

令和3年度(2021年度)

広島市消費生活センター事業概要



広島市消費生活センター

目 次

I	消費生活センターの組織、施設の概要、予算	1
1	消費者行政組織の沿革	1
2	機構及び事務分掌	1
3	消費生活センター施設概要	2
4	令和3年度（2021年度）消費生活センターの予算	3
II	令和3年度（2021年度）事業概要	4
1	消費生活行政の総合的な推進	4
2	消費者の権利の保護	5
3	消費者の自立の支援	6
III	令和2年度（2020年度）消費生活相談の概要	10
1	消費生活相談の相談状況	10
2	商品・役務別の相談状況	12
3	特殊販売（店舗によらない販売形態）の相談状況	15
4	注目事例	18
IV	令和2年度（2020年度）事業実績	19
1	消費生活行政の総合的な推進	19
2	消費者の権利の保護	19
3	消費者の自立の支援	23
4	令和2年度（2020年度）広島市市民意識調査の結果	33
V	その他（参考資料）	38

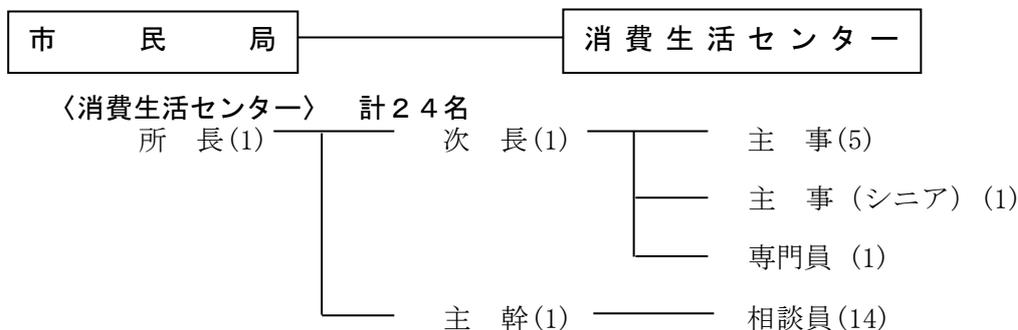
I 消費生活センターの組織、施設の概要、予算

1 消費者行政組織の沿革

年月日	内容
昭和42年(1967年)4月1日	産業局商工課消費経済係設置
昭和45年(1970年)4月1日	産業局消費経済課新設
昭和49年(1974年)11月1日	産業局消費生活課と名称変更するとともに、出先機関として消費生活情報センター(中区基町6番27号[広島センター街8階])を新設
昭和51年(1976年)4月1日	経済局消費生活課と名称変更するとともに、経済局流通対策課を新設
昭和55年(1980年)4月1日	消費生活課と流通対策課を統合し、消費流通課と名称変更
平成7年(1995年)4月1日	消費者保護対策を市民局に移管し、市民局消費生活課を新設。(消費生活情報センターも消費生活課の出先機関として市民局に移管される。流通対策は、経済局商工課。)
平成9年(1997年)4月1日	消費生活課と消費生活情報センターを統合し、消費生活センター(中区基町6番27号[広島センター街8階])と名称変更
平成11年(1999年)4月1日	市民局に生活文化部が新設され、消費生活センターが生活文化部の所管となる。
平成13年(2001年)4月1日	生活文化部を離れ、市民局の所管となる。

2 機構及び事務分掌

(1) 機構 (令和3年4月1日時点)



(2) 事務分掌

- ア 消費者施策に係る企画及び調整に関すること。
- イ 消費生活に関する相談、苦情の処理及び調停に関すること。
- ウ 消費者の権利の保護に関すること。
- エ 消費生活に関する啓発活動及び教育に関すること。
- オ 消費生活に関する訴訟費用の貸付けに関すること。
- カ 広島市消費生活センターの管理運営に関すること。
- キ 消費生活センターの庶務に関すること。

職員数の推移(単位:人) 4月1日時点

年度	職員	主事 (シニア)	相談員・ 専門員	計
23(2011)	7	0	12	19
24(2012)	8※2	0	12	20
25(2013)	6※3	0	11※4	17
26(2014)	7	0	11※1	18
27(2015)	6※3	0	12	18
28(2016)	7	0	12	19
29(2017)	6※3	1	12	19
30(2018)	7	1	12	20
31(2019)	7	1	13	21
2(2020)	8	1	13※2, ※5	22
3(2021)	8	1	15※2, ※6	24

- ※1 定数12人
- ※2 育休中職員1名を含む。
- ※3 1名欠員
- ※4 5月1日から12人
- ※5 9月1日から14人
- ※6 2名欠員を含む。

3 消費生活センター施設概要

(1) 所在地 広島市中区基町6番27号（アクア広島センター街8階）
 電話 (082) 225-3329
 電話 (082) 225-3300（相談用）
 FAX (082) 221-6282

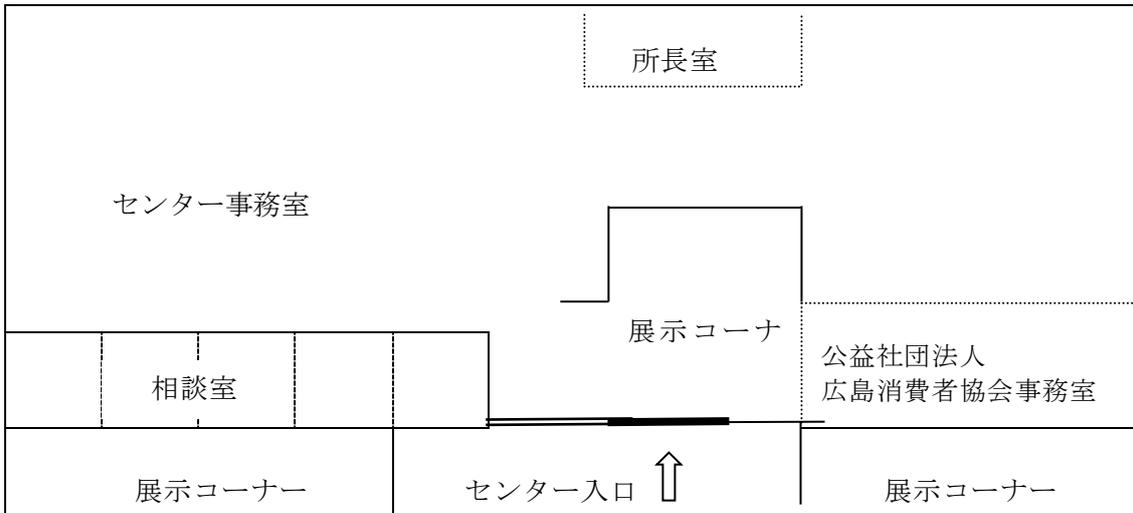
(2) 施設形態 複合ビル（民間ショッピングビル内）

(3) 開館時間等
 開館時間 午前10時から午後7時まで
 休館日 火曜日
 12月29日～1月3日

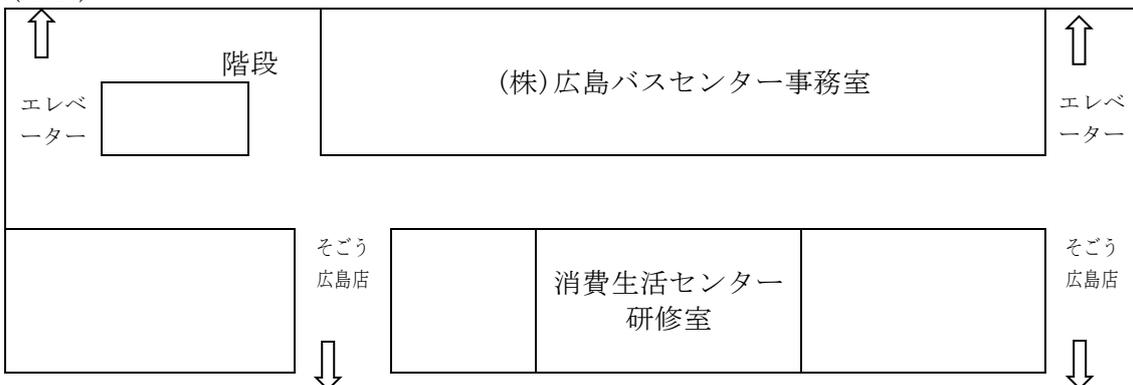
(4) 面積 施設総面積 355.8㎡（8階部分 287.8㎡）
 9階部分 68.0㎡

8階	センター事務室	184.3㎡
	公益社団法人広島消費者協会事務室	24.3㎡
	相談コーナー	28.8㎡
	展示コーナー	21.1㎡
	倉庫他	29.3㎡
9階	研修室	68.0㎡

(5) 配置図
 (8F)



(9F)



4 令和3年度(2021年度)消費生活センターの予算

項目	R3年度(2021年) 予算A	R2年度(2020年) 予算B	差引A-B	増減率
	千円	千円	千円	%
1 消費生活行政の総合的な推進	2,520	37	2,483	6,710.8
消費生活審議会の運営	39	37	2	5.4
消費生活基本計画の改定	2,481	0	2,481	
2 消費者の権利の保護	2,615	2,527	88	3.5
相談業務体制の整備	315	355	▲ 40	▲ 11.3
相談業務体制の整備	19	19	0	
多重債務問題の相談体制強化	15	15	0	
相談員等の研修参加	281	321	▲ 40	
相談員等の相談対応能力の強化	1,582	1,454	128	8.8
相談員等の研修参加	567	458	109	
法律専門家(弁護士)を活用した相談事業	1,015	996	19	
消費者被害の救済	660	660	0	0.0
消費生活紛争調停委員会の運営	10	10	0	
消費者訴訟の援助	650	650	0	
物価安定対策事業	58	58	0	0.0
物価安定対策事業	58	58	0	
3 消費者の自立の支援	16,354	16,385	▲ 31	▲ 0.2
情報提供	522	522	0	0.0
生活情報の提供	278	278	0	
くらしの情報紙の発行	244	244	0	
消費者教育・啓発	1,350	1,350	0	0.0
消費生活出前講座	1,292	1,292	0	
消費者教育の推進	58	58	0	
消費者教育・啓発事業の強化	7,253	7,049	204	2.9
配食サービスを利用した高齢者への情報提供事業	660	766	▲ 106	
高齢者への消費生活相談周知事業	413	359	54	
高齢者サロンワーキング事業	1,875	1,875	0	
小学生向け夏休み研究学習会の開催	27	11	16	
子供向けイベントへの参画・出展による消費者教育	200	109	91	
成人向けの消費者教育講習会	3,492	3,426	66	
学校等教育職員に対する研修	171	229	▲ 58	
食材配達サービスを利用した消費者への情報提供事業	405	264	141	
広島市消費生活審議会消費者教育部会の開催	10	10	0	
地域安全確保ネットワーク構築事業	1,604	1,841	▲ 237	▲ 12.9
高齢者等の消費者被害防止対策講座	722	454	268	
消費生活協力団体育成のための見守り講座	439	245	194	
消費生活サポーター養成講座(消費生活力向上応用講座)	148	142	6	
広島市消費生活審議会安全確保部会の開催	295	1,000	▲ 705	
消費者団体等の活動の推進	5,625	5,623	2	0.0
消費者団体等の育成指導	5,625	5,623	2	
4 消費生活センターの管理運営	25,559	26,555	▲ 996	▲ 3.8
消費生活センター管理運営(施設管理)	25,090	26,054	▲ 964	▲ 3.7
消費生活センター管理運営(展示啓発)	469	501	▲ 32	▲ 6.4
計	47,048	45,504	1,544	3.4

※人件費は除く。

消費生活センター予算の推移

区分	28年度 (2016年度)	29年度 (2017年度)	30年度 (2018年度)	31年度 (2019年度)	令和2年度 (2020年度)	令和3年度 (2021年度)
予算額	49,263千円	51,625千円	41,607千円	43,093千円	45,504千円	47,048千円
指数(28年度(2016年度)を100とする)	100	104.8	84.5	87.5	92.4	95.5

Ⅱ 令和3年度(2021年度) 事業概要

1 消費生活行政の総合的な推進

(1) 「広島市消費生活条例」の運用

市民の消費生活の安定と向上を確保するため、消費者の利益の擁護や増進に関する本市の施策についての必要事項を定めた「広島市消費生活条例」を平成18年(2006年)10月に公布し、平成19年(2007年)4月に全部施行した。平成24年(2012年)3月には一部改正(平成24年(2012年)4月1日施行)し、基本計画の策定を規定した。本市は同条例に基づき、消費者施策を実施している。

(2) 第2次広島市消費生活基本計画の推進

「広島市消費生活条例」に基づき、平成25年(2013年)3月に「広島市消費生活基本計画」を策定し、平成30年(2018年)3月に「第2次広島市消費生活基本計画」を策定した。同計画により、市民の消費生活の安定及び向上を確保し、消費者施策の総合的かつ計画的な推進を図っている。なお、同計画は「消費者教育の推進に関する法律」第10条第2項に定められた「消費者教育推進計画」にも位置付け、消費者教育の推進に取り組んでいる。

<計画の概要>

ア 計画期間

平成30年度(2018年度)から令和4年度(2022年度)までの5年間

イ 計画の内容

三つの基本計画の柱(消費生活の安全・安心の確保、消費者の被害の救済、消費者力の向上)のもとに、新たに今後5年間の重点課題・目標を掲げて消費生活の向上を目指す。

ウ 計画の推進

(7) 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下、「地域づくり」・「人づくり」のための行政体制の強化といった重点課題に対応し、目標を達成するよう、消費者施策を推進する。

(イ) 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公表する。

(3) 広島市消費生活審議会の運営

消費生活に関する重要な事項について、学識経験者等の意見を聴取することにより、本市の消費者施策の効果的な実施を図る。委員：10名、専門委員：9名

(4) 広島市消費生活審議会消費者教育部会の運営

消費者教育に関する重要な事項について、学識経験者等の意見を聴取することにより、本市の消費者教育に係る施策の効果的な実施を図る。委員：5名・専門委員：4名

なお、本部会は「消費者教育の推進に関する法律」第20条第1項に基づく「消費者教育推進地域協議会」として位置付ける。

(5) 広島市消費生活審議会消費者安全確保部会の運営

消費者安全の確保に関する重要な事項について、学識経験者等の意見を聴取することにより、本市の消費者安全の確保に係る施策の効果的な実施を図る。委員：6名・専門委員：5名
なお、本部会は「消費者安全法」第11条の3第1項に基づく「消費者安全確保地域協議会」として位置付ける。

(6) 広島市消費者行政ネットワーク会議の運営

消費者施策の総合調整、情報の共有化等を行い、本市の消費者施策の推進を図る。

2 消費者の権利の保護

(1) 相談業務体制の整備

消費者トラブルの最新事案、困難事案についての事例検討会等を広島県や関係団体等と開催することにより、相談業務体制の整備を図る。

(2) 相談員等の相談対応能力の強化

ア 相談員等の研修の実施

独立行政法人国民生活センター等が主催する研修へ相談員等を派遣する。

イ 法律専門家（弁護士）による相談支援業務

個別の相談事案に関する法的な問題について、相談員と相談者が弁護士から助言を受ける。

(3) 消費者被害の救済

ア 消費生活相談

消費生活に関する相談及び苦情の処理・あっせんを行うとともに、苦情の処理内容等について、市民に情報提供を行い、消費者被害の未然防止及び市民の消費生活の安定向上に寄与する。

また、苦情が増加しているトラブルの解決を図るため、法律の専門家との連携による特別相談会を開催し、消費者被害の救済を図る。

イ 広島市消費生活紛争調停委員会の運営

「広島市消費生活条例」第33条の規定により、市長の附属機関として設置し、市長の付託に応じて、事業者の取引行為等に関する消費者からの苦情について調整を行うとともに、当該条例の規定により、その権限に属するものとされた事項（訴訟費用の貸付けの認定）について審議する。

ウ 多重債務問題対策

平成19年(2007年)4月に国が策定した「多重債務問題改善プログラム」に基づき、多重債務者への関係課の連携した対応、フォローアップや多重債務に陥らないような未然防止策について、庁内関係課長の構成による広島市多重債務問題関係課長連絡会議等において取り組む。

(4) 物価安定対策事業

ア 物価情報の提供

物価問題に関する認識を深めるため、ホームページにより物価に係る情報の提供を行う。

イ 物価の監視・調査

公募による消費生活モニター（8人）により、生活関連物資の価格について、毎月、市内の店舗を調査する。

(5) 消費生活に関する事業者指導

消費生活相談の際に、随時、事業者に改善を促すほか、「広島市消費生活条例」第9条第2項等に基づき、指導に従わない場合には、事業者名の制裁的公表まで行うことを前提とした事業者指導を行う。

(6) 電気用品販売事業者等に対する立入検査

「電気用品安全法」、「消費生活用製品安全法」、「家庭用品品質表示法」及び「ガス事業法」に基づき、消費者の生命・財産の安全の確保を目的に、広島市域内の販売店へ立ち入り、販売又は販売の目的で陳列されている商品の表示等が適正かどうか検査を行う。

3 消費者の自立の支援

(1) 情報提供の推進

ア 消費生活情報紙の発行

消費生活に関する啓発や情報提供を内容とした消費生活情報紙「知っ得なっとく」を発行する。

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">・発行部数：年3回各6,600部（5月、9月、2月に発行）・配布先：消費者団体、民生委員、国・広島県、公的機関・施設、市内大学、小・中・高等・中等教育・特別支援学校等 |
|--|

イ 消費者啓発パンフレットの作成・配布

消費者被害の未然防止、拡大防止を図るために、消費者啓発パンフレットを作成・配布する。

ウ 消費生活パネルの展示・貸出及び啓発図書等の貸出

消費者被害の未然防止、拡大防止などを啓発するために、消費生活センターの展示コーナーに相談事例や危害・危険情報等の消費生活に関するテーマのパネルを展示する。また団体や個人からの依頼に応じて、啓発図書やDVD、タペストリー等の貸し出しを行う。

エ 全国消費生活情報ネットワーク・システム（PIONET）を活用した情報収集

独立行政法人国民生活センターとのオンラインネットワークを活用し、全国的な消費生活相談情報や危害情報の早期把握に努め、被害拡大の防止を図る。また、当センターが収集した各情報をシステムに蓄積することにより、相談データの管理・検索の効率化を図る。

(2) 消費者教育・啓発

ア 啓発

(7) 消費者力向上キャンペーン事業の開催

「消費者力向上」をキーワードに、5月の消費者月間を中心に消費者啓発事業を実施する。

a 消費者月間事業

消費者自らの学習意欲を高めるため、消費者団体、事業者団体と協力して各種の消費者啓発事業を実施する。

テーマ「“消費”で築く新しい日常」

令和3年度(2021年度)消費者月間事業

事業名	実施期間	場所	内容
消費生活パネル展	年間を通じて	各区役所、公民館等	消費生活に関するパネルを展示する。特に5月の消費者月間中は、全ての区役所でパネル展を行う。
消費者力向上キャンペーン in マツダスタジアム	令和3年7月12日	マツダスタジアム	啓発グッズの配付、大型モニターへ消費生活被害防止PR動画を放映する。

(4) 消費生活出前講座の開催

市内の学校、高齢者団体、町内会など各種団体等からの申し込みにより消費生活専門相談員等を講師として派遣し、消費者トラブルの実例を通して、消費生活の基礎的知識や消費者被害の未然防止、拡大防止を図る。

- ・講師：消費生活専門相談員、消費生活アドバイザー等
- ・時間：1回1～2時間程度
- ・講師派遣料：無料

(7) 食材配達サービスを利用した消費者への情報提供事業

生協ひろしまの食材配達サービス事業を利用している市民を対象に、生協ひろしまに一般向けの消費者被害についてのチラシを食材とあわせて配付してもらい、消費者被害の未然防止、拡大防止を図る。

イ 消費者教育の推進

(7) 消費者大学の開講

消費者問題に対する学習意欲の高い消費者を対象に、これからの消費者活動を担える人材育成を目指して、消費者大学を開講する。

(4) 学校教育における消費者教育の推進

最新の消費生活情報や、広島市消費生活審議会消費者教育部会において作成した学習用教材を市立の学校等へメール配信し、活用するよう働きかける。

また、市立小学校・中学校・高等学校・中等教育学校・特別支援学校から計3名の教職員を、消費者教育講座の受講のため、国民生活センター等へ派遣する。

(㊦) 消費生活サポーター養成講座の開講

消費者問題に関する専門知識や見守り活動のあり方を学ぶための講座を開講し、高齢者等を消費者被害から守るための見守り活動を担う人材の育成を図る。

(㊧) 成人向けの消費者教育講習会等

成年年齢の引下げにより新たに成年になる者等を対象に、消費者教育の講習を行う。

また、成人祭において、新成人に消費者被害に関するパンフレット等を配布することにより消費者意識の啓発を図る。

(㊨) 小学生向け夏休み研究学習会の開催

小学4年生から6年生とその保護者を対象に、夏休みに広島県金融広報委員会より講師を招へいし、買い物についての学習会を開催する。

(㊩) 子ども向けイベントへの参画・出展による消費者教育

市主催のイベントへ参画・出展し、来場者の子どもに消費者問題について学んでもらう。

(㊪) 小・中学生の消費者トラブル予防のための啓発チラシの配布

小・中学生の消費者トラブル予防のための啓発チラシを、市内の小・中・中等教育・特別支援学校の児童・生徒に配布する。

ウ エシカル消費（倫理的消費）の推進

持続可能な社会の形成のために、人や社会、環境、地域に配慮した消費行動を行うよう、次代の担い手である若年層を始め、広く市民に対し、広報紙やテレビ、イベントなどを通じた意識啓発に取り組む。

(3) 高齢者の消費者被害防止強化事業

ア 高齢者等の見守りネットワークの運営

広島市消費生活審議会消費者安全確保部会等の意見を基に作成した見守り活動者向けのマニュアルを関係団体へ配布し、活用を働きかける。

関係団体の日頃の見守り活動において、消費者被害の未然防止の問題意識を持ち、消費生活相談につなげるよう連携したネットワークを運営する。

イ 高齢者用ステッカーの配布

高齢者の消費者被害の未然防止を図るために、消費生活センターの電話番号や「訪問販売・訪問購入お断り」を記載したステッカーを高齢者向け消費生活出前講座等を通じて、内容を説明しながら配布する。

ウ 高齢者等の消費者被害防止対策講座の開催

高齢者等の消費者被害の未然防止・拡大防止を図るために、高齢者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対する講座を実施する。

エ 配食サービスを利用した高齢者への情報提供事業

食事の調理が困難なおおむね65歳以上の高齢者のみの世帯（またはこれに準ずる世帯）に属する人を対象に、昼食又は夕食を配達するとともに、安否を確認している広島市高齢者配食サービス事業者に、高齢者の消費者被害についてのチラシを提供し、食事と合わせて配付してもらうことで、地域の高齢者に対して注意を促す。

オ 高齢者への消費生活相談周知事業

65歳以上の高齢者を対象に、高齢者いきいきポイント事業のポイント手帳とともに、消費生活センターを周知するためのチラシを郵送することにより、消費生活センターの認知度を向上させ、消費生活相談につなげる。

カ 高齢者サロンワーキング事業

高齢者が日常的に集う場（サロン等）を活用し、参加・対話型で悪質事業者への注意喚起など、消費者被害の未然防止・拡大防止に向けた取組を行う。

キ 消費生活協力団体育成のための見守り講座等

「消費者安全法」第十一条の七に基づき、消費者協力団体を委嘱するとともに、消費生活協力団体に対する消費者被害の未然防止・拡大防止に必要な知識を習熟してもらうため、内部又は外部講師による見守り講座を実施する。また、消費生活協力団体へ消費者被害に関する情報提供を行う。

(4) 消費者団体等の活動推進

ア 消費者団体等の育成・指導

公益社団法人広島消費者協会が実施する教育・広報活動、調査研究・監視活動、地区活動等に対する事業補助を行うとともに、常勤職員人件費の補助を行う。

イ 消費者の自主活動の場の提供

消費者団体等の自主的な活動を支援するため、消費者のための活動について、研修室を無料で提供する。

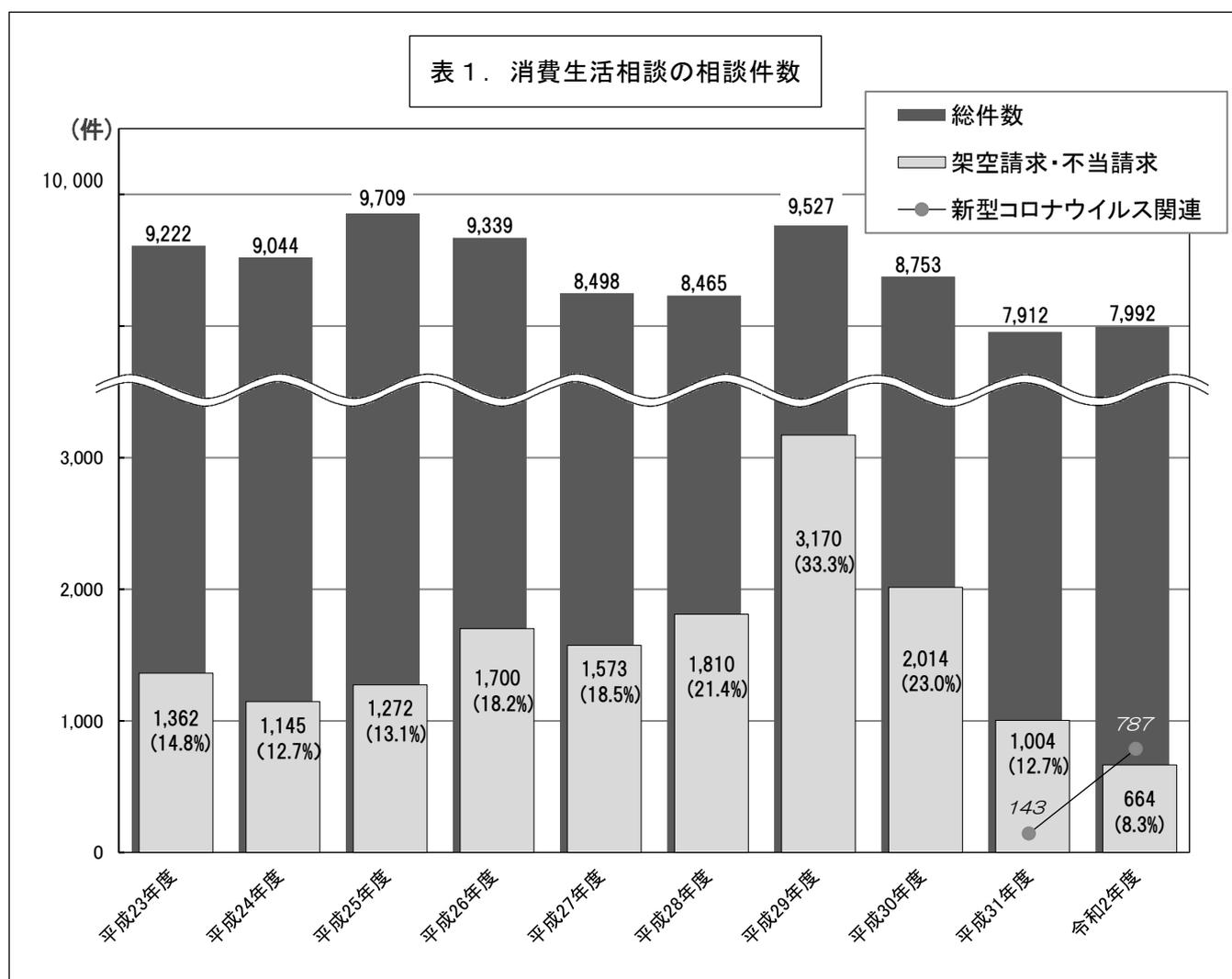
Ⅲ 令和2年度（2020年度）消費生活相談の概要

1 消費生活相談の相談状況

(1) 消費生活相談の相談件数

令和2年度に広島市消費生活センターに寄せられた相談は全体で7,992件となり、前年度の7,912件に比べ80件増加した。なお、「新型コロナウイルス感染症」に関連する相談は、787件だった。

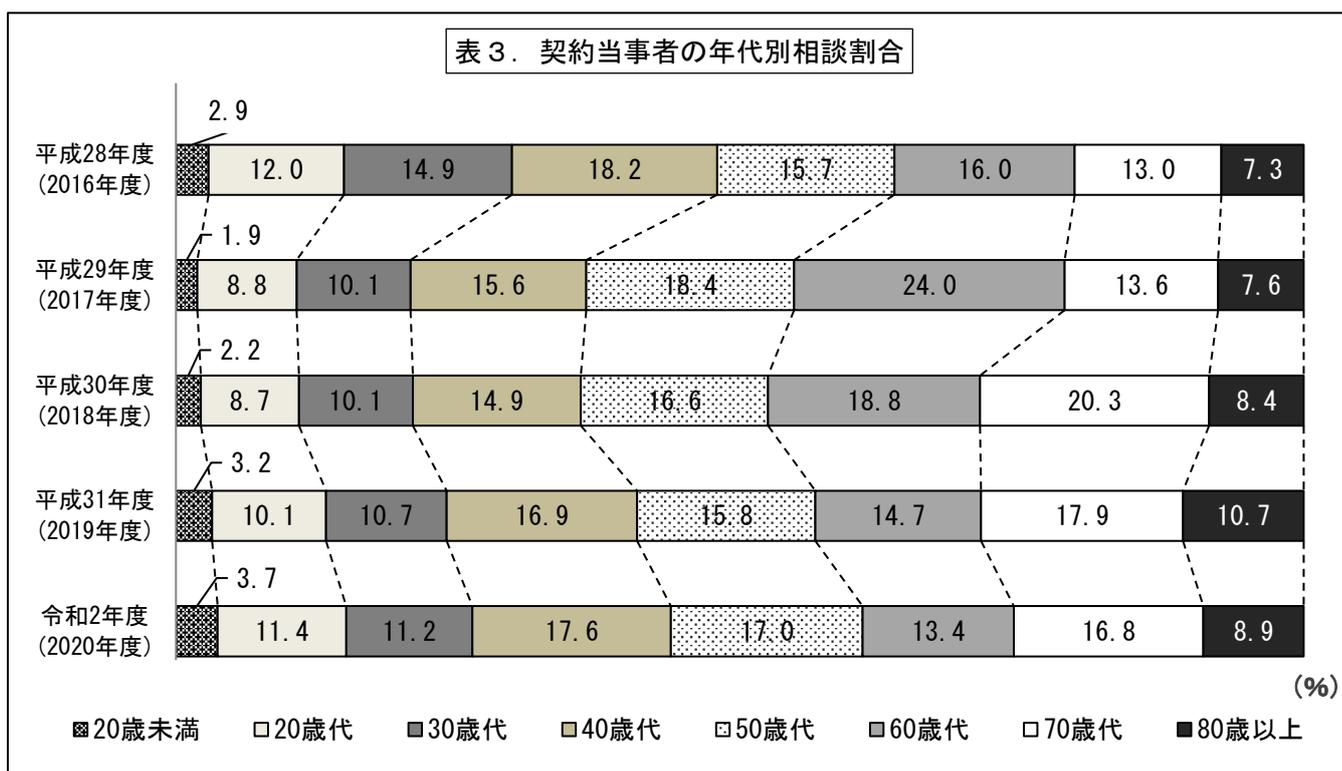
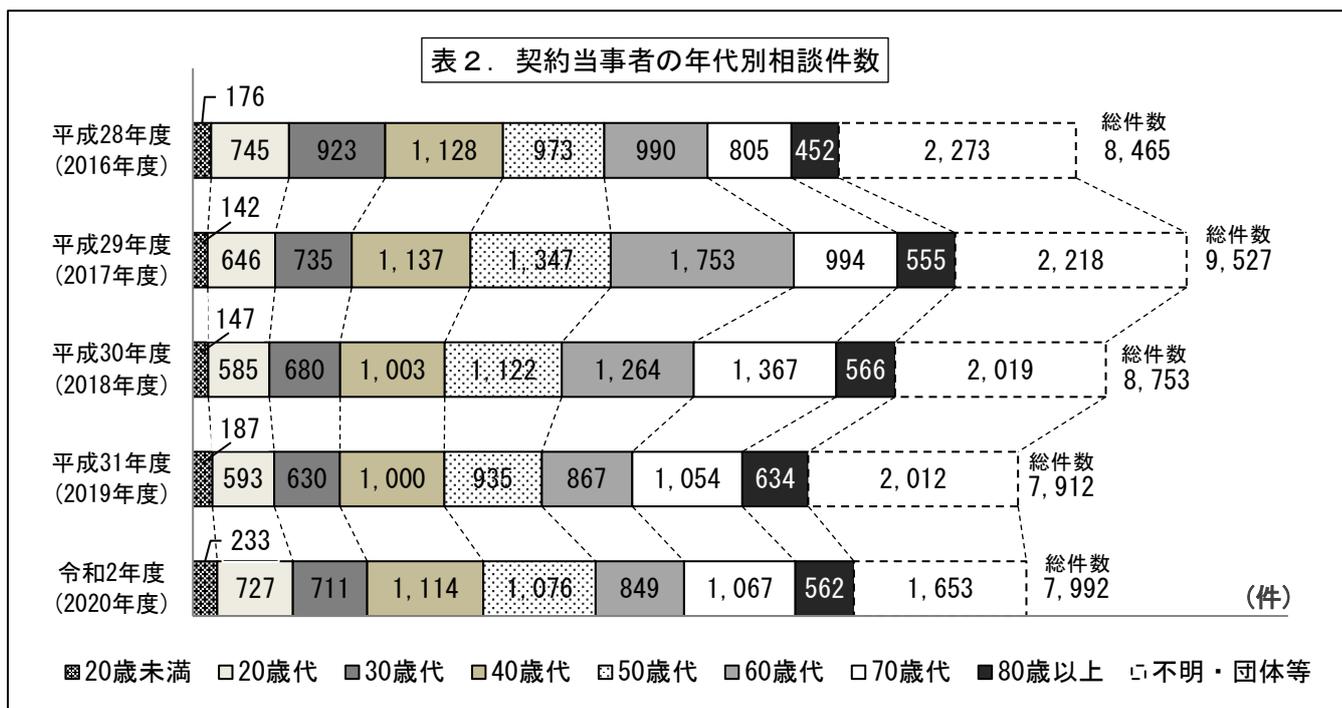
「架空請求・不当請求」の相談は、664件（総件数の8.3%）であり、前年度に比べ340件減少した。平成29年には総件数の33.3%を占めていたが、その後、毎年度減少している。



(2) 年代別の相談推移

令和2年度の相談件数は、前年度と比較し増加件数が多い順に、「50歳代」が141件、「20歳代」が134件、「40歳代」が114件、「30歳代」が81件、「20歳未満」が46件、「70歳代」が13件増加し、減少件数が多い順に、「80歳代以上」が72件、「60歳代」が18件減少した。

また、令和2年度の年代別の相談割合は、「40歳代」が17.6%と最も大きく、次いで「50歳代」が17.0%、「70歳代」が16.8%となった。



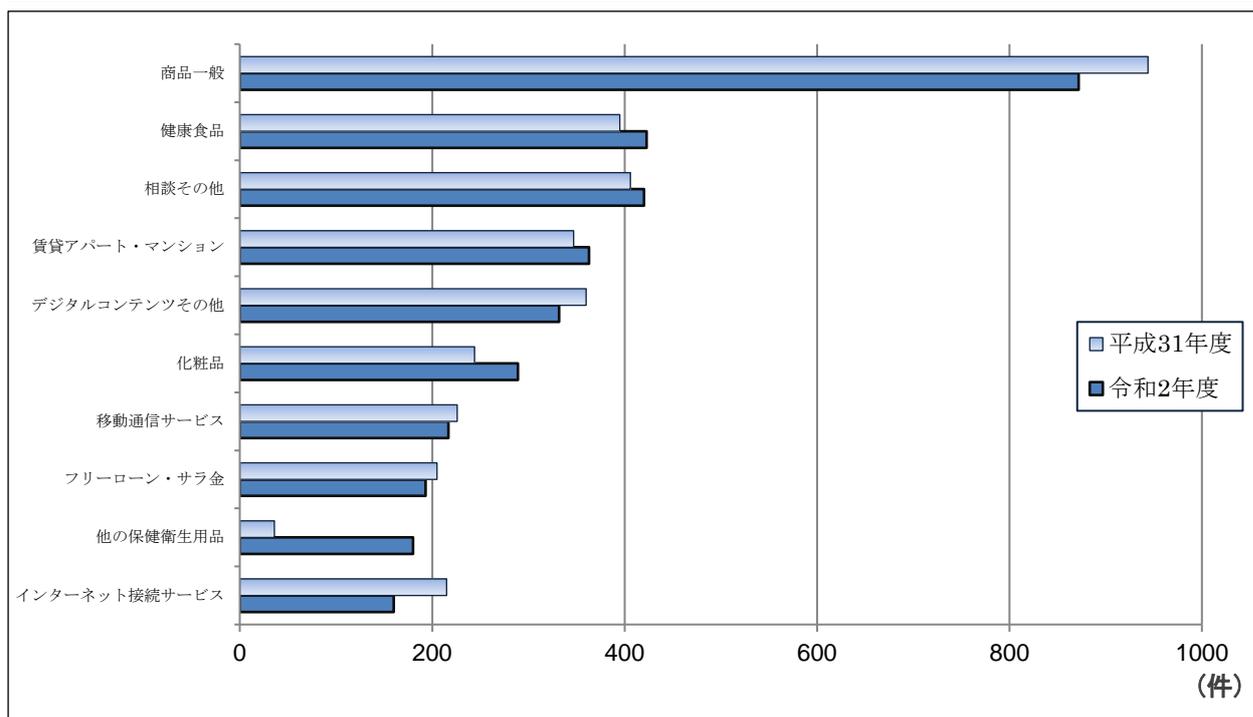
2 商品・役務別の相談状況

(1) 商品・役務別の相談件数

令和2年度の相談件数は、架空請求などの「商品一般」に区分される相談が前年と同様に最も多かったが、前年度と比べ72件減少している。

表4. 商品・役務別の相談件数(上位10位)

順位	区分	令和2年度 (件)	平成31年度 (件)	前年度差 (件)	前年度比 (%)	主な内容
1	商品一般	872	944	▲72	92.4	公的機関を騙った架空請求ハガキ、宅配会社を騙った不在配達メール、代引きで届いた頼んだ覚えのない商品など
2	健康食品	423	395	28	107.1	意図しない定期購入、ロイヤルゼリー、ダイエットサプリなど
3	相談その他	420	406	14	103.4	個人間のトラブル、労働問題、アンケート調査、交通事故など
4	賃貸アパート・マンション	363	347	16	104.6	賃貸アパートの契約、修理代、原状回復に関するトラブルなど
5	デジタルコンテンツその他	332	360	▲28	92.2	大手通販会社を騙った架空請求メール、セキュリティソフト、動画配信サービス、占いサイト、情報商材など
6	化粧品	289	244	45	118.4	意図しない定期購入、基礎化粧品、シャンプー、除毛クリーム、ファンデーションなど
7	移动通信サービス	217	226	▲9	96.0	携帯電話サービス、モバイルデータ通信など
8	フリーローン・サラ金	193	205	▲12	94.1	消費者金融・クレジットカード会社からのローン(借金)の整理、過払い金請求など
9	他の保健衛生用品	180	36	144	500.0	マスク、除菌用品、爪切りなど
10	インターネット接続回線	160	215	▲55	74.4	プロバイダー、インターネット回線の電話勧誘など
	その他	4,543	4,534	9	100.2	
	合計	7,992	7,912	80	101.0	



また、前年度と比べ、マスクや除菌用品の入手困難や商品未着などの「他の保健衛生用品」の相談や青汁の定期購入などの「飲料」の相談、シャンプーの定期購入などの「化粧品」の相談等が増加した。

一方、インターネット回線の電話勧誘などの「インターネット接続回線」の相談や排水管清掃の訪問販売などの「建物清掃サービス」の相談、国内旅行のキャンセルに関するトラブルなどの「国内パッケージツアー」の相談等が減少した。

表 5. 令和 2 年度に増加・減少が目立った商品・役務別の相談件数（上位 10 位）

増加件数の多い商品・役務別の相談						
順位	区 分	令和 2 年度 (件)	平成 31 年度 (件)	前年度 差 (件)	前年度 比 (%)	主 な 内 容
1	他の保健衛生用品	180	36	144	500.0	マスク、除菌用品、爪切りなど
2	飲料	89	38	51	234.2	青汁の定期購入、コーヒー、乳酸菌飲料、ミネラルウォーター、野菜ジュースなど
3	化粧品	289	244	45	118.4	意図しない定期購入、基礎化粧品、シャンプー、除毛クリーム、ファンデーションなど
4	紳士・婦人洋服	149	106	43	140.6	コート、ズボン、スカート、ワンピース、Tシャツなど
5	内職・副業その他	67	38	29	176.3	アフィリエイト内職、在宅ワーク、転売ビジネスなど
6	健康食品	423	395	28	107.1	意図しない定期購入、ロイヤルゼリー、ダイエットサプリなど
7	他の行政サービス	152	126	26	120.6	新型コロナウイルスの健康調査、特別定額給付金、持続化給付金、マイナンバーカード、国勢調査など
8	衛生設備工事	43	19	24	226.3	水道工事、排水管工事など
9	修理サービス	110	86	24	127.9	トイレ修理、車の修理、ふとんの作り直しなど
10	アクセサリー	52	31	21	167.7	ネックレス、指輪の展示販売、貴金属の訪問販売など

減少件数の多い商品・役務別の相談						
順位	区 分	令和 2 年度 (件)	平成 31 年度 (件)	前年度 差 (件)	前年度 比 (%)	主 な 内 容
1	商品一般	872	944	▲72	92.4	公的機関を騙った架空請求ハガキ、宅配会社を騙った不在配達メール、代引きで届いた頼んだ覚えのない商品など
2	インターネット接続回線	160	215	▲55	74.4	プロバイダー、インターネット回線の電話勧誘など
3	建物清掃サービス	46	93	▲47	49.5	排水管清掃の訪問販売、浄化槽清掃サービスなど
4	国内パッケージツアー	14	59	▲45	23.7	国内旅行のパッケージツアーなど
5	放送サービス	57	99	▲42	57.6	公共放送の受信料、衛星放送サービス、ケーブルテレビなど
6	美顔器	2	36	▲34	5.6	美顔器、超音波美顔器など
7	デジタルコンテンツその他	332	360	▲28	92.2	大手通販会社を騙った架空請求メール、セキュリティソフト、動画配信サービス、占いサイト、情報商材など
8	生命保険	64	86	▲22	74.4	生命保険、共済生命保険など
9	歯科治療	10	30	▲20	33.3	歯列矯正、インプラント治療、審美歯科など
10	ソーラーシステム	11	30	▲19	36.7	太陽光発電システム、太陽熱発電システムなど

(2) 年齢構成別の商品・役務別の相談件数

ア 若年層（20歳未満～20歳代）

令和2年度の総件数は960件で、前年度と比べ180件増加した。『簡単に儲ける方法を教えます』といった情報商材などの「デジタルコンテンツその他」の相談が前年度と比べ17件増加し、最も多かった。

イ 一般層（30歳代～50歳代）

令和2年度の総件数は2,901件で、前年度と比べ336件増加した。架空請求などの「商品一般」の相談が最も多かったほか、個人間のトラブルなどの「相談その他」の相談が前年度と比べ97件増加した。

ウ 高齢層（60歳代以上）

令和2年度の総件数は2,478件で、前年度と比べ77件減少した。架空請求などの「商品一般」の相談が最も多かったほか、ロイヤルゼリーの定期購入などの「健康食品」の相談が前年度と比べ5件増加した。

表6. 年齢構成別の商品・役務別の相談件数（上位5位）

若年層（20歳未満～20歳代）						
順位	令和2年度		平成31年度		平成30年度	
	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	デジタルコンテンツその他	71	健康食品	59	デジタルコンテンツその他	68
2	賃貸アパート・マンション	63	デジタルコンテンツその他	54	賃貸アパート・マンション	59
3	健康食品	61	エステティックサービス	52	フリーローン・サラ金	38
4	商品一般	47	化粧品	46	エステティックサービス	29
5	エステティックサービス	46	賃貸アパート・マンション	44	移動通信サービス	29
総件数		960	総件数	780	総件数	732

一般層（30歳代～50歳代）						
順位	令和2年度		平成31年度		平成30年度	
	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	商品一般	268	商品一般	242	商品一般	427
2	相談その他	196	健康食品	186	デジタルコンテンツその他	256
3	健康食品	188	賃貸アパート・マンション	161	賃貸アパート・マンション	154
4	賃貸アパート・マンション	160	デジタルコンテンツその他	149	インターネット接続回線	127
5	デジタルコンテンツその他	122	相談その他	99	フリーローン・サラ金	106
総件数		2901	総件数	2565	総件数	2805

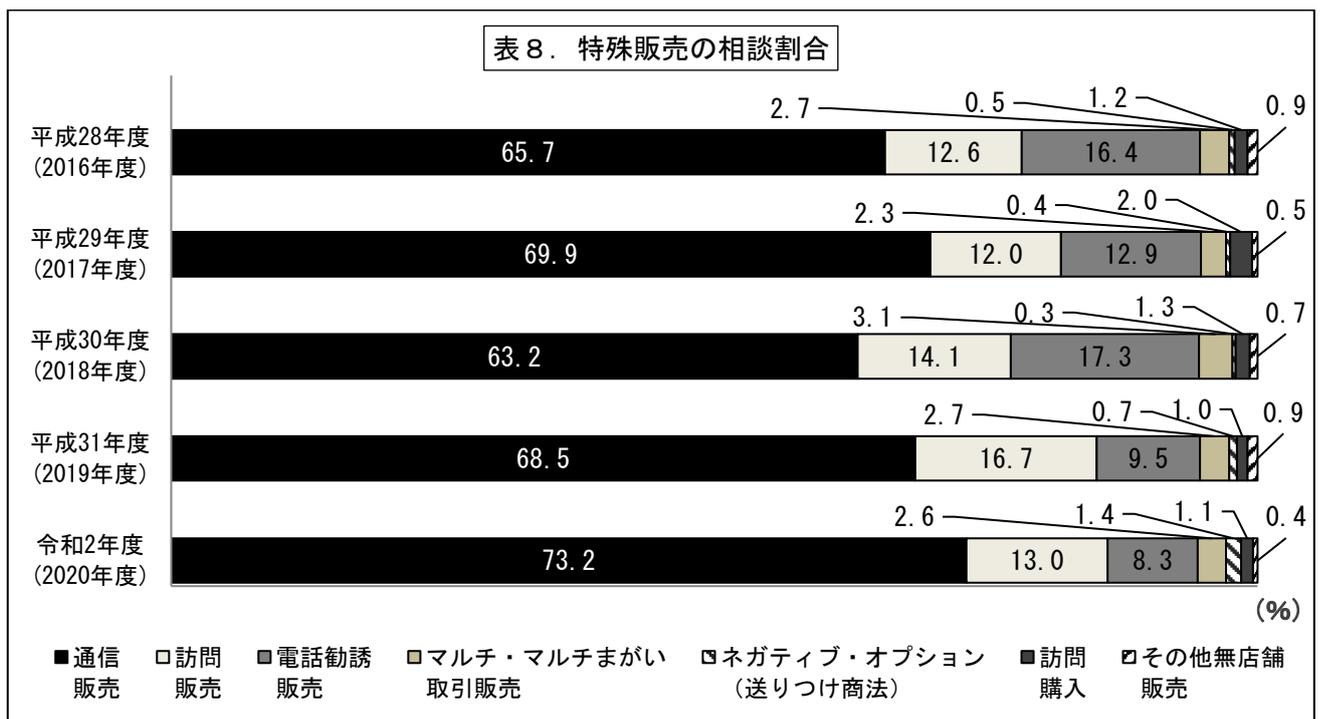
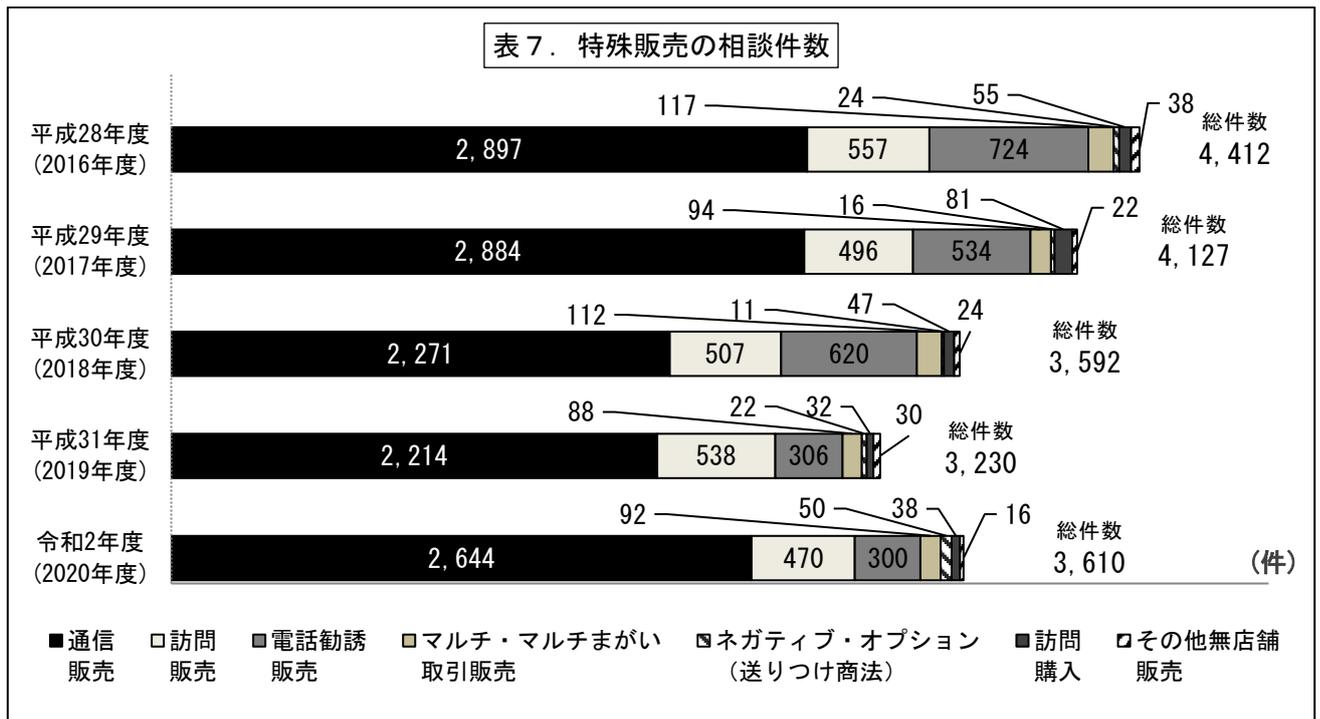
高齢層（60歳代以上）						
順位	令和2年度		平成31年度		平成30年度	
	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	商品一般	338	商品一般	442	商品一般	1043
2	健康食品	115	健康食品	110	デジタルコンテンツその他	188
3	化粧品	104	デジタルコンテンツその他	104	インターネット接続回線	145
4	デジタルコンテンツその他	102	インターネット接続回線	100	電気	91
5	相談その他	80	相談その他	98	健康食品	86
総件数		2478	総件数	2555	総件数	3197

3 特殊販売（店舗によらない販売形態）の相談状況

(1) 特殊販売の相談件数

令和2年度の相談件数は、特殊販売の総件数が3,610件となり、前年度の3,230件に比べ380件増加した。消費生活相談の総件数7,992件のうち、特殊販売の相談が占める割合は45.2%となった。

また、令和2年度の特殊販売の相談割合は、「通信販売」が73.2%と最も大きく、次いで「訪問販売」が13.0%、「電話勧誘販売」が8.3%となった。



(2) 令和2年度の特殊販売ごとの相談件数

ア 通信販売

総件数は2,644件となり、ロイヤルゼリーの定期購入などの「健康食品」の相談が最も多く、次いでシャンプーの定期購入などの「化粧品」の相談、『簡単に儲ける方法を教えます』といった情報商材などの「デジタルコンテンツその他」の相談となった。

イ 訪問販売

総件数は470件となり、電気供給契約などの「電気」の相談が最も多く、次いで水回りの修理やトイレ修理などの「修理サービス」の相談、排水管清掃などの「建物清掃サービス」の相談となった。

ウ 電話勧誘販売

総件数は300件となり、プロバイダー契約などの「インターネット接続回線」の相談が最も多く、次いで電気供給契約などの「電気」の相談、情報商材などの「デジタルコンテンツその他」の相談となった。

表9. 令和2年度の特殊販売ごとの相談件数（上位5位）

① 通信販売

順位	区分	件数
1	健康食品	381
2	化粧品	256
3	デジタルコンテンツその他	254
4	商品一般	197
5	紳士・婦人洋服	118
総件数		2,644

② 訪問販売

順位	区分	件数
1	電気	79
2	修理サービス	44
3	建物清掃サービス	41
4	衛生設備工事	21
5	他の役務サービス	19
総件数		470

③ 電話勧誘販売

順位	区分	件数
1	インターネット接続回線	72
2	電気	26
3	デジタルコンテンツその他	19
4	他の役務サービス	18
5	商品一般	16
総件数		300

④ マルチ・マルチまがい取引販売

順位	区分	件数
1	ファンド型投資商品	27
2	内職・副業その他	21
3	化粧品	7
4	デジタルコンテンツその他	4
5	商品一般	4
総件数		92

⑤ ネガティブ・オプション（送りつけ商法）

順位	区分	件数
1	他の保健衛生用品	21
2	商品一般	9
3	飲料	3
4	化粧品	2
5	紳士・婦人洋服	2
総件数		50

⑥ 訪問購入

順位	区分	件数
1	商品一般	9
2	アクセサリ	7
3	和服	6
4	時計・時計付属品	3
5	四輪自動車	2
総件数		38

⑦ その他無店舗販売

順位	区分	件数
1	アクセサリ	3
2	健康食品	2
3	募金	2
4	飲料	2
5	ファンド型投資商品	1
総件数		16

(3) 年齢構成別の通信販売の相談件数

ア 若年層（20歳未満～20歳代）

令和2年度の総件数は435件で、前年度と比べ75件増加した。ダイエットサプリの定期購入などの「健康食品」の相談が最も多かったほか、スマートフォンやインターネットでのゲームサービスなどの「オンラインゲーム」の相談が前年度と比べ13件増加した。

イ 一般層（30歳代～50歳代）

令和2年度の総件数は1,148件で、前年度と比べ190件増加した。ダイエットサプリの定期購入などの「健康食品」の相談が最も多かったほか、「紳士・婦人洋服」の相談が前年度と比べ17件増加した。

ウ 高齢層（60歳代以上）

令和2年度の総件数は715件で、前年度と比べ157件増加した。シャンプーの定期購入などの「化粧品」の相談が最も多く、前年度と比べ31件増加した。

表10. 年齢構成別の通信販売の相談件数（上位5位）

若年層（20歳未満～20歳代）						
順位	令和2年度		平成31年度		平成30年度	
	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	健康食品	58	健康食品	59	デジタルコンテンツその他	53
2	デジタルコンテンツその他	57	デジタルコンテンツその他	44	アダルト情報サイト	24
3	オンラインゲーム	41	化粧品	44	オンラインゲーム	24
4	化粧品	40	オンラインゲーム	28	出会い系サイト	21
5	紳士・婦人洋服	24	アダルト情報サイト	23	健康食品	20
総件数		435	総件数	360	総件数	290

一般層（30歳代～50歳代）						
順位	令和2年度		平成31年度		平成30年度	
	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	健康食品	185	健康食品	178	デジタルコンテンツその他	239
2	化粧品	100	デジタルコンテンツその他	130	健康食品	100
3	デジタルコンテンツその他	91	化粧品	83	アダルト情報サイト	76
4	商品一般	66	商品一般	65	商品一般	61
5	紳士・婦人洋服	61	紳士・婦人洋服	44	化粧品	59
総件数		1148	総件数	958	総件数	987

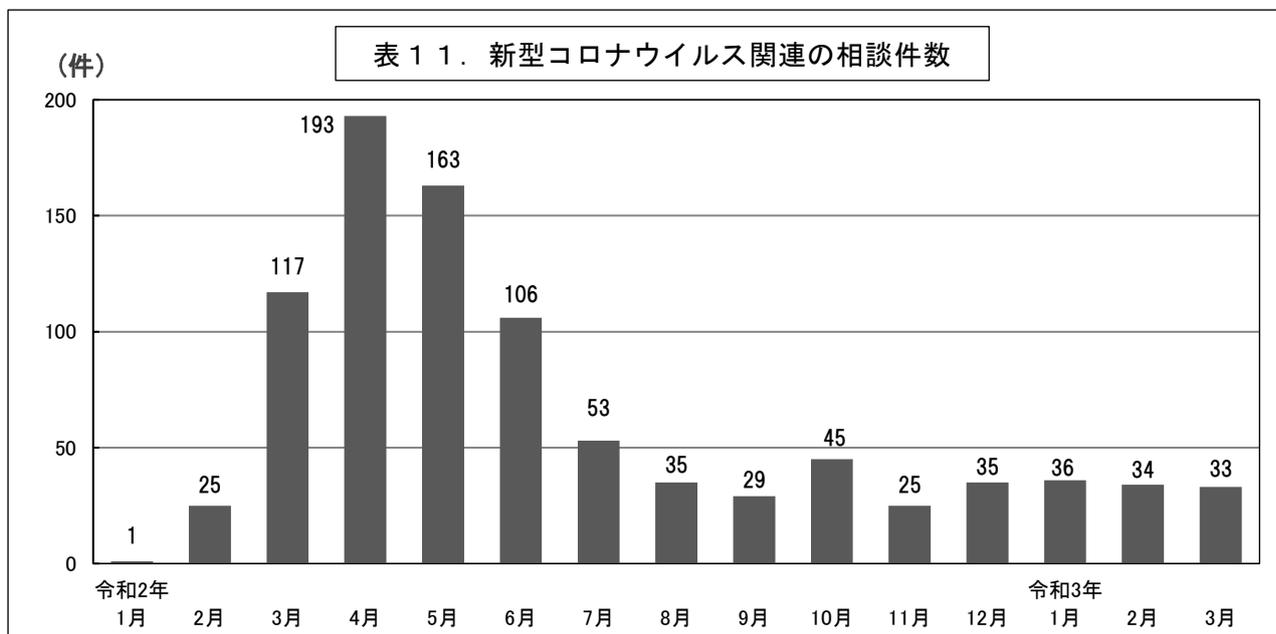
高齢層（60歳代以上）						
順位	令和2年度		平成31年度		平成30年度	
	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	化粧品	91	デジタルコンテンツその他	91	デジタルコンテンツその他	172
2	健康食品	88	健康食品	67	健康食品	59
3	デジタルコンテンツその他	83	化粧品	60	アダルト情報サイト	57
4	商品一般	59	商品一般	59	商品一般	53
5	アダルト情報サイト	38	アダルト情報サイト	48	化粧品	46
総件数		715	総件数	558	総件数	605

4 注目事例

「新型コロナウイルス感染症」に関連する相談が増加した。

(1) 「新型コロナウイルス感染症」に関連する相談件数

相談件数は、令和2年4月に193件と最も多く、その後は同年9月まで減少し、同年10月に微増したが、それ以降はほぼ横ばいで推移した。



(2) 新型コロナウイルス関連の商品・役務別の相談件数

平成31年度の相談件数は、国内旅行のキャンセルに関するトラブルなどの「国内パッキングツアー」の相談が46件と最も多く、次いでマスクや除菌用品の入手困難や商品未着などの「他の保健衛生用品」の相談が25件となった。

令和2年度の相談件数は、前年度同様に「他の保健衛生用品」の相談が159件と最も多く、次いで特別定額給付金や持続化給付金などの「他の行政サービス」の相談が78件となった。

表 1 2. 新型コロナウイルス関連の商品・役務別の相談件数(上位10位)

順位	令和2年度			平成31年度		
	区分	件数	割合 (%)	区分	件数	割合 (%)
1	他の保健衛生用品	159	20.2	国内パッキングツアー	46	32.2
2	他の行政サービス	78	9.9	他の保健衛生用品	25	17.5
3	相談その他	47	6.0	海外パッキングツアー	7	4.9
4	結婚式関連サービス	33	4.2	ちり紙類	6	4.2
5	スポーツ・健康教室	32	4.1	航空サービス	6	4.2
6	フリーローン・サラ金	23	2.9	相談その他	5	3.5
7	商品一般	23	2.9	結婚式関連サービス	5	3.5
8	賃貸アパート・マンション	20	2.5	外食	4	2.8
9	化粧品	18	2.3	宿泊施設	4	2.8
10	他の医療機器	14	1.8	スポーツ・健康教室	3	2.1
総件数		787	100.0	総件数	143	100.0

IV 令和2年度(2020年度) 事業実績

1 消費生活行政の総合的な推進

(1) 広島市消費生活基本計画の推進

消費者施策の進行管理を行い、計画の総合的な調整を図るとともに、平成31年度における実施状況を審議会に報告し、広島市ホームページを活用し公表した。

(2) 広島市消費生活審議会の開催

<開催状況等>

開催日	内 容
11月25日 ～ 12月11日	第1回審議会開催(新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、書面開催) 1 報告事項 ・平成31年度消費者行政の実績報告 ・令和2年度消費者行政の事業説明 ・第2次広島市消費生活基本計画に基づく平成31年度消費者施策(個別施策)実施状況報告 ・第2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報告

(3) 広島市消費生活審議会消費者教育部会、消費者安全確保部会の開催

開催する予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、中止となった。

2 消費者の権利の保護

(1) 相談業務体制の整備

消費者トラブルの最新事案、困難事案についての事例検討会を広島県や関係団体と開催する予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、中止となった。

(2) 相談員等の相談対応能力の強化

ア 相談員等の研修の実施

独立行政法人国民生活センター等主催の研修に相談員(12名)を参加させるとともに、広島県等が実施した研修にも参加させた。

イ 法律専門家(弁護士)による相談支援業務

個別の相談事案に関する法的な問題について、相談者及び相談員が弁護士から助言を受けた(毎週木曜日・年50回)。

(3) 消費者被害の救済

ア 消費生活相談

令和2年度(2020年度)消費生活相談の概要のとおり(資料Ⅲ)。

イ 多重債務問題対策

令和2年度の多重債務に関する相談件数は150件となり、平成31年度の143件に比べて7件増加した。

国の「多重債務問題改善プログラム」に沿って、本市の多重債務問題対策を推進するため、弁護士会との連携による無料相談を、平日夕方に2回、日曜日午後1回実施した。

- ・開催日 10月8日（木）、11月12日（木）、12月13日（日）

(4) 物価安定対策事業

ア 物価情報の提供

物価問題に関する認識を深めるため、生活関連物資の価格調査結果、広島市の費目別消費者物価指数について、ホームページで情報提供を行った。

イ 物価の監視・調査

日常生活に関連の深い日用品や食料品の生活関連物資について、価格動向や需給状況を把握するため、消費生活モニターによる調査を行った。

調査対象品目等	調査方法等
・調査品目（5品目） 紙ゴミ袋、クラフトテープ、乳幼児おむつ、カセットボンベ クリーニング代	小売店での店頭価格調査 ・定店方式 ・毎月上旬～中旬に1回実施
・調査品目（6品目） うるち米、鶏卵、キャベツ、ほうれんそう、にんじん、きゅうり	

(5) 消費生活に関する事業者指導

消費生活相談の際に、随時、事業者に改善を促すほか、「広島市消費生活条例」に基づき、指導に従わない場合には、事業者名の制裁的公表まで行うことを前提とした指導を行っている。

また、消費生活関連法令等に違反する行為を事業者が行っている疑いのある場合には、事業者規制に係る権限のある国、広島県等の関係行政機関への情報提供や被害者の事情聴取への同意取得への協力などを行った。

(6) 電気用品販売事業者等に対する立入検査

ア 「電気用品安全法」に基づく立入検査

広島市域内の販売店1店舗へ立ち入り、「電気用品安全法」に基づいて指定された電気用品及び特定電気用品についてPSEマーク等の表示がない電気用品等が販売又は販売の目的で陳列されていないか検査を行った。

電気用品の区分	電気用品名	検査点数	不適正表示点数
配線器具	マルチタップ	2	0
交流用電気機械器具	直流電源装置(美顔器)	1	0
リチウムイオン蓄電池	リチウムイオン蓄電池 (携帯電話用モバイルバッテリー、電動工具)	6	0
合 計		9	0

※電気用品のうち、「電気用品安全法施行令」で定められている電気用品及び特定電気用品は、国の定める安全基準をクリアするなどの義務を満したことを示すPSEマークなどの表示がないと販売又は販売の目的で陳列することができないこととされている。

特定電気用品		電気温水器 電熱式・電動式おもちゃ 電気ポンプ 電気マッサージ器 自動販売機 直流電源装置 など全116品目	特定電気用品以外の電気用品		電気こたつ 電気冷蔵庫 電気歯ブラシ 電気かみそり 白熱電灯器具 音響機器 リチウムイオン蓄電池 など全341品目
--------	--	--	---------------	---	--

イ 「消費生活用製品安全法」に基づく立入検査

広島市域内の販売店1店舗へ立ち入り、「消費生活用製品安全法」に基づいて指定された特定製品及び特別特定製品についてPSCマーク等の表示がない特定製品等が販売又は販売の目的で陳列されていないか検査を行った。

※検査は検査対象品目として指定されている消費生活用製品10品目のうちから1品目を選定し行うものであり、令和2年度はライターを検査品目として選定し立入検査を行った。

製品名	検査点数	不適正表示点数
ライター	3	0
合 計	3	0

※消費生活用製品のうち、「消費生活用製品安全法施行令」で定められている特定製品及び特別特定製品は、国の定める安全基準をクリアするなどの義務を満したことを示すPSCマークなどの表示がないと販売又は販売の目的で陳列することができないこととされている。

特定製品		家庭用の圧力なべ及び圧力がま 乗車用ヘルメット 登山用ロープ 石油給湯機 石油ふろがま 石油ストーブ	特別特定製品		乳幼児用ベッド 携帯用レーザー応用装置 浴槽用温水循環器 ライター
------	---	---	--------	--	--

ウ 「ガス事業法」に基づく立入検査

広島市域内の販売店1店舗へ立ち入り、「ガス事業法」に基づいて指定されたガス用品及び特定ガス用品についてP S T Gマーク等の表示がないガス用品等が販売又は販売の目的で陳列されていないか検査を行った。

ガス用品	検査点数	不適正表示点数
ガスこんろ	5	0
合 計	5	0

※ガス用品のうち、「ガス事業法施行令」で定められているガス用品及び特定ガス用品は、国の定める安全基準をクリアするなどの義務を満たしたことを示すP S T Gマークなどの表示がないと販売又は販売の目的で陳列することができないこととされている。

特定ガス用品



半密閉燃焼式ガス瞬間湯沸器
 半密閉燃焼式ガストーブ
 半密閉燃焼式ガスバーナー
 付ふろがま
 ガスふろバーナー

特定ガス用品以外のガス用品



開放燃焼式・密閉燃焼式・屋外式
 ガス瞬間湯沸器
 開放燃焼式・密閉燃焼式・屋外式
 ガストーブ
 密閉燃焼式・屋外式ガスバーナー
 付ふろがま
 ガスこんろ

エ 「家庭用品品質表示法」に基づく立入検査

広島市域内の販売店1店舗へ立ち入り、「家庭用品品質表示法」に基づいて指定された家庭用品について適正な品質表示の有無等について検査を行った。

家庭用品名	検査点数	不適正表示点数
繊維製品（布団、テーブル掛け）	2	0
合成樹脂加工品（洗面器）	4	0
電気機械器具（電気かみそり、電気ミキサー）	2	0
雑貨工業品（洋傘、靴）	7	0
合 計	15	0

※家庭用品のうち、「家庭用品品質表示法施行令」で定められている家庭用品については、品質に関し表示すべき事項やその表示方法等を定めている。

適正な品質表示の例

全体表示

綿 100%	羊毛 50% カシミア 50%	COITON 50% ポリエステル 30% 再生繊維（セルロース）20%
〇〇×株式会社 東京都千代田区〇〇町×番地 TEL 03-9999-9999	〇〇×株式会社 東京都千代田区〇〇町×番地 TEL 03-9999-9999	〇〇×株式会社 東京都千代田区〇〇町×番地 TEL 03-9999-9999

分離表示

たて糸 綿 100% よこ糸 レーヨン 100%	地糸 ポリエステル 100% 柄糸 レーヨン 100%	本体 綿 50% 麻 50% 衿 ポリエステル 100%	身頃 綿 100% 袖 牛革
〇〇×株式会社 東京都千代田区〇〇町×番地 TEL 03-9999-9999	〇〇×株式会社 東京都千代田区〇〇町×番地 TEL 03-9999-9999	〇〇×株式会社 東京都千代田区〇〇町×番地 TEL 03-9999-9999	〇〇×株式会社 東京都千代田区〇〇町×番地 TEL 03-9999-9999

3 消費者の自立の支援

(1) 情報提供の推進

ア 消費生活情報紙の発行

消費生活情報や苦情相談の事例等を消費者及び市町等関係機関へ情報提供するため、消費生活情報紙「知っ得なっとく」を年3回、6,600部(年間19,800部)作成・配布した。

- ・事業費 240千円
- ・配布先 区役所、出張所、スポーツセンター、区民文化センター、区社会福祉協議会、民生委員、女性会など

イ 広報番組等を活用した情報提供

広報番組等を有効に活用し、消費生活に関する情報を市民に情報提供した。

- ・テレビ広報番組 3回
 - 5月 3日 未成年者の契約トラブルに注意!
 - 9月 27日 エシカル消費って何?
 - 11月 8日 消費者トラブルのLINE相談

ウ ホームページ等による消費生活に関する情報提供

広島市ホームページ、SNS及び動画配信サイトにおいて、増加している悪質商法や緊急情報などの消費者に対する注意喚起を適宜行った。

○掲載内容

- ・ホームページ掲載
 - コロナ禍での消費者被害防止キャンペーンの周知
 - 通信販売に係る消費者被害の注意喚起
 - 高齢者や障害者等の消費者トラブル防止ハンドブックの掲載
 - 知っ得なっとくの掲載 など
- ・SNS掲載
 - 消費生活センターだより第46号
- ・動画配信サイト
 - こんなことで困ったら、広島市消費生活センターへ相談しよう!

エ 消費者啓発パンフレット等の作成・配布

消費者被害の未然防止及び消費者契約の知識普及のため、消費者啓発パンフレット等を購入し、小・中・高等・中等教育・特別支援学校、出前講座受講者、消費生活サポーター、地域包括支援センター、消費生活協力団体などに配布した。



消費者啓発パンフレット

名 称	内 容	作成・購入 部数(部)
高齢者や障害者等の消費者トラブル防止ハンドブック	高齢者や障害者等における消費者トラブルの未然防止や早期発見のポイントを紹介	6, 500
悪質商法にだまされるものか	悪質商法の実例を、新しい手口を交えてわかりやすく紹介	3, 000
成年（オトナ）になっただけでできること	成年年齢引き下げに向けて、成年になると変わることやできることを紹介	5, 000
オトナ消費者へステップアップ	成年になる前に必ず知っておいてほしい契約の基礎知識や悪質商法の手口を紹介	3, 000
ネット犯罪から身を守りましょう	ネット犯罪から身を守るために知っておきたい注意点を紹介	5, 000
消費者トラブル対策マニュアル	消費生活の基礎知識から悪質商法や詐欺の被害に遭わないための対策情報を紹介	5, 000

消費者啓発物品

名 称	内 容	作成部数 (部)
啓発用エコバッグ	消費者ホットライン188の連絡入りエコバック	730
啓発用うちわ	消費者ホットライン188の連絡入りうちわ	2, 000

オ 消費生活パネルの展示・貸出及び啓発図書等の貸出

消費生活センターの展示コーナーに相談事例、危害・危険情報、衣食住、保険、法律、経済の各分野にわたるイラスト入りパネルを展示するとともに、パネルの貸し出しを行い、消費生活に関する基礎的な知識の普及に役立てた。

パネル展示、貸出状況

区 分	場 所	内 容
展示	消費生活センター	4回。延べ80枚展示 (四半期ごとにテーマを決めて展示)
貸出	公民館	公民館6か所に延べ50枚貸出

啓発用品の作成、購入状況

区 分	数 量	内 容
タペストリー	50枚	「クーリング・オフって何」 「電気の契約切り替えトラブル」等
DVD	3枚	「小学生のスマホの安全な使い方教室」1巻、2巻 「高齢者を狙う悪質商法・詐欺に対処するには」

カ 全国消費生活情報ネットワーク・システム（P I O-N E T）を活用した情報収集

独立行政法人国民生活センターとのオンラインネットワークを活用し、全国的な消費生活相談情報や危害情報の早期把握に努め、被害拡大の防止を図った。

また、当センターが収集した各情報をシステムに蓄積することにより、相談データの管理・検索の効率化を図った。

キ その他

収集した図書、雑誌等を市民が自由に閲覧できるように当センター展示コーナーに展示し、消費生活に関する情報の提供に役立てた。

資料種別	内 容
図書	衣食住や経済・法律等、消費生活に関するもの
雑誌	月刊や季刊の一般誌、専門誌
新聞	全国紙のうち3紙
行政資料	国民生活センター、地方自治体の発行するパンフレットや冊子等
その他	業界、消費者団体等で発行するパンフレットや冊子等



(2) 消費者教育・啓発

ア 啓発

(7) 消費者力向上キャンペーン事業の開催（消費者月間事業）

区 分	開 催 期 間 等
全国都市緑化ひろしまフェアでのパネル展示	開催期間：5月22日 開催場所：旧広島市民球場跡地
消費者力向上キャンペーン in マツダスタジアム	開催期間：9月4日 実施内容：啓発グッズの配布、大型モニターへ消費者月間啓発用動画（消費者庁作成）を放映
区役所・公民館でのパネル展示	開催期間：年間を通じて実施 開催場所：中区役所、東区役所、南区役所、西区役所、安佐南区役所、安佐北区役所、安芸区役所、佐伯区役所、古市公民館、楠那公民館、祇園公民館、安東公民館、亀山公民館、青崎公民館



緑化フェアパネル展示



マツダスタジアムにて配布した啓発グッズ



安佐北区役所パネル展示



南区役所パネル展示

(イ) 消費生活出前講座の開催

市内の学校、高齢者団体、町内会など各種団体等からの申し込みにより消費生活専門相談員等を講師として派遣し、消費生活に関する法律知識等の普及啓発を行うことにより、「自立した消費者」の育成を図った。

- ・委託先 公益社団法人広島消費者協会
- ・実施回数 25回
- ・実施時間数 36時間
- ・受講者数 672人
- ・事業費 1,837千円

※高齢者サロンワーキング事業の実績を含む

・受講者アンケート結果

受講者からアンケートを回収した割合72.5%

講義内容を今後「役立てていきたい」「少しは役立てていきたい」と回答した割合94.9%

(ウ) 食材配達サービスを利用した消費者への情報提供事業

生協ひろしまに一般向けの消費者被害についてのチラシ80,000部を作成し、食材とあわせて配布してもらうことにより、消費者被害に関する注意喚起を行った。

- ・事業費 336千円

消費生活で困ったときには…
広島市消費生活センター
にご相談ください!

ネットで「在宅で稼げる副業」を契約したが、儲からない!

頼んだ覚えのない商品が届いた!

家族に内緒で借金があり返済が苦しい!

ネット通販で注文した商品が届かない!

広島市消費生活センターでは、広島市にお住まいの方の消費生活に関するご相談を受け付けています。

082-225-3300
(消費生活相談専用)

相談無料
秘密厳守です

〒730-0011 広島市中区基町6番27号 アクア広島センター街8階
(開館時間)10時～19時 (休館日)火曜日、12月29日～1月3日

身に覚えのない商品の送り付けにご注意ください!

事例 注文した覚えのないマスクや消毒液が宅配便で届いた。
家族の誰かが注文したのかもと思い、商品を受け取ってしまった。

まずは自分で忘れていた注文がないか、知り合いからの贈り物ではないか確認してみましょう。
心当たりがない場合は、商品を送った後、料金を請求する送り付け商法かもしれません。
慌てて送り元に連絡したりせず、商品は未使用のまま保管し、14日間以上経過してから処分しましょう。

届いた商品について、事前に業者から商品の動向があり、購入を承諾していなければ、契約は成立していません。商品が届いてから、事業者による引取りがなくても14日間が経過した時は、商品を自由に処分することができます。

「エシカル消費」に取り組みましょう

「エシカル(倫理的)消費」という言葉を知っていますか?人や社会、環境に配慮したものやサービスを選んで消費することです。
文字で見ると難しいことのように感じますが、私たちが身近にできるエシカル消費は沢山あります。自分にできることから実践してみてください。

- マイボトルの持参
- ペットボトルなどのゴミを削減することができます。
- 公共交通機関の利用
- 車通勤よりもエネルギーの削減ができます。
- 地産地消
- 商品の産地にかかるエネルギーの削減ができます。
- 被災地域の商品の購入
- 被災地域の応援につながります。

イ 消費者教育の推進

(7) 消費者大学の開講

消費者問題に対する関心を持ち続ける消費者を増やし、消費者活動を担える人材を育てることを目指す消費者大学を開講する予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止となった。

(イ) 学校教育における消費者教育の推進

a メール通信「消費者教育情報」の配信による学校等への情報提供

市立小学校・中学校・高等学校・中等教育学校・特別支援学校へ最新の消費生活情報の提供を行った。

- ・配信実績 7回
- ・配信内容

発行年月日	内 容
6月19日	「消費者教育情報」第1号 「電気通信サービスQ&A」の配布について、おやこ消費者学習会、教員向け研修会への講師（弁護士）派遣について、出前講座の案内
9月30日	「消費者教育情報」第2号 小中学生向け消費者教育パワーポイント資料について、教材紹介「社会への扉」確認シート（契約編）、教員向け研修会への講師（弁護士）派遣について、出前講座の案内
11月9日	「消費者教育情報」第3号 平成31年度消費者トラブル相談事例、広島市消費者トラブルLINE相談について、教員向け研修会への講師（弁護士）派遣について、出前講座の案内、子どもサポート情報「誰でも簡単に稼げる！？ネットでのもうけ話に注意」
12月2日	「消費者教育情報」第4号 令和2年度上期消費者トラブル相談事例、資料紹介「2020 インターネットトラブル事例集」（総務省）、「社会への扉」確認シート（お金・暮らしの安全編）、広島市消費者トラブルLINE相談について、教員向け研修会への講師（弁護士）派遣について、出前講座の案内、子どもサポート情報「意図せぬ手数料が！クレジットカードの初期設定がガリボ払いだった」
12月14日	「消費者教育情報」第5号 資料紹介「みんなの未来にエンカル消費」（消費者庁）、広島市消費者トラブルLINE相談について、教員向け研修会への講師（弁護士）派遣について、出前講座の案内、子どもサポート情報「その使い方大丈夫？コンタクトレンズで眼障害の恐れも」
1月18日	「消費者教育情報」第6号 DVD資料紹介、ゲーム教材紹介、広島市消費者トラブルLINE相談について、教員向け研修会への講師（弁護士）派遣について、出前講座の案内
2月15日	「消費者教育情報」第7号 エンカル甲子園2020（広島市立広島商業高等学校発表）、教材紹介「クレジットカードについて」、お礼：広島市消費者トラブルLINE相談について（消費者庁委託事業）、教員向け研修会への講師（弁護士）派遣について、出前講座の案内、子どもサポート情報「①契約内容をよく確認！定期購入トラブルに注意」「②親のカードでオンラインゲームに高額課金！」

b 教職員のための消費者教育に関する研修会

消費者教育コーディネーターを消費者教育講座の受講のため、岡山市へ派遣した。

- ・実施日 10月16日(金) 消費者教育コーディネーター 1名
- ・事業費 13千円

(ウ) 消費生活サポーター養成講座の開講

高齢者等を消費者被害から守るための見守り活動を担う人材の育成のため、消費者問題に関する専門知識や見守り活動のあり方を学ぶための講座を開講する予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止となった。

- ・事業費 154千円 ※登録者数：108人(令和3年3月31日現在)

(I) 成人向けの消費者教育講習会等

成年年齢の引き下げにより新たに成年になりうる者を対象に、外部講師を招へいし消費者教育の講習を行った。また、成人祭において、新成人に消費者被害に関するパンフレット等を配布する予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止となった。

- ・実施回数 35回(小学校6校、高等学校1校、大学1校、専門学校2校)
- ・受講者数 1,617人
- ・事業費 1,061千円

(オ) 小学生向け夏休み研究学習会の開催

小学4年生から6年生とその保護者を対象に、夏休みに金融広報委員会から講師を招へいし、広告や表示についての学習会を開催する予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止となった。

(カ) 子ども向けイベントへの参画・出展による消費者教育

「全国都市緑化ひろしまフェア」へ参画・出展し、来場者の子どもに消費者問題について学んでもらうようパネル展示等を行った。

- ・実施日 5月22日(金)
- ・事業費 59千円

(キ) 小・中学生の消費者トラブル予防のための啓発チラシの配布

小・中学生の消費者トラブル予防のための啓発チラシを、市内の小・中・中等教育・特別支援学校の児童・生徒に約46,000部配布した。



小学生向け



中学生向け



ウ エシカル消費（倫理的消費）の推進

持続可能な社会の形成のために、人や社会、環境、地域に配慮した消費行動を行うよう、次代の担い手である若年層を始め、広く市民に対し、広報紙、イベントなどを通じた意識啓発に取り組んだ。

(7) 広報紙

- ・市民と市政「今日からはじめるエシカル消費」（10月15日号掲載）

(4) 広報番組

- ・カープ家のひろしま生活「エシカル消費って何？」（9月27日放送）

(ウ) イベント

- ・第37回全国都市緑化ひろしまフェアでのパネル展示（5月22日開催）
- ・広島市立中央図書館での企画展「みんなのSDGs-できることから始めよう-」（9月12日～10月24日開催）

(3) 高齢者の消費者被害の防止強化事業

ア 高齢者用ステッカーの配布

高齢者の消費者被害の未然防止を図るために、消費生活センターの電話番号や「訪問販売・訪問購入お断り」を記載したステッカーを高齢者向け消費生活出前講座等を通じて、約3,400部配布した。



イ 高齢者等の消費者被害防止対策講座の開催

高齢者等の消費者被害の未然防止・拡大防止を図るために、高齢者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者（民生委員児童委員協議会やヘルパーステーション）に対する講座を実施した。

- ・実施回数 9回
- ・実施時間数 11時間
- ・受講者数 137人
- ・事業費 517千円

ウ 配食サービスを利用した高齢者への情報提供事業

広島市高齢者配食サービス事業者に、高齢者の消費者被害についてのチラシ等を提供し、同サービスを利用している地域の高齢者に対し、食事と合わせてチラシを配付することで、消費者被害等に関する注意を促した。

- ・発行回数 12回
- ・発行部数 48,000部
- ・事業費 660千円
- ・内容

発行月	内容	
	表	裏
5月	クーリング・オフについて	新型コロナウイルスに便乗したトラブルについて
6月	光回線サービスの変更について	特別定額給付金に関連したトラブルについて
7月	定期購入について	ジャンプ式折りたたみ傘の事故について
8月	排水管の洗浄に係るトラブルについて	室内での熱中症について
9月	補聴器の選び方について	外貨建て生命保険のトラブルについて
10月	電気治療器の使用について	迷惑メールについて
11月	海産物の送り付けについて	フィットネスクラブでのけがについて
12月	買取業者の訪問について	排水管の高圧洗浄のトラブルについて
1月	偽の警告画面について	長期保管のカセットボンベのガス漏れについて
2月	定額制サービスの解約方法について	発電機や炭での一酸化炭素中毒について
3月	保険商品の契約内容の確認について	定期購入について
	火災保険を使った住宅の修理について	菓の包装シートの誤飲について

エ 高齢者への消費生活相談周知事業

高齢者に消費生活センターを周知し、消費生活相談につなげることで、消費者被害の未然防止・拡大防止を図るために、高齢者いきいき活動ポイント事業等の通知送付時にあわせ、啓発チラシを配布した。

- ・対象者 65歳以上の市民
- ・発行回数 1回
- ・発行部数 261,200部
- ・事業費 418千円



オ 高齢者サロンワーキング事業

高齢者が日常的に集う場（サロン等）を活用し、消費者被害の未然防止・拡大防止に向けた講習を行った。

カ 消費生活協力団体育成のための見守り講座等

広島市地域女性団体連絡協議会等を対象に、外部講師による見守り講座を実施し、消費生活協力団体として委嘱する予定であったが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止となった。

- ・新規委嘱団体数 0 団体（累計 1 3 1 団体）（令和 3 年 3 月 3 1 日現在）
- ・事業費 2 0 千円

(4) 消費者団体等の活動の促進

ア 消費者団体等の育成・指導

公益社団法人広島消費者協会が実施する教育活動、調査研究活動、地区活動等に対する事業補助を行うとともに、本市派遣職員人件費の補助を行った。

補助事業費計	5, 1 0 8 千円
（・事業補助	3 3 1 千円
・本市派遣職員人件費補助	4, 7 7 7 千円

公益社団法人広島消費者協会補助事業内容 (単位：千円)

区 分	事 業 内 容	事業費	市補助金額
教育・広報活動	会報の発行、啓発事業実施等	3 2 7	3 3 1
調査研究・監視活動	各種研究・調査実施、企業との対話等	1 2	
地区活動	地域学習会、地区連絡協議会の開催等	1 2 9	
会員の資質向上	リーダー派遣・育成事業等	2 1 3	
事務局費等	本市派遣職員人件費等	4, 7 7 7	4, 7 7 7
合 計		5, 4 5 8	5, 1 0 8

イ 消費者の自主活動の場の提供

消費生活に関する研修や消費者の自主活動の場を提供するため、研修室（40名収容）を無料で貸し出している。

研修室利用状況

区 分	平成 2 8 年度 (2016 年度)	平成 2 9 年度 (2017 年度)	平成 3 0 年度 (2018 年度)	平成 3 1 年度 (2019 年度)	令和 2 年度 (2020 年度)
利用回数 (回)	1 3 4	1 4 1	1 4 2	1 1 4	1 2 6
利用者数 (人)	2, 1 4 5	2, 0 0 3	1, 9 4 5	1, 5 8 9	8 6 6

4 令和2年度（2020年度）広島市市民意識調査の結果

(1) 調査の概要

ア 調査の目的

本市の施策や事務事業について、今後の進め方を検討するための基礎資料とする。
（消費生活に関する設問は47問中2問（問39、問40））

イ 方法

調査対象：令和2年（2020年）11月30日現在広島市内に在住する男女（18歳以上）
調査方法：広島市住民基本台帳より無作為で抽出した5,000人
調査期間：令和3年（2021年）1月20日（水）～2月16日（火）
有効回収数：2,516件（有効回収率50.3%）

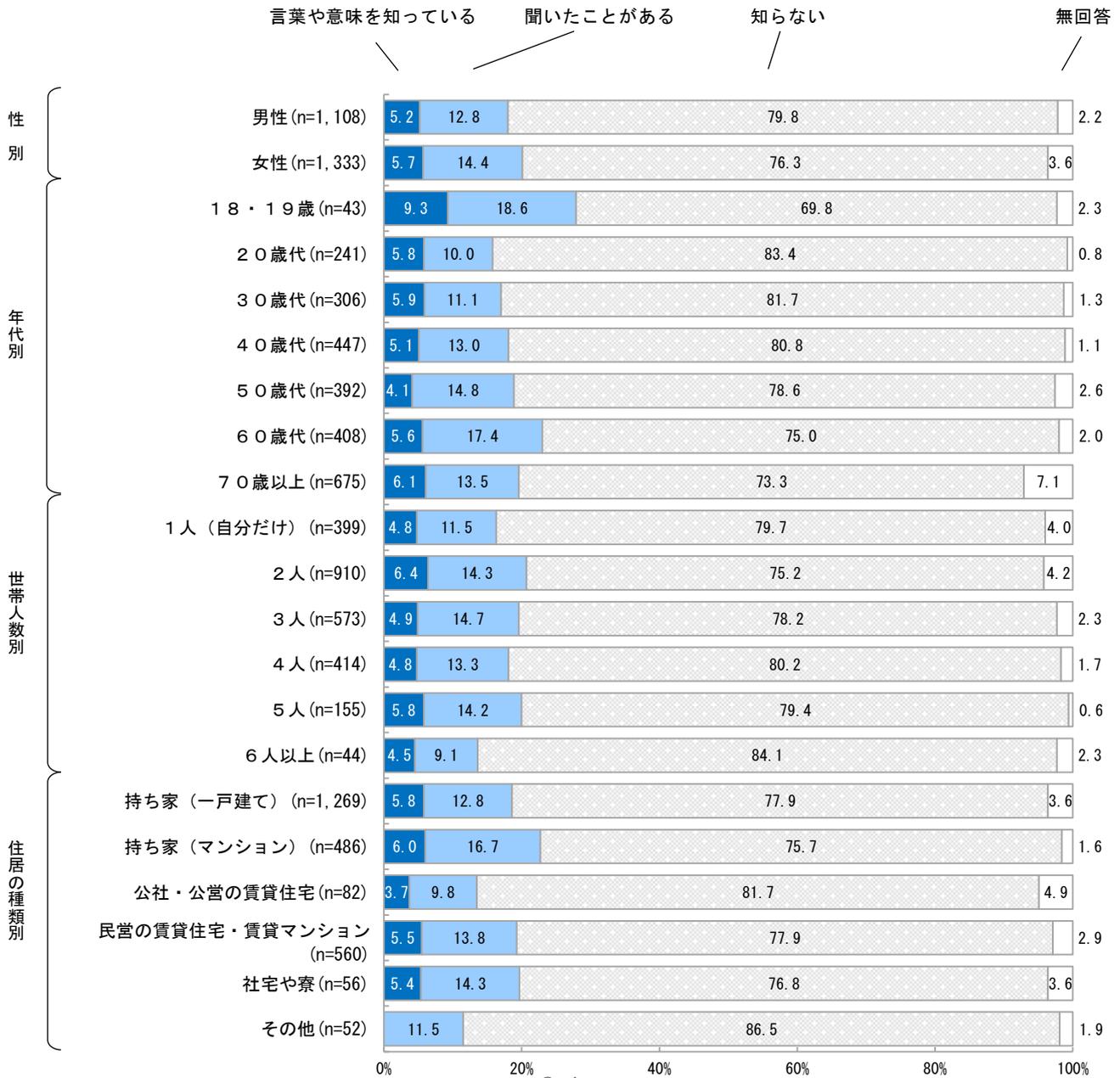
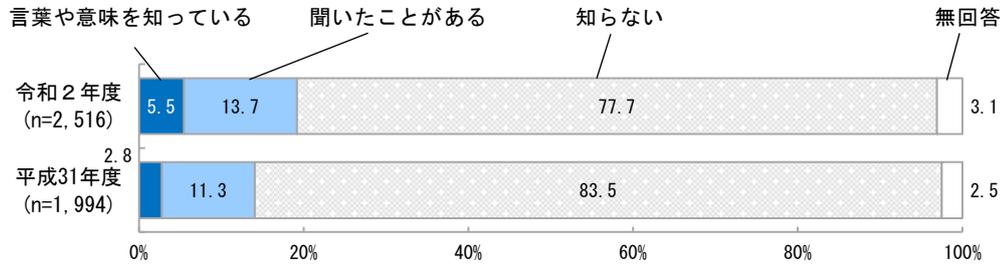
(2) 調査の結果（抜粋）

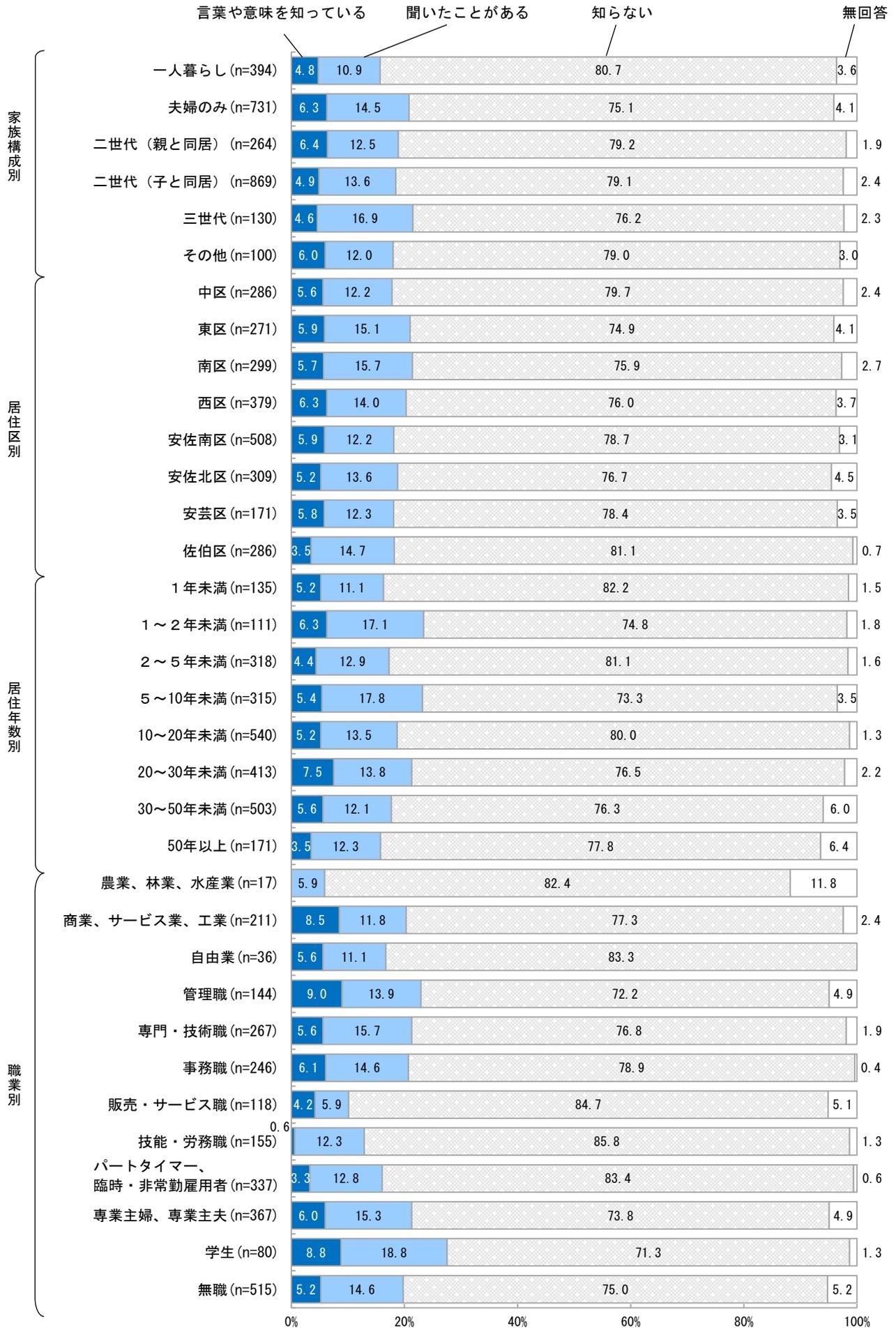
次のとおり

問39 あなたは、「倫理的消費（エシカル消費）（※）」という言葉を知っていますか。

※ 消費者が、人や社会、環境、地域に配慮した商品やサービスを選んで消費すること。

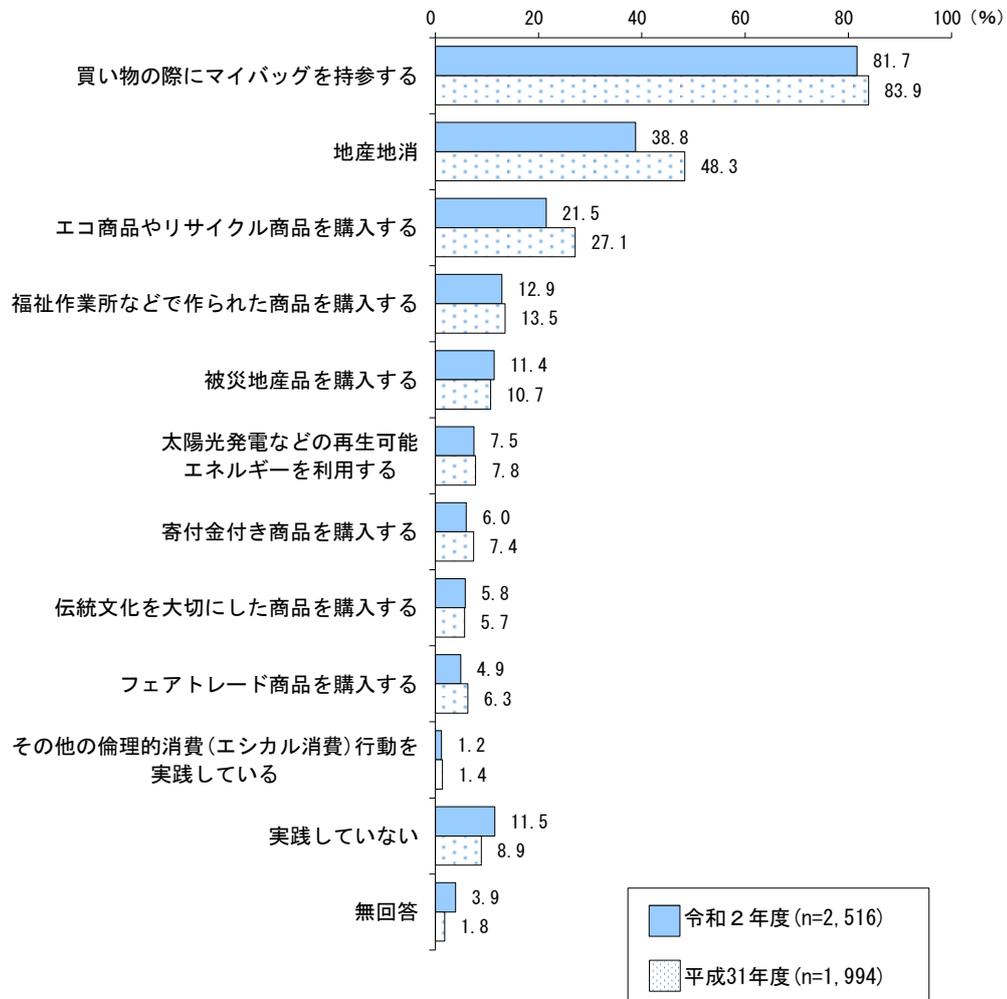
※平成30年度にはない問

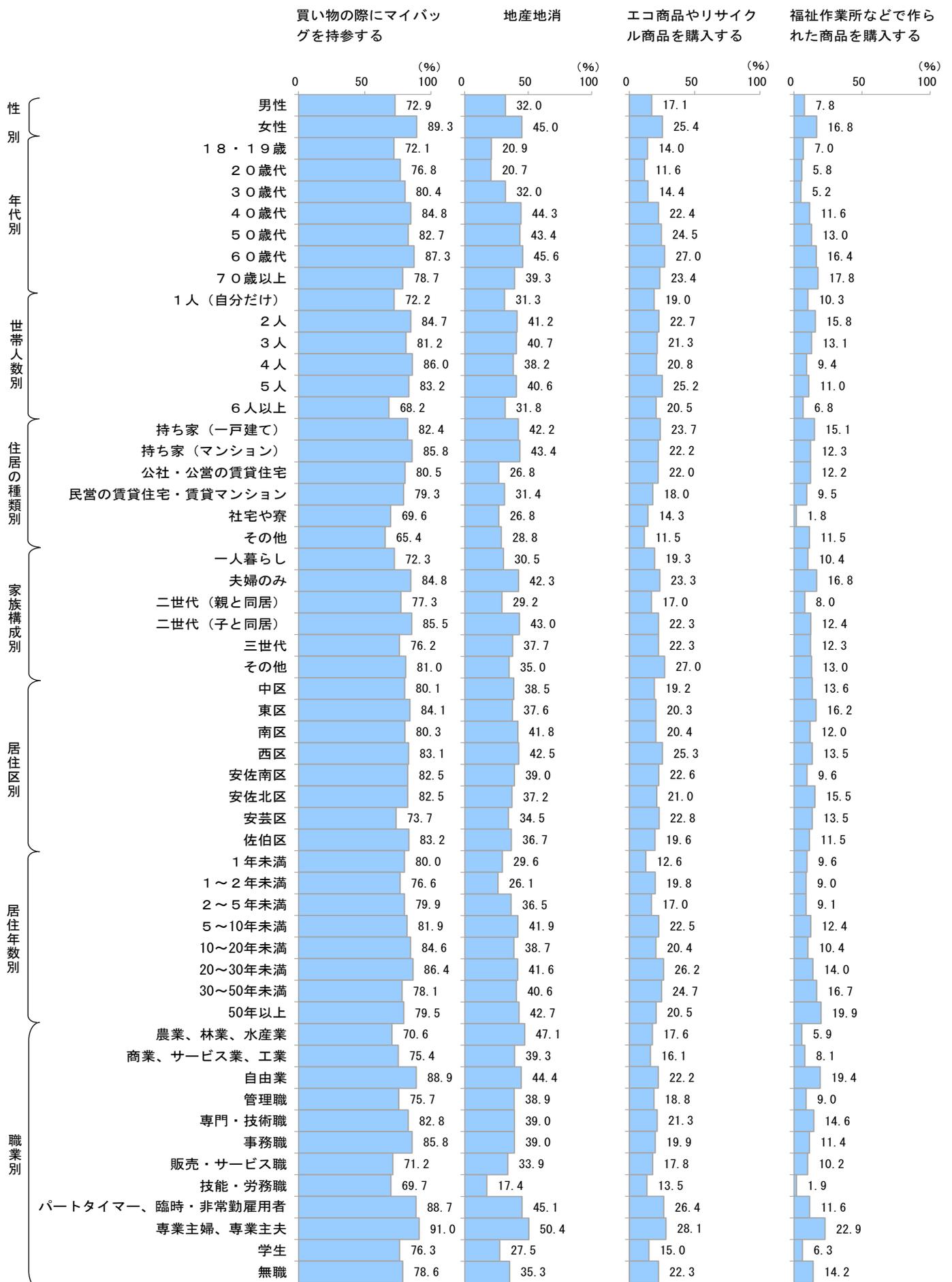




問40 次に掲げる行動（倫理的消費（エシカル消費））で、あなたが普段から実践しているものがあれば、いくつでも○を付けてください（実践していない方は、「11. 実践していない」に○を付けてください。）。

※平成30年度にはない問





その他（参考資料）

広島市消費生活センター条例

昭和 49 年 10 月 21 日
条例第 97 号

（目的及び設置）

第 1 条 消費生活に関する情報の収集及び提供等を行い、もつて市民の消費生活の安定及び向上に寄与するため、広島市消費生活センター（以下「消費生活センター」という。）を設置する。

2 消費生活センターは、消費者安全法（平成 21 年法律第 50 号。以下「法」という。）第 10 条の 2 第 1 項第 1 号に規定する消費生活センターとする。

（平 9 条例 4・平 28 条例 17・一部改正）

（位置）

第 2 条 消費生活センターは、広島市中区基町 6 番 27 号に置く。

（昭 54 条例 55・平 9 条例 4・一部改正）

（事業）

第 3 条 消費生活センターは、第 1 条第 1 項の目的を達成するため、おおむね次の事業を行う。

- (1) 消費生活に関する情報の収集及び提供を行うこと。
- (2) 消費生活に関する商品、資料等の展示を行うこと。
- (3) 消費生活に関する相談に応ずること。
- (4) 消費生活に関する苦情の処理を行うこと。
- (5) 消費生活に関する研修会、懇談会、講演会等の開催に関すること。
- (6) 消費者に自主活動の場を提供すること。

（平 9 条例 4・平 28 条例 17・一部改正）

（職員）

第 4 条 消費生活センターに、所長、消費生活相談員その他必要な職員を置く。

2 前項の消費生活相談員のうちには、法第 10 条の 3 第 1 項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者（不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律（平成 26 年法律第 71 号）附則第 3 条の規定により当該試験に合格した者とみなされる者を含む。）を含まなければならない。

3 市長は、消費生活相談員である職員が消費生活相談員としての適格性を有し、かつ、市長が定める要件を備えていると認められるときはその者を再度任用することは排除されないことその他の消費生活相談員の専門性に鑑み適切な人材及び処遇の確保に必要な措置を講じなければならない。

4 市長は、消費生活センターにおいて法第 8 条第 2 項各号に掲げる事務に従事する職員に対し、その能力の向上のための研修の機会を確保しなければならない。

（平 28 条例 17・追加）

（情報の適正管理）

第 5 条 市長は、法第 8 条第 2 項各号に掲げる事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報を適正に管理するために必要な措置を講じなければならない。

(平 28 条例 17・追加)

(使用の承認)

第 6 条 消費生活センターの研修コーナー（以下「研修コーナー」という。）を使用しようとする者は、市長の承認を受けなければならない。

(平 28 条例 17・旧第 4 条繰下)

(使用の制限)

第 7 条 次の各号の一に該当するときは、研修コーナーの使用を承認しない。

- (1) 公安又は風俗を害するおそれがあるとき。
- (2) 建物又は設備を破損するおそれがあるとき。
- (3) 会合の性質が騒じようを起こすおそれがあるとき。
- (4) その他管理上支障があるとき。

2 研修コーナーは、引き続き 3 日を超えて使用することはできない。ただし、特別の必要があると認められるとき、又は研修コーナーの管理上支障がないと認められるときは、この限りでない。

(平 28 条例 17・旧第 5 条繰下)

(入場の制限)

第 8 条 次の各号の一に該当する者に対しては、入場を拒み、又は退場を命ずることがある。

- (1) 伝染性の病気にかかっていると認められる者
- (2) 他人に危害を及ぼし、又は他人の迷惑になる物品又は動物の類を携帯する者
- (3) 秩序又は風俗をみだすおそれがあると認められる者
- (4) その他管理上支障があると認められる者

(昭 57 条例 47・一部改正、平 28 条例 17・旧第 6 条繰下)

(使用料)

第 9 条 消費生活センターの使用料は、無料とする。

(平 9 条例 4・一部改正、平 28 条例 17・旧第 7 条繰下)

(目的外使用、転貸及び権利譲渡の禁止)

第 10 条 使用者は、研修コーナーを承認を受けた目的以外に使用し、転貸し、又はその使用権を譲渡してはならない。

(平 28 条例 17・旧第 8 条繰下)

(使用承認の取消し等)

第 11 条 次の各号のいずれかに該当するときは、研修コーナーの使用承認を取り消し、又は使用者に対し、使用の制限、停止若しくは退去を命ずることがある。

- (1) 使用者がこの条例又はこの条例に基づく規定に違反したとき。
- (2) 使用者が使用条件に違反したとき。
- (3) 第 7 条第 1 項に規定する事態が発生したとき。

(平 28 条例 17・旧第 9 条繰下・一部改正)

(原状回復義務)

第 12 条 使用者は、消費生活センターの使用を終了したときは、直ちにこれを原状に回復して返還しなければならない。前条の規定により使用承認を取り消されたときも、同様とする。

(平 9 条例 4・一部改正、平 28 条例 17・旧第 10 条繰下)

(損害賠償義務)

第 13 条 消費生活センターの建物、設備、備品、展示物等をき損し、又は滅失した者は、これを原状に復し、又はその損害を賠償しなければならない。

(平9条例4・一部改正, 平28条例17・旧第11条繰下)

(市の損害賠償責任)

第14条 本市は, 第11条の規定による処分により, 使用者が損害を受けることがあつても, その賠償の責めを負わない。

(平28条例17・旧第12条繰下・一部改正)

(委任規定)

第15条 この条例の施行に関し必要な事項は, 市長が定める。

(平28条例17・旧第13条繰下)

附 則

この条例は, 公布の日から起算して1か月を超えない範囲内において規則で定める日から施行する。

(昭和49年規則第118号で同年11月1日から施行)

附 則 (昭和54年12月21日条例第55号)

この条例は, 昭和55年4月1日から施行する。

附 則 (昭和57年6月29日条例第47号)

この条例は, 公布の日から施行する。

附 則 (平成9年3月27日条例第4号 抄)

(施行期日)

1 この条例は, 平成9年4月1日から施行する。

附 則 (平成28年3月29日条例第17号)

この条例は, 平成28年4月1日から施行する。

[参 考]

(地方自治法)

第244条の2 普通地方公共団体は, 法律又はこれに基づく政令に特別の定めがあるものを除くほか, 公の施設の設置及びその管理に関する事項は, 条例でこれを定めなければならない。(平6法48)

広島市消費生活条例

平成18年10月10日
条例第75号

目次

- 第1章 総則（第1条～第7条の2）
 - 第2章 消費者の権利の保護
 - 第1節 危害の防止（第8条～第10条）
 - 第2節 表示等の適正化（第11条～第15条）
 - 第3節 不当な取引行為の防止（第16条～第19条）
 - 第4節 物価の安定（第20条～第22条）
 - 第5節 公表等（第23条・第24条）
 - 第3章 消費者の自立の支援等（第25条・第26条）
 - 第4章 消費者の意見の反映等（第27条・第28条）
 - 第5章 消費者の被害の救済（第29条～第31条）
 - 第6章 消費生活審議会及び消費生活紛争調停委員会（第32条・第33条）
 - 第7章 雑則（第34条～第37条）
- 附則

第1章 総則

（目的）

第1条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、本市及び事業者の責務並びに消費者等の役割を明らかにするとともに、消費者の利益の擁護及び増進に関する本市の施策について必要な事項を定めることにより、市民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

（基本理念）

第2条 消費者の利益の擁護及び増進に関する施策（以下「消費者施策」という。）の推進は、市民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者施策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

3 消費者施策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。

4 消費者施策の推進は、消費生活における国際化の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。

5 消費者施策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

（本市の責務）

第3条 本市は、前条に定める基本理念にのっとり、市民の消費生活の安定及び向上を確保するため、消費者施策を総合的に策定するとともに、国、広島県その他関係団体と密接な連携を保ちながらこれを実施する責務を有する。

2 本市のすべての組織の長は、前項の責務を全うするため、相互に密接に連携し、消費者施策の効果的な実施に努めなければならない。

(事業者の責務)

第4条 事業者は、第2条に定める基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

(1) 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。

(2) 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。

(3) 消費者との取引に際して、消費者の年齢、知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。

(4) 消費者との間に生じた苦情を適切かつ速やかに処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。

(5) 本市が実施する消費者施策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

(事業者団体の役割)

第5条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情を処理する体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

(消費者の役割)

第6条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めるものとする。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めるものとする。

(消費者団体の役割)

第7条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

(基本計画)

第7条の2 市長は、消費者施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、消費者施策の推進に関する基本的な計画（以下「基本計画」という。）を定めるものとする。

2 市長は、基本計画を定めようとするときは、広島市消費生活審議会の意見を聴くものとする。

3 市長は、基本計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するものとする。

4 前2項の規定は、基本計画の変更について準用する。

第2章 消費者の権利の保護

第1節 危害の防止

(欠陥商品等の供給の禁止等)

第8条 事業者は、その欠陥により消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼすおそれがある商品又は役務（以下「欠陥商品等」という。）を供給してはならない。

2 事業者は、その供給した商品又は役務が欠陥商品等であることが明らかになったときは、直ちに、市長にその旨を報告するとともに、当該商品又は役務の供給の中止、当該商品の回収、当該商品又は役務の公表その他危害の発生又は拡大を防止するために必要な措置を講じなければならない。

(欠陥商品等に関する調査、勧告等)

第9条 市長は、商品又は役務が欠陥商品等に該当する疑いがあると認めるときは、当該商品若しくは役務について速やかに必要な調査を行い、又は事業者に対し当該商品若しくは役務が欠陥商品等に該当しないことを立証するよう求めることができる。

2 市長は、前項の調査の結果、当該商品若しくは役務が欠陥商品等に該当すると認めるとき、又は同項の規定による立証の求めに事業者が応ぜず、若しくは応ずることができなかったときは、当該事業者に対し、前条第2項に規定する措置を講ずべきことを指導し、又は勧告するものとする。

(重大な危害の発生等の防止のための公表)

第10条 市長は、商品又は役務がその欠陥により消費者の生命、身体又は財産に重大な危害を及ぼすおそれがある場合において、当該危害の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、次に掲げる事項を公表するものとする。

- (1) 当該商品又は役務の名称
- (2) 当該商品又は役務を供給する事業者の氏名及び住所（法人にあっては、その名称、代表者の氏名及び主たる事務所の所在地）
- (3) その他市長が必要と認める事項

第2節 表示等の適正化

(品質等の表示の適正化)

第11条 事業者は、その供給する商品又は役務について、品質、価格（単位当たりの価格を示すことができるときにあっては、当該単位当たりの価格を含む。）、事業者の名称その他消費者が誤りなく選択するため必要な事項を適正に表示するよう努めなければならない。

2 市長は、商品又は役務について、表示すべき事項、表示の方法その他の表示に関し事業者が遵守すべき基準（以下「表示基準」という。）を定めることができる。

3 市長は、表示基準を定め、又はこれを変更しようとするときは、広島市消費生活審議会の意見を聴くものとする。

4 市長は、表示基準を定め、又はこれを変更したときは、これを告示するものとする。

5 事業者は、表示基準を遵守しなければならない。

6 市長は、事業者が表示基準に違反している疑いがあると認めるときは、速やかに必要な調査を行うものとする。

7 市長は、前項の調査の結果、事業者が表示基準に違反していると認めるときは、当該事業者に対し、当該表示基準を遵守するよう指導し、又は勧告するものとする。

(包装の適正化)

第12条 事業者は、その供給する商品について、消費者に誤認を与え、又は内容物の保護若しくは品質の保全に必要な限度を超える包装（容器を用いる包装を含む。以下同じ。）を行わないようにしなければならない。

2 事業者は、商品の包装の選択に当たっては、包装に用いた物が再使用され、再生利用され、又は適正に廃棄されるよう配慮しなければならない。

3 市長は、包装に関し事業者が遵守すべき基準を定めることができる。

4 前条第3項から第7項までの規定は、前項に規定する基準について準用する。

(アフターサービスの適正化)

第13条 事業者は、その供給する商品について、消費者への供給後の保証、修理、回収等のアフターサービスの内容を明示するとともに、その誠実な履行に努めなければならない。

2 市長は、アフターサービスに関し事業者が遵守すべき基準を定めることができる。

3 第11条第3項から第7項までの規定は、前項に規定する基準について準用する。

(広告の適正化)

第14条 事業者は、その供給する商品又は役務に関する広告について、虚偽の表現、誇大な表現、消費者が選択を誤るおそれのある表現その他の不適正な表現を避けなければならない。

(計量の適正化)

第15条 事業者は、商品又は役務の供給に当たっては、消費者が不利益を被ることがないように、適正な計量を行わなければならない。

第3節 不当な取引行為の防止

(不当な取引行為の禁止)

第16条 事業者は、その供給する商品又は役務の取引に当たって、次の各号のいずれかに該当する行為で市長が指定するもの（以下「不当な取引行為」という。）を行ってはならない。

- (1) 消費者に対し商品の売買又は役務の提供に係る契約（以下「商品売買契約等」という。）の締結を勧誘しようとして、消費者に迷惑を及ぼし、又は消費者を欺いて消費者に接触する行為
- (2) 消費者との商品売買契約等の締結又はその勧誘に際して、口頭によると文書によるとを問わず、消費者が当該商品売買契約等に関する事項を正確に認識することを妨げるおそれがある行為
- (3) 消費者との商品売買契約等の締結又はその勧誘に際して、契約を締結させようとして消費者に害を加え、消費者を威迫し、又は困惑させる等消費者の自由な意思形成を妨げるおそれがある行為
- (4) 消費者の利益を不当に害することとなる内容の条項を含む商品売買契約等を締結させる行為
- (5) 消費者との商品売買契約等に関し、消費者又はその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等により、商品売買契約等（当該商品売買契約等の成立、存続又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を請求し、又は当該債務を履行させる行為
- (6) 消費者との商品売買契約等に関し、法令の規定又は契約に基づく債務の全部又は一部の履行を不当に拒否し、又は遅滞させる行為
- (7) 消費者との商品売買契約等に関し、法律上認められた消費者の権利の行使を妨げるおそれがある行為
- (8) 商品を販売し、又は役務を提供する事業者（その取次店等実質的な販売行為又は提供行為を行う者を含む。）からの商品の購入又は役務の提供を受けることを条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約（以下「与信契約等」という。）に関する行為であって、次のいずれかに該当するもの
ア 消費者の利益を不当に害することを知り、又は知ることができたにもかかわらず

ず、与信契約等の締結を勧誘し、又はその締結をさせる行為

イ 消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、又はその履行をさせる行為

2 市長は、不当な取引行為を指定し、又はこれを変更しようとするときは、広島市消費生活審議会の意見を聴くものとする。

3 市長は、不当な取引行為を指定し、又はこれを変更したときは、これを告示するものとする。

(不当な取引行為に関する調査、勧告等)

第17条 市長は、事業者が不当な取引行為を行っている疑いがあると認めるときは、速やかに必要な調査を行うものとする。

2 市長は、前項の調査の結果、事業者が不当な取引行為を行っているとき、当該事業者に対し、当該不当な取引行為を行わないよう指導し、又は勧告するものとする。

(不当な取引行為の未然防止)

第18条 市長は、事業者が不当な取引行為を行うおそれがあると認めるときは、消費者に不利益が生ずることを未然に防止するため、必要な調査又は指導を行うことができる。

(相当多数の消費者の不利益の発生等の防止のための公表)

第19条 市長は、事業者の不当な取引行為により相当多数の消費者に不利益が生ずるおそれが高いと認める場合において、当該不利益の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、次に掲げる事項を公表するものとする。

(1) 当該不当な取引行為の内容

(2) 当該不当な取引行為を行っている、又は行うおそれのある事業者の氏名及び住所
(法人にあっては、その名称、代表者の氏名及び主たる事務所の所在地)

(3) その他市長が必要と認める事項

第4節 物価の安定

(価格等の調査)

第20条 市長は、市民の日常生活との関連が深い物資（以下「生活関連物資」という。）について、必要に応じ、その価格の動向、需給状況及び流通の実態に関する調査を行うものとする。

2 事業者は、前項の調査に協力するものとする。

(特定生活関連物資の指定及び調査)

第21条 市長は、生活関連物資の供給が著しく不足し、若しくは価格が著しく上昇し、又はそのおそれがある場合において、市民の生活に重大な影響が及ぶと認めるときは、当該生活関連物資を特別の調査を要する物資として指定するものとする。

2 市長は、前項の規定により生活関連物資を指定したときは、同項の規定により指定された物資（以下「特定生活関連物資」という。）について、速やかに、供給の不足の原因、価格の上昇の原因その他必要な事項に関する調査を行うものとする。

3 市長は、第1項に規定する事態が消滅したと認めるときは、同項の規定による指定を解除するものとする。

4 市長は、第1項の規定により特定生活関連物資を指定し、又は前項の規定により当該指定を解除したときは、これを告示するものとする。

(特定生活関連物資に関する勧告等)

第22条 市長は、事業者が特定生活関連物資の円滑な流通を妨げ、又は特定生活関連物

資を適正な利得を著しく超える価格で販売していると認めるときは、当該事業者に対し、これらの事業活動を是正するよう指導し、又は勧告するものとする。

第5節 公表等

(立入調査等)

第23条 市長は、第9条第1項、第11条第6項（第12条第4項及び第13条第3項において準用する場合を含む。）、第17条第1項、第18条及び第21条第2項の調査を行うために必要な限度において、事業者に対し報告若しくは関係資料の提出を求め、又は本市の職員をして、事業者の事務所、事業所その他の事業を行う場所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係人に質問をさせることができる。

2 前項の規定により立入調査又は質問をする職員は、その権限を与えられた者であることを示す証明書を携帯し、関係人に提示しなければならない。

3 第1項の規定による立入調査の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

(公表等)

第24条 市長は、事業者が次の各号のいずれかに該当するときは、その旨並びに当該事業者の氏名及び住所（法人にあっては、その名称、代表者の氏名及び主たる事務所の所在地）を公表することができる。

(1) 第9条第1項の規定による求めに対して虚偽の説明をしたとき。

(2) 第9条第2項、第11条第7項（第12条第4項及び第13条第3項において準用する場合を含む。）、第17条第2項又は第22条の規定による勧告に従わないとき。

(3) 前条第1項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、若しくは同項の規定による関係資料の提出をせず、若しくは虚偽の関係資料の提出をし、又は同項の規定による立入調査を拒み、若しくは同項の規定による質問に対して答弁を拒み、若しくは虚偽の答弁をしたとき。

2 市長は、前項の規定により公表しようとするときは、あらかじめ、公表の対象となる者にその理由を通知し、規則で定めるところにより、意見を述べる機会を与えなければならない。

第3章 消費者の自立の支援等

(啓発活動及び教育の推進)

第25条 本市は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

(消費者団体の自主的な活動の促進)

第26条 本市は、市民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

第4章 消費者の意見の反映等

(消費者の意見の反映)

第27条 市長は、消費生活に関する消費者の意見を本市の消費者施策に適切に反映させるよう努めるものとする。

(市長への申出)

第28条 市民は、この条例の規定に違反する事業活動が行われたため、又はこの条例に基づく措置が講じられていないため、消費者の権利が侵され、又は侵されていると信ずるに足りる相当な理由があるときは、市長に対しその旨を申し出て、適切な措置を講ずることを求めることができる。

2 市長は、前項の規定による申出があった場合において、その申出に理由があると認めるときは、この条例に基づく措置を講ずるものとする。ただし、他の法令の定めるところによる措置が講じられるときは、この限りでない。

3 市長は、市民の消費生活の安定と向上を確保するため必要があると認めるときは、第1項の規定による申出の内容並びにその処理の経過及び結果を市民に明らかにすることができる。

第5章 消費者の被害の救済

(苦情の処理)

第29条 市長は、消費者から、商品若しくは役務又は事業者の取引行為に関し苦情の申出があったときは、当該苦情が適切かつ速やかに解決されるよう、当該消費者に対し、必要な助言を行うとともに、必要に応じ、あっせんその他の措置を講ずるものとする。この場合において、市長は、必要があると認めるときは、当該苦情に係る事業者その他の関係人に対し、説明又は関係資料の提出を求めることができる。

(委員会の調停)

第30条 市長は、前条の規定によるあっせんその他の措置によって解決することができなかった苦情については、これを広島市消費生活紛争調停委員会の調停に付することができる。

2 広島市消費生活紛争調停委員会は、前項の規定により付された苦情について、調停を行うものとする。この場合において、広島市消費生活紛争調停委員会は、必要があると認めるときは、関係人の出席を求め、その意見を聴くことができる。

(訴訟費用の貸付け等)

第31条 市長は、商品若しくは役務又は事業者の取引行為に関し、消費者が事業者を相手に訴訟を提起しようとする場合又は消費者が事業者から訴訟を提起された場合であって、次の各号（特に緊急を要すると認める場合その他の市長が適当であると認める場合にあつては、第3号を除く。）のいずれにも該当すると認めるときは、予算の範囲内において、当該消費者に対し、当該訴訟に係る費用（以下「訴訟費用」という。）の貸付けを行うことができる。

(1) 同一又は同種の原因による被害が多数発生し、又は発生するおそれがあること。

(2) 当該消費者が訴訟費用の貸付けを受けなければ当該訴訟を提起し、若しくは維持し、又は応訴することが困難であること。

(3) 当該訴訟に係る紛争が広島市消費生活紛争調停委員会の調停に付されていること。

(4) 市長の付託を受けて審議した結果、広島市消費生活紛争調停委員会が訴訟費用の貸付けを適当であると認めたものであること。

(5) 当該消費者が本市の区域内に住所を有する者であること。

2 前項の規定により訴訟費用として貸し付ける資金（以下「貸付金」という。）は、無利子とする。

3 市長は、貸付金を返還させることが適当でないと認めるときは、当該貸付金の全部又は一部の返還を免除することができる。

4 市長は、第1項の規定により訴訟費用の貸付けを受けた消費者が円滑に訴訟を提起し、

若しくは維持し、又は応訴するため必要があると認めるときは、当該消費者に対し、訴訟手続に関する助言その他必要な援助を行うことができる。

5 前各項に定めるもののほか、訴訟費用の貸付け等に関し必要な事項は、規則で定める。

第6章 消費生活審議会及び消費生活紛争調停委員会 (審議会)

第32条 第7条の2第2項(同条第4項において準用する場合を含む。)、第11条第3項(第12条第4項及び第13条第3項において準用する場合を含む。)及び第16条第2項の規定によりその権限に属するものとされた事項について、市長の諮問に応じて調査し、又は審議するため、広島市消費生活審議会(以下「審議会」という。)を置く。

2 審議会は、前項に定めるもののほか、消費生活に関する重要な事項について、市長の諮問に応じて調査し、又は審議することができる。

3 審議会は、委員10人以内で組織する。

4 審議会の委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱し、又は任命する。

- (1) 学識経験を有する者
- (2) 消費者を代表する者
- (3) 事業者を代表する者
- (4) その他市長が必要と認める者

5 審議会の委員の任期は、2年とし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。

6 特別の事項を調査し、又は審議させるため必要があるときは、審議会に専門委員を置くことができる。

7 審議会の専門委員は、当該特別の事項に関する調査又は審議が終了したときは、解嘱されるものとする。

8 審議会の委員及び専門委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。その職を退いた後も同様とする。

9 前各項に定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

(委員会)

第33条 市長の付託に応じ、第30条第2項の規定により調停を行うとともに、第31条第1項第4号の規定によりその権限に属するものとされた事項について審議するため、広島市消費生活紛争調停委員会(以下「委員会」という。)を置く。

2 委員会は、委員5人以内で組織する。

3 委員会の委員は、学識経験を有する者のうちから市長が委嘱する。

4 第30条第1項の規定により調停を行わせるため必要があるときは、委員会に専門委員を置くことができる。

5 委員会の専門委員は、当該調停が終了したときは、解嘱されるものとする。

6 前条第5項、第8項及び第9項の規定は、委員会について準用する。

第7章 雑則

(関係行政機関への要請)

第34条 市長は、市民の消費生活の安定及び向上を確保するため必要があると認めるときは、関係行政機関に対し、適切な措置を講ずるよう要請するものとする。

(他の法令に定めがある場合の取扱い)

第35条 市長は、この条例の規定に違反する事業活動に関し、他の法令の定めるところによる措置が講じられることにより、市民の消費生活の安定及び向上が図られると認めるときは、この条例に定める措置を講じないことができる。

(情報の提供)

第36条 市長は、この条例の他の規定に定めるもののほか、消費生活の安定及び向上を確保するため必要があると認めるときは、消費者からの相談又は苦情に係る商品若しくは役務又は事業者の取引行為に関する情報、委員会の調停の結果に係る情報、生活関連物資又は特定生活関連物資の価格の動向等の調査の結果に係る情報等を消費者に提供することができる。

2 市長は、消費者の利益の擁護及び増進を図るため必要があると認めるときは、消費者からの相談又は苦情に係る商品若しくは役務又は事業者の取引行為に関する情報等を事業者提供することができる。

(委任規定)

第37条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が定める。

附 則

この条例は、平成19年4月1日から施行する。ただし、第16条第2項及び第32条の規定は、公布の日から施行する。

附 則 (平成24年3月27日条例第15号)

この条例は、平成24年4月1日から施行する。