

令和2年度第1回広島市消費生活審議会での委員からの意見

資料1

委員名	意見（要旨）	対応等
阿須賀委員	<p>【P7】</p> <p>「エ 消費者啓発リーフレット等の作成・配布」について、部数のみの記載だが、学校を通じての配布なのか。各学校に数部なのか、数校に全生徒分なのか、内訳が分かるとよい。エコバッグはどのように配布されたのか。</p> <p>「オ 消費生活パネルの展示・貸出、啓発図書等の貸出」について、本文では「市民貸出用として関連図書・DVDを購入した」とあるが、表の「貸出状況」の数字は購入数なのか、貸出数なのか。資料3のNo.163に「貸出」とあるので、貸出数なのか。たとえば、DVDは5本を各1回ずつなのか、よく分からない。</p> <p>【P11】</p> <p>「(イ) a メール通信「消費者教育情報」の配信による学校等への情報提供」について、配信数はどのくらいか。</p>	<p>標記している部数は購入部数である。今後、配布内訳が分かるよう修正する。</p> <p>エコバッグについて、広島市消費生活センターにおいて、随時配布している。</p> <p>表の「貸出状況」の数量は、貸出数であり、年間で延べ5本を貸し出したということである。</p> <p>今後は、内容を整理し、分かりやすく記載する。</p> <p>配信実績は計7回である。配信先は、市立小学校・中学校・高等学校・中等教育学校・特別支援学校(計214校)へ送信している。</p>
土井委員	<p>【P3】</p> <p>物価安定対策事業について、物価の監視・調査の消費生活モニターが8名は少な過ぎる気がする。</p>	<p>各区1名ずつ選出しており、8名で市内を網羅していると考えている。</p>
鳥谷部委員	<p>【P12】(資料2のP15等も関連する)</p> <p>2022年4月1日から成年年齢が18歳になる。若年成人が1人で契約ができるということで、消費者被害のターゲットになることが危惧される。また、飲酒が禁止されているにもかかわらず歓迎会・懇親会でのアルコール中毒症(死亡例も)が増加することが予想される。法施行は1年余り後である。重点的に広報や講座数を増やす必要があるのではないか。</p> <p>【P29】(資料2のP15等も関連)</p> <p>新型コロナにより旅行、ホテル、飲食店等の予約キャンセルの問題がまだ増加することが予想される。また、給付金詐欺についても警告する必要がある。これについての広報などをより強化する必要があるのではないか。</p>	<p>広報については、ホームページやSNSを活用し、今後は、より積極的に行っていく。</p> <p>講座については、コロナ禍の影響により、受講の依頼が減少している。オンライン上での講座等ができるよう、今後、検討していく。</p> <p>ホームページやSNSを活用し、今後も積極的に広報を行う。</p>
室井委員	<p>【P16～P20】</p> <p>2019年の広島市民意識調査は興味深かった。消費生活センターの認知度は77.8%と全体的には上がっているが、若年層(10歳代、20歳代)の認知度が低いことが分かり、学校等での啓発が必要であることを認識した。</p> <p>また、エシカルやSDGsへの認知もまだ低く、今後の啓発が重要と思えた。</p>	<p>今後も、消費生活センター及びエシカル消費の認知度向上のため、様々な啓発を実施していく。</p>

資料 2

委員名	意見（要旨）	対応等
石井 委員	<p>【P5】</p> <p>資料 1 の P19 にある市民意識調査 問 45 倫理的消費（エシカル消費）の結果を踏まえた事業と思われるが、「ウ エシカル消費（倫理的消費）の推進」として、広く市民の意識啓発に取り組むとされているが、具体的にどのような取組を実施されているのか。</p> <p>また、倫理的消費という言葉もイメージしにくいので、もっと言葉の意味も含めて周知する必要があると思う。</p>	<p>令和 2 年度においては、広報番組や広報紙で、エシカル消費の言葉の意味や、身近にできる取組を紹介した。</p> <p>また、中央図書館主催の企画展において、SGD s の取組の一環としてエシカル消費を紹介した。</p> <p>まずは、言葉を覚えていただけるよう、積極的に啓発していく。</p>

資料 3

委員名	意見（要旨）	対応等
阿須賀 委員	<p>【P2】</p> <p>No.18…住宅相談の実施について、144 回の枠があるのに、89 件実施というのは周知が足りないのではないか。</p>	<p>現在の周知方法としては、本市ホームページ、広報紙「市民と市政」、関係部署へのチラシ配布である。また、消費生活センターにおいても、積極的に案内することで、連携を深めていきたい。</p>
	<p>【P3】</p> <p>No.22…耐震シェルター等設置補助について、ニーズがないのか自己負担があって設置が進まないのか。</p>	<p>平成 29 年度実績が 3 件で、それ以降は毎年度 0 件である。「導入するか悩んでいる」という意見はあるが、問い合わせ自体は少ない。</p>
	<p>【P5】</p> <p>No.49…県生活センターとの情報交換について、「随時」では状況がよく分からない。どのような連携事例があったのか記載してはどうか。</p>	<p>勧誘方法に問題がある手口、新たな悪質商法の手口が急増した場合等に、県と市で随時、情報交換をしており、広島県による行政指導 2 件につながった。（資料 4 参照）</p> <p>今後は、どういう連携事例かが分かるよう記載することとする。</p>
	<p>【P6】</p> <p>No.50…(2)(3)調査指導はどのくらいあったのか。</p>	<p>医療関係施設等に対する保健衛生上の苦情に伴う調査・指導 105 件</p> <p>薬局等に対する保健衛生上の苦情に伴う調査・指導 34 件</p>
	<p>【P7】</p> <p>No.56…食材配達サービスを利用した情報提供について、生協ひろしま以外のルートは増やしていかないのか。（例：ヨシケイ、グリーンコープ、エブリデイ、フレスタなど）</p>	<p>冊子の配布は生協ひろしまのご協力により行っている。他にご協力いただける業者があるか検討していきたい。</p>

	<p>【P9】 No.71…どのような情報が得られたのか。他都市の先進事例などで取り入れたものはあったのか。</p> <p>No.72…相談ニーズがなかったのか、国際交流ラウンジとの連携がうまくいかなかったのか、留学生会館やその他別な場所との連携が必要なのか、探ったほうが良いと思う。</p>	<p>消費者庁のモデル事業として、徳島県を対象に、SNSを活用した相談を試行実施している情報を得た。</p> <p>令和2年度においては、本市も同事業に協力している。</p> <p>今年度も外国人からの相談はあったが、通訳の必要がなかった。消費生活相談が必要な市民の引継ぎ方法等について担当部署と検討する。</p>
	<p>【P14】 No.107…訴訟に必要な費用の貸付を行ってもらえることは周知されているのか。知らないから利用されないのではないか。相談はあったが訴訟には至らなかったのか。</p>	<p>訴訟費用の貸し付けについては、ホームページに掲載し、周知しているが、問い合わせ自体が無い状況である。</p>
	<p>【P18】 No.140…食べ残しゼロ推進及び食品ロス削減協力店の募集はどのような形でいったのか、どのくらい登録されたのか。</p>	<p>市関係施設へのチラシ配布や、ホームページで広報を行った。平成31年度末時点の登録数は、食べ残しゼロ推進協力店は264店舗、食品ロス削減協力店は160店舗である。</p>
	<p>【P19】 No.145…事業者に対する講習会等の開催を「検討した」で事業実施と言えるのか。</p>	<p>委員ご指摘のとおり、事業を実施しなかったものとして区分「2」へ修正する。</p>
	<p>【P21】 No.165…どのような案件がSNSで注意喚起する該当案件なのか。平成31年度の段階でコロナの詐欺やマスク関連など緊急を要するような案件はあったように記憶している。SNSとは何を指すのか。広島市ツイッターやFacebookのことか。(委員として登録させていただきたい。)</p>	<p>今後は、SNSを活用した注意喚起をより積極的に行う。</p> <p>ここで言うSNSとは、広島市公式のツイッターやFacebookのことを指している。</p>
<p>石井 委員</p>	<p>【P21】 No.165…「SNSによる注意喚起」について、平成31年度 of 取組状況が、SNSで注意喚起する該当案件が無かったため、未実施とされているが、緊急情報にないにしても、消費者に対する注意喚起にSNSは有効と思われることから、積極的な情報発信を行っていただきたい。</p>	<p>今後、SNSを活用した注意喚起を積極的に行っていく。</p>

<p>原田 委員</p>	<p>令和2年度以降の取り組みについて、新型コロナウイルスに関連した事業が、ほとんど記載されていない（No.160には記載がある）のが気になった。従前の事業の延長線上に位置付けているために特に記載がないものと推察するが、念のため、いくつか挙げてみる。</p> <p>【P4、P5】</p> <p>例えば、物価の監視・調査、提供（No.38, 41）について、マスクや消毒用アルコールなどを対象に含めることはできないのか。</p>	<p>価格や需要の特別な変化が生じる商品の追加調査は可能である。今後、状況に応じて検討する。</p>
	<p>【P13】</p> <p>多重債務問題（No.98以下）について、コロナ禍による失業等によって支払いが困難な状況に追い込まれている消費者が少なくないのではないかとと思われるので、オンライン会議の活用などによって、関係機関との連携、研修を進めていく必要があるのではないかと考える。</p>	<p>多重債務問題については、相談員による相談対応に加え、弁護士による相談会を3回開催した。</p> <p>窓口職員向けの研修はEラーニングによる実施を計画中である。</p>
	<p>【P15、P16、P20】</p> <p>また、消費者教育・啓発活動（No.116, 120, 122, 157など）の視点からは、いわゆる持続化給付金の詐欺事案に大学生等の若者が関与していることなどに照らし、安易に儲け話に乗らないよう（犯罪であるという自覚を促すよう）啓発するなどの活動を行う必要があるものと考え。</p>	<p>注意喚起等について、若年者を含め、広く市民に対し、ホームページやSNSを通じて積極的に注意喚起していく。</p>
<p>宮永 委員</p>	<p>【P14】</p> <p>No.106, 107, 108, 109</p> <p>消費生活紛争調停委員会、適格消費者団体関連では特に世話になっている。今後も引き続き積極的な活用と情報提供をお願いします。</p>	<p>今後も引き続き、積極的な活用及び情報提供をしていく。</p>
<p>室井 委員</p>	<p>第2次基本計画に沿って、それぞれの事業が実施された状況を確認できた。</p> <p>【P21】</p> <p>No.165でSNSを利用した情報発信が平成31年度では未実施となっているが、今後ぜひSNS利用の情報発信の実施を試みていただきたい。</p>	<p>SNS利用の情報発信について、今後、積極的に実施する。</p>

資料 4

委員名	意見（要旨）	対応等
鳥谷部 委員	高齢者の特殊詐欺被害が相変わらず多い（中国新聞「絶て特殊詐欺」等）。「高齢者の出前講座への参加を増やす」では、講座回数が非常に増えているのに、参加者数は2132人から1709人に減少している。これはなぜなのか。周辺市での被害が目立つが、広島市内の被害者は減少しているのか。	平成30年度は受講者が200人を超える講座依頼が数回あったが、平成31年度は100人規模を超える講座依頼が無かったためである。 広島市内の特殊詐欺被害の認知件数について、平成30年が90件、令和元年が95件に対し、令和2年は52件となっており、減少している。（広島県警ホームページを参考）

その他

委員名	意見（要旨）	対応等
鳥谷部 委員	最近、オンラインモール、アプリストア、SNS等で商品などを購入するデジタルプラットフォーム（DPF）の規制立法が急速に進んでいる。契約約款の開示を義務づけた透明化法は制定されたが、規制するための消費者契約法、特商法、景表法、不正競争防止法の改正が準備されている。商品が届かない、欠陥がある、高いキャンセル料を請求される等の被害が多発しているとのことである。注意喚起する広報等が必要ではないか。	今年度は市民と市政等の広報紙で啓発を図っている。今後もホームページやSNSを通じて広報を行っていく。
石井 委員	毎年消費生活情報誌「知っ得なっとく」を発行されているが、できれば審議会の参考資料として配布していただきたい。	来年度より、審議会資料として配布させていただく。
土井 委員	多方面での消費者行政の事業について、「第2次広島市消費生活基本計画」消費者施策により広島市消費生活センターの認知度は高くなっていると思う。	今後も広島市消費生活センターの認知度がさらに上がるよう、積極的に広報していく。