

令和7年度第1回広島市消費生活審議会消費者安全確保部会 会議要旨

1 開催日時

令和7年12月19日（金）15時00分～16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）

3 審議会委員の出欠（敬称略）（12名中9名出席）

岡崎専門委員、出路委員、野田委員、原委員、堀田委員、増木委員、宮永委員、宮本専門委員、村木専門委員

※ 小松専門委員、長谷川委員、村上専門委員は欠席

なお、過半数の出席者であり、定足数に達しているため、会議は成立している。

4 公開・非公開の別

公開

5 傍聴者

なし

6 会議資料名

資料1 消費者トラブル防止ハンドブックの改訂について

資料2 見守り関係団体等との連携の状況

参考資料1 チャットツールを利用した消費生活情報の提供①

参考資料2 チャットツールを利用した消費生活情報の提供②

7 会議の要旨

(1) 開会

(2) 議事

ア 部会長の選出について

委員の互選により、部会長に宮永委員を選出した。また、部会長の職務を代理する委員については、宮永部会長が堀田委員を指名した。

イ 消費者トラブル防止ハンドブックの改訂について

資料1をもとに説明した。

(3) 報告事項

ア 見守り関係団体等との連携の状況について

資料2をもとに、参考資料で補足し、説明した。

(4) 閉会

【以下、主な質疑応答等の要旨】

議事イについて

（増木委員）

資料1別紙2ページの「はじめに」の修正について、見守りの対象に子どもを追加するものだと思うが、1行目の「近年、高齢者や障害者等、消費生活上配慮を要する方」の並びには記載がないが「子ども」を追加しなくてよいのか。また、5、6ページの「消費者トラブル例」は相談が多い事例順に並んでいるのか。

(事務局)

「はじめに」の一段落は、消費者安全法の改正の経緯を記載しているもので、法改正の趣旨としては主に高齢者及び障害者が主な見守りの対象であった。本市としては、見守りの対象に子どもを加えるという趣旨で修正したいと考えている。

「消費者トラブル例」については、相談が多い事例順に掲載することも検討したが、例えば点検商法は訪問販売に包含されるなど順位付けが困難であったため、概ね特定商取引法に規定されている順とした。

(増木委員)

消費者トラブルは変化している中、新たにSNS等に関するトラブルも掲載され良くなったと思う。

(村木専門委員)

成年年齢の引き下げ等を踏まえて子どもを見守り対象に加えるとのことだが、18歳、19歳を子どもというのは適切なのか。また、ハンドブックは見守り活動者向けとのことだが、子どもに対して注意喚起する者として誰を想定しているのか分からない。子どもが消費者トラブルに遭うことが多くなっているといった記載もなく、子どもの文言を入れただけに見える。見守りの対象者を限定することのないよう、

「はじめに」の記載においても、表紙の修正と同様に「高齢者や障害者等の」を削除してはどうか。

また、見守り対象に子どもを入れるのであれば、挿絵にも18歳、19歳に多いトラブル事例を入れた方が分かりやすい。

(事務局)

子どもが指す者としては、消費者トラブル解決に当たってサポートが必要となる年齢を想定している。

「消費者トラブル例」には記載しきれなかったが、例えば相談の多いゲーム課金のトラブルでは、未成年者取消権を主張できる場合もあるが、子ども一人での対応は難しい。御意見を踏まえて「はじめに」の記載やトラブル事例のイラストの挿入を検討したい。

(村木専門委員)

ハンドブックを活用する者として学校の教員等が想定されると思う。ゲーム課金の事例はイメージしやすいため、そういった表現を入れていただきたい。

(事務局)

空きスペースの都合で、消費者トラブル例の追加は難しいかもしれないが、既存の事例を若者向けの内容とすることも検討したい。例えば定期購入のトラブルでは、若者が使っている脱毛クリームでもトラブルとなっている事例がある。

(増木委員)

当時中学生だった娘が、定期購入だと気が付かずサプリメントを購入していたことがあった。事業者から2回目の荷物が届いたときに気が付いたが、解約手続に苦慮した。

(宮永部会長)

見守りの対象に子どもを加えるのであれば、ハンドブックの配布先の拡大を検討してもよいと思うがどうか。

(事務局)

現状、ハンドブックは消費生活サポーターや消費生活協力団体を中心に配布しており、子どもや若者に接する者には配布できていない。当センターのホームページ上には掲載しているが、今後、配布先の拡大を検討したい。

(増木委員)

イラストについて高齢者向けのものが多いため、子ども向けのイラストも入れると事例として分かりやすいと思う。

(野田委員)

資料1別紙9ページの修正について、「早めに対応、早めに相談しましょう」という記載を削除することとしているが、残すべきではないか。

(事務局)

同ページの修正において、分からないことがあれば当センターへ問い合わせさせていただきたい旨を追加したため削除しようとしたものであるが、早めに対応・相談という趣旨が残るよう修正を検討したい。

(野田委員)

例えば消費者契約法上の契約取消しが可能な期間内であっても、取消しをしたいという意思や証拠が残っているかという点で、相談は早いに越したことはない。早めに対応・相談しましょうということが伝わるのは重要だと考える。

(出路委員)

このハンドブックを活用している立場として何点か要望させていただく。

まず、資料1別紙5、6ページの「消費者トラブル例」について、表裏ではなく見開きになっている方が活用しやすいと思う。

次に、4ページのイラストの吹き出しについて、「その業者は信用できますか？」から「その工事、本当に必要ですか？」に変更するとのことだが、7ページの「声かけの方法」には声かけ例として「本当に信用できる業者ですか？」との記載もあるため、元の記載も残してもよいのではないかと思った。

次に16ページの「相談用聞き取りメモ」について、商品の受け取り状況に関する設問があるが、現状その商品が手元にあるのかないのか、ということも分かった方が使いやすいと思う。

最後に、7ページの悪質業者撃退ステッカーについて、周りの人にも見てもらったところ、自宅のポストには大きすぎて貼ることができない、玄関に大きなステッカーを貼るのは恥ずかしいのでインターホンに貼れる小さいものがよい、周りの人が貼るのであれば自分も貼るといった意見があった。費用等の観点からすべての意見に応えるのは難しいと思うが、お伝えしておく。

(事務局)

5、6ページの「消費者トラブル例」について、見開きができるかどうかは、ハンドブック全体の流れから困難かもしれないが、入れ替え可能な部分がないか検討したい。

4ページのイラストの吹き出しについては、7ページの「本当に信用できる業者ですか？」の記載は残すこととしているが、改めて書きぶりを検討したい。

7ページの悪質業者撃退ステッカーについては、A4の用紙に印刷していたものからA5の用紙に変更する予定である。予算の都合もあるが、もう少し小さいステッカーの作成や活用方法について検討したい。

(宮本専門委員)

資料1別紙3ページの「消費者トラブル発見時のフローチャート」において、地域の見守り活動団体として「障害者基幹支援相談センター」との記載があるが、「障害者基幹相談支援センター」が正しい表記である。

また、ハンドブックは見守り活動者向けではあるが、見守り対象者にお見せして相談先を案内する場合もあると思う。14、15ページの「トラブルの相談先一覧」には、市外局番を除いた電話番号の記載があるが、障害のある方の中には市外局番を理解できない方もおり、また、ご自身の携帯電話から電話をかける方も多いため、市外局番から電話番号を記載してはどうか。

(事務局)

3ページの記載誤りは訂正する。

14、15ページの「トラブルの相談先一覧」については、固定電話を持たずスマートフォンを使っている人が増えているという現状を鑑みると、市外局番の記載は妥当と言える。改めて記載内容を検討したい。

(出路委員)

ステッカーの配布について伺いたい。ステッカーはハンドブックと一緒に配布してるのか。

(事務局)

別々に配布している。

(宮永部会長)

ステッカーはどのようなルートで配布しているのか。

(事務局)

地域包括支援センター等から要望に応じて配布し、地域イベント等で配布していただいている。

(宮永部会長)

たくさんの御意見があったが、軽微な修正であったかと思う。この後については、部会長に一任いただきたい。

報告事項アについて

(野田委員)

訪問購入では物を渡してしまうとその後の対応が大変になるため、未然に防いでもらえることはありがたい。引き続き、対応をお願いしたい。

(宮永部会長)

今回の報告は1事例だと思うが、他にも事例はあるか。

(事務局)

地域包括支援センターからは定期的に消費者被害に関する情報提供をいただいている。当センターにおいても入手した情報を元に注意喚起を行っている。

(出路委員)

自宅にいと毎日のように営業の電話がかかってくる、不用品買取のチラシが入ってくる。悪質業者を見分けるポイントはないだろうか。

(事務局)

一概に悪質業者を見分けるポイントを挙げるのは難しい。他方で、消費者被害を未然に防ぐためのポイントとして、高齢者においては一人に対応しないということが重要だと考える。契約の際に、ご家族や地域包括支援センターの職員が同席していれば、強引な契約は難しい。また、複数の業者から見積もりとることも重要だと考える。

(野田委員)

見積りをとらせてもらえるか、その場で契約を求められるかという点は、悪質業者を見分けるポイントの一つだと思う。消費者にとっては見積りをとるという過程が、その契約に関して検討する時間になる。

(岡崎専門委員)

過去に訪問販売を受けて玄関に足を入れられてしまった経験のある高齢者は、来客を怖がることもある。そういった方に対しては、訪問販売があった時、一人に対応するのではなく近所の知り合いに連絡するよう勧めている。

(増木委員)

地域によっては自分で処分できないものを処分してくれる町内会や自治会のボランティア等もあるため、そういった方法の活用もトラブル回避の手段になるものとする。

(宮永部会長)

不用品を処分するときに買取を利用する、またはごみとして排出するという方法がある。日頃から情報収集しておくことも重要である。