

令和5年度第2回  
札幌市消費生活審議会

会 議 録

日 時：2024年1月23日（火）午前10時開会  
場 所：札幌市役所 18階 第2常任委員会会議室

## 1. 開 会

○事務局（福田消費生活係長） 定刻より早いのですが、皆様おそろいなので、始めさせていただきますと思います。

会議に先立ちまして、初めに、事務局からのお知らせとお願いがございます。

事務局を務めます消費生活係の福田です。どうぞよろしくお願いいたします。

札幌市では、情報公開条例第21条で附属機関での会議は原則公開とされており、また、自治基本条例第25・26条では、施策検討の各段階からの情報を市民に積極的に提供するように定められております。当審議会の会議につきましても、公開の取扱いとし、会議録、委員名簿などを公表させていただくこととなりますので、ご了承いただきますようお願いいたします。

以上、事務局からのお知らせとお願いです。

○林会長 皆様、おはようございます。

ただいまより、第66回、令和5年度第2回札幌市消費生活審議会を開催いたします。

本日は、足元の悪い中をお集まりいただきまして、ありがとうございます。

それでは、早速、連絡事項について事務局からお願いします。

○事務局（高橋消費生活課長） 皆様、おはようございます。

札幌市市民文化局消費生活課長の高橋でございます。事務局を担当しております。

本日は、雪の降る中をお越しいただきまして、ありがとうございます。

まず、本日は、西村委員、成田委員、近委員から、所用によりご欠席とのご連絡をいただいておりますが、札幌市消費生活審議会委員12名のうち、9名の方にご出席をいただいております。札幌市消費生活条例施行規則第29条第2項に規定する定足数に達しておりますので、会議が成立していることをご報告させていただきます。

続きまして、お送りさせていただきました資料を確認させていただきます。

本日、各委員の皆様には、次第、審議会委員名簿、配付資料一覧、資料は、配付資料一覧に記載しておりますとおり、資料1の第4次消費者計画の体系、資料2の第4次消費者基本計画重点施策の実施状況について、以下、ページ飛びまして、資料3-1、資料3-2、資料4-1、資料4-2、資料5-1、資料5-2、最後に資料6が配付されていると思います。また、参考資料としまして、令和5年度札幌市消費者行政事業概要（事業編）を別冊でお配りしております。また、前回ご欠席の委員には第4次札幌市消費者基本計画をお配りしておりますので、ご確認をお願いします。

ここまでで、何か資料の不足等はございますでしょうか。

それから、本日は1枚物で「みまもり通信」の177をお配りしております。詳しくは、後ほど事業概要で説明しますが、札幌市はいろいろと注意情報を流しておりまして、内容としては、「保険で自宅が直せる」と勧誘する高額な保険金申請サポート、そういう業務をしている事業者がいて、「損害保険の申請を代行しますよ」といって手数料を取るような、悪質といいますか、トラブルになることの多い事業者が結構あるものだから、

注意としてこういったものを配っております。こういったものを広く周知したいと思っております。

この後、私どもの事業概要で周知啓発の状況をお話ししたいと思うのですが、YouTubeとか、テレビコマーシャルとか、ポスターを貼ったりということをしているのですが、できるだけ費用がかからずに効果的にやっていきたいと思っております。そこで、ぜひお願いとして、右上に「バックナンバーはこちら」というQRコードがついております。私どもはX（旧ツイッター）を活用しております、これを使って情報拡散を早く効果的に行いたいと思っております。無料ですので、これを使いたいと思っておりますので、もし利用している方がいらっしゃいましたら、QRコードを読むとXに飛びますので、ぜひフォロワーになっていただいて、情報拡散のお手伝いをさせていただきたいと思っております。

以上、事務局からの連絡とさせていただきます。ありがとうございます。

## 2. 議 事

○林会長 今回は、第4次基本計画の初めての取組状況の報告となります。令和5年度上半期の実施状況について報告をしていただきます。

では、議題に移りまして、（1）報告事項のア、第4次札幌市消費者基本計画の令和5年度上半期における実施状況について、事務局から説明をお願いします。

○事務局（福田消費生活係長）今年度から第4次札幌市消費生活基本計画の計画期間となりましたが、計画の進行管理に当たっては、年に2回、計画に掲げる各施策の進捗状況について、審議会において検証・評価を行うこととしています。これを受けまして、今回の審議会における議題として、令和5年度上半期時点における4次計画の実施状況についてご報告させていただきます。

まずは、第4次計画の構成についてご説明いたします。

資料1、第4次消費者基本計画の体系をご覧ください。

4次計画では、3次計画において札幌市消費生活条例の目的と理念を実現するために、市が実施すべき施策を整理した九つの基本的方向を分野ごとに三つの施策の柱にまとめています。

一つ目が、誰もが安全で安心できる消費生活の実現、二つ目が、誰一人取り残さない消費者被害の救済、三つ目が、自ら考え、判断し、行動する消費者となるための学びの機会の充実と三つの柱を掲げています。

裏面をご覧くださいまして、消費者を取り巻く環境や課題に対応するため、消費者被害の未然防止・救済・拡大防止の三つの概念をつかさどる施策の柱の取組を連動させて行うことで、被害の拡大を最小限にとどめることを目指します。

これらの施策の柱の下に重点施策を設定し、各施策と連携して消費者問題の現状と課題に対応した取組を行っていきます。

また、表面にお戻りいただきまして、三つの施策の柱の右側に施策の類型1から18まで記載しておりますが、こちらの番号は、資料3-1、A4判横の21ページ物の表形式の資料になっておりますが、資料3-1の体系区分と連動していて、それぞれの関連事業である基本的施策を推進していきます。

それでは、4次計画の実施状況の報告に入らせていただきます。

1ページおめくりいただきまして、資料2の第4次消費者基本計画、重点施策の実施状況についてをご覧ください。

この資料は、4次計画の運用開始となった今年度上半期の実施状況をまとめたものになります。

4次計画では、三つの施策の柱で掲げた目標を達成するため、項目ごとに行動目標を三つずつ設定しており、その行動目標達成に向けた施策の実施状況に基づき、○、△、×の3段階で評価を行っています。

評価の基準については、表紙の下の囲みに記載しております。

それでは、表紙をおめくりいただきまして、施策の柱1、誰もが安全で安心できる消費生活の実現に関連する取組からご説明いたします。

施策の柱に係る重点施策の内容を表の左側の黒丸で列記しています。また、各施策の内容の後ろに事業番号の記載がありますがけれども、これは資料3-1の基本的施策の番号と対応しておりまして、基本的施策と重点施策のつながりを示すものになります。

時間の都合上、資料3-1、3-2についてはここでは説明いたしません。資料3-1から新しい生活様式に対応するための施策について抜粋した資料4-2については、後ほどご説明させていただきます。

重点施策の一つ目の黒丸、「悪質事業者やその手口に関する情報について、必要とする全ての市民に届けられるよう、ホームページや各種広告など様々な媒体を活用して情報提供を行います。」についてです。

毎月15日頃、その時々で気をつけてほしい注意喚起情報をイラストつきで解説するみまもり通信を発行しておりまして、X（旧ツイッター）やホームページ、Eメールで配信しております。先ほど課長から説明させていただいた「みまもり通信」がそちらになります。

また、臨時号として、一時的に急増した相談案件などについても注意喚起しており、令和5年度上半期は、不用品回収と火災保険を使った住宅修理に関するトラブルなどについて、臨時号を2回発行して注意喚起しております。

重点施策の二つ目の黒丸、「相談受付状況を注視し、不当な取引行為を確認した際には、迅速に実態を調査し、改善するよう事業者を指導します。」についてですが、こちらは、後ほど報告事項のイの事業者に対する調査・指導状況の報告の際に説明させていただきます。

2ページ目に移りまして、「消費者ホットライン188及び消費者センターの相談窓口

としての認知度向上のための取組を推進します。」についてです。

総務省の調査によりますと、小学生のインターネット利用率は9割を超えているとのことで、市内小学校と特別支援学校の全生徒に対し、スマホの正しい使い方と消費者ホットライン188（いやや）を周知するスマホ型カードを配布したほか、地下鉄駅構内へのポスター掲示や、昨年度に作成した「消費者トラブルいやや！！」の除排雪契約をテーマにした啓発動画をユーチューブやティーバーを活用して啓発を行いました。

また、通勤・通学で多くの市民が利用するバスターミナル、福住、大谷地、宮の沢の3か所において、音声広告の放送を行っております。

次に、3ページ目に移らせていただきます。

施策の柱1の行動目標とその達成状況を記載しています。

行動目標の一つ目は、事業者への研修または積極的な情報提供の回数で、5年間の累計目標を25回としておりますが、1ページ目の重点目標の三つ目の黒丸、「相談事例や適用される関係法令等の周知のため、事業者に対し、意見交換会での積極的な情報提供や研修などを実施し、適正な取引行為を徹底させます。」に記載のとおり、既に16回実施し、達成率は64%となっています。

行動目標の二つ目、オンラインやデジタル媒体を活用した注意喚起・情報提供の回数についてですが、累計目標値35回のところ、達成状況は6回となっております。

こちらのカウント方法ですが、活用した媒体数としておりまして、6回の内訳としましては、①公式ホームページ、②X（旧ツイッター）、③メール、④ユーチューブ、⑤ティーバー、⑥広報ラジオになります。

今後、昨年作成した賃貸物件の原状回復をテーマにした動画を活用して、テレビCMやテレビ局の読みパブリシティでの啓発を予定しているほか、今月からチ・カ・ホの大型ビジョン、3月にはCOCONO SUSUKINO（ココノススキノ）の屋外ビジョンで動画を流す予定のため、年間平均の目標値7回は達成できる見込みです。

行動目標の三つ目、不当な取引の疑いのある事業者に対する調査・指導の件数について、累計目標値60件のところ、達成状況は14件となっております。

こちらの詳細につきましては、後ほど報告事項のイ、事業者に対する調査・指導状況の報告の際にご説明させていただきます。

これらの取組を踏まえまして、一番下の行動目標達成に向けた実施状況の検証・評価については、評価を○とさせていただきました。

続きまして、4ページ目、施策の柱2の誰一人取り残さない消費者被害の救済について説明をさせていただきます。

重点施策の一つ目の黒丸「消費生活サポーターとして登録した市民や団体をはじめ、地域で活動する企業・関係機関等と連携して見守りネットワークを拡充し、消費者被害の早期発見・救済を推進します。」についてです。

昨年度に引き続き、団体サポーターと連携した冬道の滑り止め砂用ペットボトルのラベ

ルに消費者センターの案内を掲載する取組や、地域包括支援センターとの情報交換会を開催しています。

また、消費者月間である5月には、令和2年度から新型コロナウイルスの影響で開催を見送っていた、北海道・北海道立消費生活センター・札幌消費者協会・北海道警察と連携したイベントを札幌エルプラザで開催し、札幌市としては、啓発動画の放映、やパネル展、リーフレットやノベルティの配布を行いました。

なお、来年度は、消費者月間のイベントはコロナ禍以前と同様に、チ・カ・ホでの開催を予定しています。

重点施策の二つ目の黒丸、「地域で高齢者や障がい者などを見守る立場の人に対して講座や各種媒体を通じた情報提供を行い、知識の向上を図るとともに、地域への迅速かつ細やかな注意喚起を行います。」についてです。

5ページ目をご覧ください。

サポーター養成講座を実施し、市民や企業に消費生活サポーターとして登録していただき、地域での見守りや市の消費生活課からの注意喚起情報などを広めていただくなど、できる範囲での見守り活動にご協力をいただく取組を行っています。

また、エルプラザに足を運んでいただくのが難しい方に向けて、地区図書館での講座を実施しており、今年度は10月に清田図書館、これから3月に新琴似図書館で実施を予定しています。

このページの一番下の黒丸、「消費生活相談において、誰にとっても便利で相談しやすい窓口を目指し、多様な相談方法の整備を検討します。」についてですが、現在、札幌市では、来訪、電話、インターネット、リモート相談により相談を受付しています。昨年度から開始したZoomを利用したリモート相談では、契約者が高齢であったり、若年などによって単独での相談が困難な場合でも、自宅にしながら事前予約によって相談を受けることができ、画面共有機能によって契約書面の確認なども迅速に対応が可能となります。

今年度の実績は3件となっており、より一層活用されるよう、地域包括支援センターでの情報交換会などで周知を行っています。

次に、6ページ目です。

施策の柱2の行動目標とその達成状況を記載しています。

行動目標4の高齢者や障がい者を見守る立場の方へのフォローアップ講座の回数は、地域での見守りやミニ講座の講師を委託している消費生活推進員へのフォローアップ講座や、消費生活サポーター養成講座の回数で、目標値累計70回に対して上半期の時点で9回実施済みです。

下半期の実施予定を含めると、年平均の目標値である14回の達成は確実となっております。

行動目標5の団体サポーター等の企業活動と協働した啓発活動の実施回数では、目標値累計20回に対して2回の実績となっております。

地域との関わりがほぼない市民の方でも、商品の購入など、何かしらの企業サービスを利用して生活されていることから、誰一人取り残さない消費者被害の救済を目指す上で、企業活動と協働した啓発活動は有効と考えており、今後、団体サポーターをはじめとした企業と連携した啓発活動の機会を増やしてまいります。

行動目標6の消費生活相談員に対する研修機会の確保では、達成状況が100%で目標値を達成しています。

国民生活センターや日本消費者協会が実施する研修を相談員が交代で受講し、受講者が講師として、全職員向けに研修を行うことで身につけた情報を共有しています。

以上の取組を踏まえ、評価は○とさせていただきました。

また、今年1月から、個人の消費生活サポーターの活動を活性化し、より効果的な見守り活動の推進を目標として、個人サポーター表彰制度を開始しました。

活動内容にポイントを付与し、1年間の合計ポイント上位者を表彰し、活動内容についてホームページやみまもり通信配信時にお知らせする予定です。

次に、資料の7ページ目をご覧ください。

施策の柱3、自ら考え、判断し、行動する消費者となるための学びの機会の充実についてご説明いたします。

重点施策の一つ目の黒丸、「消費者被害防止や持続可能な消費の実践など幅広い分野の講座や啓発を実施するとともに、オンライン等を活用した学びの機会の充実を図ります。」についてです。

各種講座でオンラインや、会場とオンラインの両方で受講可能なハイブリッド式での講座を取り入れて実施するほか、フェアトレードやエシカル消費をテーマにした講座を実施しています。

また、下半期の実施になりますが、子どもが被害に遭いやすい製品事故をテーマで紙芝居を使った講座を、子育て支援センターや児童会館で実施しています。

重点目標四つ目の黒丸、「学校の意見を取り入れた講師派遣講座の実施や、学校で活用しやすい教材の提供を行い、授業における消費者教育を推進します。」についてですが、市内の各小・中・高校、専門学校、大学からの依頼により、講師派遣講座を実施しているほか、各種教材を作成、配付しております。

次に、9ページ目をお願いします。

施策の柱の3の行動目標とその達成状況についてです。

行動目標7の職域向けの消費者教育講座の実施回数について、累計目標値が10回のところ、令和5年度上半期の実施回数は0回となっておりますが、10月と11月に札幌市身体障害者福祉協会職員向けの出前講座を2回実施しております。

また、グループホームに入居している障がい者支援を行っているNPO法人札幌精協の職員向けに、2月に講座を実施予定しており、年平均の目標値を達成できる見込みとなっております。

行動目標 8 のオンラインやオンデマンドなど、デジタル化に対応した消費者教育講座の実施回数についてですが、累計目標値が 40 回で、達成状況は 4 回となっております。

高齢者や障がい者向けのミニ講座や消費生活講座で、オンラインや、会場とオンラインの両方で受講可能なハイブリッド式での講座を実施しています。

下半期においては、サポーター養成講座のオンライン実施も予定しています。

行動目標 9 の小・中・高校への講師派遣講座等の回数では、累計目標値 80 回のところ、7 回の実績となっております。

下半期においても、順調に依頼を受けているため、年間平均目標の 16 回は達成できる見込みです。

以上の取組を踏まえ、評価は〇とさせていただきました。

以上で、4 次計画の令和 5 年度上半期の実施状況についてご説明させていただきました。各行動目標についても、おおむね順調に遂行できていると認識しております。

続きまして、資料 4-1、4-2 の説明に移ります。

まず、資料 4-1 をご覧ください。

ここ数年で、消費者を取り巻く環境は著しい変化を続けており、特に新型コロナウイルス感染症を契機に「新しい生活様式」への対応によって、生活スタイル、ビジネススタイルともに大きく変化しています。

4 次計画では、それぞれの分野の施策に対し、新しい生活様式への対応という観点から、「New Normal 施策」として関連する施策をピックアップして、1 の①と②、2 の①から③としてまとめています。

それぞれ、関連する施策として計画本書のページ数や番号を記載しておりますが、それぞれ、その右側に記載している事業番号は、資料 3-1 の事業番号に対応しています。

また、これら関係施策を資料 3-1 から抜粋したものが資料 4-2 になります。

それでは、実施状況の報告に入りますが、時間の都合もありますので、抜粋して説明させていただきます。

1 の新しい生活様式によって複雑化する消費者トラブルへの多角的な対応の①相談・指導体制の充実についてです。

新しい生活様式の浸透により、電子商取引はさらなる急拡大を見せましたが、取引形態が多様化していることに伴い、新たな手口の悪質商法も増えています。

資料 4-2 の事業番号 50 をご覧ください。

こういった複雑なトラブルにも対応できる体制を整備するため、相談員の質の向上を目標として、毎月 2 回、消費者センター相談室に弁護士を派遣し、相談員から法的解釈等に関する相談があった場合に、助言を行ってもらう弁護士派遣事業を行っています。

また、さきの説明でもお伝えしましたが、国民生活センター等が実施している研修を年間 10 テーマ以上受講し、受講者が講師として内部研修を実施することで、全相談員に研修の内容を共有しています。



次に、2のデジタル技術の活用による消費者施策の革新の②デジタル技術を活用した消費者教育の推進についてですが、生徒1人に1台ずつ端末が整備されるなど、教育現場におけるデジタル化も進んでいます。

資料4-2の事業番号107をご覧ください。

中学生向けの消費者教育教材は、映像教材として作成し、市の公式ホームページやYouTubeチャンネルにも掲載しています。

ほかには、高校教員向けの講座として、若年者に多い消費者トラブルの紹介や注意点など、消費者教育に関する授業展開の参考となるような動画8テーマを掲載しています。

また、市民向けの講座についても、従来のような対面による方法だけではなく、オンラインでの開催を取り入れて実施しているところです。

今後、各教育段階に向けた教材の作成や改編を行う際は、中学生向け教材以外についてもデジタル化への対応を検討してまいります。

以上、NewNormal施策の実施状況についてご説明させていただきました。

今後は、相談窓口の利便性向上に向けて、AIチャットボットの導入に向けた検討を進めるほか、ホームページ上のFAQの整理を進めることで、消費者の自己解決の支援を推進してまいります。経過につきましては、審議会にてご報告させていただきます。

最後に、前回の審議会の際にご意見のあった成果指標の設定について、再度整理した考え方についてご説明いたします。

まず、消費者トラブルの状況が改善されたかどうかを評価する上で、消費者トラブルを少なくするという視点と、悪質商法を少なくするという視点があると考えます。

消費者トラブルを少なくするためには、消費者教育や啓発で未然防止を図り、消費者相談で未然防止や解決を図ることになりますが、この点につきましては、前回の市民意識調査でも、「消費者トラブルに遭ったが、解決した」と回答した人数を把握しており、今回の調査でも同様の質問項目を設けることで成果の比較ができると思います。

一方、悪質商法を少なくするためには、事業者に対して改善を求めて指導を行うことになりますが、こちらについては短期的なものになりますが、事業者に対する指導を行い、その前後でどれだけ相談件数が減っているかを比較することで成果を測ることができると思います。

前回、指標の例として相談件数を減らすという案をいただいた際に、長崎委員からご質問がありました、相談件数から実際に被害に遭った件数を出すことはできるか、という点について確認いたしました。

相談情報は、パイオネットシステムという全国の消費者センターで受けた相談内容が共有されるシステムに入力し、管理しておりますが、相談内容には、契約前に心配で問合せをしたものや、近隣住民の騒音に対する苦情など、実際に消費者被害に遭っていないものも多数含まれております。

そこから、実際に被害に遭ったものを抽出する方法があればよいのですが、現行のシス

テムでは難しく、全ての相談内容を1件ずつ確認する必要がありますが、毎月、おおよそ800件以上相談を受けている情報全てに目を通して分類することは難しい状況です。

なお、札幌市としては、トラブルの未然防止のために消費者教育や啓発に力を入れている一方で、消費者トラブルに遭ってしまった際は、消費者センターへ相談できることで解決につなげてもらうために相談窓口の周知にも取り組んでいるため、相談件数が増えることも啓発の成果として捉えています。

そのため、トラブルの未然防止や悪質事業者への指導の成果を図る観点だけで相談件数の減少を成果指標として設定することは適していないと考えています。ただ、トラブルの未然防止という視点で考えて、消費者教育や啓発、消費者相談の成果を測るため、「市の啓発活動や相談により、消費者トラブルを未然に防止したことがある（または自力で解決したことがある）」という質問で状況を把握することができると思われまますので、次回の質問項目に追加を検討してまいります。

指標設定についての説明は以上となります。

以上で説明を終わらせていただきます。

○林会長 ありがとうございます。

それでは、ただいまの説明につきまして、委員の皆様からご意見がございましたらお伺いいたします。

○皆川委員 一番最後の評価指標の設定の関係について、丁寧なご説明いただきましたが、ペーパーにまとめていただけませんかでしょうか。

今、ずっとお話を聞いた中では納得できる部分が多々ありまして、ほかにもないのかなという気持ちも若干あるものですから、今お話しされた内容をぜひペーパーにまとめていただきたいと思います。

○事務局（高橋消費生活課長） 議事録以外でということでしょうか。前回のご意見を受けた事務局の考えという形での回答という感じですね。

○皆川委員 はい。後日で結構ですので、お願いします。

○事務局（高橋消費生活課長） 分かりました。そのような形で対応させていただきます。

○事務局（田口消費生活部長） 準備でき次第、各委員にお送りさせていただきますので、少しお時間をいただければと思います。

○林会長 ほかにご意見等はございますでしょうか。

私からですが、資料の2の1ページに、一番最初の黒丸で、悪質事業者やその手口に関する情報について、必要とする全ての市民に届けられるよう、ホームページ等媒体を活用して情報提供を行うということで、ここに様々な広報活動が挙げられています。

情報提供、情報を発信するということはもちろん重要ですが、それが果たしてどの程度届いているのかということもまた重要かと思えます。例えば、ラジオを聞いている人の数を調べるというのは難しいかもしれませんが、札幌市の公式ホームページですと閲覧数を把握できるのではないかと思うのですが、そういうことなどはされていらっしゃる

のでしょうか。

○事務局（高橋消費生活課長） 調べると数値が出てきます。何万回閲覧したかというページごとの数値は出てきます。

○林会長 それでは、次回の審議会の際に、参考までに閲覧数などを挙げておいていただけると、どれくらいの方々をご覧になっているかということを実感として把握できますので、お願いしたいと思います。

○事務局（高橋消費生活課長） かしこまりました。次回、その辺を提供したいと思います。

○林会長 ほかにいかがでしょうか。

○小泉委員 一つ質問をさせていただきたかったのですが、資料2の4ページの真ん中辺りに、地域包括支援センターとの情報交換会を4区で開催となっております。差し支えなければ構わないのですが、どこの区とやられているか、また、参加団体はどのようなところがあったか、分かる範囲で教えていただけたらありがたいです。

○事務局（高橋消費生活課長） 上半期なので4区と書いていますけれども、手稲区と厚別区を除く8区はもうやる予定です。

団体については、区によって若干異なるのですが、管内の警察の方が来たり、消防の方、弁護士会の方がいらっしゃる場合もあります。また、障害者支援事業所の方が見られて意見交換をされています。

地域包括支援センターである程度仕切ってくれる区もありまして、そのときはいろいろな団体に来ていただいております。

○林会長 今の点に関連してお尋ねしたいのですが、手稲区と厚別区はなぜされていないのでしょうか。

○事務局（高橋消費生活課長） 私どもとしてはぜひやりたいのですが、なかなか都合がつかず、できていないところです。

○林会長 今後、開催に向けて取り組む予定はございますでしょうか。

○事務局（高橋消費生活課長） できるだけ全区を巻き込んで私どもの持っている情報を地域まで届けたいと思っております。ぜひ10区全部でやりたいと思っております。

○小泉委員 今、厚別区の話が出たのですが、弁護士会で厚別区包括さんとの勉強会を年2回やっております。厚別区包括はすごく積極的という認識がありますので、いずれできるのではないかと私は勝手に思っています。

○事務局（高橋消費生活課長） 逆にそのときに呼んでいただければ、私どもはいくらでも行くのですが、

○阿部委員 今のご説明の中で、札幌市さんが持っているホームページや広報ラジオというのは当然の媒体としてご活用いただいていると思うのですが、前回からのご説明の中でも、ユーチューブを使っていたり、SNSを使っていたりということで、様々な媒体を使って広報活動をされていることを資料を見てすごく理解できたのですが、様々な媒

体がある中で、これらの媒体を使っている選定理由がおありでしたらお聞かせいただきたいと思います。

○事務局（福田消費生活係長） ほかにもインスタグラムとかフェイスブックとかT i k T o kがあると思います。若者をターゲットに見てもらえる媒体ということを経営者さんに相談すると、ユーチューブ、ティーバーがいいと勧められることが多いので、消費者センターとしては、今のところ、ユーチューブとティーバーでの広告をメインにしています。

○阿部委員 もう少し戦略的な回答をいただけたのですが、例えば、若者向けにはこういう媒体を使っています、高齢者向けにはこういう媒体を使っていますという戦略があったほうがいいかなという感想を抱きました。

○事務局（高橋消費生活課長） 一応、ユーチューブは若者向けで、新聞広告とか地下鉄車内ポスターといった使い分けはしています。また、時間帯も、テレビコマーシャルを打つときは、ファミリー向けだったら5時台のワイドショーやっているときに出すとか、代理店さんと相談の中でやっています。

○阿部委員 そうすると、戦略的に進めているという理解でよろしいですか。

○事務局（高橋消費生活課長） そのように理解していただいて結構です。

○林会長 ほかにご意見はございますでしょうか。

○皆川委員 今の説明で、重点施策の実施状況について、半期に1回、審議会に報告されるということですが、集計にもかなりの労力がかかると思われます。

そこで、重点施策についてということで、行動目標がメインとなった報告になっていて、半期に1回、これほど詳細なものを審議会のためにというのは過剰ではないかという気がします。

私が示してほしいのは、成果目標に対してどの程度なのかということですが、それは逆に半期とか1年では難しい話なのです。

要は、重点施策の実施状況について説明いただくということは、例えが悪いけれども、野球だったら素振りを1,000回しました、投げ込み100球、200球しましたということだと思いのです。実際に試合になって、打率はどうだったのか、ホームランは何本打ったのか、防御率は、何勝したのかというのが大事なところで、練習の話を細かくされてもという気持ちがあります。

ただ、市役所のいろいろな部局が関わることで、部局の活動を促すために半期に1回程度の集約が必要なのだということであれば、それはそれで理解できます。審議会向けの報告においては、多少成果指標に関連する事項、もしくは、この半年間でトピック的な、最近の傾向でこういうことがありますというご報告をいただいたほうが、審議会としては、私個人としてはありがたいと思うのですが、そういう力の入れかげんを考慮していただけないかという意見です。

○事務局（高橋消費生活課長） 報告そのものに何がいいかというのは審議会の委員の皆さんにお諮りすることとして、ただいまのご意見については、全くおっしゃるとおりだと

思います。行動より成果のほうが大切というのはおっしゃるとおりと思っております、今まで、成果指標は5年に一遍というアンケート調査でなければならない、なかなか難しいというところで対応に苦慮していたのですが、私どももそれを変えていかなければならないということで、今、市役所の改革推進室というところで、毎年、市民意識調査をしております、それを活用できないかと検討しております。

市全体の、広く行政についてアンケートをやることになるのですけれども、成果指標の一部をアンケートの項目に入れて、何とか成果を捉えていきたいと思っております。

ただ、項目の追加について、いろいろなところで同じことをやっていますので、私は今、市民文化局ですけれども、保健福祉局とか建設局というところからも意識調査で活用したいという声がいっぱい上がっているものですから、何年ぐらいのスパンで、私どもの調査項目を取り入れてもらえるか、ちょっと不透明なのですけれども、今、そういった努力をしていることだけをご理解いただきたいと思っております。

○林会長 ほかにいかがでしょうか。

私からまたお尋ねさせてください。

資料2の5ページの個人サポーターの養成講座のお話がありました。

これは以前に審議会の場で話が出たかもしれないのですけれども、最高裁の平成28年の判決で、認知症になられた方のお世話をした方が、ご本人が鉄道の線路に迷い込んで鉄道事故を起こした結果、損害賠償請求をされて訴えられたというケースがありました。その後、後見人になると損害賠償請求をされるのではないかという不安が人々の間に広がりまして、その結果、例えば、市民後見人なんていう制度をつくっているところでは、そういう人たちのために、保険をかけてあげるといふ、そういう体制がつくられたりしているわけです。

もしかすると、この個人サポーターというものについても、同じような心配されるというような方がいらっしゃるかもしれませんよね。この個人サポーターさんに関しては、そういった体制というものは取られているのでしょうか。つまり、その個人サポーターになろうとしている人のために、市が仮に責任保険をかけるといった体制ですね。

○事務局（福田消費生活係長） サポーターに特化した保険ではないのですけれども、札幌市の市民自治のほうで、自治活動をされている方がけがをしたりだとか、事故に遭ったりだとか、というときの保険というものはありまして、サポーター制度についても、市内で活動しなくてはならないのですけれども、活用できる保険があると考えています。

ただ、対人までの保険というところまではメニューとしなかったかもしれません。ちょっと今すぐには回答できないのですけれども。

○林会長 実際にそういう不安を抱かれている方がどの程度いらっしゃるかにもよりますが、そういう声が少なくないということであれば、そういったことも検討していく余地はあるかもしれないと思いました。

それでは、ほかにご意見はいかがでしょうか。

○長崎委員 札幌市の目標の設定の仕方、成果目標を立てている目標というのは、今まで特にないということでしょうか。どういう感じに目標を立てられるのが多いのでしょうか。

○事務局（高橋消費生活課長） 今、札幌市は、あらゆる部局でこういった行動目標を掲げています。事業をやるときには、まず、原則として何をやっていくのか、その結果として最終的にどんなところを目指すのかというものを必ず設定するような取り決めとなっております。

行政として行動を起こすべきところが行動目標で、その結果として、市民がどう思っていたか、市民の反応がどうなっているかというところが成果指標となっております。

事業をするときに、事業は必ずお金がかかりますので、予算等を要求するときに、目標はどうなっているのかという査定を受けまして、その中では、この目標が本当に正しいかどうかというところまで踏み込んだ意見をいただくこともあります。そういったプロセスを経て定めております。

○長崎委員 追加で教えてほしいのですけれども、資料2の2ページのバスターミナルの音声広告というのは、何秒ぐらいのものを何回というのは分かりますか。

音声広告は、画像がなしで音声だけなのですか。

○事務局（高橋消費生活課長） 音声だけです。消費者トラブルいややという音声がずっと流れるのですが、バスターミナルでバスを待っているところの上ぐらいからスピーカーで流れてきます。

○長崎委員 ありがとうございます。

○林会長 ほかにご意見はよろしいでしょうか。

（「なし」と発言する者あり）

○林会長 それでは、次の議題に入らせていただきます。

続きまして、（1）報告事項イの令和5年度上半期における消費生活相談受付状況と事業者に対する調査・指導状況について、事務局より説明をお願いいたします。

○事務局（原調査指導係長） 調査指導係長の原と申します。よろしくお願ひいたします。

それでは、資料5-1の令和5年度上半期消費生活相談についてと資料5-2の事業者指導状況についてご説明いたします。

最初に、資料5-1の1ページ目をご覧ください。

一つ目の消費生活相談の概要ですが、消費生活相談件数は4,937件で、前年度と比べて微増になっています。

次に、（1）の相談件数の多い商品・役務別の相談内容については、賃貸アパート、商品一般、他の健康食品の順に多く、前年度の順位と同じでした。これらの3品目で全体の20.7%を占めています。

次に、2ページ目をご覧ください。

賃貸アパートの主な相談内容は、入居中の修繕や退去時の原状回復費用に関するものに

なっています。

商品一般の主な相談内容は、クレジットカードに心当たりのない請求があったなど、不当請求に関するものです。

他の健康食品とは、主にサプリメントのことであり、健康食品の中で高麗人参茶やプロテインなどに属しない商品のことを指しています。

次に、(2)の増加率が高い商品・役務別の相談についてですが、養毛剤、化粧クリーム、新聞の3品目の増加率が高く、養毛剤や化粧クリームは、お試し価格の広告を見て購入したら定期購入だったという相談が多く寄せられています。

3ページ目をご覧ください。

新聞は、インターホンが鳴りドアを開けると、突然、景品を玄関に置かれ、契約することになった、懸賞に当たったと言われ、話を聞くと新聞の勧誘だったなどの相談が多く寄せられています。

4ページ目をご覧ください。

二つ目の最近注目される消費者トラブルなどですが、(1)のなくなる定期購入トラブルは、詐欺的な定期購入商法に対応するため、令和4年6月1日に特商法が改正され、ネット通販で商品を定期購入する際、注文の最終確認画面に定期購入であることを明確に表示することが義務づけられたところですが、定期購入トラブルは一向に減っていない状況です。

定期購入トラブルに陥るパターンとして、定期縛りなしなどと強調し、定期購入ではないと誤解させる広告や、初回で解約オーケーなどと、初回購入後、簡単に解約できると誤解される広告、定期縛りなしで注文した後に、今ならクーポン利用でさらにお得などとボタンが出てきて、ボタンを押すと定期縛りありのコースに変更されるといったものがあります。

5ページ目をご覧ください。

トラブル事例の二つ目は、副業トラブルです。

20歳代の若者を中心に、FX自動売買ソフトや情報商材などの相談が増加しており、若者が貸金業者から借金をさせられるといったクレ・サラ強要被害が増加しています。

クレ・サラ強要被害の手口ですが、副業や投資に関する情報商材を購入後、高額なサポート契約を勧誘させ、お金がないと断った消費者に対して遠隔操作アプリを悪用して借金をさせる手口が目立っています。

6ページ目をご覧ください。

トラブル事例の三つ目は、未成年者契約取消しです。

契約当事者が未成年の相談の中で最も多いのは、オンラインゲームに関する相談です。未成年者全体の約4分の1を占めています。

未成年者が保護者の同意を得ないで行った契約は、民法で取り消すことができますが、未成年者でも、保護者が処分を許した財産は自由に処分ができるため、全ての契約を取り

消しできるとは限りません。

オンラインゲームの事例では、親が昔使っていたスマホにカード情報が残っていた事例や、子どもが成人年齢を入力して課金してしまった事例などがあります。

令和5年度上半期の消費生活相談に関する説明は、以上です。

続きまして、1枚めくっていただきまして、事業者指導状況（令和5年度上半期）をご覧ください。

一つ目の条例に基づく調査指導等ですが、調査を継続しているものが2件あります。

これは、不動産賃貸業者が不実の記載をして契約を締結しており、また、消費者等からの苦情に対応しなかったため、昨年度の是正指導に続いて、是正勧告に向けた意見陳述機会を付与したものです。

現在は、是正勧告を実施済みであり、是正報告書の提出を求めるなど、是正状況を確認しているところです。

もう一つは、電気通信事業者が、勧誘目的の不明示や不実告知による訪問販売を行っており、是正指導に向けた調査を実施したものです。

現在は、是正指導を実施済みであり、是正報告書の提出を求めるなど、是正状況を確認しているところです。

二つ目の消費者トラブル拡大防止に向けた取組ですが、（1）の電気通信事業者に3件実施しておりますが、大手電気通信事業者3社に関する消費者相談を分析して、相談件数の多い携帯ショップや相談類型について、年2回、各通信キャリアに情報提供することにより、販売代理店への自主改善を促す取組を行っています。

現在は、さらに大手光回線事業者を1社追加しています。

（2）の速やかな初期対応として5件実施していますが、条例による調査は時間を要するため、軽微な事案について電話で注意喚起を促すなど、速やかな消費者被害の拡大防止を図っています。

具体的には、電気通信や不用品回収、排水管清掃、除排雪サービス、新聞勧誘業者に関する消費者相談が寄せられたことから、事業者に電話するなどして、消費者への丁寧な説明に心がけるなど、注意喚起を行っています。

（3）の他機関への情報提供ですが、特定商取引法を管轄している道庁や道警などと日頃から不当な取引行為を行う事業者に関する相談情報や指導情報の情報共有を行うことにより、消費者被害の拡大防止を図っています。

具体的には、不動産業者や住宅リフォーム業者、不用品回収業者、排水管清掃業者、電気通信業者、火災保険申請代行業者、新聞販売店など、様々な悪質事業者の情報共有を行っています。

私からの説明は以上です。

○林会長 ただいまの説明につきまして、ご意見がございましたらお願いいたします。

○皆川委員 質問を2点です。



まず、1点目ですけれども、事業者指導状況ということで資料5-2の説明をいただきましたが、資料5-2の調査件数というのは、先ほどご説明いただいた重点施策の実施状況の内数に反映されていると考えてよろしいのかどうかです。

それから、資料5-1で説明いただきました上半期の消費者相談の傾向の分析ですが、これによって、増えているものとか最近の傾向があらわになってきているのですが、こういった危険要素というか、被害拡大要素があらわになったものについて、下期以降の重点施策の実施に反映させているのかどうか、そういう仕組みがあるのかどうか、その2点について教えてください。

○事務局（原調査指導係長） 一つ目は、指導状況の件数の実績が重点施策の資料の2の内数となっているかどうかというご質問だったかと思いますが、こちらは内数となっております。

二つ目のご質問は、上半期の相談状況を分析して、下半期にどのように生かしていく仕組みなのかといったご質問だったと思います。

この点につきましては、「みまもり通信」の臨時号を発行するなどして消費者に注意喚起を図っていくといった取組は年間を通じて実施しているところでございます。

また、X、旧ツイッターを活用して臨時に注意喚起を行うということも年間通じて行っておりますし、各種の事業者団体との連携をしておりますので、会議などの機会を捉えてこちらから情報発信をし、注意喚起を促しているといった仕組みは構築されております。

○皆川委員 こういう最近の特色に迅速に対応していくということはすごく重要だと思いますので、ぜひ続けていただきたいと思います。

また、半年たったときにこれらの数字がどうなっているのかということも追跡して報告していただくようお願いしたいと思います。

○林会長 ほかにいかがでしょうか。

○阿部委員 資料5-1の2ページでご説明いただいたところで、確認といえますか、商品一般のところのクレジットカードの不当請求の件で、私の周りでも、この被害に遭っている方が軒並み増えていて、皆さん困っているところではあるのですけれども、一方、クレジットカード会社のほうでも監視システムを非常に強いところでやっていただけたところが多くなってきているので、事前に不当利用がありましたよというような、そういった連絡をいただくケースというのが最近増えていると思うのですけれども、その辺りというのは、やっぱりクレジットカード会社によって対応が違ったりするのか、もしお分かりでしたら教えてください。

もう一点は、資料5-2で、依然として賃貸アパートのトラブルが多いというお話がありました。5-2のところで記載があるのかもしれないですが、業界団体に向けての不動産賃貸業界、業界団体に向けて何か協力体制があるのか、そういうあたりはどのような行動をされているか教えていただければと思います。

○事務局（高橋消費生活課長） 1点目のクレジットカードについてです。

業者そのものからお話を聞いているわけではないのですけれども、業界団体も不当請求は理解して、認知して、それに対応しようとしているということを、相談を受ける中で感じております。

一般的にはショートメールサービスでやって、個人情報抜きだされてというのが多いと思うのですけれども、どうもそれ以外でも何かによって情報を抜きだされてしまっているというのが多いと思います。

私どもはそういう部分も啓発していかなければならないと思っております。出前講座などで啓発はしているのですが、クレジットカード会社がそれぞれどれぐらいの温度差があるかというところまでは把握していません。

また、不動産事業者と定期的に懇談して、仲介事業者の宅建業協同組合とお話をしたりということはしております。

また、令和4年中に、ホクネットさんと私どもの共同で不動産賃貸業者向けの研修動画、こういったことをやってはいけませんよというものをつくりまして、業者に見ていただきまして、業界団体を通して、こういうものをつくりましたので、必ず見て適正にやってくださいということを周知するという取組も行ったところです。

○林会長 ほかにご意見等はございますでしょうか。

○番井副会長 質問が2点です。

今、資料5-1で報告いただいたところの賃貸アパートは、本当にびっくりするほど増えたので、これはなぜなのかということがもし分かれば教えてください。

また、一番最後の8ページ目に年代別が書いてあって、これも記憶にないのですが、50代の割合が多いです。本来であれば現役世代と言われるところは少なくなる傾向にあったと思うのですが、賃貸アパートの原状回復にしろ、修繕にしろ、なぜこんなに増えたのか。また、50代の辺りが増えた原因について思い当たるものがあつたら教えてください。

○事務局（高橋消費生活課長） 今、はっきり言えるようなところまで分析ができていません。すみません。

○番井副会長 ふだんにないような特徴的なことがあるわけではなく、なぜか増えているという感じでしょうか。

○事務局（高橋消費生活課長） そうですね。共通しているものがあるとか、今年度に入って特徴がはっきり出ているという分析はできていないです。

○番井副会長 分かりました。ありがとうございます。

○林会長 ほかにご意見はありませんか。

（「なし」と発言する者あり）

○林会長 ないようでしたら、次の議題に入らせていただきます。

続きまして、（1）報告事項ウの令和5年度上半期における表示の適正化に向けた取組状況について、事務局より説明をお願いします。

○事務局（阿部表示検査担当係長） 表示検査担当係長をしております阿部と申します。

よろしくお願ひいたします。

私から、資料6の表示の適正化に向けた取組状況（令和5年度上半期）についてご説明いたします。

まず、一つ目の家庭用品品質表示法等に基づく立入検査ですが、表示検査担当係では、家庭用品品質表示法、消費生活用製品安全法、電気用品安全法に基づき、それぞれ市内の販売店舗への立入検査を毎年度実施しております。

まず、（1）ですが、家庭用品品質表示法に基づき、消費者が日常使用する靴下や水筒といった家庭用品を対象に、商品の品質について、商品ごとに定められた必要な表示があるかについて、令和5年度上半期は、市内の販売店9店舗において、6品目、合計857点を検査しました。

検査の結果、不適正な表示はありませんでした。

次に、（2）ですが、消費生活用製品安全法によって製造や販売を規制されている登山用ロープや石油ストーブなどの特定製品、また、乳幼児用ベッドやライターなどの特別特定製品を対象に、国の定めた技術上の基準に適合していることを示すPSCマークが表示されているかについて、令和5年度上半期は、市内の8店舗において、12品目、合計389点を検査しました。

検査の結果、こちらも不適正な表示はありませんでした。

次に、（3）ですが、電気用品安全法によって規制されているモバイルバッテリーなどの電気用品やACアダプターなどの特定電気用品を対象に、安全規格を満たしていることを示すPSEマークが表示されているかについて、令和5年度上半期は、市内の30店舗において、5品目、合計611点を検査しました。検査の結果、こちらも不適正な表示はありませんでした。

次のページをご覧ください。

続きまして、二つ目の食品表示法に基づく調査指導等についてご報告いたします。

表示検査担当係では、食品表示法のうち、品質事項について不当な表示を行っている疑いがある札幌市域事業者に対し、調査・指導を実施しています。具体的には、札幌市内にのみ事業所や工場などが存在している食品関連事業者について、食品表示法に基づく名称、原材料、原産地などの表示に関する調査指導を所管しております。

令和5年度上半期は、合計8件の事案について、調査を行いました。

内訳としましては、まず（1）の口頭指導、こちらが6件ありました。

内訳としましては、果実飲料に必要な表示事項が記載されていないなど、ほかの行政機関から情報があったものが4件、それから、加工食品の原材料を誤って表示してしまったと事業者自ら申告があったものが1件、それから、生鮮食品の原産地が表示されていないことを札幌市が探知したものが1件となっております。

これらの案件につきましては、全て表示が是正されていることを確認しております。

次に、（2）の回付が1件ありました。

まず、回付という言葉の説明ですが、これは、消費者庁、各都道府県、各政令市指定都市の間で、疑義のある事業者を管轄する権限のある自治体に対し、互いにその疑義情報を送付する制度です。

令和5年度上半期は1件でしたが、具体的には、加工食品の原料原産地表示に疑義があった販売業事業者に対し、札幌市として調査を行ったところ、当該加工食品の原料の仕入れ元事業者に疑義が遡及したことにより、当該仕入れ元事業者を管轄する地域の行政機関へ疑義情報を送付したものです。

そのほかに、(3)の下半期に調査継続したものが1件ありました。

なお、この1件については、下半期中に既に口頭指導を行い、現時点では表示は是正済みであることを申し添えます。

最後に、三つ目の食品表示の適正化に向けた取組についてご報告いたします。

表示検査担当係では、市民の皆様が食品に関する正確な情報を入手できるよう、食品表示法のうち、品質事項について、食品関連事業者や市民からの問合せに対し、適切な表示方法や食品表示基準の改正についてご案内しています。

令和5年度上半期は、合計106件の問合せ対応を行いました。

問合せの内容は、原材料や原料原産地の表示をはじめとして、名称、内容量、表示責任者についてなど、多岐にわたっております。こうした問合せのほとんどのケースで、食品関連事業者の皆様が食品表示関係の法令について誤った認識をしているのが実情であり、こうした問合せ対応を通じて事業者の相談に乗り、また、情報提供を行うことにより、消費者被害を未然に防ぐ効果があると考えております。

私からの説明は以上です。

○林会長 ありがとうございます。

ただいまの説明につきまして、ご意見がございましたらお願いいたします。

また、この議題で最後となりますので、これまでの議題全体を通してご意見があれば、よろしく申し上げます。

○長崎委員 質問ですけれども、札幌市さんでは、家庭用品品質表示法と消費生活用製品安全法、電気用品安全法に基づいてのものしか立入検査は実施できないということでしょうか。

○事務局（阿部表示検査担当係長） お答えします。

食品表示法についての立入検査も行っておりますが、食品表示法による立入検査は、毎年度、家庭用品品質表示法などのように決まっているいろいろな店舗に立ち入るものではなくて、疑義があって調査する必要があるというもので、かつ、相手方の事業者の調査に対する理解が得られないようなものについては、食品表示法による立入検査も行うことができます。

○事務局（高橋消費生活課長） 消費者向けのもので、市が立入検査できるのは大体これぐらいで、ほかにも、法律上、何かあって立入検査をしている可能性はあるのですけれど

も、それは、保健所がどうだとか、保健福祉局などでやっているものがあるかもしれませんが、私ども市民文化局で所管している消費者の商品関係の立入りとしてはこの三つと、先ほど言った食品表示という感じになっております。あとは、他の法律で都道府県や国の権限になっているものはあると思います。

○長崎委員 ということは、景品表示法は担当外という理解でよろしいですか。

○事務局（高橋消費生活課長） はい。景品表示法は都道府県になっておりまして、札幌市まで権限が下りておりません。

○林会長 ほかにご意見等はいかがでしょう。

○番井副会長 今の表示の適正化に向けた取組の一番最後の問合せが106件あって、そのうち、ほとんどの事業者さんがよく分かっていないのが現状だというお話をお伺いして、ちょっと驚きました。恐らく、改正も結構あって非常に複雑なものだと思うのですが、問合せしなくても、事業者さんでえいやでやってしまっているところもあるのではないかと思います。

これも、FAQや情報提供のような感じのものはあるのでしょうか。

○事務局（阿部表示検査担当係長） まず、食品表示については、札幌市独自の条例ではなくて、食品表示法という国の定めた法律に基づいて食品表示基準が公開されております。

実際には、食品表示基準と、消費者庁がもう一つ出している食品表示基準Q&Aというものです。今おっしゃったとおりのQ&Aのようなものがありまして、こちらも皆さんに対して公開されております。

それを基に、食品関連事業者自らが表示責任者として、ご自身たちで調べて適正な表示を行うというのが食品表示法の制度です。

ただ、それだけでは実際には不安というか、ある程度は勉強なさっているけれども、先ほどおっしゃられた改正があったときにそれがよく分からないとか、食品表示基準Q&Aの解釈が難しくて分からないという方もいらっしゃいます。そこは、事業者様それぞれの理解度に差があるところは事実ですが、お問合せいただかなくても適正に表示されている事業者様もたくさんいらっしゃると思いますし、そうでなかった場合は、お問合せいただいた結果、理解していただくことが多いかなと考えております。

○林会長 ほかにご意見はいかがでしょう。

○皆川委員 机上に配付いただいた令和5年度札幌市消費者行政事業概要をばらばらと見たのですが、非常に興味深い資料で、成果指標を考える上でもヒントになるデータが結構入っている資料なのではないか、役に立つのではないかと考えています。

中身をばらばらと見たのですが、件数や年代別属性の分析はあるのですけれども、金額的なデータ、統計は集約されているのでしょうか、ないのでしょうか。

○事務局（高橋消費生活課長） 被害金額は統計として取っていないです。

○皆川委員 何となくでもいいのですが、件数は多いけれども、額が少ないというような傾向が分かると、どちらが重要なターゲットなのかということが分かる気がしたのです。

いずれにしても、興味深い資料なので、じっくり見せていただきたいと思います。

○林会長 ほかはいかがでしょう。

(「なし」と発言する者あり)

○林会長 よろしいようでしたら、これにて本日の審議事項を終了させていただきます。

本日も、皆様より有益なご意見をいただき、お礼申し上げます。

### 3. 閉 会

○林会長 最後に、田口市民生活部長から一言お願いします。

○事務局（田口消費生活部長） 皆様、お疲れさまでございます。

市民生活部長の田口でございます。

本日は、お忙しい中、足元の悪い中をお集まりいただきまして、また、活発なご意見、ご指摘等もいただきました。誠にありがとうございました。

今回、第4次計画になりまして初めて進捗状況をご報告させていただきました。ご指摘いただいたように、年度半分で進捗状況をお知らせしても、今、それが順調に行っているのかどうかの判断にはなりにくい部分があるかと思えます。とは言いつつも、我々としても、半年間、どんな感じで進められたのかというのは自問自答の部分でも重要なことと考えております。

ただ、ご指摘いただいたとおり、この審議会の中でどのようにご報告をさせていただくのが有意義なのかということに関しましては、今後、内部で検討させていただき、林会長のご意見等もいただきながら、皆様のご意見もいただきながら、次回以降の審議会につきましては、さらに有意義になるように検討させていただければと思っております。

私も、今、皆様からいろいろなご意見を伺った中で、現状がどうなのか、そして、その現状にどう合っているのかということのほうの皆様が興味関心が強いのかなと感じました。

例えば、今日の調査指導係からの報告を先にお話をして、今、こういう傾向です、この傾向に合わせて、今、うちのほうではこういう事業がリンクしていますというような説明の仕方もあるのかなと自己反省をしていたところでございます。その辺のところは、今後、見直しをさせていただければと思っております。

これからも、皆様のご意見いただきながら、いろいろ工夫をさせていただきたいと思えます。審議会にかかわらず、何かお気づきの点があれば、事務局にご連絡いただければ、その都度ご説明をさせていただきますし、我々も貴重なご意見を各種事業に反映させることができると思っておりますので、引き続きのご協力をお願い申し上げます。

次回審議会は、年度内は今回が最後になりますので、新年度の6月ぐらいになるかと思えます。日程等につきましては、事務局からご相談させていただきたいと思えますので、その際には改めてご協力をお願いしたいと存じます。

本日は本当にありがとうございました。

これからもどうぞよろしくお願いいたします。

○林会長 ありがとうございました。

以上をもちまして、第66回札幌市消費生活審議会を終了いたします。

本日は、どうもありがとうございました。

以 上