

第 56 回

大阪市消費者保護審議会

議 事 録

平成 30 年 10 月 11 日

大 阪 市 市 民 局

第 56 回大阪市消費者保護審議会 議事録

日 時 平成 30 年 10 月 11 日 (木)
午前 10 時 00 分～午前 12 時 00 分

場 所 大阪市役所 P1 階 共通会議室

次 第

1 開 会

2 区政支援室長あいさつ

3 委員紹介

4 議 題

- (1) 審議会会長等の選出について
- (2) 苦情処理部会の部会委員等の選出について
- (3) 高齢者及び若年者の消費生活の安心の確保のための取組（平成 30 年度運営方針）について
- (4) 専門部会の設置及び部会委員等の選出について
- (5) その他

5 閉 会

出席者

(1) 委員 (18名)

(敬称略・50音順)

足立美恵子	大阪府生活協同組合連合会理事
飯田哲史	市会財政総務委員長
石川直基	弁護士
糸島節子	(公社) 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会西日本支部副支部長
井上正裕	大阪市老人クラブ連合会理事
大成道子	大阪市消費生活合理化協会会計兼理事
河南敏朗	近畿百貨店協会事務局長
木全崇仁	(公社) 消費者関連専門家会議西日本支部啓発交流部会執行委員
久保宏之	関西大学法学部教授
黒木麻実	(公社) 全国消費生活相談員協会関西支部副支部長
古株徹	日本チェーンストア協会関西支部事務局次長
武田邦宣	大阪大学大学院法学研究科教授
出相泰裕	大阪教育大学教育学部教授
畑好伯	日本労働組合総連合会大阪府連合会大阪市地域協議会副議長
松井元子	京都府立大学大学院生命環境科学研究科教授
水上啓吾	大阪市立大学大学院都市経営研究科准教授
山口育子	(社福) 大阪市阿倍野区社会福祉協議会事務局長
湯谷康文	大阪商工会議所流通・サービス産業部次長

(2) 市側

市民局区政支援室長	馬場泰子
市民局地域安全担当部長	東中秀成

(3) 事務局 (大阪市消費者センター)

所長	谷陽一
副所長	津村浩司
副所長	川上覚
担当係長	前川彩

(4) 傍聴者 1名

○司会 本日はお忙しいところお越しいただきましてありがとうございます。ただいまから第 56 回大阪市消費者保護審議会を開催させていただきます。本日は、お忙しいところ、ご出席いただきましてありがとうございます。また、委員へのご就任に関しましてもご快諾いただきましたことに、あらためてお礼を申し上げます。私は本日の司会を務めさせていただきます、消費者センターの担当係長の前川と申します。本日はどうぞよろしく願いいたします。まず、開会に先立ちまして、当審議会 20 名の定数のうち、本日 18 名の委員にご出席賜っておりますので、本会は有効に成立してまいりますことをご報告申し上げます。

次に本日の会議につきましては、お手元の水色のファイルでございますが、審議会の設置及び運営に関する指針の 2 ページでございます、「第 7 会議の公開」の「1 会議の公開基準」において、会議を公開しない場合の規定に当てはまらないことから、公開とさせていただきます。また、審議会の内容は消費者センターのホームページ等に掲載し、公表させていただきますことをご了承お願いいたします。現在のところ、傍聴者は 1 名でございます。本会は行政運営の透明性の向上などを目的に、公開により運営されることとされておりますが、傍聴者の皆さま方におかれましてはお示ししております、傍聴要領の遵守事項等につきまして、ご理解、ご協力をお願いいたします。それではお手元の会議次第にしたがって進めてまいりますと思います。

まず、開会にあたりまして、本市を代表いたしまして馬場市民局区政支援室長からご挨拶申し上げます。

○馬場市民局区政支援室長 おはようございます。

○委員 おはようございます。

○馬場市民局区政支援室長 ただいまご紹介いただきました市民局の区政支援室長をしております馬場と申します。よろしく願いいたします。本日は本当にご多用のところ、この審議会にお集まりいただきまして、誠にありがとうございます。また委員にご就任いただきましたことを本当に心よりお礼を申し上げます。

消費者行政につきましては、国の方でも単独で契約を行うことができる成人年齢につきましては、今まで 20 歳だったのを 18 歳に引き下げるといった民法の改正がなされております。また取引に関して、交渉力の格差ということを鑑みて、被害事例を踏まえて、消費者の利益の擁護を図るために、取り消し可能な不当勧誘行為の追加といった内容を含みます消費者契約法の改正もなされたところでございます。民法の改正につきましては 2022 年から、また消費者契約法の改正につきましては来年の 6 月から施行される予定となっております。

また、本市におきましても、市民の消費生活の安全を守るため、今年度より、市民生活の安全安心に関する業務を一元化いたしまして、区役所との緊密な連携の下で、実施できますよう組織改編を行ったところです。また、近年では、振り込め詐欺、いわゆるオレオレ詐欺といったような特殊詐欺が増加しておりまして、そのような対策を強化いたしますととも

に、民法の改正を踏まえまして、若年層への消費者教育と言いますか、消費者被害の防止に向けた取り組みなども本市で強化していきたいと考えているところでございます。

本日の審議会におきましては、このような本市の取り組みにつきましてご説明をし、ご意見を賜りたいというふうに思っております。ご指導をよろしく願いいたします。また、さらに検討を深めていただきますための部会の設置等について、ぜひお願いしたいと考えているところでございます。

また、本日の議題の最後になりますけれども、ご報告という形になりますが、昨年度の審議会におきまして諮問をさせていただいて答申を受けました、大阪市消費者保護条例の第18条の第1項の規定に基づきます不当な取引行為の指定の一部改正につきまして、その状況をご報告させていただきます。今年の3月29日の審議会において審議いただきまして、答申をいただいたところでございます。木村前会長の方から答申いただいたところなんですけれども、それを受けて意見公募の手続きの方に大阪市内部の方で入らせていただきまして、本来、元々7月の末には意見公募の結果を公表する予定としておりました。それが非常に大幅に遅れましたことをこの場をお借りいたしまして、心よりお詫び申し上げます。この一部改正につきましては、去る10月の5日に告示をしたところでございます。

なお、この間の経緯、また告示の内容につきましては、報告という形でその他のところで取り扱わせていただきます。今回の改正を機により一層の消費者保護行政、力を入れて進めてまいりたいと考えておりますので何卒、ご理解をお願いしたいと思います。

委員の皆さま方におかれましては、忌憚のないご意見をいただきまして、私どもの施策に反映してまいりたいと考えておりますので一段のご意見、ご指導の方をよろしく願いいたします。

また最後にですけれども、来月11月の23日にBIE総会で、2025年の万博の開催地が決定いたします。また来年にはG20サミットが大阪で、日本で初めて開催される予定となっております。これらは大阪、関西における経済、または観光の振興といったことはもちろんなんですけれども、それだけではなくて、人類共通の課題であります、持続可能な開発の目標値、いわゆるSDGsを達成することを目標としております。これは消費者保護行政にもかかわりあることでございまして、このような目標達成に向けて、世界各地からの英知を集めてこようと考えております。ぜひ、これまでに大都市大阪として、様々な課題に取り組んできた、この実績を持つ大阪から開催地として、発信をしていきたいと思っておりますので、何卒、皆さま方のご理解ご協力の方をよろしく願います。それでは簡単ではございますけれども、一応、冒頭の挨拶とさせていただきます。

○司会 続きまして、配布資料の確認をさせていただきます。

(配付資料の確認)

次に、本日は当審議会の委員改選後、初めての審議会でございますので、議事に入ります前に委員の方々を紹介させていただきます。資料に委員名簿を付けておりますので、五十音

順のその名簿に沿って順に紹介させていただきます。お名前をお呼びいたしますので、その場でお立ちいただき、自己紹介をよろしく願います。なお、時間の関係上お一人1分以内でお願いいたします。

それでは紹介いたします。

(出席委員の紹介)

○司会 ありがとうございます。なお、本日、家本委員、堀野委員におかれましては、所用のため欠席されております。また、例年、当審議会では公募委員に委嘱させていただいておりますが、当初、本年5月23日から6月18日まで募集し、さらに7月4日まで延長致しましたが応募がなかったため、今回は公募委員の委嘱はございませんでした。報告させていただきます。

続きまして審議会規則第7条におきまして市長が任命する審議会幹事は、関係局局长を幹事としております。幹事名簿を資料として添付させていただいておりますので、ご参照ください。では、本日出席の幹事を紹介させていただきます。

(幹事・事務局の紹介)

○司会 以上で紹介を終わらせていただきます。議事の進行につきましては、審議会会長にお願いすることとしておりますが、当審議会は委員改選後初めての審議会となりますので、現在、会長が選出されておられません。議題(1)「会長の選出」までは事務局の谷所長が進行させていただきます。

○谷所長 はい、改めまして消費者センター所長の谷でございます。本日はお集まりいただきましてありがとうございます。よろしく願います。「審議会会長等の選出」ということで、お手元のフラットファイルがございます。その中の付箋の3番を開けていただきますと「大阪市消費者保護審議会規則」というものがございます。そこをご覧くださいますと第2条第1項の規定によりまして、会長は「委員の互選によりこれを定める。」となっております。どなたかご推挙いただきたいと存じますが、いかがでしょうか。

特にご意見がないようであれば、事務局より提案させていただきたいと思いますが、よろしいでしょうか。

(「異議なし」の声)

○谷所長 ありがとうございます。それでは、民法に造詣が深く、また、前任期の審議会において会長代理や苦情処理部会の部会長として、会を運営していただきました久保委員に会長をお願いすることを提案いたしますが皆様いかがでございましょうか。

(拍手)

○谷所長 それでは、久保委員に本審議会会長にご就任いただきます。恐れいりますが、会長席の方へ移動の方をお願いいたします。それではご就任にあたりまして、久保会長から一言ご挨拶を賜りたいと思います。お願いいたします。

○久保会長 只今ご紹介いただきました久保でございます。先ほど自己紹介させていただきましたとおり、関西大学の法学部で、民法の方を担当しております。今、何年か審議会委員また、部会長を勤めさせていただきまして今回会長にとご推薦いただきました。謹んでお受けさせていただくとともにですね、また、全分野にわたしも精通しているわけではございませんので、皆さま方のご教示、またご指導をもちまして会を円滑にまた、効率よく進めてまいりたいと思いますので、よろしく申し上げます。

○谷所長 どうもありがとうございました。それでは以降の議事進行につきましては会長をお願いしたいと存じますので、久保会長どうぞよろしく申し上げます。

○久保会長 それでは、議事の方を進めてまいりたいと存じます。まず、会長代理の選任でございますが、審議会規則の第2条第3項の規定によりまして、会長があらかじめ指名することとしております。したがって、会長代理につきまして私の方から指名させていただきます。会長代理につきましては、武田委員をお願いしたいと存じます。よろしゅうございますでしょうか。

(拍手)

○久保会長 では武田委員、会長代理席の方へよろしく申し上げます。引き続きまして、議題(2)の「苦情処理部会の部会委員等の選出について」ですが、当審議会は「消費者保護条例」に基づきまして「苦情処理部会」を設けております。多くの委員の方々が初めて当審議会に出席されておりますので、苦情処理部会の所掌事項につきましては事務局から説明をお願いいたします。よろしく申し上げます。

○川上副所長 はい、副所長の川上でございます。わたくしの方から苦情処理部会の所掌事項につきまして説明させていただきます。資料につきましては、お手元のフラットファイルの方を開いていただきまして、付箋1の消費者保護条例をご覧ください。めくっていただきまして、9ページの下段の方から第33条ということで大阪市消費者保護審議会について規定されております。まためくっていただきまして10ページと同じ第33条の第6項に苦情処理部会の所掌事務が規定されております。第6項の第1号といたしまして、「条例第18条の3第1項及び第28条第1項に規定する情報提供並びに同条第3項に規定する苦情処理に

関し、意見を述べること。」第2号に「条例第28条第4項に規定する苦情処理に関し、あつせん又は調停を行うこと」が規定されております。

まず、意見を述べることについて、説明をいたします。戻っていただきまして、5ページの第18条第1項がございます。この条文につきましては不当な取引行為の禁止について規定しております。めくっていただきまして、6ページの第18条の2、そうした不当な取引行為が行われている疑いがあると認めるときは当該行為について必要な調査を行うことができる」と規定されています。

続きます、第18条の3におきまして「市長は、前条第1項の調査の結果、同項の行為による消費者被害の発生又は拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該行為の内容、事業者の氏名又は名称その他必要な事項に係る情報を消費者に提供するものとする。」と規定されております。この、被害の発生や拡大防止のために行う情報提供について、苦情処理部会の方からご意見を伺うこととなっております。

再びページが飛びまして、8ページの第28条になります。苦情処理についての規定でございます。当消費者センターでは市民の皆様からの苦情に関しまして、要請があれば、事業者と消費者との間に入ってあつせん等を行っておりますけれども、この第28条第1項の後段に「消費者被害の拡大防止並びに公平な被害の救済を図るため必要があると認めるときは、当該事業者の氏名又は名称、商品等の名称その他必要な事項に係る情報を消費者に提供するものとする。」と規定されています。この市長が行う情報提供につきましても、苦情処理部会でご意見をいただくことになっております。

さらに、同条第28条第3項には「市長は、苦情処理にあたり必要があると認めるときは、審議会の意見を聞くものとする。」と規定されており、この苦情処理についても苦情処理部会のご意見をいただくことになっております。

次に、苦情処理に関し、あつせん又は調停を行うことについて説明いたします。第28条第4項に「市長は、苦情処理にあたり必要があると認めるときは、審議会のあつせんまたは調停に付すことができる。」と規定されています。先ほども申しましたように、消費者センターでは、消費者の要請により、事業者の間であつせんを行っておりますが、その内容によっては審議会に付託し、苦情処理部会にあつせん、調停を行っていただくことがございます。私からの説明は以上でございます。

○久保会長 ありがとうございます。「苦情処理部会」の部会委員並びに部会長につきましては、審議会規則第3条第1項及び第2項に基づきまして、会長が指名するとしておりますので、私から指名させていただきます。「苦情処理部会」の委員につきましては、足立委員、石川委員、糸島委員、大成委員、黒木委員、河南委員、古株委員、武田委員と私を含めまして9名の委員を指名させていただきます。また、部会長につきましては「武田委員」をお願いいたします。指名致しました委員の方々にはお忙しいところ大変恐縮ではございますが、よろしくをお願いいたします。それでは、苦情処理部会の部会長に就任いただきます武田部会長から審議会規則第3条第4項に基づき、あらかじめ部会長代理についてご指名いただきたいと存じます。

○武田委員 ご指名ですので、引き受けさせていただきます。部会の皆様方には、ご協力の程よろしくお願いいたします。それでは、私の方から部会長代理を指名させていただきます。部会長代理については、久保会長を指名させていただきます。

○久保会長 引き受けさせていただきます。それでは、ただいま決定しました方々に、苦情処理部会の運営をよろしくお願い致したいと存じます。次にそれでは、議題（３）の「高齢者及び若年者の消費生活の安心の確保のための取組（平成 30 年度運営方針）について」、ということで事務局より説明をお願いいたしたいと存じます。よろしくお願いいたします。

○津村副所長 副所長の津村でございます。それでは資料 1 をご覧ください。この資料の表紙には目次が書いてございますが、この目次の 1 行目にあります消費生活情報提供（教育・啓発）事業について、説明させていただきます。

消費者センターでは、消費者として自立した市民の育成と、消費者被害防止を図るために、消費生活に関する教育啓発事業や情報提供事業を行っています。1 ページには平成 30 年度、今年度 9 月までに行った事業、また今後の予定も含めまして記載してございます。この表のうち、電子ビラの配信ですけれども、よくある消費者トラブルの事例や最新の注意喚起情報を記載した電子ビラを、高齢者福祉施設を中心に電子メールで月 2 回のペースで配信しております。この電子ビラは、印刷すれば A4 1 枚のものになります。また消費者センターのホームページにも掲載しているところでございます。

次に、フェイスブックによる情報発信ですけれども、これは市民局のフェイスブックにおきまして、消費者センターが実施しております、これから取り組みます啓発講座等の情報を発信しているところです。

次に、消費者センター主催の講座としまして、消費者月間講演会とエルちゃんの“わん”デー講座を開催しております。消費者月間講演会の方につきましては、5 月の消費者月間におきまして、ネットショッピングや仮想通貨をテーマに大阪府との共同で開催致しました。大阪府消費生活センターは、市の消費者センターと同じ南港 ATC の ITM 棟の 3 階に隣接して設置されておきまして、その大阪府消費生活センターと本市消費者センターの間で府市連携事業を実施しているところですが、その一環としてこの講演会を共同で開催したものです。

その下の“わん”デー講座につきましては、本市消費者センター単独の開催ですが、7 月に食品表示関係、9 月に高齢者を対象として消費者トラブル対策をテーマに開催しております。今年度中にあと 3 回開催を予定しております、次は 11 月 13 日に特殊詐欺をテーマにした講座開催が決定しております、すでにホームページ等で周知しているところです。

次に、見学講座ですが、南港 ATC の消費者センターの展示・啓発スペースにあるパネルや冊子等を使いまして、市の職員が講師となって実施しているところです。

その下の地域講座につきましては、地域団体等へ無料で講師を派遣して、よくある消費者

トラブルの事例やその対処方法等について解説する講座になっておりまして、こちら見学講座と地域講座については、4ページを開けていただきますでしょうか。そちらに詳しい説明がされております。1行目からざっと読みますと、地域講座は地域の団体やグループ等からの依頼によってですね、無料で講師を派遣し、DVDなどを用いて解説します。講師はくらしのナビゲーターを中心に、消費生活相談員や職員もつとめております。

このくらしのナビゲーターというものは、消費生活に関する知識を有する方で、本市が登録しているものでして、現在約30名おられます。ここでまた1ページに戻っていただきまして、下から6段目の消費者教育用教材啓発パンフレットですが、現在、昨年度に作成しました一般用、高齢者用のパンフレットが残っておりまして、それを配布用としております。更にこれに若年者用を加えまして、今年度中に改訂版を作成する予定となっております。

次に、展示・啓発スペース「くらしのひろばエル」ですが、パネルや冊子、クイズなどのデジタルコンテンツなどで学べる、展示・啓発スペースを消費者センターの中に設置しております。市民に開放しているところです。

次に、生活情報誌くらしすとですが、先ほど説明しました、府市連携事業の一環としまして、大阪府と共同で発行しているところです。2色カラー印刷のA3二つ折りの仕様になっておりまして、今お配りしている青いファイルの最後の方に入れているのですけれども、少しご覧いただきますでしょうか。今回は青と黒の2色刷りですけれども、このようなものを年2回の発行予定となっております。今見ていただいているのは8月の本年度1回目のものです。

次にスポットCM放映については、市役所の市民待合室ロビー等にて随時放映しているところです。

次に、地域の見守りネットワーク活動促進事業については、エルちゃんの見守り講座というものを実施しておりまして、地域で高齢者を見守る活動をされている団体等を対象にしまして、無料で講師を派遣して、高齢者を消費者トラブルから守るための気づきや、声かけの方法等を解説する講座として実施しているところです。

最後に、若年者向け消費者教育講座ですけれども、高等学校等を対象に、無料で講師を派遣して、アポイントメント商法やマルチ商法等による被害など、よくある消費者トラブル事例と対処方法、契約の仕組み等を解説する教育講座を実施しているところです。

次の2ページからは、去年の平成29年度の実施内容をお伝えしておりますけれども、今年度とほぼ同様の内容ですので説明は省略させていただきます。なお、29年度と30年度の主な相違点としましては、若年者向けの消費者教育講座を新たに平成30年度から実施したことがあげられます。今年、民法が改正され、2022年から成年年齢が引き下げられることとなり、若年者に対する消費者教育の必要性が増していることから、この講座の実施に至った次第です。以上で説明を終わらせていただきます。ありがとうございました。

○川上副所長 続きの5ページ目からの消費生活相談についてというところから、担当副所長である私の方から引き続き説明させていただきます。資料1の5ページ目、消費生活相談についてというところでございます。まず、大阪市消費者センターにおきましては、大阪

市内にお住まいの消費者の方から、問題のある商法による消費者被害に関するもののほか、商品の購入やサービスの提供の契約等に係る様々な消費生活上の問題についての相談を受け付けているところがございます。中段に【相談件数の推移】の表がございますが、平成29年度の受付件数は21,260件となっております。

相談内容の特徴ということで、5ページから6ページにかけて、いくつか挙げさせていただいております。抜き出してご紹介させていただきますと、たとえば7ページの「④高齢者を狙う訪問販売」のところにも記述してありますけれども、訪問販売につきましては、60歳代以上からの相談が全体の4割以上を占めております。一方で、8ページにあります⑥インターネット通販に関するものにつきましては30歳代から50歳代の中間層からの相談が多いといったような各消費者の消費行動を反映しているんですけれども、こういった傾向があるところがございます。

続きまして、8ページ下段からの(3)消費生活相談による消費者被害救済と未然防止というところがございます。次の9ページの②消費生活相談に対する助言のところの最後にも記させていただいておりますけれども、クーリング・オフに関する助言が昨年度ですと760件ございまして、これらの相談に係る1件当たりの契約金額の平均が47万円となっております。クーリング・オフにつきましては、特定商取引法の中で、契約後8日間、訪問販売では、契約後8日間はクーリング・オフが出来ることに基づいた回答をさせていただいております。またそのクーリング・オフのやり方についてもご案内させていただいております。

次に③あっせんの実施でございます。次の10ページ中段にあっせん実施件数の推移の表がございます。消費者からの苦情相談に対して事業者との間に立って、あっせんをした件数というところで、793件ございます。そのうち、約9割の697件が解決となっております、これも1件あたりの平均で約28万円の被害が回復されているというところがございます。

続きまして、10ページの下段から11ページにかけまして、(5)特殊詐欺への対応というところがございます。契約や購入した覚えのない商品についての代金請求の電子メールやはがきが送られてきてまして、記載された連絡先に電話をすると、言葉巧みに不安を煽り、金銭の支払いを求めてくる架空請求の手口は依然として多くございまして、振り込め詐欺など、様々な手口に関する相談が寄せられているところがございます。

これらの詐欺につきましては、一旦お金を支払ってしまいますと、取り戻すということは非常に困難ですので、メールやはがきが来ても「無視をすること」、連絡先とされている電話番号等につきましても「絶対に連絡を取らないこと」を基本に助言を行っているところがございます。12ページ以降、こうした数値にかかる表が続いておりまして、17ページになりますが、商品テストの説明というところで記述させていただいております。苦情処理の際に消費者の疑問を解消するために、消費者から持ち込まれた商品に対しまして、各種テストを行っております。29年度の本市の商品テストは8件、検体としては20検体分を実施したところがございます。

次にその下の「4 不当な取引行為にかかる事業者指導」につきましては、次の18ページのところで事業者指導実績の過去5年間の数値というところで表がございます。昨年度

は2件、ダイビング講習のアポイントメントセールスを行っている事業者に対して2件の指導を行っております。

昨年度のこの審議会の場でも、指導件数が少ないのではないかとご指摘をいただいたところではございますが、昨年度指導という形になって出てまいりましたのは2件というところではございます。この2件につきましては、大阪府の消費生活センターと合同で事業者に対する事実確認を行うなど、府と合同で行っているところでございます。

次の19ページは、消費者保護条例に基づく単位価格表示等の基準と家庭用品品質表示法等の法律に基づいた調査についての記述です。まず、消費者保護条例に基づく単位価格表示と過大包装基準と商品の品質表示基準について、調査をした結果が出ております。違反件数につきましては、①単位価格表示の方が、一部表示も含めて表示なしという部分がございます。②過大包装と③商品の品質表示につきましては違反はゼロでございました。調査に行った際には、改善措置をしていただくように、指摘しているところでございます。

次の20ページをご覧ください。こちらは権限移譲された各法律に基づく調査内容を書いております。「立入検査の実施」の表ですけれども、これは法律に基づいて立入検査の権限を持っているものにつきまして、その権限に基づいて行った件数を書いております。下の「調査の実施」の表につきましては、そういった立ち入り検査の権限まで行使しておりませんが、事業者の協力のうで調査しているものでございます。これに関する法律についての説明につきましては21ページ以降に掲載しております。私からの説明は以上でございます。

○谷所長 はい、続きまして重点課題に取り組む主な経営課題ということで資料2の方をご覧くださいませでしょうか。市民局では毎年、重点的に取り組む主な経営課題等を設定致しまして、その中の一つとして今年度、高齢者及び若年者の消費生活の安心の確保ということで、取り組んでおります。

これにつきまして、映像の方も出ておりますが、消費生活相談の現状を受けまして、状況を分析しております。順次、ご説明をさせていただきます。まずは1番の消費生活相談等の現状ということで(1)消費生活相談に係る高齢者の消費行動ということで、訪問販売などの相談割合につきましては、65歳以上が65歳未満の約3.5倍となっております。65歳以上の方は、在宅時にやはり被害に逢うケースが多いということになっております。(2)高齢者の被害金額、これにつきましても65歳以上の方が65歳未満の方の約2倍、高額化してきているということが言えます。(3)は特殊詐欺の状況ということですが、これは昨年実績ということで、大阪府警の調べなんです、大阪府全体としては特殊詐欺の件数は減っているのですが、大阪市内につきましては逆に増えている傾向にあるということで、当センターの方に消費生活相談としてご相談いただいている件数につきましても、架空請求などのものが月平均で40~50件毎月寄せられているといったような状況です。

次に(4)で若年者の相談内容ということ。20歳から24歳になりますと進学や就職など、一人暮らしを始めることなどで、若年者の成年者は未成年者に比べて契約がしやすくなるといったようなことからトラブルに巻き込まれるケースが一気に増えております。ですから、相談件数も当然増えるということで、また相談内容につきましても、エステ、賃貸

住宅の契約などの金額がこれも高額化しているといった状況が見えてまいります。続きまして、次めくっていただきまして、(5) 高齢者及び若年者の消費者トラブルに関する相談者ということで、高齢者ですとか若年者の方につきましては、本人以外のいわゆる若年者の方ではご両親、高齢者の方であれば同居の親族ですとか地域で見守りをやっておられる方々からの通報が、やはり多くなっております。高齢者につきましては、もうすでにトラブルにあっていないことに気づいておられないといったようなことも結構ありまして、気づいた家族・支援者がセンターの方に相談してくるケースが多いと、逆に若年者の方につきましては気づいたときに家族、まあご両親が多いですが、相談してくるというケースが多くなっております。

次の項目で、高齢者及び若年者の意識・行動ということですが、消費者被害を誰にも相談しなかった人は高齢者や若年者、その他の世代の約4割となっておりますが、その理由を分析しますと65歳以上では「相談しても仕方がない」といったあきらめ型、相談せずに自分で解決しようとしたといったもの、20歳代では相談しても仕方がない、逆にどこに相談すれば良いか分からないといったような理由が多くなっております。こういったことから若年者層にはやはり、消費者センターの認知度が低いことが見て取れます。3番に消費者センターの認知度について、これにつきましても消費者センターの存在自体は高齢者には認知されていると言った状況なんですけど、若年者は44.6%ということで、半分以下ということになっております。消費者センター自体の責務といいますか有効性というものが、若い方々はほとんど知られていないといったことが分析で見取れると思っております。アンケート等で、消費者センターを知ったきっかけというものを確認なり聞いたりしているのですが、消費者センターを知ったきっかけについては区の広報誌の割合が多く、65歳以上では、その他の紙媒体がやはり多いと、ただ20歳代ではやはりインターネットの割合が高くなるということで、若年者への効果的な働きかけを行う場合は、やはりインターネットを活用していく必要があるのかなと考えております。こういった現状を受けまして、様々な課題が見えてきておりますので、その課題を解決するために4本の戦略を立てております。

次の目指す成果及び戦略3-1、高齢者を対象とした消費者教育の推進をご覧くださいませでしょうか。これにつきましては、高齢者が消費者被害や特殊詐欺のターゲットにされやすいことをわかっていただき、簡単な対処方法を身に付けていただき、センターや支援者に気軽に相談していただくということをめざす状態にしております。そういっためざす状態のために、具体的な取り組みということで、その下の具体的取組3-1-1、高齢者を対象とした消費者トラブルや特殊詐欺の未然防止策の周知ということで取り組んでおります。これにつきましては各区役所等と連携をし、また各区の社会福祉協議会さんですとか老人クラブ連合会さんと連携をしながら、様々なイベントで高齢者のご自身に特殊詐欺の被害の未然防止のための知識ですとか、消費者センターに相談することの有用性、こういったものをお伝えをしていくということをしていただいております。これにつきましては周知を行うイベントで、年24件、各区少なくとも1回ということで目標設定しているんですが、現在5区を実施して、あと19区を実施予定となっております。

続きまして、3-1-2、高齢者を対象とした消費者被害の未然防止のための教育という

ことで、これは先ほど消費者センターの概要の方でご説明させていただきましたいわゆる地域講座、地域の方々からご要請をいただいたところに、消費生活相談員などの講師を派遣して、講座を行って、知識を広めていただくといったようなことで、これにつきましても今現在、もう31回約1,700人の方に受講していただいております。次に2つ目の戦略ということでめくっていただきまして、3-2、地域における高齢者の支援機構の向上ということで、これにつきましましては、高齢者に直接アプローチするのではなく、地域で高齢者の見守り活動、これから見守り活動をされていく支援者の方々、支援団体の方々に対して、悪質事業者の手口に関する情報ですとか、簡単な対処方法、これは特殊詐欺も含めてですが、高齢者に支援者の方からご伝達できるような知識を持っていただくということをめざしております。

この取り組みにつきましましては3-2-1ということで、支援者等へのミニ知識の周知と相談相手となることの意識づけということで、見守りハンドブックの配布など、そういった配布ツールを使いまして、地域で高齢者の方を見守っていただくための知識を伝達し、それを実行して啓発を行っていただくといった取り組みでございます。

続きまして、3-2-2、高齢者の消費者被害防止のための見守りネットワークの構築支援といったことで、これは各区で、すでに町会ですとか民生委員協議会さんですとか色々な見守りの体制が構築されております。そこに消費者被害の防止という観点も取り入れていただいて、日常見守っていただくための、例えば地域でよく発生している消費者被害ですとか、そういったものを消費者センターの方から情報の方を提供させていただいて、ネットワークの構築の支援をしていくということです。これは昨年度来、東淀川区さんをモデル地区として、取り組んでおります。

続きまして3つ目、3-2-3、これも高齢者の支援者を対象者とした講座の実施ということで、これは従来からやっております、見守り講座といったもの、これにつきましても消費生活相談員から、見守りが必要な知識とか気づきの点、声かけ、そういったものについて、伝達させていただくということで、今年度につきましましては21回開催予定となっております。老人クラブ連合会さんのご協力を得ながら、今のところ14回は実施できております。

次の3つ目の項目ですが、これは今年度から初めて入りました項目で、若年者を対象とした消費者教育の推進ということになっております。これは成年年齢の引き下げに伴いまして、18歳から20歳までの間の方が被害に逢いやすくなるであろうということを想定し、また消費者庁の方も、若年者対策の方は力を入れてきておりますので、大阪市としましても高校生から20歳までの方々をターゲットとして、事業者の手口や対処方法、相談先に消費者センターがあるといったことを、周知をしていくということで、具体的な取り組みとして、3-3-1、若年者を対象とした消費者被害の未然防止のための教育ということで、これは消費者庁の方から文科省を通じて、教育プログラムの方に消費者教育を入れていくといったような動きになっております。ただ、教員の先生方が、消費者プログラム、消費者問題に対する知識がまだあまりないということで、知識を持っています消費生活相談員ですとか弁護士の方ですとかを学校に派遣してですね、教育を行うといったようなことをめざしております。現在、大阪市の方で2校実施しております、現在1校、申し込みを受けており

ます。年度内に随時6回くらいは行いたいと思っております。

最後になりますが、3-4ということで消費者センターの有用性の認知度の向上ということになっております。ここでめざす状態ですが、先ほどから説明させていただいておりますように、やはり認知度が低い、特に若年層に低いといったようなことで、昨年から地域安全確保部会ですとか消費者教育部会の方で、様々なご意見をいただいて、どういった形で消費者センターの有用性を上げていくか、ご意見をいただいたものに対して、取り組みをしてきております。先ほどから、映像に出ておりましたセンターのパワーポイント、静止画なんですけれども、生協さんの大阪コープ病院の方で、患者が病院で待合をしている間に、その待合番号の横のモニターに消費者センターの宣伝と、この後に特殊詐欺の宣伝ですとか、高齢者は引っかけやすい例ですとかそういったものを流す。これについては審議会の方の委員さんの方からご提案いただいたものを実現したものでございます。続きまして、別の画像がありますが、これはそうですね、区役所の方でご協力いただいております、西淀川区役所のデジタルサイネージの掲示板の方に、同じようなデータを掲載させていただいております、区役所で待っておられる時間帯に、別にテレビモニターですとかそういったところでも、映像を流させていただいております、啓発を行っていただいている状況でございます。あと、若年者向けの啓発ということで、これはまたちょっと高齢者とは変わった形になると思うんですけれども、市立大学の杉本キャンパスの方で、そういった若者がたまるような施設のところにですね、サイネージ掲示板が多数ありますので、そのサイネージ掲示板を使って、受け子、出し子の撃退、絶対にダメという、いわゆる特殊詐欺の受け子になったら犯罪ですよという啓発も含めてですね、これはちょっと消費者トラブルではないのですが、大学生の方が巻き込まれるということで消費者トラブルと合わせて啓発をしています。こういった取り組みを消費者センターの方では毎年、意見を聞きながらPDCAを回して色々な取り組みをしていきたいと思っておりますので、本日の審議の中でですね、忌憚のないご意見をいただければありがたいかなと思います。

○久保会長 ありがとうございます。ただ今、事務局からは消費者センターの事業の説明とともに、詳細に高齢者・若年者の消費者被害防止に向けて様々な有効な対応や取り組みについてご審議いただきたいとご提案をいただきました。主な論点としては、「高齢者及び高齢者の支援者に向けてどのような取り組みが効果的か。」という点、もう一つ「民法改正による成年年齢の引き下げを踏まえまして、若年者に向けてどのような取り組みが効果的か。」という点が主な論点かと思えます。それでは審議に入りたいと思えます。何かご意見はございませんでしょうか。様々な分野でご活躍の方々と思えますので、そういった経緯もふまえて、またもちろん一個人として、消費者として日々感じられている点、ここで特にもちろん高齢者・若年者を中心としたでございますけれども、お出しいただけたらと忌憚のないご意見をいただきたいという風に思えます。

石川委員、どうぞ。

○石川委員 座ってよろしいですか。石川です。若年者に対して消費者被害の実情とか、救

済の在り方を情報を届ける方法として一番手っ取り早いのは学校とかに出て行ってという話だと思えるのですが、そのあたり、弁護士会の方では、教育という部分と消費者との連携という部分が、うまくいっているようには見えないと、大阪弁護士会でも消費者教育に関して、最近部会をようやく作って活動をして、大阪府の先生方に来てもらって一緒に勉強したりしているということですが、その辺りの方向性は今回、どこかで出ていた気もするのですが、もう少し学校にアプローチするというのが効果的かなと思います。大学の生協の一角に消費者センターの案内があるとかその辺りかなと思ったりしているのですが、一つの意見としてお聞きしたいと思うんですけれども。

○久保会長 ありがとうございます。ほかに何かございますでしょうか。本当に日々感じていること、もちろん専門分野に関しましても、何でも結構でございます。はい、どうぞ。

○古株委員 石川先生のご発言と同じことなんですけれども、つい先日も報道で中学生が受け子か何かで逮捕されたという報道があったようにですね、これはちょっと高校とか専門学校、それ以下の中学生の被害ではなくて、加害者側にまわってしまうような、そういう事件が発生しているわけで、その辺も含めて被害者を作らないというのも大事なんですけれども、加害者を作らないというような取り組みも大事かなとわたくしの方では思っております。

○久保会長 どうもありがとうございます。そうですね、一面的だけでなく多面的にということですね、ある意味双方向的にということになるかもしれませんが、ありがとうございます。他に何か、井上委員どうぞ。

○井上委員 私も含めてなんですけども、高齢者に対する情報をどうしてやったら良いか、非常に大きな問題だと思うんですよ。ホームページを見ろと言っても見ません、インターネットを見ろと言ってもほとんど見ない。ポスターもあんまり見ないんですよ。下向いて歩く人が多いんでね、地面になんか書いたらものすごく効果があるんですけども、そういうわけにはいかないの、何かいい方法がないかなと思っているんですけども、ということにはやっぱり、講習会を開いてできるだけたくさんの人に来てもらうというのがいい方法ではないのかと、それと口伝てなどがいいかなと思っているのですが。それともう一つ、最近の特殊詐欺、消費者センターでは特殊詐欺の最新情報はどういう手段で情報が入ってくるのか、警察から入ってきますか。

○谷所長 特殊詐欺につきましては当然、府警さんとも連携をしながら、啓発講座の中では、府警の方が寸劇をやっていただいたりして、連携をしているのですが、情報につきましては地域安全担当という部門もございまして、そこで連携をして大阪市の市民局として、取り組んでおります。

○井上委員 もう、相手も相手で、刻々とやり方が変わってきてましてね、こないだ9日、わたくし●●区の○○に住んでいるんですけども、私の身の回りで2件ありまして、一つは今ね、高校卒業の情報が漏れて、それを使ってやっているみたいなんで、住所から名前から電話番号、全部わかっているみたいなんですよ。一定まあ、結局息子の話なんですけれども、息子さんおられませんかという件で2件、1人の方は元気なお年寄りやったんで、こいつ捕まえたろうと思って、色々捜査してできるだけ家の近くで、来るように警察と一緒にやったんですけども、とうとう入ってきませんでした、やっぱり無理やなあと思ったのかもわかりません。その内容がもう、以前に比べて、刻々と変わってきておりますので、あまり古いもの言ってもいけないので、そういう新しい情報をこういう冊子にも入れていけばどうかかなと思っています。

○久保会長 はい、ありがとうございます。事務局どうぞ。

○東中地域安全部長 地域安全担当部長の東中です。今いただいたご意見について補足させていただきます。ご意見ありがとうございます。おっしゃるように特殊詐欺は刻々と相手も手が込んでいます。去年ぐらいまではいわゆる振り込め詐欺が主流だったんですけども、今年に入ってから、おっしゃるようにオレオレ詐欺に色合いが随分変わってきております。おっしゃるように個人情報を入手しまして、オレやオレや、とか友達のオレやというようなことで、ご老人を不安にさせると、特殊詐欺では大阪府全体では、おかげさまで大幅に減ったんですけども、減った中でおっしゃるようなオレオレ詐欺が増えているという状況が生まれております。

そういう特色というところに関しまして、谷所長の方から申しあげたように、消費者センター、防犯、区役所、老人クラブ連合会さん、各地域の皆さんにもしっかりとそうした情報共有や地域で声掛けというところを市の消費者行政というよりも区政という市民局行政というような中で、しっかりとやっていきたいと思っております。

○久保会長 ありがとうございます。身近な例になりますが、わたしの友人が最近引っかかりかけたという点を聞いております。今までは割と息子というパターンが多かったと思うんですけども、甥を名乗ってくるという、甥というのは知っているけれども声の記憶まではないという微妙なところを狙ってくるなどちょっと感心しました。その場合は甥の方に電話があって、来るって言うていたけど何時に来るんやと、外で会った方が良いか家で会った方がいかなど、そういうことを問うたもんですから、それで発覚した、未然に防げたという点があります。そう言っていましたけれども、そういうパターンも結構昔からあるのかもしれないが、やはりいろんなパターンを周知したら、こういうパターンがあるなど、こういうふうを狙っているなど、そういうパターンを周知していただくという手立てが必要かと思えます。

この私も、割と病院に行く時間も長くなり、また役所に行く時間も長くなり、長期滞留するということだと思いますと病院とか役所なんかが先ほども例であがってございましたけれ

ども、非常に有効かなと、あ、やってはるなと最近何点か感じました。ただ、若い人では、どこにたまるのかといえばなかなか難しいですね。カフェかファーストフードかとなかなかそういうところでは、ちょっと広告させてもらえないのかなと思いますが、あと電車の中でもいいんじゃないのかなと。最近ちょっと、テレビ画面なんかもありますし、公共交通機関なんかはこれから少し交渉していただくとか、お願いしていただくことが必要かと。何かすいません、会長の立場で差し出がましいことではございましたけれども。まだ時間がございますのでご意見などございましたら、どうぞ。

○河南委員 私は別の委員会にもちょっと出てて、一つの事例なんですけれども、関空がこの間の大きな災害でその後、ある経済団体のところで、復旧作業のデジタル画像を作ったと、多分、これ今、JR とかにも流れていると思いますね。いくつかのパターンがあって、意外に簡単に作れて民間事業に呼びかけているという事例があったので、今回の取り組みの中に広げていく一つの手法としてあるのではないかなと、ちょっと思っております。

○久保会長 今おっしゃったのは、そういう状況をビデオを作って、色々流すということですか、というかそれを詐欺に使うということですか。

○河南委員 関空が復旧作業をしましたというのをいくつかの簡単な動画で作っています。それをホームページに載せて、事業会社いろんな民間事業会社の方にダウンロードしていただいて、各社の色んな掲載の場所に載せていただいたらどうでしょうかというようなことですね。

○久保会長 周知方法と申しますか、そういうことですか。

○河南委員 ええ、そうですね。簡単に作れるということで、あとは呼びかけるというような作業が出てくると。たまたまそういうことがあったので、ご紹介させていただきました。

○久保会長 動画も作りやすくなっていますから。

○河南委員 そうですね、割と簡単に作れるということだと思いますので。

○久保会長 何かスマホだけで映画を作ったりとかそういう人もいるみたいですので。結構簡単かもしれません。ありがとうございます。他に何かございませんでしょうか。

○大成委員 前回、地域支援の方におりまして、病院とか区役所とかを提案したんですけれども、その時にお年寄りが必ず見られるからというので、スーパーのチラシのところにそういうのを入れてもらったらどうなのかという意見も出てたんですけれども、それはなかなか進んでないように思いますけれども、どうなんでしょうか。

○谷所長 はい、何点かご意見いただいたことに対して説明をさせていただきます。まず初めに、若年者教育の関係で学校等の連携がどうなっているのかということなんですが、私も今ターゲットにしておりますのが18～20歳くらいの若年者ということで、大阪市の高校が20校と市立高校があるんですけれども、教育委員会さんの方にはご連絡をさせていただいて、各学校長さんあてにこういった先ほど説明した若者向けの講座を展開していきますというようなことで、ご依頼の文書を差し上げるのとともにですね、私が一校ずつ回らせていただいて、今は現在、鶴見商業高校がこの2月3月ですね、卒業の3日前にその講演をしてくださいますということで、やはりすぐに社会人になる、なりたての前の方々にするので効果的なんじゃないのかというご提案をいただいておりますし、先ほどご意見いただきましたように、なかなか教育行政、教育関係と消費者行政というのが今まで一体でやったことという経過がございませんので、徐々に各学校さんとは連携していきたいと思っております。

あと受け子の関係なんですけれども、確かに若者向けの消費者教育をやっていく中で、今年度から先ほど室長のあいさつにもありましたように、区政支援室と一体になって地域の安全・安心をやっていくといったような形になっておりますので、そこは連携をしながら特殊詐欺もそうですし、そこで被害を受ける若者向けの受け子の犯罪の防止とかそういったものについても一緒に啓発をしていきたいと思っておりますし、今現在もしていております。

老人、高齢者の方に情報提供することのむずかしさといったことなんですが、これにつきましても先ほどご意見いただいたDVD・動画の作成といったこととも一体化するかと思うんですが、昨年ですね、運営方針の中で動画を作成するというので、簡単な消費者被害防止の動画というものを作らせていただきまして、それを審議会の方でも見ていただいて、地域の例えば食事サービス、地域の方々が集まって昼食をされる会とか、そういったところで流していただくような、本当に5分間とかの短い、簡単な、我々がお金をかけずに、手作業で作った動画なんですけれども、そういったものをDVD化して地域の方々にお配りをして、高齢者の目を届くようなところで流していただくというふうにお願いをしております。極力、役所としてICTを活用して今後やっていくというのが、大きな命題になっておりますので、ご意見いただいたように、DVDもそうですしYouTubeもそうです。そういったものを活用しながら、展開していきたいと思っております。以上でございます。

○久保会長 ありがとうございます。先ほどご意見にありましたけれども、スーパーのチラシというのは、そういう例はありませんでしょうか。

○谷所長 すいません、漏れておりました。チラシの方ですが、昨年度と今年度、チェーンストア協会さんのご協力をいただきまして、5月に消費者月間というものを消費者庁が設定しておりますし、5月のスーパーのチラシの中に、消費者センターのご案内というものを入れさせていただいて、各世帯向けに出すいわゆる普通の食品のチラシですね、そこに入れ

ていただいたものを配っていただいたというような実績はございます。

○久保会長 私もどこかで拝見したような記憶がありましたので、ちょっとなさっているなど感じておりました。もう少し、日常的に頻繁にあればよろしいかなと思いますがその点、予算の関係とかご協力の関係とかいろいろあるかと思いますが、その点もご尽力いただければと思います。他に何かございませんでしょうか。どうぞ。

○石川委員 すいません、石川です。学校との関係で先ほどご説明あったんですけども、別紙資料3の消費者教育推進協議会について、こちらについては市ではまだ設置されてなかったんですか。

○谷所長 消費者教育の推進協議会ですね、今のところ設置されておられません。本日、そういった議題も課題もご提案をさせていただきますので。

○石川委員 この後、別議題で審議されるんですか。

○谷所長 そうですね、次の専門部会の方で。

○石川委員 わかりました。

○久保会長 ほかにございませんでしょうか。若年者でございますので、こういう話題というのは一種つまらないというふうに感じられることがあると思いますが、学校の現場で、無理といいますか強制的にしてもらおうというのが有効かなと思います。すいません、ほかに何かございませんでしょうか。どうぞ、お願いします。

○黒木委員 すいません、繰り返しになるんですけども、わたくし普段は消費生活センターに勤めておまして、若年者からの相談を受けることも最近多くあるんですけども、情報商材とか儲かるような話、簡単に儲かるってお話で、お金を払ってしまうという事例が大変多いんですけども、高校とか大学にもセンターの方から要請がありまして、講座に行くんですけども、単発になるんですね。1回限り、1年に一回あるかないかという感じで、学校の方が色々と授業の方がたくさんあって、入れ込むというのが本当に難しくって、学校の方に個別にお願いしてやっていく感じなんですけれども、先生側の理解もちょっと少ないという点も少しありますが、一番大切なのが継続的にやっていくことだと思っております。授業の中に必ず入れていくとか、少なくとも月に一回、こういった消費者教育をやるとか金銭教育も含めて、継続的にやっていくことが大事だと思います。中学生とかにこういった消費者問題は本当に面白くないと思うんですけども、そこはやっぱりゲーム課金とかの話もありますので、そういったところを常々刷り込んでいくということが大事かなと思っておりますので、そういうところを市の方でもしていただくというか、中々難しいと思いま

すけれども、やっていただけたらなと思っております。

○久保会長 はい、ありがとうございます。そうですね、ホームルームの方はおそらく、どの学校でも忙しくても少しはあると思いますね。月に1回はそういう話題を出していただくというふうな、要請をしていただくというのも一つの策かなと思います。他に何かございませんでしょうか。

○水上委員 先ほど資料2の方でご説明いただいたかと思うんですが、大阪市の相談者と契約当事者との関係で、65歳以上になると契約当事者と別の方が相談者となるという割合が高くなるというような話がございました。それは継続性の話とも関係すると思うんですが、日常的にそうしたその被害者となられる方、可能性のある方と関わっていく家族などがきちんと知識を持っていると未然に防ぐことも可能になるのかなという気がしております。総花的になってもしょうがないと思うんですが、重点的に取り組む際に高齢者・若年者という被害に逢われやすいという方に、直接会う方法もあると思うんですが、一方で間には中間層の方々にきちんとして知識を持ってもらう必要がある。重点的に取り組まれていこうという方にはSNS、インターネットの情報提供というのは有効に活用できるという気がしております。若年層に対して親があまり言いすぎると煩わしいと思われるかもしれませんがやはり、親の方から子供に伝えていくというようなことも可能であればと思っております。具体的にインターネット以外で何かあるかなと考えた時には地域に対して、PTAとか大阪市内の各区の青年会、地域青年会とかにも、それを移していくと、より効果が出てくるのではないかなと思っております。

○久保会長 ありがとうございます。具体的に例えば、ご高齢の方であるとどのような風な中間者を想定されていらっしゃいますか。

○水上委員 家族で子どもとかですね。

○久保会長 わかりました。ありがとうございます。むしろ、ご高齢の方の家族にアピールしていくということですね。わかりました。他に何かございませんでしょうか。

○糸島委員 皆さま、色々なご意見言われまして、わたくしもそうだなと思うところもあるんですけれども、若い方に関しましては学校でやるというのが、一番良いと思うんですけど、先ほど黒木さんもおっしゃいましたように、授業となりますと、私どもでも各地で消費者教育やらせてもらっていますが、なかなかやっぱり厳しいものがありますので、どうしても単発になってしまいます。大学で、コマを持たしていただいたりとかいうのがあるんですけれども、それでも私もこの間、ちょっと行ってまいりましたが学生さんが、何をしてらっしゃるかという、わたくしがしゃべっているときにLINEされたりとかですね、はっきりいって聞いておらないので、授業だけでは限界があるので授業以外、学校に行くまでの電車・バ

スとかですね、移動は絶対にしますし、さっきもちょっとご紹介ありましたけれども、生協とかそういったところで、ともかく、しつこくしつこく何回も何回も見せるということがあるのと、やっぱり若い方、インターネット、大阪市さんでもフェイスブック出しておられますけれども、どれくらいレスポンスといいますかあるのかというか、ただ、大阪市さんが出しておられても、なかなかフォローってそんな、この間、ある歌手の方でしたかね、アメリカで私は何とかとおっしゃった方がしたら、すごく選挙の登録された方が増えたとか、何と言ったらいいか、そういうすごく若い方に影響があるような方にちょっとご協力をお願いしてですね、お出ましいただくとかね、予算もありますでしょうけれども。だからその方にお仕事としてお願いするのではなく、本当に消費者行政にご理解いただいて、ちょっとこう、つぶやいていただくとか仕掛けとかがあると、お若い方には良いかなというふうに思います。一方、高齢者の方に関しまして、わたくしの父もそうですけど、たまにYouTube、わたしが教えたのでたまに見ますが、基本インターネットは無理だというふうに思わないといけないので、やはり高齢者の方に関しましては地域密着で行くしかないのです、前もね私も去年とか一昨年も意見申しあげましたけれども、そういう回覧板みたいなものとかですね、やっぱり高齢者が行かれるお店とか郵便局とかですね、あるいはデイサービスの現場とか、要するに色んなところでしつこく何回も見させていただくとか、あとロコミとかはやっぱり高齢者の方には良いと思うので、よく行かれるお医者さんなんかで、「いや実はこの間こんなやつたわ」とかいうのが有効だと思いますので、やっぱり実際被害に遭いそうな方なんかもね、増えておられるかと思しますので、本当に繰り返ししつこくやることかなと思うんです。

○久保会長 ありがとうございます。そうですね、私の母も年金を郵便局へもらいに行くのに何からしをね、年金と一緒に渡すというのも良いかもわかりませんね。ありがとうございます。その他、何かございませんでしょうか、色々ご意見ありがとうございます。その他、本当に日常で感じてらっしゃいますことで結構ですので、ご意見いただきたいと思ひます。はい、どうぞ。

○武田委員 わたくしは、学校で大学生と接触するわけですがけれども、私が学生の頃と今の大学生というのは全く情報を受ける手段が違ってしまっていて、私が学生の頃は先生から、教室から、学校からということでしたが、今の学生は、横で情報を共有するという形を取ってしまっていて、先ほど先生がおっしゃられたようにSNSであるとかLINEであるとか、私はいずれも使わないのですけれども、そういうことで情報を得ているのですね。それがひとつです。もう一つはGoogleとか検索に慣れているからでしょうか、すぐに答えを求める。即ち、こんなことがあって、こんなことがあって、こうなりますよ、だから気をつけてというのではなくて、こんなことがありましたということから、入った方がよいようです。一番良いのが友達で被害に遭った人がいましたというのであり、彼らにとっては一番ショッキングですので、情報を共有すると。情報へのアクセスの仕方ということについて、全く世代で違っているのです、そのことに思いを馳せて施策を練らなければいけないのではないかと思います。

○久保会長 ありがとうございます。どこかの大学かで、まさにスマホを使って、回答させるとかというような授業をされたということがございました。なかなかそういうことがありますと、教授の方がそれに精通しておって、うまく操作していかないといけないという、ちょっとハードルも高いんですが、まさに今おっしゃったような授業中でもスマホを見てるとかというような、それを逆手に取りまして使うのも一つの方法かなというふうに思います。ありがとうございます。他に何かございませんでしょうか。消費者センターの方から何か補足していただくことがありましたら、よろしくお願いします。

○谷所長 色々なご意見ありがとうございました。確かに、今ご意見が出たように高齢者に対してはどういった角度でアプローチするのか、若者に対してはどういった角度でアプローチするのが効果的なのか、これがやはり手法とアプローチの先が全く違うというケースが多々ございます。確かに高齢者、例えば家族の方にアプローチするよりも、例えば仕事をされている方々にアプローチするというのは中々アプローチするタイミングと機会がないということで、昨年来の部会の委員さんからのご意見を使わせてもらって、いわゆる中高生の消費者教育用に送っていますパンフレットの中に、一緒に住んでいるご高齢の方がおられた場合は、こういったことに気をつけてくださいというくらいの子どもさんとかお孫さんから本人に入っていくといったようなアプローチの仕方ですとか、若年者の方には先生が言われているようにそういうような友達の例ですね、これは消費者被害というよりは例えばよくありますマルチなんかで、先輩に勧められて入って、結局にっちもさっちも行かなくて、相談してくることといったような状況が高校生や大学生についてはあるようですので、身近な例から高校なり大学のキャンパスを使いながら効果的な広報をやっていきたいなと思います。ありがとうございました。

○久保会長 ありがとうございます。なかなかニュースなどで聞いてはいるんでしょうけれども、なかなか身近に感じられないというところが特に若い方にあるかと思っておりますので、怖い事例といたらあれですけども、そういうことも色々と知っていただく策が必要かと思っております。他に何かございませんでしょうか。もう少し予定の時間もございますようですので、何かありましたらよろしくお願いします。どうぞ。

○畑委員 今、所長の方から身近なところだというお答えがあったんですけども、私は通勤で地下鉄御堂筋線を使ってまして、皆さん聞いたことがあると思いますけれども「痴漢は犯罪です」というテープが、これ先ほども何回も何回もやることで、僕なんかも耳にタコでできるくらいなんですけれども、そういうところも「特殊詐欺は」とか、例えば御堂筋線は痴漢でもいいんですけども、その後、特殊詐欺のことをいいましょうとか、谷町線はこんな形で、とローテーションしていくような形でね、何回も言わないと効き目がないと思いますのでそういったところもいかがでしょうかというところでございます。

○久保会長 ふと思ったんですけども、外国人の方々の被害というのはどんな感じなん

でしょうか。もちろんなかなか、直接日本語で消費者センターに相談される方は少ないかもしれませんが、ちょっと例というのはご存じなんでしょうか。

○谷所長 そうですね、今言われたようにその大阪市の消費者センターに外国人の方がご相談に来られるのは在日の方とかですとか住んでおられる方は当然、通訳される方ですとかをお連れになって相談されるとかいった状況で、観光客とかそういった方はあんまりセンターの方には相談が入ってきていない状況ですね。海外の事業者の方が対象になりますと越境消費者センターにご紹介したりもしますので、大阪市の消費者センターとしての何かそこが急に増加しているとかは今のところございません。

○久保会長 なるほど、わかりました。昔、フランスに行ったときに地下鉄の駅構内で各国語でスマホがすぐに盗難に遭うということ、何ていうか気をつけてくれというような日本語でもやっていたんですね。こんなところで日本語に、と思いました。だからひょっとすると外国人を目当てにしたといいますか、ターゲットにした詐欺もあるのかなと思ったものですから、今おっしゃったような地下鉄でも各国語でのPRですね、そのようなものも必要かなというふうに思いました。すいません、ほかに何かございませんでしょうか。ありがとうございます。だいたいご意見いただいたように思います。本日の貴重なご意見を踏まえまして、引き続き円滑な業務の遂行について、お願い致したいという風に存じます。

それでは次に議題（４）「専門部会の設置及び部会委員等の選出について」に進んでまいります。今後の審議の進め方についてですが、前任期の審議会におきましては、議論をさらに進めるために審議会規則第４条に基づく専門部会を設置し、専門分野の委員を中心に議論を進めており、今回も同様の取り扱いにしたいと考えております。

事務局から「高齢者及び若年者の消費生活の安心の確保」に関する課題等として資料２について説明がありましたが、経営課題３－１、３－３の消費者教育の課題と、経営課題３－２の地域において高齢者の支援機能を高め、高齢者の安心を確保していく課題に対しまして、それぞれ専門部会を設置し、議論を進めていただきたいと考えております。なお、経営課題の３－４の消費者センターの認知度の向上の課題につきましても、両部会の共通審議事項としてさまざまな観点からご意見をいただきたいと考えております。

皆様いかがでございましょうか。よろしゅうございますでしょうか。ご異議ないものとして、取り扱わせていただきます。ありがとうございます。

部会の名称は、前任期の専門部会の名称も踏まえさせていただきます、それぞれ消費者教育部会、地域安全確保部会としたいというふうに思います。また、消費者教育部会につきましてもお手元の資料３にもございますとおり、消費者教育の推進に関する法律における消費者教育推進地域協議会として位置付けたいというふうに考えております。

現在、政令指定都市の協議会の体制をご覧くださいますと審議会及び審議会部会が協議会を兼ねている都市が多いということでございますので、大阪市におきましても本審議会の審議で消費者教育部会を協議会として位置付けたいと考えておりますがいかがでしょうか。ご意見等ございますでしょうか。

特にご異議がございませんでしたら、そのように取り扱わせていただきたいと思います。ありがとうございます。それではそのように取り扱わせていただきます。

委員の指名につきましては、審議会規則第4条第2項によりまして会長が行うこととされておりますので、私から指名させていただきます。

「消費者教育部会」につきましては、「家本委員」、「木全委員」、「出相委員」、「畑委員」、「松井委員」の5名の委員を指名させていただきます。

「地域安全確保部会」につきましては、「井上委員」、「堀野委員」、「水上委員」、「山口委員」、「湯谷委員」の5名の委員を指名させていただきます。

そして、部会長につきましては、消費者教育部会につきましては教育学を専門とされている出相委員、地域安全確保部会につきましては審議会委員2期目となられます水上委員にお引き受けいただきたいと思いますがいかがでしょうか。皆さまいかがでしょうか。よろしゅうございますでしょうか。ご異議ないものといたします。ありがとうございました。部会の運営に関しましては、「大阪市消費者保護審議会専門部会の運営について」に基づき進めてまいりたいと思います。また、部会でいただきましたご意見につきましては、情報共有させていただきたいと考えておりますがよろしゅうございますでしょうか。これもご異議ないものと認めさせていただきます。ありがとうございました。

それでは、ただいま決定しました方々に、各部会の運営をよろしくお願いしたいと存じます。それでは、議題（5）その他に進んでまいります。本審議会では昨年9月に「大阪市消費者保護条例第18条第1項の規定に基づく不当な取引行為等の指定について」諮問を受け、本年3月に答申を行っております。その後の状況について、事務局よりお願いいたします。

○東中部長 失礼いたします。改めまして、地域安全担当部長の東中です。恐れ入ります。冒頭、ご挨拶に室長の馬場の方から触れさせていただきましたこの間の告示が遅れた経緯につきまして、改めてお詫びを申しあげますとともに、この間の報告と改正告示について改めて報告をさせていただきたいと存じます。

お手元にあります資料4のところでございますけれども、この条例第18条第1項の規定に基づく不当な取引行為として指定する行為について、昨年9月に審議会に諮問させていただきました。内容としましては、大きく4つの観点から諮問させていただきました。

1つ目が、契約を締結する意思がない旨を表示している消費者に対しては早朝・深夜だけでなく、一律に不当な取引行為として、訪問勧誘契約を指定すること。

2つ目が、早朝又は深夜においては態様を問わず一律に不当な取引行為として指定すること。

そして、3つ目が「契約を締結する意思がない旨」の表示、これが住居の玄関先にはり紙やはり札を表示する方法を含むということを改正告示において明記するということ。これは今年から委員に着任いただいた方はご存じない方がいらっしゃるかもしれませんが、こういう黄色のステッカーがあります。また、弁護士会さんとかあるいは消費者団体さんも配布しておられますが、こうしたステッカー・はり紙を玄関先にはっておくことで、訪

問販売お断りの意思表示であると改正告示で明示をするということ、こちらが諮問、そしていただいた答申の肝であり、また、今回経緯があったところでございます。

4点目がいわゆる押し買いです。訪問購入、押し買いについても、しっかり規制の対象とすることについて諮問をさせていただきました。

そして、今年の3月末に、この諮問に即して実施することが適当であるという答申を、こちらの審議会から頂戴いたしまして、今年の6月から7月にかけて、本市のホームページで意見公募も行い、140件あまりの賛成の旨のご意見をいただいたところでございます。私どもとしまして、その趣旨に沿って、改正告示の手続きを7月から進めていたところでございますが、ここからがご報告の経緯でございますけれども、この意見公募終了後に、この意見公募をされていることを知らなかったという事業者団体さん、具体的には新聞協会さんですけれども、そちらから今回の改正について、特にこのはり紙ということを改正告示、すなわち条例のレベルにおいて明記することについて慎重な検討を求めるといった意見が出されてまいりました。意見公募の手続き自体は終了した後でしたが、本市として広く意見をお受けするという立場から、そういう規制を受ける側の事業者の意見というのも一定、お聞きすることも必要ではないかという、これは市長・副市長も含めた方向性の判断の下で、この告示の改正の手続きを8月に入って、一旦立ち止まることとさせていただきます。

その中で大変にご心配をおかけしたところでございますが、そうした業界さん、特に公益的な立場で頑張っておられる業界さんとしては、そうした一律の規制というのはいかかなものかという趣旨のご意見もあった一方で、いやいや、答申というのはいくら踏まえるべきだと、先の弁護士会さんから叱咤激励のご意見もいただきまして、そうした色々なご意見を、市長・副市長のもとで大阪市として改めて総合的に踏まえて判断いたしまして、そしてこの10月5日、大変遅れて申し訳なかったんですけれども、5日に改正告示を、お手元でございます資料4の「新」と、右側の改正内容として今回相成ったところでございます。

この趣旨で、答申よりは、やや表現が変わったところが、この「新」の一番上の第1項第12号のところ。「電話をかけ、訪問し、迷惑を覚えさせるような訪問方法」と、このところに当初案におきましては、はり紙によって、訪問販売は行わないという明示をしていると、そういう消費者については、という具体的な記載をしていたんですけれども、具体的な記載というところを改正告示においては、外させていただくという総合的な判断とさせていただきます。

これは外形的に申しますと、実は大阪府さんの消費者保護条例及び施行規則の規定と逐条解説による運用においては、もうすでにこのはり紙をはってれば、訪問販売お断りだという規制がかかっております。当然、大阪市にも大阪府さんの条例及び規則の規定と逐条解説による運用の規制はかかっておりますので、本市としてもそうした点について、本市消費者センター事務として明確に位置付けるべく、規定の整備を行うという側面もございました。

そしてもちろん、本市として消費者を守っていくことが一番大切なことでございます。意思表示の方法の例示については改正告示には明示をしない、としたところではございませんものの、大阪府さんは条例及び施行規則において明示はされていないが、「逐条解説」いわば運用マニュアルのようなものがホームページに公開されておりまして、そのマニュアルにおいては、はり紙ということがはっきりと明示をされております。したがって大阪市としましても、そうしたはり紙ということを示すべきであるといったん諮問をさせていただいて、かなりご議論いただいて、この3月に頂戴した審議会様の答申を最大限尊重させていただくべきでもありますから、改正告示にははり紙ということの明示はいたしません、私ども大阪市でも今般、運用の手引きのようなものを作成し、それを公表して、その中にこのはり紙のことも明示をしていきたいというふうを考えさせていただきました。

つまり大阪府さんと同様の構造と手法において、本市としても告示の解釈と運用の手引を作成して、ホームページで公表し、消費者保護の観点から消費者や事業者に対する周知と、条例に基づく指導の具体の実運用を、適切に実施してまいりたいと考えております。

昨年度来、ご尽力を賜っておりました会長様、それから会長代理様をはじめ、相当にご議論をいただきました、昨年度来からの委員各位の皆様にはこの間、ご心配やご憂慮を大変おかけしましたことを改めてお詫び申し上げますとともに、本市の消費者保護行政にいつそうお力添えを賜りたいと存じております。

何とぞご理解賜りますよう、よろしく願い申し上げます。ご報告は以上でございます。

○久保会長 ありがとうございます。私も実は前任期の時に答申を出した時の部会長をさせていただきまして、答申が出来上がった結果といいますか、今回の告示の内容といささか違っている点につきましては遺憾な面もございます。ただもちろん今ご紹介もありましたように、市長・副市長とトップでそういう風にお考えになったというか、実はこの告示自体を、改正をしないという方向も内々お伺いしていたところもあり、ほかの自治体では、トップにおいて覆えされてしまったということもございましたので、その点非常に憂慮していた次第でございますけれども、告示そのものには今回規定されないということで非常に残念な面はございますけれども、ご紹介のありましたとお手引きとの関係で、それを私どもは前任期の部会といたしましては一体のものとしてとらえるという風に考えております。決して手引きの方におっしゃられたから、効力が薄められるとは考えておりませんので、その点、たとえば今もご紹介がありましたように、事業者あるいは消費者にその点を周知徹底させると、また何か被害が起こってからの救済も重要ですが、それよりもやっぱり、被害を起こさないという予防が一番重要でございますので、その点を踏まえまして私どもも消費者センターの方に十分な対処をしていただけるように最終的に申しあげて、了承した次第でございます。何かこの点についてご意見ございましたら、承りたいと思います。よろしく願い致します。

○黒木委員 私も前期から引き続いておりまして、実際この条例の中に入らなかったのが残念なんですけれども、1点確認としましては、審議会の答申との実質的な解釈の変更はないということによろしいでしょうか。

○東中部長 はい、この点ご指摘いただきましたように、解釈の変更については一切ございません。そして、改正告示に入れ込むよりは、この手引きといったところで、我々実務的には臨機に動きうるのではないかなという感触もございます。しっかりと指導相談にあたらせていただきたいと思います。

○黒木委員 実際に公表される時期というのは予定として、時期というのはいかがでしょう。

○東中部長 今、最終の整理中ですが、ひと月以内、遅くとも来月中旬までには、追って公表させていただきたいと思います。

○久保会長 他にございませんでしょうか。

○石川委員 2点ありますが、改正告示の内容についてですが、これしかないのですが新旧見たいうで、法律家として考えた時に、契約を締結する場合の意思については、特に限定が何もないので、口頭による意思表示なのか、書面によるのか事前に電話録音したのかですね、一切切、限定がないので、はなからすべての意思表示を含むと理解できるわけで、新聞協会さんが慎重意見とおっしゃっているけれども、慎重意見をおっしゃるならば、この契約の締結の意思がない旨についての改正を言っていたのかなと思うんですけども、そういうのではなくて、単純にそのはり紙等の明示を外してくれというだけの話でいうと、たぶん告示に対する理解がちょっと違っていたのかなと思ってまして、結局その答申をわかりやすくこう言うんだよと事業者にわかりやすく禁止行為を明示することを放棄されたようにしか見えなくて、結局事業者の方が迷惑になっているという風に思われるんですね。「いや、何も書いてないからステッカー無視しちゃったんだよ」というのはあきませんよと、「もっとはっきり書いてくださいよ」と、「指定告示に書いてくれていたらよかったのに」って。

それはその解釈を間違った事業者が苦情の処理審議会等と言われてしまうというリスクを背負ってしまったと新聞協会の方がそういうことをちゃんとわかっていたのかという気がするのですが、そういう点でちょっと私は常々最近いろいろな法令の作り方で、専門家さえ分かればいいみたいなですね、行政と裁判所が分かればいいのか裁判規範的な、行政規範的なところに絞り込んで条文を作っていくというのに疑問を持ってまして、ここで持論を言ってみても仕方ないことなんですけれども、消費者、事業者の方がそれを見て次はどうしたら良いのかが分かるように書くということが大切なので、例示というのが本当はい

いと思うんです。例示、その他にしておけば広げられるので、例示もなく書いちゃうと分かりにくいと事業者の方がかえって困ってしまうのではないかと。

早くQ&A等を出して、しかももっと細かくこの例示を越えて列挙して、10も20も書けばいいのではと思っておりまして、それが一点目ですけれども、もう一つはやはり、意見公募に遅れるというのはどうなのかなと思っておりまして、そのあたりの経緯について、今日のご報告に頂いて議事録に公表されるかと思いますが、きちっとした公表文章等、要約してホームページに掲載するとか、ここは予定されているのでしょうか。

○馬場室長 まず、一点目の確かに分かりやすさという意味では今回、告示の内容に「意思を表示する」の意思の表示の仕方について具体的にステッカー等の表示をしなかったことについては、分かりにくいというご批判は免れないかなとは思いますが。ただ、その新聞協会さんからの要望は実はステッカーのところだけを外してくれという趣旨というよりは、新聞協会といえば活動が非常に公益的な活動、高齢者の見守りであったり、新聞配達とセットで、危ないところがあればそこに注意をして、悪質であれば通報するといった公益的な活動をしているとか、そういう元々新聞といった、公益性の高いツール、その新聞を販売するという活動についての、ステッカーなどもそうなのですが、一律その規制をすることについて、何とか外してくれないのかといった趣旨でございました。しかしながら、その特定の業界だけを対象から外すということが行政的にできるのかということ非常に難しいということもございまして、表現の自由とかの関係で、新聞だけが情報の伝達手段として重要かといえば、今般はインターネットであるとか、色々営業活動されている光通信であるとか、いろんな事業者さんがおられるわけで、特定のところだけを公益性が高いということで除外するというのは非常に難しいし、そういう基準を作るとなると時間も相当かかるであろうと、行政的にそういうことを検討していく時間というののもかなり必要になって、実際にこの規制をすることに関する実効性がどんどん遅れていってしまうということを懸念いたしました。

諮問をさせていただいて答申を受けた内容を極力早く行政として、実行に移して、その意味で、告示には書かないけれども、ステッカー等の表示であるとか先ほど委員のおっしゃった具体的な内容ですね、より分かりやすくするような内容について、手引書の方で、実効性をより高めたい、皆さんに分かっていただく、消費者の方にも、もちろん事業者の方にもそれを見ていただくことで、具体的な内容が分かっていたらいいものにしていきたいという風に考えているところでございます。

それから、意見公募の後に出された意見について、行政としてそれをお受けするということについて、イレギュラーな取り扱いであったことは事実だと思っております。ただ、消費者行政というのは一方で規制行政でもあるわけで、規制を受ける側の業界の団体の方々からの意見というのが意見公募の中で1件も実は寄せられていなかったということがありまして、これは公表の手続きの中で期限を決めてやっているもので、その中でももちろん言うていただくのが本来の姿なのではありますけれども、行政としてはそれを、期限、その手続きにはそれしておりますけれども、後に寄せられた意見というのも一つの重要な事業

者の意見であるとも思っております、それも含めて総合的な判断を最終的には大阪市政として行ったということでございます。その間の経緯ということをどこまで詳しく書くのかというと難しいことと思っておりますけれども、たとえば、意見公募に対する市としての考え方のようなものを改めて出していくとか等、その中でまたご理解いただけたらと思っております。

○石川委員 分かりました。新聞協会としては私の方が、意見を誤解したのかと思いますが、一律に規制をするのはやめてほしいと、むしろ公益性のある新聞の販売等に関しては例外を設けてくれと、こういうご趣旨で、本来的には意思表示の内容を示す括弧書きの中に当然入っているという前提の上での話、それは分かっているんだけど、外してくれという趣旨でそれを検討するのに時間がかかったと、そういうことですかね。

○東中部長 そうです。

○久保会長 わかりました。よろしゅうございますでしょうか。石川委員のおっしゃった最初の方の論点も私も切にそういう風に思っております、告示は読んだけれども、手引きは読んでいなかったというような、後々の言い訳みたいなものを封じるような話ですね、一体として読める、表示できるような形で、対処していただきたいと、これも従前から申しあげていたことですが、確認させていただきたいと思っております。

○東中部長 はい、告示からいわゆるホームページにリンクをはるといった一体性をしっかり視覚的に持たせるといった仕掛けを取りたいと思っております。それから先ほどの石川委員からの、経緯について公表をといったご指摘でしたけれども、この審議会の場がそもそも傍聴可能な公開の場ですし、議事録も後ほどホームページにしっかりと掲載させていただきます。そうしたことで、経緯の公開に代えさせていただきたいと思っておりますので、よろしく申し上げます。

○久保会長 よろしゅうございますでしょうか。(石川委員うなづく。)

○武田委員 お話しいただきましたように、そのガイドラインについては、臨機応変に問題に対処できるとそういう利点もあるということですので、この審議会において前回議論した結論の趣旨を十分活かしていただき、これを機にさらに消費者の保護にご尽力いただきたいと思っております。よろしく申し上げます。

○東中部長 ありがとうございます。具体的な事例をしっかりと臨機的に充実していけるというメリットを、消費者行政の現場というか担当としては、言い方はちょっと語弊がありますが、逆にこれを活用していきたい、積極的にむしろ活用していけるのではという風に感じております。そうした趣旨におきまして、一層相談や指導に適切にしっかりと

と対応していきたいと考えておりますので、何とぞご理解賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

○久保会長 ありがとうございます。その他、何かございましたら承りたいと思います。よろしゅうございますか、それでは特にございませんでしたら、本日の議題については終了いたしました。私の方からは締めさせていただきます。ありがとうございます。

○司会 ありがとうございます。

委員の皆様方には、長時間にわたりご審議をいただきありがとうございました。それではこれをもちまして第56回大阪市消費者保護審議会を閉会してまいります。