

## 令和6年度第1回広島県消費生活審議会議事録

### 1 開催日時

令和6年7月31日（水） 14時00分から15時30分

### 2 開催場所

県庁北館2階 第1会議室

### 3 出席委員

#### [学識経験者]

豊田会長、田中委員、伊藤委員、大村委員、荒木委員

#### [消費者代表]

石橋委員、原委員、岩永委員、竹下委員、小池委員、柏崎委員

#### [事業者代表]

原田委員、池田委員（代理：原田氏）、藤原委員

#### [市町代表]

欠席

### 4 議題

- (1) 会長選出及び会長職務代理者の指名について
- (2) 令和5年度消費生活に関する相談及び取組の状況について
- (3) 次期「広島県消費者基本計画」の策定について

### 5 担当部署

広島県環境県民局消費生活課消費政策グループ TEL(082)513-2730（ダイヤルイン）

### 6 会議の内容

#### (1) 開会

##### (事務局)

委員総数20名中14名が出席しており、広島県民の生活の安定と向上を促進する条例施行規則第3条第2項により、定足数を満たしていることを確認した。

#### (2) 環境県民局長あいさつ

#### (3) 議事

##### ア 会長選出及び会長職務代理者の指名について

- ・広島県民の生活の安定と向上を促進する条例第10条第1項の規定による会長の選出について、石橋委員が豊田委員を推薦し、異議がなかったため、豊田委員が会長に選出された。
- ・豊田会長が、大村委員と小池委員を議事録署名委員に指名した。
- ・同条例第10条第3項の規定による会長職務代理者の指名について、豊田会長が田中委員を指名した。

##### イ 令和5年度消費生活に関する相談及び取組の状況について

##### (事務局)

- ・資料1により、令和5年度消費生活に関する相談及び取組の状況について説明した。

### 【意見交換・質疑応答】

#### (委員)

まず1点目としてインターネット取引における専門家相談は、どのような方がなされているのか。

また、インターネット取引に関する相談とは、どのような相談内容をイメージされているのか。

2点目は、健康食品に関する相談が65歳以上で増加とあり、その理由として、ダイエットサプリメントの定期購入とその解約、と記載されているが、おそらく65歳以上はグルコサミン系サプリメントの定期購入とその解約に関する相談が多いと思うので、次回に作成されるときには、全体をみていただきたい。

最後に、メール相談を導入された目的は何か。

それとメール相談の成果指標は、なぜ割合でとらえているのか。

メール相談件数を増やしていく指標ならば理解できるが、割合を増やしていくのはどうか。

むしろメールより使用頻度が高いチャットとかラインでの相談にしていってほしい。

ただ、昼間しか相談できない方には、メールしかないのかとも思う。

### (事務局)

メール相談の目的につきましては、若い方はデジタルツールを使われてる方が多いことや昼間に来所や電話相談ができない方のニーズに応えるという意味でメール相談を行っている。

成果指標については、割合を増やしていくことで、波及効果を見ていこうと考えていたが、難しいと感じているところもあり、次期計画に向けて見直しを検討したいと思っている。

1回のメールのやりとりで解決することもあれば、1度消費生活センターに電話していただきたいというような回答になることもある。

相談しにくい方にとって相談の入口になっていると思っている。

割合、件数ともに年々増加しているので、一定程度の効果はあるのではないかと考えている。

ラインについて、ラインのやりとりで複雑な状況を把握して回答していくことは、難しい作業が見込まれるため、当面は、このメール相談で話しにくい方などのニーズに応えていきたいと考えている。

### (事務局)

専門家によるインターネット相談については、経済産業省の電子商取引の健全化に向けた実証事業を引き継いだECネットワークという非営利民間組織があり、その理事の方に、毎月1回、インターネットで繋いで相談に乗っていただいている。

相談内容については、通常のインターネットを通じた取引の相談は、相談員の方で対応できるが、インターネットについては、取引の多様性とか様々な決済手段が介在し、少し複雑なところがあるので、ECネットワークの専門家の先生の助言を受けながら対応しているところである。

もう1つの健康食品、特に高齢者層でのダイエットサプリの相談は、具体名が判明しているものでは最も件数が多かったため掲載したものであるが、今後も年齢特性に応じた適切な商品分類を掲載していきたいと思う。

### (委員)

1点目の質問は、化粧品の相談件数が30代から64歳でかなり減少しているが、消費生活センターで何かの取り組みをされたのか。

また、その他に減少する要因は、どういうふうを考えているのか。

2点目は要望で、消費者教育の推進のための人づくりについてである。

今回、県の生活センターのホームページを拝見したのだが、消費者教育の教材等はかなり豊富にアップされていた。

その中で授業案に関してはIDがないと見られないようになっていた。

これについては、啓発講座の受講者にIDを付与し、講座受講者だけが見れるようになっているのか。

なるべく授業案をオープンにし、誰でも見られるようにしていただきたい。

例えば、大人になってからエンカル消費の思考に変えよう思っても、なかなか困難と思われるので、小・中・高校の時から、そういう考え方を身につけておくことが重要である。

また、家庭科の小・中・高校の先生方が消費者教育をすごく重視されているので、先生方が授業案を見て子供達に消費者教育の授業を実践できるようにすることは、とても意義があることだと思うので、ご検討いただきたい。

### (事務局)

まず、化粧品が減った理由であるが、多くが定期購入に関するもので、この定期購入については、法律の規制が強化されたことと、定期購入の注意点について、県や様々な団体が注意喚起を行っているので、一定程度、皆さんの間で注意する意識が高まったのではないかと考えている。

### (事務局)

ホームページ上の授業案の ID とパスワードについては、年度当初に、全ての高等学校に通知している。

また、毎年度 2 回、中・高校の家庭科と公民科の教員を対象に研修を実施しているところであるが、この時にも授業案と、その ID とパスワードの案内をしている。

中学校に関しては研修に参加された先生だけに案内されているのが現状であるが、今後広く展開していくことも検討していきたいと考えている。

### (委員)

消費者庁や広島県や広島市の教育センターにおいても、色々な授業案や教材がアップされているので、県のホームページに、それらのリンクを貼り、より多くの授業案に接することができるようお願いする。

### (委員)

現状が目標値を下回っているものについて、わかっている範囲で情報をいただきたい。

1 点目は、市町相談体制の充実に向けた支援について、市町のうち開設日数の維持が困難な市町では、実際どういったことが起こっているのか。

2 点目は、消費者啓発講座について、対面講座のみなのか、オンライン講座はやっていないのか。また、国民センターでやっているようないつでも見られる形の動画配信といったツールは、現状としてあるのかどうか教えていただきたい。

### (事務局)

まず、2 市町の開設日数が減少した理由については、いずれも相談件数の減少によるものと聞いている。

相談件数が減少した背景としては、人口減少や高齢化、或いは FAQ で回答が得られる環境整備も進んできたことがあるのではないかと考えている。

市町からは、有資格者の確保や、相談員のスキルアップが難しいという声があるので、次期計画に向けては、市町の状況をお聞きしながら検討していきたい。

もう 1 点の消費者啓発講座であるが、現在、県で行っているのは、基本的には対面講座である。ご指摘のオンラインや動画配信による消費者教育についても、今後検討していく必要がある。

### (事務局)

補足になるが、県の若者向け講座に関しては、コロナ禍のときは ZOOM でオンライン開催を実施したことがある。

コロナ禍が落ち着いた令和 4 年度からはオンライン開催の実績はないが、講座の依頼元となる高校の方からそういう要望があれば対応していく。

### (委員)

まず、別紙 2 の 104 番に教育指導者の研修会が催されており、この前の審議会で遠方の方、非常勤の方、私学の方も対象とした研修会を設けていただきたいとお願いしたところ、対面だけではなく、対面・オンラインでのハイブリッドでも設けていただけたことを、とても良かったと思いつつながら拝見した。ただ残念なのは、研修参加者が 24 名と少ないことである。

ぜひ研修実施の周知を図っていただき、同じ内容を何回も繰り返していただくと、その日は参加できなかった方でも、何回かのうちには参加できるのではないかと思います。

生徒、学生が自分で見るという講座も、もちろん有効だと思うが、やはり家庭科の授業は必修であるので、家庭科の授業を担当する先生が受講し、それを授業の中に取り入れるという方が、確実に生徒達に伝わると思うので、研修の場の回数を増やしていただきたい。

次に、資料 1 に 18 歳、19 歳の相談で、脱毛エステのクーリングオフや中途解約に関する相談が増えているが、他の自治体でも同じで、全国的に最多である。

これは特定継続的役務取引の 1 つで、解約上限額が設けられている。

これは教科書に記載がないので、私の大学の学生も毎年言うてくるのだが、「皮膚に合わないから、解約したい。」と言うと、「チケット代 40 万円の半額は手数料をいただきます。」と言われるらしい。

そこで、授業の資料を業者に提示すると、解約上限額の5万円のみ差し引かれ、残りは返してもらえらる。

したがって、この上限額を知って交渉に行けるかどうか、つまり、生活していて実際の交渉の場で役に立つかが重要となる。

こういった自分では知ることができない情報や知識というものは、教育現場で生活に生かせるという視点での授業が必要であると思う。

それと共に、生徒に教えるだけでなく、消費生活相談員の方の研修計画の中に、相談員のスキルアップに向けた事例検討会というものがあるが、このように、事例を知ることが、生活での実践力が非常に身につくと思う。

本学の授業で扱っているものとして、国民生活センターが全国の相談事例を項目分けしたPIO-NETというものがある。

これを学生に見せて、一番自分が興味を持ったものを、他の人にわかりやすく、プレゼンできる資料を作るという授業をするが、驚くほど生き生きとわかりやすい資料を作る。

こうすると、自分が調べたものに対する理解が非常に深まり、他の人が調べたものも全部資料配布すると、非常に生活に密着した知識が身につく、主体的に自分で調べる態度も育成できる。

この両輪で、消費者力を高めていくような教育を行っていただきたい。

もう1点は、別紙2の119番の専門家と連携した金融経済教育の推進の中に、金融広報委員会というものがあるが、少し前に日経新聞の方で、オール長崎で金融教育を行ったという記事があり、長崎県内に拠点を置いた9割の金融機関が協力して、共通教材を作成・使用した実践を行っている。

さらに、自分の金融機関のアピールをしないというルールを作って広めているというのがあった。

こういう取組は、非常に良いのではないかと思った。広島県でもぜひ取り入れていただきたい。

従来からの「契約」関連の学びも大事であるが、近年は、金融教育の方も充実させていこうということが高まっている。

この金融講座については、非常に専門的で難しいか、ゲーム感覚で、こんなに簡単に儲かるというような、両極端な講座が開かれていることが問題視されている。

さらに、著名人の投資詐欺などの被害者になってしまっているということも問題視されている。

外部講師を活用する際は、わかりやすい内容として、利害関係のない資料づくりというものを取り入れた学びがあると望ましいと考える。

### (事務局)

まず、別紙2の104番の教員研修については、先生方が参加しやすい時期を教育委員会の方にも相談をしながら行っているが、なかなか先生方もお忙しい中で24名になった。

今後も引き続き、教育委員会としっかり相談しながら進めて参りたい。

それから資料1の脱毛エステの解約条件を知って交渉すると良いので授業に取り込んではどうかというご指摘については、昨年度も同様なご指摘があり、現在県のホームページに、このような解約条件の事例も盛り込むように掲載している。

次に、県の事例検討会のように、事例を授業に取り入れると、子供たちの理解が進み、身につくというご指摘については、教育現場に最新の事例について、情報提供をしっかりと行って参りたいと思う。

それから、金融広報委員会の取り組みについて、金融広報委員会は広島県にもあり、本県も加わって、一緒に取り組んでいるところである。

今、金融商品も豊富になって、国の方でも力を入れて取り組んでおられるので、連携を図りながら進めて参りたい。

### (委員)

消費生活相談窓口の周知を図るという観点で意見を述べたいと思う。

最近、相談窓口の周知を図るため、県ではメディアを積極的に活用していると評価している。

しばらく前に岡田課長がテレビのニュース報道で、県の取組を説明していたのを拝見し、また、最近では広島FMのラジオ放送の番組を拝聴した。

このラジオ番組のリスナーは中高生が多いということで、消費生活相談窓口の情報発信を行う媒体として、大変、的を射た取組であると感じた。

たまたま私が見聞きしたこのような消費者向けの広報媒体を活用した取組のほかに、こういった取組をしているか教えていただきたいと思う。

今後も引き続き、第4次の計画策定に向けては、広く一般に消費生活相談窓口を周知すると同時に、契約行為をする前に、ちょっと立ち止まって考えてみることも必要だということをストレートに発信していくことが必要ではないかと感じている。

#### (事務局)

国の調査などによると、高齢層は特にテレビ、ラジオなどのマスメディアから情報を得ていることが多いということもあり、積極的に広報しており、またラジオでは、若者に人気のDJの方にご協力いただき、広報を図っているところである。

今後も年代の特性を踏まえて、伝えていきたい。

また、内容については、ご提案いただいた点も勘案しながら検討を進めていきたい。

#### (委員)

学校教育の内容としてお願いしたい。

基本理念にもある「自立した消費者となって安全安心に暮らすことができる。」

これを目指すためには、まずは被害に遭わない、多重債務者にならないという学びも必要であると思うが、これらにプラスして、先ほど申し上げた金融教育に関する教材作成や研修会等も重点を置いていく必要があると思う。

その時に、なぜNISAというものが必要なのか、自助努力というのが必要なのかという背景から教え、資産形成をどのように考えて、実行していくのかという学びが大事だと思う。

その際、投資信託と言っても、元本保証されていないこと、必ず儲かるという商品はないというところから教えるようお願いしたい。

それから系統的に進むことを考えると、まずは、社会保険を知った上で私的保険を学び、それと並行して資産形成を行う。こういう流れで教えていただきたい。

社会保険でカバーできるところを理解していないと、無駄な保険料を払ってしまうことになる。

また、資産形成とリスク管理を両輪でしていかなければいけないので、これらを生活で生かせ、そして自分で管理していける力の育成を目指した内容にしていきたい。

#### (委員)

最近の消費生活センターに入ってくる相談に、第3次計画が始まった令和2年度にはなかった相談が増えている。

例えば、ちょっとだけお金を増やしたいとか、親から預かっている学費を増やせたら親の負担が減るといったことからお金を増やす方法はないか、副業はないかということで、相談者がスマホで検索をしたところ、お金が増やせる方法という情報が見つかる、詳しくはこちらへと記載があったので、LINEで繋がる。

そして、LINEで繋がった後は、業者さんと言って良いかわからないが、そういった方から、儲かるよ、増えるよというLINEのトークが来る。そしてLINE電話がかかってくる。

そこで、相談者のスマホの画面が業者側にも見える画面共有アプリを入れるよう案内される。

お金を用意してもらったら、こんなに儲かるとか、お金が増えてすぐに借金を返せるなどと言われる。

指示されるままスマホでサラ金に借金を申し込み、そのお金をそのまま業者の口座に振り込んでしまった。暗号資産に投資すれば儲かると言われ、お金を騙しとられてしまったとか、そういった悪質な手口が増えている。

こういった手口は、令和2年度当時はまだ少なかったが、ここ1年、2年ぐらい前から急に増えた。

新聞では、SNS型の投資、ロマンス詐欺と言って記事にもなっている。

こういった本当に犯罪に近いと思うような新たなトラブルがとても増えている。

これに対応するには、とにかく時間スピード、情報が非常に大事だと思う。

各委員の皆様には、とにかく啓発や教育が大事と言われていたが、それとともにスピードも大事である。

新しい手口に対応していけるよう、県の方からSNSによる情報発信を是非お願いしたいと思う。

さらに見損ねたSNS配信を、後からでも見れるようにならないかと思う。

例えば、最近、県の方で発信された情報が良かったと思い、後から見直して、相談者の方に県の方からこのような情報が来たと紹介できれば良いと思う。

是非、県にはスピード感をもって、新鮮な新しい情報を発信していただきたい。

**(委員)**

最近、日本生協連から生協をかたる詐欺がでたという注意喚起があった。  
多額の被害報告もある中で、次期計画の期間が5年は長いと思う。  
今では、1年や2年で新しい被害のやり方が出てきているので、これから5年先を考慮した計画は結構難しいのではないかと思います。  
今後5年間の情勢変化をどのように考えていくのか。

**(委員)**

先ほどの質問とも関係するが、社会情勢の変化という意味で、今から人材不足が深刻化する傾向になる。  
現在、私ども福祉の分野でも人材確保が非常に困難になっているので、人材を育成する以上に需要の方が増しており、そのギャップ拡大が止まらない状況になっている。  
消費生活相談員の体制の確保も、今後5年先まで大丈夫なのかと思う。  
そこで、まず県センターや市町の各センターの現状把握をして、それを踏まえて次期計画には、現行計画以上に何らかの取組の強化対策を盛り込む必要があるのではないかと思います。

**(委員)**

先ほどの質問にもあったが、やはり5年間の計画は長いと思う。  
例えば、健康福祉局の健康危機管理計画では、5年間の計画になっているが、その途中の3年後に見直すことになっているので、次期計画もそういった見直す形が良いのではないかと思います。

**(会長)**

1点目は、現行計画の重点項目の外国人・高齢者等への支援について、外国人を先に記載して、その後に高齢者等と記載するのは、高齢者対策の意味がちょっと弱くなると感じる。  
また、外国人、高齢者を合わせて配慮を必要とする人という表現より、もう少ししゃれた「上位概念」を作っていただけないかと思う。  
2点目は、施策3の悪質事業者であるが、消費者にとって必要なのは、むしろ安心な事業者の存在だろうと思う。  
悪質事業者を指導することも大事なことはわかるが、例えば、安心安全の3つの基準を満たしている事業者とか、頑張っておられる事業者を、われら消費者側に提示していただけるような内容の計画が考えられないかと思う。

**(委員)**

高校3年生は、成人年齢が引き下げられ、社会に投げ出される感じがするので、これらの年代を対象とした消費者教育をしっかりとやっていただきたい。

以上

**7 会議資料一覧**

- 資料1 令和5年度消費生活に関する相談及び取組の状況について
  - 別紙1 広島県消費者基本計画（第3次）の施策体系
  - 別紙2 広島県消費者基本計画（第3次）施策の実施状況等一覧
- 資料2 次期「広島県消費者基本計画」の策定について
  - 別紙 諮問書（写し）
- 参考資料 根拠法令等