

令和4年度第1回広島市消費生活審議会 会議要旨

1 開催日時

令和4年7月8日（金）10時30分～12時30分

2 開催場所

アクア広島センター街8階 アクアホール
（広島市中区基町6番27号アクア広島センター街8階）

3 審議会委員及び専門委員の出欠（敬称略）

(1) 消費生活審議会委員（10名中9名出席）

鳥谷部会長、原田副会長、朝倉委員、重藤委員、長谷川委員、原委員、宮永委員、室井委員、山田委員（なお、増木委員については欠席）

(2) 消費者教育部会委員（9名中7名出席）

朝倉部会長、重藤委員、西村専門委員、原委員、原田委員、三好専門委員、山田委員
（なお、藤井専門委員、溝下専門委員については欠席）

(3) 消費者安全確保部会委員（11名中9名出席）

宮永部会長、枝廣専門委員、岡崎専門委員、長谷川委員、原委員、原田委員、村木専門委員、室井委員、彌政専門委員（なお、篠原専門委員、増木委員については欠席）

なお、各会とも過半数の出席者であり、定足数を達しているため、会は成立している。

4 公開・非公開の別

公開

5 傍聴者

0名

6 会議資料名

- 資料1 第3次広島市消費生活基本計画骨子案
- 資料2 令和3年度消費者行政の実績報告
- 資料3 令和4年度消費者行政の事業説明
- 資料4 「第2次広島市消費生活基本計画」消費者施策（個別施策）実施状況
- 資料5 「第2次広島市消費生活基本計画」消費者施策達成目標の進捗状況

7 会議の要旨

(1) 開会

(2) 議事

第3次広島市消費生活基本計画骨子案について

資料1により事務局から説明した。

(3) 報告事項

ア 令和3年度消費者行政の実績報告について

資料2により事務局から説明した。

イ 令和4年度消費者行政の事業説明について

資料3により事務局から説明した。

ウ 「第2次広島市消費生活基本計画」に基づく令和3年度消費者施策（個別施策）実施状況について

資料4により事務局から説明した。

エ 「第2次広島市消費生活基本計画」に基づく消費者施策達成目標の進捗状況について

資料5により事務局から説明した。

(4) 閉会

【以下、主な質疑応答等の要旨】

議事 第3次広島市消費生活基本計画骨子案について

(鳥谷部会長)

アンケート結果で、消費生活センターの認知度が3.6%だったことにショックを受けた。消費者行政を担当している者として、責任を感じている。

高齢者については、消費者庁のホームページや令和4年版消費者白書では、「特殊詐欺」が増えているとあるので、広島市においても、高齢者の特殊詐欺での被害が増えることを危惧している。

若年者については、令和4年版消費者白書では、SNSの利用が2013年度から10倍以上増えている。成年年齢引下げにも関連するので、きちんと指導して対策を講じる必要があると考える。

(西村専門委員)

消費生活センターの認知度が低いことに驚いた。学校の授業では、消費者トラブルなどの消費生活に関することで困ったら、諦めず必ず相談するよう指導している。その中で、「消費者ホットライン188」の役割を生徒に伝えている。困ったことがあれば、まずは相談することを呼び掛けているが、生徒に伝わっていない部分もあるのかと感じている。消費者月間に、消費生活センターに行きレポートにまとめることなどを行っていたが、今はしていない。しかし、生徒には、近くに行く機会があれば消費生活センターに寄ってみよう伝えている。これまで以上に伝えていかなければならないと感じた。

(事務局)

「消費生活センターの認知度が3.6%だった」と説明した部分について、「1年間に経験した商品・サービスに関する不満や被害にあった時に、消費生活センターに相談した人」が3.6%だったということで、単純な認知度というわけではない。

(単純な)認知度については、令和3年度の実績は78.7%である。この実績は、広島市市民意識調査によるもので、認知度には「名前は知っている」という回答も含まれている。消費生活センターは知っているが、具体的な相談に繋がっていない状況である。

(鳥谷部会長)

消費生活センターの認知度については、承知した。消費生活のことで悩んだら、まず消費生活センターに電話するようになっていけば、被害の未然防止に繋がると考える。そのアイデアを委員の皆様からいただきたい。

具体的な啓発活動について、審議会の委員も参加してできる啓発機会があった方がいいのではないと思う。例えば、消費生活センター主催で高齢者向けシンポジウムや弁護士などの専門家と協力した若年者向けシンポジウムを実施し、消費生活センターのチラシを配ると、消費生活センターの役割などの認知度が高まると考える。高齢者では「特殊詐欺」、若年者では「SNS関連や成年年齢の引き下げ」に関するシンポジウムを開催し、市民全体に利益を与えるような広報を実施すれば、相談につながると考える。

(室井委員)

昨年度、LINEでの相談を試験的に実施したと思うが、実績などはどうだったか。

(事務局)

一昨年度と昨年度、消費者庁が実施したLINE相談の実証実験事業に広島市が協力し、広報活動を行った。事業内容は、広島市民がLINEで相談し、消費者庁が委託している業者がLINEで回答するというもので、LINEで回答できないものについては、広島市消費生活センターに引き継ぎ、センターから相談者に電話で対応した。昨年度はその件数は7件だった。

(室井委員)

今回は消費者庁でのLINE相談の実施だったが、広島市ではLINEでの相談対応は考えているか。

(事務局)

LINEによる相談では、相談内容の詳細を確認する必要がある場合などは、結局、電話相談に移行する。広島市としては、現段階でLINEでの相談を実施することは難しいと考えている。

(室井委員)

承知した。次に5月の消費者月間について、今は新型コロナウイルス感染症の影響により開催されていないと思うが、昔はシャレオの中央広場にて、広報啓発イベントを実施していた。予算の兼ね合いもあると思うが、新型コロナウイルス感染症が落ち着いた後、実施できるか。

(事務局)

新型コロナウイルス感染症のため、消費者月間時にイベントは行っていなかったが、今年の6月28日にマツダスタジアムで啓発イベントを行った。周知は重要だと考えており、イベントの開催、SNSやテレビ等での発信、チラシの配布など、こういった方法が一番届くのかを考えて、広報啓発に取り組みたい。イベントの実施も含めて検討していく。

(鳥谷部会長)

LINE相談だと対応が難しいこともあるとの説明があった。将来LINE相談を実施することになれば、緊急性のある相談がきた場合は電話に切り替えて対応できるような体制が必要だと考える。

(事務局)

現在実施している電話相談以外にも、どのような相談対応の方法があるか、体制が必要か考えていきたい。

(三好専門委員)

SNSについて、広島市電子メディア協議会では、小・中・高等学校に行って講座を行っている。その中で、SNSで文章にしてしまうと、会話とは違い、自分の伝えた意図が、相手にうまく伝わらないことがあるので、一番伝えたいことは会って話すことがよいと教えている。また、高齢者にとっては、SNSの使いこなしが難しいと感じている。

次に、高齢者については、消費生活センターで悪質業者撃退ステッカーを配布しているが、高齢者には文字などは大きく、内容がわかりやすいものがよいと思うので、参考にして欲しい。

(原委員)

消費者協会では、いろいろなイベント、シンポジウム、勉強会などを開催し、その都度、広報啓発している。先日も、消費生活センターの協力のもと、成年年齢の引き下げに係るシンポジウムを行ったが、多くの方に集まってもらうことは難しい状況であった。どうしたら足を運んでもらえるか、求心力をいかに高めるかが課題である。

(事務局)

周知について、消費生活センターでは、生協ひろしまの食材配達サービスを利用し、消費者に対して食材とあわせてチラシを配布する事業や、高齢者いきいき活動ポイント事業等の通知送付時にあわせてチラシを配布する事業、まちなかにあるデジタルサイネージでの周知などに取り組んでいる。

今後は、ただ認知度を上げるだけでなく、消費者トラブルにあったとき相談に来てもらえるように取り組んでいきたい。

(鳥谷部会長)

シンポジウムなどを実施しているが、人が集まらないことが課題だという意見があった。小中学生に対するものなら、人気キャラクターを入れ込むなど興味を持たせた上で、専門家にわかりやすい話をしてもらうなど、人を呼び込む工夫が必要だと考える。このことについて、他に意見やアイデアなどはあるか。

(長谷川委員)

人を呼び込む工夫について、ターゲットによって情報収集方法が違うので、ターゲットを明確にする必要がある。高齢者は、テレビやラジオなどのマスメディアや、行政の広報紙によって情報収集していると思うが、若い人たちは、テレビは見ないでインターネットをよく使っている。そうなると、ターゲットを

絞り、広報戦略をしっかりと作り伝えていかないと、届けたい人に届かない。

骨子案のデータを見ると、認知度が78.7%であり、消費生活相談のあっせん解決率が91.0%と大変効率の良い実績であり、満足度を得られている状況だと考える。消費生活センターに相談したら解決できるということを伝えていくことによって、若い人から高齢者まで伝わっていくと考える。こういったことを踏まえて、取り組んでいけばよいと思う。

(鳥谷部会長)

他に意見などはあるか。

(岡崎専門委員)

吉島地域包括支援センターでは、高齢者からの相談窓口として、高齢者の自宅を訪問する業務をしている。また、普及啓発活動として、高齢者のサロンで消費者被害に関する話をする機会がある。ケアマネージャーや高齢者の自宅に訪問する職員が、消費生活センターの役割を熟知していれば、消費生活センターに繋げていけると考える。高齢者は困ったときには電話ではなく、ケアマネージャーなどが訪問した時に直接相談するので、(ケアマネージャーが)その相談を吸い上げて、消費生活センターに確認し回答をもらうことがある。消費生活センターのことを熟知できる機会があれば、福祉の専門職の職員が参加するなど協力できると考えている。

(鳥谷部会長)

高齢者の特殊詐欺関係等のトラブルについても、いち早く情報を掴むことができる機関だと思うので、そのときは消費生活センターに繋ぐようお願いする。他に意見などはあるか。

(宮永部会長)

大学生に対する啓発活動について、授業で弁護士からマルチ商法が流行っているのを付けてという話をしてもらった。大学生の中でマルチ商法が流行っているのを全く知らなかったなどの感想が多かったため、こういった機会に学生に周知することは効果的だと感じた。

大学生をターゲットとした時、SNSなどの媒体を利用することや、授業のカリキュラムに盛り込むことも考える必要があるとも思う。機会があれば、学生が消費生活センターを見学し、どういった仕事をしているかを知ることがよいと思う。

また、消費生活センターの認知度はそれなりにあるのに、消費生活センターへの相談に結びついていないことについては、それは自然なことだと思う。まずは身近な人に相談し、その後、消費生活センターに相談して解決してもらう。相談したら解決するというのを、最初に相談した身近な人に伝えていけば、拡大していくのではないかと。相談を解決していき、口コミで広がっていくような地道なことが必要である。

(鳥谷部会長)

「消費生活センターへの社会見学」のような訪問はできるか。

(事務局)

消費生活センターの見学や事業内容などの説明は可能である。

(鳥谷部会長)

骨子案の中で、何点か実態を伺いたい項目がある。まず消費者教育について、現状や課題といった実態について聞きたい。何か意見はあるか。

(西村専門委員)

学校では、今年度、新学習指導要領の改訂により、高校一年生からのカリキュラム等が大幅に変わっている。家庭科の指導要領の中に「消費生活・環境」があり、その中に、「成年年齢の引き下げに伴って、社会の一員として自立した行動のできる消費者を目指すための基礎的な理解をさせること」という文言がある。これまでは授業で「給料明細をもとにした家計活動」を教えていたが、株式等の「金融教育」が盛り込まれたことから、金融の特徴を理解してリスク管理を含めた家計管理をするように改訂された。

自分の授業の中では、4年前から成年年齢の引き下げによって何が変わるかを伝えてきた。現在、高校三年生の同じクラスに成年と未成年が混在している中で、未成年者取消権を行使できないことによるトラ

ブルが発生することを懸念しているが、今のところトラブルがあったとは聞いていない。こうしたことを踏まえて、本校では、高校一年生で週2時間、家庭科の授業を実施しているが、高校三年生で授業を実施しているところもある。

成年年齢の引き下げについては、消費者庁のDVDや、教科書会社が作成している視聴覚教材を用いて授業を行っている。視聴覚教材を用いると、生徒は興味関心を持ってくれる。

18歳で新成人になった生徒がターゲットになると授業で伝えているが、高校に在学していると、まだ保護者に守られているという甘い考えがあるように感じる。学校としては、消費生活センターからの情報などをもとに、消費者トラブルに関する知識を与え、未然に防ぐよう教育している。

課題については、内容が多岐にわたり学校だけの対応が困難という状況である。家庭科で教えることが多くある中で、成年年齢の引き下げや金融教育などが追加されたこともあり、対応が困難ということである。特に金融教育については、授業をサポートできる人材が必要であり、早急に解決していただきたい課題だと考える。夏休み中に教員の研修会が設定されているが、多忙のため研修会への参加が難しく、オンラインでの授業を見る時間もとれない状況である。金融教育について、今年度は専門の外部講師にお願いしようと考えている。

家庭科教員として、生徒には人と環境に優しい自立した消費者になるよう伝えており、生徒が自分自身でいろんな判断ができるようしっかりと消費者になるように教育していきたい。

(鳥谷部会長)

他にあるか。

(朝倉部会長)

消費者教育の現状については、西村専門委員の意見の通りだと共感している。成年年齢の引き下げについては、主権者教育と関係して非常に大きな出来事であるが、新成人本人も家族も社会全体も緊張感が十分でないと感じている。また、消費者教育については、実は高校生では遅く、各学校段階で、取り組む必要があると考えている。すでにカリキュラムとしてはそうなっているが、業務が多岐にわたる中で、必ずしも思うように展開していない状況である。社会が変化し、消費者教育の現実が追いついていない側面がある。教科の学習において、教科書が追いついていけないところを補うため、いろいろな教材を活用するが、教材は求めていかなければ手に入らない。すべての教員が活用しているわけではないだろう。一方で、子どもたちの現実が大きく変わってきている。キャッシュレスの普及などに伴い、「おつり」という意味がわからない子どもが出てきている。子どもたちの買い物やお金などに対する感覚が大きく変わりつつある中で、消費者教育をどうしていくか、消費者トラブルをどのように防いでいくか、何かあったときにどのように対応していくか、ということが、喫緊の課題だと考える。学校は、計画的、組織的に取り組んでいく教育機関であるが、学校が全て抱えていくことは無理である。これからは、家庭、地域、そして要となる行政などの関係団体と連携して取り組んでいかなければ効果は上がらないと考える。また、モノやコトの価値をどのように生み出していくのか、あるいはそれをどのように共有し消費していくのかということについては、子どもたちは将来、それを担っていく大事な人々であり、子どもたちの生き方にも関わってくるところであるので、強力に推進し支援していきたいと考える。消費生活センターにも、支援していただきたいと思うし、消費生活審議会としても、支援していきたいと考える。

(西村専門委員)

成年年齢の引き下げにについて教育は、18歳直前では遅いと考える。先日小学五年生の子どもが成年年齢の引き下げに関するチラシを持って帰ってきたが、こういった発達段階でも少しずつ伝えていき、高校での家庭科教育は最終段階になれば良いと感じた。

また、社会の状況に対して、教科書が追いついていないところもあるので、いろんなところと連携する必要があると感じた。

(鳥谷部会長)

次に高齢者について現状や課題といった実態について、聞きたい。何か意見はあるか。

(宮永部会長)

インターネットが普及して二十数年たち、高齢者もインターネットを使う機会が増えてきている。高齢者の見守りは、商品のように見えるものではないので、被害に気づいていくということが必要になってくる。自主的に相談してくれればよいのだが、実際には難しい。インターネットは簡単に海外との取引もで

きるので、トラブルが国際化してきていると感じている。交渉相手が外国人ということもある。読めない英語で書いてある契約書を習慣的にOKしたりしている。越境取引ということで対応しづらい面もあると思うが、消費生活センターの後押しがあれば大きな力になる。抜本的な解決策は難しいかもしれないが、スピード感をもって対処しなくてはいけないと思う。

(鳥谷部会長)

インターネット被害に気を付けなくてはいけないという事例であった。ほかにもお願いしたい。

—宮永部会長 退席—

(岡崎専門委員)

高齢者の支援を主な業務とする地域包括支援センターでは、地域の高齢者の見守り活動に参加している。この事業は、平成28年度から実施主体は各地区の学区社協ということで、地域包括支援センターが事務局を担うという形となっている。具体的な内容は、普段のお付き合いを通じて、住民同士がお互い様の精神でお互いを支え合うという活動であり、緩やかな見守り活動である。定期的に運営委員会を開催し、今後の事業の方向性や現在の活動状況、改善点などを住民の目線で話し合っていて決めている。いろいろな地域があるので、その地域性に合わせた形で実施している。広島市には中学校区ごとに41か所の地域包括支援センターがあるが、課題として挙がっているのは、気になる高齢者と地域がペアになって見守りを行うが、ペアリングの相手が誰でもいいというわけではない。自分のことをよく知っている方を希望される者が多く、ペアリングの数の伸び悩みがある。また6年を経過して活動への意識が少し希薄になってきているところがある。地域には高齢者だけが住んでいるわけではないが、高齢者見守り活動と限定的なものになっており、長く続けるためには若い世代にこの事業を知ってもらわなくてはいけない。高齢者が高齢者を見守るという形に違和感が出てきている。

また、感謝された例として、悪質な訪問販売の例だが、事業者がなかなか帰らない時に、ペアリングしている相手に電話したところ、事業者はすぐに帰ったということがある。電話をされることを非常に嫌っているようだ。こうした被害防止の効果もあった。

(鳥谷部会長)

貴重な具体の例である。ペアリングの問題、知人等への連絡をするということの有効性などがわかる。他にないか。

(彌政専門委員)

私どもの基幹相談支援センターは、障害関係の相談窓口であるが、地域包括支援センターに比べて数は少ない。同じ法人で翠町地域包括支援センターもあるので、連携して活動を行っている。障害のある方は、通所する場所、働く場所、暮らしている場所が同一区内だけではないので、そうした遠くの事業所とも連携して取り組まなくてはいけない。包括支援センターと連携し、在宅で家族と一緒に暮らしている障害のある方の困っている部分と一緒に活動していきたいと思っている。こうした状況の中で消費生活センターとも連携を図りたい。

神奈川の事件以降、意思決定支援ということが障害関係ではキーワードになっている。多少不合理と思われても他の人の権利を侵害しないのであれば、認めるということ。「いろいろな経験を積んで社会参加できるようになればということ」がキーワードとなっている。知的障害、発達障害の方のトラブルがあったときに、住民の方も一緒に困った状況を解決できればと思っている。

(鳥谷部会長)

包括支援センターや消費生活センターとの連携、トラブルがあった時の住民との連携、意思決定支援という考え方の紹介をいただいた。他にないか。

(村木専門委員)

社会福祉協議会は、地域活動の支援を行っている。地区社会福祉協議会では近隣ミニネットワークづくり推進事業という名称で見守り活動を行っており、ネットワーク数は広島市に1万以上ある。地域活動は、地域住民が地域の課題と感ずることを地域で解決しようということで始まっている。必要と感ずる地域では、高齢者や障害者のほかにも子育て世代などへの見守りも含めて近隣ミニネットワークでやっ

守りを見張られていると感じられることがあるということ。そのため、はっきりと見守りという形をとらなくても、カーテンや電灯の状態などを見るなどさりげなく気にかけていくようにしている。そのほかにも広島市高齢者地域支え合い事業や民生委員の見守り活動、老人クラブの訪問活動などの見守り活動がある。様々な見守り活動を活用して悪徳な訪問販売業者などから市民を守ることができたらと思う。

もう一つ社会福祉協議会が実施している事業に、社会福祉法で規定されている。福祉サービス利用援助事業がある。認知症など判断能力が不十分な方が福祉サービスの利用契約をするときなどに支援する事業で、金銭管理なども行っている。月1回生活費を届けるときに通信販売で不要なものを購入させられていないかなどの情報や人の出入りに関する情報を得ることがある。訪問販売や通信販売などすべてを排除するのではなく、本当に必要なかの判断のお手伝いをするをさせてもらっている。本人の意思を重要視して取り組んでいる。

(鳥谷部会長)

見守りとプライバシーの関係はあるが、被害が発生してからでは遅い。理解してもらうことが大切である。現場での取り組みは大変だろうと思う。

いろいろな意見があったので、これらを踏まえて修正等の対応をすることになる。対応は部会長に相談したうえで、会長一任とさせていただきたい。

(全員)

了解

(鳥谷部会長)

条件付きで一任とさせていただく。意見は素案作成の参考にさせていただきたい。