

# 消費者団体と独立行政法人国民生活センターとの懇談会議

## 議事要旨

### 1. 開催概要

- (1) 開催日時：2026年2月3日（火）13:30～15:00
- (2) 開催場所：国民生活センター東京事務所特別会議室（オンライン併用）
- (3) 出席者：別紙のとおり
- (4) 議 事：
  - 1. 開会
  - 2. 国民生活センター理事長挨拶
  - 3. 出席者紹介
  - 4. 国民生活センターの最近の動向について
  - 5. 意見交換
  - 6. 閉会

## 2. 意見交換

消費者団体：

ADRについて、仲裁案件が1件あったということであるが、どのような案件なのか。また、毎年12月に公表されていた「消費者問題に関する10大項目」について、消費者行政の1年間の振り返りや消費者啓発等にも、とても役立っていたところであるが、取りやめられたのか、その理由などを伺いたい。

国セン：

仲裁判断事例は、内容としては畳に関する案件であり、詳しくは、2026年1月14日に公表した「国民生活センターADRの実施状況と結果概要について（令和7年度第3回）」に記載している。

国セン：

「消費者問題に関する10大項目」については、業務の見直しの結果、取りやめることとなった。

消費者団体：

消費者がFAQを利用した結果、どの程度の相談内容について解決にまで至ったか分かるようなデータは把握しているか。

国セン：

FAQの利用状況のデータはあるが、実際にどの程度の割合で解決に至ったかまでは把握していない。

消費者団体：

一般的に、直接人に相談したいと思っている消費者が一定数いるが、今後は、そのような方へもFAQで上手くアプローチできるようになればと考えている。

消費者団体：

SNSについて、同じ内容の投稿を何度もリポストすることは情報発信において効果的であるが、そのような取組は行っているのか。また、拡散力を高める工夫やそのための分析等を行っているのか。

国セン：

当センターにおいても、時宜に応じて改めて SNS で同じ内容の投稿を行う等の取組みを行っているところである。ただし、当センターにおける SNS の活用は、まだ手探りのところであり、フォロワー数もまだ少ない。他の独立行政法人等の活用状況等も参考にしたいと考えているところ、是非、皆様からの御知見等もお伺いしたい。

#### 消費者団体：

FAQ について、私が勤務しているセンターではメール相談の回答に FAQ を活用させていただき、とても役に立っている。現在どの程度の FAQ 数を掲載しているのか。また、メール相談は文章での回答となり、時間や手間も要するところだが、今後、メール相談が増えるのではないかと危惧している。解決策として FAQ の活用は有効であるが、他に何か手立てがあれば伺いたい。

また、海外通販とのトラブルが増えている中で CCJ の取組みや情報はとても役立っていると感じているが、CCJ が消費者に浸透していないように感じられる。わかりやすいネーミングや消費者への認知度が上がるような取組を行っていただければと考えている。

#### 国セン：

FAQ 数は、現在 680 程である。今後、全国の消費生活センターにおいても、ウェブ相談を行う自治体が増えてくると考えられるが、必ずしも、ウェブ相談だけで完了させることがゴールではないと考えている。例えば、電話相談の前裁きという位置づけ等、やり方を工夫していくことが考えられる。当センターの役割としては、各地センターで利用していただけるテンプレートになるようなコンテンツを増やしていければと考えている。

CCJ については、ネーミングについてのご意見もいただいたが、越境相談であっても各地センターで相当数受けていただいている。さらに、本年 9 月に全国消費生活ネットワークシステム（PIO-NET）が新システムに移行した後は、同システムと連動し、全国の消費生活センターと情報が共有されるようになり、各消費生活センターにおいても、一層の情報の活用が可能になると考えている。今後は、いただいた意見も参考にさせていただきながら、消費者の認知度を高められるよう、取組等の検討を行う。

#### 消費者団体：

ウェブ相談においては、電話がほしい旨を伝えても電話が来ないことが多く、ウェブ相談の方は、電話での対応を好まない傾向があるように感じている。

消費者団体：

消費生活 DX について、消費者への周知はいつ頃を予定しているのか。

また、SNS を活用されているとのことだが、国民生活センターHP のトップページには、X と YouTube の記載はあるが、Instagram がない。消費者には国民生活センターの HP から SNS 等へもアクセスいただくことが考えられるため、Instagram も記載いただきたい。Instagram については、検索すると国民生活センターの偽アカウントのようなものが出てくるため、御確認いただき、何らかの対応をしていただきたい。

国セン：

消費生活 DX については、まずは相談を受付ける自治体において、適切な環境整備を行うことが重要であり、使用方法を理解いただくため、現在、新システムの概要に関する研修を D-ラーニングで実施している。また、4月からはβ版（お試し版）システムを用意し、実際のシステムを動かしながら操作方法を習熟できるようにする研修を行う予定である。消費者へは、環境が整った後に HP 等で周知を行っていく予定である。

国セン：

当センターHP トップページへの Instagram の記載については、今後、検討する。また、Instagram の偽アカウントについては、引き続き、対応していく。

消費者団体：

見守り新鮮情報について、イラスト付きでとても分かりやすい。メルマガ登録すると月 2 回最新の情報を受け取ることができ、有効であるが、登録者数はどの程度いるのか。また、メルマガの登録方法がわかりづらいため、対応を検討いただきたい。見守りネットワークの取組に活用いただくためにも、もっと積極的に周知等いただきたい。

国セン：

メルマガ登録は現在、23,000 人程度で、横ばいの状況である。メルマガ登録方法は、少し前に改良を行っており、HP のトップページにバナーを設け、クリックするだけで登録ページに移るようにした。引き続き、積極的に周知していく。

消費者団体：

見守り新鮮情報については、YouTube で周知を行っていることもあり、消費者行政関連以外の方からも、話が出ることもあり、広く周知されていると感じている。

くらしの豆知識のセレクト版は、学生にも読みやすく、また大学の先生方からも好評である。有料であるため、大学等で扱う際にネックとなっているため、今後、検討いただきたい。

抱っこ紐の公表について、以前から報道されているが、未だに事故が起こっている。親というのは、常に初心者の方が新たに生み出されていくものである。繰り返しの周知が重要であり、様々な機関と連携して対応いただきたい。

インターネットショッピングモール運営事業者を通じた注意喚起について、大手の運営事業者と連携し協力していただくことは重要であるため、引き続き行っていただきたい。

近年のAIの急速な発達により、最近では消費者が相談前に、AIに相談して回答を確認してから相談してくるといったケースが多くあり、相談員の回答がAIと違っていた場合、相談員が間違っているということでトラブルとなるケースが増えている。AIは、質問に対する回答はくれるが、相談者がすべての情報をAIに伝えているとは限らず、必ずしも正しい回答が導き出されないことがある。相談員の場合、コミュニケーションの中から必要な情報のすべてを聞き取り、回答を導き出すことができる。AIはそういうことまではできないことに、気を付けていかなければならない。今後はこのようなことも踏まえた相談員の研修等も行っていただければと考えている。

消費生活DXについては、相談員が検索をするとナレッジが回答を示してくれるようになり、相談員の負担軽減に繋がることを期待している。ただし、最初のインプットは相談員が行うため、相談員に基本的な知識がないとナレッジを上手く活用することができない。より一層、相談員の基本的な知識とマインドが重要になる。ナレッジを上手く活用するためには、どのようなことが相談員に求められているのかについても研修を行っていただきたい。

研修業務について、相談員が信頼感を持って、安定して職務を行うためには、行政職員との連携が重要であるため、行政職員へ向けた研修も充実して行っていただきたい。

消費生活相談員資格試験について、試験の合格者すべてが相談員になるとは限らない。また、相談員になってもすぐに辞めてしまうケースもあるため、資格試験の合格率ではなく、相談員の職に就くことが最終ゴールであると考えていただきたい。

国セン：

見守り新鮮情報について、相談現場や医療機関等からの情報の動向を見ながら、引き続き、繰り返し情報を発信していく。くらしの豆知識セレクト版については、新入社員や学生に向けた周知等を行っており、今後、幅広く展開できればと考えて

ている。抱っこ紐の公表についても、医療機関等と連携を行い、更なる周知を図っていく。インターネットショッピングモール運営事業者を通じた注意喚起についても、表示の見直しや取り扱いについて検討いただく等、引き続き情報提供を行い、連携を図っていく。

国セン：

AIについて、AI機能は急速に発展しているが、AIでは代替できない機能として、相談員は消費者に寄り添うことができ、状況に応じてあっせんまで導くことができる。今後は、AIに頼れるところは頼りつつ、相談員にしかできないところは、今後も相談員が対応していくと考えている。消費生活相談員資格試験についても、若い方にも受験いただけるよう、相談員の発掘と待遇と両面からサポートできるよう、対応していきたいと考えている。

以上

# 出席者名簿

別紙

## 消費者団体(団体名五十音順、敬称略)

主婦連合会

田辺 恵子

一般財団法人 消費科学センター

池戸 重信

全国消費者行政ウォッチねっと

志水 芙美代

一般社団法人 全国消費者団体連絡会

菅原 清明

公益社団法人 全国消費生活相談員協会

大出 友記子

一般財団法人 日本消費者協会

坪田 郁子

村 千鶴子

公益社団法人 日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

田中 大輔

日本生活協同組合連合会

丹羽 典明

三谷 和央

## 独立行政法人国民生活センター

理事長

村井 正親

理事

保木口 知子

理事

大森 崇利

理事

桐原 素樹

監事

西 貴久雄

監事

中森 真紀子

総務部長

松本 浩司

広報部長

青木 正典

情報管理部長

林 大介

情報管理部次長

河岡 優子

相談情報部長

小林 真寿美

商品テスト部長

仲野 禎孝

教育研修部長

加藤 玲子

紛争解決委員会事務局調査役

相澤 洋子

総務部総務課長

市瀬 陽介

総務部企画課長

相澤 央枝

総務部会計課長

平井 正信