

令和7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7年10月31日（金）10時30分から12時00分

2 開催場所

県庁北館1階 第1会議室

3 出席者

〔学識経験者〕

伊藤委員、大村委員、檜崎委員、宮崎委員、森田委員

〔消費者代表〕

石橋委員、井上委員、榎野委員、柏崎委員、増木委員

〔事業者代表〕

植野委員、大西委員、木村委員、藤原委員

〔市町代表〕

恵谷代理

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) 広島県消費者基本計画（第3次）の実施結果について
- (3) 令和6年度消費生活に関する相談状況等について

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

6 会議の内容

(1) 開会

〔事務局〕

委員総数20名中15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

- ・会長選出について、石橋委員が伊藤委員を推薦し、異議がなかったため、伊藤委員が会長に選出された。
- ・伊藤会長が榎野委員と藤原委員を議事録署名委員に指名した。
- ・伊藤会長が宮永委員を会長職務代理者に指名した。

イ 広島県消費者基本計画（第3次）の実施結果について

〔事務局〕

- ・資料1により、広島県消費者基本計画（第3次）の実施結果について説明した。

【質疑応答】

（委員）

外国人の相談で、内容的に特徴的なものがあるか教えていただきたい。

今後、外国人への施策を広げていくには、広報が重要であると思うが、施策をどのように考

えているのか。日本に来て、留学生団体など関連団体とつながるだろうから、そういう所は重要なと思う。

私が個人的に受けた事件では、いわゆる国際ロマンス詐欺に遇い、口座を使われて、外国人の口座だから、逆にそれがロマンス詐欺の温床になってしまっていった、外国人ならではといった話もあったので、外国人からどのような相談が来ているのかお聞きしたい。

(事務局)

外国人からの相談内容は、日本人とあまり変わらない傾向がある。昨年度の調査では、化粧品や、集合住宅といった相談が多かった。また、定期購入に関する相談もあると、広島国際センターの方から聞いていている。

相談窓口は、外国人の方が多く住んでいる福山市、広島市、東広島市での相談件数が多い傾向にある。

広報については、何らかの関係団体に属している外国人の方が多いと思うので、まずはそういう所への情報提供に取り組んでいる。

広島国際センターなど、幅広く外国人に情報発信を行っている機関等とも連携して取り組んでいきたいと考えている。

(委員)

施策8に広島司法書士会と連携した広報が出ているが、弁護士会との連携が記載されていない。どうなっているか教えていただきたい。

施策10には、弁護士会等の専門家団体と連携し、広く情報発信したと記載してある。弁護士会では、独自に広報を行っており、小中学校には案内を出して出前講座を行っている。中には、寸劇を依頼されて、弁護士が参加することもある。

県の情報発信のところに、弁護士会が出てこないので、そこに入っていないのではないか。もし入っていない場合どうしていくか、という話をいただきたいと思う。

(事務局)

弁護士会におかれても、大変熱心に広報・啓発取り組んでおられることは承知している。

施策8に弁護士会の記載が漏れていて大変失礼した。県のサイトに入っていないのかどうかは後ほど確認をさせていただき、必要に応じて事務局に連絡をさせていただく。

(委員)

ここに来る前に、国が出した消費者基本計画を読んできた。一番最初の「はじめに」に「誰一人取り残されることのない社会の構築」という言葉がある。資料には、若者、高齢者という言葉はよく出てくるが、そのほかにも配慮を要する消費者はおられ、実際そういった方が悪質事業者に狙われるという状況がある。

そういう方への消費者教育の推進が必要ではないかと思っているが、そういう方に関する具体的な言葉が少ない。具体的には、どこに書かれているか。

(事務局)

第4次広島県消費者計画にも、配慮が必要な消費者への支援ということを記載している。その例示として、高齢者の方、障害者の方、外国人の方の3つを記載している。

御指摘の趣旨は、障害者の方、ということだと思うが、現状、高齢者の方の人口が多いということで、そちらにリソースを割いているところであるが、障害者の方の置かれた状況というのも、支援の必要性の認識は持っており、SNSが普及し、手軽に様々な取引ができるようになっているので、そういう方への注意喚起は重要になっていると思っている。

今年度も、特別支援学校へ講師派遣を積極的に行い、また教育委員会を通じて、広報なども行っているところである。

特別支援学校を卒業された方への啓発は、なかなかできていないところもあるが、県としては、そういう方へも、しっかり働きかけをしていきたいと思っている。

(委員)

資料2ページの一番上の表に、サイトのPV数が、令和4年度から令和5年度にかけてすごく上がっている。目に触れる機会が増え、いいことだと思う。これはWeb広告による広報の効果が出ているということか。

(事務局)

令和4年度の後半からWeb広告の取組を新たに始めたところ、確かにこのPV数がとても伸びるという効果があった。

ターゲットを若い人に絞り込んで情報を届けるということも、大変効果があると私たちも実感している。これは引き続き行っていきたいと考えている。

(委員)

第3次計画ができた令和2年にはなかった、インターネットの技術やAIなどを使った新しい悪い手口などが出てきている。あつと思った時に、手元ですぐつなげられるというのはすごくいいことだと思うので、ぜひ広げていっていただきたい。また、メールについてもラインを活用してはどうかと思う。

それから、資料5ページの施策6の主な取組として、啓発講座への講師派遣の記載がある。講座を開催して受講者を集めるという形式になっていると思うが、例えば、こちらから人が集まる場所や祭りなどのイベントに参加するという啓発方法は行っているのか。

(事務局)

まずラインについては、第4次計画策定の段階でも、複数の委員の方から、試されたらどうかというご提案をいただいた。

現在は取り組んでいないが、他県ではそういった動きがあるというのは把握しており、その取組効果の情報収集を行っているところである。

文章の短いラインでは、複雑な契約トラブルの状況を把握するのは難しいところがあるので、先行して行っている自治体の状況などをしっかり注視し、引き続き検討していきたいと思っている。

また、人が集まる場所への啓発については、例えば消費者月間などの機会に、広島市と一緒にイベントを行って、その場でPRということはやっているが、なかなか大きなことはできないというのが現状である。

今後どういったことが効果的であるかを検討して参りたいと考えている。

(委員)

例えば、先日開催されたフードフェスティバルやフラワーフェスティバルなどに、食品の安全に関するブースを出してみるとか、若い方のトラブル件数が年間300件程度で推移していることから、例えば、就職フェアや大学フェアなど、ターゲットになりそうな人が集まるところに、ぜひブースを出していただけたら、目にとまりやすくなって、目に止まれば相談する、相談してみようかなと思う方が増えるのではないかと思う。

(会長)

たしかに。例えば「はたちの集い」のようなイベントにブースを設けてもいいのではないかと思う。

(委員)

資料5ページの施策6の主な取組として、広島県消費者啓発サイトやWeb広告、SNSを活用し、若年層向けに情報発信した、と記載してある。

県のフェイスブックやX(旧ツイッター)を見させてもらった。ナッキー&ネイリー

など、なかなか面白いと思ったが、今の若い子はXは使うが、フェイスブックは使わない子が多いと思う。

インスタとかTikTokのように、短い文章や動画を見る子が多い。ハッシュタグで検索すれば、調べたいものは出てくる。例えば、消費者トラブルとか、詐欺にあったとかを検索して調べると思うので、そういうSNSに情報を載せると目に留まると思うが、今年度から何かそういうことを検討されているのか。

(事務局)

新しい媒体の活用は、十分に検討できていない。

こちらについても情報収集を行い、どういったことができるかというのは、検討して参りたいと思う。

(会長)

若い人たちが使うSNSは、だんだんと変わってきている。私たちはフェイスブックに馴染みがあるが、今は使わないということであった。検討していただければと思う。

(委員)

まず、外国人の相談の新しい取組として、翻訳アプリや3者通話、メール相談に取り組まれているが、これらについての利用者・窓口・相談員の方の感想、使いやすい、相談が的確にできるなど、何か感想があれば教えていただきたい。

東広島市役所では、税や国保などの窓口に、翻訳アプリのスマホが置かれて、結構スムーズにやりとりができるようになっている。

こういう翻訳アプリなどが、どんどん普及したら、相談が実際、非常に便利になるのかどうかを教えていただきたい。

また、第4次消費者基本計画では、大きな柱として消費者教育・啓発の推進に力を入れたいと説明されていたが、私も大賛成である。

やはり被害に遭ってから相談するよりは、自分が知識を得ておくことに越したことはないで、ぜひその方向で進めていただきたい。

今まで啓発に力を入れていたと思うが、4次計画の今年度からは、具体的にどのような施策に力を入れていこうと考えているのか教えていただきたい。

特に5ページのウの（ウ）で、行政や消費者団体等の多様な主体が行う取組の情報提供や、県が関係機関、団体の間に立って、コーディネートを行うとあるが、これは具体的に何か教えていただきたい。

(事務局)

まず、外国人への支援施策などの感想については、相談件数が多い市町のセンターの様子などを聞いてみると、やはり翻訳アプリが普及して、それで窓口で相談対応されているケースが多いと聞いている。県が作ったアプリではなく、一般的に普及しているアプリであるが、実際のところ、県が整備した3者通話より、翻訳アプリの普及の方が、大きな効果になっているのではないかと思っている。県としても、引き続き動向を見ていきたい。

メール相談の感想としては、資料3ページの（ウ）の①に30歳未満の若い方に限ると、目標値に近い9.2%ぐらい使用している。今年度に入っても、速報値で7.7%まで上昇し着実に利用が広がってきている。県センターが開いていない時間帯の相談の受け皿になっている。

それから4次計画の消費者教育の推進については、これまで出前講座や、インターネットを通じた啓発なども行ってきたところである。

今年度に入って、予防の観点、また長期的な視点から、特に若い方に情報を届けるため、高校向けの啓発講座に特に力を入れて、今、働きかけを積極的に行っている。

高齢者向けの啓発については、現在も様々な団体の方にご協力いただいており、更に連携して広げていけるよう活動して参りたいと考えている。

消費者教育コーディネーターについては、行政職員を位置付けて、関係者の間の調整に積極的に取り組んでいる。

(委員)

私が国民生活センターの研修に参加したとき、私の近くに消費者教育コーディネーターという方が2名参加しておられ、色々な話を聞いた。

その中で、岡山県では配慮を要する消費者向けの教材について、ホームページ上に公開し、積極的に教材などを作つておられることを知った。

消費者教育コーディネーターというのは、啓発講座を開催するコーディネートと、教材を作成・提供したり、講師にアドバイスやフォローをするといったような大事な役割を担っていると聞いた。ぜひ、広島県の消費者教育コーディネーターにも、積極的な活躍を期待している。

私は消費者啓発講座の講師に登録しており、消費者講座の講師として行くこともある。

そこで、講師がどうやって準備していくか、具体的に申し上げると、私は今回、夏前ぐらいに、12月に開催される、企業や就労継続支援事業所に働いておられる障害者の方と、その家族の方に啓発講座に行ってくださいというお話をいただいた。

高齢者や若者の講座は経験があるが、障害者向けの講座はあまり経験がなかったので、どうしようと思っていた。まず休みの日に依頼団体の元に出向き希望を聞いた。広島県には障害者向けの資料がなく、消費者庁の資料を参考にしたが、他の人の作った資料はそのまま使えず、いろんなサイトを参考にし、自らパワーポイントの教材を作つてそれらを見ていただきながら2度、3度訪問し、話すポイントを調整するなどした。実施までに、これから最終打ち合わせに入る予定である。

障害のある方の講座は、必要としていること、困っていること、理解度も様々で、準備が大変であり、一般的の講座以上にたくさんの時間がかかる。

県には、教材の作成など、実施の下支え、協力をぜひお願いしたい。

(事務局)

県の力が及ばず、大変ご苦労いただいているということで、大変申し訳ない。

私達も今年度から講座の開催を増やすよう努力しているが、1つ1つの講座内容がそれぞれ違うということで簡単なことではないということを痛感している。皆様の熱意に支えられてここまで行うことができている。

岡山県は、全国的にも先進的に取り組んでおられ、当方も色々教えてもらいながらやっている。今後とも、引き続きよろしくお願いする。

(会長)

時間が迫っており、もう1つ議題があるので、広島県消費者基本計画（第3次）の実施結果についての評価は、議事資料1の通りとし、この内容で、広島県のホームページに公表することとしてよろしいか。

(各委員)

異議なし。

(会長)

続いて、議事3の令和6年度消費生活に関する相談状況等について、入らせていただく。事務局から説明をお願いする。

(事務局)

資料2により、令和6年度消費生活に関する相談状況等について説明した。

【質疑応答】

(委員)

固定電話に買取業者から電話が架かってくることが多い。不要なもの、具体的には靴や植木鉢などないかと言うので、そのような物までと驚いている。

実際、お隣さんが、靴の買い取りの電話が架かってきたので家に来させたとのことであった。

そうしたら、その業者が貴金属はないかと言うので、少し怖くなつて貴金属をすごく安く売つたとのことであった。

消費生活相談にも、そういう押し買いの相談はあるのか。

(事務局)

御質問は、訪問購入のことと思うが、相談件数には、そういったものも含んでいる。

高齢者などは、比較的昼間在宅しているので、突然自宅を訪問されたり、あるいは電話でアポイントメントをとった形で訪問を受けており、今後このようなケースの増加が危惧されるところである。

私達は不安なこと、不審なことがあれば、とにかく相談して欲しいということで、188（イヤヤ）の啓発やこのような事例があることを関係団体にも情報発信していきたいと考えている。

(委員)

私は在宅介護に携わっており、高齢者への訪問販売や電話勧誘、悪質な詐欺的なことについて、私たちが訪問できれば、その場で詐欺であるとお伝えできるが、なかなか訪問介護を利用されていない高齢者の方は、そういうことはわからないと思う。

この度、当事業所の介護者教室で、啓発講座をお願いして、こういう詐欺がいるというリアルな動画で説明いただいたところ、高齢者の方がすごく共感されて、こういうことを気をつけなければいけないと納得され、すごく良い講座だったと感じておられた。

また、訪問介護協議会では、県が作成した、188（イヤヤ）と記載された高齢者被害防止リーフレットと啓発ティッシュを、協議会の事業者を通じて高齢者に配布した結果、被害防止の意識がすごくできたのではないかと思う。

引き続き、リーフレットやティッシュの配布を継続して行ってもらいたい。

また、啓発講座についても、引き続き継続して行っていくしかない。

この場合、障害者の方、視覚障害者、聴覚障害者など色々な方がいるので、手話を交えたりして、その人に応じた講座がすごく必要だと思う。

(委員)

最近、事業者のSNSのトラブルが多岐にわたっていると聞いている。

資料に書いてあるように、相談するということの必要性は非常に大事であるが、最近問題になっているのはSNSの乗っ取りである。

組合の方にも、かなりの相談があって、それに対応して私たちは、具体的な例を示して、こういった乗っ取りの仕方があるから、それに対してこのように対応してください、といった指示を具体的に出している最中である。

そのような具体例を示した取組が必要と考えるが、これらの手口は非常に進化が早く、あの手この手と形を替えてくるので、瞬時にこういう具体例があったと公開できる仕組みが必要と思うがどうか。

(事務局)

ご指摘の通りAIも進化して、様々な手口が次々出てきており、私たちもタイムリーな情報発信に努めているところである。

また、資料1の5ページの施策6の主な取り組みとして、メールマガジによるトラブル注意情報を作成している。これは、最近増えている相談件数の上位のものについて、毎月集計して情報発信をしているので、こういったところもご活用いただければと思う。

加えて、相談が急増するような案件は、常に監視しており、そういったものを見つけたときは、タイムリーな情報発信を引き続き頑張っていきたいと思っている。

(会長)

それでは、これまでの議事の他、消費生活や消費者問題、あるいは県の消費者行政に対するご意見などがありましたら、ご発言をお願いする。

本日は、SNSとか翻訳アプリとか、新しい媒体がどんどん進化しており、それに伴って新しい消費者問題が生じてきて、また新しい消費者教育が必要になっているというような多くの意見をいただいた。

県においては、これらも踏まえて第4次計画の施策を推進していただくようお願いする。

それでは本日予定していた議事はすべて終了した。

以上をもって、令和7年度第1回広島県消費生活審議会を終了する。

7 会議資料一覧

資料1 広島県消費者基本計画（第3次）の実施結果について

（令和2年度～令和6年度）

別紙 広島県消費者基本計画（第3次）の実施結果について

資料2 令和6年度消費生活に関する相談状況等について

参考資料 根拠法令等