

第 59 回

大阪市消費者保護審議会

議 事 録

令和 3 年 6 月 28 日

大 阪 市 市 民 局

第 59 回大阪市消費者保護審議会 議事録

日 時 令和 3 年 6 月 28 日（月）
午後 2 時 30 分～午後 4 時 30 分

場 所 大阪市役所 P 1 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) 専門部会からの報告について
- (2) 本市をとりまく消費者行政の状況にかかる報告について
- (3) 高齢者及び若年者の消費生活の安心の確保（令和 3 年度市民局運営方針）について
- (4) 大阪市消費者教育推進計画にかかる諮問について
- (5) 苦情処理部会からの紛争案件のあっせん報告について
- (6) その他

5 閉 会

出席者

(1) 委員 (17名)

(敬称略・50音順)

家本真実	摂南大学法学部准教授
石川博紀	大阪市会市政改革委員長
大友康博	認定特定非営利活動法人大阪NPOセンター事務局長
尾松真次	公益社団法人消費者関連専門家会議西日本支部副支部長
河野圭司	社会福祉法人大阪市社会福祉協議会事務局次長
小林幸治	大阪商工会議所流通・サービス産業部長
澤村美賀	公益社団法人全国消費生活相談員協会理事関西支部長
白井岐美子	大阪市消費生活合理化協会会計兼理事
高橋英子	公募委員
武田邦宣	大阪大学大学院法学研究科教授
南野和人	日本チェーンストア協会関西支部事務局長
野口貴広	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
松尾知子	関西大学法学部教授
森久佳	京都女子大学発達教育学部教授
森田泰久	弁護士
森田里花	公益社団法人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運営委員

(2) 市側

市民局区政支援室長	高野修一
市民局区政支援室地域安全担当部長	中山忠行

(3) 事務局 (大阪市消費者センター)

所長	杉谷英行
副所長	萩平祐子
副所長	吉田慎二
担当係長	湯上恵代
担当係長	小池貴之
担当係長	竹内夏子

(4) 傍聴者

0名

○司会 ただ今から、第59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、委員の皆様方には大変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。私は、本日の司会を務めさせていただきます、消費者センター担当係長の湯上でございます。どうぞよろしくお願いいたします。それでは武田会長よりよろしくお願いいたします。

○武田会長 消費者保護審議会会長の武田でございます。どうぞよろしくお願いいたします。まず、開会に先立ちまして、大阪市消費者保護審議会規則第6条第2項の規定により、当審議会20名の定員のうち、本日17名の委員の先生にご出席賜っておりますので、過半数を超えております。本会は有効に成立しております。それでは、事務局からご説明をお願いいたします。

○司会 それでは、お手元の会議次第に従いまして進めてまいりたいと存じます。まず、開会にあたりまして、本市を代表いたしまして、高野市民局区政支援室長からご挨拶申し上げます。

○高野区政支援室長 大阪市市民局区政支援室長の高野でございます。皆様方には平素から、消費者行政をはじめとする市政各般にわたりまして、格別のご理解とご協力を賜り、厚くお礼申し上げます。また、本日は、新型コロナウイルスの感染状況がまだまだ厳しい中、本審議会にご参集いただきまして、誠にありがとうございます。

さて本市消費者行政におきましては、とりわけ高齢者及び若年者に重点を置きながら、消費生活における安心の確保をめざした取組みを行ってきております。消費生活相談の現状といたしましては、令和2年度の相談件数は、20,857件でわずかながら減少しております。内訳は、通信販売に関するものが多く、中でもインターネット通販に関する相談が数多く寄せられております。

また、訪問販売に関する相談では、約4割が自宅にいることが多い高齢者層で占められております。さらに来年4月からの改正民法の施行により、18歳、19歳といった成年年齢に達するまでの消費者教育の必要性が一層高まっているところであります。

こうしたことから、本日の審議会におきましては、消費者教育を体系的、総合的に推進するため、「消費者教育の推進に関する法律」に基づく消費者教育推進計画を新たに策定することについて、諮問させていただきたいと考えております。

また、昨年度の審議会において、付託しました紛争案件についても、報告を頂戴することになっており、よろしくお願いしたいと存じます。

最後になりますが、本日の委員の皆様方から忌憚のないご意見を賜り、お力添えをいただきますようよろしくお願い申し上げます。

○司会 続きまして、配付資料の確認の方をさせていただきます。

(配付資料の確認)

○司会 次に、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。資料として50音順の委員名簿を添付させていただいておりますので、名簿に沿って順に紹介させていただきます。

(出席委員のご紹介)

○司会 なお、本日、塚越委員、出相委員、横井委員におかれましては、所要のため欠席されております。

続きまして、消費者センターの出席者を紹介いたします。

(事務局の紹介)

○司会 それでは以後の議事進行につきましては、会長にお願いしたいと存じます。武田会長どうぞよろしくお願いいたします。

○武田会長 ありがとうございます。それでは議事に入りたいと思います。議題に入ります前に、本日の会議の公開、非公開につきましてお諮りいたします。当審議会については原則公開でありますけど、本日の議題6つのうち、議題(1)ないし(4)、及び(6)につきましては、公開であります。議題5すなわち「苦情処理部会からの紛争案件のあっせん報告」については、審議の過程で委員の先生方より、忌憚のないご意見をいただく際に、法人等の情報が類推され、当該法人の権利、競争上の地位、その他の正当な利益を害する恐れがあると考えられるため、非公開で行うこととしたいと思います。

あっせん報告書については、本日の配付資料としてお配りしておりますが、公表は、明日29日の14時を予定しておりますので、お取り扱いにつきましてよろしくお願いいたします。

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、公表させていただくことをご了承願います。なお、現在のところ傍聴者は0名でございます。

本日の審議の順であります。先に申し上げましたとおり、議題(5)につきましては、非公開で審議を行うため、最初に議題(5)「苦情処理部会からの紛争案件のあっせん報告について」を行いまして、その後、公開で議題(1)ないし(3)の議題について一括審議を行い、続いて議題(4)、議題(6)の順で議事を予定しております。その旨よろしくお願いいたします。

(以降、議題(5)「苦情処理部会からの紛争案件のあっせん報告について」は、会議非公開のため、議事録掲載しない)

○武田会長 それでは議題(1)に戻りまして、議題(1)～(3)は一括審議となっております。議題(1)「専門部会からの報告について」でございます。出相消費者教育部会長

がご欠席のため、松井部会長代理よりご報告よろしくお願いいいたします。

○松井委員 よろしくお願いいいたします。消費者教育部会は令和3年2月9日にこの場所で行いました。議題(1)「次年度の消費者教育および地域における消費者被害防止の取組みとその目標について」、「市民局の運営方針案 重点的に取り組む主な経営課題4 高齢者および若年者の消費生活の安全安心の確保」を基に各事業の取組みとその目標について事務局より説明を受けました。その後各委員から質問やご意見がございました。内容はお手元の「資料1」でございます。

主な意見ですが、大阪では特に高齢者が町内会を引っ張っているというイメージがあるので、町内会のイベントなどでチラシを配布してはどうか。もう一点は、高齢者といっても65歳ではインターネットも使える方も多いでしょうし、かといって75歳以上ではどうかとか、高齢者を65歳以上で一括して対応するというのはいかなものかというご意見もあつたと思います。

また、若年層においては、若年層といっても学生もいるわけですし、社会人もいるわけですから、学生と社会人ではアプローチの方法が違っているのではないかというようなご意見がありました。あと留学生も増えているということで、多言語化に取り組んでいくことも必要ではないかというようなことや、高齢者でも一緒だと思いますが、特に若い人たちは消費者センターに相談に行くということが難しいので、もう少しハードルを下げるような工夫が必要なのではないかということや、新入社員に関しては職域でも新たな取組みをしてもらう必要があるのではないかというようなご意見もありました。

それから学校にパンフレットを配る場合、各授業を担当されている先生との連携を十分に取る必要があるのではないかと、今のネットリテラシーなどを授業などのカリキュラムを教員と連携しながら取り組む必要があるのではないかと、というようなご意見が出ました。

2番の「大阪市消費者教育推進計画の策定について」は、「大阪市消費者教育推進計画の策定について(案)」を基に消費者教育推進計画の作成に至った経緯及び策定方針等について事務局より説明を受け、各委員から質問がありました。必要性は皆様ご存知のように、国において消費者教育の推進に関する基本方針が定められており、その基本方針では誰がどこに住んでいても生涯を通じて様々な場で消費者教育を受けることができる機会を提供する。そのために国、地方、消費者団体、事業者や消費者への指針が必要であるということです。

また、インターネット利用のデジタルコンテンツに対する相談が増加しているので、こういうものにも対応しなければいけない。さらに、若年層、高齢者にとっても一緒に、消費者の自立を支援することが重要だということが述べられております。なので、まず学校や地域、家庭、職域のライフステージに応じて様々な場で教育するというに加えて、それぞれの職場と地域等が連携してネットワークを行う必要性が述べられておりました。大阪市における消費者教育のこれまでの取組みと新たな消費者教育推進計画の策定理由が述べられており、運営方針の取組みとしては単年度を基本としてPDCAサイクルで行っていくこと、そして高齢者、高齢者を支援する者、若年者などに分けて取り組んでいくというような案が

示されました。

それに対するご意見として、学校や教育委員会との連携も必要であろうということ、そして先ほども言いましたが、多言語化や高齢者・若年者以外にも障害をお持ちの方にもっと配慮した形が必要ではないかという意見もありました。それから、「市における課題」には、これまでどのような取り組みをしていて、現状はどうで課題はどうかというようなことにも取り組んでいこうというようなご意見もありました。これも先ほどと同様に、60歳以上や65歳以上から90歳代までの人を一括りにするのは大きすぎるのではないかというようなご意見もありました。

3番の「その他」につきまして、令和2年10月15日に開催しました「大阪市消費者安全確保地域協議会の概要説明」及び「高齢者の支援者向け見守り講座などで使用する見守りハンドブックの更新内容」を基に事務局より説明を受け、各委員から質問やご意見がありました。

ハンドブックには相談事例を記載しているが、その結果どうなったかというような結果があれば相談しやすいのではないかというようなご意見や、騙されないようにするポイントや気づく機会が、本人の視点というより周りの人がもっと気づけるようなアドバイスがあればいいのではないかというご意見がありました。あと、見守りに関する人が注意するポイントや読み手に合わせて編成して欲しいというようなご意見がありました。以上です。どうもありがとうございました。

○武田会長 ありがとうございました。それでは、議題（2）「本市をとりまく消費者行政の状況にかかる報告について」事務局からご説明いただきたいと思います。よろしく願いいたします。

○萩平副所長 私からは「資料2 消費者センター事業について」のうち、「項番1 消費生活情報提供事業について」ご説明させていただきます。1ページ目をご覧ください。当消費者センターにおいて、令和2年度中に行いました生活に係る情報提供、情報発信についてのご説明でございます。まず、電子媒体による啓発についてですが、電子ビラというのを作っておりまして、「エルちゃんのトラブルバイバイニュース」というのを作成しております。これは区役所等の機関はもとより、大阪市内の各区にごございます地域包括支援センターなどで、ご高齢の方をご支援いただいている方々にご活用いただきたいと考えておりまして、よくある消費者トラブルの事例や、最新の注意喚起情報などを集めて作成させていただき、電子メール等で速やかに配信させていただいております。そして啓発等も行っております。ほかにも各種開催情報などは、ツイッターやフェイスブックなどのSNSを活用し、広く情報発信しております。

また、こういった電子媒体の啓発以外でも、従来から行っております若年者・ご高齢者の方へ向けたパンフレットや、消費者教育用教材としてのパンフレット、そして大阪府と連携し共同で「くらしすと」という生活情報紙を作成し啓発・発信を行ってまいりました。続いて2ページ目にまいります。令和2年度に行いました「地域講座・見学講座について」

でございます。消費者センターでは、地域の団体やグループからのご依頼に応じ、消費者センターに見学にご来場いただくことや、地域への講師を派遣して講座を実施しております。しかしながら令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のため、外出等の自粛要請もあったことから、地域への出向いての講座は、急遽キャンセルが生じることとなってしまいました。

次に4ページの資料ですが、地域講座・見学講座の開催状況を掲載しております。令和元年の実績では56回、2,207名の方にご受講いただきましたが、令和2年度につきましては、計15回、360名の方の受講などとなり減少しました。消費者センターといたしましては、地域講座・見学講座の開催が困難な時勢ではあるものの、非接触型の方法などの啓発活動に切り替えるかどうか検討し、機を逸することなく、本年度からはワクチン接種会場でのポスター掲示や、市のホームページ等に広く情報発信・啓発を行ってきたところでございます。地域講座・見学講座などは、現在も対面形式の実施は少し困難ではございますが、昨年もお報告させていただいたとおり、状況を慎重に見極め対策を行いつつ、貴重な機会でありますので、引き続ききめ細やかに講座を実施していく一方で、ホームページやSNSなどの電子媒体も活用して、効果的に情報発信を行い、インターネットを通じて学習していただけるようなホームページの工夫なども行ってまいりたいと思います。よろしくお願いいたします。

○吉田副所長 続きまして「資料2 消費者センター事業について」の「項番2 消費生活相談について」から「項番4 消費者保護条例及び家庭用品質表示法等に基づく店舗調査の結果について」私から説明申し上げます。

まず「令和2年度消費生活相談のまとめ」について、別添をお渡しさせていただいておりますので、そちらをご参照いただきますようよろしくお願いいたします。消費者センターでは、毎年6月に前年に寄せられた消費生活相談について、件数や推移等をホームページで紹介させていただいております。令和2年度につきましても、取りまとめが間に合いましたので、今回、詳細に記載しております別添を配付させていただいたところでございます。時間の関係で抜粋しての説明とさせていただきますので、よろしくお願いいたします。

消費者センターでは、大阪市内にお住まいの方から、消費生活上の問題についての相談を、電話・面談・電子メール等により受けさせていただきまして、消費者の利益保護の観点から助言やあっせんを行いまして、消費者被害の救済と未然防止に努めているところでございます。消費生活相談は、消費者センターの重要な機能の一つでありまして、資格を持った消費生活相談員が最前線で対応しているところでございます。

別添資料の1ページをご覧ください。令和2年度には、20,857件と前年度に比べて若干減少したものの、これまでと同様に2万件を超える非常に多くの相談が寄せられたところでございます。下記のとおり若年者層から高齢者層まで、幅広い年齢層から相談が寄せられているところでございます。相談内容は多岐にわたりますが、主な相談内容といたしまして、重点的に取り組むべき課題と認識しておりますものを中心に、2ページ以降に掲載しております。

まず、「(1) インターネット通販による詐欺的な定期購入商法に関するもの」でございま

すが、スマートフォンなどで「初回完全無料」や「お試し 100 円」といった広告に誘導され、定期購入と知らずに申し込むと、定期購入契約として高額な代金を請求される詐欺的な定期購入商法に関する相談が、引き続き多く寄せられたところでございます。消費者が定期購入契約であることをよく確認していなかった不注意によるものではなく、確信的に消費者を騙す悪質な手口で未成年者の被害も目立ちます。

また、3 ページ「ア 高額な料金を請求する水回りの修理や鍵の開錠等の暮らしのレスキューサービス」では、トイレの詰まりや水漏れ、鍵の紛失などのトラブルが発生して、慌てた消費者がスマートフォンなどで、「980 円～」などといった広告を見て来てもらったところ、中には数十万円を超えるような高額な料金を請求されるなどの暮らしのレスキューサービスに関する相談が急増したところでございます。

消費者宅で契約を締結しているため、特定商取引法の訪問販売に該当しますが、悪質な事業者は、消費者が電話等で来訪を要請しているため、クーリング・オフの適用除外であると主張し、クーリング・オフに応じようとしますが、消費者が来訪要請した段階では、安価な金額での契約を締結する意思しかなく、高額な契約を締結する意思を有していないことから、クーリング・オフの適用除外には該当しないことは明らかであり、消費者庁も同様の見解を示しているところでございます。

また、高齢者を狙うものとしたしまして、「イ 住宅リフォーム」に関する相談のほか、先ほど苦情処理部会から報告いただきました、4 ページ「オ 着物の展示会商法」や「カ SF 商法」に関する相談が、依然として寄せられているところでございます。

さらに 7 ページですが、新型コロナウイルス感染症に関するものとしたしまして、航空券やホテルのキャンセルなどに関する相談のほか、マスクの送りつけに関する相談も多く寄せられました。こうしたご相談に対しまして、8 ページにございますように、消費者センターでは、問題解決のための助言をしているところでございますが、助言だけでは解決しない場合に、消費者と事業者の間の解約や返金の交渉にあたり、あっせんを実施し、消費者被害の救済を図っているところでございます。

9 ページにございますように、令和 2 年度には、1,046 件のあっせんを実施させていただいておりまして、うち 841 件の解決を図り、2 億円を超える被害を回復したところでございます。

また、11 ページにございますように、消費者保護条例により事業者が不当な取引行為を行うことを禁止し、違反する事業者に対して是正を求める事業者指導を行っておりまして、令和 2 年度には、インターネット通販による詐欺的な定期購入商法を行う事業者や、水回りの暮らしのレスキューサービス、エステティックサービス、SF 商法を行う事業者に対する 7 件の指導・勧告を実施し、消費者被害の救済と未然防止に努めているところでございます。

恐れ入りますが、「資料 2 消費者センターの事業について」の 5 ページにお戻りいただきたいと存じます。「項番 3 商品テストについて」でございます。消費者センターでは消費者から持ち込まれた商品に対して、大阪府や国民生活センターと連携して各種テストを実施しておりまして、令和 2 年度につきましては、ベルトや着物等の被服品に関するもの、電子タバコ、ペット用品などの教養娯楽品に関するテストを 6 件実施いたしました。

続いて「消費者保護条例及び家庭用品品質表示法等に基づく店舗調査の結果について」で
ございます。6ページから7ページにかけて、調査・立入検査の結果を記載させていただ
いておりまして、令和2年度につきましては、新型コロナウイルスの影響から、計画どおりに
調査が実施できておらず、かなり調査件数が減少しているところでございます。

違反件数につきましては、「① 単位価格表示」で一部表示なしの部分があり、是正指導
を行ってまいったところでございます。「② 過大包装基準」と「③ 商品の品質表示基準」
につきましては、違反がございませんでした。

7ページには各法律に基づき、立入検査の権限を持っているものにつきまして、検査結果
の件数等を記載しているところでございます。下の調査の表につきましては、そういった立
入検査の権限までは行使せず、事業者の協力のうで調査しているものを含んでおります。
8ページ以降は各法律の説明となっております。非常に雑ぱくでございますが、消費者セン
ター事業についての説明は以上でございます。

○武田会長 ありがとうございます。ただいま消費者センターの事業概要についてご説
明いただきました。これらの取組みを踏まえて次の審議事項に進んでまいりたいと思いま
す。それでは議題(3)「高齢者及び若年者の消費生活の安心の確保(令和3年度運営方針)
について」事務局からご説明いただきたいと思います。

○杉谷所長 議題(3)についてご説明させていただきます。それでは「資料3 令和3年
度市民局運営方針」をご覧ください。市民局では毎年重点的に取り組む主な経営課題等を設
定しておりまして、消費者行政につきましても、その中の一つ経営課題4として「高齢者及
び若年者の消費生活の安心の確保」を設定しております。

まず1ページ目の消費生活相談等の現状でございます。「(1) 消費生活相談にかかる高齢
者の消費行動についてですが、消費者センターに寄せられました消費生活相談の相談種別
を年齢で比較をいたしますと、65歳以上の方からの相談は訪問販売や電話勧誘などに関す
る相談割合が19.5%を占めております。他の相談種別よりは少ない割合となっております
が、65歳未満の方と比べますと約2.9倍の割合となっております、やはり65歳以上の方は、在
宅時に消費者トラブルに遭うケースが多いことの表れといえます。

続きまして2ページ目でございます。こちらは「(2) 高齢者の被害金額(既支払い額)」
についての現状をまとめています。左の年齢別の相談割合の表のとおり、全相談件数に占め
ます65歳以上の方の割合は22.6%ですが、右の被害金額の表で見ますと、150万円以上の
被害額のある相談では36.3%になっておりまして、高額な相談が多いことが表れておりま
す。なお、最大被害金額は投資詐欺に関するもので、7,000万円という相談がございました。

次に3ページでございます。「(3) 特殊詐欺に関する相談について」です。特殊詐欺に関
する相談件数そのものは減少してきておりますが、65歳以上の方からの相談の割合は、右
の表のとおり29.3%となっております、先ほどの相談全体の割合22.6%と比べますと、
やはり昨年度と同様に割合が高くなっております。

続きまして4ページ目でございます。「(4) 若年者の相談内容」です。20歳から24歳の

年代は、進学や就職などを経て、一人暮らしを始める方も多いことや、契約がしやすくなるといったことから、それまでの未成年者と比べてトラブルに巻き込まれるケースが増えており、15歳から19歳の年代に比べて、相談件数が約3.2倍となっております。

また、被害金額につきましても、上の表のとおり賃貸マンションやエステなどの相談が多くなることから、下のグラフのとおり被害金額が高額化しており、平均被害額（既払い額）は15歳から19歳に比べて、20歳から24歳の方は約4.1倍の18万6千円になっております。

5ページ目につきましては、観点を交えて、誰からの相談だったのかを整理したのになります。多くは契約当事者本人からの相談ですけれども、左の表でわかりますとおり、契約当事者以外からの相談が65歳以上の方は18.5%。20歳未満の方は58.4%を占める件数となっております。これは契約当事者以外からの相談件数の中で、年齢別の内訳ですと、右の表のとおり、契約当事者が65歳以上の場合は40.7%、契約当事者が20歳以下の方が35.2%を占めており、それ以外の年齢層はいずれも1割以下ですので、高齢者は本人自身が気づきづらいこともあり家族や支援者を通じて、若年者は家族を通じて相談される傾向がうかがえます。

次に6ページ目は、昨年9月に実施いたしましたインターネット調査による結果から、「高齢者及び若年者の意識・行動」をまとめたものです。全部で9問ございましたが、ここではそのうち2問を採り上げております。消費者トラブルにあった時や被害を受けた時に、「相談先の一つとして大阪市消費者センターへ相談しようと思うか」について、「そう思う」との回答は、全体では62.8%でしたが、年代別に見ますと60歳以上では、72.0%と他の年代に比べて高くなっています。逆に、29歳以下では「そう思わない」が10.0%、「わからない」が35.0%、「自分は消費生活上のトラブルにあわないと思う（相談する必要がない）」が10.0%と回答する人の割合が他の年代に比べて高くなっています。

7ページ目になりますが、上記の質問で「そう思わない」と回答した方にその理由を聞いております。全体では、「消費者センターに相談しても仕方がないと思うから」と回答した人が最も多く、次に「消費者センターへ気軽に相談しにくいから」が続いております。

こういった現状を受けまして、見えてきた様々な課題を整理するとともに、この課題を解決するために目指す成果や取組みについて、8ページ以下にまとめております。

8ページでは、高齢者本人と高齢者の支援者に着目して戦略などをまとめたもので、めざす状態といたしまして、

- 1 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自覚し、簡単な対処方法を身に付け、当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。
- 2 地域で高齢者の見守り活動をされている支援者等に対して、悪質事業者の手口に関する情報や簡単な対処方法、高齢者に支援者の方から伝達できるような知識を持っていただくということ。

を挙げております。

続きまして、9ページ目以降で、そのための、今年度における具体的な取組みを挙げております。

まず、1点目が「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」です。

三つございまして、一つ目が、区役所や福祉局と連携して得た周知機会等を生かし、地域活動協議会や区社会福祉協議会、老人クラブなど地域団体に対して、要請に応じて行う「地域講座」の活用を積極的に働きかけます。

二つ目として、民間の介護事業者など新たな需要先を開拓して、これまで悪質な事業者の手口等について知る機会のなかった方にも受講してもらい、あわせて、消費者センターへ相談できることの有用性等を周知していきます。

三つ目が、新型コロナウイルスの影響で、地域講座への参加が難しい高齢者もおられるということから、高齢者が集まる機会において、短時間で実施できる消費生活相談窓口の案内、啓発資料の配布・説明等の啓発を実施していきます。

数値目標といたしましては、過去5年間、開催がない地域団体等での講座実施を年5回以上、高齢者が集まる機会での啓発実施を年25回以上としています。

2点目が10ページ目の「高齢者の支援者等を対象とした講座の実施」です。

一つ目として、区役所や福祉局と連携して過去に講座を開催していない団体等に働きかけを行い、地域の見守り活動に携わる関係団体等を対象に「見守り講座」を開催していきます。講座の内容といたしましては、高齢者の相談相手となる重要性及び高齢者の被害の深刻な実態等を訴え、気づき・声掛け、消費者センターへのつなぎなど、地域における見守り活動の必要性を説明するとともに、それらを記載したハンドブックを配付します。

二つ目として、コロナの関係で「見守り講座」の実施が難しい団体等に対しては、より簡易な啓発として、消費者トラブルの簡単な対処方法や消費者センターの連絡先を掲載したチラシやステッカー等の啓発資料を配付し、高齢者に届けてもらうよう依頼していきます。数値目標としては、高齢者を支援する団体等での講座及び啓発実施を年15団体以上としております。

3点目が11ページ目の「若年者を対象とした消費者教育の推進」です。成年年齢の引き下げに伴いまして、高校生などもターゲットとして、成年になれば被害にあいやすくなることや、悪質な事業者の手口や対応方法、相談先の情報等を周知していくなど、消費者教育を進めます。

この具体的取組みが下半分の「4-2-1 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」です。

一つ目が、若年者を対象とした講座の実施です。消費生活に関する基礎的な知識や消費者トラブル防止に必要な知識、及び消費者センターに相談することの有用性について学んでもらう講座を市内の高校・専門学校を中心に、学校の協力を得て実施いたします。

二つ目は、ホームページやSNS等での情報発信です。さらに、啓発パンフレット等にQRコードを掲載し、ホームページ等へ誘導していきます。数値目標としては、若年者向け教育講座の実施が年5回以上、ホームページ等での情報発信を年6回以上としております。

説明は以上となります。ありがとうございました。

○武田会長 ありがとうございます。議題(1)～(3)についてご説明していただきま

したので、一括して議題（１）ないし（３）について審議を行いたいと思います。何かご意見はございませんでしょうか。

○澤村委員 相談員協会の澤村でございます。私の方から３点ほど意見を申しあげさせていただきますと思います。

まず消費者被害の未然防止の取組みについて、事務局から説明がございました。相談の傾向は各府県各政令市において、ホームページ等で載せていただいておりますが、大阪市の場合につきましては、消費者基本法、消費者安全法に基づいたあっせん処理について、熱心に取り組んだ結果による被害回復とともに、消費者相談と事業者指導の部分が密接に連携して取組み、被害救済と未然防止に成果を上げているように記載されているところで、非常に上手く書けているし、よく分かるようになっていました。

そしてこの取組みについては、やはり消費者行政のあるべき姿、消費者安全法、消費者基本法にも書いてありますけれど、しかし、府県のセンター及び各市町村のセンターにおきましては、市町村のセンターは専任職員がいないのもありますが、このような機能は果たされてないのではないかなと感じております。

特にここ数年間の被害救済額とかを見ておられますも、やはり大阪市の取組みは凄く目覚ましいものがあり、近畿圏の他のセンターをリードされているのかなと思っておりますので、今後も引き続き頑張っていただきたいと思っております。

次に人材確保について意見させていただきたいと思います。消費者相談の現場は、まず相談を受けている相談員、そして消費者センターの行政職員との二輪で、事業をまわしているのではないかと私は思います。国民生活センターから消費者行政についての講座を頼まれることがあります。私がそこで話をさせてもらっているのは、行政職員がいるからこそ相談員がきっちりと相談処理ができると申しあげております。

そうは言いながら、先ほど申しあげましたように、行政職員が専任でないところは、ほぼ、相談については相談員任せで行っているところが多いと思いますが、大阪市につきましては、行政職員が的確に状況を把握し、相談対応の方針からあっせん、事業者指導に至るまで一体となって対応しているのではないかなと感じられました。

数年の取組みと対応を構築して、中心的な役割を担っているのは、先ほど森田先生の報告の方にもございましたけれども、苦情処理部会を今回経験させていただきました。非常に行政職員の担当係長をはじめ、本当に皆様のご協力とご活躍がなければ、今回の報告書のような結果にも至りませんでしたし、実際のところ被害救済額が２億円を超えるということは、市にとって私はプラス財産だと思っておりますので、この部分についての取組みは、今の体制がないと難しかったのではないかなと思っております。

消費者行政につきましても、高度な法律知識が非常にいる専門分野で、令和２年８月に消費者委員会から出されました、地方消費者行政専門調査会の報告書におきましても、消費者行政の職員の専門家ということで消費者行政のコーディネート機能が記載されております。しかし、役所の通常の数年サイクルの人事異動もあり、人材育成ができないことが課題になっておられます。そこのところも報告書で触れられていました。

今回、大阪市におきましては、消費者相談担当の係長並びに事務局の方々にも引き続き頑張ってくださいたいことと、消費者行政のコーディネート機能を果たすことができるように、今後も後継者育成の方の人材配置についてお願いしたいと思っております。

続いて消費生活相談員ですけれども、非常に高度な知識と経験、そして、本当に対応困難の方もたくさんいらっしゃいまして、スキルも求められて、資格を取ったけれども、すぐにはやはりそのスキルがつくわけではありません。今年も大阪市の相談件数は割と多かったですけれども、どこの消費者センターもやはり非常に苦勞している状況で、今回の苦情処理部会にも出てきました悪質業者と対峙をする過酷な仕事でございます。しかしながら、正規職員ではございませんので、ほぼ9割方、本協会から出しております雇用実態についての報告書にも記載しておりますけれども、会計年度任用職員として雇用されておまして、私もそうですけれども、子育てが一段落して、アルバイト感覚のところとそして正義感とボランティア精神で、社会貢献と思い20年近く相談員をやっております。

しかし、府内の市町村の相談員を見ましたら、私がまだ真ん中位かちょっと下の世代で、私より年上の先輩ばかりいらっしゃいます。あと10年経ったらどうするんだろうと、実は5年ぐらい前から思っていました。消費者庁の方と話をするたびに、どうするんですかと話していました。昨年、消費者庁では消費生活相談員の担い手育成事業を行っておりますけれども、人材が見つかるわけでもなく、資源も難しく、そしてすぐに入ってきたとしても、なかなか経験を積むところまではいかないという状況であります。やはり社会構造の問題もあるのかなと思いますが、会計年度任用職員の枠からちょっと離れていただいて、任期付職員という形での根本的な対応が必要ではないか。これは大阪市の会議で言う問題ではないのかもしれませんが、国の会議、今年の2月に消費者委員会での地方消費者行政のヒアリングを私自身が受けましたけれども、その場でもその話はさせていただいております。

大阪市としましては、現状これだけの相談件数と、消費者行政と相談で今一体化されている状況の中で、やはり大阪府や国に対してぜひ意見をお伝えいただきたいと思っております。私は府内の市町村に勤務しております、市町村の方からも意見を伝えさせていただいていますが、なかなか府や国に伝わっていないのかなと感じられることもあります。堺市にもお願いしておりますが、大阪市からもぜひ意見を伝えて欲しいと思っております。

あと消費者教育の点でございますが、教育に関しての推進計画についても取組みされておりますけれども、一点気になったところがございます。高校の教育につきましては、来年の4月に成年年齢引き下げになりますので、「社会への扉」という教材を消費者庁が出しておりますけれども、消費者庁の調査によりますと、大阪府内の公立高校の93%がすでに消費者教育を実施されているという状況でございます。今年度になりまして、私立の高校と支援学校において、消費者教育を実施してないところに対して事業を展開するという話が私どもの協会に来まして、その事業を受託することになり調査しておりますが、高校は私立が実施できていないくらいで、公立はほぼ実施できている。実際のところ、今、そういう関係で教育現場のお話を聞きますと、小学校・中学校になって指導要領に消費者教育が今年度から入ってきたようです。家庭科の先生達がまず教科書を開けて、何を教えたら良いのか分からないという戸惑いがあるようで、小学校・中学校の教員向けに、消費者相談の現場で起こ

っていることを伝える消費者教育を行ってもらいたいと思います。

まさしく今日の報告にありました定期購入の問題なども相談現場にいましたら、小学校の5年生、6年生の未成年者取消しであるゲームの高額課金の問題、中学生になりますと、定期購入でニキビのクリームを買ってみたり、髭剃りから脱毛のクリームを買ってみたり、いろんなものを多種多様で買われますけれども、現場における事例を、教育現場で伝えて欲しいというような依頼も来ておりますので、教育でもそのあたりの連携というところで小学校、中学校、教育委員会、そこは大阪市の市教委との連携だと思っておりますが、その辺りも触れていただければと思います。長くなりましたけど、以上でございます。

○武田会長 どうもありがとうございます。ほかいかがでございましょうか。

○大友委員 相談対応についてお伺いいたします。新型コロナの対応ということで令和2年4月当初につきまして、資料を拝見しますと4月10日から5月6日までの間は面談対応ができなかった、さらに4月28日から6月までメールでの対応ができなかった、したがって電話のみでの相談対応であったことが推察されます。今後の相談対応ですが、面談はできないかもしれませんが、メールは続けることができるかもしれませんし、オンラインコミュニケーションツールを使ったTeams（チームズ）やZoom（ズーム）とかあると思うのですが、そういうものを使った相談対応は可能と思います。今後の新型コロナ感染拡大時の相談方法（面談、メール、オンラインツール等）について、そのようにご検討されているかお伺いしたいと思います。

○武田会長 事務局いかがでございましょうか。

○吉田副所長 ありがとうございます。メール相談については、昨年、令和2年度1回目の緊急事態宣言の時は、休止させていただいた時期もありましたけれども、それ以降はメールを使っただけの相談については相談可能ですので、消費生活相談員の定員が18名で今現在17名ではありますけれども、何とかやり繰りしながら、電話相談に加えてメールでの相談についても対応させていただいているところでございます。

面談相談につきましては、やはり直接お会いして対応をする必要がございますので、緊急事態宣言中については、基本的には休止とさせていただいておりますけれども、消費者の方によっては、やはり面談で話をしないといけない場合とか、緊急に来られる方もおられるので、そういった場合につきましては柔軟に対応させていただいて、相談をお受けしてきたという状況でございます。

○大友委員 ありがとうございます。緊急の場合については、面談で対応されたということですね。

○吉田副所長 緊急の場合は対応しておりました。

○大友委員 わかりました。

○武田会長 大友委員よろしいでしょうか。はい。どうもありがとうございます。ほか、いかがでございましょうか。具体的な消費者被害の事例でありますとか、今後の消費者保護の施策であるとか、大阪市の消費者保護施策全般について、議題（１）ないし議題（３）でご報告いただきましたけれども、いずれの論点でも結構でございます。特に生活者の視点というのも重要だと思いますので、ご意見いただければと思います。

○高橋委員 すみません。ちょっとした意見ですけれども、コロナでネットショッピングをずっとやっております、苦情の中にフリマサイトですとかリサイクルショップなど、リサイクルの市場がとても大きくなっていると思います。それで、大阪市なんかでは、家電とかそういうものはきちんとお金を支払えば引き取ってくれるが、みんなそのお金でわざわざリサイクルに出さずに、フリマサイトとかリサイクルショップに持って行き、少しでも現金にかえるというところが多いです。フリマサイトでもどんどんトラブルが出ているのですけれども、それがあまりこちらの相談のところに出ていないのが不思議だなと思うのが一点。

その辺のこれからどんどんリサイクル市場の中での苦情みたいなのが出てくると思うのですけれども、そういったところが今回のコロナの影響みたいなところで、何かでてこなかったのかというのが疑問でした。

○吉田副所長 ありがとうございます。まず、おっしゃっていただいたのは、インターネットを活用した通信販売、それに関わってのご相談ということでお見受けしているのですけれども、とりわけフリマサイトについてのご相談もないわけではないですし、インターネット通販に関わっての相談、返金についてのご相談というのも確かにございます。結局、売主と金額の折り合いはついたけれども、キャンセルしたところ、急遽自宅へ押しかけられたみたいなご相談もありますが、とりわけ件数自体も特化してフリマサイトについての被害が、ほかのインターネット通販に比べて非常に目につくほど多いことがございましたので、そういったご相談について特にとりあげて紹介させていただいておりません。

○竹内係長 補足してご説明させていただきます。フリマサイトなどのプラットフォームに関するご相談は寄せられますが、プラットフォーム上で個人と個人のやりとりということになってしまうので、消費者センターは個人同士のやり取りについては、基本的に事業者と消費者の関係についてご相談をお受けしますので、入っていけないというところがあります。

ただ一方で、その場を提供しているプラットフォームと消費者との関係ということであれば、規約を見て下さいという助言はさせていただくのですが、なかなかプラットフォームとの関係というのが、まだ法の整備が十分になされていないところで、非常に過渡期である

かなと思っております。ただ、国の方でもそういうプラットフォームに対してどういったことが言えるのか議論されて、法案も成立してきていますので、その動向をきちんと見ながら消費者センターとしてどのように助言していけるのか、ということを見ていきたいと考えております。

○武田会長 ありがとうございます。高橋委員よろしいでしょうか。

○高橋委員 やはりフリマサイトなどはヘビーユーザーが若者というところで、若者が消費者センターに相談するきっかけや、ルートがあまりないのかなと感じた次第です。

○武田会長 どうもありがとうございます。大変重要なご指摘だと思います。消費者なのか事業者なのかわからないような人が、フリマサイトなどのC to Cのプラットフォームに入ってきているということもありますし、先ほどご説明がありましたようにプラットフォーム事業者の責任というのは、最先端の法的な問題となっていますので、高橋先生からご指摘いただいた論点は極めて重要であると思えました。

ほかいかがでしょうか。議題（１）「消費者教育部会について」、部会員の先生方から補足等ありましたらお願いします。

○松井委員 先ほど議事のご意見を述べさせていただきましたが、そのほかに被害者になるだけではなく、若年層が加害者にならないような教育も重要ではないかというご意見もありました。

○武田会長 ありがとうございます。これも大変重要な指摘だと思います。ほかいかがでしょうか。よろしいでしょうか。それでは、議題（１）ないし（３）につきましては、委員の先生方から重要なご指摘を多数いただきましたので、それを踏まえて、引き続き円滑な業務の遂行についてお願いしたいと思います。それでは議題（４）に進みたいと思います。議題（４）「大阪市消費者教育推進計画にかかる諮問について」事務局よりご説明をお願いいたします。

○杉谷所長 まず、「資料４－１ 市長から会長への諮問文」をご覧ください。「項番２ 諮問趣旨」にございますように、現在、消費者を取り巻く環境は、インターネットなど高度情報通信社会の発展、高齢化・独居化の進行、グローバル化の進展など大きく変化しています。それに伴い消費者トラブルや消費者被害は一層多様化・深刻化しています。被害に遭う高齢者が後を絶たないほか、若年者を中心にSNSやオンラインゲームに関するトラブルが増加するなど、安全・安心を脅かす新たな課題も顕在化しております。

一方、平成24年には「消費者教育の推進に関する法律」が施行され、国には「消費者教育の推進に関する基本的な方針」の策定義務が定められ、都道府県と市町村には、国の策定したこの「基本的な方針を踏まえた消費者教育推進計画策定」の努力義務が示されていると

ころです。国の基本的な方針では、誰もがどこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で、消費者教育を受けることができる機会を提供することが必要なこと、消費者教育は体系的、総合的な推進を図ることが求められている、などが示されています。

なお、ここで消費者教育の意味について補足しますと、推進法においては、消費者教育とは、消費者に自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動をいうと規定されており、消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、適切な行動に結び付けることができる実践的な能力を育まれること、また消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援する」ことを旨とするとされています。

また、基本的な方針では、消費者教育の意義として自立した消費者であるためには、まず被害に遭わない消費者であること、そして合理的意思決定ができる消費者であることが必要、社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与するという点でも自立した消費者を育成する教育であると示されています。

令和4年4月からは、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます。親の同意なく契約することができるなど、若年者への消費者教育の必要性が一層高まっています。今後、本市の消費者行政をさらに充実していくため、関係所属や他の機関、消費者団体等と連携しながら消費者教育を総合的に推進していくことが必要であり、本市として新たに消費者教育推進計画を策定したいと考えたものです。

つきましては、これまでの市の取組みを体系的に整理するとともに、消費者教育の推進に関する法律の趣旨と大阪市消費者保護条例の理念を踏まえた消費者教育を、総合的かつ一体的に推進していくため、本市の実情に即した実効性のある新たな大阪市消費者教育推進計画の策定について、諮問しご審議をお願いするものでございます。答申の希望時期といたしましては、令和5年1月末を想定しております。

諮問趣旨の説明は以上でございますけれども、併せまして若干、この次のパワーポイントに基づきまして補足説明をいたします。

「資料4-2 大阪市消費者教育推進計画の策定」をご覧ください。推進計画策定の必要性について、簡単にまとめたものでございます。2ページ目の現状でございますけれども、既に運営方針の説明でも触れておりますが、本市の相談の状況を踏まえ、具体的に、特に高齢者、若年者への消費者教育の必要性について記載しています。

3ページ目では、そういった状況の背景には、高齢者はターゲットにされやすく、本人自身は被害にあっていることにすら気づいていないことがあること、若年者については、消費者トラブルに関する基礎的な知識が不足していることを挙げております。ライフステージや消費者の年齢層ごとの体系的な消費者教育の実施や関係団体等との連携が一層必要となっております。

さらに大阪市の市議会においても、昨年11月に消費者行政に関する質疑があり、推進計画については、消費者保護審議会に諮り、令和4年度中に策定したい旨を答弁いたしましたところ。これまで本市の消費者教育推進の取組みにつきましては、推進計画は策定してきませんでしたが、先ほどの議題でご説明したとおり、市民局における施策の選択と集中の

全体像を示す、市民局運営方針において、継続的に項目を設定し、本審議会や消費者教育部会でご審議いただきながら、計画的に施策を実施してまいったところでございます。

なお、政令市における消費者教育推進計画の策定状況ですが、本市と北九州市以外では、既に様々な形で策定がされておるところでございます。こういった消費生活や国や他の自治体などの状況を踏まえまして、今回、新しく本市における消費者教育推進計画を策定し、本市の消費者行政を充実させ、自立した消費者の育成をめざし、さらに総合的、体系的に消費者教育を推進してまいりたいと考えております。パワーポイントの資料は以上でございます。

なお、先ほどの消費者教育推進法におきましては、都道府県及び市町村には、消費者教育を推進するため、消費者、事業者、消費者センターその他の関係機関による消費者教育推進地域協議会の設置の努力義務の定めがございます。本市では、本審議会の消費者教育部会をこの協議会に位置付けられております。その地域協議会の役割として、消費者教育推進計画を策定あるいは変更する場合においては、意見を述べることとされております。先ほど、部会報告として説明いただきましたとおり、本年2月の消費者教育部会において、市会質疑も踏まえまして、推進計画策定の方向性についてご説明させていただいておりますが、本日、審議会へ諮問後は、具体的な審議は、消費者教育部会で進めていただくことを考えております。

説明の最後になりますが、本年2月の際の資料が本日も部会資料として添付しております。部会長から説明もございましたが、「資料1」に戻ります。2枚目をご覧ください。「大阪市消費者教育推進計画の策定について（案）」でございます。後日、経過等を改めて確認していただけたらと思っておりますが、消費者教育部会での説明から一部、計画期間等について変更点もございますので、口頭で恐縮ですが説明いたします。

5ページ目でございますが、計画期間についてです。当初はここにありまして「三か年」で想定しておりましたが、国の基本計画及び大阪府の基本計画が令和2～6年度となっているため、本市の計画は令和4年度中に策定を行い、期間は令和5～6年度の2年間として、第2期の本市計画を国や府の計画と合わせて策定できるようにすることを想定しております。6ページ目のスケジュールについてでございますが、当初は資料にありますとおり答申時期を令和4年6月と想定しておりましたが、現在は、出来るだけ審議期間を長くとするため、この資料よりも後ろにずらした想定をしています。諮問文にありまして、答申は、令和5年1月までにいただきたいと考えております。

答申をいただいた後に、改めて本市としての推進計画素案として、公表してパブリック・コメントを実施し、必要に応じてご意見を計画に反映した上で、令和4年度中に推進計画を策定してまいりたいと考えております。今年度につきましては、本日の諮問後、消費者教育部会を中心に具体的な審議を行っていただき、年度末までに中間報告的なものをまとめていただけたらと考えております。なお、事務局の方で、審議の材料となるたたき台や参考資料等を提供して、審議会、部会でご審議いただきながら、並行して庁内組織として、各局や各区役所などで全庁的に組織しております消費者行政連絡調整会議がございますので、関係部局とも連携して進めてまいります。説明は以上です。ご審議のほど、よろしくお願

たします。

○武田会長 ありがとうございます。本件につきましては、消費者教育にかかる事案の複雑多岐にわたる検討項目を整理して、迅速な審議を実現するために、まず少人数である部会で調査審議を行うことが有効と考えます。諮問を受けまして、またただいま説明があったとおり、消費者教育部会で調査・審議を進めていただくことにいたしたいと思っております。ご意見等ございませんでしょうか。

(意見なし)

○武田会長 よろしゅうございますか。はい。ありがとうございます。それでは次に進みたいと思いますが、議題（５）「苦情処理部会からの紛争案件のあっせん報告について」は、先ほど審議を終えております。それで続きまして、議題（６）「その他」に進みたいと思っております。「その他」の議題につきまして、何かございませうか。

○萩平副所長 「大阪市消費者保護審議会に関する規程の制定」についてご審議いただきたく存じます。

○武田会長 それでは事務局からご説明いただきたいと思っております。

○萩平副所長 まず、事務局から２点ございまして、「大阪市消費者教育保護審議会運営要領」の制定について、もうひとつは、「大阪市消費者保護審議会消費者教育部会設置要領」の制定についてでございます。この２件についてご説明させていただきます。ご説明は２件続きますが、それぞれについてご審議願いたいと思っております。

では、「大阪市消費者保護審議会運営要領」の制定についてご説明させていただきます。「資料６－１」をご覧ください。新型コロナウイルス感染症拡大防止により、現在も外出の自粛が求められているなかで、大阪市における各審議会において、ウェブ会議の方法による会議の開催や一部の委員のウェブ参加について技術的に可能となってきております。ウェブ会議等の方法を用いることにより、委員の会議開催場所への移動の負担を軽減することができるようになることや、スケジュール調整の範囲が広がり会議の開催日の調整がより容易になるといったメリットもございます。

しかし、他方で、ウェブ会議へ参加するためのパソコン等の環境や操作方法にも、やはり不安や疑問が生じることも承知しております。従前どおり会議室に一堂お集まりいただいて審議会を開催する手法に加え、ウェブ会議の方法により出席することをご希望される委員もいらっしゃることから、事務局といたしまして、「資料６－１ 消費者保護審議会運営要領」を制定し、運営要領第２条に規定しておりますウェブ会議の方法による会議の開催はもとより、パソコン等の環境が整っていない場合であっても、会議の開催場所にお越しただければウェブ会議の環境を事務局で準備するなどして、一部の委員のウェブ会議の出席

も可能となるよう、ウェブ会議の運営に関し必要な事項を定め、適切に運用してまいりたいと考えております。ここで今説明いたしました、ウェブ会議に不慣れな方もいらっしゃると思います。

ここでウェブ会議の開催した場合のイメージについてご説明させていただきます。一番最後に添付しております「参考資料」をご確認ください。こちらは会議室にお集まりいただく方もいらっしゃる、ウェブ上で会議にご出席いただく場合のイメージでございます。例えば、本日のように市役所の拠点となる会議室で会議を開催いたします。ウェブ会議での参加をご希望される委員がいらした場合は、資料右側のウェブ会議A、Bのイメージのとおり、委員が所有するパソコンと図左側のこちらのようない拠点となる会議室とをインターネット回線で接続し、映像・音声会話でのやりとりを行うことを可能とし、会議を進行することとなります。

なお、消費者保護審議会規則では、消費者保護審議会の運営に関し、第6条において会議の招集、定足数及び表決方法についての規定を設けておりますが、その余の事項については、第12条において会長に委ねることとしており、会長は、第12条の規定に基づき、審議会の運営に関し必要な事項を定めるものと規定されております。審議会の会議をウェブ会議の方法でも開催しようとする場合には、消費者保護審議会の運営要領にその旨の規定を設けることが必須となるため、審議会規則第12条の規定に基づき、これを会長が定める必要があることから、本日の審議会にてご説明させていただき、ご了承いただきたいと考えております。消費者保護審議会の運営要領のご説明については、以上でございます。

続きまして、「消費者教育部会設置要領」のご説明に移らせていただきます。「資料6-2」をご覧ください。消費者保護審議会規則第4条の規定に基づき、会長が必要と認める場合は審議会に専門部会を置くことができるとされていることから、平成29年に大阪市消費者保護審議会において、消費者教育部会が設置されました。その運営にあたっては、これまで大阪市消費者保護専門部会の運営について机上の関係規定の7番に編綴しているものですが、こちらに基づき行ってまいったところでございます。他方、本日、ご審議いただきました「消費者教育推進計画の策定」にあたっては、当該消費者教育部会において審議・調査を進める運びとなったのですが、従前の「大阪市消費者保護専門部会の運営について」は、部会で所掌する調査・審議の範囲や、部会における定足数及び表決方法が明確にされておらないことから、今般、改めて「大阪市消費者保護審議会消費者教育部会設置要領」を制定したいと考えております。消費者保護審議会規則において、消費者保護審議会の専門部会に関し、第4条に設置及び組織についての規定を設けており、その余の運営に関し必要な事項については第10条において会長が審議会の会議に諮り定めることと規定されておりますので、本日は、ご説明させていただき、委員のみなさまにご審議いただきたいと考えております。以上でございます。

○武田会長 はい、ありがとうございました。まず、消費者保護審議会運営要領につきましては、会長決定事項ということですのでけれども、事前に事務局から各先生へのウェブ会議の設定環境でありますとか、出席についての現状等を確認していただいていると思います。様々

なご事情というものがあるかと思しますので、こちらにつきましては、委員の先生方の現状をよく聴いていただいたうえで、すべての委員の先生方が当審議会に出席いただけるような形を、事務局にはご検討いただいたということであると思えます。

次に、消費者教育部会設置要領の制定につきましては、会長が審議会に諮り定めるということでございますけれども、内容といたしましては、今後の消費者教育部会の運営にあたって、適切に執り行っていただくということを、事務局から説明いただいたと認識しております。これらの決定につきまして、委員の先生方におかれまして、何かご意見等ございませんでしょうか。

(意見なし)

○武田会長 よろしいでしょうか。もし細かな修正等が生じた場合には、会長であります私にご一任いただくということで、事務局と調整させていただくことにしたいと思えます。用意いたしました議題は以上でございますけれども、そのほか委員の先生方から何かご意見等はございませんでしょうか。すべてにわたってです。

(意見なし)

○武田会長 よろしいでしょうか。はい、それでは、本日は活発にご議論いただきありがとうございました。特に苦情処理部会の先生方、事務局の皆様におかれましては、大変重要な事案につきまして、適切に問題を解決していただきまして、本当にありがとうございました。本件がそうでありましたけれども、あっせん制度の重要性について、複数の委員の先生方からご指摘があったところです。今後もしっかりと制度が有効に機能するように努めることが重要であるということを感じました。それでは事務局に進行をお返ししたいと思います。

○司会 武田会長、議事進行どうもありがとうございました。委員の皆様方には長時間にわたり、ご審議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59回大阪市消費者保護審議会を閉会してまいります。本日はどうもありがとうございました。