

第 3 次広島市消費生活基本計画 素案（概要版）（1／2）

第 1 章 計画の策定に当たって

1 計画策定の趣旨

広島市消費生活条例（以下「条例」という。）に基づき、消費者行政を取り巻く社会の変化に適應するため、「第 3 次広島市消費生活基本計画」を策定し、消費者施策の総合的かつ計画的な推進を図る。

2 計画の位置付け

- ・条例第 7 条の 2 第 1 項の規定に基づく基本計画
- ・第 6 次広島市基本計画の部門計画
- ・消費者教育の推進に関する法律第 10 条第 2 項の規定に基づく市町村消費者教育推進計画

3 計画期間

令和 5 年度から令和 9 年度までの 5 年間

第 2 章 消費生活をめぐる現状

1 社会情勢の変化

- (1)高齢化の進行 (2)地域コミュニティの活力低下 (3)情報化の進展・電子商取引の拡大
(4)持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり (5)成年年齢の引下げ
(6)環境の変化による消費者問題の動向

2 広島市の消費生活相談の状況

(1)消費生活相談件数

相談総件数については、平成 24 年度から平成 30 年度の間は 8,000 件台から 9,000 件台、平成 31 年度以降は 7,000 件台で推移している。

(2)商品・役務別件数

平成 30 年度以降、架空請求などの「商品一般」の相談件数が毎年最も多くなっているものの、徐々に減少している。

(3)販売購入形態別件数

新型コロナウイルス感染症の感染が拡大した令和 2 年度は、前年度に比べ、「店舗購入」の相談件数は減少し、「店舗外販売」の相談件数は増加した。

3 アンケート調査の結果

項 目	主な回答
(1)消費者を取り巻く状況	「流通している食品は安全・安心である」64.9%
(2)消費者行政が重視すべき分野	「不適正・悪質な事業者に対する監視や指導強化」 消費者 56.9%、事業者 46.7%
(3)高齢者の被害防止	「テレビ・ラジオなどマスメディアを利用した情報提供」64.9%
(4)商品・サービスに関する不満や被害など	「機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた」25.2%
(5)相談先	「家族、親族」40.1%
(6)若年者の被害防止	「SNS、インターネットを利用した情報提供」65.9%
(7)消費者教育・啓発の機会	「参加もしくは経験したことがない」41.4%
(8)「SDG s」等の認知度	「SDG s」消費者 79.0%、事業者 84.2%
(9)消費者教育の推進への課題	「内容が多岐にわたり学校だけでは対応が困難」68.0%

第 3 章 課題と対応

「第 2 章 消費生活をめぐる現状」を踏まえ、課題とその対応について、4 つの項目で整理する。

1 消費生活の安全・安心の確保

課 題	対 応
●安全性や衛生面等に関する被害は、生命・身体にかかわる重大な事故につながる恐れがあることから、消費者事故の発生を防ぐことが重要である。	●消費者事故による危害・危険の防止に取り組む。
●消費者は表示等を基に、商品やサービスを選択していることから、消費者が不利益を被ることがないよう、不適正な取引の発生を防ぐことが必要である。 ●消費者が安心して消費生活を営むことができるよう、生活関連物資が適正な価格で供給されることが重要である。	●適正な取引環境の確保に取り組む。
●消費者の利益を守るよう、行政には不当な取引行為を防止する取組が求められている。	●不適正・悪質な事業者に対する指導に取り組む。
●ぜい弱な消費者が地域で安心して暮らすことができるよう、環境を更に整備していくことが重要である。	●安全・安心な地域づくりの推進への取組を拡充する。

2 消費者の被害の救済

課 題	対 応
●複雑化・多様化する消費者トラブルに対応できるよう、充実した相談体制を確保し、消費生活センターの役割を更に周知していくことが重要である。	●相談体制の充実への取組を拡充する。
●相談内容によっては、消費生活センターだけでは解決できない場合があることから、より適切な相談先の案内や関係機関と連携した解決等を図ることが重要である。 ●他の行政機関の相談窓口等が消費生活相談を受けた場合には、消費生活センターを案内するよう相互の連携の強化が必要である。	●行政機関や相談機関等の関係機関との連携に取り組む。
●消費者施策を市民生活の安定と向上に効果的につなげるよう、消費者の意見を消費者施策に適切に反映させていくことが重要である。	●消費者施策への消費者意見の反映に取り組む。

3 消費者教育の推進

課 題	対 応
●自主的かつ合理的な消費行動ができる自立した消費者を育成するよう、消費者の年齢層等に応じた消費者教育や情報提供、有効な啓発機会の提供を更に充実させることが必要である。	●ライフステージに応じた消費者教育の推進への取組を拡充する。
●学校における消費者教育で推進役としての役割が期待される教員については、指導力の向上を図るため研修や情報提供などの支援が必要である。 ●地域においては、消費者教育の担い手の確保・育成が重要である。	●消費者教育推進のための人材の育成に取り組む。

4 持続可能な社会の形成に向けた消費行動の推進

課 題	対 応
●消費者一人一人が、人や社会、環境に配慮した消費行動への関心を高め、自分のこととして実践するよう、エシカル消費を更に普及させることが必要である。	●エシカル消費の推進への取組を拡充する。
●事業者が、消費者全体の視点に立ち、消費者を重視した事業活動を実施するよう、消費者志向経営を推進することが必要である。	●持続可能な社会の形成に向けた事業活動の推進に取り組む。

第3次広島市消費生活基本計画 素案（概要版）（2／2）

第4章 計画の基本的な考え方・第5章 計画推進のための施策

1 計画の基本目標

・消費者が主役となる社会の形成—消費者被害のない社会と消費者市民社会の構築を目指して—

2 計画の体系

基本目標	基本方針	施策目標	基本施策	主な消費者施策（個別施策）
—消費者被害のない社会と消費者市民社会の構築を目指して— 消費者が主役となる社会の形成	1 消費生活の安全・安心の確保	1 危害・危険の防止	(1)商品・サービスの安全性の確保 (2)消費者事故の発生・拡大の防止	・食品関係施設の監視指導・環境衛生指導事業・住宅耐震化等促進事業 ・製品の性能、欠陥等に対する原因究明の支援・消費者事故等への迅速な対応
		2 適正な取引環境の確保	(1)表示・規格・計量等の適正化 (2)生活関連物資の安定供給	・食品表示の監視指導・家庭用品品質表示法等に基づく立入検査・計量の普及啓発 ・物価の監視、調査等・中央卸売市場における取引の適正化等
		3 事業者に対する指導	(1)国・県と連携した事業者指導 (2)広島市消費生活条例に基づく不当取引行為への対応	・国、県との情報交換・県生活センターとの連携 ・条例に基づく不当取引防止のための情報収集・事業者からの事情聴取等の実施
		4 安全・安心な地域づくりの推進 拡充	(1)地域連携による安全・安心な環境づくりの推進 (2)せい弱な消費者の権利擁護の推進	・消費生活サポーターの育成・消費生活協力団体の育成・地域住民への情報提供 ・成年後見制度利用支援事業・福祉サービス利用援助事業「かけはし」
	2 消費者の被害の救済	1 相談体制の充実 拡充	(1)相談機能の強化 (2)相談対応力の向上 (3)消費者紛争・訴訟への支援 (4)広島市消費生活センターの周知	・消費生活相談のDXへの対応・消費生活相談での外国人への対応 ・相談員のあっせんによる契約トラブル等の解決・消費者被害に関する広域的情報共有 ・消費生活紛争調停委員会における調停等・適格消費者団体との連携 ・消費生活情報紙の作成等・消費者力向上キャンペーン事業
		2 関係機関との連携	(1)行政機関との連携 (2)相談機関等との連携	・市関係相談窓口との連携・県警との連携・多重債務問題対策における関係機関等との連携 ・弁護士会等との連携による相談会の実施・各種業界の相談窓口との連携
		3 消費者意見の反映	(1)消費者施策への消費者意見の反映	・消費生活相談における消費者の意見、要望等の把握、反映・市長への申出制度
	3 消費者教育の推進	1 ライフステージに応じた消費者教育の推進 拡充	(1)学校における消費者教育の推進 (2)地域・家庭・職場における消費者教育の推進	・消費者教育コーディネーターの学校訪問・電子メディアに関する講習会の開催 ・消費者教育教材の作成等・消費者啓発パンフレット等の作成等・生涯学習の推進
		2 消費者教育推進のための人材の育成	(1)学校における人材の育成 (2)地域における人材の育成	・オンラインによる消費者教育講座の実施・教員を対象とした消費者教育研修の実施 ・見守り関係団体等との連携・消費生活出前講座の実施・消費者大学の実施
	4 持続可能な社会の形成に向けた消費行動の推進	1 エシカル消費の推進 拡充	(1)エシカル消費の普及啓発	・消費者団体や事業者等と連携したエシカル消費の普及啓発事業・食品ロス削減キャンペーン「スマイルひろしま」
		2 持続可能な社会の形成に向けた事業活動の推進	(1)消費者志向経営の推進	・事業者に向けた消費者志向経営の普及啓発・ひろしまエコ事業所認定制度

3 計画の指標

指標項目	現状（令和3年度）	目標（令和9年度）
(1)消費生活サポーターを有する地区（概ね小学校区単位）	62 校区・110 人	141 校区・282 人
(2)消費生活協力団体を有する地区（概ね小学校区単位）	53 校区・131 団体	141 校区・282 団体
(3)消費生活相談の対応に関する満足度	—	100.0%
(4)広島市消費生活センターの認知度	78.7%	90.0%
(5)若者向けの出前講座の理解度	—	100.0%
(6)高齢者向けの出前講座の理解度	—	100.0%
(7)エシカル消費の実践率	83.9%	90.0%

4 SDGsとの関連

各施策に関連する目標を明示することで、消費生活を通じたSDGsの達成を目指す。

第6章 計画の推進

1 計画の推進体制

広島市の関係部局、国、県、近隣市町の関係機関、消費者団体、事業者団体等との連携のもと、消費者施策を推進する。また、計画の内容や消費者施策の実施状況等については、広島市消費生活審議会に報告するとともに、広島市ホームページに公表する。

2 計画の進行管理

計画の着実な実施を図るため、毎年度、「消費者施策（個別施策）実施状況」を策定するとともに、PDCAサイクルの実施による適正な進行管理を行う。