

4 期 第 5 回 さいたま市消費生活審議会

期 日	平成 25 年 12 月 17 日 (火)
場 所	さいたま市役所
会 議 時 間	開会 午後 2 時 0 0 分 ~ 閉会 午後 3 時 1 1 分
出 席 委 員	会長 松苗 弘幸 委員 福村 武雄 重川 純子 洪谷喜代司 江森 信行 田島 俊秀 森 茂典 佐藤 利昭 久慈美知子 笠原 朝子 佐藤千鶴子 池上 憲二
欠 席 委 員	若狭 美道 岩重 佳治 岩崎万智子
日 程	1 開会 2 議題 (1) さいたま市第 2 期消費生活基本計画 (素案) パブリック・コメント実施結果について (2) その他 3 閉会
配 付 資 料	<ul style="list-style-type: none"> ・ 次第 ・ さいたま市消費生活審議会委員名簿 ・ 4 期第 5 回さいたま市消費生活審議会座席表 ・ (仮称) さいたま市第 2 期消費生活基本計画 (素案) 12 月 17 日版 ・ (3) 基本計画の総合指標 ・ 「さいたま市第 2 期消費生活基本計画 (素案)」に対する意見募集結果 ・ 基本計画 (素案) に対する意見集約リスト ・ 施策展開における重点の具体的施策と直近実績 ・ 具体的施策 24 年度実績一覧
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所長 中島 知行 (書記) 浦和消費生活センター所長 大久保成一 岩槻消費生活センター所長 浜野喜一郎 消費生活総合センター所長補佐 柳 潤子 消費生活総合センター消費生活係長 川島 朋之 消費生活総合センター消費生活係主任 功刀 郷子 消費生活総合センター消費生活係主任 吉田雄一郎

4期第5回さいたま市消費生活審議会 会議録

平成25年12月17日(火)

開 議 (午後2時00分)

○吉田消費生活係主任 それでは定刻になりましたので、本日の審議会をはじめ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、誠にありがとうございます。ただいまから4期第5回さいたま市消費生活審議会を開催いたします。

本日は、若狭委員さん、岩重委員さん、岩崎委員さんより、所用がございまして、欠席とのご連絡をいただいております。今、少々江森委員さんが遅れておりますが、委員15名中、12人の出席予定となっておりますので、過半数を超えております。よって、条例施行規則35条の規定により会議が成立となります。なお、本審議会は「さいたま市情報公開条例」第23条の規定により、原則公開となっております。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。

それではまず、本日の資料の確認をさせていただきます。

まず「次第」、その裏面に「委員名簿」、それから「座席表」、続いて厚い冊子の「(仮称)さいたま市第2期消費生活基本計画(素案)12月17日版」とA4判1枚の「(3)基本計画の総合指標」、続いてホチキス止めした「さいたま市第2期消費生活基本計画(素案)に対する意見募集結果」と「基本計画(素案)に対する意見集約リスト」、A4判1枚の「施策展開における重点の具体的施策と直近実績」、最後に「具体的施策24年度実績一覧」でございます。すべてお手元にご覧いただけますでしょうか。よろしいでしょうか。

続きまして、職員の出席についてですが、本日市民生活部長が議会の関係で出席することができませんので、ご了承ください。他の職員については、先程の資料にありました座席表のとおりとなっておりますので、よろしく願いいたします。それでは、議事に入りたいと思いますので、よろしく願いいたします。審議会の会議につきましては、条例施行規則35条の規定により、会長が議長となって進めていただくこととなっております。それでは、会長、よろしく願いいたします。

○松苗弘幸会長 皆さんこんにちは。本日はこの第4期の審議会第5回目としまして次第にもありますとおり基本計画に関する詰めをやっていくことになると思いますので、大詰めというところに来ておりますので、年末ではございますが有意義な議論ができればと思っております。それでは議事を進めてまいります。事務局の方で本日は、傍聴者はいらっしゃいますか。

○吉田消費生活係主任 はい、本日、傍聴者はありません。

○松苗弘幸会長 はい、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

と思います。これは、事務局で議事録を作成しましたら、内容等を確認していただき、署名をしていただいて、承認をしていただくものです。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、田島俊秀委員それから久慈美知子委員にお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。

○両委員 承諾

○松苗弘幸会長 他の委員の方々もよろしいでしょうか。

○他の委員 賛同

○松苗弘幸会長 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、内容等をご確認いただき、承認の署名をよろしくお願いします。

それでは議題に入ります。次第にありますとおり「さいたま市第2期消費生活基本計画（素案）パブリック・コメント実施結果について」、事務局の方で説明をしていただきたいと思います。お願いします。

○吉田消費生活係主任 それでは、さいたま市第2期消費生活基本計画（素案）パブリック・コメント実施結果について、説明いたします。まず、資料についてですが、パブリック・コメントの実施結果等を踏まえて修正を加えた「さいたま市第2期消費生活基本計画（素案）12月17日版」の冊子、基本計画（素案）の追加検討資料として「(3)基本計画の総合指標」と表示されたA4判1枚の資料、パブリック・コメントの結果をまとめた、「さいたま市第2期消費生活基本計画（素案）に対する意見募集結果」、審議会での意見をまとめた「基本計画（素案）に対する意見集約リスト」、基本計画の施策の直近実績をまとめた「施策展開における重点の具体的施策と直近実績」及び「具体的施策24年度実績一覧」、以上となります。

まずは、パブリック・コメントの実施結果について報告させていただきます。お手元の「さいたま市第2期消費生活基本計画（素案）に対する意見募集結果」をご覧ください。前回9月26日の審議会委員の皆様よりご意見をいただき修正を加えた基本計画（素案）について、議会報告を経て、11月1日（金）から12月2日（月）まで、パブリック・コメントを実施し、広く意見を募集しました。その結果、9名の方から40項目のご意見をいただきました。

基本計画に数値目標を取り入れるべきかどうかについては、審議会の中でも審議を重ねてまいりましたが、パブリック・コメントでも同様の意見がありました。資料の意見番号1がこれにあたります。基本計画に個別の細かい数値目標を設けることは、基本計画という性質上から適当ではないと考えているのですが、一方で、これまでの審議会での経緯や今回パブリック・コメントでご意見をいただいたことを踏まえ、基本計画全体の総合指標として何かしらの数値目標を掲げることがやはり必要なのではないかと考え、今回最も基礎的な指標と言える、「消費生活センターの認知度」を数値目標として基本計画に含める案を考えてみました。

お手元のA4判の1枚紙「(3)基本計画の総合指標」をご覧ください。こちらで示しているとおり、平成24年度時点で40.6%だった認知度に対して、基本計画最終年度の平成32年度には50%以上の過半数に達することを目標としたものです。センター認知度は最も基礎的・基本的な指標ですが、消費者行政の市民への浸透度を端的に図ることができる指標であり、この指標の数値を上げていくことは、消費生活に対する市民の意識が高まり、消費者被害の減少へとつながるものであって、指標として極めて有効なものだと考えています。

基本計画(素案)の23ページで、「消費者の権利と施策展開の基本的方向の連関」として図を示していますが、この数値目標を基本計画に取り入れるのであれば、23ページの後にこの資料を差し込んで、以降のページを1ページずつ後ろにずらす方法で修正を考えております。この数値目標を取り入れるかどうかについて、後ほどご意見をいただきたいと考えております。

なお、今回の基本計画では、巻末の用語の解説で各用語についている掲載ページについて、ページがずれることを考慮して空白で表示していますので、予めご了承ください。

その他、パブリック・コメントでの提出意見、基本計画の修正を含むご意見に対する市の考え方については、「さいたま市第2期消費生活基本計画(素案)に対する意見募集結果」をご参照ください。修正内容については表記・表現の変更や用語解説の追加などが中心となっております。先ほどの数値目標の件を除き16項目ありました。

また審議会委員の皆様から、これまで意見書や審議会の場でいただいたご意見で、パブリック・コメント実施までに基本計画への反映ができていなかった内容についても、今回併せて修正を行っております。お手元の「さいたま市第2期消費生活基本計画(素案)12月17日版」にて順に追って説明させていただきます。

10ページからの「年代別の消費者被害の現状」の部分では、高齢者に対する説明が重複しているというご指摘をいただいていたのですが、これについては、年代別に高齢者と高齢者以外に分けて現状をまとめ直しています。

23ページの「図9 消費者の権利と施策展開の基本的方向の連関」は概要版と比べわかりにくいというご指摘がありましたので、概要版で使用していた図を参考にして、より分かりやすい連関図にまとめ直しています。

25・26ページでは、「重点」に対する説明が全くないまま、唐突に54～56ページで「施策展開における重点」が登場し、説明が不足しているというご指摘をいただいていたので、25・26ページで「重点」に該当する部分をよりはっきりとした強調表示とし、26ページの末と、55ページの先頭に重点についての説明文をつけています。

27ページ以降の具体的施策の表について、担当部署の記載が局名では範囲が大きすぎてわかりにくいというご指摘がありましたので、担当として課所名を表示するよう修正しています。

同じく27ページからの「消費者の安心・安全の確保」の中で放射能、放射性物質の記述が必要ではないかというご意見を受けて、説明文中に「放射性物質」という文言を追記しています。

35ページの「自主的な学習の支援」では、消費者団体に加えて、事業者も加えてはどうかというご意見については、53ページの「事業者への情報提供の促進」部分が事業者向けの支援に該当するものとなっています。

同じく35ページの「自主的な学習の支援」について、消費者団体などへの支援については、㊦

の補助についての具体的な説明や新たな消費者団体設立についての支援の施策が必要とのご意見をいただきましたが、支援の具体的な内容の代表例として㉗～㉙の施策を挙げているもので、㉚の施策は㉗～㉙に該当しないその他の支援としてご理解いただければと思います。また、新しい消費者団体設立に対しての支援は、こちらに示した㉗～㉚の施策全体で支援をしていくものとして考えていただければと思います。

46 ページの高齢者見守りネットワークについては、具体的イメージができるよう、第1段階・第2段階の体制を明記しています。

51 ページの「地産地消の推進」において消費者意見が反映されるべきとのご意見については、その下の「消費者、事業者及び市の連携・協働」の施策の中で消費者意見が反映されるものと考えています。

その他今まで意見書や審議会の方でご意見をいただいた内容について、それ以前に計画の修正に反映させていただいているものもありますけれども、こちらにつきましてもお手元の「基本計画（素案）に対する意見集約リスト」に意見書と審議会での意見に分けてまとめていますので、こちらも併せてご確認お願いいたします。

続きまして、前回の審議会にてご要望のありました、各施策に対する直近の実績について、報告させていただきます。

まず、A4判1枚の「施策展開における重点の具体的施策と直近実績」の資料をご覧ください。こちらは、今回重点として取り上げた「高齢者対策」「消費者教育」「事業者指導」にこの3つに関する具体的施策について、直近の実績である24年度実績をまとめたものです。

まず「1. 高齢者の消費者被害対策の強化」では、高齢者を対象とした出前講座について、平成24年度は32回開催し、延べ987人が参加しています。また、高齢者に日頃接する人にあたる「地域包括支援センター、社会福祉協議会、民生委員」を対象にした出前講座は、9回開催し、441人が参加しています。

あっせんの実績では、平成24年度の全相談件数8,412件のうち、あっせん件数が989件で、あっせん率は11.8%、あっせんした案件のうち解決となったものが89%になっています。

関係機関との情報の共有及び連携の強化では、地域包括支援センター等への各種資料の提供を随時実施した他、先ほど述べた出前講座の実施でも連携強化を図っています。また、ネットワーク形成では、見守り地区が3地区増えて17地区に、会議実施地区が1地区増えて10地区になっています。

つづいて「2. 消費者教育の推進」では、「消費者教育推進計画」は平成26年度以降の策定ですので実績はありません。

「学校における消費者教育」では、「学習指導要領に基づく消費者教育」として、小学校・中学校・高校で表に書かれた教科の授業において消費者教育が実施されています。

「消費生活講座・学習会等」では、出前講座を中学校1校で5回開催し、170人が参加しています。また新任の中学家庭科の先生に対して「初任者研修機関研修教科別研修」を実施しています。

情報提供として、表記のとおり、リーフレット・ポスター・冊子・DVDの配布等を実施し、DVDの貸し出しも行っています。

「地域・家庭における消費者教育」では、「消費生活講座・消費者セミナー」を表記のとおり実

施しています。この実績は24年度実施の講座・セミナーの総数を示したもので、先に述べた高齢者対策での講座も含まれています。

また情報提供として、各種啓発資料やイベント告知資料の配布を随時実施している他、図書・DVDの貸出を実施しています。

「3. 事業者指導の強化」では、事業者指導件数が62件となっています。これは消費生活センターに訪問した事業者が対象となっているものです。また、県や県警等関係機関との連携の強化では、会議等における情報交換を行っており、国・県・警察・市町村が出席した、「防犯連絡会議」や県・警察・さいたま市が出席した「消費生活相談に係る情報交換会」の他、県との間の担当課長会議や担当者会議で情報交換を行っています。25年度には、警察との事例研究会や送り付け商法に関する事例データの警察へのデータ提供など、新たな取り組みも行っています。

表の右端の備考欄には、実績を評価していく基準等を示しています。こうした基準に従って、毎年状況調査にて計画の進捗状況をチェックしていくことになります。

今ご説明したものが基本計画の重点の部分ですが、その他具体的施策の24年度の実績について、確認できるものを「具体的施策24年度実績一覧」にまとめていますので、こちらも併せてご参照ください。このような形で基本計画の各施策について、毎年各所管が実績報告を行い、事前に定めた評価基準に従って状況確認を行っていくことで、基本計画の状況調査を行っていきます。調査結果について、審議会で報告させていただき、審議会でのご意見をフィードバックして、具体的施策の内容や評価基準の見直しを行い、次年度に反映させていくという方法で基本計画の各施策を実施していきます。

以上で、さいたま市第2期消費生活基本計画（素案）パブリック・コメント実施結果及び施策の直近実績についての説明を終わります。今回提出させていただいた素案に対して、皆様からのご意見をお聞きした上で、最終的に市長に答申する資料として準備させていただきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

○松苗弘幸会長 ありがとうございます。パブリック・コメントの結果としては今ご説明いただきましたとおり40項目に及んでいるところでございます。なかなか今全部を精査することはいかないかもしれませんが、形式面ないし、内容そのものではない要望、内容面への要望等、いろいろな意見があったように思います。今事務局の方でご説明いただきましたとおり若干分けて議論を進めていきたいと思っております。

一つは大きいところで数値目標というものが従前からこの審議会の中でも議論していたところで、数値目標を入れることによって、その目標の数値の文言であったり、ある意味一人歩きをしていくという問題と、他方で、目標値があったほうがある程度目安としてはわかりやすいのではないかと。あらゆる数値目標を入れるのはなかなか難しいところがあるので、今回具体的施策ないし、それぞれの部分についての今の実績などをご報告いただいて今事務局のほうからご説明ありましたとおり、今後の基本計画の状況などのチェックにはきちんと数字自体を見ていきましょう。

ただ、基本計画そのものに入れるかというところについて、今パブリック・コメントの後のご意見などを参考にしながら事務局の方でのご提案として配布資料の中のセンター認知度向上という、ある意味消費生活相談における基本的なファクター・数値として入れてはどうかというご提案

がございました。その点についてまず、ご意見をお伺いして、確定をしていきたいと思ひます。この点に関するご意見はいかがでしょうか。

○佐藤利昭委員 考え方についてはいいと思ひます。入れたほうがいいと思ひます。説明にあるように、消費生活センターの認知度が向上していくことで消費者被害が減少することが期待されるというのはそのとおりであり、この認知度が上がっていくということは極めて大事だと思ひています。私は、以前もこの基本計画でなくても年度の計画を進めていくときにはできるだけ数値目標を決めて、それで評価できるようにと意見を出させていただいたこともありますし、その点からいっても基本計画の大本である総合指標については大事なと改めて思ひました。ただ、50%以上という目標数値は、どうなのかと。これは人によって評価、意見があると思ひます。個人的には、3か年の計画ではないので、平成32年度、2020年までの7年間の目標というところ、ややチャレンジングに欠けているように思ひます。2020年にこうありたいということから逆算して、施策ももう一度充実させていくことが大事だと思ひますし、数値は、何%とは言いきいですが、50%以上ではなく、もう少しチャレンジングな目標数値にしてもよかつたのではないかと思ひます。

○松苗弘幸会長 ありがとうございます。この数値目標の立て方は自体は悪くはない。むしろ入れたほうがいい、ただ50%以上というところについてはもう少し議論の余地があるのではないかといいこと。事務局でこの数値を決めるにあたって、おそらく過去の23年なり、どういった統計があるのか私もわからないのですが、ここに10%を上げるのに、過去の経緯からしてどうなのかとか、他方で、今佐藤委員からも話がありましたとおり、これだけの長期の計画の中で情報もどんどん進んでいく状況にもあるのでそういった点も加味して、事務局のほうで、現状とこれまでの経緯と、この数字に対するご意見としてはいかがでしょうか。

○消費生活総合センター所長 消費生活センターとしては、これまでも認知度向上に色々な施策を採ってきたつもりですが、現状の40.6%という数字が、当センターとしては、非常にショックな数字で、今回の50%という数字を出すときに、低いというご意見が出るだろうことは、素案を作った段階で想定しておりました。ただ、これを考える際に、これまでアルシエで放映したり、区役所で放映してみたり、ラッピングバスを走らせてみたりはしているのですが、どうしても消費者被害が自分の身に降りかかってくる時まではあまり実感がない。そういったことを踏まえて、この数字が低めだというご意見の中で、市によっては70%という数字を挙げている市もごひます。ただ70%というものが遠大な数字なので、当センターとしては、最低限過半数は知ってもらいたいという気持ちでの数値目標を出させていただきました。この数値について、委員さんから、低いというご意見がでるのは想定しておりました。どの程度がいいのか。当センターで挙げるといふのはのは目標ですから、50という数字が低いとすると、ショック的な数字にならないように60とかはどうでしょうか。委員さんのご意見をいただきたいと思ひます。

○松苗弘幸会長 田島委員どうぞ。

○**田島俊秀委員** 今おっしゃられたように、ショックな数字ですね。本当に。行政機関で、一番自分に身近なところの消費生活行動という中で、アンケートをとってみて、認知度・知っているというのが40%というのは恐ろしい数字だと思います。本来であれば、消費生活というのは日常の行動の中で消費するのですから、トラブルもあるかも、訪問販売も含めて、悪質業者もあるし。今おっしゃった50%というのは高いか低いかというのは、2人に1人知っているということですよ。70%ということだが、本来であれば、100%知っていなくてはならないというのが本来の目標になる。ところが24年度から32年度の約8年かけて10ポイントということは毎年1ポイントずつ上げていこうということ。認知度向上に取り組もうというその姿勢がなんか感じられない。それでいいのかという感じを受けます。

○**消費生活総合センター所長** 問題点というのが、オレオレ詐欺でいうと、まさか自分が被害者になるとは思わなかった。というのと同じで消費生活センターというのが被害に実際にあって相談窓口を探すまでというのが、自分には関係ない存在だという部分があると思います。ですから、例えば当センターで若者向けにHOT PEPPERに広告を掲載してみました。これを見て来た人はアンケート上1人だけ。アルシェで放映してみても、これを見てきた人は0人。そういった状況の中で、実際は何かがおきるまで遠い存在であるという部分があります。アンケートが無作為抽出で、年代別を区切らずに平均値を出そうとすると、どうしても、率が低い傾向になってしまいます。そこのところで、50%がせめても過半数と思ったのですが、確かに目標数値としては、今後努力を重ねていくらかでも認知度を上げていこうという目標数値としては低いという認識と、ご意見を頂戴するだろうということ、ご納得できない数値だろうとは思っていました。

○**田島俊秀委員** 一方では少子高齢化でますます7、80歳が増え高齢化が進むわけですね。

今おっしゃったオレオレ詐欺も含めて、犯罪的な部分も防犯も含めて取り締まるということを考えて50%というのは低いのでは、行政機関なんだから、さいたま市の。

○**消費生活総合センター所長** 十分認識しております。

○**田島俊秀委員** もっと高めたいという目標を持ってもらいたい。

○**松苗弘幸会長** なかなか、前から目標数値を決めるときに、数値の合理性というのをどのように決めるかというのはあると思いますが、多々、正直、おっしゃられたように感覚的なもの、それから市民が見てどう受け止めるか。その意識として言い方はあれですが無難なところの数値をとったようなイメージになってしまうのもまた…というのも、それももちろんご意見だと思いますので、まあ、その辺は、我々は市民の感覚での意見というものを含めていいと思いますので、合理的云々というだけではなく、これぐらいの市民が見た時にこう感じるのではないかと、そういった意見も含めて、いかがでしょうか。

○**池上憲二委員** 市民の意見ということで、まず、この総合指標として「認知度向上」、これは以前、

私が言った意見で、これ自体は賛成です。もう一方で50%がいいのかという話ですが、市民の目から見ると、要は半分の人には知らなくていいのか、そういった風にしか受け取れません。普通テストですと70点取らないと合格ではないでしょう。今まで40点だから50点に上げるのだからいいだろうということではなく、本来どれくらい知ってないといけないのかということからすると、7割8割は知っていても知らなくては困るのではないか。そのために、どうするのかというところを工夫していけばいいので、難しいから50%、60、65でいいのかというのは少々おかしいと感じます。

○松苗弘幸会長 ありがとうございます。他の委員の方もご意見を伺いたいと思いますが、いかがでしょうか。

○田島俊秀委員 今の意見のように、要するに100点満点ですよ。小学校や中学校のテストと同じで、40点だからいい、50点だからいいではなく、本来なら100点を目指すべきであって、32年までの8年間だから、今話があったように、池上委員がいうように、70点とか80点、いくらか背伸びして、垣根を越えてくれる気持ちがないと市民は納得しないのではないかと。50%以上という根拠が不明確。

○消費生活総合センター所長 委員さんのご意見は承って、確かに、行政の言い訳的な部分があって、目標値として設定するに安全率を見込むという考え方は若干間違えかなと反省しております。目標値として、他の市も掲げている、70点が及第点だという感覚をもとに70%を目標にして、以後、今までもやってきたつもりですが、より一層啓蒙啓発活動、認知度の向上に努めていきたいということで、考えていきたいと思っておりますので、それでよろしいでしょうか。

○松苗弘幸会長 よろしいでしょうか、皆さん。

70%でという、あくまでもそれに向かっていくという基本計画ですし、きちんと議事録、こういった悩みも含めた議事録を残す上でのことですし、皆さん方もこういった広報があるのではないかと。いろいろな意見を審議会の中で出しつつということころだと思いますが、いかがでしょうか。

○江森信行委員 50%から70%は大賛成です。結局、他の審議会のことをお話するのはあれですが、ふつう事務局の方があまりに大きな数値をおっしゃって、委員が大丈夫かと懸念するケースが多くあるのですが、ここは真逆でありまして、事務局がこれまでの中でかなりご苦労をされていながらこういう数字を出されたということで、非常に現実的な分析をされたもので、そう上がらないだろうという中で、やっと背伸びして50%という数値だと思います。委員の皆さんがおっしゃったとおり、目標は大きく考えればいいというものではありませんが、行政の責任というものがあるので、先ほど申し上げた通り、消費者センターの存在を知らせることが安全につながってくるということも踏まえると、やはり少なくとも5人に4人とか、3人に2人以上だとか、ある程度ですね、100人に100人という数値はありますが、そこは少し背伸びした数値を目指してい

ただき、言ったからには、裏付けするような努力を、そこは行政の責務があると思いますので、その兼ね合いも必要になってくるとは思いますけれども、70 という数字には大賛成です。

○松苗弘幸会長 ありがとうございます。他の委員の方も。

○久慈美知子委員 70%というのはいいと思いますが、消費者被害の勉強会や学習会をしている中で、消費生活センターを知っているという方は10%とか、15%とか、30%とか言われてきた中で70%という数字は結構大変だと思います。

消費者被害の防止キャンペーンの時、街頭で消費生活センターのティッシュ配りをしました。大宮駅前で行いましたが、お母さん方は受け取ってくれますが、高校生とか、若い方は受け取ってくれません。そういう世代に知らせるのが非常に大事だと思うので、もちろん目標は70%を掲げた方がいいと思いますが、よほど努力しないと達成できないと実感として思いますので、市だけではなく、消費者団体との連携とか、そういうところにも活用していかないと無理かなと思います。目標的には上げてもらうのは、やっているなという感じが見えるのでいいと思います。

○松苗弘幸会長 まさに消費者教育推進法をうけての基本計画ですので、そういった視点で目標数字が上がっていくのはいいことだと思いますし、今おっしゃられたように、行政の責任ももちろんありますし、消費者団体や消費者リーダーの育成・活用というところにうまく結びついていく、いい数値目標かなと思います。

他の方どうですか、よろしいですか。事務局の方もよろしいですか。

○消費生活総合センター所長 事務局としては、これが単なる数字のお遊びに終わられないために、一生懸命今後とも頑張ってまいりますので、よろしく願いいたします。

○松苗弘幸会長 それでは、事務局案の消費生活センターの認知度の向上という数値目標を基本計画の目標に追加するというのを、目標の数字を70%にすることで、皆様方からご了解が得られたと考えてよろしいですか。

それでは、先程申しましたとおり、パブリック・コメントに関しては、この点だけではなく、残り39項目あります。それからまた、これまで審議会の中、又審議会の中にそれぞれ委員から意見が出たりしながら修正されている点もございしますが、それらをご覧いただきまして、ご意見のあるところ、また何かご質問等があればと思いますが、いかがでしょうか。若干審議が止まりますので、しばらく見ていただきながらと思いますが、その間に後先になるかもしれませんが、事務局の方から今後の進行についてご説明があったところなので、ちょっと私の方で確認させていただきながら進めていきますが、今後のスケジュールにつきましてはどのように考えていらっしゃるのかなのですが、本日の審議会を受けて、先程の数値目標を入れるなどの修正が入りますよね。その他の部分について、どう考えていらっしゃるのかだけ先にご説明いただければと思うのですが。

○吉田消費生活係主任 はい、それでは今後のスケジュールのことを説明させていただきます。まず今回ご確認いただいた基本計画について、必要な修正を加えた上で、答申書の形でまとめて1月早々、6日が仕事始めになりますのでできればその日に郵送にて送らせていただき、内容をご確認いただきたいと思っています。これについてご意見等ございましたら1月10日頃までを目処としてご意見をいただきたいと考えています。1月下旬に次回の審議会の開催を予定しているのですが、ここで最終答申書として市長宛に提出する流れで考えています。審議会日程等まだ未定なのですが決まり次第ご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。

○松苗弘幸会長 ありがとうございます。まあ、もう一度審議会を開いて、そこで最終的な答申、ただ、そこは最終的な形が基本となると思いますので、修正が全くできないという趣旨ではないですが、ここでできるだけ固めたい。ご意見のある方は1月上旬のところでご意見をいただく流れになると思います。できれば本日中にご覧いただいて、出せるところがあればと事務局の作業を考えると望ましいとは思いますが、38項目ありますし、全部には目を通せるわけではないですけども。若干時間を取りつつ、ご意見があれば。また、逆になかなか現状で難しいのであれば1月上旬までにご意見をいただければと思っておりますので。では、どうぞ。

○重川純子会長 パブリック・コメントのご意見に対する市の考え方についてなのですが、パブリック・コメントの22番のところですが、基本的な方向としては構わないのですが、ただご意見の趣旨としては、たぶん「消費者市民社会」というようなことを踏まえての消費者の育成ということを書かれているように思われますので、ご意見に対する市の考え方のところで、安全の確保ということだけではなく、消費者市民社会の形成ということを加えた方がいいのではないかと思いますので、ご検討をお願いします。

○松苗弘幸会長 何かこの点について、事務局の方での回答、コメント等ございますか。

○消費生活係長 今、重川委員さんの言われたとおり、回答の修正について検討させていただきたく思います。

○松苗弘幸会長 何か他にありますか。せっかくお集まりいただいておりますので、先ほど申し上げました通りこの場で意見があればと思っております。他方で今すぐに全部という訳にはいかないので、またこれまで審議会としても相応に議論をしてきたところでございますので、無理に議論をとという趣旨でもございません。なので、逆に進行に関して諮らせていただきたいと思っております。若干時間を取って、もう少し資料を見たいということであればそのように致しますし、逆にある程度ざっと見られて、もしあれば事務局に直接ご意見を、少なくとも1月上旬までに挙げるというのでよろしければそのように進行したいと思っておりますが、何かこの点についてご意見ございますか。もう少し資料を見ていたいという方がいらっしゃれば時間を取りたいと思っております。どうぞ。

○久慈美知子委員 パブコメのことではないのですが、先程施策展開における重点の具体的施策と

直近実績というA4の1枚の資料をご説明していただいたのですが、この中の3番の事業者指導の強化というところの、事業者指導件数62件というのは結構件数が多いと思うのですが、具体的内容というのは悪質事業者の指導をしたというものではないですね。

○吉田消費生活係主任 そちらは、先ほども簡単に説明させていただいたのですが、事業者がセンターに訪問していただき、その事業者に対してこちらがヒアリング等を行った件数になっています。24年度に関しては、悪質な事業者に対してセンター側から直接連絡を取って要望を行う等の実績はありませんでした。25年度になって数件そうしたケースを取り扱うことになったのですが、今後については、基本的にセンター側が積極的にかかわって行って指導を行っていきたいと考えています。

○久慈美知子委員 ありがとうございます。センターに訪問した事業者というのは、例えばセンター側がお願いしたのではなくて自主的に来られたのですか。

○吉田消費生活係主任 そうです。事業者側からアポイントを取ってきて訪問するような形です。

○久慈美知子委員 各種事業者に偏っているのですか。

○吉田消費生活係主任 事業者の業種であるとかはいろいろな事業者があるのですがけれども、基本的には訪問販売業者など特商法の規定に係っている事業者が多いです。

○久慈美知子委員 お客様相談担当とかではないのですか。

○吉田消費生活係主任 基本は、お客様相談担当の方が多いです。

○松苗弘幸会長 よろしいですか。今ご説明にもあったので、多少繰り返しになりますが、今回の基本計画の中で、56ページですね、ここで、「これまでは、定期訪問等で事業者が来所した際に指導を行うことが事業者指導の中心でしたが、～」ということで、ただこれではということで、今後は積極的な権限の行使や事業者の強化というところでむしろセンター側から積極的に行っていくという趣旨ですかね。

○消費生活総合センター所長 よろしいですか。

○松苗弘幸会長 はい。

○消費生活総合センター所長 実際には相談の中で、これはひどい、と思うような案件に対して行政職員側で介入するといった指示は数件出しています。例えば、旅行業者で募集型企画旅行に対して手荷物の保証をしないという事例、これについて相談員がずっと担当していたのですが、「あ

なたとは電話はしない」と電話を切られた案件では、行政職員に旅行業者に連絡を取らせて、それは御社の正式な見解なのか、募集型企画旅行で保証もしないのか、と言って保証を勝ち取ったとか、バーチャルオフィスではないかと思われるところの事業所調査に行かせるとか、必要に応じて今年から着手しておりますが、来年度はさらにその部分を強化していきたい。それで新基本計画の中の重点項目に挙げた次第でございます。

○松苗弘幸会長 埼玉県においては、業者指導・処分等が他の件と比べて非常に優秀といたしますか、多くできていて、さいたま市においてもぜひそうした指導が機動的に行われるようになるとともに、県との連携などもできると、指導だけではなく処分につながるものもあると思いますので、そうした形でうまく機能していただくようお願いします。
その他いかがでしょうか。

○渋谷喜代司委員 ちょっとよろしいですか、全体の進行の話でよろしいですか。審議会のまとめ方の話なのですが、たぶん、60ページに策定の経緯があって、全体の流れが書いてあるのですが、たぶん副市長がおいでになって、諮問されてですね、それで、最終的に会長から答申するという形だと思うのですが、いろいろな計画を作るときのやり方があるって、今、提案されている計画について、おおむね適当であると、もう少しこういう視点を踏まえて、最終的に策定すべきだというやり方もありますし、これだけ審議会でもんできたので、おおむね適当だけを答申として最終点とするのか、着地点を教えてくださいたいと思います。

○松苗弘幸会長 答申のしかたと言いましょか、表記と言いましょか、そのあたりはどのように考えておりますか。

○消費生活総合センター所長 審議会のとりまとめは会長から市長にこのように答申を取りまとめましたという形でよろしいのかなと考えております

○松苗弘幸会長 これがいろいろ修正されて、このように取りまとめましたということで形になっていったと。

○消費生活総合センター所長 はい。答申分と仮称が取れた形と概要版を付けて、市長に手渡していただく手法をとっていきたいと考えております。

○松苗弘幸会長 それに対してどうでしょうか。

○渋谷喜代司委員 いろいろ取りまとめのやり方はあると思うのですが、要するに計画を作る主体は市長のわけですので、いろいろな視点からいろいろな意見が出てですね、それで多くを反映しながらもんでいく意味では同じだと思うのですが、審議会で全部言ったからといって、全部まとまるわけではないし、議会のほうには報告されるのですよね。会長がおおむねいいと言って、変

わるとか、そういうのがあったりするので、私の感じでは、おおむね適当と認められるということで、次の視点について忘れずに、という感じであれば幅が広がると。通常、基本計画や基本構想をやるときは、議会の議長さんが中心となって審議会をつくる、そんな答申のような気がします。前回の審議会はどうまとまったかがわからないのですが、この場が策定の場合ではないので、そのまとめ方については、会長と市の事務局との間で、主体としてどうかということをご相談していただいて、そこはやりようがあるのかなと、目標数値も、最終的に市長がこれを記載するかどうかということであって、審議会だからと言って全部載せる必要はないと思いますし、そこは弾力的にやったほうが、やりやすいのかなと思います。全部載せるとなるとかえってつらいのかなと思います。そこは会長とご相談したほうがいいのかと思います。

○消費生活総合センター所長 会長自体も、諮問と答申というのは、法律性を踏まえて、適性を踏まえて、このようにまとめましたという意見として、素案として市長に提出するというのは十分ご理解いただいているつもりでおりますので、答申というのは法的性質上、市長を拘束しないですよね。それを踏まえてのご意見だと考えております。そういうことですので、審議会としてはこのようにまとめて、案として提案しますという形に必然的だと考えております。

○松苗弘幸会長 いくつかやり方もあると思いますし、これ自体が取りまとめの一つ、事務局提案で相当であると考えてのも一つ、これが一つの素案として、いろいろな形を書きながら、それに対して、おっしゃられたとおり、この点については、なお注視してほしい。この辺については議論をした、付帯決議的なものを付ける場合もある。特に今回、数値目標について、議論の過程などを、場合によっては会長としてはまとめさせて、答申に記載させていただくかとも思います。そのような流れで考えで行きたいと思います。そのほか、この時間の中でお聞きになりたいことがありますか。

○渋谷喜代司委員 この後、素案を見て何かあったら事務局に言ってくれとそういうことですね。そういう状況ということですね。それでいいわけですね。反映されるかどうか別にして、今全部見るとするのは厳しいので、という感じですね。

○松苗弘幸会長 1月上旬に送られてきて、10日ぐらいまでに、素案は今日渡されておりますので、それを踏まえまして、ご意見をお出しいただければよろしいと思います。反映が必要などころなど、最終のところを決めたいと思います。今申し上げた進行も含めまして、1月下旬ごろの審議会最終的な素案を決めさせていただく、先ほど進行についてのご意見もありましたが、これ自体が審議会のまとめになるか、形式の問題ですから、何かしら伝えておきたいとか答申や一言書きたいというご意見があれば、おっしゃっていただければ、踏まえさせていただきたい。あまり、対立案件というものではないと思いますが、お伝えはしておきます。そうしましたら、この次第にあります、基本計画についての議論は、この程度で、終了とさせていただいた上で、最後にその他というところで、皆さん方のほうから何か議題となるもの等がございましたら、お願いしたいのですが。よろしいでしょうか。それでは、事務局。

○消費生活係長 基本計画と条例改正ですが、市長から諮問を受けている形です、皆様にお示した条例改正案を、法規当局に現在提出し、チェックを受けているところです。

その後、法規審査委員会を経て、2月議会で議員さんに審査していただくのですが、今、法規当局の見解ですと、供給等の文言を取引に変更する部分で、変更不要な部分もあるのではないかとの見解から、精査していただいております。

あと、4月1日施行の部分を法規当局からは、事業者の方へも知らせる期間を設けるべきとの指摘を受け、3か月ほど空けた7月1日施行ということで進めております。

以上のことを皆さんにご報告させていただきます。

○松苗弘幸会長 皆さん方覚えていらっしゃるかと思いますが、条例について、特商法上で訪問購入の規定ができたということで、消費者側が買うだけでなく、消費者側が売ると場合の規制を設けるという形で事務局からお話があったのですが、県の方の条例はもう変わっているのですが、これが大きな流れになっております。それが、今進行中で、文言についての精査を経て、今後議会の中で審議がありという流れがあるということです。法律というと条例もそうですが、改正しすぐ周知というわけにはいかないもので、期間として3ヶ月ぐらい設けたいということです。それではこれで、議事を終了いたします。事務局の方に進行を戻します。

○吉田消費生活係主任 皆様貴重なご意見をありがとうございました。議事録への署名の件でございますが、事務局で作成しましたら、ファックスか郵送でお送りし、内容を確認・訂正していただき、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、よろしく申し上げます。次回審議会は1月下旬に開催を予定しておりますが、ここの中で、最終答申書として市長宛に提出する流れで考えています。審議会日程等、決まり次第、ご連絡いたしますので、よろしく願いいたします。それではこれもちまして、4期第5回さいたま市消費生活審議会を閉会します。ありがとうございました。

散会（午後3時11分）