

# 地域包括支援センター

地域包括支援センターは、地域で暮らす高齢者のみなさんを、介護、福祉、保健、医療などさまざまな面から総合的に支えるために設けられました。職員は主任ケアマネジャー・社会福祉士・保健師の3職種で構成され、お互いの専門性を活かし皆さんがいつまでも健やかに住み慣れた地域で過ごせるよう支援します。お気軽に地域包括支援センターをご利用ください。

## 地域包括支援センターの役割

(こんなとき、お気軽にご相談ください)



### あなたの元気を 応援します

(介護予防ケアマネジメント)

- 身体の機能や体力に不安がある。
- 今の身体の状態を維持したい。
- 要介護認定の申請を頼みたい。
- 要介護認定で「非該当」となったが足腰が弱く、転びやすい。

### 「困ったなあ…」を 一緒に考えます

(総合相談)

- 近所の高齢者の人が心配。
- 引っ越してきたばかりなので地域のことがよくわからない。
- 地域の集まりなどに出席講座に来て欲しい。



## 地域包括支援センター



主任  
ケアマネジャー



社会福祉士



保健師

介護・福祉・保健の専門職がチームとなって地域で暮らす高齢者を支援します。主任ケアマネジャー・社会福祉士・保健師が、地域包括支援センターの職員です。

### 地域のつながりを強めます

(包括的・継続的ケアマネジメント)

- 退院して家に帰ったら安心して暮らせるだろうか。地域の力を借りることはできないだろうか。
- 高齢者が暮らしやすくなるように地域の力になりたい。

### 安心・安全のために

(権利擁護)

- 悪質な訪問販売の被害にあっているかもしれない。
- 財産管理に不安がある。
- 虐待を受けている人がいる。
- 虐待をしてしまう。
- 虐待などで緊急一時的に保護して欲しい。
- 成年後見人の申請をする人がいない。

## 地域包括支援センターの役割

地域包括支援センターは地域包括ケアを推進していくことが求められています。

地域包括ケアとは、地域住民が住み慣れた地域で安心して尊厳あるその人らしい生活を継続することができるように、様々な社会資源（介護保険サービス等公的な制度にもとづくものや、地域に既存している組織・団体、その人を支えている家族・友人など）を活用して支援していくものです。地域包括ケアを実現するためには社会資源を繋げるネットワークを構築していくことが不可欠であり、地域包括支援センターはネットワーク構築の中心的な役割を担っています。

## 実際の消費者被害防止及び対応は

消費者被害防止及び対応は、早期発見・早期対応が求められるため地域のネットワークを活用していくことになります。

消費者被害の発見のために、普段から高齢者と接する機会の多い介護保険サービス関連事業所（ケアマネジャー・訪問サービス・通所サービス等）や地域住民（家族、友人、知人、自治委員や民生委員、校区社会福祉協議会や校区ボランティア等）の見守りのネットワークと連携していきます。

また、実際に消費者被害が起きた場合は、消費生活センターや警察署、弁護士・司法書士・行政書士と連携して対応していくことになります。

消費者被害は自分が被害に合っていると思っていない場合があるため、高齢者のみではなく、ネットワーク全体に啓発を続けていく必要があります。

## 認知症の方への対応

認知症が進んでしまった場合、消費者被害等権利を侵害されやすい傾向があります。そのため認知症への対応（早期診断や認知症予防への取り組み）や一般住民への認知症の理解が必要です。



## 平成23年度 消費生活相談の概要

平成23年度に消費生活・男女共同参画プラザ《アイネス》が受け付けた消費生活相談件数は4,347件で、前年度に比べて597件、率では12.1%減少している。

### 1 相談件数の動向

相談件数は平成14年度まで緩やかに増加してきたが、架空請求を含む不当請求の激増に伴い、15年度と16年度は急激に増加した。その後、不当請求の減少とともに17年度からは減少に転じ、23年度は前年度の87.9%の4,347件になった。その内訳は、苦情相談が3,962件（全体の91.1%）、問い合わせ等が385件（同8.9%）となっている。

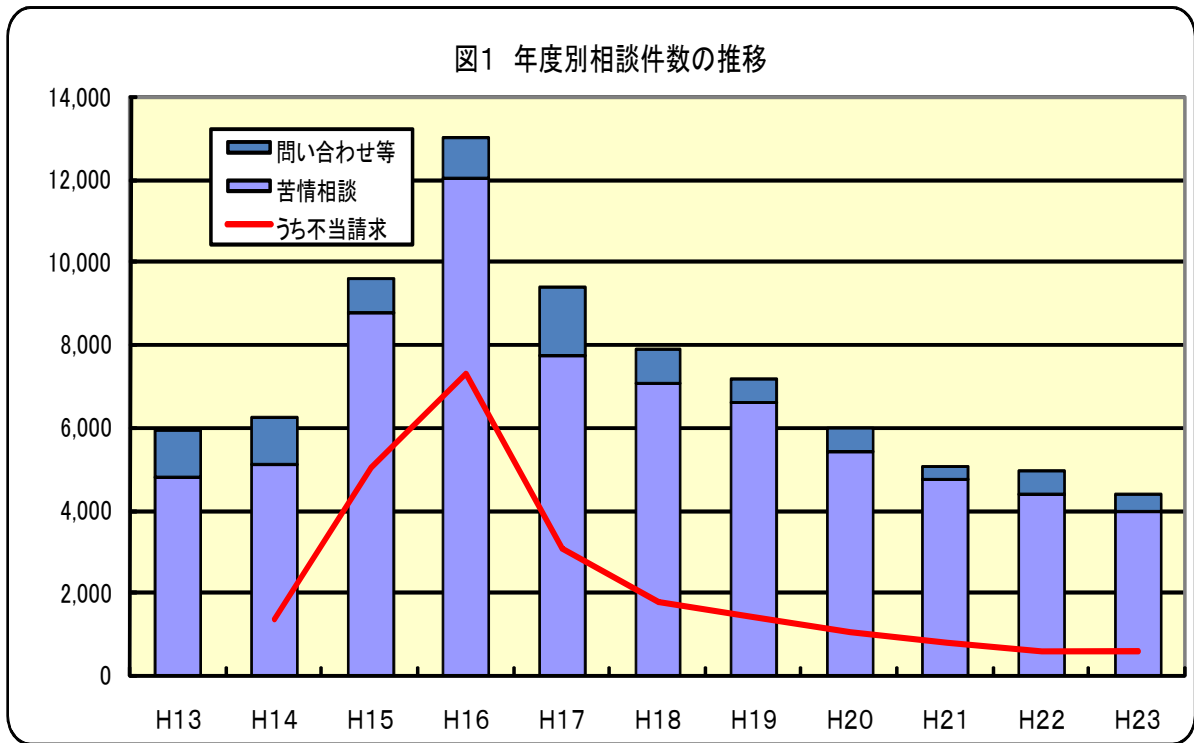


表1 年度別相談件数の推移

年度	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23
相談件数	5,897	6,243	9,607	13,014	9,355	7,886	7,163	5,970	5,050	4,944	4,347
苦情相談	4,767	5,112	8,760	11,997	7,737	7,038	6,604	5,374	4,752	4,379	3,962
問い合わせ等	1,130	1,131	847	1,017	1,618	848	559	596	298	565	385
うち不当請求		1,390	5,048	7,297	3,047	1,788	1,441	1,057	776	607	592
対前年度(%)	118.7	105.9	153.9	135.5	71.9	84.3	90.8	83.3	84.6	97.9	87.9

※不当請求H13は統計なし

## 2 苦情相談の契約当事者の構成

(1) 居住地別では大分市が最も多く全体の41.0%、以下別府市13.6%、中津市5.9%、佐伯市4.9%、日田市4.6%となっている。

なお、千人当たりの件数では別府市が4.3件と最も多く、以下由布市4.0件、玖珠町3.7件、大分市3.4件、日出町3.0件の順となっている。

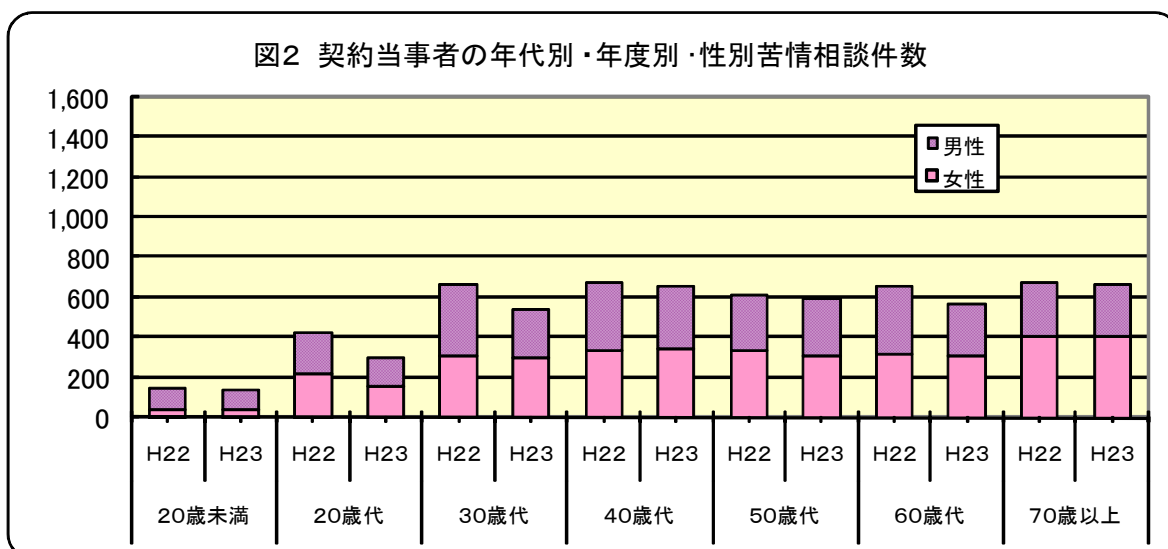
表 2-1 市町村別苦情相談件数

市町村名	相談件数	割合	千人当たりの相談件数	市町村名	相談件数	割合	千人当たりの相談件数
大分市	1,625	41.0%	3.4	姫島村	1	0.0%	0.5
別府市	537	13.6%	4.3	日出町	85	2.1%	3.0
中津市	235	5.9%	2.8	九重町	21	0.5%	2.1
日田市	182	4.6%	2.6	玖珠町	63	1.6%	3.7
佐伯市	193	4.9%	2.5	町村部計	170	4.3%	3.0
臼杵市	87	2.2%	2.1	県内市町村不明	86	2.2%	—
津久見市	52	1.3%	2.7	大分県計	3,849	97.1%	3.2
竹田市	66	1.7%	2.8	県外等	113	2.9%	—
豊後高田市	65	1.6%	2.7	計	3,962	100.0%	—
杵築市	83	2.1%	2.6				
宇佐市	162	4.1%	2.8				
豊後大野市	94	2.4%	2.4				
由布市	137	3.5%	4.0				
国東市	75	1.9%	2.4				
市部計	3,593	90.7%	3.2				

(2) 職業別では、給与生活者が最も多く全体の36.5%(前年度39.3%)で、無職28.5%(同24.7%)、家事従事者12.8%(同13.7%)、自営・自由業7.1%(同7.0%)、学生4.4%(同4.2%)、となっている。

(3) 性別では、女性が、2,066件で、全体に占める割合は52.1%、男性は1,810件で、同45.7%と前年度同様女性が男性をわずかに上回っている。

(4) 年代別では、70歳代以上が16.9%と最も多い。続いて40歳代16.6%、50歳代15.1%、60歳代14.4%、30歳代13.8%で、以下20歳代、20歳未満となっている。各年代とも苦情相談件数は前年度より減少している。



(5) 契約当事者と相談者の関係を年代別にみると、20歳未満では、契約当事者本人からの相談は25.7%で、74.3%が家族等本人以外からの相談である。他の年代は大部分が本人からの相談であるが、70歳以上は契約当事者本人からの相談は58.2%で、41.7%が家族等本人以外からの相談となっている。

表2-2 年代別契約当事者本人・本人以外別苦情相談件数

契約当事者			本人からの相談		本人以外(家族・知人等)からの相談	
年代	総数	年代別割合(%)	相談件数	総数に占める割合(%)	相談件数	総数に占める割合(%)
20歳未満	140	3.5	36	25.7	104	74.3
20歳代	305	7.7	194	63.6	110	36.1
30歳代	545	13.8	451	82.8	94	17.2
40歳代	659	16.6	599	90.9	59	9.0
50歳代	597	15.1	535	89.6	61	10.2
60歳代	569	14.4	492	86.5	77	13.5
70歳以上	672	17.0	391	58.2	280	41.7
団体・不明	475	12.0	319	67.2	155	32.6
合計	3,962	100.0	3,017	76.1	940	23.7

### 3 商品・役務(サービス)ごとにみた苦情相談の状況

(1) インターネットを通じての情報提供サービス<デジタルコンテンツ>に関する相談が最も多い。次は多重債務やヤミ金融等に係る<サラ金・ヤミ金>に関する相談で、141件減少したものの、依然として多い。第3位は<借家・アパート>に関する相談で、以下、<工事・建築>、<新聞>、<健康食品>、<商品一般>に関する相談となっている。今年度は、<ファンド型投資商品>に関する相談が8位に入っている。

表3-1 年度別苦情相談の多い商品・役務の推移

順位	19年度		20年度		21年度		22年度		23年度	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
1	サラ金・ヤミ金	1,254	オンライン等関連サービス	927	デジタルコンテンツ	719	デジタルコンテンツ	721	デジタルコンテンツ	746
2	オンライン等関連サービス	1,082	サラ金・ヤミ金	827	サラ金・ヤミ金	510	サラ金・ヤミ金	414	サラ金・ヤミ金	273
3	商品一般	456	商品一般	294	借家・アパート	226	借家・アパート	186	借家・アパート	172
4	借家・アパート	254	借家・アパート	245	商品一般	203	工事・建築	124	工事・建築	124
5	工事・建築サービス	174	工事・建築サービス	136	健康食品	120	商品一般	111	新聞	100
6	生命保険	145	健康食品	122	新聞	108	四輪自動車	110	健康食品	96
7	健康食品	144	新聞	119	工事・建築	107	健康食品	105	商品一般	82
8	乗用車	130	乗用車	97	四輪自動車	102	新聞	95	ファンド型投資商品	73
9	布団類	122	布団類	93	布団類	89	布団類	78	四輪自動車	71
10	電気・磁気治療器具	118	生命保険	91	生命保険	83	学習教材	66	生命保険	66

※ ファンド型投資商品: 運用者が一人又は複数の者から資金を集め、運用し、そこから生じる収益の配当又は財産について、出資者に配分をおこなうもの。

(2) 商品別では〈新聞〉が最も多く、次いで〈健康食品〉、〈商品一般〉、〈四輪自動車〉、〈アクセサリー〉が上位にある。

役務別では〈デジタルコンテンツ〉が最も多く、次いで〈サラ金・ヤミ金〉、〈借家・アパート〉、〈工事・建築〉、〈ファンド型投資商品〉が続いている。

表3-2 苦情相談の多い商品・役務別20品目

順位	商 品	件数	順位	役務(サービス)	件数
1	新聞	100	1	デジタルコンテンツ	746
2	健康食品	96	2	サラ金・ヤミ金	273
3	商品一般	82	3	借家・アパート	172
4	四輪自動車	71	4	工事・建築	124
5	アクセサリー	65	5	ファンド型投資商品	73
6	化粧品	60	6	生命保険	66
7	布団類	52	7	修理・補修	65
8	電気・磁気治療器具	38	8	インターネット通信サービス	63
9	パソコン・パソコン関連	31		役務その他サービス	63
10	単行本・紳士録	28	10	宝くじ	53
11	学習教材	26	11	公社債	49
	給湯システム(太陽熱・電気温水器等)	26	12	他の金融関連サービス	41
13	住宅用火災警報器	22		携帯電話サービス	41
14	携帯電話	21	14	株	34
	集合住宅(マンション等)	21		テレビ放送サービス	34
16	テレビ	20	16	クリーニング	33
17	浄水器	19	17	内職・副業	32
18	紳士洋服	17	18	他の行政サービス	29
19	婦人洋服	15	19	固定電話サービス	26
20	電気空調・冷房機器	14	20	リースサービス	24
	そ の 他	540		そ の 他	489
	計	1,364		計	2,530

(3) 男女ともに、〈デジタルコンテンツ〉、〈サラ金・ヤミ金〉、〈借家・アパート〉が1位、2位、3位を占める。男性では、〈工事・建築〉、〈四輪自動車〉が続き、女性では、〈健康食品〉、〈新聞〉が続いている。

表3-3 性別にみた苦情相談の多い商品・役務

男 性			女 性		
順位	商品・役務	件数	順位	商品・役務	件数
1	デジタルコンテンツ	440	1	デジタルコンテンツ	303
2	サラ金・ヤミ金	154	2	サラ金・ヤミ金	114
3	借家・アパート	81	3	借家・アパート	90
4	工事・建築	76	4	健康食品	73
5	四輪自動車	46	5	新聞	58
6	新聞	38	6	化粧品	56
7	生命保険	38	7	アクセサリー	50
8	インターネット通信サービス	38	8	ファンド型投資商品	49
9	商品一般	35	9	商品一般	46
10	修理・補修	33	10	布団類	45



- (4) 年代別にみると、20歳未満は、大部分が<デジタルコンテンツ>に関する相談で、60歳代まで<デジタルコンテンツ>がトップである。20歳代から50歳代までは、<デジタルコンテンツ>、<サラ金・ヤミ金>、<借家・アパート>と続き、60歳代では、<デジタルコンテンツ>、<サラ金・ヤミ金>、<工事・建築>の順である。70歳代では、<新聞>がトップで、以下<ファンド投資商品>、<工事建築>、<布団類>と続いている。70歳以上で2位の<ファンド投資商品>は、60歳代で4位、50歳代で8位となっており、また、70歳以上では、7位に<公社債>、8位に<株>と、高齢者で投資商品に関する相談が目立つ。

表3-4 年代別にみた苦情相談の多い商品・役務

順位	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上	
1	デジタルコンテンツ	102	デジタルコンテンツ	109	デジタルコンテンツ	154	デジタルコンテンツ	197	デジタルコンテンツ	87	デジタルコンテンツ	57	新聞	41
2	テレビ放送サービス	9	サラ金・ヤミ金	28	サラ金・ヤミ金	58	サラ金・ヤミ金	52	サラ金・ヤミ金	51	サラ金・ヤミ金	32	ファンド型投資商品	32
3	四輪自動車	2	借家・アパート	25	借家・アパート	49	借家・アパート	32	借家・アパート	26	工事・建築	29	工事・建築	30
4	電子ゲーム・ゲームソフト	2	四輪自動車	14	四輪自動車	14	工事・建築	14	工事・建築	17	ファンド型投資商品	17	布団類	30
5	借家・アパート	1	エステサービス	9	商品一般	11	インターネット通信サービス	14	アクセサリ	16	商品一般	16	役務その他サービス	24
6	新聞	1	アクセサリ	8	工事・建築	9	新聞	12	健康食品	14	宝くじ	15	電気・磁気治療器具	24
7	テレビ	1	新聞	7	インターネット通信サービス	9	修理・補修	12	化粧品	14	新聞	15	公社債	23
8	音響・映像ソフト	1	インターネット通信サービス	6	生命保険	6	学習教材	11	ファンド型投資商品	13	生命保険	15	株	18
9	アクセサリ	1	布団類	6	モバイルデータ通信	6	健康食品	10	宝くじ	12	健康食品	14	サラ金・ヤミ金	18
10	化粧品	1	携帯電話サービス	5	医療サービス	6	四輪自動車	10	四輪自動車	11	アクセサリ	14	商品一般	18

#### 4 販売購入形態ごとにみた苦情相談の状況

- (1) 販売購入形態別では、店舗販売、通信販売が多い。店舗販売は昨年度に比べ減少しているが、通信販売は昨年度より増加している。次に、訪問販売、電話勧誘販売が多い。

表4-1 販売購入形態苦情相談件数

区 分	22年度		23年度		増 減	
	相談件数	割合 (%)	相談件数	割合 (%)		
店 舗 販 売	1,551	35.4	1,256	31.7	△ 295	
店 舗 外 販 売	訪 問 販 売	555	12.7	541	13.7	△ 14
	通 信 販 売	1,180	26.9	1,248	31.5	68
	マルチ・マルチまがい取引	95	2.2	74	1.9	△ 21
	電 話 勧 誘 販 売	444	10.1	445	11.2	1
	ネガティブオプション	11	0.3	3	0.1	△ 8
	その他無店舗販売	19	0.4	20	0.5	1
小 計	2,304	52.6	2,331	58.8	27	
不 明 ・ 無 関 係	524	12.0	375	9.5	△ 149	
総 件 数	4,379	100.0	3,962	100.0	△ 417	

※ マルチ・マルチまがい取引: 儲かるからと商品の販売組織に誘い、商品を購入させ、友人など次々に組織への加入者を増やしていくと利益が得られるというもの。

※ ネガティブオプション: 商品を一方的に送りつけ、消費者が受け取った以上、支払わなければならないと勘違いして支払うことを狙った商法。

(2) 販売購入形態別・年代別にみると、店舗販売は20歳未満を除く全ての年代で多いが、特に30歳代～50歳代が多い。通信販売は全ての年代で多いが、特に30歳代～50歳代が多い。訪問販売、電話勧誘販売は、高齢者の占める割合が高い。

20歳未満～40歳代までは「通信販売」が最も多く、50歳代～60歳代は「店舗販売」が最も多い。70歳以上では、「訪問販売」が最も多く、次に「電話勧誘販売」が多い。

表4-2 販売購入形態別・年代別苦情相談件数

区分		20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	団体・不明	計
店	舗 販 売	19	105	215	208	223	176	138	172	1,256
店 舗 外 販 売	訪 問 販 売	11	34	22	44	56	88	215	71	541
	通 信 販 売	109	133	223	279	191	140	96	77	1,248
	マルチ・マルチまがい取引	0	6	8	7	15	15	10	13	74
	電 話 勧 誘 販 売	0	12	31	65	47	74	156	60	445
	ネガティブオプション	0	0	1	0	0	1	0	1	3
	その他無店舗販売	0	0	2	4	1	9	3	1	20
	小 計	120	185	287	399	310	327	480	223	2,331
合 計		139	290	502	607	533	503	618	395	3,587

(3) 主な商品・役務別にみると、店舗販売では、〈サラ金・ヤミ金〉、〈借家・アパート〉、〈四輪自動車〉の順に多く、訪問販売では、〈新聞〉、〈工事・建築〉、〈布団類〉の順に多い。通信販売では〈デジタルコンテンツ〉が飛びぬけて多く、マルチ・マルチまがい取引では〈健康食品〉が多い。電話勧誘販売では、〈役務その他サービス〉、〈ファンド型投資商品〉、〈公社債〉が多い。

表4-3 販売購入形態別にみた主な商品・役務等別苦情相談件数

区分	件数	主な商品・役務								
		第1位	第2位	第3位	第4位	第5位				
店 舗 販 売	1,256	サラ金・ヤミ金 180	借家・アパート 166	四輪自動車 64	工事・建築 62	修理・補修 41				
店 舗 外 販 売	訪 問 販 売	541	新聞 86	工事・建築 44	布団類 40	アクセサリ 25	テレビ放送サービス 23			
	通 信 販 売	1,248	デジタルコンテンツ 715	宝くじ 52	化粧品 37	サラ金・ヤミ金 34	商品一般 26			
	マルチ・マルチまがい取引	74	健康食品 20	化粧品 8	商品一般 7	内職・副業 7	生命保険 5			
	電 話 勧 誘 販 売	445	役務その他サービス 46	ファンド型投資商品 43	公社債 40	健康食品 31	インターネット通信サービス 27			
	ネガティブオプション	3	新聞 2	理美容器具・用品 1						
	その他無店舗販売	20	物干しざお 3	アクセサリ 1	モバイルデータ通信 1	廃品回収サービス 1	ハウスクリーニング 1			



## 5 販売方法・手口ごとにみた苦情相談の状況

家庭訪販で最も多い商品・役務は<新聞>であり、以下、<工事・建築>、<布団類>と続く。無料商法では<デジタルコンテンツ>が特に多い。23年度は利殖商法が急増しており、<ファンド型投資商品>、<公社債>、<株>の順に多い。サイドビジネス商法では<健康食品>が多い。当選商法、二次被害、景品付き販売も増加しており、当選商法では<宝くじ>、二次被害では<役務その他サービス>、景品付き販売では<新聞>が多い。

表5 販売方法・手口別にみた主な商品・役務等別苦情相談件数

販売方法・手口	件数	前年度 件数	前年度 対比	主な商品・役務									
				第1位		第2位		第3位		第4位		第5位	
家庭訪販	389	412	94.4	新聞	73	工事・建築	42	布団類	34	電気・磁気 治療器具	21	テレビ放送 サービス	18
無料商法	365	392	93.1	デジタル コンテンツ	284	インターネット 通信サービス	9	固定電話 サービス	6	電気・磁気 治療器具	6	役務その他 サービス	4
利殖商法	232	97	239.2	ファンド型 投資商品	73	公社債	47	株	30	役務その他 サービス	28	デリバティブ 取引	15
サイドビジネス商法	103	109	94.5	健康食品	22	内職・副業	12	役務その他 サービス	12	化粧品	8	商品一般	7
当選商法	81	67	120.9	宝くじ	50	デジタル コンテンツ	19	アクセサリ	2	ファンド型 投資商品	2	.	
被害にあった人を勧誘 (二次被害)	72	50	144.0	役務その他 サービス	33	学習教材	12	ファンド型 投資商品	5	公社債	5	株	4
景品付販売	60	53	113.2	新聞	52	工事・建築	2	.		.		.	
開運商法	50	12	416.7	祈祷サービス	14	アクセサリ	15	教室・講座	5	仏具・神具	3	印鑑	2
次々販売	33	50	66.0	工事・建築	3	広告代理 サービス	3	学習教材	3	単行本・紳士録	2	室内装飾品	2
カタログ通販	27	27	100.0	菓子類	3	商品一般	3	アクセサリ	2	化粧品	2	.	
かたり商法 (身分詐称)	26	22	118.2	公社債	4	役務その他 サービス	4	株	3	デジタル コンテンツ	2	ファンド型 投資商品	2
テレビ・ショット・ソック	26	24	108.3	化粧品	5	健康食品	4	電気掃除機類	2	飲料	2	.	
インターネット オークション	23	40	57.5	四輪自動車	3	コンサート	2	玩具・遊具	2	婦人洋服	2	.	
アンケート商法	16	20	80.0	住宅用火災警 報装置	12	.		.		.		.	
SF(催眠)商法	14	16	87.5	健康食品	6	ふとん類	3	商品一般	2	.		.	
点検商法	13	17	76.5	工事・建築	4	給湯システム	2	浄水器	2	.		.	

(注) 1件の相談に複数の販売方法・手口が含まれる場合は、各々の販売方法・手口について、1件ずつカウントしており、複数カウントしている。

※ SF(催眠)商法:「新商品を紹介する」などと言って人を集め、締め切った会場で日用品を無料で配り、得た気分させ、雰囲気盛り上げ、興奮状態の中で最後に高額な商品売りつける。

点検商法:「点検にきた」といって来訪し、「布団にダニがいる」「住宅の工事をしないと危険」などと言って商品やサービスを契約させる。

(参考) 相談があった契約等の契約・購入金額の合計額(判明分のみ)の推移

(単位:円)

年度	H19	H20	H21	H22	H23
契約・購入金額	3,572,389,809	2,741,433,405	2,462,201,033	2,330,620,187	2,121,972,937

# 豊後高田市の消費生活相談等の状況

## 1. 相談者数等

年 度	相 談 者	延 件 数	内 訳		
			消 費	多 重 債 務	苦 情
19	31	34	6(17.6%)	2(5.9%)	26(76.5%)
20	67	72	19(26.4%)	5(6.9%)	48(66.7%)
21	98	111	34(30.6%)	11(9.9%)	66(59.5%)
22	100	147	38(25.9%)	35(23.8%)	74(50.3%)
23	99	175	91(52.0%)	14(8.0%)	70(40.0%)
24	81	121	67(55.4%)	19(15.7%)	35(28.9%)

24年度は10月末現在の数値である。

## 2. 年代別相談者数

年 代	22年度	23年度	24年度
20歳未満	0	0	0
20 歳 代	1	3	1
30 歳 代	5	9	3
40 歳 代	11	16	8
50 歳 代	7	11	11
60 歳 代	18	15	12
70 歳以上	46	29	36
他課等の照会	4	8	2
団体・不明	8	8	8
計	100	99	81

24年度は10月末現在の数値である。

## 3. 内容別相談者数

商品・役務	22年度	23年度	24年度
商品一般	4	6	8
電気・磁気治療器	3	4	1
健康食品	2	2	1
新 聞	2	1	4
布団類等	4	10	1
サラ金・ヤミ金	14	5	8
隣人トラブル	12	16	7
廃屋境界トラブル	12	1	7
そ の 他	47	54	44
計	100	99	81

## 4. 消費生活問題出張相談会

福祉事務所・プラチナ支所	毎週木曜日	午前 9時～12時
香々地庁舎	毎月第2火曜日	午前10時～12時
真玉庁舎	毎月第4火曜日	午前10時～12時

## 5. 消費生活特別相談会

- 5月の消費者月間中の日曜日
- 12月の年末月間中の日曜日
- 3月の人権福祉まつりに協賛

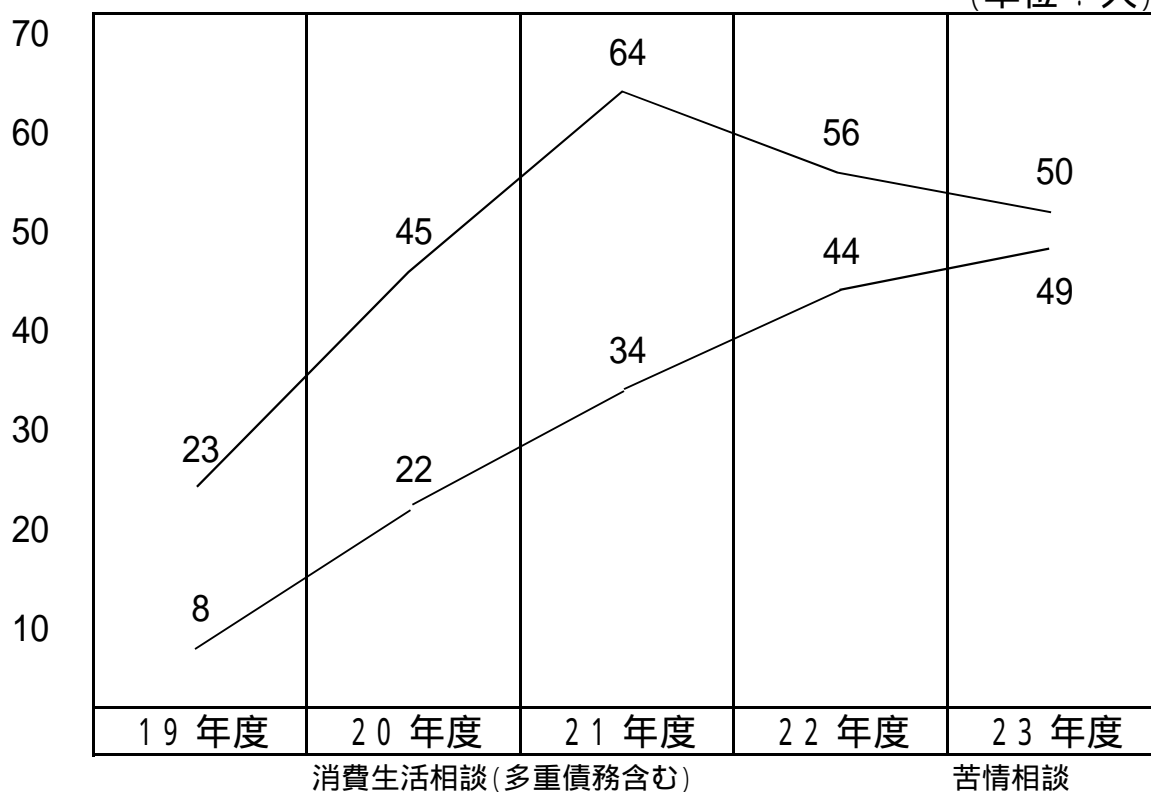
## 6. 職員等の研修会

- 収納事務関係職員の研修(11月頃)
- 社協・ケアマネジャーの研修(2月頃)

## 7. 出前講座 適時

## 豊後高田市消費生活相談者等の数

(単位：人)



## 豊後高田市消費生活相談等の件数

(単位：件)

