

令和8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8年8月19日（水）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）

(1) 出席委員

朝倉委員、川手委員、出路委員、中尾委員、長谷川委員、堀田委員、増木委員、宮永委員

(2) 欠席委員

熊崎委員、野田委員

(3) 定足数の確認

委員10名中8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

令和7年度消費者行政の実績報告（資料1）

令和8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) 報告事項

ア 令和7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8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7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。

(3) 閉会

【以下、主な質疑応答等の要旨】

(増木委員)

資料1の2ページの「製品の性能・欠陥等に対する原因究明の支援」に係る商品テストの依頼件数は0件だったということだが、どのように依頼が行われるのか。

(事務局)

消費生活センターに寄せられた相談の中で、相談者から消費者事故の原因究明のために商品テストをしてほしいとの依頼があった場合、国民生活センターに商品を送ってテストを依頼することになる。

(宮永会長)

商品テストの設備はこのセンターの中にあるのか。

(事務局)

すべて国民生活センターに送ってテストするので、当センターに設備はない。

(川手委員)

同じページの「消費者事故等への迅速な対応」について、重大事故等の発生件数が2件とあるが、具体的にどのような事例があったのか。

(事務局)

全治30日以上 の怪我をしたなどの相談が寄せられた場合、重大事故等として消費者庁へ報告することになる。令和7年度は、トレーニングジムでの怪我及びマッサージの施術による怪我の2件について報告した。

(川手委員)

広島市の消費者教育コーディネーターは何名か。

(事務局)

学校教員OBの職員1名が、消費者教育に係る活動を行っている。

(中尾委員)

資料1の40ページの「若者の消費生活相談」について、件数の多い相談が、エステティックサービスとなっているが、具体的な相談内容はどのようなものか。例えば、中途解約に伴う違約金やサービス提供後の障害などの相談が多いのか。

(事務局)

エステティックサービスの相談で多いのは、事業者が倒産してサービスが受けられなくなったのに返金されないという相談やクーリングオフに係る相談である。また、高額な契約をしてしまった後で何とかしてほしいという相談もある。このような場合、未成年者であれば未成年者取消権が使えるが、18歳以上になると取消権が使えず対応が難しいケースもある。

(出路委員)

資料1の35ページの「通信販売」について、最も多い相談が化粧品ということだが、具体的にはどのような相談が多いのか。例えば、品質に係る相談なのか。

(事務局)

化粧品に関する相談で最も多いのは、定期購入の相談である。広告に定期縛りなしとあったので、お試し価格の1回限りと思っていたら、高額な2回目商品が送られてきて、解約や返品ができないというような相談が多い。送られてきた商品が肌に合わないなどの品質に係る相談もあるが、定期購入に係る相談が圧倒的に多い。

(堀田委員)

質問ではないが、次のような内容を将来的に情報提供してほしい。資料1の32ページの「商品・役務別の相談状況」などは、単年度の増減を示した資料となっているが、もう少し長期的な傾向のデータも示してほしい。

(事務局)

トレンドを見ていく必要があると思うので、来年度以降の資料に加えるようにしたい。

(長谷川委員)

今の資料では、データのための報告となっている。基本計画の4つの基本方針それぞれの総括的な視点での報告があれば、現在の状況や課題などが分かりやすくなると思う。

(事務局)

確かに今の資料はデータの羅列になっているので、分かりやすい資料にしていきたい。

(朝倉副会長)

消費者被害の未然防止のためには、安全・安心の確保や消費者教育が大事になる。最近のテレビや新聞では、詐欺被害の報道が多く行われており、効果的だと思う。消費生活センターと報道機関等との連携について教えてもらいたい。

(事務局)

全国の各消費生活センターに寄せられた相談は、P I O - N E Tというシステムに登録され、国民生活センターにおいて蓄積・集約された詐欺被害等の情報を公表している。広島市独自の取組としては、本市の広報紙「市民と市政」や当センターの生活情報紙「知っ得なっとく」等を通じて、トラブル事例等の情報発信を行うことにより、消費者被害の未然防止・拡大防止を図っている。また、詐欺被害の防止に関しては、本市の市民安全推進課と連携し、広島県警の情報を共有している。

(朝倉副会長)

テレビでは天気予報の前に報道されているのが効果的だと思う。A I 技術の進展により便利になった一方で、怪しい情報も増えた。信頼できるところからの情報がとても大事になっている。今後いろいろな情報をどのように届けていくか検討してほしい。

(宮永会長)

資料1の15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、多重債務に関する相談件数の傾向として、令和7年度は前年度に比べ29件減少したとなっている。多重債務問題が解消に向かっているなら良いが、司法統計では自己破産件数がここ数年増加傾向にある。消費生活センターとしてはどのように評価しているか。

(事務局)

多重債務問題については、広島弁護士会法律相談センターにおいて無料で相談が受けられることや、法テラスで相談が受けられることから、当センターの相談件数が減少したことをもって、この問題が解消に向かっているとは考えていない。家族は深刻に考え悩んでいるが、本人は真剣に考えていないことも多いので、関係機関等と連携し、相談に結び付けられるよう働き掛けを強めていきたい。

(増木委員)

資料2の4ページの「消費生活相談のD X への対応」について、今年9月から新システムが稼働するとなっているが、この新システムとは何か。また、メール相談が増えているようだが、関連性があるのか。

(事務局)

システムとは、消費者庁と全国の消費生活センターを結んでいるP I O - N E Tのことで、このシステムに消費生活相談の情報を登録することにより、消費者庁において全国の情報が集約され、政策の立案等に活用されている。このシステムの更新が今年9月に予定されており、昨年度・今年度と整備を進めているところである。

なお、メール相談について、現在は本市H P のフォームから相談を受け付けているが、D X への対応として、新システム稼働後は、全国共通の仕組みが導入される。

(出路委員)

この質問に関連して、「消費者が相談しやすい環境の整備」とあるが、具体的にはどのように変化するのか。

(事務局)

電子メール等を利用することで、相談しやすい環境を整備することである。また、新システム稼働後は、このW E B サイトに入って、自治体を選択すれば、居住地の消費生活センターで相談が受けられることになり、今までより利便性が向上すると考えている。

(朝倉副会長)

確認だが、従来の来所や電話による相談は引き続き行われるのか。

(事務局)

来所や電話による相談も引き続き行う。メールのみで解決できる相談もあるが、根拠資料などの情報が不足しているために来所や電話によるフォローが必要なケースも多い。

(朝倉副会長)

メールでの相談も来所や電話による相談も消費者庁に報告されるのか。

(事務局)

来所や電話による相談は、メール相談と合わせて、消費者庁や国民生活センターに情報が集約される。

(宮永会長)

メールだけでは肝心な情報が記載されていないということも多いと思うので、最終的にトラブル解決のためには来所や電話による相談が必要だと思う。

(宮永会長)

資料2の4ページの「消費者安全確保部会の構成団体と連携した見守り体制の整備」について、消費生活協力団体のロゴマークを作成するとなっているが、一般から募集するのか、デザイナーに目星をつけて依頼するのか。

(事務局)

消費者教育にも繋げていきたいので、学生からいくつか案を出してもらい、その案に対して審議会で意見聴取することを考えている。

(宮永会長)

別の審議会の委員をしていた際、同じようにロゴマークの募集を行ったが、3件しか応募がなかった。良い案が出るよう工夫してもらいたい。

(長谷川委員)

資料4のうち、「消費生活協力団体を有する地域」について、校区は増加が顕著だが、団体数はあまり増加していない。状況を教えて頂ければと思う。

(事務局)

令和6年度に郵便局が協力団体になったことにより、委嘱した団体としては1団体だが、校区には支店等の所在地も含むため、大幅に増加したものである。

(長谷川委員)

支店であっても、その地域に協力団体が存在しているのだから、団体数に含んでも良いのではないか。せっかく成果が出ているのに、そのことが分かりにくい。

(宮永会長)

目標設定時の考え方に合わせなくてはいけないと思うが、参考数値として記載すれば変化が分かりやすいのではないか。

(出路委員)

消費生活サポーターについて、どのような人たちになってもらえば効果的かというと、企業等を退職して地域に暮らしている人だと思う。例えば、公務員や学校の先生だった人、金融機関や保険会社に勤めていた人などがフィットすると思う。そのような人たちにサポーター制度を認識してもらう必要がある。サポーターが増えれば、消費生活センターの認知度が高まり、センターの役割への理解に繋がる。サポーター制度の広報に力を入れてほしい。センターやサポーターのことが広く認知されれば、今まで相談に至らなかったケースもすくい上げられると思う。

(事務局)

国においても高齢者や障害者へどのように周知するかが課題と考えられており、本市においては消費生活サポーターや消費生活協力団体の取組を進めているところである。今年度予定している協力団体のロゴマークの作成もその一環である。協力団体の窓口などにロゴマークを設置してもらえれば、高齢者などの潜在的な消費生活相談の掘り起こしに繋がるのではないかと考えている。サポーター制度の周知が十分でないと考えており、PRに力を入れていきたい。

(川手委員)

広島消費者協会が実施する消費者大学においても、消費生活サポーターの案内をしている。

(宮永会長)

必要な情報が行き届いていないという課題は、消費生活に限らず存在する。消費生活サポーターが架け橋になってくれることを期待する。