

10期第2回さいたま市消費生活審議会

期 日	令和7年1月23日（木）		
場 所	JACK大宮5階 さいたま市宇宙劇場 第2・第3集会室		
会 議 時 間	開会 午後2時00分 ～ 閉会 午後3時20分		
出 席 委 員	会長 明石 順平 委員 池田 味佐 高橋美登梨 岡田 美保 吉沢 浩之 安藤 宏 藤野 恵 小川 ゆり 石田 恒子 佐藤千鶴子 丹野美絵子 薮島 孝雄		
欠 席 委 員	井上 光昭 今西 誠一 長谷川 悟		
日 程	1 開会 2 議題 (1) 第4期消費生活基本計画（素案）について (2) その他 3 閉会		
配 付 資 料	・次第・委員名簿 ・座席表 ・資料1 消費生活審議会の開催趣旨及び本日の目的 ・資料2 第4期さいたま市消費生活基本計画（素案） ・資料3 論点整理表 ・参考資料 ・さいたま市消費者フォーラム チラシ		
傍 聴 人	なし		
会 議 録	別添のとおり		
出 席 職 員	（幹事） 消費生活総合センター参事兼所長 塚越 修 （書記） 消費生活総合センター副参事 西村 典子 消費生活総合センター所長補佐 田島 博 消費生活総合センター所長補佐 荒川 尚志 消費生活総合センター消費生活係主査 佐藤 玲子		

10期第2回さいたま市消費生活審議会 会議録

令和7年1月23日（木）

開 議（午後2時00分）

○田島所長補佐 皆様、こんにちは。本日は、お忙しいところご出席をいただき、誠にありがとうございます。ただいまから、10期第2回さいたま市消費生活審議会を開会いたします。

本日は、委員15人中、12人の出席をいただいております。過半数に達しているため、条例施行規則第35条の規定により会議を開催することができますので、ご報告いたします。

さて、本審議会は「さいたま市附属機関等の会議の公開に関する要綱」により原則公開となっており、会議の開催結果および議事録を作成し、各区役所情報公開コーナーにて市民の閲覧に供するとともに、ホームページ上で公開することとなりますので、予めご了解ください。

それでは、消費生活総合センター所長から挨拶を申し上げます。

○消費生活総合センター所長 消費生活総合センター所長の塚越と申します。開会にあたり、ひとことご挨拶申し上げます。

本日は、ご多用の所、本審議会にご出席いただき、誠にありがとうございます。また、日頃より本市の消費者行政に深いご理解とご協力を賜り、心より感謝申し上げます。

昨今、急速に進行する高齢化やデジタル化の波により、消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。

このような社会情勢を踏まえ、第4期消費生活基本計画の策定にあたっては、消費者が直面する課題を的確に捉え、それに対応するための具体的な施策を講じていくことが求められています。

本計画の策定に際し、委員の皆様から頂戴する貴重なご意見をもとに、実効性の高い計画を構築し、全ての市民が「安心して、安全で、豊かな消費生活を送ることができる社会」の実現に向けて努めてまいります。

本日は、各委員の皆様におかれましては、それぞれのお立場から忌憚のないご意見を賜りますようお願い申し上げ、開会の御挨拶とさせていただきます。

よろしくお願いいたします。

○田島所長補佐 続きまして、本日の資料の確認をさせていただきます。

まず「次第」「委員名簿」「席次表」「昨年8月23日に開催されました「第1回審議会議事録」「さいたま市消費者フォーラムチラシ」

続いて事前にお送りしております「配付資料一覧」「資料1 消費生活審議会開催の趣旨及び本日の目的」「資料2 さいたま市消費生活基本計画（素案）」

「資料3 論点整理表」「参考資料1」から「参考資料7」まででございます。

すべてお手元にございますか。

それでは、議事に入る前に、本審議会開催の趣旨と本日の目的について、消費生活総合センター所長からご説明いたします。

○消費生活総合センター所長 私からは、「資料1 消費生活審議会の開催趣旨と本日の目的」についてご説明いたします。

はじめに1頁をご覧ください。「1 消費生活審議会の開催趣旨」についてご説明いたします。

本市では、市民の消費生活の安定と向上を図るため「さいたま市消費生活条例」を施行しました。この条例の目的と基本理念に基づき、消費生活に関する施策を総合的かつ計画的に推進するため「消費生活基本計画」を策定しています。現在の第3期基本計画が令和7年度に終了するため、新たな第4期基本計画を策定するものです。基本計画の策定にあたっては、条例に基づき、本審議会で審議することとなっているため、今回の会議を開催しています。

次に2頁をご覧ください。「第4期基本計画の策定スケジュール」についてご説明いたします。

本年8月に第1回審議会を開催し、市長から第4期基本計画策定に関する諮問がありました。本日の第2回審議会を皮切りに、3回の審議会を開催し、基本計画の素案を精査していきます。7月～8月頃を目処に市長へ答申を行い、最終的には令和8年4月に計画を施行する予定です。

次に3頁をご覧ください。今後の審議会は、事務局が作成した基本計画の素案をもとに、各回の審議会で論点についてご意見を頂戴し、そのご意見を踏まえて、事務局は次回の審議会に向けて基本計画の素案を整理してまいります。

最後に4頁をご覧ください。本日の目的についてご説明いたします。

本日は、事務局が作成した基本計画の素案に記載されている「第2章 消費生活を取り巻く現状と課題」のうち、「課題解決の方向性」について、皆様からご意見を頂戴することを目的としております。「消費生活を取り巻く現状と課題」および「課題解決の方向性」については、のちほどご説明いたします。

私からの資料1の説明は以上となります。

○田島所長補佐 それでは、これより議事へ移らせていただきます。

審議会の会議につきましては、条例施行規則第35条の規定により、会長が「議長の職」を務めることになっておりますので、以後の進行につきましては、会長にお願いしたいと存じます。

○明石会長 皆様、こんにちは。会長を務めさせていただいております明石でございます。それでは、議事を進めてまいります。

事務局、傍聴者は、いらっしゃいますか。

○田島所長補佐 本日、傍聴者はおりません。

○明石会長 分かりました。ありがとうございます。

次に、議事録の作成に係わる委員の指名を行いたいと思います。

これは、事務局で議事録を作成しましたら、内容等を確認し、署名の上、承認頂くものです。議事録の作成要領としては、概要を記すこととなっていますので、調査審議内容の方向性など大要を把握していただければよいかと思います。

今回は、私のほか、「池田委員」と「藤野委員」にお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。

【承諾】

他の委員の方々もよろしいでしょうか。

【賛同】

それでは両委員には、審議会を代表して、事務局で議事録を作成しましたら、内容等を確認していただき、承認の署名をよろしくお願いいたします。

ここからは、次第に沿って、議題の審議に入ります。

はじめに、議題（１）第４期消費生活基本計画（素案）について、事務局から説明をお願いします。

○消費生活総合センター所長 それでは「資料２」についてご説明いたします。

資料２は、事務局が作成いたしました「第４期 消費生活基本計画の素案」です。

まず、この基本計画の全体像についてご説明いたします。始めに全体像をご理解いただくことで、基本計画策定に向けた審議会の最終目標を共有し、本日も含め３回開催する審議会での段階的な議論や検討が的確に進められるようにしたいと考えています。そのため、ここで全体像をご説明いたします。

「資料２」の表紙をめくっていただいて、目次をご覧ください。

第４期基本計画は、５つの章で構成されています。各章の内容は互いに関連し合い、全体で一貫性のある構成を取っており、第２章で示した現状や課題を受け、第３章ではその解決に向けた目指すべき姿を提示しています。そして、第４章では、その姿を実現するための具体的な行動計画を示し、第５章で計画の実行を支える仕組みを説明しています。これにより、市民が安心して安全で豊かな消費生活を送る社会を実現するための道筋を描いています。

各章ごとの内容を順にご説明いたします。

はじめに２頁をご覧ください。「第１章 計画の策定にあたって」についてご説明いたします。

「１ 計画策定の趣旨及び経緯」につきましては、先ほど「資料１」でご説明した内容のとおりです。

次に「２ 計画期間」は、令和８年度からの５年間といたします。

次に３頁をご覧ください。

「３ 第４期基本計画の全体構成」についてご説明いたします。

こちらでは、基本計画策定において欠かせない主要な要素を、上位の概念から順に、その関連性を示しています。

全体的な構成としては、上から「条例の目的と基本理念」を踏まえた「目指すべき姿」を第3章で示し、その目指すべき社会を実現するための「施策の4つの柱」から「具体的な取組」に至るまでを体系的に構成しています。

以上が第1章となります。

次に6頁をご覧ください。「第2章 消費生活を取り巻く現状・課題と課題解決の方向性」についてご説明いたします。

第2章の内容については、「資料3」として論点整理表を作成しております。

第2章では、消費生活を取り巻く現状の分析と課題を抽出し、それに基づく課題解決の方向性についてまとめています。

ここで取り上げた「現状」と「課題」は、消費者庁が作成中の「第5期消費者基本計画の素案」や、さいたま市の「総合振興計画の中間見直し」に係る資料において現状分析を行った内容などまた「埼玉県の基本計画」を参考に作成しました。

第2章は、大きく3つの視点から分析し、整理していますので、順にご説明いたします。

7頁をご覧ください。1つ目は、「I 消費者に関する現状・課題と課題解決の方向性」です。

最初に7頁から9頁に記載しています「現状」につきまして、要約してご説明いたします。

本市の人口は、今後も増加が予測され、また、高齢化率（65歳以上が占める割合）と、後期高齢化率（75歳以上が占める割合）も増加が予測されています。

次に10頁をご覧ください。「現状」に対する「課題」につきましては、高齢化の進行に伴い、高齢者の消費者トラブル増加が懸念されます。また、認知機能の低下やデジタル機器の不慣れが原因で、深刻なトラブルが懸念されます。

次に「課題解決の方向性」につきましては、高齢者のトラブル対応のための相談体制の充実や、福祉機関や警察との連携、そして、高齢者の特性に応じた啓発と消費者教育の推進が求められます。

次に12頁「2 成年年齢引き下げによる若年者への影響」についてご説明します。

はじめに「現状」につきましては、令和4年4月に成年年齢が引き下げられ、国民生活センターが公表した令和5年度（2023年度）の18歳・19歳の相談件数は、前年度と比較してほぼ横ばいです。相談内容は、「脱毛エステ」など、若年者特有の相談が多くなっています。

次に、14頁をご覧ください。「課題」につきましては、18歳・19歳の若年者は、進学や就職などで生活環境が大きく変わる時期にあたり、知識や社会経験の不足から契約トラブルや悪質商法に巻き込まれることが懸念され、未然防止のための知識や判断力を持つことが急務となります。

次に、「課題解決の方向性」としましては、若年者特有の相談内容にも対応できるように、相談体制の充実を図る必要があります。また、若年者の特性に応じた消費者教育と啓発の推進が重要です。

次に、15頁をご覧ください。ここからは、2つ目の視点である「Ⅱ 社会情勢に関する現状・課題と課題解決の方向性」についてご説明いたします。

最初に「1 ICTの普及とEC市場の成長に関する動向」についてご説明いたします。「現状」につきましては、インターネットが社会に浸透し、ICTの進展でスマートフォンやタブレットの利用が増え、誰でも簡単にデジタル空間へアクセスし、商品やサービスを購入できる環境が整っています。

また、電子商取引（EC）は、新型コロナウイルス感染症の影響もあり急成長しています。

次に、19頁をご覧ください。「課題」につきましては、デジタル化による複雑・多様化した消費者トラブルの増加が懸念されます。また、高齢者やデジタル技術に不慣れた消費者のトラブル拡大が懸念されます。

次に、「課題解決の方向性」としましては、デジタル化による消費者を取り巻く急速な変化や、消費者トラブルの複雑化・多様化に対応できる相談体制の充実が必要です。また、デジタルリテラシーの向上に向けた消費者教育の推進が求められます。

次に20頁をご覧ください。「2 SDGsの推進とエシカル消費への取り組み」についてご説明いたします。

「現状」につきましては、21頁以降に掲載しています各資料、消費者庁の報告書によると、2016年度（平成28年度）に比べて、「エシカル消費」の認知度、興味度、実践状況はそれぞれ上昇しています。

次に23頁の「課題」につきましては、22頁下段のとおり、消費者のエシカル消費を実践している人の割合はまだ半数に満たない状況にあります。

「課題解決の方向性」としては、消費者のエシカル消費実践へとつながるよう、普及・啓発活動や実践的な消費者教育を推進する必要があります。

次に24頁をご覧ください。最後の3つ目の視点である「Ⅲ 消費生活相談に関する現状・課題と課題解決の方向性」についてご説明いたします。

まず、消費生活相談に関する「現状」につきましては、「1 消費生活相談件数の推移と傾向」としては、概ね1万件前後を推移しています。

次に25頁の「2 年代別の相談件数の傾向」では、70歳以上の相談が最も多く全体の約2割を占めています。

次に26頁の「3 年代別の相談内容」としては、高齢者は工事・建築の相談が多く、若年者はエステサービスの相談が多くなっています。

次に27頁の「4 契約当事者からの相談割合と高齢者の傾向」では、高齢者はご家族からの相談が増加する傾向があります。

次に28頁の「5 販売購入形態別の相談割合」では、相談全体では通信販売が最多となっており、高齢者は訪問販売が多い状況です。

次に29頁の「6 危害・危険に関する相談」では、相談全体の1%を推移しています。

次に30頁をご覧ください。ここからは、消費生活相談の「現状」に対する「課題」としましては、高齢化に伴う高齢者からの相談増加や、若年者からの相談も増加することが予測され、年代に特有の相談が増加することが懸念されます。

最後に32頁をご覧ください。「課題解決の方向性」としましては、相談件数の増加が懸念される高齢者や若年者からの相談に適切かつ迅速に対応できるような相談体制の充実と、トラブルの未然防止に向けた消費者教育と啓発の充実が必要です。

以上が第2章の説明です。

次に36頁「第3章 目指すべき姿と施策の4つの柱」をご覧ください。

第3章以降の内容については、次回以降の審議会でご審議していただく予定ですので、簡潔にご説明いたします。

第3章では、条例が掲げる目的と基本理念に基づき、将来に向けた「目指すべき姿」を描いています。また、この目指すべき社会を実現するため、第2章で整理した課題に対応する「施策の4つの柱」を定義しています。順にご説明いたします。

37頁をご覧ください。第4期基本計画の「目指すべき姿」は、第3期基本計画を踏襲し、「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会」の実現を目指すこととしています。

この社会像は、条例が掲げる目的である「市民の消費生活の安定及び向上を確保すること」と、基本理念である「消費者の7つの権利」を実現した社会の姿を具体化したものであり、消費者がより豊かな生活を送るための環境を作ることを目指すものです。

次に38頁「2 施策の4つの柱」をご覧ください。

ここでは、第2章で整理した「消費生活を取り巻く現状と課題」に適切に対応するための具体的な指針として、第3期基本計画を踏襲した「施策の4つの柱」をここでは定義し、第4章での具体的な施策展開へと繋がっていきます。

以上が第3章の説明です。

次に、42頁をご覧ください。第4章では、3章で明確化した「目指すべき姿」と「施策の4つの柱」を基に、目指すべき社会の実現に向けた「施策推進の方針」と、それに基づく「具体的な取組」を示しています。43頁以降では、「施策の柱」ごとに、施策の展開を表形式で整理しています。

また、47頁からは、急速に変化する消費生活環境への対応として、被害が深刻化しやすい「高齢者」と「若年者」に注力する必要性を示しています。ここでは、第3期基本計画を踏襲し、重点施策として「高齢者等への支援強化」「若年者への教育の推進と支援強化」の2つを掲げ、これらに基づく具体的な取組の推進について記載しています。

以上が、「第4章 施策推進の方針と具体的な取組」の説明となります。

最後に、50頁「第5章 計画の推進」についてご説明いたします。第5章では、基本計画を効果的に推進し、その進捗を適切に管理するための体制と仕組みを明確化しています。

具体的には、関係機関と緊密に連携しながら各施策を推進します。また、各施策の実施状況を消費生活審議会へ報告し、審議結果を市民に公開することにより、透明性のある計画推進を目指します。以上が第5章の概要となります。

続いて、資料3「論点整理表」をご覧ください。

はじめに、目次をご覧くださいながら、資料3の全体像についてご説明いたします。1頁には「論点整理表について」の概要について説明しています。2頁以降には、資料2の「第2章 消費生活を取り巻く現状・課題と課題解決の方向性」から、グラフや図表を除いた本文のみを抜粋し、表に整理しています。

それでは、1頁から順にご説明いたしますのでご覧ください。

はじめに「1 論点整理表」の趣旨ですが、資料2でご説明しました第2章を表に整理し、左から「現状」「課題」「課題解決の方向性」と並べることで、本日の論点である「課題解決の方向性」を把握しやすく明確になるように作成しています。

次に「2 本日の目的」といたしましては、事務局が作成した「課題解決の方向性」について、「現状」と「課題」に対応した内容となっているか、また、必要な要素を含んでいるか、という点についてご意見を頂戴することを目的としています。

本日は、皆様から頂戴したご意見を一つにまとめることが目的ではございませんので、それぞれのお立場やご経験などからのご意見を賜り、基本計画の素案を充実させていくものです。

次に、2頁をご覧ください。

具体的に、表の構成・見方についてご説明いたします。上から2行目の見出し「1 本市の人口と高齢化の状況」について、表の左から「現状」「課題」「課題解決の方向性」を分けて作成しています。ご注意いただきたい点は、「現状」(1)から(3)全体について、「課題」を2つ作成し、その「課題」対する「課題解決の方向性」を3つ作成しているものです。（「現状」(1)について、「課題」(1)、「課題解決の方向性」(1)を作成しているものではございません）以下、同様の構成となっています。

以上が、資料3「論点整理表」の説明となります。私からの説明は以上です。

○明石会長 事務局からの説明が終わりました。

今回の議題である「第4期消費生活基本計画」は、今後5年間の消費者行政の骨格を定める極めて重要なものであり、その策定における本審議会の役割は非常に重要なものと思います。変動の激しい現代社会において、5年後までの消費者を取り巻く社会や消費生活を見据え、計画を立案することは容易ではないと思います。

こうした難題には、皆様おひとりおひとりの専門的な知識や、多様な視点からの貴重なご意見が不可欠であり、これらを結集することによって、より実効性の高い基本計画を策定できるものと思います。忌憚のないご意見を賜りますようお願い申し上げます。

それでは、資料3の論点整理表の「課題解決の方向性」についてご意見をいただきたいと思います。資料3は大きく3つの視点に分かれています。

1つ目は「Ⅰ 消費者に関する現状・課題と課題解決の方向性」2つ目は「Ⅱ 社

会情勢に関する現状・課題と課題解決の方向性」3つめは「Ⅲ 消費生活相談に関する現状・課題と課題解決の方向性」それぞれ10分程度を目安に、ご意見をいただきたいと思います。

まず初めに、2頁から4頁までの「Ⅰ 消費者に関する現状・課題と課題解決の方向性」についてのご意見をいただきたいと思います。

ご意見のある方は、挙手をお願いします。

○明石会長 佐藤委員

○佐藤委員 3頁の高齢者が悪質商法に遭わないように市広報誌や自治会回覧を活用した啓発や情報提供の強化を図る必要がありますというところで、市の広報誌では、情報提供はされていないですか。

○消費生活総合センター所長 市の広報誌ですか。現状さいたま市の広報誌は、全市版や区版もございますけども、それぞれの中で消費者トラブルが多い、例えば、近年ですと屋根工事のトラブルが多かったのも、それについての注意喚起やトラブルがあった場合の対策、また相談窓口のご案内などをさせていただいております。

○佐藤委員 そうですね。ぜひこれは今後も続けてやっていただきたいと思います。消費者が被害に遭わないようにするには、今、世の中で起きている消費者トラブルがどのようなものということかを消費者が知ることが大事だと思うのですね。消費者は、消費者問題に興味のある人は別ですけれども、自分で調べて知ることまでやる人はほとんど少ないと思うのですね。被害に遭っていないのに自分で調べるということとはほとんどないと思ってよいと思います。

広報誌は毎月ポストインされるものなので、そこに今起きている消費者トラブルや被害の数字があれば、自分から調べることなく、今こういうことがあるのだよ、ということがわかることにつながります。ぜひ継続して今後もやっていただきたいと思います。

○消費生活総合センター所長 はい。ありがとうございます。直接手元に紙が届くというのは、特にご高齢の方にはすごく効果的でございますので、継続して参りたいと思います。

○佐藤委員 これは今回の基本計画と別になるし、実現できるかどうかわからないのですけれども、ネットに広告が、求めてもいないのに来ることがありますよね。その広告に、今こういう消費者トラブルがありますよとか、そういうのを載せます。若者はインターネットをよく見ますので効果的なのではないかなとは思っているのですね。

そういう情報提供をすれば、被害の拡大防止につながる可能性が高いのではないかと思います。現実的にはできるかどうか難しいかなとは思いますが、そこに載せていただければ、若者なんか特にネットをほとんど見ているので、ちょっと何か、これって気になるなって思うじゃないかと。見て知る、被害に遭う前に知ることができれば被

害の拡大防止につながると思います。以上です。

○明石会長 小川委員

○小川委員 小川と申します。消費生活総合センターの佐藤さんにもお聞きしたのですが、「若者にエステティックサービスでの問題がある、医療行為とかで問題がある」という場合に、これがほとんど施術による医療的な体への被害ではなくて、クレジットカード等を使つての支払いとか倒産に関するお金に関するトラブル、ということでした。

その中で脱毛エステがとても多いということで、去年も一昨年もずっと被害が多いようなのですけれども、被害に遭ってからやる、とこれでは遅いのではないかという感じがいたします。

こうやってすごく多いものに関しては、例えばこの高齢者の工事もそうなのですけれども、これにはみんな、B to Cと書いてありますけれども「ビジネス対コンシューマー」、結局事業者と何もよく知らない顧客との、それがインターネットで見つけてしまったとか、ネットで見つけた業者に頼んで、被害に遭ったというのも多いようです。

特にエステティシャンがやる永久脱毛というのは、ある意味、優良誤認といいますか、医療者がやるもののよう永久に脱毛ができるもののようではなくて、ほんの数回やってもまた生えてきてしまうような、エステティシャンによる脱毛というのに高額なものを払うのは、そういう業界の方には申し訳ない発言かもしれないのですが、「元を断つ」という指針がこれにはないような気がするのですが、もうちょっと高校ないしは大学の夏休み前とかに、しっかりと、このエステというのは、出かける前にリゾートに行く前にちょっと足の脱毛をしたり、エステティシャンのエステを受けて、ちょっと小綺麗になるような、それで使う分にはお小遣いの範囲でやるものにはとても問題がないけれども、高額な何十万のものをを使うものには、大変なリスクとお金がかかるのだという、その事実についての指導といいますか、それを全体に先に知らせるような、このようなものがあってもいいのではないかと思います。「元を断つ」という、そういうものが入られるのでしょうか。

○消費生活総合センター所長 ご意見ありがとうございます。学校など若年者、若者に対する事前の注意喚起は・・・

○小川委員 と、いいですか、すみません。業者に対する指導というのは、私の親戚が変な建築業者と関わったときに直接の指導というのは相談センターではできなかったみたいですけれども。やはりある意味、倒産してしまつて雲隠れしてしまつた業者というのは端から、これがある程度エステで儲けをしたら、もう閉店して逃げてしまうようなこういう悪質業者にいるような気がしますので、その辺で、もうちょっと行政等とタイアップをして、トラブルになつた事業者に対する指導がもっとできるといいなつていうのが本音でございます。もっとはっきりと広告を出すとかこれは永久ではない脱毛ですとはっきり書くべき、と思います。

○消費生活総合センター所長 ご意見ありがとうございます。さいたま市では事業者に対するそのような指導的な部分はなかなか難しいのですが、消費者庁ですとか、埼玉県さんとも情報共有をしまして、悪質な事業者に対しては適正に対応していく、といったところもございますのでその辺も基本計画に盛り込みまして作成していくようにいたします。

○明石会長 高橋委員

○高橋委員 埼玉大学の高橋です。今、教育のことについても、言及があったかなと思いますので、少しではありますが知っている立場からということでお話をさせていただきたいと思います。

ここの課題解決の方向性の中に消費者教育というふうにあるのですが、例えば私が所属している家庭科やもしかしたら社会科の中でも教科教育として取り入れることというのは、不可能ではないかもしれないのですが、学習指導要領との兼ね合いもありまして、なかなかこうなんていうのでしょうか、時代をとらえた単発的なものというのを、入れ込んでいくということに関しては、ここの1歩踏み込んだ内容というのでしょうか、そういったことについてなかなか難しい側面もあるのかなというふうには思っております。

ただ例えば、可能であれば教育委員会などと連携して、こういう出前授業をやってくれる人がいますよというコーディネートをする方がいて、教育委員会の校長会のような集まりのところでも、こういう課題というのを夏休み前にやりたいから1コマくださいみたいな、そういうアプローチが可能かどうかは別として、そういったようなアプローチをして、出前授業のような形でやるということ、小中高を通じて学校現場で普及させていくことが少し必要な努力になってくるのではないかなというふうに個人的には思っております。

あと、昨今ですね、不登校の児童生徒が増えているということもありますので、学校現場だけでは難しい面もあり、いわゆる公立の学校に来てない子たちの取りこぼしということも考えられますので、そういった点から考えると、やはり先ほどインターネットという話が出ていましたが、生徒、児童、大学の学生もそうですが、SNSというものを本当1日に何時間見ているのだろうというぐらい見ておりますので、すでにユーチューブ広告なんかで、東京都とか、多分横浜市とか、「こういったものは詐欺ですよ」というのが、最初の5秒ぐらいで明快に打ち出されるようなユーチューブ広告というのを、出しておりますので実際に埼玉県がやっているかどうかはちょっとわからないのですが、やはりユーチューブ広告の限られた時間のなんか最初5秒ぐらいでちょっとインパクトのある言葉をT i k T o kであるとか、T h r e a d s（スレッズ）とか、Xとかインスタとかいっぱいありますので、そういったところに積極的に広告を打っていく予算というのは、取るというのがもしかしたら若者に向けて、若者からしてみると、今自分が関わっているものが問題だということをまず認識させなくてはいけないというのが一番大きいと思いますので、そういった取り組みというのは、ぜひ予算を取ってやっていただけるといいのかなというふうに思っております。

○消費生活総合センター所長 ご意見ありがとうございます。現在市の当局としましては、教育委員会と連携して校長会や教頭会に職員が出向きまして、出前講座のご案内などをさせていただいております、実際に市内の大学の入学ガイダンスに参加させていただいて1時間ぐらいお時間をちょうだいして出前講座を実施したり、中学校で出前講座を実施いたしまして、そんな取り組みもしておりますので、取り組みを継続しながら、基本計画の方にも継続して取り組むよう記載をしていきたいと思います。

あと、広告ですが、こちらの方はなかなか予算の部分で難しい部分もありますけども、予算確保に向けて、課題解決に向けて取り組んでいきたいと思います。

○明石会長 佐藤委員。

○佐藤委員 私はネットを見ているんですけど、そういうのを見たことがないので、やってないからやれないものだと思っていましたけど、やっている自治体がある。

さいたま市もやれるようであれば、予算が付くようであれば、ぜひやっていただきたいと思います。若者に対しては結構そういう方が、良いのではないかなと思います。

○明石会長 10分経ってしまいましたので、では最後、石田委員お願いします。

○石田委員 はい。資料2の37頁で、「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会」が目指すべき姿って書いてあるのですけれど。そういう社会は絶対に来ないと思いますね。はっきり言って、必ず何か、それを阻止するようなことが起きてきますので。

ただやっぱり、消費者自身が不正な取引や不正なアプローチを学んで、不適當な取引とかアプローチを見抜いて被害を受けないような注意を払うということが、必ず必要だと思うのですね。

それはこの計画ですか、この基本計画にはそういう視点が、少し足りない気がするのですよ。全部役所がどうすべきかというふうなことで、書いてありますのでそれは義務ではないのですけれど、やはりそういう視点を、やっぱりこの計画の中に入れていただきたいと思うのですね。

例えば、高齢者の方が何か被害を多く受けられるということですが、それは、高齢者の関係する人たちとか、そういう人たちがやっぱり被害を受けないように心がけるとか、それから私は消費生活のサポーターみたいなものになっているのですけれど、それはあまり活動をしてないのですけれど、でも、近くの人たちと交流して、なるべくちょっとそういう話を、雑談の中にでもと思ってやっております。そういう人たちは、サポーターは結構いっぱいいるのですけれど、そのサポーターの人たちがいろんなイベントとかいろんなことやって頑張っていらっしゃるのは知っておりますけれども、地域の中で、別に、全体の地域でそれを活躍するっていうわけじゃなくていいと思うのですよ。活躍できるところで活躍してもらおうということでもよろしいかと思いますので、そういうふうなことを、さいたま市もぜひやっていただきたいなと。そうすれば私も少し、もっと積極的になれるかなと思いますので、何か市が全部やってしまうっていうわけじ

やなくて、やっぱり市民との協働っていうことが、とても大事だと私は思います。
以上です。

○消費生活総合センター所長 協働ということの視点を取り組むということで。

○石田委員 はい、そうです。

○消費生活総合センター所長 はい。ありがとうございます。

○明石会長 時間がございますので、次に行かせていただきます。

5 頁、6 頁「Ⅱ 社会情勢に関する現状・課題と課題解決の方向性」について、ご意見のある方は挙手をお願いします。

○明石会長 丹野委員。

○丹野委員 「ICTの普及とEC市場の成長に関する動向」についてですが、いわゆるデジタル時代がすごく進んでいて、この基本計画が再来年度から何年間と、その間デジタル自体がもっと進む。そういう意味では課題をですね、どんな相談、どんなトラブルが起きるか、想定することは実は本当に難しくてですね。今、EC、Eコマースとか、様々なSNS上のトラブルとかですね、そういうものがたくさん増えていくということは、はっきり紛れもないことだと思うのです。その中には、例えば今、キャッシュレス決済とかもやっていますが、それがどんどん進んでいくでしょうし、そういう意味では、私たちが今想定するよりももっとドラスティックに世の中が変わっていったら、基本計画を射程に入れようとしてもあふれてしまうような、そういうことが起きるのかもしれないと思います。それをここに書き込むのもすごく難しいので、そういう、そのところは非常に難しいなと思うのですけど。

非常に細かいことを申し上げますと、例えばこの5 頁目にですね、「複雑化・多様化している消費者トラブル」とありますけれど、5 頁目の課題解決の方向性のところですけど、(1)に「複雑化・多様化している消費者トラブルに対する相談体制の充実」と書いています。これは本当に大事なことで、「相談体制の充実」は実はこのペーパーでもう1 か所出てきているところがあるのですが、高齢者のところと2 か所あるのですけれど、相談体制の充実が必要と。本当に必要なことです。

相談員さん自身も一生懸命勉強しないと、時代に置いて行かれるというかですね、そういう現状だと思うので、「相談体制の充実が必要です」にもう1 フレーズ。2 フレーズ入れて、形容詞句を入れて、具体的にどういうことが必要なのかということをですね、ちょっと書いていただくとよろしいかと思います。

ちなみに、先ほどしゃべれなかったもので、高齢者のところにも「相談体制の充実」ということが書いてあるのですが、そこら辺も、具体的にどういうことをして充実するのかというような方向性があるとここで文章が全体として非常によくまとまってできています、ここら辺の文章が違ってくるのではないかなというのが1 つです。

もう1つは、すいません、ついでに発言してもいいでしょうか。もう1つはここのデジタル時代、デジタル時代に起こるトラブルっていうのは、当然高齢者だけでなく、若年者、若い層にも当然多いわけで、そういう人達って、電話で相談をしなくなる。みんなSNS相談です。というのを、やっぱり、そのすいません、さいたま市のセンターさんは、ネット相談をお受けになっているかどうか、把握していないのですが。もしもそういう方向に、なかなか電話をかけてもあの方達は出ないですよ。そういう人たちに敷居をさげてあげるということがとても必要だと思いますので、その辺もご検討いただければ、と思います。

○消費生活総合センター所長 相談体制の充実につきましては、具体的に、例えば、資質向上のための研修ですとか、そういったことでよろしいでしょうか。

○小川委員 ネットでの相談じゃないですか、今おっしゃった。

○消費生活総合センター所長 SNSによるネットの相談ですね、若年者に対しての。

○丹野委員 そうですね。1つはその相談のことについてはそうですね。

○明石会長 例えばZoom相談とかそういうことですか。オンライン相談は。

○丹野委員 メール相談とか。

○明石会長 メール。

○丹野委員 メール相談。例えばさいたま市さんでひとつアドレスを持って、そこにメールで相談。全国の消費生活センターの中でもやっているところはございます。

○消費生活総合センター所長 チャットでの相談とかですね。

○高橋委員 LINEですとか。

○丹野委員 先達がいるので、先達に習ってということですね。相談の体制としていかがでしょうか。

それからあと相談員さんの知識向上という意味では、最先端の知識を習得すべきところなど、そういうのが必要なのかなという気がいたします。

○明石会長 他にいらっしゃいますか。

○池田委員 意見といたしますか、記載の仕方の件なのですが。

5頁の課題のところの「(2) 高齢者等の消費者トラブルの拡大」で、「デジタル技術に

不慣れな」から「デジタルリテラシーの向上を推進することが求められます」と書いてあるのですが、課題の設定としては、現状から多分デジタルリテラシーの欠如がトラブルの拡大に繋がっているという内容になると思うので、ここはそういう課題の設定で解決が、こうだっというふうに書いた方がよろしいのかなというふうに思いまして、ちょっとそこが気になったので。意見です。以上です。

○明石会長 安藤委員。

○安藤委員 中小企業団体中央会の安藤と申します。

今ほどのお話に関連してですけれども、私もこれからデジタル消費者という意味でも、事業者という意味でも大事ななと思っているのですけれども、注目したのが参考資料3の、消費者庁の消費者白書ですけれども。11頁目です。第1部第2章第2節のAI技術とか、図表2-5というのがあります。「デジタル社会における課題と変化」ということで。

皆さんもネットを見ていると気が付くと思うのですが、「おすすめ」がですね、ポンと表示をされ、自分たちが日頃から見ているホームページに関連するような商品だとかサービスだとかの広告がポツと出てくるのですけれども、これが便利なのかどうなのかというので、若い人ほどこのグラフを見るとですね、若い人ほど便利だと思っているような形でありまして、事業者としてはこれぜひ買っていただきたいという意味で出すのだと思いますけれども。これってアルゴリズムがですね、こういうふうに組まれている話であるのですけれども、その中には、それこそワンクリックすることによってみたいな、基本はプロバイダーの方が気をつけているという話がありますけれども、やはり教育というものが大事になってくるのかなと思いますので、ここでどういうふうに盛り込むかというのはまた今後の整理になってくるかと思いますが、この視点も入れていただくと良いのかなというのがあります。

それから特に高齢者の部分ではですね、今の話と関連して資料2の方の47頁の辺りが、第2章とはまた違いますけれども、高齢者等への支援の強化が必要な理由が書かれております。47頁ですけれども、この部分はちょっと表現的にさらにきついかんと思ったものですから、これを対外的に出すのであればもう少しこう、やわらかく、具体的に言うそうですね、下から3段落目ですけれども、特に「デジタル技術の不安や～高齢者の多くはそのリスクを認識しづらく、騙される危険性が高いのです」みたいな書き方でですね、これはちょっと「比較的」とか何とか、マイルドにした方がいいのではないかなということがあります。

それから、次の段落で「孤立した高齢者の増加により」という文言があって、そういう方ももちろん一人暮らしの方もいるので、そういう部分もあるかと思いますが、ただまさに今の時代になってくると高齢者の方でもSNSで発信するとかですね、いろんな方いらっしゃると思いますので、その辺はあまりステレオタイプにですね考えない方が、今の時代の認識としてはいいのかなというふうに思っているところであります。この部分については以上です。

○岡田委員 埼玉県消費生活支援センターの岡田です。まず参考になる話を1つと、もう1つは、今のところのご質問なのですが。

埼玉県でメール相談をやっているのですが。始めたのが令和5年度ですが、6年度が今2.5倍ぐらい、前年度の、ということですのでぐく数が増えております。比較的若い層が、比較的ですね、増えている、割合としては多いということがあるのですが、一方で、メール相談なども皆さんご存じかと思えますけれども、双方向のやりとりではないので、きちんと聞き取りをすることが難しく、まずは一般論でお答えした後に、電話相談をしてくださいというような形になっていて、そういったものが数が多いという実態がある。

また、LINE等で相談しようとなるとですね、それもまたやりとりがリアルタイムになるので、相談を受けるサイドとして非常に厳しい面がありますので、そういったものも、若者向けに取り組んでいかなくてはいけないと思うのですけれども、県の方でもメール相談の様子を見ながらですね、そうですね、今ちょっとLINE相談とか、そういったことはまだ検討してないです。

私が質問をしたかったことが、社会情勢に関する現状課題、こういったものを策定される時の話で、消費者庁の計画であるとか、県のものを参考にされながらという話もあったのですけれども。県の方は1年遅れていて令和8年度までが事業期間になって、ちょっと遅れちゃっていることがあるのですけど。

国の計画の素案を見ますと「グローバル化が進展することに対する対応」というのがあるのですが、県もこれから計画の見直しというのを1年遅れでするのですけれども、参考までにですね。グローバル化ってということについて、何かご検討されたのかどうか、それについて、検討されて取り込まれなかった理由があれば教えていただけますでしょうか。

○消費生活総合センター所長 ありがとうございます。国の計画を拝見させていただいたのですが、なかなか、本市のグローバル化についての対応といいましょうか、そこについても、まだ検討には至らなかったという状況がございます。ですので今回、基本計画の素案については取り込んでいないというところでございます。

○岡田委員 わかりました。特段、国と違って在住外国人の方の、相談になかなか繋がらない被害というのがあるのかと思ったのですけれど。それがちょっと今のところ、高齢者と若者っていう切り口で整理をされていて、そこに含まれるという考えでよろしいですか。

○消費生活総合センター所長 外国人の方のご相談はなくはないのですけれども、日本語が話せる方がご相談にいらっしゃることがございますので、通常の相談者として認識して差支えがないかなというところでございます。

○岡田委員 わかりました。ありがとうございます。

○明石会長 最後7頁から10頁。「Ⅲ 消費生活相談に関する現状・課題と課題解

決の方向性」について、ご意見のある方は挙手をお願いします。

○明石会長 萩島委員。どうぞ。

○萩島委員 資料2の30頁の課題の1の②のところですが、資料3でいうと7頁の課題のところの②。通信販売に関するトラブル、という文言があります。

ここのところで表を見ますと、通信販売は最も多いのですが、訪問販売も3年度以降大きく増えているし、通信販売、訪問販売、2つの言葉を出した方がいいのではないかと。訪問販売というのを、通信販売の次のところに入れて、「通信販売、訪問販売に関するトラブルなども」というふうにした方がいいのではないのでしょうか。訪問販売もかなり増えているし、絶対数も多いので是非入れていただきたいという要望です。

もう1つこれは細かいことになりますが、資料2でいいますと25頁の契約当事者年代別の件数、今ご覧になっている資料3でいうと7頁の現状の2の年代別消費生活相談件数の傾向と変化というところです。

要は言いたいことが、20歳代、60歳以上の高齢者と2つについての増加傾向という言葉が触れてありますが、私としては、60代、70代、そういう人たちの数字は元年度と、例えば令和5年度と比べても減っていますので増加傾向とは言えない。20歳未満、20歳代、ここのところの増加傾向ということについても、この表を見ると、元年度からの推移を見ると、横ばいの状態が続いているというのが正しい。細かいことなのですが、単純に増加というふうにいえるのかなと、元年度から分析すると、そういうことがいいのではないかと。20歳代については増加していないし横ばいである。私はそういう認識。60歳代も増加はしてないと。横ばいといえば横ばいなのです。増加傾向と簡単に使うとそれがちょっと、認識が違うのではないかな。

最後、このところで、今、資料3の7頁のところを見てもらっていますが、課題解決の方向性というところで、②のところ、消費者トラブル未然防止のための消費者教育・啓発の充実。ここのところですが、

要は、下の3行のところで、「高齢者に馴染みやすい市広報誌、自治会回覧等を活用し」となっていますが、ここの審議会には民生委員の団体が入っていないので、私が唯一、民生委員として代表してひとつ言わせていただくとするならば、先ほどのですね、このところと、資料2の9頁がリンクするのですが、資料2の9頁の課題解決の方向性、(2)で関係機関との連携強化について触れています。実を言うと、地域包括支援センターなどの関係機関となっていますが、これは正しい表現ですけど、あえて申しますと、現場で孤立化それから単身化が進んでいる中での対応というのは、今、民生委員がアウトリーチして、先般も警察と両方で個別にやっています。

私としては、特に高齢者という全体枠の話で、9頁に入れてもらいたいのですが、民生委員ということ。特に11頁のところについては、単身高齢者ということで、あえて別立てしますので、ここではポイントとしてやっぱり民生委員にしっかりですね、個別にアウトリーチが必要だということについても、認識した文章にしてもらいたい。これは現に警察ともタイアップしてやっていますので、そこのところも踏まえてお願いしたいと思います。以上です。

○消費生活総合センター所長 貴重なご意見ありがとうございました。反映させていただきます。

○高橋委員 発言するのがこの場所でいいのか自信はないのですが、先ほど問題も起きないと表面化しないっていうようなご指摘があったかなというふうに思うのですが、例えば、やっぱりLINEでの対応なんかは、受け手の問題で難しいなということがあった場合に、やはり普段からそういう相談先の敷居を下げるっていうことで何かやれることがないかって考えるのも1つの方法なのかなと思うのですけども。

例えば被害に遭わなかったとしても、こういうことがありましたみたいなものを報告する先というのでしょうかね。実際にその被害になっていないので何とかカウントにはならないかもしれないのですけれども、こんな目に遭いましたとか、例えば高齢者のことと言えば、こういう電話がかかってきましたとか、こういう語ったものがありましたみたいなことを吐き出す口と言ったら言葉が悪いかもしれないのですけれども、そういうふうにして声を上げるということの、何て言うのでしょうか、空気感じゃないのですけれども、そういうのを作っておくと、もしかしたら自分が困ったときに困って初めて手を挙げるのってものすごく勇気がいる気がするので、ここに声を上げる場所があるのだみたいなところの啓蒙活動というのか、事件にもなってない、問題にもなってないものまで受け入れてたらパンクしてしまうかもしれないのですけれども、そういうアプローチも1つなのかなというふうに思っている高齢者とか、若年層のそもそもの敷居を下げておく工夫としては、取り組めるものの1つかなと。

○消費生活総合センター所長 例えば、ヒヤリハットのようなイメージでしょうか。

○高橋委員 そうですね、はい。

○消費生活総合センター所長 実際に怪我にはなっていないのだけど、こういった危険性がありましたよっていう、そういったことを広く、情報共有すると。

○高橋委員 そうですね、声を上げるというトレーニングじゃないのですけれども、多分声が出るのってものすごく勇気が必要なので、気軽に上げられるような、雰囲気づくりじゃないのですけれども、働く方の仕事は増えるのかもしれないですがちょっとそんなことも取り組める可能性はあるのかなと思います。

○消費生活総合センター所長 ありがとうございます。

○丹野委員 今おっしゃったアイデアはその通りだと思います。独居の方って例えばこういうことがあった時、誰かに言ってですね、「それ大変でしたね」とか「ひっかからないでよかったね」とかそういう形のフォローをしていただくと。それがやっぱりつながっていくことになると思う。

ですから、労働負荷がかかってとても大変かもしれませんが、でも、そういう意味

では、そういう電話をちょうだいしてよろしいのではないかと思いますし、それからひどく、本当に孤立していると話す人がいないのです。ですから公共の窓口なのにそこに毎日のように電話をかけてくる人がいるじゃないですか。それと同じ、それをふやせと言ってるわけでもない。そういう経験を、それをフォローしてくれるところがあるとすごくそういうことにひっかからないで済むのではないかと思いますのですよ。

普通の人、自分のところに電話がかかってきたり目の前に現れる人が悪い人だとなかなか思えないのですね。バイアスというのだそうですが。そういう意味では、消費生活センターが、敷居をめちゃくちゃ下げて、どんな相談どんなお話でもどんどん声も聞きますよ、というのが1つの手かもしれないですね。

○明石会長 時間が大幅に超過してしまいましたが、あと1問くらい。

○小川委員 すみません。質問なのですが、去年、堀江貴文さんとか、ああいう方のところで、私もF a c e b o o kにそういう人たちの投資相談にのりますというものをみましたけれども、変なものが入っているわねってみんなそのまま消してしまったのですが、大変たくさんの方がひっかかって、すごく被害になったのですが、さいたま市の相談センターには、いわゆるネットの投資詐欺みたいな相談があるのでしょうか。

○消費生活総合センター所長 件数は把握していないのですが、もちろんございました。一時期、はやった時期には頻繁にございました。

○小川委員 それはどうなったのでしょうか。

○消費生活総合センター所長 こちらを受けまして注意喚起などを行いました。

○明石会長 それについては私の方から。消費生活センターとかに、F a c e b o o k、メタ社が運営していますけれど、あの経由で行った案件のうち、幾つかですね、弁護団を作ってますね、今メタ訴訟をしているところです。もう提訴しました。うちだけでなく、神戸とか関西の方でも提訴してまして。かなりチャレンジングな訴訟でもありますけれども、おっしゃる通り有名人の方を勝手に使って広告して、メタの広告審査はザルなのですね、ほとんど何もやってないのと同じです。そういうプラットフォームの責任を追及するという訴訟を今やっているところです。結論が出るまでは何年かかかるとは思います。我々弁護士もそうやって動いています。今後も消費生活センターと連携して対応していきたいと考えています。原告団に加わりたいという方についてはもう随時、門戸を開いていますので、広告被害対策弁護団っていうのがありますから、市の相談所とか各地の消費生活センターにそのフェイスブックの広告経由被害に遭ったっていう場合にはそこから事件が我々弁護団のところにまわってきたりとか、もうすでにそういう仕組みができています。

すみません。時間がだいぶ超過しておりますので。

○小川委員 お聞きできて良かったです。

○明石会長 それでは議事を終了しまして、進行を事務局にお返しします。

○吉沢委員 ちょっとよろしいですか。質問というか、すみません。今日はこの2章、の論点整理というところの目的に沿って議論がされているわけですね。皆さんからもそれぞれ具体的に4章の方もあるし、すごく提案があったように私は感じたのですね。それはもう2回目、3回目以降すごくいいことなのだろうと思うのですが。今日の論点は、2章の課題と現状と課題、課題の方向性を、これでいいですかという話ではなかったのですよ。私はそこを確認されるのかなと思ったのですが。そこはどうなのでしょう。

○消費生活総合センター所長 今回出しました、課題解決の方向性についてですね、足りない部分があったりとかですね、こういうふうに直した方がいいですよ。そういったところをご意見をちょうだいすることが目的ではございましたけども、それ以外の部分。第3章、第4章にご意見いただいた部分につきましても、貴重なご意見でございますので、それにつきましてはこちらの方でそれを踏まえてですね、次の審議会に向けまして、修正できるところは修正させていただきたい。

○吉沢委員 ありがとうございます。

○荒川所長補佐 その他の方をよろしいでしょうか。ありがとうございます。

事務局の方からご案内させていただきます。お手元の資料の中にも入っていますが、さいたま市の消費者フォーラムのご案内をさせていただきます。カラーのチラシです。

さいたま市消費者団体連絡会が主催で、さいたま市が共催です。消費者団体等との協働で消費者問題等をテーマに外部講師をお迎えして、消費者の意識啓発や知識向上を図るということで、今回は防災やジェンダーと、消費者問題の他にいろいろな部分も入っているのですが、令和7年2月15日の土曜日、講演会の午前の部は10時から12時まで、出前講座の午後の部は14時から15時に、「防災から始める地域づくり」というテーマで、消費者フォーラムを開催する予定です。定員はまだ大丈夫ですのでお時間があるようでしたらお申込みいただければと思います。

内容を簡単に説明させていただきますと、午前はまず避難所のあり方を含め、弱者を取り残さない、多様性に配慮した防災のあり方を事例を交えてお話しするという内容なのですが、講師は、NPO法人埼玉広域避難者支援センター副代表理事の薄井先生に講演をしていただきます。また、午後はさいたま市の防災課が来て、出前講座を行うということで、「はじめよう！我が家の防災対策」というテーマで特に風水害編ということで、ハザードマップとか、水害等の避難の際の注意点などそういったものを、出前講座形式でプロジェクターを使って学ぶ内容の講座をさせていただきます。場所の方は浦和コミュニティセンターの第15集会室で実施します。先着順で各100名ずつということでまだまだ余裕がございますので、もしよろしかったらお申し込み下さい。消費生活

だけでなく、防災などいろいろつなげて考えていただければと思います。以上です。

○田島所長補佐 ありがとうございます。

最後に事務局より連絡がございます。まず、議事録への署名の件ですが、事務局で作成しましたら、郵送でお送りし、内容を確認、訂正いただき、事務局までお送りいただいてから、それに基づき、清書したものに署名をお願いしたいと存じますので、よろしくお願いいたします。

また次回の審議会の開催ですが、開催日等についてはまた改めて連絡させていただきますのでよろしくお願いいたします。

これをもちまして、10期第2回消費生活審議会を閉会させていただきます。
本日は誠にありがとうございました。

散 会（午後3時20分）