

第128回京都市消費生活審議会 摘録

1 開催概要

- (1) 日 時 令和7年1月9日(木) 午前10時から正午まで
- (2) 場 所 中京区役所 4階 第1研修室
- (3) 出席者 ○消費生活審議会委員15名(五十音順)
大谷 三鶴 委員、岡田 玲子 委員、荻野 達也 委員、
姜 美名 委員、木村 浩之 委員、瀬良 兼司 委員、
田中 志保子 委員、土井 健資 委員、土淵 誠 委員、
中村 洋子 委員、増田 朋記 委員、松尾 健一 委員、
松崎 直敏 委員、道又 隆弘 委員、吉井 美奈子 委員

●京都市

文化市民局

局長 山本 ひとみ

くらし安全推進部長 津嶋 俊郎

消費生活総合センター長 酒井 庸充 ほか

2 傍聴者

3名

3 審議内容等

議事

- (1) 次期「京都市消費生活基本計画」の策定に向けた課題整理等について
- (2) 消費者安全確保地域協議会の設置について

●事務局

定刻になったので、第128回京都市消費生活審議会を開会する。

本日は、カライスコス委員、河合委員、高橋委員、西内委員、吉本委員におかれては、事前に欠席の連絡をいただいている。

さて、当審議会については、消費生活条例第37条の規定により、消費生活基本計画の策定や、消費生活条例の施行に関する重要事項について、市長の諮問に応じ、調査やすい審議を行うとともに、市長に対して意見を述べるために設置しているものとなる。

審議会の委員定数は20名以内と規定しているが、本日は、会場とオンラインで現在15名の委員の方に御出席いただいております。定足数である過半数を超えているので、ここに本会議が有効に成立していることを確認する。

審議に入る前に、京都市文化市民局長の山本から御挨拶申し上げる。

～山本文化市民局長、挨拶～

●事務局

次に、本日は、昨年12月に新たに委嘱した第25期消費生活審議会委員のもとで開催される初めての審議会であるので、事務局から、委員の皆様と事務局の紹介をさせていただきます。

～委員及び事務局の紹介～

●事務局

続いて、配付資料の確認をさせていただきます。委員の皆様へ事前にメールで送信させていただいた資料と、当日配布資料を席上に配布させていただいている。

第128回京都市消費生活審議会次第、座席表、委員名簿、参考資料1審議会の構成等に係る関係条文抜粋、資料1第三次京都市消費生活基本計画の取組状況、資料2消費生活を取り巻く社会の現状と課題、資料3消費者安全確保地域協議会の設置についてとなっている。また、第三次京都市消費生活基本計画、当センターの主催セミナーのチラシを2種類を配布している。

本日の会議はすべて公開で行う。また、議事の内容は録音し、議事録を作成し、公表することとする。御発言される方にはマイクをお渡しするので、挙手のうえ、必ずマイクを通して御発言いただくようお願いする。

議事に入る前に、会長の選挙及び会長職務代理者の指名を行う。

京都市消費生活条例施行規則第17条に、「審議会に会長を置く会長は学識経験のある委員のうちから、委員が選挙する」と規定している。

この選挙については、これまでから慣例により、立候補または推薦の形をとっている。どなたか、立候補あるいは推薦はあるか。

～立候補、推薦なし～

●事務局

委員の皆様から立候補か御推薦がないようであれば、事務局から松尾委員を推薦したい。松尾委員は、第23期から委員に御就任していただいております。第24期では会長職務代理者として、審議会運営に携わっていただいたことから、適任であると考えます。

委員の皆様いかがか。

～拍手多数 異議なし～

松尾委員、ほかの委員から異議がないため、お引き受け願う。

～松尾委員、会長就任了解 会長席へ移動～

●事務局

会長から一言御挨拶いただくこととする。

～会長 挨拶～

●事務局

続いて、会長職務代理者の氏名を行う。消費生活条例施行規則第17条4項に基づき、会長職務代理者について、松尾会長から御指名いただきたい。

○松尾会長

吉井委員にお願いしたい。いかがか。

～吉井委員 了解～

●事務局

会長職務代理は吉井委員に就任いただく。

続いて、部会の設置について、事務局から説明申し上げる。

消費生活条例第42条第1項に、「審議会は特定または専門の事項を調査し及び審議させるため、必要があると認めるときは部会を置くことができる」と規定している。また、消費生活審議会運営要綱で、条例第42条第1項に「審議会に次の部会を設置する」と規定しており、これに基づき4つの部会を設置している。

まず1目が表示・包装適正化部会、2目が消費者苦情処理部会、3目が消費者教育推進部会、4目が調停部会である。

これらの部会については、今後部会において調査及び審議すべき案件が生じた際には、審議会に御報告のうえ、開催することとする。また、条例施行規則第19条に、「部会の構成員は委員の中から、会長が指名する」と規定されており、部会を開催する必要がある際は、審議会会長に案件の内容や専門性に応じて、部会の構成員を指名していただきたいと考えている。

事務局からの説明は以上である。

それでは、ここから議事進行を松尾会長にお願いする。

議事 1

○松尾会長

それでは、議事(1)「第3次京都市消費生活基本計画」の策定に向けた課題整理について、事務局から説明願う。

～事務局から、資料1、資料2について説明～

○松尾会長

ただ今の説明に対して、何か質問や意見があればお願いしたい。

○増田委員

第3次京都市消費生活基本計画のうち、消費者安全確保地域協議会の設置については、これまで京都市消費生活総合センター職員が各区の権利擁護ネットワークに参加され、福祉の見守り現場との連携を続けて来られて協議会を設置されるに至ったことは素晴らしいと感じている。一方で、基本計画は、抽象的になりがちで、具体的に何をするのか、実際の被害から課題を見据えて検討していくことが必要である。国の基本計画もKPIなど、定量的な数値目標を持った形に変わってきている。

例えば、デジタル化の問題はずっと言われているが、私が現場で見聞きしている事例だと、お試し価格との表記を見て安い値段で買ったと思ったら定期購入になっていたとか、消費者の「うっかり」や「誤解」を利用した商法が非常に多くなっている。そのような現状にあるならばその対策として何をするのかと考えるべきである。通信販売でも、高齢者の被害が増えているようだが、京都市に限らず全国的に屋根修理やリフォームなどの古典的な訪問販売の相談も増えているように感じている。事務局の説明の中、「トクリュウ」という言葉が出たが、強盗グループが訪問販売にも加担しているということもある。12月25日に京都弁護士会から、訪問販売を重点施策目標とするように意見書を出している。こういったことも委員の皆様に参加に参考にしていただき、協議いただきたい。

●事務局

当センターには様々な相談が寄せられているので、具体的にどんな被害があるのかということの詳細に分析して対策を考えていきたい。

インターネット通販では、お試し価格から購入したら定期購入になってしまったなど、ダークパターンと言われる手法での相談事例も多く受け付けている。そういった意味では、デジタルリテラシーの向上も大切であると考えている。また、屋根工事などの訪問販売の相談

も入っている。相談員は、相談者から詳細に状況をお聞きする中で、事業者に対しても事情を確認したり、また、事案によっては弁護士会の協力をいただき、消費者サポートチームという支援の仕組みを当センターの事業として行っており、弁護士の方にも一員として入っていただくなどして相談に対応している。

ご指摘のとおり、まずは具体的にどのような被害があるのかということと、それに対してどういう対策が取れるかということを考えながら今後の計画を検討して参りたい。

○木村委員

資料1 6 ページの図2では、令和4年に外国人住民数が減っている。外国人が投資目的でマンションを買っているという話もあり、日本人が住めなくなっているのではないかと感じている。まず日本人がちゃんと住めるような状況を作ることも消費生活ということを考える上では大切なのではないか。

●事務局

京都市民が京都に住めなくなっているということも、いま本市の大きな課題の1つになっている。また、インバウンドの増加による観光問題や環境問題もあるが、消費者問題に関連することとして**資料2** 2 (2) 消費生活のグローバル化の進展で課題として提起しており、皆様の御意見を踏まえて更に深めていきたいと思っている。

御指摘いただいた課題については、消費生活センターだけでは対応できない部分もあり、他の部局と連携しながら対応していきたい。

○吉井委員

3 点に絞ってお話ししたい。

1 点目、現在デジタル終活の教材を作っており、今は大学生向けだが、中高でも使えるようにという視点で作っている。SNSやサブスクリプションなど様々なサービスをインターネット上で登録している状況で、所有者が亡くなってしまうケースを想定しているが、それに加えて高校生が高校を卒業するときなども含めて「終える」ときの視点で作っており、高齢者の方も非常に関心は高いと聞いている。消費者として選ぶ基準に「終える」ときのことまでを考えるように教えている。簡単に登録できるが登録解除が難しい、そういった契約が今後も増えていくことを懸念しており、こういった点についても、教育の場面だけでなく、高齢者向けの講演会などで啓発していくことも大事であると考えている。

2 点目は、既に実施されている消費者教育についても、もっと力を入れて取り組んでいくべきと考えている。京都市は学生のまちなので、18歳になった学生が初めて一人暮らしをするケースも多いと思うが、成年年齢引下げにより、成人として単独で契約できるようになった。昔であれば親と一緒にきて賃貸住宅の契約をするのが一般的だったが、知識も

経験も少ない学生が一人で契約できるため、業者側が、足元を見て契約させるようなことがあるのではないかと懸念している。

京都市が悪いというわけではなく、全国的にその部分の教育がまだまだ足りていないと感じている。特に京都市は学生が多い町で学生が自立するスタートの町なので、京都市という町が悪い印象にならないように、対策が必要であると考えている。

3点目は、今私はアメリカから参加しているが、アメリカ人に京都から来ましたと言うと非常に受けがいい。外国の人は京都のものは本当に素敵と言って下さり、京都がブランドになっている。一方、京都の物でないのに京都と書いて普通に売られている商品を目にすることもある。そういうトラブルについても対策を立てていただきたい。また、京都市だけではないが、外国の方にわかりやすい日本語が求められている。スマートフォンで翻訳するなどの機能もあるが、日本語がわかりやすくなると、翻訳も更にわかりやすくなる。そういったことのサポートや気配りがあるとよいと思う。

●事務局

1点目のデジタル終活について、当センターでも2月にNPO法人京都消費生活有資格者の会と共催し、「デジタル終活セミナー」を実施する予定。市民の関心がとても高く、募集開始から2日間で定員が埋まった。また、別の講座の「消費者力パワーアップセミナー」では、高齢者の方を対象としたスマホ操作をテーマにしている。このようなデジタルに関する視点での啓発、消費者教育を今後も実施していきたい。

2点目の消費者教育については、おっしゃるとおり18歳になって初めて京都に来る学生の方は多い。第3次計画では、成年年齢引下げが行われたこともあり若年者に対する消費者教育の取組には力を入れている。例えば、春先に賃貸住宅に関する相談が増えることや、レスキュー商法などの被害事例については、大学講座の講義の中でも紹介している。今後も一人暮らしの方への悪質商法への注意喚起や情報が届くような仕組みの構築や、自立した消費者になっていただくための消費者教育施策を展開していきたい。

3点目の京都ブランドについて、海外のブランド製品についてはトラブルが多い。契約内容をしっかりと理解できずに偽物をつかまされてしまう、そういった相談も多い。わかりやすい日本語をとの御意見も頂いたが、そういうところをしっかりと伝えるような形で、事業展開をしていきたいと考えている。

○土井委員

いま京都ブランドの話が出ていた。京都ブランドの認定事業の取組協力をしているが、認定する基準とリテラシーの向上を図っていかないといけないと感じている。

訪日外国人の中には技能実習生などがいる。就労外国人は言語のランクも様々である。日

常会話はできるが、消費生活のシステムの理解が低いなどもある。就労外国人に対しても情報発信していかないと、大きな穴に入っていくのではないかと危惧される。外国人の働く環境の中で、消費の構造について発信するなど、事前に被害を防ぐという視点も大事ではないか。

●事務局

貴重な御意見である。大阪万博の開催も見据えて、働く外国人の増加を踏まえた対策も今後検討していきたい。

○中村委員

先ほど話のあった「デジタル終活セミナー」を申し込んだが、定員いっぱい申込みができなかった。関心が高いテーマなので、今後も開催してほしい。一方で、このような取組の周知が不足していると感じている。市民しんぶんなどで広報をされていると思うが、インターネットが使えない高齢者がいることも踏まえたうえで、PRの仕方も考えてほしい。

●事務局

大変有難い御指摘である。どんなに良い講座を企画しても、情報として届かなければ意味がないというのは課題認識としてある。

高齢者の方はインターネットを開くことがない方も多い。市民しんぶんへの掲載のほか、ピッカピカラジオというFMラジオの番組内でも注意喚起等の情報発信を行っており、今後も努力していく。

○松崎委員

今回初めて参加したが、こんなに広範囲に検討して下さっていることを知り、市民の一人としてはうれしく思っている。

第3次計画の取組状況について説明があり。何名かの委員から意見も出ていたが、より具体的に少しでも深掘りして説明していただくとわかりやすいと思う。特に相談件数が1万件近くあるということについては、もっと分析すると内容を把握しやすくなり、次の手が打ちやすい。

資料2 「1 デジタル技術の飛躍」については、年齢層別にするとか、内容分類するなどするともっと差が出てくるのではないかと思う。

資料2 「2 消費生活のグローバル化の進展」については、京都市民が海外で消費する場面や外国人が京都市で消費する場面など、色々と想定されると思う。こういうことも検討できないか。

資料2 「3 社会構造の変化」について、学生が多いということだが、住所をきちんと移転しているのかという疑問があるものの、約14万人学生がいるそうである。予備校生を含め

るともっているように思う。全国のデータと京都のデータを重ねるともって違うことがわかると思う。

資料2「4より良い社会の実現と国際協調への貢献」についてであるが、重点項目であるエシカル消費については、SDG s と結びつけると更に広げられるのではないかと思う。

消費者教育という表現であるが、消費者が「自分が教育される」ということを、気にされる方もいるのではないか。もう少しよい表現があればよいかと思う。

●事務局

消費生活相談の数値の話であるが、毎年8月に、前年度の消費生活相談の概況を広報している。その中で年間の相談件数や商品の分類、形態別の数値を出しており、ホームページに掲載している。

相談件数については、国民生活センターとの比較で、全国的な傾向と京都市の傾向はさほど差がない。学生が多いのは京都市の特性であるので、今回の計画の中に視点を据えていきたい。

SDG s については、みなさん御存知の言葉であるが、エシカル消費の認知度はまだまだなので、SDG s との関連も含めて認知度の向上に努めていきたい。

「消費者教育」の言葉についてであるが、消費者庁を始め消費者行政として使う言葉であるため、御理解をお願いしたい。

○道又委員

基本計画を新たに作るということなので、最初のご意見に出たように、これまでどういう被害があってどんな課題があるのかを示していただけて考えていくことが必要である。

今回示された基本方針には、ほぼ課題は網羅されており、特に疑問があるわけではないが、一つ一つの対応で十分に効果をあげてきたのか、足りない部分が無かったのかを、役所の中で検討されてデータを示していただかないと、それぞれの意見を言うだけで、またそれが反映されたのかもわからないまま進んでいってしまう。消費生活というのは身近な問題であるので、少しでも実になるような基本計画と先の具体策の策定に貢献できればと思っている。

消費者教育の推進のところ、大学で講座を開かれているが、一方的に注意喚起するだけでなく、学生からのフィードバックはどれくらいされているのか。また、相談の内容についてはホームページで出ているとのことなので拝見しようと思うが、コロナ禍が明けた令和5、6年度での新しい傾向があるならば紹介していただきたい。それから、初めての参加で非常に恐縮なのだが、基本計画策定の今後の流れについて、改めてこの場で確認させていただきたい。

●事務局

大学の消費生活講座についてであるが、授業の単位を取れるものとして学校にも御協力いただき開講している。

学生からのフィードバックということについては、講座を受ける度にレポート提出があるほか、講座の初回と最後に契約に関する知識など消費生活への理解度を測るアンケートをとったり、グループワークする回を設けるなどしている。それを次に生かしていくことはしっかりと考えていきたい。

コロナ禍後の顕著な相談についてであるが、美容関係が挙げられる。具体的にはは脱毛エステについてのトラブルである。コロナの時は外出機会が少なかったが、コロナ後は増えた。男性からの相談も増加した。脱毛エステの会社が倒産し、サービスを受けられなくなったという相談もあった。その他は、ネットやデジタルツールで少しでも生活の足しにしたいという理由から、儲け話などのトラブルも増えてきている。

今後の基本計画策定の流れであるが、今回いただいた意見をまとめたうえで、基本計画の骨子を作成し、3月か4月に開催予定の審議会でお示ししたい。そこで骨子案に対しての御意見をいただき、次に素案を作成し、お示しする。素案についてはパブリックコメントを実施して、最終的には令和7年度中には次期計画を策定したい。スケジュールについては改めてお示しさせていただく。

○荻野委員

資料1相談の中身の毎年の傾向をしっかりと捉えていく必要がある。減っていない相談については、次の基本計画でどうするのか等の見直しが必要。基本計画は同じことを繰り返すというだけではいけない。恐らく、資料2にデジタルの話が多く出ていたが、相談件数の分析の中で、次の課題として挙げられるのかと思う。

資料24ページの図「キャッシュレス決済の比率の推移」であるが、昨今の人手不足で、店によっては人を介さずに決済する店も増えている。外国人の方が販売員であるケースも増えている。急速に消費の環境が変わってきているので、消費者が一生懸命ついていけないといけない。

消費者教育について、大学講座の話があったが、将来の消費者になるもう少し下の世代にも、お金の大切さやお金に対する意識を勉強していただきたいと思う。電子マネーの比率が高くなっており、お金に関する考え方が変わってきている。大学生だけでなく、中学生、高校生に対しても、消費の仕方も含め学習の機会を持っていただきたい。

●事務局

キャッシュレス決済について、クレジットカードが出てきた時代にもあった問題意識である。電子マネーは、手元にお金が無くても買い物が出来てしまうため、お金の管理や使い方について、若い世代も含め、消費者教育で伝えていけるよう計画に組み込んでいきたい。

○瀬良委員

今回の計画と直接関わらないかもしれないが、冒頭でカスタマーハラスメントに触れられていた。消費者が意見を伝える時に事業者への配慮に関わる事柄である。

実際に消費者教育をする際には、消費者の権利として事業者に意見ができることも浸透させて行く必要のある大事な事柄であるが、それが度を越してカスタマーハラスメントとなるとサービスの提供者である事業者に過度に負荷をかけることになる。事業者へ意見を伝える際の留意事項については、少し盛り込んだ方が良いと思う。現状の事務局の考え方を教えてほしい。

●事務局

事業者の態度が悪いと怒る消費者がいるが、事業者だけでなく、消費者側の言動にも問題がある場合がある。消費者が適切な意見の伝え方を身に着けることは、商品やサービスの向上にも役立つうえ、カスタマーハラスメントを予防し、健全な消費社会を築いていくうえで重要である。

こういったことは、消費者教育の中で啓発を行っていきたいと考えている。

○土淵委員

資料2関連で、消費者への啓発手段としての広報の話であるが、ホームページへ自分から検索して必要な情報をとるのは難しいところがある。京都市は公式LINEを運用されている。一度登録すると、定期的に京都市から情報が届く。市民からすると、最新情報が適宜入ってくるので、ぜひそういったツールも活用してほしい。

●事務局

当センターも何度か京都市公式LINEにて講座等の情報を発信している。登録者数も大変多く、広報効果が高いので、今後も積極的に活用していきたい。

○中村委員

土淵委員の御意見であるが、私自身も高齢者であるが京都市と京都府の公式LINEに登録しており、そこで得た情報で知人に一緒に行きませんかとお誘いしていて、ありがたいと思っている。デジタルについていけないといけないという思いもあるが、一方、高齢者にはまだまだスマートフォン自体持っていない人もおり、できない人やわからない人も多いということも知っておいてほしい。

市民しんぶんには、二次元コードもよく掲載されているが、そういう方法も継続してほしい。

○姜委員

資料2「3 社会構造の変化」について、最近闇バイトへの世間からの関心が高い。ニュースでは闇バイトに手を出す方が悪いという空気もあるが、その裏には貧困やヤングケアラーなどの若者の孤立の問題もある。若い人はデジタルを使いこなしているようで、社会のことがわかっていない場合がある。スマートフォンがあることで、却って公的な窓口につながられない。大学に行っていない人、高校、中学の時に今必要なデジタル教育や消費者教育を受けられなかった世代、谷間になっている世代、情報量の違いが2～3年区切りでどんどん変わっていった。必要な人に福祉的な支援が繋がっていくように、次期計画に含んでほしい。

●事務局

貴重な意見である。そういった視点も含め肉付けしていきたい。

○松尾会長

では、次の議事に進ませていただく。**議題2**の消費者安全確保地域協議会の設置について、事務局から説明をお願いします。

～事務局から、**資料3**について説明～

○松尾会長

ただいまの説明について、御質問や御意見があれば御発言をお願いします。

○大谷委員

私自身は京都市民として長く生活をしてきた。その中で、もう10年以上、それよりも前からなるかと思うが、地域コミュニティの衰退、関係の希薄化が非常に進んできているように思う。地域においても自治会の脱会が増加しているし、実感としてはこの流れはもう止めることができないのではないかと考えている。そういった中、市民一人一人が取り残されることなく、特に高齢者に対して、この消費者安全確保地域協議会を設置していただくことは、体制づくりとしては非常にありがたい。

ただ、これだけの組織の方々が集まり、体制を作る中で、先程からの意見の中にもあったが、具体的に実のあるものにしていくために、どういった体制で、誰がどこでどういった形で気づくのかというところの仕組みづくりについて、もう少し具体的に考えていただきたい。

これだけのたくさんの人や団体が集まって体制を作っていく中で、皆さんそれぞれの仕事があるわけなので、地域協議会が余計な仕事ということにならないように、ぜひ人員の体

制などの仕組みづくりもしっかりお願いしたい。

●事務局

今回の消費者安全確保地域協議会の設置に関しては、即応性と実効性を重視している。例えば、会議体を作っても活動実態がないようなものであれば全く意味がない。

基本的には福祉関係者の皆様、今現在、見守り活動をしていただいている民生児童委員や老人福祉員の皆様に当センターと相談者の方を繋ぐ役割をしていただいで、潜在化している被害を掘り起こしていこうというものである。

待ちの姿勢ではなく、日頃接していらっしゃる方に対して「消費者被害に遭っていないか」といった視点を持っていただいで、それに気づいたときにスムーズにセンターに繋いでいただくことで、被害救済に繋げていきたい。

見守りを行っている関係団体の方にお願ひする中でも、無駄な組織にはならないように、協議会ができて良かったと思っただけのような組織を作っていきたいと思っっている。

○増田委員

最初に申し上げたとおり、地域協議会の設置は非常に素晴らしいことだと思っっている。ただ、先程大谷委員もおっしゃられたとおり、なかなか有効な機能を持った組織を作るのが難しい。

この消費者安全確保地域協議会というのは、平成26年の法改正で、消費者版の見守りネットワーク作りを進めていこうということになったが、なかなか設置が広がらなかったという経緯がある。京都府下だと、京都府に元々あったくらしの安心安全ネットワークを地域協議会に位置付けたものだけという状況が続いていたが、令和2年に大山崎町、4年に宮津市、そして昨年、精華町にも設置された。

法的には個人情報共有できるということに意味があるのだが、実際に見守りをしている人から相談につなげるという機能を持たせようとする、やはり福祉の現場の方と繋がらなければならない。

しかし、そうすると福祉の現場の方からしてみると、現状でも非常に忙しい中、「また会議か」と、辟易されてしまう。なかなかその情報共有が難しい中で、京都市は、この地域協議会ができる前から実際の福祉現場の権利擁護ネットワークに職員の方が出ていき、ネットワークづくりを進めてきており、今回それが結実したということなので、非常に期待を持っているが、今後のその体制をどうするのかによって、形骸化するのか、ちゃんと機能するのかと非常に変わってくるのでぜひそこはきっちりやっていただきたい。

現状、弁護士会と京都市の消費者安全確保地域協議会はまだ直接の連携の相談はしていないが、今、消費生活総合センターの相談事業ではサポートチームということで、弁護士をセンターに派遣して対応するというをしている。この地域協議会とも何らかの形で連携が取れば、協議会の機能を実効化するために有効であると思っっているので、ぜひ検討い

ただきたい。

●事務局

弁護士会の方に入っていただけると非常に心強いと思う。お申し出に感謝する。

○松尾会長

委員の皆様には沢山の御意見をいただき、感謝申し上げます。

京都市は、これまでいただいた、たくさんの御意見を踏まえて、地域協議会の設置へ向けて取組を推進していくようお願いしたい。次回の審議会では骨子案を示すということだが、ぜひ、今日の意見がどのように反映されたのか、されなかったとしたらそれはなぜか、どう
いう検討したのかということを示してもらえると、この審議会が通過儀礼ではなく、有効に機能していくことになると思うのでぜひよろしくお願いしたい。

それでは、これで本日予定していた議事は全て終了した。最後に事務局からひと言お願い
する。

～津嶋くらし安全推進部長挨拶～

○松尾会長

以上をもって、第128回消費生活審議会を終了する。本日は、ご参集いただき、感謝申
し上げる。