

令和 2 年 度(2020 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2年度（2020年度）消費生活センターの予算	3
II	令和2年度（2020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	平成31年度（2019年度）消費生活相談の概要	10
1	相談件数の推移	10
2	契約当事者の属性別件数	11
3	商品・役務別相談件数	12
4	特殊販売（店舗によらない販売形態）に関する相談件数	14
5	注目事例	16
IV	平成31年度（2019年度）事業実績	17
1	消費生活行政の総合的な推進	17
2	消費者の権利の保護	18
3	消費者の自立の支援	22
4	平成31年度（2019年度）広島市市民意識調査の結果	32
V	その他（参考資料）	39

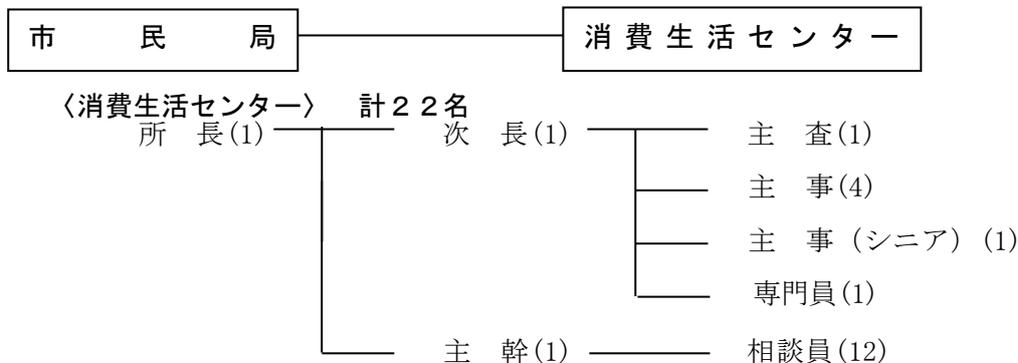
I 消費生活センターの組織、施設の概要、予算

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2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
22(2010)	7	0	12	19
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

- ※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

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)

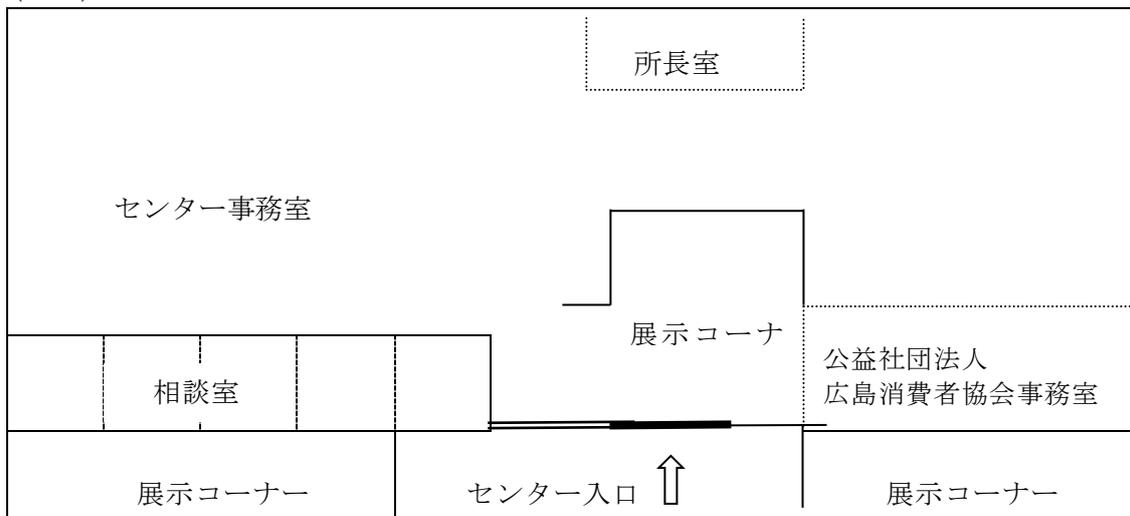
(3) 開館時間等
 開館時間 午前10時から午後7時まで
 休館日 火曜日
 12月29日～1月3日

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

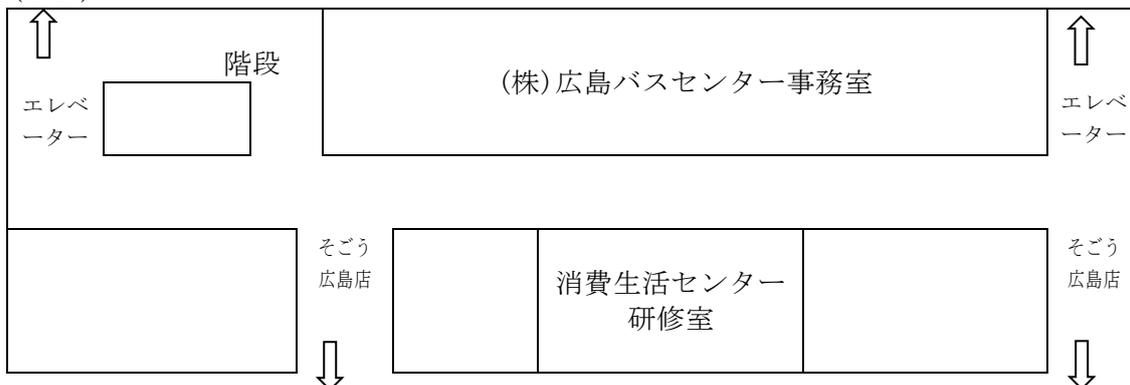
8階	センター事務室	184.3㎡
	公益社団法人広島消費者協会事務室	24.3㎡
	相談コーナー	28.8㎡
	展示コーナー	21.1㎡
	倉庫他	29.3㎡
9階	研修室	68.0㎡

(5) 配置図

(8F)



(9F)



4 令和2年度(2020年度)消費生活センターの予算

項目	R2年度(2020年) 予算A	31年度(2019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	37	37	0	0.0
消費生活審議会の運営	37	37	0	0.0
2 消費者の権利の保護	2,527	2,249	278	12.4
相談業務体制の整備	355	34	321	944.1
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	321	0	321	
相談員等の相談対応能力の強化	1,454	1,447	7	0.5
相談員等の研修参加	458	452	6	
法律専門家(弁護士)を活用した相談事業	996	995	1	
消費者被害の救済	660	711	▲ 51	▲ 7.2
消費生活紛争調停委員会の運営	10	11	▲ 1	
消費者訴訟の援助	650	700	▲ 50	
物価安定対策事業	58	57	1	1.8
物価安定対策事業	58	57	1	
3 消費者の自立の支援	16,385	15,373	1,012	6.6
情報提供	522	527	▲ 5	▲ 0.9
生活情報の提供	278	278	0	
くらしの情報紙の発行	244	249	▲ 5	
消費者教育・啓発	1,350	1,349	1	0.1
消費生活出前講座	1,292	1,292	0	
消費者教育の推進	58	57	1	
消費者教育・啓発事業の強化	7,049	6,976	73	1.0
配食サービスを利用した高齢者への情報提供事業	766	785	▲ 19	
高齢者への消費生活相談周知事業	359	352	7	
高齢者サロンワーキング事業	1,875	1,895	▲ 20	
小学生向け夏休み研究学習会の開催	11	2	9	
子供向けイベントへの参画・出展による消費者教育	109	77	32	
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	0	636	▲ 636	
成人向けの消費者教育講習会	3,426	2,710	716	
学校等教育職員に対する研修	229	248	▲ 19	
食材配達サービスを利用した消費者への情報提供事業	264	261	3	
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	1,841	934	907	97.1
高齢者等の消費者被害防止対策講座	454	337	117	
消費生活協力団体育成のための見守り講座	245	430	▲ 185	
消費生活サポーター養成講座(消費生活力向上応用講座)	142	156	▲ 14	
広島市消費生活審議会安全確保部会の開催	1,000	11	989	
消費者団体等の活動の推進	5,623	5,587	36	0.6
消費者団体等の育成指導	5,623	5,587	36	
4 消費生活センターの管理運営	26,555	25,434	1,121	4.4
消費生活センター管理運営(施設管理)	26,054	24,926	1,128	4.5
消費生活センター管理運営(展示啓発)	501	508	▲ 7	▲ 1.4
計	45,504	43,093	2,411	5.6

※人件費は除く。

区分	27年度 (2015年度)	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)
予算額	46,283千円	49,263千円	51,625千円	41,607千円	43,093千円	45,504千円
指数(27年度(2015年度)を100とする)	100	106.4	111.5	89.9	93.1	98.3

Ⅱ 令和2年度(2020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、消費者の権利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。同条例に基づき、適正な条例の運用を図る。

(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月に策定した「広島市消費生活基本計画」が平成29年度で計画期間が終了し、新たに平成30年(2018年)3月に「第2次広島市消費生活基本計画」を策定したことから、同計画を推進することにより、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」としても策定しており、これにより市民が消費生活に関する知識を習得し、これを適切な行動に結びつけることができる実践的な能力がはぐくまれるよう、消費者教育の推進を図る。

<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

- (ア) 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、重点課題を解決するため重点目標に取り組み、達成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。課長級の会議。

2 消費者の権利の保護

(1) 相談業務体制の整備

相談者への的確な対応の必要性から、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（6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

消費生活センターの展示コーナーに消費生活に関するテーマのパネルを展示するとともに、同パネルの貸し出しを行う。また、啓発図書やビデオ・DVDなどの貸し出しを行う。

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「豊かな未来へ～「もったいない」から始めよう！～」

令和2年度(2020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。
全国都市緑化フェア「市町の日」展示	令和2年5月22日	旧広島市民球場跡地	SDGs、エシカル消費、消費者被害の未然防止の関するポスター等の掲示、チラシ・リーフレットの配付
消費者力向上キャンペーン in マツダスタジアム	令和2年9月4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者月間啓発用動画（消費者庁作成）を放映
消費者月間協賛事業	令和2年12月（予定）	—	広島市消費者月間事業実行委員会が行う事業以外に、広島市消費者月間事業の目的に賛同し、事業者や事業者団体、消費者団体が主体的に行う関連事業を募集する。

(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

(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提供し、食材とあわせて配付してもらう。

イ 消費者教育の推進

(ア) 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、地域における消費者活動を担う人材づくりを目指すため、消費者大学を開講する。

(イ) 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（パワーポイント資料）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・高等学校から各1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（相模原市）等へ派遣する。

(ウ) 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。

(エ) 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りうる者等を対象に、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。

(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。

(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」等へ参画・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。

(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・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、広報誌やテレビ、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

見守り活動者向けのマニュアルを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、関係団体へ配布するとともに活用するよう働きかける。

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等を提供し、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

高齢者を対象に、消費生活センターを周知するためのチラシを配布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、消費者被害の未然防止・拡大防止に向けたワーキング事業を行う。

キ 消費生活協力団体育成のための見守り講座等

(7) 消費生活協力団体の育成のため、内部又は外部講師による見守り講座の実施

(1) 消費生活協力団体へ消費者被害に関する情報提供

(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 平成31年度（2019年度）消費生活相談の概要

総 括

- 広島市消費生活センターが平成31年度に受け付けた消費生活相談は7,912件で前年度に比べ841件減少した。その中で架空請求・不当請求の相談件数は1,010件減少し、1,004件となった。（図表1）
- 契約当事者の年齢別では、70歳代からの相談が1,054件と最も多く、次いで40歳代（1,000件）、50歳代（935件）となっている。全体の相談件数が減少している中、20歳未満からの相談が前年度の127.2%（+40件）、80歳以上の相談が112.0%（+68件）と増加している。（図表2・3）
- 商品・役務別では、多いものから順に「商品一般」（944件）、「放送・コンテンツ等」（700件）、「レンタル・リース・賃借」（475件）、「相談その他」（406件）、「健康食品」（395件）となった。（図表4）
- 新型コロナウイルスに関連する相談は143件寄せられた。

1 相談件数の推移

平成31年度に広島市消費生活センターに寄せられた相談は7,912件となり、前年度の8,753件に比べ841件（9.6%）減少した。このうち架空請求・不当請求に関する相談は、SMS（ショートメッセージサービス）やメール、はがきを悪用した架空請求が大幅に減少し、前年度の2,014件に比べ1,010件（50.1%）少ない1,004件となった。

また、架空請求・不当請求を除いた相談件数は6,908件で、前年度に比べ169件（2.4%）増加した。このうち、増加率の大きい項目は「衛生サービス」に関する相談（36件⇒116件、222.2%増）であった。

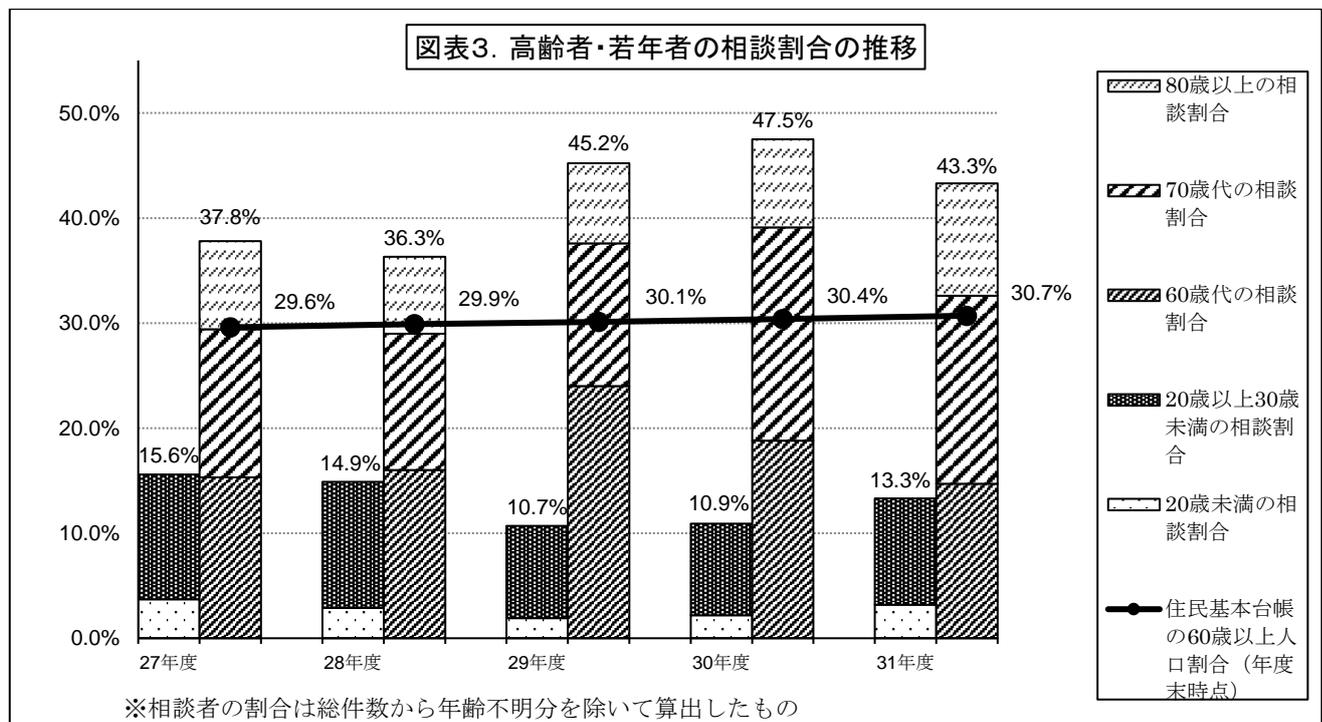
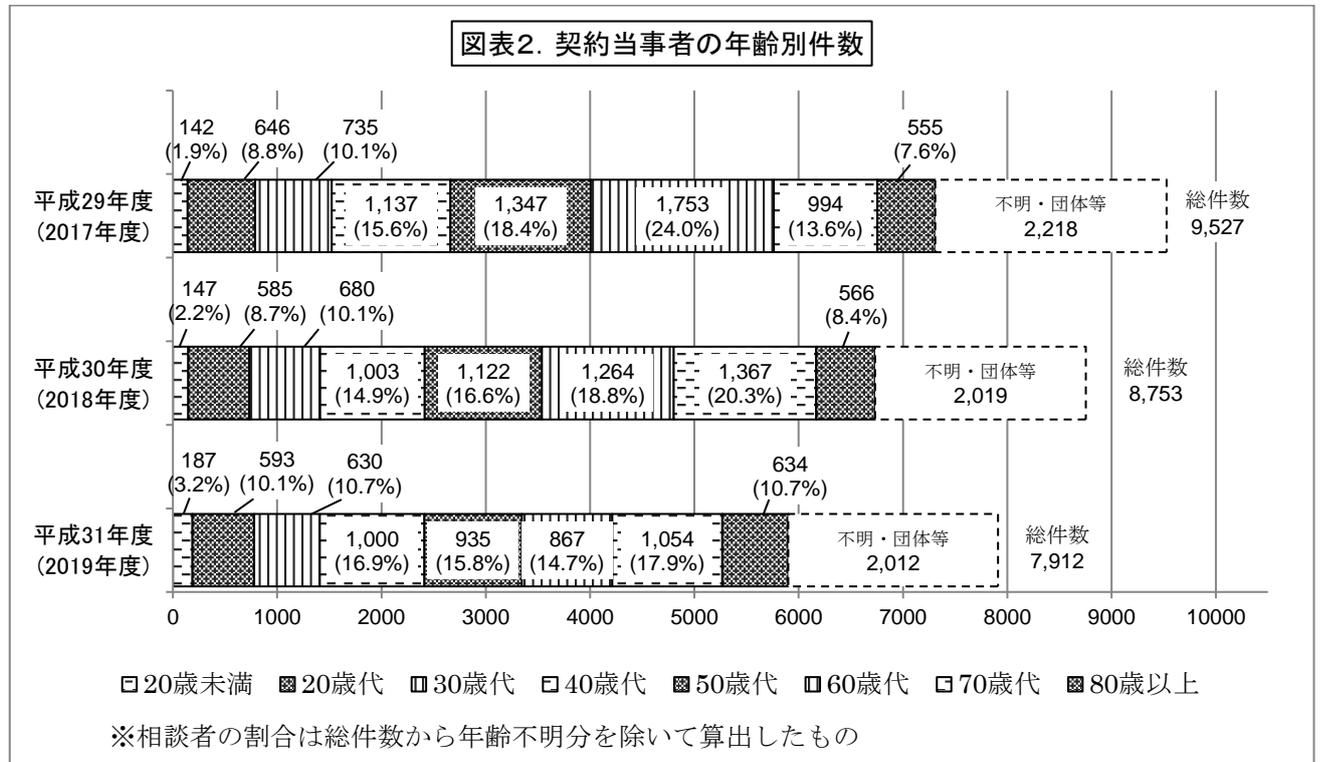
図表1. 消費生活相談の推移



2 契約当事者の属性別件数

50歳代から70歳代までの年齢層からの相談件数が大幅に減少した。主な減少要因として、架空請求の相談の減少が挙げられる。

一方、20歳未満と80歳以上からの相談件数は3年連続で増加している。



3 商品・役務別相談件数

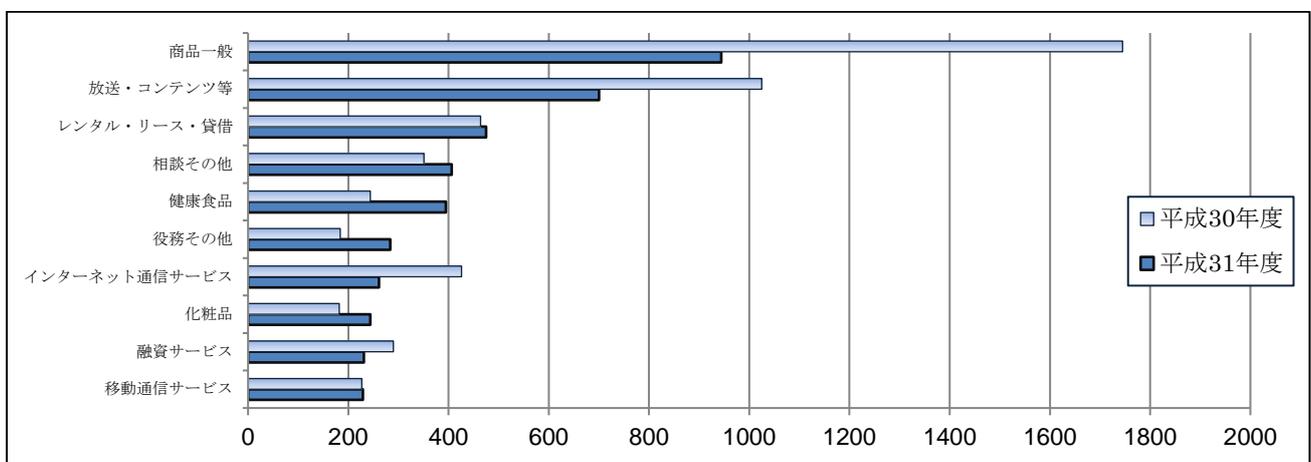
(1) 商品・役務別相談件数

架空請求が含まれる「商品一般」と「放送・コンテンツ等」は、架空請求の相談件数が減少した影響で、件数が大きく減少していますが、依然として件数は突出している。

「健康食品」と「化粧品」は、定期購入に関する相談件数が増加した影響で件数が増えている。

図表4. 相談件数の上位10位の相談件数と相談内容 (単位: 件)

順位 (昨年度順位)	区分	31年度	30年度	前年度比	主な内容
1 (1)	商品一般	944	1,745	▲801件 54.1%	個別の区分として分類できない商品・サービスに係る消費生活相談。料金未納などと記載された架空請求はがきなど
2 (2)	放送・ コンテンツ等	700	1,025	▲325件 68.3%	インターネット上の架空・不当請求、公共放送の契約や勧誘方法、出会い系サイトやオンラインゲームに関する相談など
3 (3)	レンタル・リース・貸借	475	464	+11件 102.4%	賃貸アパートの契約や修理費、敷金の返還に関するトラブルなど
4 (5)	相談その他	406	351	+55件 115.7%	消費生活相談以外の相談。交通事故や貸金の回収など契約以外の民事相談
5 (7)	健康食品	395	244	+151件 161.9%	高麗人参茶やクロレラ、ローヤルゼリー等のいわゆる健康食品、ダイエット食品、栄養補助食品等
6 (-)	役務その他	284	184	+100件 154.3%	金融商品やワンクリック請求の被害回復をうたうサービス、廃品回収サービス、結婚相手紹介サービスなど
7 (4)	インターネット 通信サービス	261	426	▲165件 61.3%	光ファイバー通信契約やプロバイダ契約など
8 (-)	化粧品	244	182	+62件 134.1%	「医薬品医療機器等法」に定める化粧品。人の身体を清潔にするもので、機械・器具でないもの
9 (6)	融資サービス	231	290	▲59件 79.7%	多重債務・ヤミ金融など
10 (8)	移动通信サービス	229	227	+2件 100.9%	携帯電話やスマートフォン、モバイルデータ通信サービスなど
その他		3,743	3,615		
合計		7,912	8,753	▲841件 90.4%	



(2) 年齢別の特徴

- 「放送コンテンツ等」は、80歳以上を除く全ての年齢層で2位以内に入っているが、架空請求の相談が減った影響で件数は大幅に減少している。
- 「レンタル・リース・貸借」は、賃貸住宅における敷金や預かり金の返還に関する相談が多く、20歳代から50歳代までの年齢層において4位以内に入っている。
- 「健康食品」に関する相談は、若年者から高齢者まで幅広い世代で相談件数が増えており、特に、20歳未満、40歳代、50歳代からの相談が急増している。

図表5. 年齢別相談件数の上位5位

(単位：件)

年齢別 件数	年度	順位 件数	1位	2位	3位	4位	5位
20歳 未満	31	187	放送・ コンテンツ等	健康食品	化粧品	相談その他	商品一般
			52	41	26	8	6
20歳 代	30	147	60	13	10	6	11
			放送・ コンテンツ等	理美容	レンタル・ リース・貸借	商品一般	融資サービス
20歳 代	31	593	86	55	49	30	30
			88	29	65	17	38
30歳 代	30	680	72	56	45	34	32
			74	91	37	8	32
30歳 代	31	630	レンタル・ リース・貸借	放送・ コンテンツ等	商品一般	家具・寝具	融資サービス
			1000	101	91	74	74
40歳 代	30	1,003	138	132	42	61	26
			放送・ コンテンツ等	商品一般	健康食品	レンタル・ リース・貸借	相談その他
40歳 代	31	935	109	106	83	56	38
			1,122	188	258	46	48
50歳 代	30	1,264	410	131	72	15	24
			商品一般	放送・ コンテンツ等	インターネット 通信サービス	役務その他	移動通信 サービス
50歳 代	31	867	113	98	45	40	39
			634	112	40	34	33
60歳 代	30	1,264	410	131	72	15	24
			商品一般	放送・ コンテンツ等	インターネット 通信サービス	相談その他	レンタル・ リース・貸借
60歳 代	31	1,054	217	74	48	41	40
			1,365	534	134	57	36
70歳 代	30	1,365	534	134	57	36	30
			商品一般	健康食品	衛生サービス	相談その他	インターネット 通信サービス
70歳 代	31	634	112	40	34	33	28
			566	99	28	12	23
80歳 以上	30	566	99	28	12	23	34

4 特殊販売（店舗によらない販売形態）に関する相談件数

(1) 各販売形態の年度別特徴

- 特殊販売の相談件数は3,230件で、前年度に比べ362件（10.0%）減少した。全相談件数に占める割合は40.8%と0.2ポイント低下した。
- 「訪問販売」に関する相談件数は538件となり、前年度に比べ31件（6.1%）増加した。排水管洗浄などの衛生サービスや、電気に関する相談の増加が目立っている。
- 「通信販売」は、2,214件と販売形態別で件数が最も多いが、前年度に比べ57件（2.5%）減少した。
- 「電話勧誘販売」は減少傾向が続いていたが、平成31年度においては306件となり、前年度から314件（50.6%）と大幅に減少した。特に、光回線などのインターネット通信サービスに関する相談の減少が大きい（217件⇒82件、62.2%減）。

図表6. 特殊販売の年度別内訳

（単位：件）

区 分	平成27年度 (2015年度)	平成28年度 (2016年度)	平成29年度 (2017年度)	平成30年度 (2018年度)	平成31年度 (2019年度)
特殊販売(A)	4,317	4,412	4,127	3,592	3,230
訪問販売	499	557	496	507	538
通信販売	2,809	2,897	2,884	2,271	2,214
マルチ販売	141	117	94	112	88
電話勧誘販売	718	724	534	620	306
ネガティブオプション(送りつけ商法)	14	24	16	11	22
訪問購入	77	55	81	47	32
その他無店舗販売	59	38	22	24	30
相談件数(B)	8,498	8,465	9,527	8,753	7,912
相談件数に占める割合(A/B)	50.8%	52.1%	43.3%	41.0%	40.8%

(2) 主な特殊販売形態の相談件数の上位5位

① 訪問販売

順位	区 分	件数
1位	衛生サービス	74
2位	工事・建築・加工	61
3位	放送・コンテンツ等	60
4位	電気	57
5位	インターネット通信サービス	38

② 通信販売

順位	区 分	件数
1位	放送・コンテンツ等	527
2位	健康食品	337
3位	化粧品	212
4位	商品一般	177
5位	紳士・婦人洋服	81

③ 電話勧誘販売

順位	区 分	件数
1位	インターネット通信サービス	82
2位	電気	38
3位	役務その他	24
4位	健康食品	22
5位	魚介類	16

(3) 各販売形態の年齢別特徴

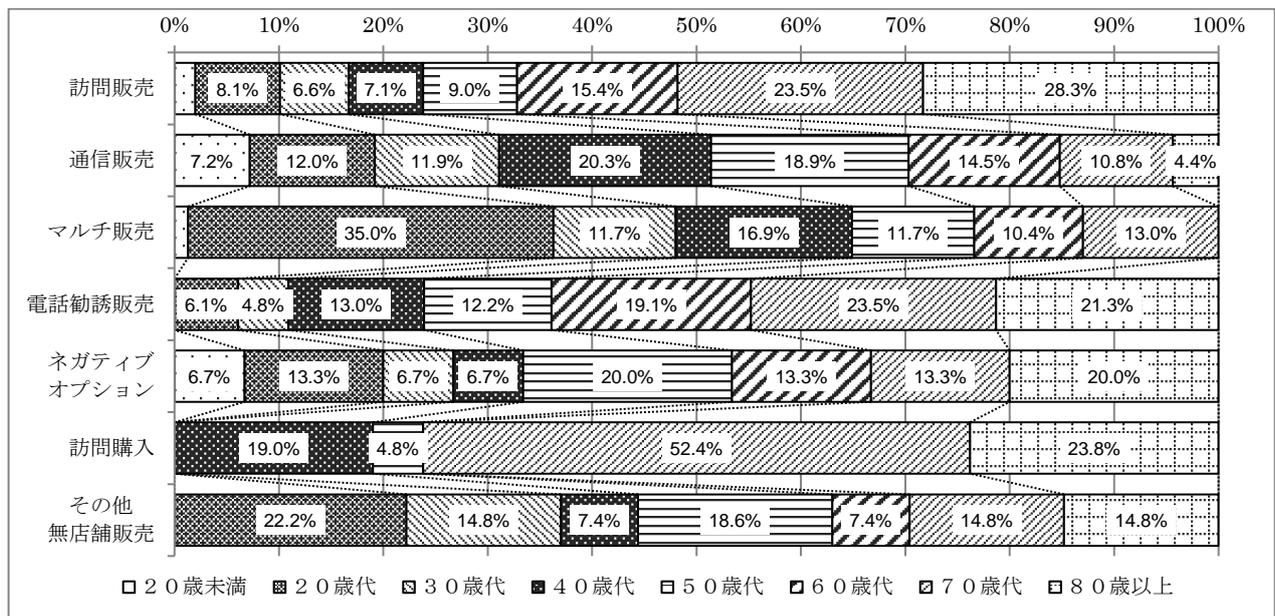
- 「訪問販売」「電話勧誘販売」「訪問購入」は、高齢者の相談割合が高く、60歳以上の相談が6割を超えている。
- 「マルチ販売」は20歳代からの相談件数が最多であった。特に成人して間もない20歳から22歳までの相談が多く、友人や知人から勧められて契約するケースが多くみられる。

図表7. 特殊販売の年齢別件数

(単位：件)

区分	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	年齢不明者を除いた合計	合計
訪問販売	8	33	27	29	37	63	96	116	409	538
構成比	2.0%	8.1%	6.6%	7.1%	9.0%	15.4%	23.5%	28.3%	100%	
通信販売	135	224	223	379	354	271	203	83	1,872	2,214
構成比	7.2%	12.0%	11.9%	20.3%	18.9%	14.5%	10.8%	4.4%	100%	
マルチ販売	1	27	9	13	9	8	10	0	77	88
構成比	1.3%	35.0%	11.7%	16.9%	11.7%	10.4%	13.0%	0%	100%	
電話勧誘販売	0	14	11	30	28	44	54	49	230	306
構成比	0%	6.1%	4.8%	13.0%	12.2%	19.1%	23.5%	21.3%	100%	
ネガティブオプション (送りつけ商法)	1	2	1	1	3	2	2	3	15	22
構成比	6.7%	13.3%	6.7%	6.7%	20.0%	13.3%	13.3%	20.0%	100%	
訪問購入	0	0	0	4	1	0	11	5	21	32
構成比	0%	0%	0%	19.0%	4.8%	0%	52.4%	23.8%	100%	
その他 無店舗販売	0	6	4	2	5	2	4	4	27	30
構成比	0%	22.2%	14.8%	7.4%	18.6%	7.4%	14.8%	14.8%	100%	
特殊販売計	145	306	275	458	437	390	380	260	2,651	3,230

※構成比は年齢不明者を除いた数値



5 注目事例

① 衛生サービス

排水管洗浄などの建物清掃サービスや白蟻駆除サービス等の「衛生サービス」に関連する相談は、前年度の36件から80件増加し116件（322.2%）となった。

【相談事例1】

郵便受けに入っていたチラシに「通常3～5万円かかる排水管高圧洗浄を格安で実施する。」とあり、業者に電話すると昨日訪問してきた。見積額は約4万円であったが、契約書に署名した。工事は1週間後だが、家族から高すぎると反対された。解約したい。（契約者：70歳代・女性）

【相談事例2】

4日前、一人暮らしの父が、訪問してきた業者に排水管洗浄と床下の防腐処理を勧められ、契約した。その日のうちに業者が作業して、排水管洗浄の代金は支払ったが、防腐処理の代金は後日集金に来ることになった。床下を見たが何かの処理をしたような様子はない。地域包括センターに相談すると消費生活センターを案内された。（契約者：80歳代・男性）

② 健康食品

「健康食品」に関連する相談件数は、前年度の244件から151件増加して395件となった。インターネット通販で無料又は安価な値段で初回商品を送付し、実は定期購入コースだったというような契約トラブルが多く、特に未成年者からの相談が増えている。

【相談事例1】

中学生。ネット通販でバストアップサプリを注文した。初回は無料で、2回目以降は料金がかかる。2回受け取ればいつでも解約ができるが、次回お届け日の14日前までに電話で連絡する必要がある。2回目を受け取った後、解約しようとして何度も電話をかけているがつかまらない。（契約者：10歳代・女性）

【相談事例2】

スマホの広告を見てダイエットサプリメントを注文した。「あと〇〇秒」と焦らせるような広告で、契約内容をよく確認せず申し込んだ。300円のお試しを注文したが、10日後に4か月分がまとめて送られてくること、2回目は約4万円と高額であることを知り、あわてて電話で解約を伝えたが、2回目までは受け取る必要があると言われた。（契約者：50歳代、女性）

③ 新型コロナウイルス関連

新型コロナウイルスに関連する相談は143件で、旅行やホテル等の解約に伴うキャンセル料や返金に関するトラブル、マスクや消毒液等が品切れで入手できないといった苦情が多く寄せられた。

【相談事例1】

友人と2人で3月に海外へ卒業旅行に行く予定だったが、旅行先での新型コロナウイルス感染拡大を受け、旅行をやめることにした。私は予約の3日後にキャンセルの連絡をしたが、キャンセル料が発生し代金の一部しか返金されなかった。友人はキャンセル手続きをしていなかったが、予約の1週間後に旅行会社から中止の連絡があり全額返金された。（契約者：20歳代・男性）

【相談事例2】

私宛てにマスクが届いた。住所、氏名、電話番号とも間違いがない。品名はマスクと書いてあり、代金は元払いになっているが、心当たりがないので開封していない。どうしたらよいか。（契約者：60歳代、男性）

IV 平成31年度(2019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30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>

開催日等	内 容
12月25日	第1回審議会開催 1 会長・副会長の選出について 2 報告事項 ・令和元年度第1回消費生活審議会消費者教育部会の開催状況等について ・令和元年度第1回消費生活審議会消費者安全確保部会の開催状況等について ・平成30年度消費者行政の実績報告について ・平成31年度消費者行政の事業説明について ・第2次広島市消費生活基本計画に基づく平成30年度消費者施策（個別施策）実施状況について ・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について

(3) 広島市消費生活審議会消費者教育部会の開催

<開催状況>

開催日等	内 容
6月10日	第1回消費教育部会開催 1 部会長の選出について 2 学校における学習教材について 3 報告事項 ・消費者教育の取組に係る実施状況について ・その他

(4) 広島市消費生活審議会消費者安全確保部会の開催

<開催状況等>

開催日等	内 容
8月30日	第1回消費者安全確保部会開催 1 地域の見守り実践マニュアル（仮称）の提案について 2 報告事項 ・平成30年度（2018年度）高齢者及び障害者の消費生活相談の実績について ・地域の見守り関係団体スタッフと消費生活センター相談員との意見交換状況について

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と開催し、相談業務体制の強化を図った。

区 分	実施日	内 容
事例検討会への参加	7月18日 12月12日 2月27日	消費者トラブル解決の法知識及び困難事案の意見交換（広島弁護士会、広島県主催）
欠陥住宅110番 （無料相談会）への協力	7月6日	全国一斉相談日に、無料相談会を実施（「欠陥住宅被害全国連絡協議会 中国四国ネット・広島欠陥住宅研究会」主催） 相談件数14件 ※センターは広報、会場提供、相談者への情報提供等の協力を行った。

(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）を派遣するとともに、広島県が実施した研修等にも参加させた。

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49回）。

(3) 消費者被害の救済

ア 消費生活相談

平成31年度(2019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

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、弁護士会及び司法書士会との連携による無料相談を、平日夕方に2回、日曜日午後に1回実施した（開催日：10月31日（木）、11月21日（木）、12月15日（日））。

平成31年度の多重債務に関する相談件数は143件となり、平成30年度の160件に比べて約11%減少した。

(4) 物価安定対策事業

ア 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8名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	

イ 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、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、情報提供を行った。

(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、PSEマーク等の表示がない電気用品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	11	0
電熱器具	電気ジャー	7	0
交流用電気機械器具	直流電源装置 (USB充電器)	10	0
リチウムイオン電池	携帯電話用モバイルバッテリー	5	0
電動応用機械器具	扇風機	5	0
合 計		38	0

※電気製品のうち、電気用品安全法施行令で定められている製品は、国の定める安全基準をクリアするなどの義務を満たしたことを示す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。

<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 0 auto;">特定電気用品</div> 	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	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 0 auto;">特定電気用品以外の電気用品</div> 	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
--	--	--	--

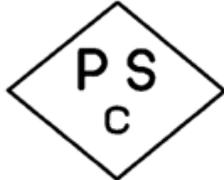
イ 消費生活用製品安全法に基づく立入検査

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消費生活用製品についてPSCマーク表示及び取扱注意表示の有無等について検査を行った。

※検査対象品目として指定されている消費生活用製品は10品目であり、平成31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	10	0
合 計	10	0

※消費生活用製品のうち、消費者の生命・身体に特に危害を及ぼすおそれが多い製品は、国の定める安全基準をクリアするなどの義務を満たしたことを示す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。

<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 0 auto;">特定製品</div> 	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	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; width: fit-content; margin: 0 auto;">特別特定製品</div> 	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についてPSTGマーク等の表示がないガス用品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	10	0
合計	10	0

※都市ガス用の燃焼機器のうち、ガス事業法施行令で定める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PSTG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（下着、靴下）	17	0
合成樹脂加工品（水筒）	4	0
電気機械器具（電気ポット、電気ホットプレート）	15	0
雑貨工業品（塗料・ワックス）	8	0
合計	44	0

※家庭用品品質表示法は、消費者が日常使用する家庭用品について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%

〇〇繊維(株)
TEL 03-9999-9999

COTTON 50%
ポリエステル 30%
指定外繊維(リヨセル) 20%

〇〇繊維(株)
TEL 03-9999-9999

分離表示

たて糸 綿100%
よこ糸 レーヨン100%

〇〇繊維(株)
TEL 03-9999-9999

本体 綿 50%
麻 50%
衿 ポリエステル 100%

〇〇繊維(株)
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 213千円
- ・ 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
1回（各種悪質商法の注意喚起）
・ 1月26日 通信販売の注意喚起

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起を適宜行った。

○掲載内容

- ・ 排水管高圧洗浄トラブルの注意喚起
- ・ 新型コロナウイルスに便乗した悪質商法の注意喚起
- ・ 知っ得なっとくの掲載 など



エ 消費者啓発リーフレット等の作成・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、消費者啓発リーフレット等を購入し、小・中・高等学校、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。

名 称	内 容	部数(部)
ぼくたち、わたしたちの暮らしを考えよう	消費に関する社会の仕組みを紹介（小学生向け）	2, 0 0 0
考えよう！私たちの消費生活	消費に関する社会の仕組みを紹介（中学生向け）	2, 0 0 0
みんなで防ごう悪質商法	悪質商法について、古い手口から新しい手口まで網羅（一般向け）	2, 5 0 0
成年（オトナ）になったらできること	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。（未成年者向け）	5, 7 0 0
こんな消費生活のトラブルが増えています！！	外国人に多い消費者トラブルの事例と対策を紹介。（外国人向け）	1, 0 0 0
はじめませんか？エシカル消費	エシカル消費とはどういうものなのか、どんな行動が具体的にできるのかを紹介。（一般向け）	2, 4 5 0
啓発用ボールペン	消費生活センターの連絡入りボールペン	1, 3 5 0
啓発用エコバッグ	消費者ホットライン1 8 8の連絡入りエコバッグ	8 1 0

オ 消費生活パネルの展示・貸出、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、啓発図書・ビデオ・DVD・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。また、市民貸出用として消費生活関連図書・DVDを購入した。

パネル展示状況

場 所	内 容
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）

啓発図書等の貸出状況

区 分	種 別	数 量
啓 発 用 品	ビデオ・DVD	5本
	図 書	1冊
	パ ネ ル	52枚

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資料コーナーに展示し、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（消費生活に関連する記事の切り抜き） 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	実 施 内 容
消費者力向上キャンペーン in エディオンスタジアム	啓発用ティッシュの配布、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
消費者力向上キャンペーン in マツダスタジアム	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、インスタグラムボードでの記念撮影
街頭啓発活動	開催期間：10月8日 開催場所：広島駅南口 活動内容：駅利用者に対し、消費者被害防止を呼びかけながら、啓発物品を配布する 配布数：約1,500セット
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、安芸区役所、二葉公民館、白木公民館、安東公民館、祇園公民館
消費者月間協賛事業	実施団体 公益社団法人広島消費者協会 事業内容 地域における行政・事業者・消費者による三者懇談会 ・安佐北区：実施日 令和2年2月26日 実施場所 安佐北区総合福祉センター 出席者 広島市4人、事業者5社、消費者22人



エディオンスタジアム啓発



マツダスタジアム動画放映



東区役所パネル展示



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。

- ・実施回数 73回 [公益社団法人広島消費者協会へ委託]
- 実施時間数 108.5時間
- 受講者数 2,173人
- 事業費 3,665千円

※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・受講者アンケート結果

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 95.9%

(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等

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部を提供し、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 155千円

表

裏

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した。

- ・開講実績 連続8回講座(2時間/回)を開講 [公益社団法人広島消費者協会へ委託]
- ・事業費 57千円
- ・受講者アンケート結果

講義内容を「良く理解できた」「ほぼ理解できた」と回答した割合 91.4%

開講日	テーマ	講師	受講者数 (人)
7月3日	オリエンテーション 消費者行政の現状 相談事例について	広島市消費生活センター 榎野 浜子 所長 " 寺本 ひとみ相談員	34
7月11日	キャッシュレス時代に備えて	日本銀行広島支店 営業課長 伊豆田 哲哉 氏	41
7月18日	災害に備えて	復興交流館モンドラゴン 事務局長 松井 憲 氏 (一社)日本損害保険協会中国支部 津森 正裕 氏	28
7月25日	サイバー犯罪の現状とその対策について	広島県警本部サイバー犯罪対策課 主事 河野 翔 氏 サイバー犯罪ボランティア(大学院生) 吉田 大裕 氏	31
9月5日	食品の安全とリスク	中国四国農政局 消費・安全部 消費生活課 課長補佐 黒川 由和 氏 企画情報係長 秋永 史子 氏	28
9月12日	あらためて 消費税 ～10月からの増税を前に～	民秋・国府方税理士事務所 税理士 国府方 あかり 氏	28
9月19日	地球温暖化防止と私たちの暮らし	(一財)広島県環境保健協会 地域活動支援センター センター長 上田 康二 氏	28
9月26日	特殊詐欺の現状と対策 広島消費者協会懇談会 ・消費者大学講座について ・活動について 修了式	広島県警本部 生活安全部 生活安全総務課 減らそう犯罪情報官 藤田 康幸 氏 広島消費者協会 理事・幹事等	33
延べ受講者数			251

(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
5月22日	消費者教育パンフレット配布について、出前講座案内、 教員向け研修会講師（弁護士）派遣、「社会への扉」パワーポイントについて、子どもサポート情報141号「自転車に乗るときは必ずヘルメットを！」
6月19日	「夏休みおやこ消費者学習会案内、報告：高校生向け出前講座、 小中学生向け消費者啓発チラシ配布について、教材紹介（図書）
8月19日	報告：夏休み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、出前講座案内、教材紹介（カードゲーム「マークでカルテット」 消費者アクションゲーム）

10月3日	教員向け研修会への講師（弁護士）派遣、出前講座案内、教材紹介（DVD）、子どもサポート情報147号「詐欺・模倣品サイトはここを確認！サイトを見るときチェックポイント」
11月6日	教員向け研修会への講師（弁護士）派遣、出前講座案内、教材紹介（CD-ROM 中高生向け学習教材）、研修会資料閲覧について、子どもサポート情報148号「タトゥーシールやフェイスペイントによる肌トラブルに注意」・149号「一人で悩まず、気軽に相談を」
11月22日	研修会資料閲覧について、教員向け研修会への講師（弁護士）派遣、出前講座案内、「社会への扉」について、子どもサポート情報150号「子どもがライブ配信サービスで投げ銭？」
2月10日	消費者教育啓発リーフレット「成年（オトナ）になったらできること」の配布について、社会への扉確認シート（契約編）、教材紹介（クレジットカード）、教員向け研修会への講師（弁護士）派遣、出前講座案内

b 教職員のための消費者教育に関する研修会

市立小学校・高等学校の教職員及び、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、国民生活センター（相模原市）等へ派遣した。

- ・実施日 10月 4日（金）高等学校教員 1名
11月 1日（金）小・高等学校教員 各1名
1月28日（火）消費者教育コーディネーター 1名
- ・事業費 127千円
- ・内容 「消費者市民社会」実現に向けた消費者教育の学校での授業実践を促すため、効果的な指導方法について、講義、実践報告等を通じて習得し、ワークショップで今後の授業で利用できる学習指導案や教材の作成までを行った。また、受講者相互の情報交換を行った。

(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した。

- ・実施日 1月25日（土）
- ・開講実績 受講者25人（うちサポーターへの登録20人）
- ・事業費 439千円 ※登録者数：109人（令和2年3月31日現在）

(イ) 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。さらに、成人祭において、ブースを設けてパネル展示を行い、新成人へのリーフレットやパンフレットの配布を行った。

- ・実施回数 36回（小学校2校、高等学校3校、大学3校、専門学校4校、児童養護施設1校、不登校児童生徒適応指導教室2校）
- ・事業費 2,352千円

(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より講師を招へいし、広告や表示についての学習会を開催した。

- ・実施日 7月27日(土)
- ・開催実績 参加者52人(子ども25人、大人27人)
- ・事業費 127千円

(カ) 子ども向けイベントへの参画・出展による消費者教育

「広島キッズシティ」へ参画・出展し、エンカル消費にかかるマーククイズと電子メディア協議会作成の子ども向け消費者啓発用紙芝居を実施した。

- ・実施日 10月5日(土)
- ・開催実績 参加者152人(子ども124人・大人28人)
- ・事業費 283千円

(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・特別支援学校の児童・生徒に約47,000部配布した。

- ・事業費 620千円



小学生向け



中学生向け

(3) 高齢者の消費者被害の防止強化

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4,700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（老人クラブ、ホームヘルパー、障害者等）に対する講座を実施した。

- ・実施回数 10回
- ・実施時間数 13.5時間
- ・受講者数 444人
- ・事業費 764千円

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
- ・提供部数 48,000部
- ・事業費 759千円
- ・内容

発行月	内容	
	表	裏
4月	架空請求はがきへの注意喚起	ATMでの還付金詐欺への注意喚起
5月	回数券の購入への注意喚起	水道の出張修理への注意喚起
6月	排水管工事の勧誘への注意喚起	白アリ点検駆除サービスへの注意喚起
7月	スマートフォンへの機種変更の注意喚起	固定電話の回線切替への注意喚起
8月	テレビショッピングへの注意喚起	住宅修理への注意喚起
9月	個人情報の削除への注意喚起	消費税増税に便乗した詐欺への注意喚起
10月	宅配業者を装ったメールへの注意喚起	脚立・はしごからの転落への注意喚起

1 1月	訪問購入への注意喚起	昨シーズンの灯油の使用への注意喚起
1 2月	鍵のサービスへの注意喚起	着衣着火への注意喚起
1 月	新聞の定期購読への注意喚起	カードの不正使用への注意喚起
2 月	住宅の修理への注意喚起	通信販売への注意喚起
3 月	アダルトサイトの料金請求への注意喚起	スチームクリーナーでのやけどへの注意喚起

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 70歳以上の市民
- ・発行回数 1回
- ・提供部数 202, 000部
- ・事業費 386千円



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・拡大防止に向けたワーキング事業を行った。

- ・実施時間数 58.5時間
- ・事業費 2,378千円

カ 消費生活協力団体育成のための見守り講座

訪問介護事業者を対象に、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した。

- ・実施回数 2回
- ・委嘱団体数 20団体（累計131団体）（令和2年3月31日現在）
- ・事業費 233千円

(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	5,415千円
〔・事業補助	635千円
・本市派遣職員人件費補助	4,780千円

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	561	635
調査研究・監視活動	各種研究・調査実施、企業との対話等	338	
地区活動	地域学習会、地区連絡協議会の開催等	611	
会員の資質向上	リーダー派遣・育成事業等	124	
事務局費等	本市派遣職員人件費等	4,780	4,780
合 計		6,414	5,415

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	27年度 (2015年度)	28年度 (2016年度)	29年度 (2017年度)	30年度 (2018年度)	31年度 (2019年度)
利用回数(回)	141	134	141	142	114
利用者数(人)	2,178	2,145	2,003	1,945	1,589

4 平成31年度（2019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50問中3問)

イ 方法

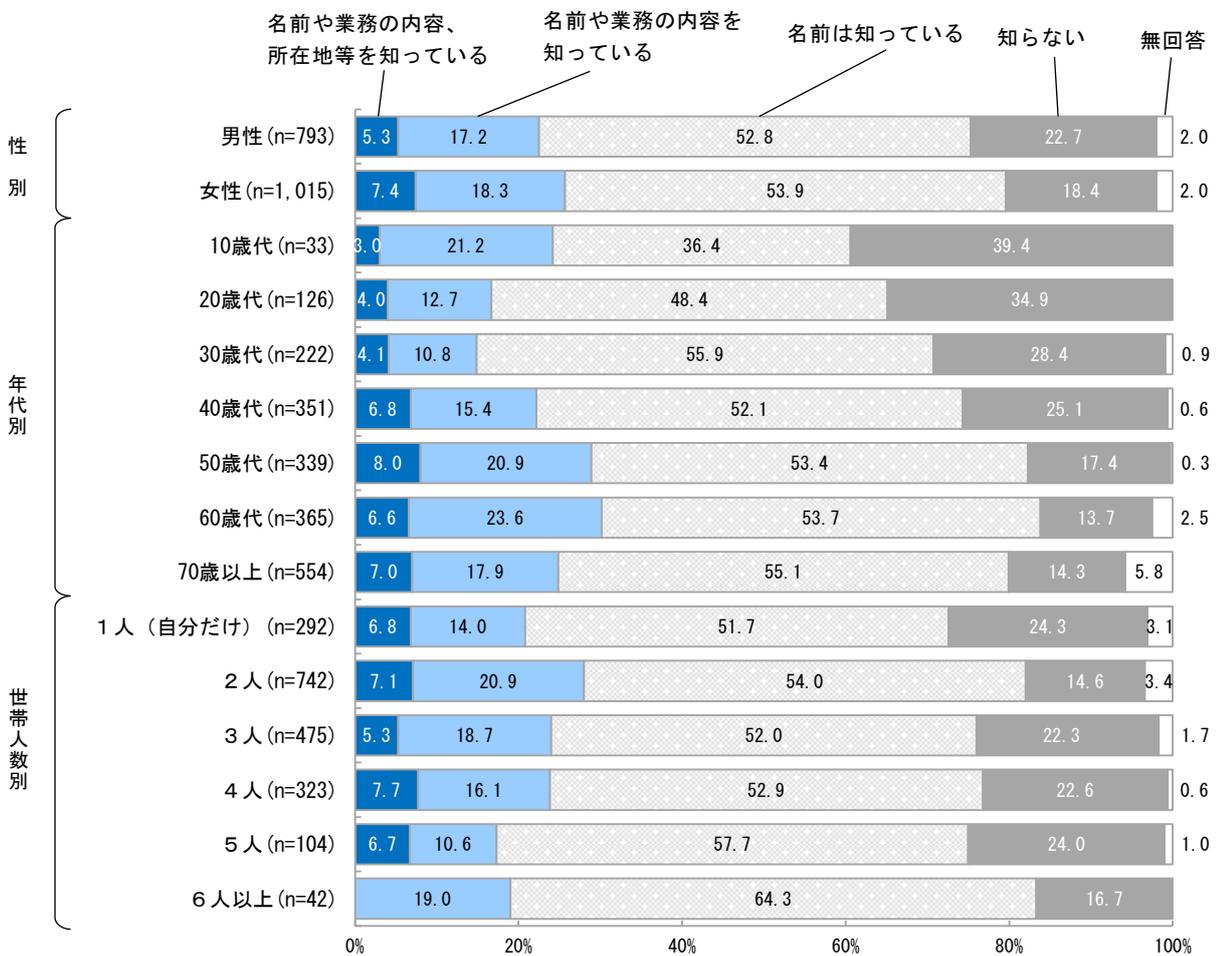
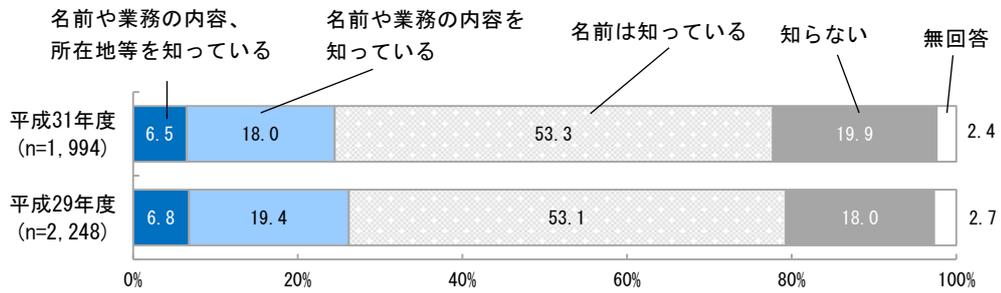
調査対象：広島市内に在住する男女（18歳以上）
調査方法：広島市住民基本台帳より無作為で抽出した5,000人
調査期間：令和2年(2020年)1月30日～2月25日
有効回収数：1,994件（有効回収率39.9%）

(2) 調査の結果（抜粋）

次のとおり（問44、問45、問46）

問 44 あなたは、「広島市消費生活センター」をどの程度知っていますか。

※平成 30 年度にはない問

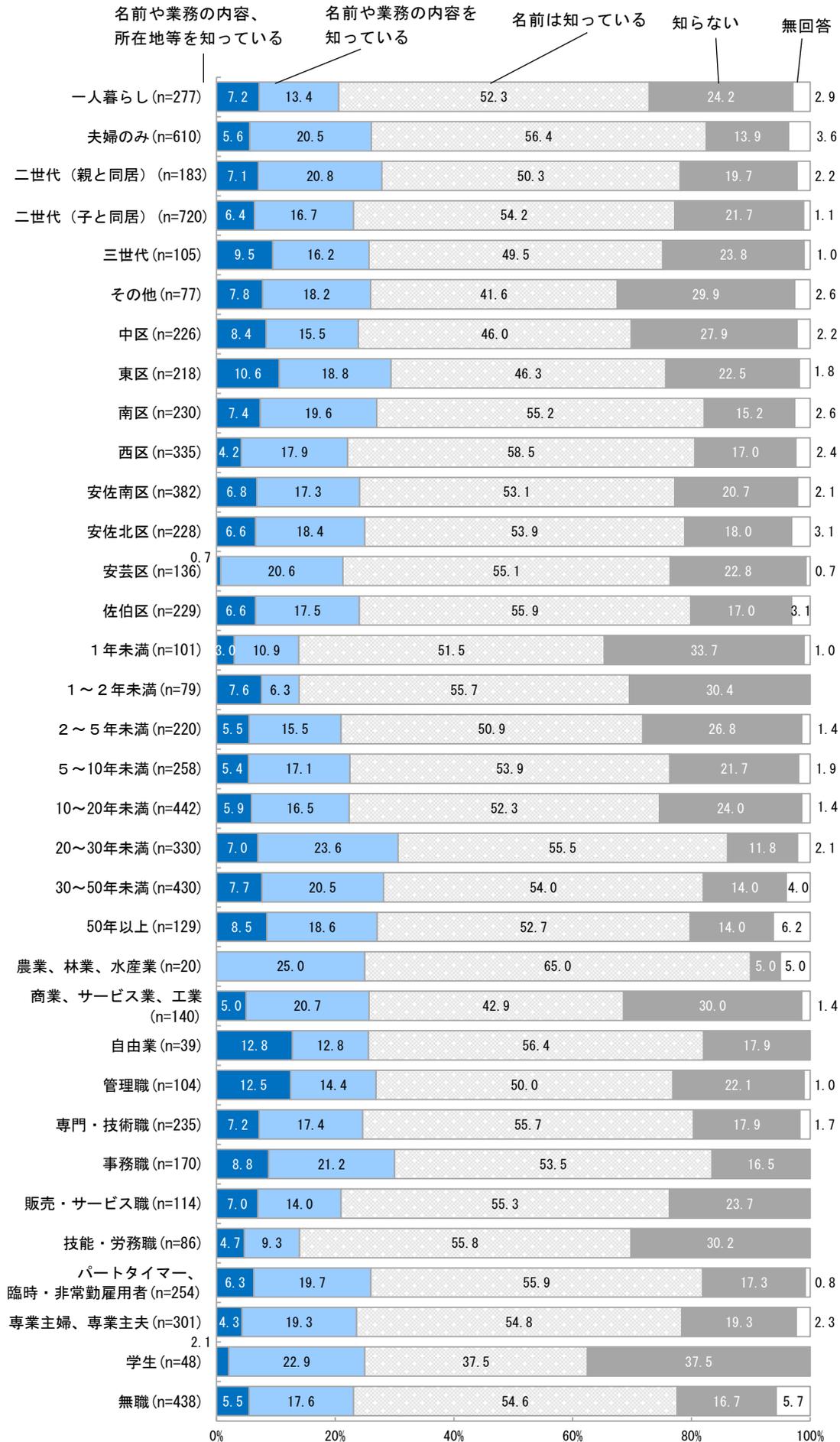


家族構成別

居住区別

居住年数別

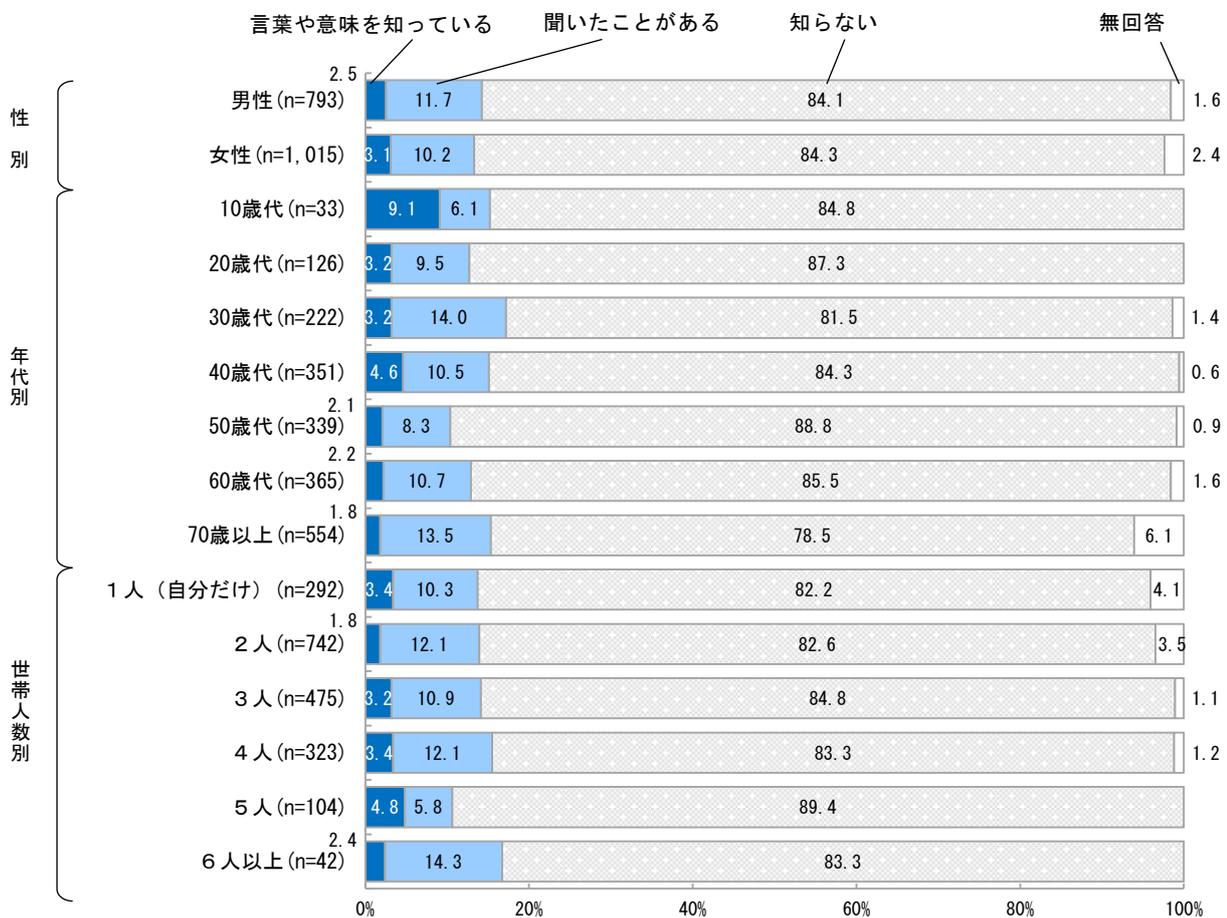
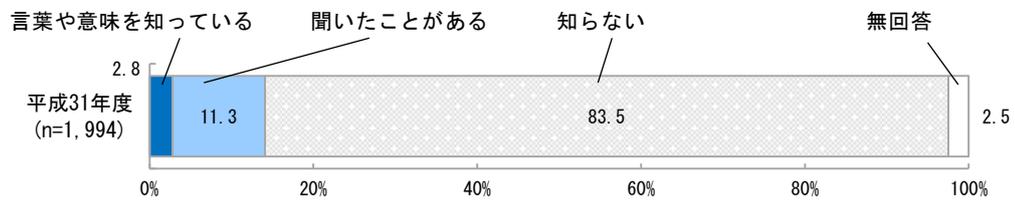
職業別

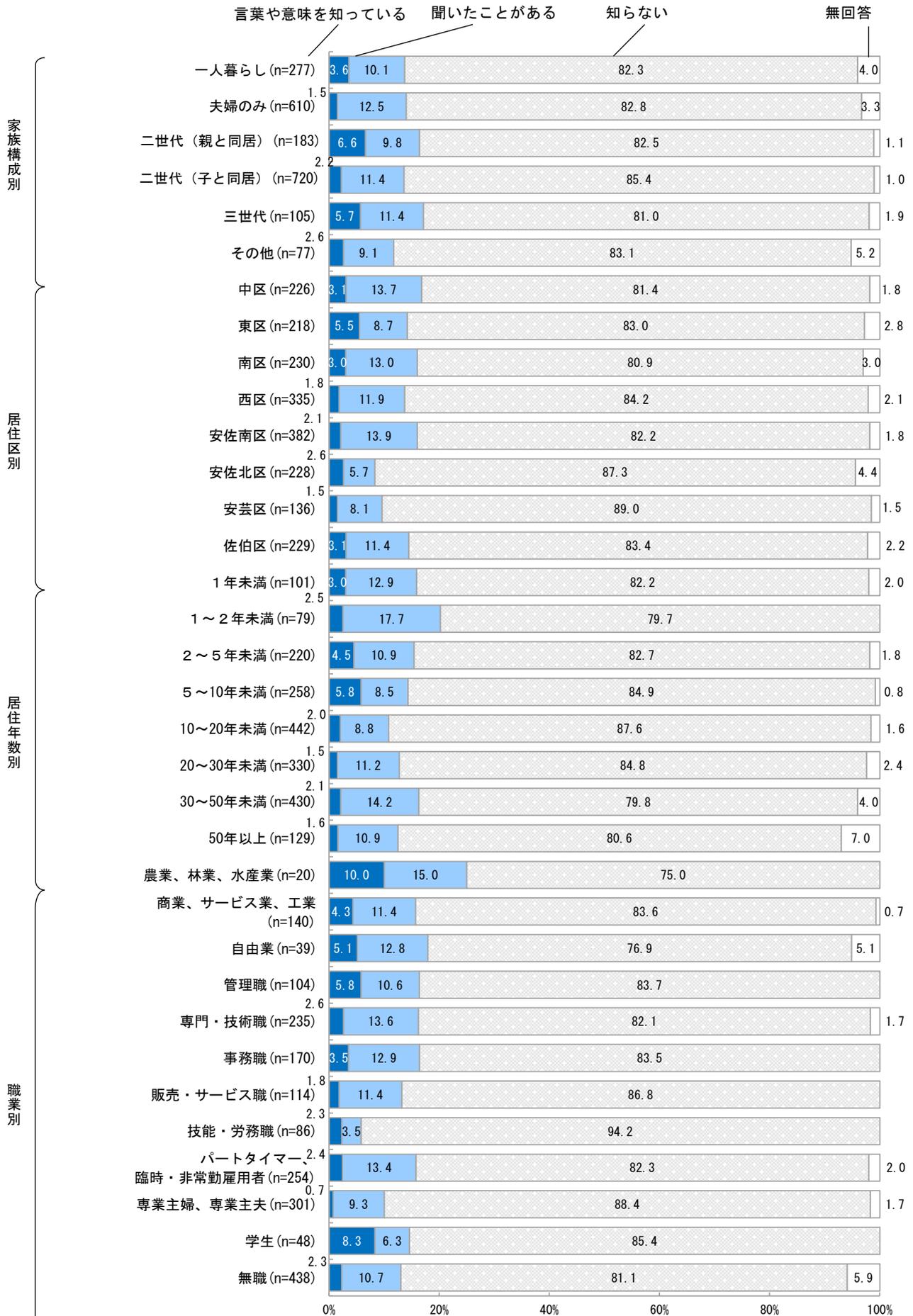


問45 あなたは、「倫理的消費（エシカル消費）※」という言葉を知っていますか。

※平成31年度から新たに設けた問

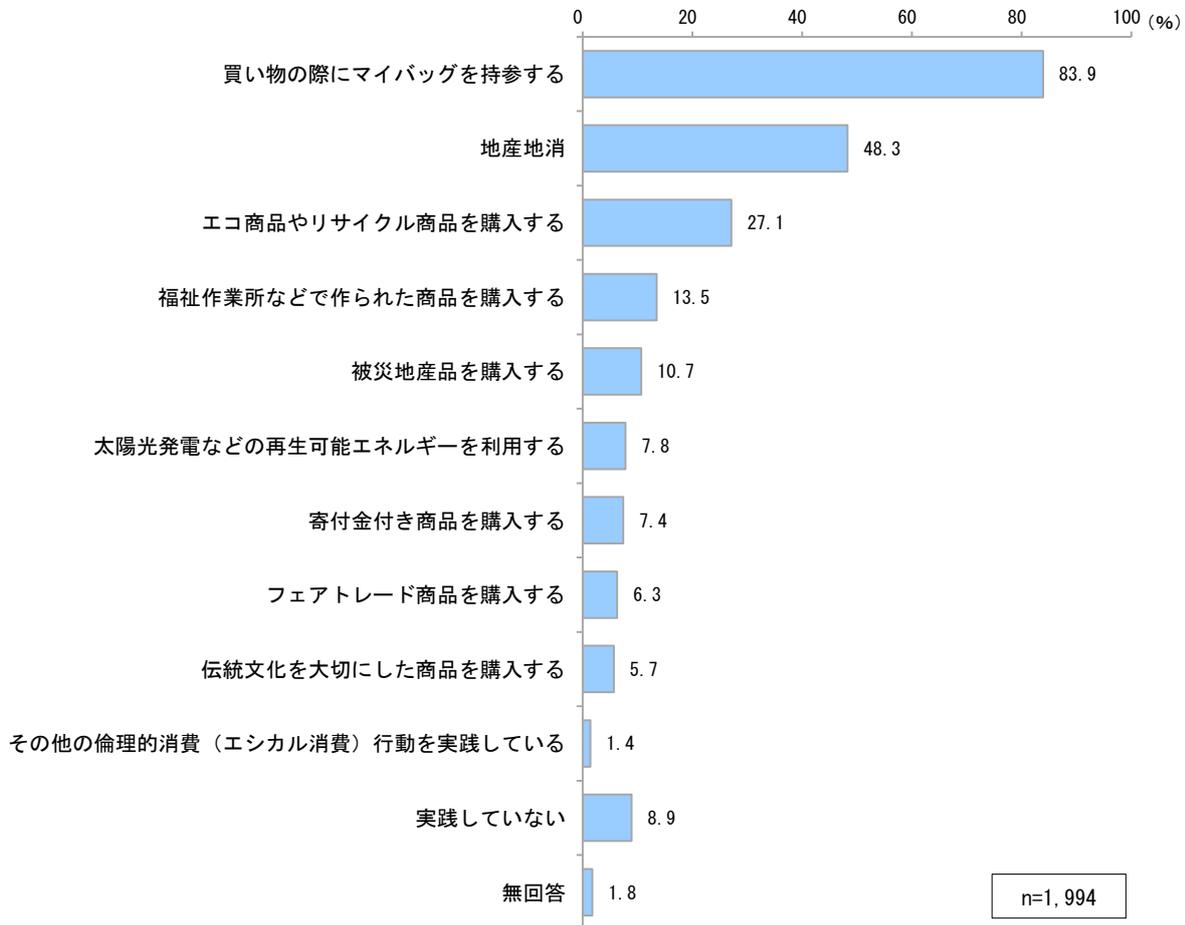
※「倫理的消費（エシカル消費）」とは、消費者が「人や社会、環境、地域に配慮した商品やサービスを選んで消費すること」です。

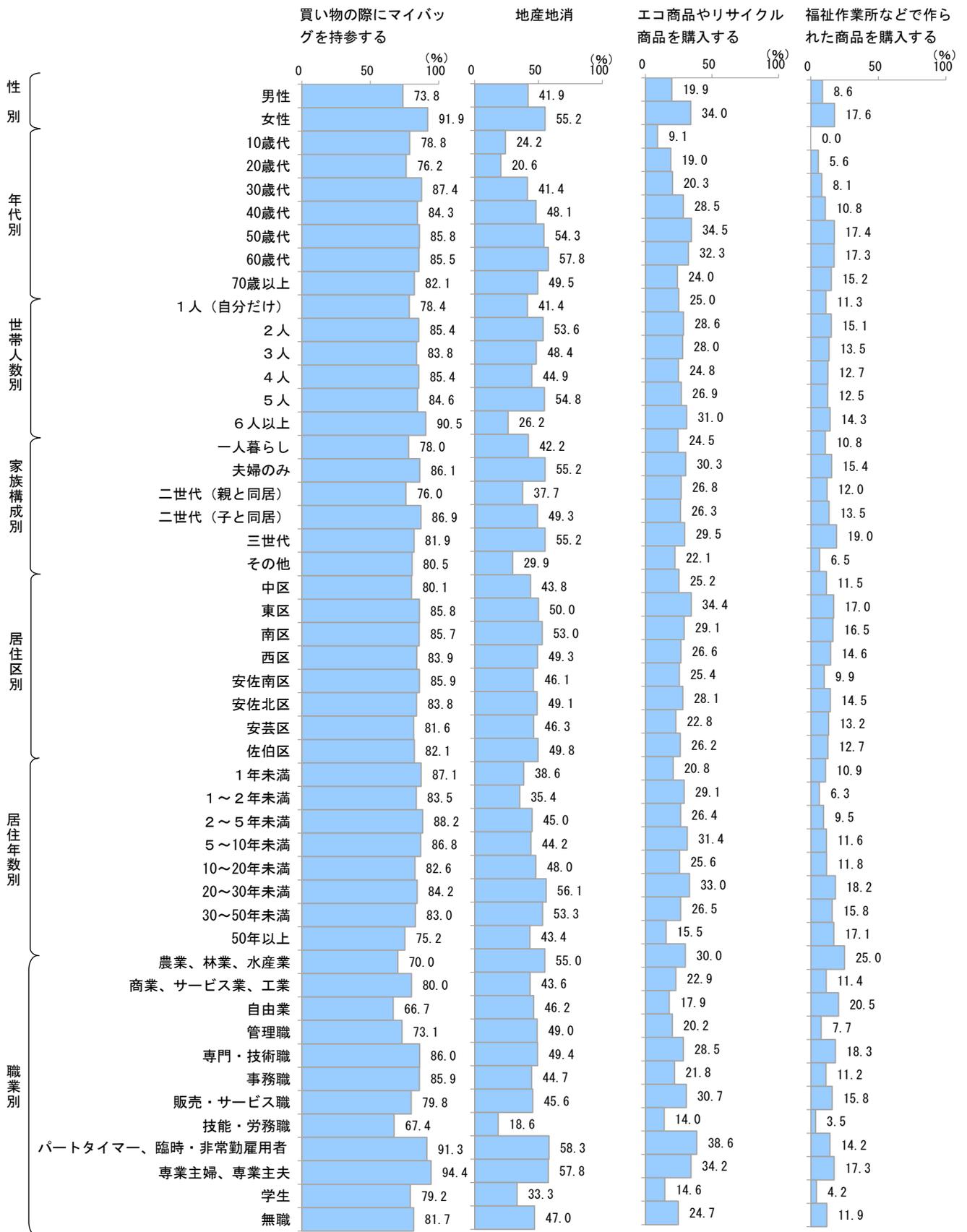




問46 次に掲げる行動で、あなたが普段から実践しているものがあれば、いくつでも○を付けてください。（実践していない方は、「11 実践していない」に○をしてください。）

※平成31年度から新たに設けた問





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、あつ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つ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つて、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。