

令和7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7年8月27日（水）15時30分～16時50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）

3 審議会委員の出欠（敬称略）

(1) 出席委員

朝倉委員、熊崎委員、出路委員、中尾委員、野田委員、長谷川委員、原委員、堀田委員、増木委員、宮永委員

(2) 欠席委員

なし

(3) 定足数の確認

委員10名中10名が出席し、全委員の過半数となり、定足数に達した。

4 公開・非公開の別

公開

5 傍聴者

なし

6 会議資料名

広島市消費生活審議会消費者教育部会委員名簿（案）

広島市消費生活審議会消費者安全確保部会委員名簿（案）

令和6年度消費者行政の実績報告（資料1）

令和7年度消費者行政の事業説明（資料2）

「第3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3）

「第3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（資料4）

7 会議の要旨

(1) 開会

(2) 議事

ア 会長・副会長の選出について

委員の互選により、会長に宮永委員、副会長に朝倉委員を選出した。

イ 広島市消費生活審議会消費者教育部会の委員及び専門委員の指名について

広島市消費生活審議会消費者教育部会委員名簿（案）のとおり、宮永会長が指名した。

ウ 広島市消費生活審議会消費者安全確保部会の委員及び専門委員の指名について

広島市消費生活審議会消費者安全確保部会委員名簿（案）のとおり、宮永会長が指名した。

(3) 報告事項

ア 令和6年度消費者行政の実績報告について

資料1により、事務局から説明した。

イ 令和7年度消費者行政の事業説明について

資料2により、事務局から説明した。

ウ 「第3次広島市消費生活基本計画」に基づく令和6年度消費者施策（個別施策）実施状況について

資料3により、事務局から説明した。

エ 「第3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4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】

(増木委員)

資料1の30ページの「商品・役務別の相談件数」の表中5位の移動通信サービスについて、主な内容として、携帯電話サービスやモバイルデータ通信などとなっており、31ページの年代別件数では、高齢層の4位にもなっているが、具体的にはどのような相談内容なのか。

(事務局)

移動通信サービスの相談は、携帯電話やWi-Fiサービスである。高齢者が一般層や若年層と比べて情報を持ち合わせていない状態で、相談に行っただけなのに契約してしまった、不要なオプションを付けられた、家のインターネットがセットで安くなると言われ契約したなど、自分が思っていた内容とは違う契約になっていたという相談が多い。

(宮永会長)

詳しい人が行くとサービスの必要性がすぐにわかるが、店員に勧められるままに契約してしまって、後で不要だったとわかるケースがあると思う。

(出路委員)

年代別の相談件数について、相談者と契約当事者が異なる場合もあると思うが、そのこともわかるのか。

(事務局)

基本的には契約当事者からの相談をお願いしており、ほぼ全てが契約当事者からの相談件数である。

(出路委員)

例えば、10歳代の相談では、本人が窓口に来たり電話をかけてきたりするのか。親からの相談ではないのか。

(事務局)

10歳代についても、啓発を行っており、中高生からの相談も多い。親には言えないという相談もある。親が子どものために行った塾の受講や歯の治療などの契約に係る相談については、親が契約当事者となる。

(出路委員)

その場合は、30歳代や40歳代からの相談になるのか。

(事務局)

親を契約当事者として、その年代をデータ登録している。

(宮永会長)

契約当事者の年代と相談者の年代で統計を取っているのか。

(事務局)

統計は取っている。

(朝倉副会長)

二点質問がある。一つは消費者教育に関すること。教員自身も契約トラブルに遭うことが考えられる中で、資料1の19ページ「消費者教育コーディネーターによる教員への支援」として、3月に行った教員採用前研修での講話の様子や反応を教えてほしい。

もう一つは消費生活相談の件数に関すること。昨年度、相談件数が増加していることをどの

ように読み取ったら良いか。トラブル全体の件数が増えているのか、消費生活センターの存在が周知されたために件数が増えているのか。どのように捉えているか教えてほしい。

(事務局)

教員採用前研修では、参加者はとても熱心に話を聞いている。アンケートでは肯定的意見が100%だった。例えば、これまでに消費者トラブルに遭った経験やトラブルを聞いた話に関する質問では、エステティックサービスに関するものが多かった。自由記述の内容を一部紹介すると、「消費者教育について学び、クーリングオフ制度が適用されるかどうか事例を踏まえながら学べた。」、「社会人としてのマナーや同僚などとうまく付き合っていくためのコミュニケーションスキルなども学べた。」、「消費者教育について自分だけでなく生徒がトラブルに遭う可能性もあると改めて感じ、今後、生徒にどう伝えていくかを考えたい。」という感想があった。

次に相談件数について、その評価は非常に難しいと考える。特に、表面化しない埋もれた部分が計り知れない。しかしながら、啓発活動を通じ、今まで泣き寝入りしていた人が解決方法を知り、当センターを頼って相談されることにより、相談件数が増えていると考えている。また、昨今、定期購入などの消費者トラブルをSNSやマスコミが大きく取り上げており、その効果もあるのではないかと考えている。相談件数が増えていることは、高齢者を中心に周知が徐々に図られている結果と考えており、今後も気軽に相談ができる消費生活センターの周知を図っていきたい。

(宮永会長)

資料1の2ページの「消費者事故の発生・拡大防止」について、令和6年度は、商品テストの依頼件数が0件となっているが、近年は少ないのか。

(事務局)

商品テストの依頼件数は、例年数件はある。昨年度、依頼の案件はあったが、結果的に0件となった。国民生活センターからは全体的に依頼件数が減っていると聞いている。

(宮永会長)

資料1の9ページの「消費者啓発パンフレット等の作成等」の中に「新成人のためのステップアップガイド」があるが、どのように配布されているのか。高校を通じて配布されているという理解で良いか。

(事務局)

学校を通じて市立の高校3年生に配布している。4月生まれの生徒もいるので、学校が始まってすぐ手に渡るように、4月の早い段階で発送している。

(宮永会長)

誕生日の翌日に事業者からコンタクトがあるという話も聞く。そのような取組はありがたい。

(宮永会長)

資料1の14ページの「多重債務問題における関係機関等との連携」について、近年の多重債務に関する相談件数の傾向はどうか。

(事務局)

令和6年度は前年に比べて増加した。近年、簡単に借りることができるため、SNSを通じた詐欺で消費者金融から借りた事例も含めて、相談件数が増えている。

(宮永会長)

少し落ち着いたのかと思っていたが、新たな形で問題になっていることが分かった。

(中尾委員)

資料1の12ページ「市広報紙等を活用した情報提供」について、スマートフォンやSNSを使う人が多くなっている中で、市も情報発信のツールとしてLINEやInstagramなどを使っているが、例えば、市役所や区役所に来所した人に対して、情報発信の入口として登録してもらうという働き掛けや声掛けのようなことをしているのか。

(事務局)

当センターからのSNS等による広報については、市の公式SNSを活用している。数は把

握していないが、かなり多くの人に登録してもらっている。当センターとして独自に登録を呼び掛けるような活動はしていないが、市全体として登録を呼び掛けている。

(野田委員)

先程、質疑応答のあった商品テストについて、昨年度は0件ということだが、具体的にはどのような内容のテストを行うのか教えてほしい。

(事務局)

商品テストの要望については、全てに対応することができないので、命に関わるもの、多くの人に危害が及ぶものを基準に考えている。また、不都合の再現性や現物が提供できるかも重要である。昨年度は、商品テストまでに至らなかったが、自転車に関する案件を検討した。

(増木委員)

資料2の4ページ「消費生活相談のデジタルトランスフォーメーション(DX)への対応」について、若い人はSNSを使うことも多く、せっかくDXの対応をするのであれば電話ではなくチャットサポートで相談を受けるなど、そのようなことも検討しているか教えてほしい。まずはチャットによるやり取りをしてから、安心して電話してもらえるようになれば、今まで相談されていなかったような若年層の相談に繋げることができるのではないかと考えている。

(事務局)

DXについては、国において新システムの開発と同時に、「消費者トラブルFAQサイト」を開設し、消費者によるトラブルの自己解決を支援している。当該サイトで対応策を見る人も一定程度いるのではないかと考えている。

(宮永会長)

資料2の4ページ「見守り関係団体等との連携」について、チャットツールを活用するという説明があったが、もう少し詳しく説明してほしい。

(事務局)

消費者庁のモデル事業の1つとして、広島市においては、チャットツールが入ったパソコン又はスマートフォンを見守り団体に貸与し、直近の相談事例などをチャットツールを使って配信することで、最新の情報に基づいた見守り活動をしてもらうということを考えている。現在は、月1回のメール配信をしているが、チャットツールを使えば、迅速性が高まると考えている。この事業の効果は国にフィードバックされ、全国への普及の可否が検討されることになる。

(宮永会長)

先進的な取組をしていると思うが、逆に心配になるのは、見守り団体の中にもITに対する得手不得手があることだが、そのあたりのサポートは行うのか。

(事務局)

しっかりとサポートを行う。

(宮永会長)

資料4の「消費生活協力団体を有する地域」について、郵便局の協力を得ることができたことで増加したとのことだが、基本的に郵便局がある地域はすべて対象になったという理解で良いか。郵便局にも特定郵便局など種類があるが、すべての郵便局が対象なのか。

(事務局)

郵便局が存在する学校区は、すべて対象としている。残りの18校区は、小学校はあるが、郵便局が存在しない地域となっているため、すべての校区に協力団体が存在するという状況は達成できていない。

(宮永会長)

残りの地域はどのようにしていくつもりか。なかなか難しいのではないかと考えている。

(事務局)

協力団体が存在している地域については、病院や介護施設などがあれば、そのような施設は高齢者と接する機会もあると思われるので、協力を依頼することを検討したい。

(野田委員)

資料3のNo.78「消費生活出前講座の実施」について、令和6年度は、回数114回、参加者5,745人となっているが、過年度と比べて増えているのか減っているのか教えてほしい。

(事務局)

年間に100件程度、広島消費者協会に委託して事業を行っている。

(朝倉副会長)

資料4の「消費生活サポーターを有する地域」、「消費生活協力団体を有する地域」について、この趣旨は、地域にサポーターや協力団体がいることで、消費生活上の困りごとに対してサポートができるということだと思う。先程の質疑応答で地域的に難しい場合もあるということだったが、地域を拡大して協力をお願いするような柔軟な対応はできないか。

(事務局)

校区内に郵便局がなければ、近くの校区にある郵便局を利用することは想定される。どのように対応できるか考えていきたい。

(野田委員)

資料1の35ページに注目事例として「SNS上での投資トラブル」について取り上げられているが、これは1件当たりの被害金額が大きく、退職金が無くなって生活に困るという事案もあり深刻である。被害の入口はSNSであることが多いので、啓発活動としてSNSの活用に力を入れてほしい。

(宮永会長)

最初にSNSで検索する人も増えている。

(出路委員)

経験から言うと、高齢者には、SNSなどデジタル上の表示は印象に残っているようで残っていないと感じている。対面でマンツーマンによる肉声での情報が一番印象に残っていると思う。高齢者にとっては、今からの時代の生活の中で情報を取り入れることが難しい。高齢者には人間の温もりを感じることができるような情報の伝達について工夫をお願いしたい。

(宮永会長)

対面での情報の影響力は非常に大きい。