ・開催日時 平成27年7月10日（金）午後3時～午後5時10分
- ・出席委員 10名（欠席3名）
- ・傍聴人 なし

○開 会

市民局生活安全部長 挨拶

- 議題1 会長選出
- 議題2 消費者苦情処理部会の設置
- 報告（1）福岡市消費生活センターの事業概要について
- （2）福岡市消費者教育推進計画について
- （3）平成27年度事業計画について
- （4）平成24年度包括外部監査について
- 議題3 消費者安全法の改正について

○議事要旨

議題1 会長選出

委員互選により会長に清水委員が選任された。
会長職務代理者として会長が大津委員を指名した。

議題2 消費者苦情処理部会の設置

苦情処理部会に所属する委員を下記のとおり会長が指名した。
春田委員・井出委員・大津委員・奥村委員・黒木委員・宮崎委員

報告（1）～（4）

事務局からの報告に対し、委員より自由に意見をいただいた。

議題3 消費者安全法の改正について

平成26年6月の消費者安全法の改正内容について、事務局より説明した。

○審議の概要

議 長：ただいまの事務局からの4つの報告に関して、質問や意見を出していただきたい。

A 委員：2つある。まず一点は、事業概要の28ページ、消費者教育推進計画（以下、「推進計画」という）の成果指標「商品やサービスの購入時に日頃からトラブル回避を心がけている市民の割合」（以下、「成果指標」という）について、25年度の83.2%を31年度には90%にしようということで、30ページにアンケートの内容について表示されているが、資料3の市政アンケート調査の調査項目を見ると、成果指標の調査項目が記載されていない。今、調査中であるということだが、これは、今年度は成果指標については調査しないということか。今年が計画実施の初年度にあたるため、今年も調査を行い、31年度に90%するためのアクションをするほうが、より具体的ではないか。

事務局：推進計画の成果指標については、福岡市の総務企画局が意識調査として毎年行っているもので、事業概要30ページに平成24～26年度までの毎年の結果を掲載しているが、ここから取ったものである。今回資料3で説明した市政アンケートについては、この成果指標だけでは指標として不十分ではないかという審議会での指摘を受けて、総務企画局の意識調査とは別に行ったものである。アンケート実施対象者としては、総務企画局のものとは別の方をお願いすることになっている。この市政アンケートと同じ内容のアンケートを来年度も実施するかどうかは、まだ予定していないが、同じ内容で2～3年後に実施して経過を見たいと考えている。

A 委員：調査の主体が違うということか。

事務局：そうである。

A 委員：もう一つの質問だが、事業概要の2ページについて、27年度の主な事業内容と予算ということで、消費者啓発だけが26年度に比べてマイナス予算となっている。第三者的に見ると、なぜ減なのか、啓発への力が弱まったのかとを感じるが、これはいかがなものか。

事務局：形としては減っているように見えるのだが、福岡市の予算の状況から、市全体の組み立てとして、一律に前年度より何%カットするということから始まる。その枠組みの中で、なんとか予算を確保しているところである。機能強化という予算については、県からの補助金であるが、こちらの方で厚みを増しながら、結果、啓発全体の予算としては増えている。市の単費としては確かに予算が毎年少しずつ減らされているというのが現状である。

A 委員：ほかの項目は、増額となっているのに、啓発だけ減っている。

事務局：相談業務は委託となるため、その予算が減ると相談業務そのものが成り立たなくなることから、圧縮できない予算であるという部分である。

委員のご発言の趣旨は、消費者被害が横行している中で、啓発の予算だけが減っているのでは、時代の流れに逆行している、市として力を入れるべきだと理解する。ご指摘はごもっともだと思うが、トータルとしては400万円増額となっており、予算の見せ方の問題として、今後工夫していきたい。

* * *

B 委員：第一に消費生活審議会（以下、「審議会」という）の議事内容の公表について質問したい。事業概要の43ページには、平成26年12月4日に第20回、27年3月26日に第21回の審議会が開催されたことになっているが、福岡市消費生活センター（以下、「市消費生活センター」という）のホームページに掲載されている審議会の議事内容については、昨年7月11日の第19回までで、更新は昨年8月22日のままになっている。審議会の委員は貴重な時間を割いて福岡市の消費者行政が充実したものになることを期待して審議会に参加しているのであり、その活動内容が1年近く、市民の一番身近な情報収集手段であるホームページに掲載されていないというのは、いかがなものか。ちなみに、平成26年度福岡県消費生活審議会は平成26年10月14日に開催されたものは、議事録も含めてすべて公開されている。併せて市消費生活センターのホームページの更新状況について、「消費生活かわら版」については平成25年10月「自己啓発セミナーの勧誘に注意」まで、「暮らしのヒント」は平成24年9月3日の掲載分まででその後の更新がなされていない。事業概要8ページ「⑥ホームページ」は、消費者被害の未然・拡大防止のための情報提供を行うようになっており、ホームページの更新はより適切にされるべきではないかと意見を申し上げたい。

事務局：今の委員からのご指摘に関しては、ホームページが更新されていないということで、この場をお借りしてお詫び申し上げます。早急に新しい情報を随時提供してまいります。情報発信については、他のものも含めて、見直し、より速やかに市民の皆様へ発信していけるよう努めたい。

B 委員：次に報告事項（1）と（3）について、昨年度の出前講座について、講師はどのような方がなされたのか。今年度は、先ほども質問がでたが、予算が16万4千円減となっている中で、どのような活動を考えているのか。また、推進計画の重点目標となっている「情報モラル研修」の講師はどのような方がなされる予定なのか、お答えいただきたい。

事務局：まずは市消費生活センターで行っている出前講座の講師について、「だまされんばい悪質商法」については、消費生活相談員、若しくは市消費生活センター職員で対応している。

B 委員：消費生活相談員というのは、相談業務の委託先の社員の事か。

事務局：全国消費生活相談員協会（以下、「全相協」という）に所属する相談員である。昨年度については、全相協と国民生活センターが実施していた出前講座を利用してため、そちらから講師を派遣してもらっていたのが実情である。

B 委員：この国民生活センターの出前講座について今年度はどういう予定になっているか福岡市は把握しているのか。

事務局：今年度については、国民生活センターの出前講座はなくなり、全相協が有料で実施している。これについては全相協と話し合い、市消費生活センターから全相協へ講師派遣を依頼することになった。

C 委員：ただいまの説明について補足させていただく。今年度は国民生活センターは出前講座を行わないということなので、改めて市消費生活センターと全相協本部が契約し、今年度から全相協が市の出前講座を行うことになった。市消費生活センターの相談員も含めて全相協の相談員が講師として派遣されるということで展開している。

B 委員：情報モラル研修については、いかがか。

事務局：市民局で行っている情報モラル研修については、通信事業者にお願いしている。

B 委員：次の質問だが、キャッチセールス追放キャンペーンは、平成 25 年度は年 1 回だったのが、目標として、今年は年 4 回される予定とのことだが、このような街頭キャンペーンの実効性については、どのようにお考えか。むしろキャッチセールスを実際に行っている業者に対する行政処分、つまり元を絶ったほうがより根本的な解決になるのではないか。キャンペーンをするよりも行政指導を充実することは考えていないのか。

事務局：5 月に行ったキャッチセールス追放キャンペーンについては、市消費生活センター単独ではなく、市交通局など関係部局や、福岡県警とも協力し、制服の警官と一緒に街頭キャンペーンを行った。天神において行ったが、制服警官と一緒にという事で注目されたし、マスコミもカメラを持って取材に来て、新聞・テレビでも報道された。今回のキャッチセールス追放キャンペーンについては、警察と一緒に行ったという事で非常に効果があった、消費者に訴えるものがあったと考えており、引き続き実施していきたい。

B 委員：その点で、事業者指導の実績についてお尋ねしたい。福岡市の事業者指導については、勧告が平成 22 年度に 1 度なされたのみで、その後は口頭指導のみである。他方、福岡県は、平成 26 年度に 2 件、平成 25 年度に 2 件、平成 24 年度に 4 件、平成 23 年度に 2 件、平成 22 年

度に3件、合計13件の行政指導がなされ、いずれも業者名まで公表されている。しかも内9件は業務停止命令まで行っている。このように福岡県と福岡市の行政指導の件数がかなり顕著な差異が生じていると思われるが、どうしてこのようなことになっているのか原因についてお尋ねしたい。

事務局：福岡市の事業者指導については、段階を踏んで口頭指導、文書指導、それから勧告、公表ということになっている。本市は残念ながら行政処分の権限は持っておらず、条例に基づいた指導を行っている。ご指摘のとおり勧告・公表に至っていないことについては、私どもの力不足と認識している。ただし、事業者側も次々に事業者名を変えて、新たな事業者として取引を開始したりするので、その点を注視しながら、早期に調査・口頭指導を行うなどの対処をしている。しかしながら、やはり実効性の面で単独では難しい面もあるので、権限を持つ県や県警などと連携しながら、悪質な取引行為に対しては迅速に取り組みを行っていききたい。ご指摘の件については真摯に受け止め、どのような進め方が効果的か検討していききたい。

B 委員：相談員の相談現場と行政職員の間にはシームレスに情報共有ができているのか、という点が、もしかすると事業者に対する指導の点について、何か阻害になっているということはないのか。

事務局：それはない。私どもも早め早めに相談コーナーの現場総括責任者と連絡を取りながら、状況の把握に努めているし、情報を蓄積したところで、悪質な行為が見られるような場合は件数が少ない状況であっても調査を進めている。また、例えば高齢者に関する事案であれば、地域包括支援センターへの「いきいきメール」に載せて、注意喚起をしている。そのほか事業者に対しても面接等で適宜是正を促している。センター内の意思疎通が出来ていないとは考えていない。

議長：審議会の議事内容の公開について、委員側の確認が遅れている部分もあるようだ。ただし、審議会に諮られて決定した事については、推進計画など、既に公表されており、議事録が遅れているようだが、審議会の成果については、行政施策に反映してもらっており、審議会の活動が市民に公表されていないという訳ではないということでは了解していただきたい。

B 委員：かわら版などの更新などがなされていないのも、どうかと思うが。

議長：それについてもおっしゃるとおりなので、事務局のほうで改善していただきたい。

事業者指導の件についてだが、私も10年間見てきたが、勧告・公表された時もあるが、事業者名を公表された際に、事業者側の弁護士からクレームが突然出されたりすることもある。訴訟を起こすだとか、それに対応する為に、何度も何度も、県と市とで協議して、大変な手続きを何

ヶ月もかけてしているので、全体として見たら特に市の方が消極的とは思わない。委員も市を応援する意味でおっしゃっていると思うので、市にもそれを受け止めていただいて今後も活動していただきたい。ただ、県と市は、月とスッポンのように、権限に違いがある。全く違う。県は特定商取引法、景品表示法など、いろいろな法律で、国から県知事に権限が降りてきていて、国ではなく、県がしなければならないという事になっているが、市にはその権限がない。市は条例の中の規則という極めて抽象的で曖昧な、法律のように厳密な権限がそれほどないようなところで運用しながら、それでも市は必死で事業者指導をされている。そこは多少は見えていただきたい。それは委員もわかっておっしゃっていると思う。県は500万人、市は150万人で人口規模も違う。もちろん事業者の活動が集中しているのは福岡市や北九州市の政令市が多いのだろうが、一概に数字を比較は出来ない。私としては、できるだけ効率よく運用するためにも、県だけでなく政令市ぐらいには内閣総理大臣の権限を委任してほしいと思う。現状では県に動いてもらわないと市も動けない。実際に動く時は県の名前で、業務停止命令は県知事名でしか出せない。市はあくまでも勧告という行政指導しかできないが、勧告には守る義務は法的にはない。もちろん名前を公表することはできるが、事業者が名前を変えればおしまいである。市は従って下さい、お願いしますという指導しかできない。県の方は法律に基づいた処分が出来る。それに従わなければ刑罰も科せる。市の条例には刑罰もない。そんな中で必死に頑張っているということもわかってほしい。

B 委員：それはわかっているが、もっと事業者名の公表があってもいいのではと思っている。是非そうしていただきたい。

* * *

D 委員：先ほどA委員から意見があった成果指標のところだが、消費者教育部会で、かなり喧々諤々の議論をした箇所なので、あのような意見が出ているところである。最終的に事務局としては、資料3の、広聴課が行う市政アンケート調査の問14で、なんとか指標を捨てることにしたと理解した。最終的には総務企画局がとっている数値もそのまま使うのだろうが、今回新しく行う市政アンケート調査の問14だが、これには消費者教育という言葉が全く出てきていないが、選択肢の中に、食育とか、幅広くとってあって、もちろんこれも消費者教育なのだが、これも部会で議論があったところであるが、どこまでを消費者教育と考えるのか、それによってぼやけたり、効果の差ができたり、違うのではという意見がでていた。食育は子どもたちの間でも既に盛んであるし、環境問題もそうである。消費者教育の取り方について、苦肉の策でこうしたのであるが、せっかくアンケートするのであれば、問いかけの仕方がもう少し、消費者教育にフォーカスされたものだともっとよかったのかなと思った。

D 委員：事業概要の2ページ目で、消費者啓発の予算が減ったのだが、消費生活センターの機能は強化されたということで、機能強化の予算は増えて

いる。推進計画の周知・広報に用いられるということだが、人件費であるとか、教材費であるとか、これは内容的にどういう内訳になっているのか。障がい者支援施設等への啓発講座と消費者教育推進計画の周知・広報と2つあるが、経費は何をイメージしているのか。

事務局：推進計画の周知・広報については、市政だよりへのタブロイド判の折り込みの経費であり、人件費ではない。

機能強化 850 万円余の内訳だが、消費者教育として、市政だよりによる広報に 250 万円余、消費者教育授業教材作成費用として 100 万円余、中学校消費者教育講座へ 50 万円余としている。消費者啓発として、障がい者支援施設職員等への啓発講座として 70 万円余である。その他、電話相談システムの機能アップとして 300 万円余、という内訳になっている。

D 委員：これは昨年度に比べ、県から 2 倍の予算がついたということか。先ほど、全相協が出前講座の講師を引き受けることになったこととの関係はどうなっているのか。

事務局：昨年度全相協へ委託した中学校への支援事業、今年度の出前講座の全相協への委託事業については、県からの補助金ではなく、市の予算で行っている。

D 委員：推進計画の重点目標 1 で、「様々な担い手による消費者教育の理解と取組みの推進」となっているが、福岡市の考えとしては、市消費生活センター職員、あるいは消費生活相談員による講座をメインとして考えているということか。

事務局：それが事業の 1 本の柱と考えている。

D 委員：様々な主体が、結局何をするか、ということで計画をつくったわけだが、私が残念に思うのは、これまで、いろいろな主体がどんなことをやってきたのかを並べて、重点目標も確かに掲げてあるが、新たに「こういう主体がすることには、こういう予算がつく」というような目に見えるものがない。外部団体には予算がついていないということで、それぞれのところで、それぞれやってくださいということなのだろうか。これから今までとは違った内容で消費者教育を推進していくんだということが、予算の面では反映されなかったのか。それとも、この部分については今までとは違っていているという部分が、特に様々な担い手に対してという部分に関連して、具体的に示せるものがあったら、確認させていただきたい。

事務局：障がい者の消費者被害の未然・拡大防止については、力を入れていこうと思っている。障がい者本人に直接ではなくて、障がい者支援施設の職員に対する啓発講座を行って、障がい者を見守るということ、特に配慮を要する方々への支援を行っていくこととしている。様々な担い手

の一つとして、障がい者支援施設の職員への啓発を考えている。

D 委員：県が作成している消費者教育推進計画の概要のように、市として消費者教育をどのようにやっていきたいのかが、市民に簡単に分かるようなものがなく、冊子を全部読まないといけない。市民に分かりにくい内容になっている。何が新しく変わったのか、何が加わったのか、ということがよく分からない。みんなでやっていこうというのはそのとおりなのだが、市として、こういうところに力を入れていくことにしました、ということが分かりにくい。分かりやすく説明していただきたい。今日はいろいろな啓発資料を紹介してもらったが、確かに公民館などに行くと、いろんな資料が置いてあるが、重複があって無駄であったり、本当にその資料が必要なのか、効果的なものはどれなのか。たくさん作っていただくのはありがたいが、よく検証して、本当に大事なものにお金をかけていくよう、効率性がないとお金ももったいないと思う。いろいろなものを作るのはいいが、それが実際に使われているか、子どもたちに届いているか、学校の先生たちが使いやすいかどうか、使い手の側に立った目線での見直しを常にやっていっていただきたい。前向きな意見として取り入れていただきたい。そして出来れば担い手のところに予算をつけていただきたい。

事務局：消費者教育については、私ども市消費生活センターだけで行うのではなく、福祉部局、教育委員会、コミュニティ部局など、いろいろなところと連携して進めようと考えており、生活安全部長を議長とする福岡市消費者教育推進会議を立ち上げた。食育や環境の分野がどこまで消費者教育なのか、という議論もあるが、消費者教育と密接に関連がある分野も含め、全庁的に進めていこうということは、関係部局とも意見が一致している。総合的に進めていきたい。

議長：予算等の書き方の工夫もしてほしい。新規項目にはマークをつけるなど。消費者啓発に関しては、あちこちの部局でやっている。そのあたりを注に書くなどしたら、市民に正確に伝わるのではないか。やっていないのではなく、いろいろな部局でやっている。市消費生活センターの予算だけを書くと市民に正確に伝わらないかもしれない。逆に言うと、福祉部局や教育委員会で行われているものの予算をずらっと並べても、わかりにくいかもしれない。他の自治体では他の部局で行われている消費者に関連する事業もすべて予算に書かれていたりする。消費者行政そのものが、関係部局と連携して行われているので、予算の書き方等は今後工夫も必要かもしれない。これまでこの方式できているので、特に今回が違ったということではないと思う。

事務局：福岡市は消費者教育でもって、どういったふうに進めていくのか、何にウエイトを置くのか、伝わるような見せ方をしていきたい。

議長：事業概要の2ページの平成27年度の予算の中で、消費者啓発については16万円減になっているのが確かに目立つ。消費生活センターの機能強化は400万円ほど増になっているが、その中に、障がい者支援施

設等への啓発講座が含まれているのであれば、それが消費者啓発の中で計上されれば、16万円の減は逆に増にできるのではないか。そのあたり、来年度の見せ方で工夫をしていただきたい。

事務局：時間が短い中での説明でしたので、推進計画については、1枚ポンチ絵を作って、みなさんに一目でわかるような形で用意すればよかった。次回からはそのような資料を準備したい。準備不足で申し訳なかった。

* * *

議長：つづいて、消費者安全法の改正について、意見、質問はないか。

B委員：ガイドラインの16ページの記載について、一部読み上げる。「営利を目的とする団体に委託しようとする場合には、上記の観点」、この上記の観点とは、活動目的とか、そもそも株式会社は営利のために活動しているわけだから、活動方針、過去の活動実績、消費生活相談やあっせんの事務を積極的に行うことができるのか、ということだが、「上記の観点から、慎重に判断することが求められる。また、委託先の選定後に、その理由を公表すべきである。」と書いてある。現在、福岡市と渋谷区だけが株式会社に委託している。他は内閣府令に書かれている、NPO法人であるとか、一般社団法人とか財団法人である、という事実がある。また福岡市だけが全国的に突出した、変わった業務委託先になっているので、この点について、もちろん25年の委託開始時には、ガイドラインは無かったので、事後法であると言われるのはわかっているが、法全体がこのようになったことに関して所見をお示しいただきたい。

事務局：平成27年3月に消費者庁がガイドラインを公表するときには、福岡市は既に株式会社に委託を行っており、そういった事情も参酌して、このガイドラインはできている。従って、消費者庁としても、株式会社への委託を排除しているわけではない、と聞いている。今後はこのガイドラインの趣旨を踏まえて、消費生活相談業務をどこに委託するのか、検討していくこととしている。

* * *

C委員：追加資料の包括外部監査のことについて、よろしいか。結果として措置を行わないということになっているが、ということは、今後も貸付金制度が何も使われないうままになるという可能性もあるということか。それがいいか、悪いかは置いておいて、10年間使われていないということで、出来れば、内部的に利用できるような内容にしていくことが必要ではないか。

併せて、相談を受けている相談員の認識として、審議会のあっせんにかけて、どうするということまで普段考えて業務をしているのか、審議会あっせんについての福岡市の方針等について相談員が理解を深める機会はあるのか。福岡市は相談が多く、新しい相談がどんどん来るところなので、そういった意識を相談員が持っていれば、案件として審議会

に上げられる可能性はあると思っている。そういう意識づけというか、自分の相談処理だけで解決できない案件については審議会でもっと解決できるんだ、という意識づけを相談員に対して行っていただきたい。さらに包括外部監査の意見に対して措置を行わないと決定したことを受けて、再度センター内部で、審議会あっせんをやるような方向で、案件がないか確認を行っていただきたい。

事務局：ご指摘の点については、制度を確認して、取り組んでいきたい。また、相談員の意識づけについては、委託先と協議しながら方策を検討していく。

D 委員：今の点に関連するが、消費者教育についてだが、消費者教育の担い手として相談員が重要なベースとなる人員であると、今日の報告でも伝わってきたが、相談員のスキルアップ、資質の向上について、福岡市としてどのような研修や施策を考えているのか。

事務局：相談員の専門性を高める研修については、国民生活センターで行われている研修には、交代ではあるが参加していただくことになっている。

相談業務に関する研修に併せて、消費者教育について相談員の認識を高めるようなプログラムについて、委託先と協議しながら検討し、推進計画等の概念も踏まえた上でのスキルアップを図っていきたい。

* * *

議長：苦情処理部会の開催についてだが、あっせん調停がなければ、開催をしていない状況だが、相談員の側から見ると、相談処理で解決困難な案件や、どう考えても事業者側がおかしいという案件について、専門家に説得してもらえば、裁判をしなくても解決するかもしれないという事例が実際にあったとしても、苦情処理部会について、具体的な委員の顔も知らないような状況で、苦情処理部会にあっせんを付託しようとは思わないかもしれない。現実問題として動きにくいだろう。あっせんの審議会への付託事例がでなくても、苦情処理部会を年に1回でも開催して、生の相談事例を事業者とのやり取りなど、詳細に出して、場合によっては事業者名は伏せるとして、そのあたりはその場の状況に応じて行うとして、苦情処理部会の委員から意見を出していただく、そういう機会があってもいいのではないか。事例を担当した相談員など、相談員も交代で何人か出席していただいて、苦情処理部会でお互いに意見交換を行ってはどうか。弁護士による法律相談も行っているが、相談員と苦情処理部会との意見交換の場があれば、相談処理にも役立ち、スキルアップという点では効果がある。個別の事例だけではなく、それに関連していろいろなことが学べるだろう。複数の委員の意見を聴くことにより、よりスキルアップするだろう。研修だけでなく、せっかく内部に専門の審議会委員がいることだし、活用していただきたい。苦情処理部会も制度として置きっぱなしにせず、活用していただければ、一石二鳥ではないか。

* * *

議 長：時間は超過しているが、最後に意見はないか。E 委員はどうか。

E 委 員：地域包括ケアシステムについて少し触れられたのでそれに関連してお尋ねしたい。高齢者を支援している立場として、D 委員がおっしゃったように、必要な情報と、必要ではない情報と整理して、効率的な広報活動を行っていただきたい。高齢者の方たちはあまり情報量が多いと効果的ではない。

60 歳代以上の相談件数が、全体の 3 割を占めている現状が事業概要に掲載されているが、全体の 3 割が高齢者の被害が想定されるということなのだが、いきいきセンターとの活動の実績があまりにも薄くてとても残念でならない。高齢者の見守りについて、消費生活サポーターの育成講座や情報交換会を行ってあるが、こういった事業をいきいきセンターの職員とコラボレーションして、一緒に現場としての意見を取り入れ、見守り体制をつくっていく、本当の地域包括ケアシステムに乗っていくということが、住まいと暮らしを支える高齢者支援につながるのかなと思う。いきいきセンターとの活動実績が伸びてくるのが理想的だろうか。早良区で行っているいきいきセンターとの意見交換会を全区的に広げて行ってほしいのと、高齢者出張相談の件数が 26 年が 0 件なのが残念で、もう少し件数が伸びてほしい。関係部局と調整して、いきいきセンターに声をかけてほしい。

事 務 局：いきいきセンターへの出張相談が、26 年度は残念な数字になっているが、いきいきセンターを通じての消費生活相談は、日々寄せられている。消費生活センターについては十分認識されており、いきいきセンターとの連携については図られていると思っている。ただ、それをもっと効果的に効率的に行うためには、委員が言われたような工夫が必要だと思っている。いきいきセンターの職員のみなさんの意見を聴きながら連携をさらに深めていきたい。

E 委 員：是非、ご活用いただきたい。

D 委 員：今の意見の中で、効率的なという意味で、資料 7 の消費者安全確保地域協議会が今度できるということで、消費者教育推進会議も立ち上げたということだが、いろんなものがいろいろできるということだと、特に高齢者に対しての視点だと、ほとんど重なることになるのでは、と思う。無駄がないように効率的に現場の声を反映して、違うものかもしれないが、重なる部分を考慮して行っていただきたい。

議 長：活発な質問と意見をいただき、ありがとうございました。時間を延長してしまいましたが、ご協力ありがとうございました。事務局には各委員の意見を市の施策に行政に活かしていただきたい。

以上。