

令和5年度(2023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5年度（2023年度）消費生活センターの予算	3
II	令和5年度（2023年度）事業概要	4
1	消費生活行政の総合的な推進	4
2	消費生活行政推進のための施策	5
III	令和4年度（2022年度）消費生活相談の概要	14
1	消費生活相談の相談状況	14
2	商品・役務別の相談状況	16
3	販売購入形態別の相談状況	18
4	注目事例	21
IV	令和4年度（2022年度）事業実績	25
1	消費生活行政の総合的な推進	25
2	消費者の権利の保護	26
3	消費者の自立の支援	30
4	令和4年度（2022年度）広島市市民意識調査の結果	41
V	その他（参考資料）	46

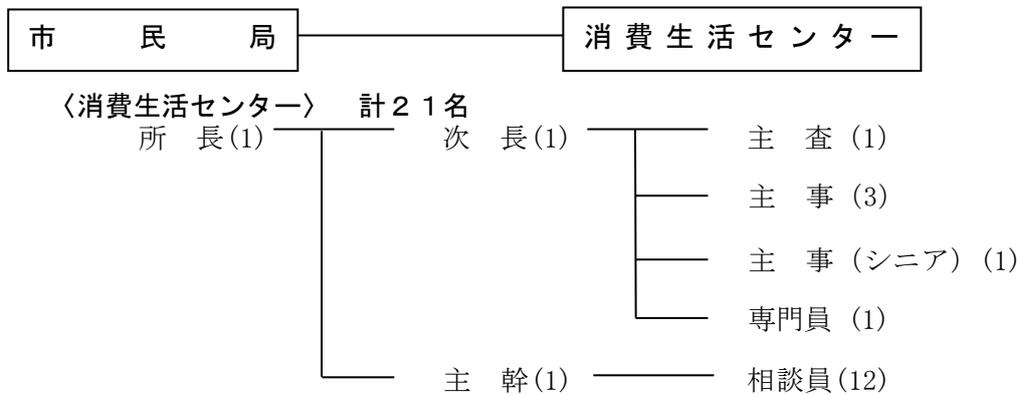
# I 消費生活センターの組織、施設の概要、予算

## 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5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 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=7)	相談員・ 専門員	計
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, ※4	22
3(2021)	8	1	15※2, ※5	24
4(2022)	8	1	13	22
5(2023)	7	1	13	21

※1 定数12人

※2 育休中職員1名を含む。

※3 1名欠員

※4 9月1日から14人

※5 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

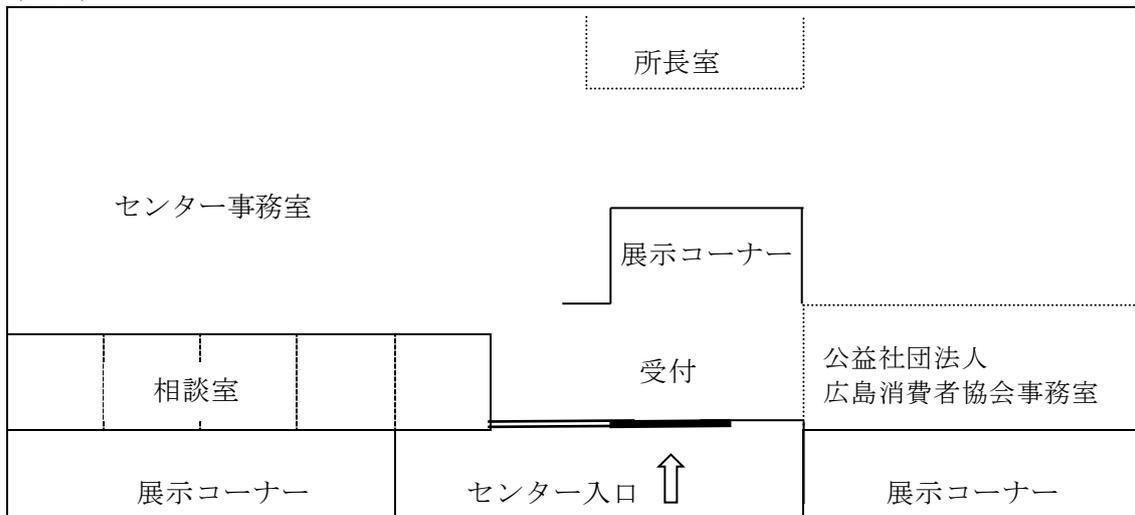
(2) 施設形態 複合ビル（民間ショッピングビル内）

(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

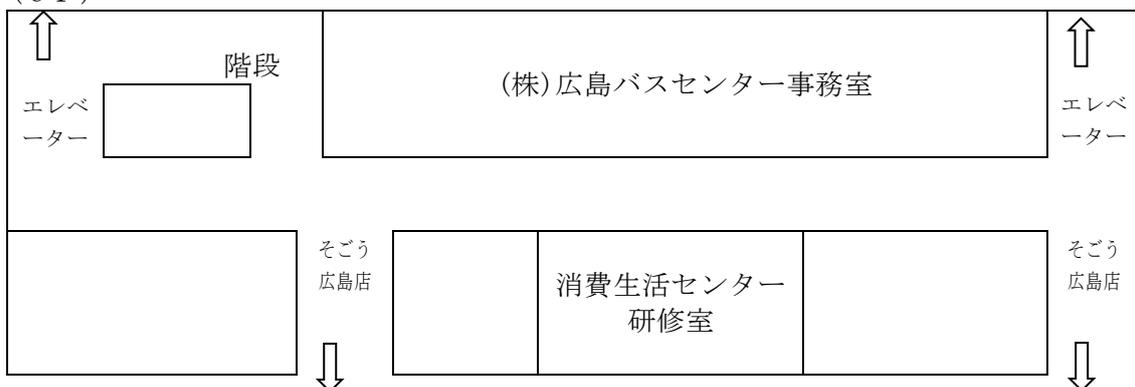
(4) 面積 施設総面積 355.8㎡（ 8階部分 287.8㎡ ）  
 9階部分 68.0㎡

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5年度(2023年度)消費生活センターの予算

項目	R5年度(2023年) 予算A	R4年度(2022年) 予算B	差引 A-B	増減率
	千円	千円	千円	%
<b>1 消費生活行政の総合的な推進</b>	<b>51</b>	<b>1,090</b>	<b>▲ 1,039</b>	<b>▲ 95.3</b>
消費生活審議会の運営	51	46	5	10.9
消費生活基本計画の改定	0	1,044	▲ 1,044	▲ 100.0
<b>2 消費者の権利の保護</b>	<b>2,232</b>	<b>2,282</b>	<b>▲ 50</b>	<b>▲ 2.2</b>
相談業務体制の整備	100	100	0	0.0
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	66	66	0	
相談員等の相談対応能力の強化	1,464	1,464	0	0.0
相談員等の研修参加	470	470	0	
法律専門家(弁護士)を活用した相談事業	994	994	0	
消費者被害の救済	610	660	▲ 50	▲ 7.6
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	600	650	▲ 50	
物価安定対策事業	58	58	0	0.0
物価安定対策事業	58	58	0	
<b>3 消費者の自立の支援</b>	<b>17,345</b>	<b>15,854</b>	<b>1,491</b>	<b>9.4</b>
情報提供	562	504	58	11.5
生活情報の提供	198	260	▲ 62	
くらしの情報紙の発行	364	244	120	
消費者教育・啓発	1,828	1,350	478	35.4
消費生活出前講座	1,292	1,292	0	
消費者教育の推進	69	58	11	
エンカル消費(倫理的消費)の推進	467	0	467	
消費者教育・啓発事業の強化	8,474	7,292	1,182	16.2
配食サービスを利用した高齢者への情報提供事業	660	660	0	
高齢者への消費生活相談周知事業	448	449	▲ 1	
高齢者サロンワーキング事業	1,975	1,975	0	
小学生向け夏休み研究学習会の開催	68	27	41	
子供向けイベントへの参画・出展による消費者教育	152	146	6	
成人向けの消費者教育講習会	4,587	3,642	945	
学校等教育職員に対する研修	176	176	0	
食材配達サービスを利用した消費者への情報提供事業	359	193	166	
広島市消費生活審議会消費者教育部会の開催	49	24	25	
地域安全確保ネットワーク構築事業	971	864	107	12.4
高齢者等の消費者被害防止対策講座	195	270	▲ 75	
消費生活協力団体育成のための見守り講座	355	245	110	
消費生活サポーター養成講座(消費生活力向上応用講座)	104	121	▲ 17	
広島市消費生活審議会安全確保部会の開催	317	228	89	
消費者団体等の活動の推進	5,510	5,844	▲ 334	▲ 5.7
消費者団体等の育成指導	5,510	5,844	▲ 334	
<b>4 消費生活センターの管理運営</b>	<b>25,933</b>	<b>28,530</b>	<b>▲ 2,597</b>	<b>▲ 9.1</b>
消費生活センター管理運営(施設管理)	25,481	28,090	▲ 2,609	▲ 9.3
消費生活センター管理運営(展示啓発)	452	440	12	2.7
<b>計</b>	<b>45,561</b>	<b>47,756</b>	<b>▲ 2,195</b>	<b>▲ 4.6</b>

※人件費は除く。

#### 消費生活センター予算の推移

区分	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)	令和4年度 (2022年度)	令和5年度 (2023年度)
予算額	41,607千円	43,093千円	45,504千円	47,048千円	47,756千円	45,561千円
指数(平成30年度(2018年度)を100とする)	100	103.6	109.4	113.1	114.8	109.5

## II 令和5年度(2023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、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3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、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、推進を図っていたが、「第2次広島市消費生活基本計画」が令和4年度(2022年度)で満了となることから、新たに「第3次広島市消費生活基本計画」を策定した。同計画により、消費者施策の総合的かつ計画的な推進を図っていく。

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

令和5年度(2023年度)から令和9年度(2027年度)までの5年間

##### イ 計画の内容

「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-」を基本目標に掲げ、4つの基本方針(消費生活の安全・安心の確保、消費者の被害の救済、消費者教育の推進、持続可能な社会の形成に向けた消費行動の推進)の下、新たに今後5年間の重点課題・目標を掲げて消費生活の安定と向上を目指す。

##### ウ 計画の推進

#### (ア) 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下、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で公表する。

#### (イ) 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。

#### (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。

#### (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。

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。

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。

## 2 消費生活行政推進のための施策

### 基本方針1 消費生活の安全・安心の確保

#### (1) 危害・危険の防止

##### ア 商品・サービスの安全性の確保

消費生活に欠かせない商品やサービスの安全性を確保するよう、関係法令等に基づき、関係施設等への立入検査や監視・指導等を実施するとともに、安全性についての正しい知識の普及を目的とした講習会等や情報提供、必要に応じて安全性の確保に関する補助制度による支援を実施する。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

##### (7) 広島市消費生活条例に基づく事業者への調査・指導・勧告等

事業者への調査・指導・勧告等を行い、被害の発生や拡大の防止を図る。

##### イ 消費者事故の発生・拡大の防止

生命・身体にかかわる消費者事故の発生・拡大を防ぐよう、他機関と連携した商品テストを実施するとともに、重大事故が発生した場合は、迅速に、関係法令に基づく消費者庁への報告、消費者への情報提供などを行う。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

##### (7) 製品の性能・欠陥等に対する原因究明の支援

製品の性能・品質・欠陥等に関する苦情相談に対して、迅速かつ的確に国等の関係機関に商品テストを依頼し、原因究明の支援を行い、消費者事故の再発防止等に努める。

##### (4) 消費者事故等への迅速な対応

生命・身体に影響するような重大事故等が発生した場合には、速やかに消費者事故に関する情報を消費者庁に通知し、被害の拡大防止を図る。

また、商品事故等に関する緊急情報をホームページ等により市民へ情報提供し、被害の発生や拡大の防止を図る。

#### (2) 適正な取引環境の確保

##### ア 表示・規格・計量等の適正化

商品やサービスを選択する基準である表示等の適正化を図るよう、関係法令等に基づき、関係施設等への立入検査や監視・指導等を実施するとともに、計量についての正しい知識の普及を目的とした啓発事業を実施する。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

### (7) 家庭用品品質表示法等に基づく立入検査

家庭で使用する製品について、立入検査を実施し、必要に応じて指導等を行い、家庭用品等の品質に関する表示の適正化を図る。

### (4) 広島市消費生活条例に基づく表示基準の必要性等の検討等

消費者が商品やサービスを選択する際の判断基準となる表示等について、条例に基づき事業者が遵守すべき基準の策定の必要性について検討し、適正な取引環境の確保に努める。

また、消費生活条例に基づき、必要に応じて事業者への調査・指導・勧告・公表を行い、被害の発生や拡大の防止を図る。

## イ 生活関連物資の安定供給

生活関連物資が安定的に適正な価格で供給されるよう、価格動向等を調査し、公表するとともに、中央卸売市場における生鮮食品等の取引の適正化等に努める。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

### (7) 物価の監視・調査等

日常生活に関連の深い生活関連物資について、消費生活モニターにより価格動向等の調査を行うとともに、ホームページで公表し、生活関連物資の安定供給を図る。

また、生活関連物資の価格が著しく上昇した場合等には、消費生活条例に基づき特定生活関連物資として指定し、必要な調査を行うとともに、事業者が円滑な流通を妨げているなどと認められる場合には、事業活動を是正するよう指導や勧告を行う。

## (3) 事業者に対する指導

### ア 国・県と連携した事業者指導

悪質な消費者被害を防止するよう、国や県と情報交換を行い、行政処分の可能性がある場合には、県等の関係機関と連携し、適切に対応する。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

### (7) 国・県との情報交換

国・県の会議等に参加し、消費者被害等に関する情報交換を行い、悪質な消費者被害の防止に努める。

## イ 広島市消費生活条例に基づく不当取引行為への対応

不当な取引行為が懸念される事案が生じた場合には、事業活動の是正を図るよう、事業者への状況聴取等を行い、是正が図れないような悪質な場合には、条例に基づく指導等を行う。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

### (7) 事業者からの事情聴取等の実施

不当な取引行為が懸念される場合には、事業者への状況聴取、三者面談等を行うことで実態を把握するとともに、事業者と改善について協議を行い、事業活動の是正を図る。

### (4) 広島市消費生活条例に基づく不当取引防止のための情報収集

条例に定める不当な取引行為の禁止に係る運用について、他都市の取組について調査・研究し、不当取引の防止に努める。

## (4) 安全・安心な地域づくりの推進

### ア 地域連携による安全・安心な環境づくりの推進

自ら消費者被害を予防することが困難な弱い消費者が、地域で安心して暮らせるよう、消

消費者被害の防止等につながる講座やパンフレットの配布等による情報提供を行う。また、地域団体等と連携した見守り体制を活用するとともに、地域での消費者被害の防止等の担い手となる消費生活サポーターや消費生活協力団体の拡充を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

**(7) 地域住民への情報提供**

消費者被害や消費生活センターの業務内容に関する情報を地域住民に直接届けることにより、消費者被害の防止を図るとともに、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ぐ。

**(4) 消費者安全確保部会の構成団体と連携した見守り体制の整備**

消費者安全確保部会の構成団体に所属する方に、消費生活に関する見守り活動のあり方を学ぶための講座等を実施し、消費生活サポーターや消費生活協力団体として、見守り活動に取り組む体制を整備することにより、消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

**(ウ) 見守り関係団体等との連携**

消費生活協力団体や地域包括支援センター等と情報を共有し、地域の見守り活動を実施することにより、消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

**イ ぜい弱な消費者の権利擁護の推進**

判断能力が不十分または意思や権利を主張することが困難な高齢者や障害者等の権利を擁護するよう、財産侵害から保護する制度等を周知し、その利用促進を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

**(7) 消費生活相談におけるぜい弱な消費者の権利擁護の推進のための関係機関の紹介**

自立した消費生活が難しいと思われる場合には、家族や介護支援専門員などに権利擁護のための制度や行政の福祉関係窓口を紹介し、利用を促すことにより、消費者被害の未然防止につなげるよう努める。

**基本方針 2 消費者の被害の救済**

**(1) 相談体制の充実**

**ア 相談機能の強化**

消費者が消費生活相談をしやすい環境を整備するよう、電子メールでの相談受付やオンライン相談等、多様な相談機会を提供するとともに、国が検討している消費生活相談のデジタルトランスフォーメーション（DX）についても、動向等を踏まえながら、迅速に対応する。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

**(7) 消費生活相談のデジタルトランスフォーメーション（DX）への対応**

デジタルトランスフォーメーション（DX）の進展を踏まえ、相談者が消費生活相談をしやすい環境の整備に取り組み、相談者の利便性の向上と業務の効率化を図る。

**(4) 消費生活相談での外国人への対応**

多言語で生活に関する相談などを行う外国人相談窓口や音声通訳アプリを活用することにより、日本語が十分理解できない外国人の相談対応を強化する。

**イ 相談対応力の向上**

消費生活相談員が、複雑化・多様化する相談内容に対応できるよう、研修等により、業務に関する専門知識の習得や相談対応時のコミュニケーション能力等の向上を図るとともに、全国消費生活情報ネットワークに集積している消費者被害に関する情報を活用し、消費者被害の拡大防止

を図る。また、靈感商法や訪問販売により不当な勧誘があった場合等には、弁護士等と連携し、相談の解決に向けた的確な助言を行う。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

**(7) 国民生活センター等主催の相談業務に係る研修への参加**

国民生活センターが実施する専門研修や県が実施する研修に相談員を参加させ、専門知識を習得するとともに、総合的な能力の向上に努める。

**(4) 消費生活センター主催の相談業務に係る研修の実施**

消費生活センターにおいて研修を実施し、相談対応能力などの相談員の総合的な資質の向上に努める。

**(7) 弁護士会との事例検討会の実施**

弁護士を講師に招き、解決困難事例等について事業者との交渉方法等のアドバイスを受ける事例検討会を実施し、複雑化・多様化する消費者トラブルに対応するための能力向上を図る。

**(E) 消費者被害に関する広域的情報共有**

全国消費生活情報ネットワークを活用し、全国または広島広域都市圏等での消費生活相談等に関する情報を把握し、市民に提供することで、被害拡大の防止を図る。

また、相談情報をネットワークに登録することにより、全国の消費生活センターと情報共有を図るとともに、相談データの管理・検索の効率化を図る。

**(オ) 相談員のあっせんによる契約トラブル等の解決**

複雑・高度な内容の消費生活相談で事業者との交渉が必要な場合には、相談員が消費者と事業者の間に入って交渉し、あっせんによる問題解決を図る。

**(カ) 弁護士による助言業務の実施**

専門的な法律知識を要する相談については、相談員が弁護士からの的確な助言を仰ぎ、消費者トラブルの解決を図る。

**ウ 消費者紛争・訴訟への支援**

法律の専門家の見識を必要とするなど、消費生活相談による苦情処理では解決が困難な相談については、条例に基づき、弁護士等で組織された消費生活紛争調停委員会における調停等により、解決を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

**(7) 消費生活紛争調停委員会における調停等**

消費生活紛争調停委員会で被害救済の調停及び訴訟費用の貸付の認定等の審議を行い、解決を図る。

また、消費生活紛争調停委員会で、調停で解決できなかった苦情などについて、一定の要件を満たす場合は、訴訟に必要な費用の貸付けを行う。

**(4) 適格消費者団体との連携**

適格消費者団体との連携を進めるとともに、被害拡大の恐れのある場合は、相談者に同団体へ情報の提供を働きかけ、被害の拡大防止に努める。

**エ 広島市消費生活センターの周知**

消費生活に関わるトラブルや悩みについては、消費生活センターがその解決に向けた助言等を行う機関であることを周知し、相談に導くよう、消費生活センターの業務内容や消費者被害に関する情報等を様々な広報媒体を活用し情報提供を行うとともに、消費者団体等と連携した啓発活動の拡充を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

### (7) 消費生活情報紙の作成等

消費生活情報紙「知っ得なっとく」を作成し、市民等に提供することにより、自立した消費者の育成と消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

### (イ) 市広報紙等を活用した情報提供

市の広報紙や広報番組、SNSなどを活用し、消費生活に関する情報を市民に提供することにより、自立した消費者の育成と消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

### (ウ) 消費者力向上キャンペーン事業

消費者自らの学習意欲を高めるため、消費者団体、事業者団体等と協力し、消費者月間や各種イベントに合わせて消費者啓発事業を実施することにより、消費者力の向上を図る。

## (2) 関係機関との連携

### ア 行政機関との連携

消費者トラブルが潜在化しないよう、より適切な相談窓口への紹介や情報交換など、市関係相談窓口や他の行政機関との相互の連携を図る。また、架空請求やインターネット販売での詐欺行為等、犯罪につながる可能性がある相談の場合には、県警と連携して対応する。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

#### (7) 市関係相談窓口との連携

消費生活センターと消費者問題に関する相談窓口及び関係機関が連携し、相談内容の解決や情報共有を進める。

#### (イ) 多重債務問題対策における関係機関等との連携

多重債務問題関係課長連絡会議における多重債務の相談状況や実状等の情報交換や、窓口で市民と接する関係課職員への研修会を開催することにより、相談窓口への誘導や多重債務に苦しむ市民の早期発見に努める。

#### (ウ) 県生活センターとの連携

消費生活相談において、行政処分の可能性がある案件については、県生活センターと情報交換を行い、連携して対応することにより、悪質な消費者被害の防止に努める。

#### (エ) 県警との連携

消費生活相談において、犯罪につながる可能性がある案件について、県警と情報交換を行い、連携して対応することにより、悪質な消費者被害の防止に努める。

### イ 相談機関等との連携

複雑化・多様化する消費者トラブルに対応できるよう、弁護士会等による相談会の実施や業界団体等との情報交換など、相談機関等との相互の連携を図る。また、多重債務や専門的な法律知識を要する相談があった場合には、弁護士会などの相談機関等と連携して対応する。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

#### (7) 弁護士会等との連携による相談会の実施

弁護士会、司法書士会等との連携により無料相談会を実施し、消費生活センターのみでは解決することが困難な事案について専門家の協力を得て解決を図る。

#### (イ) 各種業界の相談窓口との連携

消費生活センターに寄せられる消費者の苦情や相談等について、事業者団体等へ情報提供し、事業者との連携を深めることにより、消費者トラブルの解決を図る。

また、業界団体との情報交換や会議の場を利用して、情報交換を行い、消費者トラブルの解決を図る。

### (3) 消費者意見の反映

#### ア 消費者施策への消費者意見の反映

消費者施策を市民の消費生活の安定と向上に効果的につなげるよう、消費者が消費者施策に参画し、その意見を述べる機会を設け、消費者意見を消費者施策に適切に反映させるとともに、必要に応じて条例に基づく措置を講じる。

##### (ア) 消費生活相談における消費者の意見・要望等の把握・反映

消費生活に関する相談及び苦情の処理・あっせんを行う際に、消費者の意見・要望等を的確に把握し、消費者施策に反映する。

##### (イ) 消費生活審議会への消費者団体、公募市民の参画

消費生活審議会への消費者団体及び公募市民の参画による意見聴取などにより、市民意見を反映する。

##### (ウ) 消費生活基本計画案へのパブリックコメントの募集と意見の計画への反映

消費生活基本計画の策定に当たり、パブリックコメントを募集し、計画に意見を反映する。

##### (エ) 消費生活モニター、ホームページにおける消費者の意見の募集

物価調査において消費生活モニターからの意見を聴取する。また、必要に応じてホームページにおいて消費者の意見の募集を行い、消費者施策に適切に反映させる。

##### (オ) 市長への申出制度

消費者の権利が侵害されていることについて相当な理由があるとき、市長へその旨の申出があった場合は、条例に基づく措置を講じる。

## 基本方針 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

#### ア 学校における消費者教育の推進

自立した消費者として行動することができる力を育成するよう、学習指導要領に基づく消費者教育教材の作成やSNSを活用した情報提供等を行うとともに、消費者教育コーディネーターによる学校訪問や出前講座など、教育委員会と連携した消費者教育の拡充を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

##### (ア) 消費者教育教材の作成等

消費生活について、わかりやすく学ぶための消費者教育教材や教員が指導するときに参考となる指導資料等を作成・配布することにより、自立した消費者の育成を図る。

##### (イ) 消費者教育コーディネーターの学校訪問

消費者教育コーディネーターが学校を訪問し、学校現場の情報収集や消費生活センターからの情報提供を行い、教育委員会と連携した消費者教育の推進を図る。

##### (ウ) 大学等における消費者教育の推進

大学等に、新入生を対象にした消費者教育の実施を働きかけるとともに、消費生活に関する情報を提供することにより、クレジットカード、悪質商法等に係るトラブル防止を図る。

#### イ 地域・家庭・職場における消費者教育の推進

生涯を通じて切れ目なく消費者教育を受けられるよう、消費者教育教材等による情報提供や、出前講座や親子で学ぶ学習会など、年齢層に応じた啓発活動を行うとともに、自立した消費者の育成につながる取組を進めている事業者等を顕彰し、取組意欲の向上を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

## (7) 消費生活出前講座の実施

学校、高齢者団体、地域で高齢者を支援する団体などに講師を派遣し、消費者トラブルの実例などを通して、消費生活の基礎的知識の普及に努め、自立した消費者の育成と消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

### (イ) 電子メディアに関する講習会の開催

青少年や保護者及び教職員等を対象として、インターネットやSNS等電子メディアの利用に係る危険性、正しい活用方法及び利用する際の家庭でのルールづくりに関する講習会を開催し、青少年の電子メディアの適正利用を促す。

### (ウ) 小学生向け夏休み研究学習会等の実施

夏休み期間中に、家庭生活に密着した消費者教育を行う学習会を実施し、消費行動の実践力の向上を目指す。

### (エ) 二十歳を祝うつどいにおける消費者啓発

二十歳を祝うつどいにおいて、消費者被害に関する情報を提供するなど消費者啓発を行うことにより、消費者力の向上を図る。

### (オ) 消費者力向上キャンペーン事業

消費者自らの学習意欲を高めるため、消費者団体、事業者団体等と協力し、消費者月間や各種イベントに合わせて消費者啓発事業を実施することにより、消費者力の向上を図る。

### (カ) 消費者啓発用品の貸出

団体や個人からの依頼に応じて、啓発図書やDVD、タペストリー等を貸出し、市民の消費生活に関する知識の向上を図る。

## (2) 消費者教育推進のための人材の育成

### ア 学校における人材の育成

学校での消費者教育において推進役となる教員の指導力が向上するよう、教員への消費者教育研修や講座を実施するとともに、消費者教育コーディネーターによる実践指導や授業をサポートできる人材の紹介等、教員への支援を行う。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

#### (7) 教員を対象とした消費者教育研修の実施

国民生活センターの消費者教育研修に教員を派遣することにより、教員の指導力の向上を図る。

#### (イ) オンラインによる消費者教育講座の実施

WEB会議システム等を利用したオンラインによる消費者教育講座を実施することにより、教員の学習機会を提供し、総合的な資質の向上に努める。

#### (ウ) 消費者教育コーディネーターによる教員への支援

教育委員会や学校と連携して、学校における消費者教育の現状と課題を把握し、各学校での取組を推進するとともに、消費生活に関する情報提供や消費者教育に係る実践指導等を行うことにより、学校での消費者教育の推進を図る。

#### (エ) 消費者教育をサポートする人材のあっせん

消費者教育に関する授業に必要となる専門的な知識を持つ人材をあっせんすることにより、わかりやすい授業の実現を図る。

#### (オ) 消費者教育コーディネーターの育成

消費者教育コーディネーターが、研修会への参加等により、消費者問題や消費者教育に関する知識等を身に付け、学校と連携した効果的な消費者教育の推進を図る。

## イ 地域における人材の育成

地域での消費者教育の担い手として期待される消費者団体や高齢者の見守り活動を実施する団体等の活動がより活発になるよう、消費者被害の防止に関する講座や情報提供等を行うとともに、消費者団体への教育活動に対する支援等を行う。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

### (7) 消費生活出前講座の実施

学校、高齢者団体、地域で高齢者を支援する団体などに講師を派遣し、消費者トラブルの実例などを通して、消費生活の基礎的知識の普及に努め、自立した消費者の育成と消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

### (イ) 消費者大学の実施

消費者問題に対する学習意欲の高い消費者を対象に消費者大学を開講し、地域における消費者活動を担う人材づくりに取り組む。

### (ウ) 消費生活サポーターの育成

高齢者等の見守り活動のあり方を学ぶための講座の実施や活動を支援する情報の提供等により、見守り活動を担う人材を育成し、高齢者等の消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

### (エ) 消費生活協力団体の育成

高齢者等の見守り活動のあり方を学ぶための講座の実施や活動を支援する情報の提供等により、消費者安全の確保に取り組む消費生活協力団体を育成し、消費者被害の未然防止や拡大防止を図る。

### (オ) 公益社団法人広島消費者協会への支援

公益社団法人広島消費者協会が実施する教育活動・調査研究活動や地区活動等に対する事業補助、常勤職員の人件費補助を行い、地域で消費者教育を行う人材を育成する。

### (カ) 消費者の自主活動の場の提供

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

## 基本方針 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

#### ア エシカル消費の普及啓発

一人一人の消費行動が、人や社会、環境に重大な影響を及ぼすことに配慮して、消費者が自主的かつ合理的な消費行動を行うことができるよう、エシカル消費に関する意識を高めるための情報提供や地域で活動している団体等と連携した啓発活動等を実施するとともに、エシカル消費に関連する商品を扱う店舗や市の啓発活動等を紹介するエシカルマップを作成し、エシカル消費の普及啓発活動の拡充を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

#### (7) エシカルマップの作成

エシカル消費に関連する商品を扱う店舗やエシカル消費に関連する取組等が、身近にあることを周知するためのマップを作成し、市民のエシカル消費への意識を高めるとともに、行動の促進を図る。

#### (イ) 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

エシカル消費を普及促進するための動画やパンフレット等を作成するとともに、各地域で活動している団体や事業者等と連携を図り、啓発活動を実施する。

## (2) 持続可能な社会の形成に向けた事業活動の推進

### ア 消費者志向経営の推進

事業者が、消費者全体の視点に立った事業活動を行うよう、消費者志向経営に関する情報提供を行うとともに、消費者志向経営に取り組んでいる事業者を顕彰し、取組意欲の向上を図る。消費生活センターで所管する個別施策は次のとおりである。

#### (ア) 事業者に向けた消費者志向経営の普及啓発

様々な機会をとらえて、事業者に消費者志向経営に関する情報提供等を行い、普及啓発を図る。

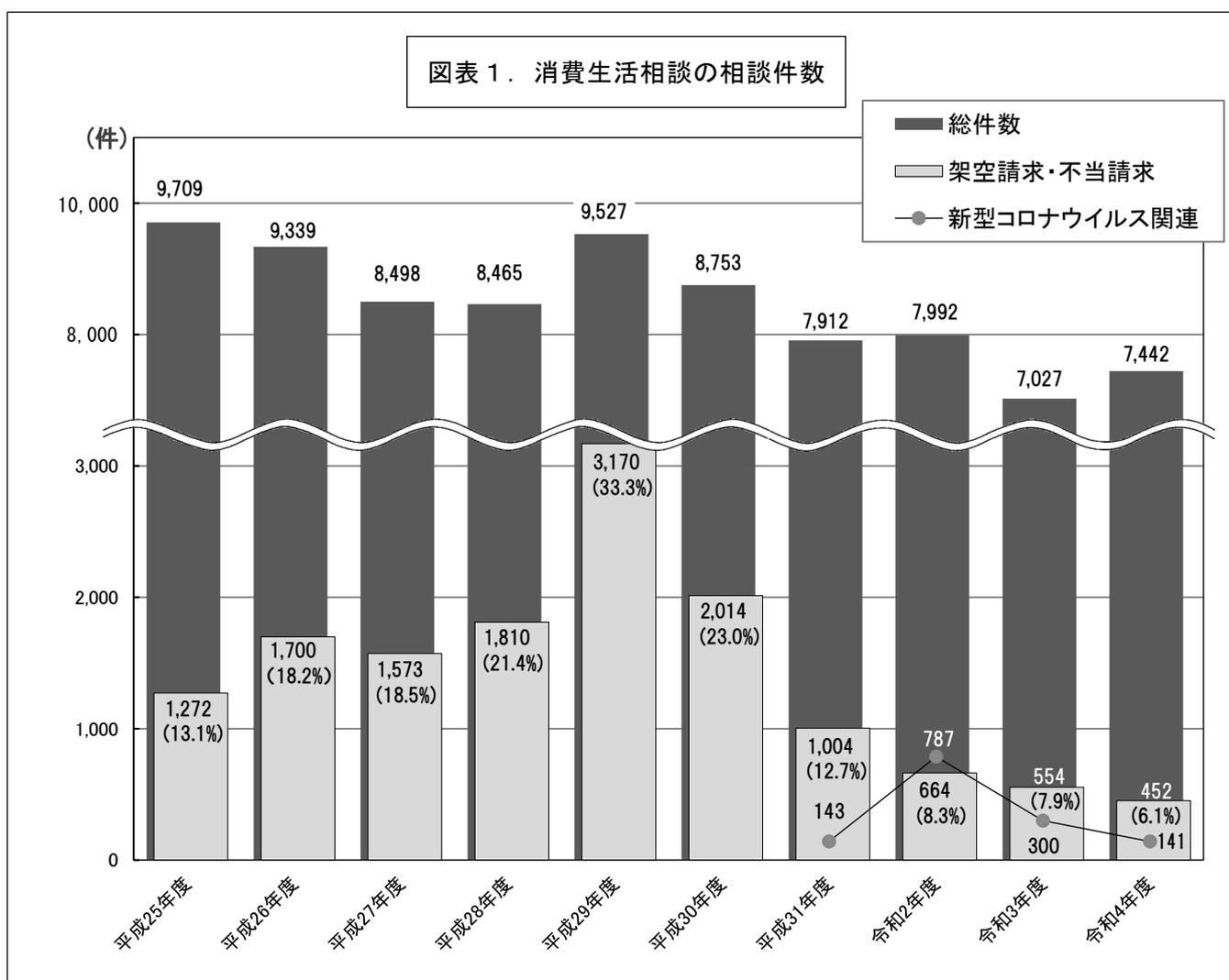
### Ⅲ 令和4年度（2022年度）消費生活相談の概要

#### 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4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7,442件となり、前年度に比べ415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、141件だった。

「架空請求・不当請求」の相談は、452件（総件数の6.1%）であり、前年度に比べ102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。

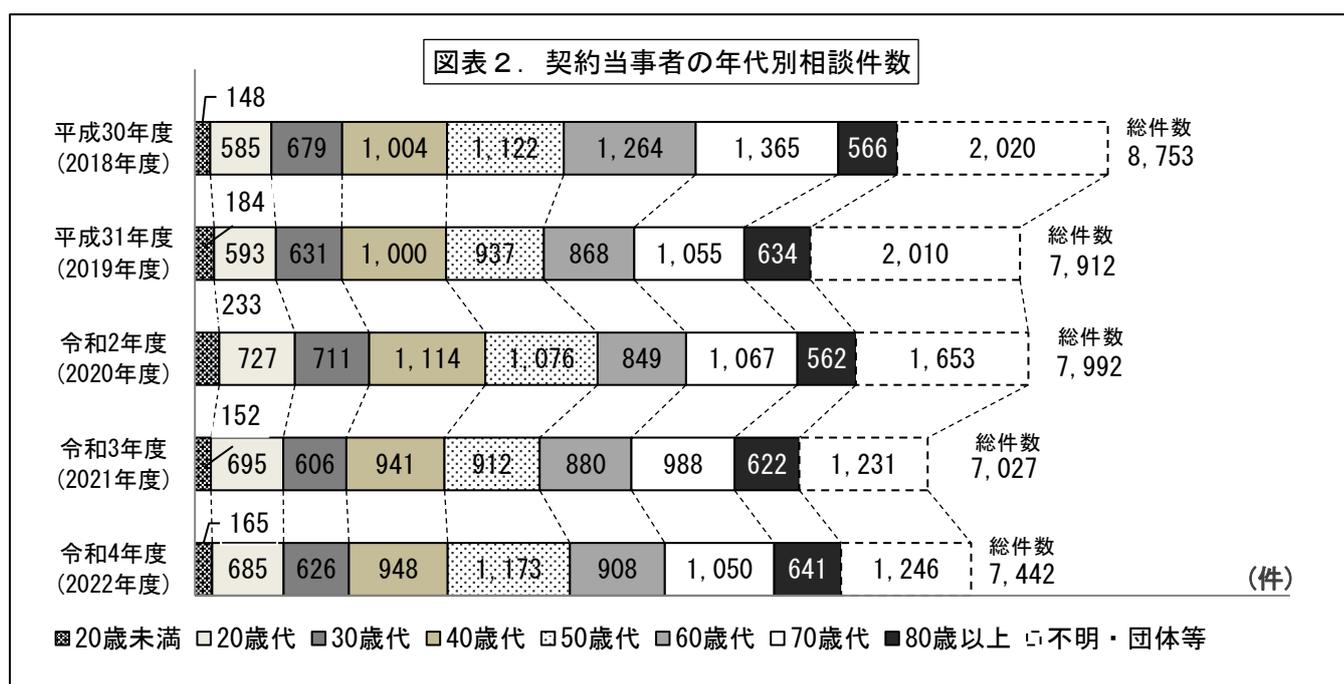


## (2) 年代別の相談推移

令和4年度の契約当事者の年代別相談件数は、前年度に比べ「20歳代」が10件減少したが、「50歳代」が262件、「70歳代」が63件、「60歳代」が29件、「30歳代」が20件、「80歳以上」が19件、「20歳未満」が13件、「40歳代」が9件増加した。

また、年代別の相談割合は、「50歳代」が18.9%と全年代で最も多かった。

なお、相談者と契約当事者が同一である割合を年代別に見ると、相談者と契約者の同一割合については、「30歳代」から「70歳代」までは約90%が同一であったが、「20歳未満」が31.9%、「80歳以上」が66.1%、「20歳代」が79.1%となっており、契約当事者ではない者（家族等）からの相談が一定数あることが分かった。



**図表 3. 年代別の相談者と契約者当事者が同一である割合**

	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
平成30年度 (2018年度)	24.3	75.2	87.3	91.0	89.9	88.4	79.7	59.9
平成31年度 (2019年度)	27.7	73.4	88.1	91.2	92.8	89.5	83.0	59.0
令和2年度 (2020年度)	35.2	79.8	87.8	93.9	93.5	89.8	86.9	62.3
令和3年度 (2021年度)	33.6	79.4	89.6	93.8	93.5	92.7	86.1	64.8
令和4年度 (2022年度)	31.9	79.1	92.3	93.6	94.0	94.3	87.4	66.1

(%)

## 2 商品・役務別の相談状況

### (1) 商品・役務別の相談件数

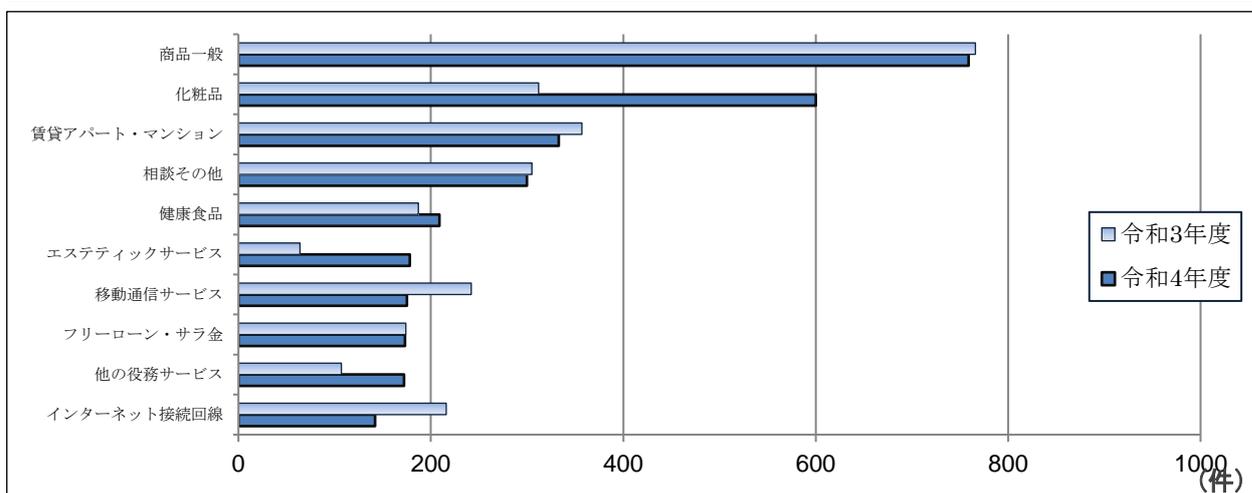
令和4年度の相談件数は、架空請求などの「商品一般」に区分される相談が前年と同様に最も多かったが、前年度に比べ7件減少している。

相談件数が減少したのものとしては、「賃貸アパート・マンション」が24件（93.3%）、「移动通信サービス」が67件（72.3%）、「インターネット接続回線」が74件（65.7%）減少した。

相談件数が増加したのものとしては、「化粧品」が288件（192.3%）、「健康食品」が22件（111.8%）、「エステティックサービス」が114件（278.1%）、「他の役務サービス」が65件（160.7%）増加した。

図表4. 商品・役務別の相談件数(上位10位)

順位	区分	令和4年度 (件)	令和3年度 (件)	前年度 差 (件)	前年度 比 (%)	主な内容
1	商品一般	759	766	▲7	99.1	公的機関や債権回収業者を騙った架空請求はがきやメール、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	化粧品	600	312	288	192.3	意図しない定期購入、基礎化粧品、シャンプー、除毛剤、ファンデーションなど
3	賃貸アパート・マンション	333	357	▲24	93.3	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
4	相談その他	300	305	▲5	98.4	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
5	健康食品	209	187	22	111.8	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
6	エステティックサービス	178	64	114	278.1	美容エステや脱毛エステの契約など
7	移动通信サービス	175	242	▲67	72.3	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	173	174	▲1	99.4	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	他の役務サービス	172	107	65	160.7	パソコンのウィルス対策、占いサイトなど
10	インターネット接続回線	142	216	▲74	65.7	プロバイダー、インターネット回線の電話勧誘販売など
	その他	4,401	4,297	104	102.4	
	合計	7,442	7,027	415	105.9	



(2) 年齢構成別の商品・役務別の相談件数

ア 若年層（30歳未満）

令和4年度の総件数は850件で、前年度に比べ3件増加した。美容エステや脱毛エステの契約などの「エステティックサービス」の相談が最も多く、次いで賃貸アパートの契約、原状回復に関するトラブルなどの「賃貸アパート・マンション」の相談が多かった。

イ 一般層（30歳代～50歳代）

令和4年度の総件数は2,750件で、前年度に比べ291件増加した。乳液や化粧クリーム、シャンプーの定期購入などの「化粧品」の相談が最も多く、次いで迷惑メールや不審な電話、架空請求などの「商品一般」の相談が多かった。

ウ 高齢層（60歳以上）

令和4年度の総件数は2,601件で、前年度に比べ111件増加した。「商品一般」の相談が最も多く、次いで「化粧品」の相談が多かった。

図表5. 年齢構成別の商品・役務別の相談件数（上位5位）

若年層（30歳未満）						
	令和4年度（総件数 850 件）		令和3年度（総件数 847 件）		令和2年度（総件数 960 件）	
順位	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	エステティックサービス	127	内職・副業その他	71	デジタルコンテンツその他	71
2	賃貸アパート・マンション	60	賃貸アパート・マンション	56	賃貸アパート・マンション	63
3	インターネットゲーム	41	エステティックサービス	45	健康食品	61
4	商品一般	39	電気	44	商品一般	47
5	内職・副業その他	35	インターネットゲーム	43	エステティックサービス	46

一般層（30歳代～50歳代）						
	令和4年度（総件数 2,750 件）		令和3年度（総件数 2,459 件）		令和2年度（総件数 2,901 件）	
順位	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	化粧品	273	商品一般	211	商品一般	268
2	商品一般	232	賃貸アパート・マンション	154	相談その他	196
3	賃貸アパート・マンション	144	化粧品	118	健康食品	188
4	相談その他	89	相談その他	108	賃貸アパート・マンション	160
5	健康食品	87	フリーローン・サラ金	93	デジタルコンテンツその他	122

高齢層（60歳以上）						
	令和4年度（総件数 2,601 件）		令和3年度（総件数 2,490 件）		令和2年度（総件数 2,478 件）	
順位	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	商品一般	340	商品一般	354	商品一般	338
2	化粧品	261	化粧品	142	健康食品	115
3	相談その他	92	インターネット接続回線	102	化粧品	104
4	健康食品	85	移动通信サービス	97	デジタルコンテンツその他	102
5	移动通信サービス	74	健康食品	82	相談その他	80

※令和3年度からは、全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）の改訂により、「デジタルコンテンツその他」等、商品別分類の区分が変更されている。

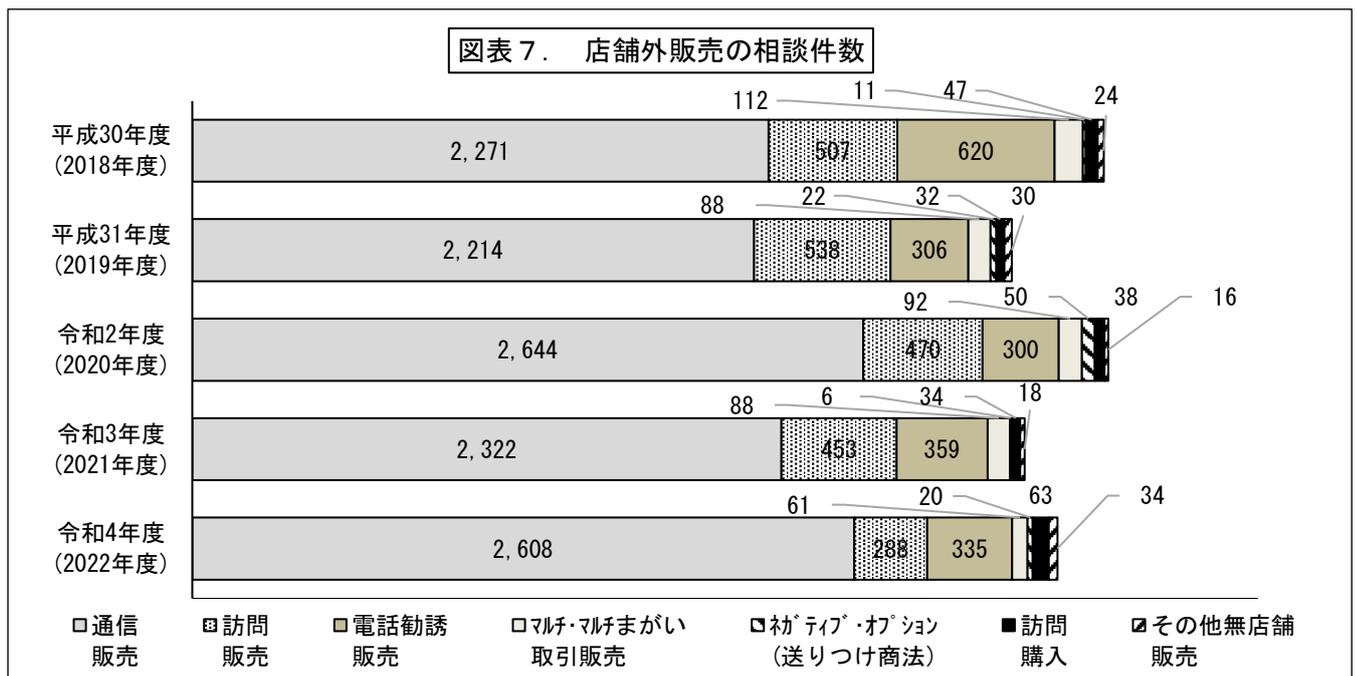
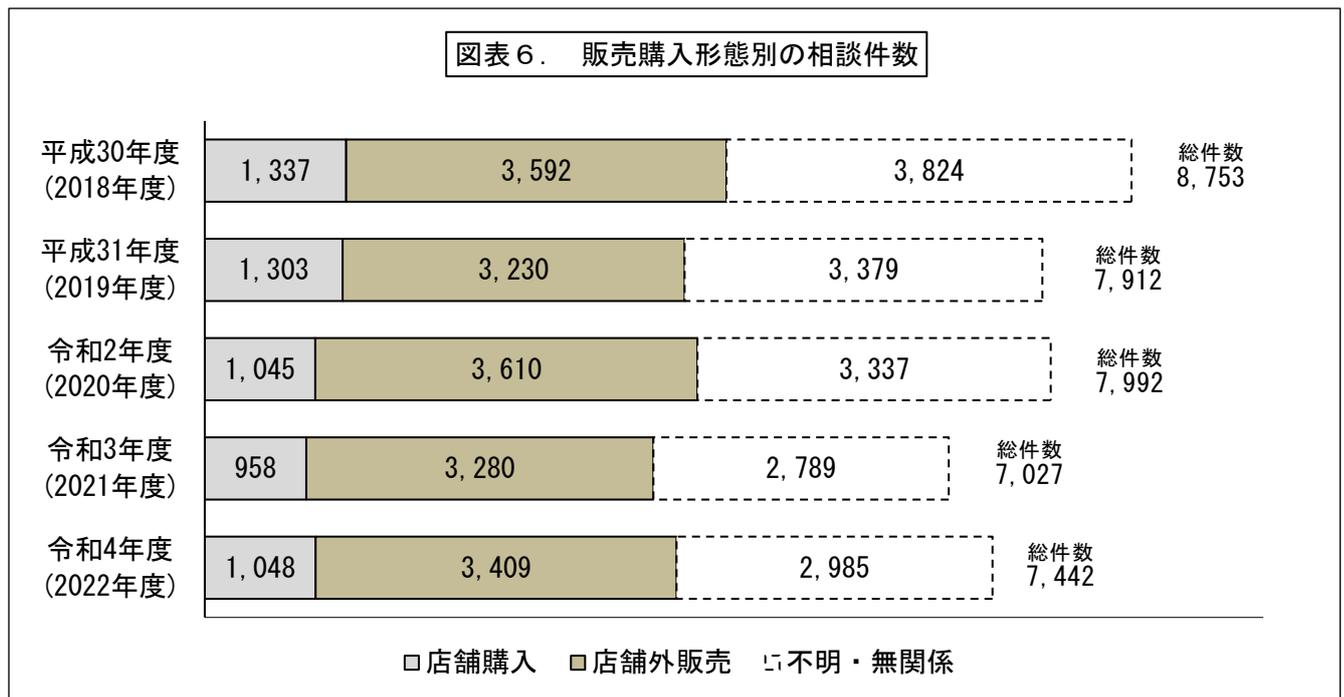
### 3 販売購入形態別の相談状況

#### (1) 販売購入形態別の相談件数

令和3年度の相談件数は、店舗購入の相談件数は1,048件となり、前年度に比べ90件増加した。

店舗外販売の相談件数は、3,409件となり、前年度に比べ129件増加し、消費生活相談の総件数7,442件のうち、店舗外販売が占める割合は、45.8%となり、前年度とほぼ同じ割合であった。

また、店舗外販売のうち、相談件数が多いものは、「通信販売」が2,608件と最も多く、次いで「電話勧誘販売」が335件、「訪問販売」が288件であった。



(2) 店舗外販売の相談件数

ア 通信販売

総件数 2,608 件のうち、乳液や化粧クリーム、シャンプーの定期購入などの「化粧品」の相談が最も多く、次いで迷惑メールや不審な電話、架空請求などの「商品一般」の相談が多かった。

イ 電話勧誘販売

総件数 359 件のうち、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、次いでパソコンのウィルス対策、占いサイトなどの「他の役務サービス」の相談が多かった。

ウ 訪問販売

総件数 289 件のうち、水回りの修理やトイレ修理などの「修理サービス」の相談が最も多く、次いで「インターネット接続回線」の相談が多かった。

図表 8. 店舗外販売ごとの相談件数（上位 5 位）

① 通信販売  
(総件数 2,608 件)

順位	区分	件数
1	化粧品	563
2	商品一般	186
3	健康食品	166
4	紳士・婦人洋服	124
5	アダルト情報	70

② 訪問販売  
(総件数 289 件)

順位	区分	件数
1	修理サービス	28
2	インターネット接続回線	18
3	電気	17
4	塗装工事	16
5	屋根工事	16

③ 電話勧誘販売  
(総件数 335 件)

順位	区分	件数
1	インターネット接続回線	51
2	他の役務サービス	42
3	電気	30
4	魚介類全般	23
5	鮮魚	18

④ マルチ・マルチまがい  
取引販売  
(総件数 61 件)

順位	区分	件数
1	内職・副業その他	9
2	ファンド型投資商品	8
3	健康食品	8
4	商品一般	6
5	浄水器	6

⑤ ネガティブ・オプション  
(送りつけ商法)  
(総件数 20 件)

順位	区分	件数
1	商品一般	6
2	カレンダー	5
3	化粧品	2
4	アクセサリ	1
5	他の教養娯楽品類	1

⑥ 訪問購入  
(総件数 63 件)

順位	区分	件数
1	商品一般	15
2	アクセサリ	14
3	和服	11
4	かばん	3
5	ミシン	2

⑦ その他無店舗販売  
(総件数 34 件)

順位	区分	件数
1	パーキング	3
2	他の役務サービス	3
3	タクシーサービス	2
4	宅配便サービス	2
5	飲料	2

(3) 年齢構成別の通信販売の相談件数

ア 若年層（30歳未満）

令和4年度の総件数は308件で、前年度に比べ39件減少した。オンラインゲームなどの「インターネットゲーム」の相談が最も多く、次いで乳液や化粧クリーム、シャンプーの定期購入などの「化粧品」の相談が多かった。

イ 一般層（30歳代～50歳代）

令和4年度の総件数は1,216件で、前年度に比べ236件増加した。「化粧品」の相談が最も多く、次いでダイエットサプリなどの「健康食品」の相談が多かった。

ウ 高齢層（60歳以上）

令和4年度の総件数は852件で、前年度に比べ113件増加した。「化粧品」の相談が最も多く、次いで迷惑メールや不審な電話、架空請求などの「商品一般」の相談が多かった。

図表9. 年齢構成別の通信販売の相談件数（上位5位）

若年層（30歳未満）						
	令和4年度（総件数 308件）		令和3年度（総件数 347件）		令和2年度（総件数 435件）	
順位	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	インターネットゲーム	39	インターネットゲーム	43	健康食品	58
2	化粧品	29	化粧品	29	デジタルコンテンツその他	57
3	健康食品	17	出会い系サイト・アプリ	27	オンラインゲーム	41
4	内職・副業その他	16	内職・副業その他	26	化粧品	40
5	出会い系サイト・アプリ	16	健康食品	23	紳士・婦人洋服	24

一般層（30歳代～50歳代）						
	令和4年度（総件数 1,216件）		令和3年度（総件数 980件）		令和2年度（総件数 1,148件）	
順位	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	化粧品	260	化粧品	108	健康食品	185
2	健康食品	81	商品一般	76	化粧品	100
3	商品一般	71	紳士・婦人洋服	60	デジタルコンテンツその他	91
4	紳士・婦人洋服	67	健康食品	55	商品一般	66
5	アダルト情報	32	アダルト情報	41	紳士・婦人洋服	61

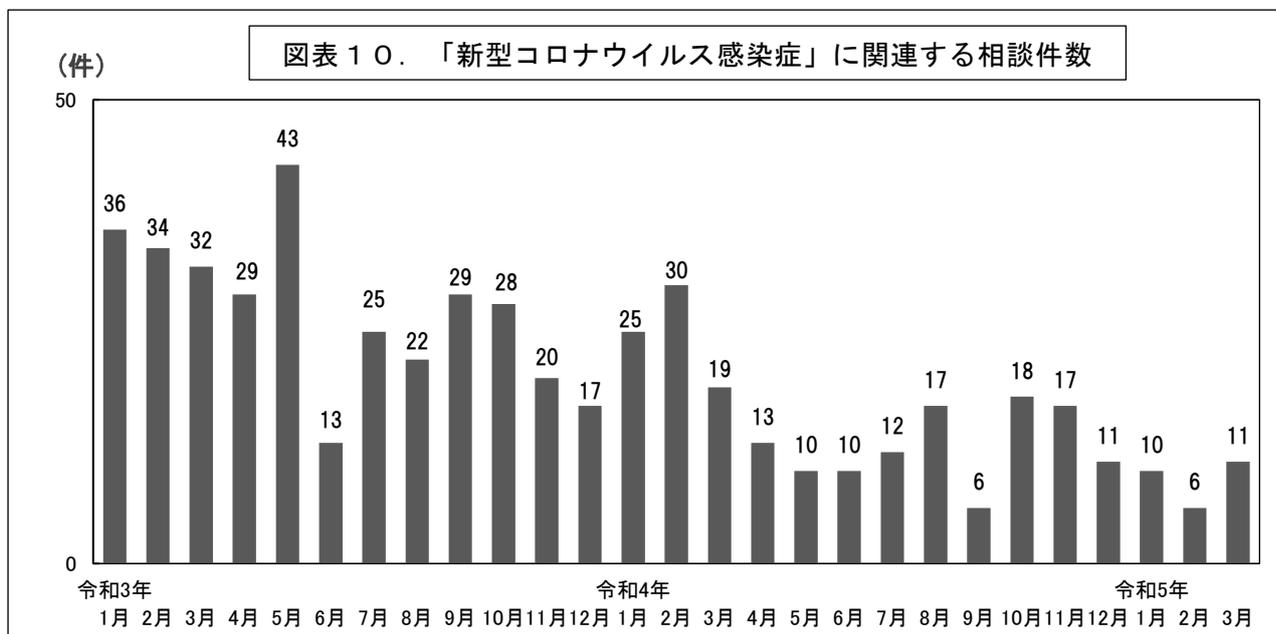
高齢層（60歳以上）						
	令和4年度（総件数 852件）		令和3年度（総件数 739件）		令和2年度（総件数 715件）	
順位	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	化粧品	245	化粧品	126	化粧品	91
2	商品一般	74	商品一般	64	健康食品	88
3	健康食品	57	健康食品	55	デジタルコンテンツその他	83
4	アダルト情報	27	アダルト情報	45	商品一般	59
5	紳士・婦人洋服	26	他の役務サービス	33	アダルト情報サイト	38

## 4 注目事例

### (1) 「新型コロナウイルス感染症」に関連する消費生活相談

#### ア 相談件数

相談件数は、令和3年以降は微増する月もあったが、ほとんどの月で減少傾向となっており、新型コロナウイルス感染症の終息に伴って相談件数も減少していることが分かった。



#### イ 商品・役務別の相談件数

令和4年度の総件数は141件で、前年度に比べ159件減少した。消費者金融・クレジットカード会社からのローン（借金）の整理などの「フリーローン・サラ金」の相談が最も多く、次いで国内旅行などを中止する際のキャンセル料などの「国内パッキングツアー」の相談が多かった。

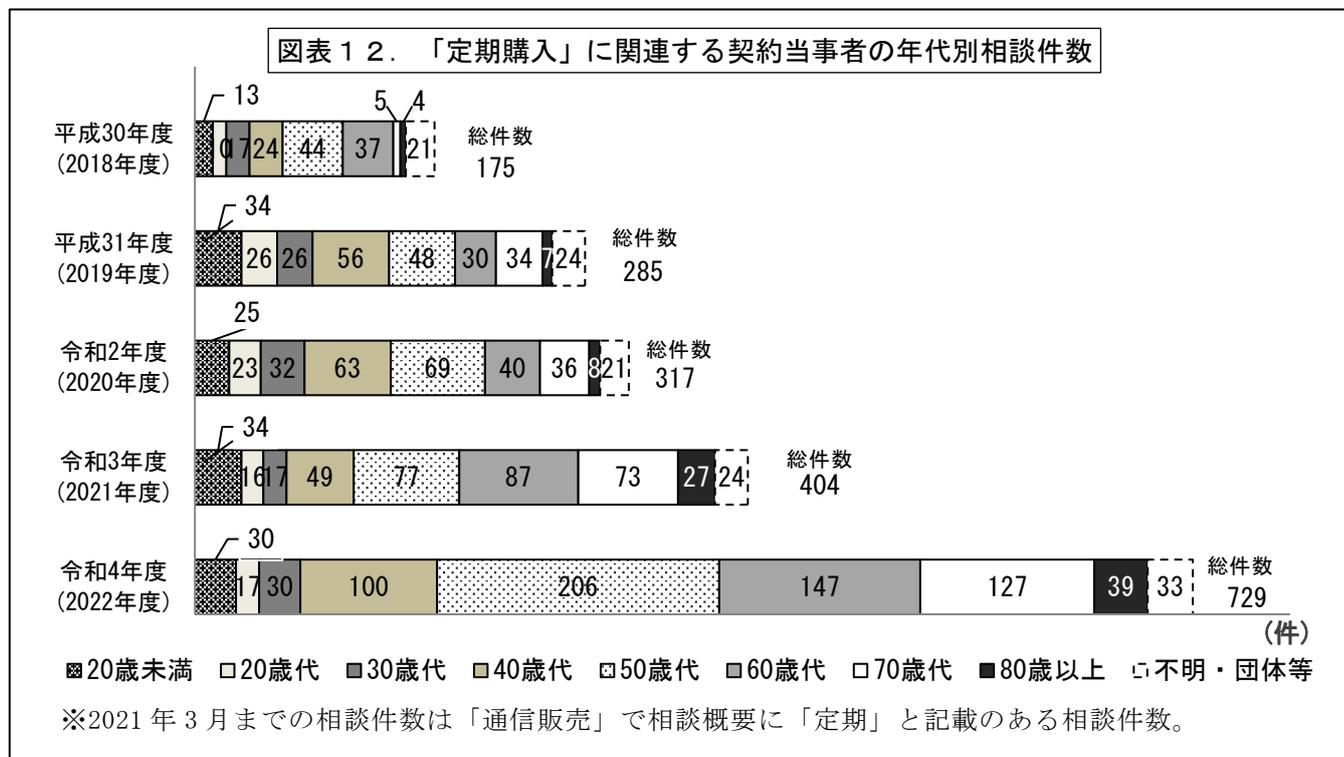
図表 11. 「新型コロナウイルス感染症」に関連する商品・役務別の相談件数(上位 10 位)

順位	令和4年度（総件数 141 件）		令和3年度（総件数 300 件）		令和2年度（総件数 787 件）	
	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	フリーローン・サラ金	16	他の保健衛生用品	159	国内パッキングツアー	46
2	国内パッキングツアー	9	他の行政サービス	78	他の保健衛生用品	25
3	相談その他	8	相談その他	47	海外パッキングツアー	7
4	魚介類全般	7	結婚式関連サービス	33	ちり紙類	6
5	結婚式関連サービス	5	スポーツ・健康教室	32	航空サービス	6
6	スポーツ・健康教室	4	フリーローン・サラ金	23	相談その他	5
7	医療サービス	4	商品一般	23	結婚式関連サービス	5
8	商品一般	4	賃貸アパート・マンション	20	外食	4
9	その他金融関連サービス	3	化粧品	18	宿泊施設	4
10	コンサート	3	他の医療機器	14	スポーツ・健康教室	3

(2) 「定期購入」に関連する消費生活相談

ア 相談件数

相談件数は、令和4年度に急激に増加し、729件となっていた。年代別にみると、20歳以上の各年齢層で相談件数が増加しており、特に40歳代以上で大きく増加している。



イ 商品・役務別の相談件数

令和3年度、令和4年度ともに、乳液や化粧クリーム、シャンプーの定期購入などの「化粧品」に関する相談が最も多く、次いでダイエットサプリなどの「健康食品」に関する相談が多かった。「化粧品」に関する相談は、令和4年度に291件増加し、523件となっていた。

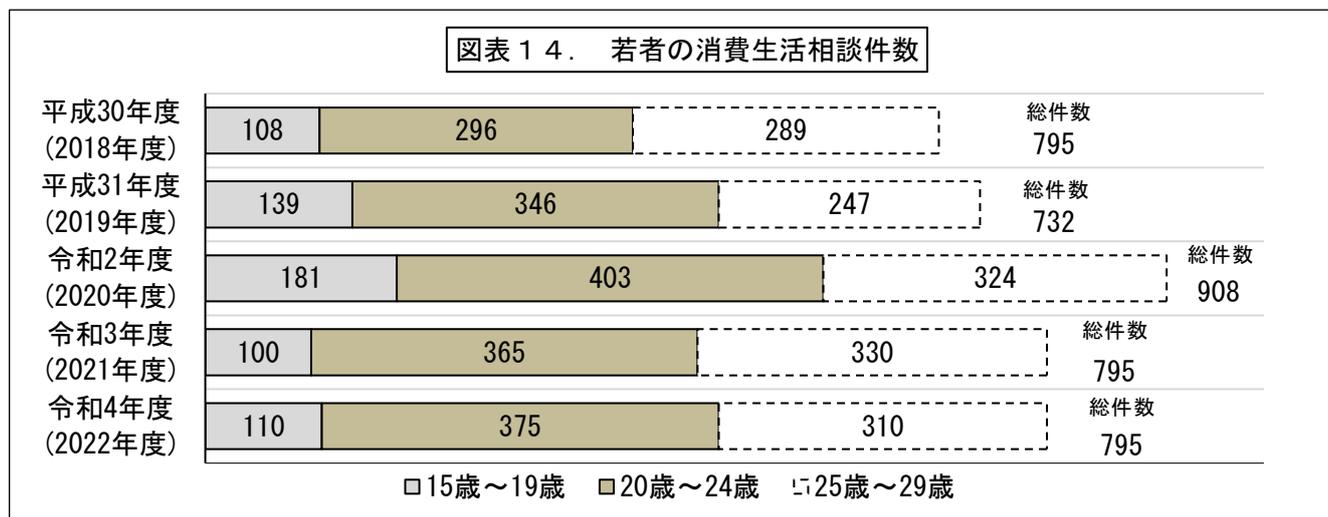
図表13. 「定期購入」に関連する商品・役務別の相談件数(上位10位)

順位	令和4年度 (総件数 729件)		令和3年度 (総件数 404件)	
	区分	件数	区分	件数
1	化粧品	523	化粧品	232
2	健康食品	131	健康食品	117
3	医薬品類	18	医薬品類	14
4	タバコ用品	13	タバコ用品	9
5	飲料	13	飲料	7
6	ペット用品	4	ペット用品	3
7	娯楽等情報配信サービスその他	3	他の保健衛生用品	3
8	ソフトウェアライセンス全般	2	他の光学機器	2
9	他の光学機器	2	他の医療機器	2
10	台所消耗品	2	娯楽等情報配信サービスその他	2

### (3) 若者の消費生活相談

#### ア 相談件数

相談件数は、令和2年度が908件と最も多く、前年度に比べ176件増加したが、令和3年度は113件減少し795件となり、令和4年度も令和3年度と同数となった。年代別に見ると令和4年度は20～24歳の総件数が375件と最も多く、次いで25～29歳の310件、15歳～19歳の110件となっていた。



#### イ 商品・役務別の相談件数

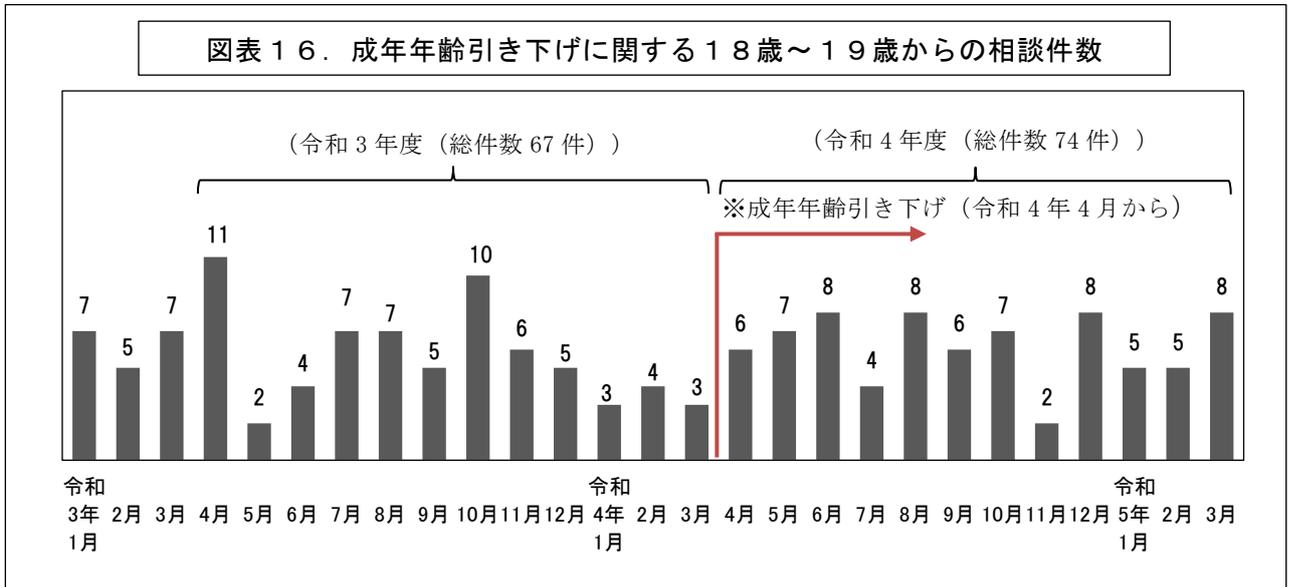
商品役務別に見ると15歳～19歳は乳液や化粧クリーム、シャンプーの定期購入などの「化粧品」の相談が最も多く、次いで美容エステや脱毛エステの契約などの「エステティックサービス」の相談が多かった。20歳～24歳は「エステティックサービス」の相談が最も多く、次いで賃貸アパートの契約、原状回復に関するトラブルなどの「賃貸アパート・マンション」の相談が多かった。25歳～29歳は「賃貸アパート・マンション」の相談が最も多く、次いで「エステティックサービス」の相談が多かった。

**図表 1 5. 若者からの相談における商品・役務別の相談件数(上位 10 位)**

順位	15歳～19歳 (総件数 110 件)		20歳～24歳 (総件数 375 件)		25～29歳 (総件数 310 件)	
	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	化粧品	16	エステティックサービス	82	賃貸アパート・マンション	36
2	エステティックサービス	14	賃貸アパート・マンション	22	エステティックサービス	31
3	インターネットゲーム	7	内職・副業その他	21	フリーローン・サラ金	16
4	移動通信サービス	5	商品一般	18	商品一般	16
5	アダルト情報	4	電気	14	他の役務サービス	14
6	健康食品	4	フリーローン・サラ金	11	内職・副業その他	10
7	内職・副業その他	4	紳士・婦人洋服	10	移動通信サービス	10
8	商品一般	4	相談その他	9	電気	10
9	相談その他	4	移動通信サービス	9	出会い系サイト・アプリ	8
10	他の教養・娯楽サービス	3	娯楽等情報配信サービスその他	8	四輪自動車	8

ウ 成年年齢引き下げに関する18歳～19歳からの相談件数

18歳～19歳からの相談件数については、令和3年度の67件から成年年齢引き下げを行った令和4年度は74件となり、7件増加した。



エ 成年年齢引き下げに関する18歳～19歳からの商品・役務別の相談件数

令和3年度までは商品・役務別の相談件数において上位の相談件数となっていなかった「エステティックサービス」の相談や携帯電話サービス、モバイルデータ通信などの「移動通信サービス」の相談が令和4年度は上位の相談となっていた。

**図表17. 成年年齢引き下げに関する18歳～19歳からの商品・役務別の相談件数**

順位	令和4年度 (総件数 74件)		令和3年度 (総件数 67件)		令和2年度 (総件数 111件)	
	区分	件数	区分	件数	区分	件数
1	エステティックサービス	13	化粧品	8	化粧品	16
2	化粧品	6	修理サービス	4	デジタルコンテンツその他	9
3	移動通信サービス	5	健康食品	4	健康食品	9
4	内職・副業その他	4	電気	4	紳士・婦人洋服	9
5	インターネットゲーム	3	他の身の回り品	3	商品一般	8

## IV 令和4年度(2022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、第1回審議会では、第3次広島市消費生活基本計画骨子案についての審議及び令和3年度における実施状況等の報告をし、第2回審議会では、第3次広島市消費生活基本計画素案についての審議をし、第3回審議会では、第3次広島市消費生活基本計画素案に対する市民意見募集の結果についての報告及び第3次広島市消費生活基本計画案についての審議をした。なお、審議会の議事事項は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>

回	開催日	内 容
1	7月8日	議事事項 ・第3次広島市消費生活基本計画骨子案について 報告事項 ・令和3年度消費者行政の実績報告 ・令和4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令和3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
2	10月24日	議事事項 ・第3次広島市消費生活基本計画素案について
3	1月25日	報告事項 ・第3次広島市消費生活基本計画素案に対する市民意見募集の結果について 議事事項 ・第3次広島市消費生活基本計画案について

#### (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

広島市消費生活審議会と合同で開催した。

## 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	8月10日 11月25日 2月9日	消費者トラブル解決に関する法知識及び困難事案の意見交換（広島県主催、消費者ネット広島実施）

### (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（年50回）。

### (3) 消費者被害の救済

#### ア 消費生活相談

令和4年度(2022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4年度の多重債務に関する相談件数は187件となり、令和3年度の191件に比べて4件減少した。

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、祝日午後1回実施した。

・開催日 12月15日（木）、12月18日（日）、12月22日（木）

### (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（6品目） 紙製ゴミ袋、クラフトテープ、乳幼児用紙おむつ、カセットガスボンベ クリーニング代、ガソリン	小売店での店頭価格調査 ・定店方式 ・毎月月上旬～中旬に1回実施 令和4年7月から3品目追加 （ガソリン、小麦粉、食用油）
・調査品目（8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 小麦粉、食用油	

### (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
交流用電気機械器具	直流電源装置	1	0
リチウムイオン蓄電池	リチウムイオン蓄電池 (モバイルバッテリー)	2	0
電動応用機械器具	空気清浄機	1	0
電熱器具	電気天火、電気湯沸器	5	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	特定電気用品以外の電気用品
 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	 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P S C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4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	2	0
合 計	2	0

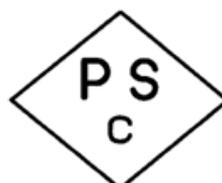
※消費生活用製品のうち、「消費生活用製品安全法施行令」で定められている特定製品及び特別特定製品は、国の定める安全基準をクリアするなどの義務を満したことを示すP S Cマークなどの表示がないと販売又は販売の目的で陳列することができないこととされている。

### 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。

ガス用品名	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2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（手袋、ハンカチ）	4	0
合成樹脂加工品（盆）	1	0
電気機械器具（ジャー炊飯器、電気コーヒー沸器）	3	0
雑貨工業品（ティッシュペーパー、鍋）	3	0
合 計	11	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 281千円
- ・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 1日放送 消費者被害の未然防止
  - 9月 11日放送 エシカル消費をしてみよう
  - 11月 20日放送 悪質商法にご用心
- ・市民と市政
  - 5月 1日号 消費者トラブルにご注意を!
  - 5月 15日号 エシカル消費を意識した生活を
  - 10月 15日号 18歳からは成年です

##### 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等を適宜行った。

- ・ホームページ掲載内容
  - コロナ禍での消費者被害の注意喚起
  - 訪問買取に係る消費者被害の注意喚起
  - 知っ得なっとくの掲載 など
- ・SNS 掲載内容
  - 消費者力向上キャンペーンの実施
  - 消費者大学の受講生の募集
  - おやこ消費者学習会の開催
  - 帰省したら実家がリフォーム!?
  - 浄水器の訪問販売に注意!
  - ネットで探したロードサービスで高額請求
  - 高齢者を狙う電話勧誘に注意!
  - 電力自由化センターを名乗る不審な電話に注意! など



## 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、啓発動画を作成し、当センター展示コーナーのデジタルサイネージで放映した。また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)
新成人のためのステップアップガイド	新成人を対象に、「成人したら何がかわるのか」等、消費生活に関わることを中心に解説	3, 0 0 0
ぼくたち、わたしたしのくらしを考えよう	小学生を対象にした消費者教育パンフレットで、「消費者ってなに?」「商品の選び方」「地球に優しい生活」「ネットの安全な使い方」について解説	8 0 0
つくろう!消費者が主役の社会	高校生を対象にした消費者教育読本で、高校生が消費者であることを自覚し、「消費者市民社会」を形成する消費者になるための考え方や具体的な行動を紹介	3 0 0
成年(オトナ)になったらできること	18歳で成年となる若者を対象に、「成年」になると何がかわるのか、何ができて何ができないのかを分かりやすく説明	7, 5 0 0
スマホを使うときはこんなことに注意しよう!	子どもやその保護者を対象に、スマホを使用する際の心得や、親が注意すべきポイントなどを、子どもの年代別に紹介	2, 0 0 0
小学生も消費者	小学生やその保護者を対象に、買い物をする際の注意点やインターネットトラブルについて紹介	1 2, 0 0 0
中学生も消費者	中学生やその保護者を対象に、買い物をする際の注意点やインターネットトラブルについて紹介	1 2, 0 0 0
気づいてつないで守る高齢者の消費者トラブル	高齢者や高齢者を見守る人を対象に、高齢者の消費者トラブルを減らすために、誰にでもできる「気づいて、つなぐ」見守り活動の流れを紹介	2, 0 0 0
消費生活見守りサポーターHANDBOOK	消費生活見守りサポーターを対象に、主な活動内容やその方法、見守りのコツ、またサポーターに是非知っておいてほしい消費者関連の法律の知識などを紹介	1, 0 0 0

### 消費者啓発物品

名 称	内 容	作成部数(部)
啓発用うちわ	消費者ホットライン188の連絡先入りうちわ	2, 0 0 0
啓発用エコバッグ	消費者ホットライン188の連絡先入りエコバッグ	1, 0 0 0
啓発用ボールペン	広島市消費生活センターの連絡先入りボールペン	1, 5 0 0
啓発用クリアファイル	広島市消費生活センターの連絡先入りクリアファイル	2, 0 0 1
啓発用動画	消費生活に関する30秒の啓発用動画	3
啓発用DVD	子供から高齢者に対応した出前講座および貸出用DVD	4
啓発用ゲーム	様々な悪質商法の事例とその基本的な対処・対策について、楽しみながら学べる教材	1 0

### 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	時期に応じて、相談の多い事例の啓発パネルや即時性のある注意喚起情報等を随時入れ替えながら展示
貸出	公民館	公民館3か所に延べ32枚貸出

### 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

必要に応じて相談者が確認できるよう、図書、雑誌等を収集するとともに、デジタルサイネージによる啓発動画を放映することにより、消費生活に関する情報の提供を行った。

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2紙、地方紙1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、DVD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
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：6月28日 実施内容：啓発グッズの配布、啓発パネルの展示、大型モニターへ消費者被害防止PR動画を放映
区役所・公民館でのパネル展示等	開催期間：年間を通じて実施（5月の消費者月間では、区役所で啓発動画を放映） 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、南観音公民館、戸坂公民館、二葉公民館



マツダスタジアムにて動画放映



マツダスタジアムにて配布した啓発グッズ



マツダスタジアム展示ブース



佐伯区役所パネル展示

#### (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 37回
- ・実施時間数 53.5時間
- ・受講者数 1,189人
- ・事業費 2,049千円

※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80.9%

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95.0%

#### (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

一般消費者向けに作成した消費者被害についてのチラシ80,000部を、生協ひろしまに食材配達時に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 209千円

なぜ? こんなはずじゃ! どうしたらいいの...そんなときは

## 広島市消費生活センターにご相談ください!

国の機関からメールが届き、お金を支払うよう書いてある。

注文した覚えのない商品が届いた。

通販で注文したら定期購入契約になっていた。

消費者金融に借金がありこれ以上返済できない。

子供が勝手にオンラインゲームに課金してしまった。

副業サービスに登録してテキストを買われたが儲けなかった。

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

### SNSの広告から注文したら定期契約だった!

**相談事例**

SNSの広告で、「シワがきれいになくなる」という美容クリームがお試し価格の500円で販売されていたので注文した。商品が届き、代金はコンビニで支払った。しかし、2週間後に再び同じ商品が届き、定価の25,000円の請求書が同封されていた。

**アドバイス**

低価格のお試し料金が記載されている広告は、「定期購入になっていないか」、「2回目以降の価格や解約の条件はどうなっているか」等、注文前に内容をよく確認しましょう。「気づかないうちに定期購入契約になっていた」といった事例が多くあります。SNS広告から注文した場合、その後同じ広告が表示されず、購入時の表示内容が確認できない場合があります。注文する際には、表示された内容をスクリーンショットで保存しておきましょう。

### 「簡単な副業で高収入」という勧誘に注意!

**相談事例**

インターネットで副業を検索し、一番上位に表示された「データ入力等の簡単な在宅ワークで高収入」という副業サイトに会員登録することにした。業者の指示に従い、メッセージアプリで会員登録すると、「マニュアルを286,000円で購入してください」というメッセージが届いた。振込先は外国人の個人名義の口座であったが、振込期限が近づいたため慌てず振り込んだ。思いがマニュアルは、副業とは全く関係のない内容で、業務の説明もなく、その後の連絡が途絶えた。

**アドバイス**

簡単に高収入を得られることはありません。簡単な掛け話をきっかけにソフトウェアやコンサルティングなどを高額で契約せられる場合があるので注意が必要です。相手との連絡手段がSNSのみの場合、相手から一方的に連絡を絶たれ、一切連絡が取れなくなる場合があります。代金を一度支払ってしまうとトラブルになった際に取り返すことが困難な場合があるので、副業を行うために多額の負担を求められる契約には、慎重な判断が必要です。

お金を払ったり、契約したりする前にもう一度相談!

消費生活に関する事で困ったときは、広島市消費生活センターにご相談ください。

広島市消費生活センター ☎082-225-3300  
(消費生活相談専用)

## 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 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 67千円

開講日	テーマ	講師	受講者数 (人)
10月30日	オリエンテーション 消費者の役割（消費者問題、 消費者行政など）	広島市消費生活センター 藤本 忠承 所長 河中 由紀 消費生活相談員	15
11月6日	契約（契約の基本、関連法、 クーリング・オフ、インター ネット取引、電子契約、トラ ブルの多い商法など）	鯉城総合法律事務所 弁護士 原田 武彦 氏	12
11月13日	インターネット（パソコン・ スマートフォンのセキュリテ ィ対策など）	独立行政法人情報処理推進機構セキュリティセンター （IPA/ISEC）企画部 セキュリティリテラシー支援グループ 主幹 石田 淳一 氏	8
11月20日	生活設計（金融商品、保険、 決済方法、税金、多重債務、 相続・遺言など）	広島県金融広報委員会 金融広報アドバイザー（ファイナンシャルプランナー） 倉橋 孝博 氏	12
11月27日	衣生活（繊維と布の種類、衣 服の管理、クリーニング、表 示、安全性など）	広島女学院大学人間生活学部生活デザイン 学科 准教授 檜崎 久美子 氏	9
12月4日	食生活（健康と栄養、食品安 全、食品表示など）	広島市健康福祉局保健部健康推進課 専門員（管理栄養士）高村 恵 氏 広島市健康福祉局保健部食品保健課 課長補佐 藤本 美香 氏	10
12月11日	くらしの安全（製品安全4 法、リコール、製品事故な ど）	中国経済産業局産業部消費経済課製品安全 室 製品安全専門職 高橋 洋佑 氏 独立行政法人製品評価技術基盤機構 （NITE） 中国支所長 東瀬 貴志 氏	10
12月18日	環境（地球環境、環境政策、 エネルギー、循環型社会、環 境と暮らしなど） 懇談会（今後の抱負、消費者 協会の紹介など） 修了式	広島県環境県民局環境政策課 主査 沖本 真朗 氏 公益社団法人広島消費者協会理事	8
延べ受講者数			84

(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 8回
- ・ 配信内容

発行日	内 容
5月12日	「消費者教育情報」第1号 「小学生も消費者（小5用）」「中学生も消費者（中2用）」の配付について、「おやこ消費者学習会」の案内、教員向け研修会への講師（弁護士）派遣、出前講座の案内、「令和4年度電気通信サービスQ&A」の配付について
7月11日	「消費者教育情報」第2号 令和4年度「子どもの事故防止週間」について、消費者庁消費者教育ポータルサイトについて、教員向け研修会への講師（弁護士）派遣、出前講座の案内
9月1日	「消費者教育情報」第3号 啓発資料「これならできる！消費者教育」について、DVD等の貸し出しについて、消費者教育アドバイザー派遣について、「カーブ家のひろしま生活」番組紹介、10月食品ロス削減月間ポスター、出前講座の案内
10月14日	「消費者教育情報」第4号 消費者教育に活用できるゲームの貸出について、消費者トラブル相談事例について、祝！市商高校「エシカル甲子園」本選出場、出前講座の案内、子どもサポート情報「18歳から大人に クレジットカードの使い方を考えよう」、消費者大学について
11月24日	「消費者教育情報」第5号 出前講座の紹介（今年度の様子）と案内、「社会の扉」改訂について、市商高校出場「エシカル甲子園」、子どもサポート情報「暗号資産を使った投資話に注意」、日本クレジット協会ウェブサイトの紹介
12月16日	「消費者教育情報」第6号 出前講座の紹介（今年度の様子）と案内、ゲーム課金のトラブルを防ぐには（国民生活センター）、子どもサポート情報「推しに会えない可能性も！転売チケットの購入トラブル」
1月23日	「消費者教育情報」第7号 出前講座の紹介（今年度の様子）と案内、広島市小学校教育研究会A 家庭科部会の授業研究紹介、子どもサポート情報「子どもを乗せた自転車 転倒に注意」
2月22日	「消費者教育情報」第8号 高校生向けテキスト「つくろう！消費者が主役の社会」の紹介、中学生向けリーフレット「考えよう！私たちの消費生活」の紹介、「投資信託ガイド」無償提供について、子どもサポート情報「賃貸アパート退去時の原状回復トラブルに注意」

## b 教職員のための消費者教育に関する研修会

令和4年11月11日に「令和4年度教員を対象とした消費者教育講座（国民生活センター）」の受講のため、島根県松江市へ小・高等学校教職員2名を派遣した。

令和4年8月19日に「令和4年度消費者教育推進のための研修（国民生活センター）」の受講のため、大分県大分市へ消費者教育コーディネーター1名を派遣した。

令和5年3月27日に「教員・消費者教育コーディネーター対象 第6回消費者教育実践セミナー」の受講のため、東京都港区へ消費者教育コーディネーター1名派遣した。

## (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オンラインで開講した。

- ・実施日 2月1日（水）～2月15日（水）
- ・開講実績 受講者8人（うちサポーターへの登録5人）
- ・事業費 26千円 ※登録者数：115人（令和5年3月31日現在）

## (イ) 新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る者等を対象に、外部講師を招き、消費者教育の講習を行った。また、広島市二十歳を祝うつどいにおいて、消費者被害に関するパンフレット等を配布した。

- ・実施回数 31回（小学校8校、専門学校4校、大学2校）
- ・受講者数 1,495人
- ・事業費 875千円

## (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き、「買い物名人になろう」というテーマで学習会を開催した。

- ・実施日 令和4年8月7日
- ・開催実績 参加者 小学4～6年の親子13組 26人
- ・事業費 14千円

## (カ) 子ども向けイベントへの参画・出展による消費者教育

「環境の日～ひろしま大会～」へ参画・出展する予定だったが、新型コロナウイルス感染拡大防止によりオンライン開催となったため、出展することができなかった。

## (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、市立小・中・中等教育・特別支援学校、私立小・中学校の児童・生徒に約25,000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「エシカル消費を意識した生活を」（5月15日号掲載）

### (4) 展示ブース出展

マツダスタジアムでのブースにてパネル展示とチラシ配布を行った。（6月28日実施）

### (ウ) 広報番組

カープ家のひろしま生活「エシカル消費をしてみよう」（9月11日放送）

## (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、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12,000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地域包括支援センター）に対する講座を実施した。

- ・実施回数 11回
- ・実施時間数 13.5時間
- ・受講者数 275人
- ・事業費 352千円

## 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、消費者被害に関する注意等を促した。

- ・発行回数 12回
- ・発行部数 48,000部
- ・事業費 673千円
- ・内容

発行月	内容	
	表	裏
5月	動画のサブスク	投資信託等の勧誘
6月	クーリング・オフ通知の出し方	ネット広告で見た不用品回収
7月	鍵の開錠	「置き配」でのトラブルに注意
8月	靈感商法	定期購入
9月	利殖商法	リボ払い
10月	注文後の特別割引クーポン	クラウドファンディングの注意点
11月	送り付け商法	プロパンガスの強引な契約変更
12月	訪問買取	ネットバンキングでの還付金詐欺
1月	チケット転売サイト	老人ホームの入居権詐欺
2月	ロマンス投資詐欺	高齢者サポートサービス
3月	偽の通販サイト	フリマサイトの受取評価
3月	不用品回収	シルバーカーの選び方・使い方

## 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 271,300部
- ・事業費 484千円



## 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**

新規委嘱団体を対象に、見守り講座をオンラインで実施した。

・新規委嘱団体数 1 団体（累計 130 団体）（令和 5 年 3 月 31 日現在）

**(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、常勤職員人件費の補助を行った。

補助事業費計	5, 178 千円	
（・事業補助	217 千円	）
・常勤職員人件費補助	4, 961 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	165	217
調査研究・監視活動	各種研究・調査実施、企業との対話等	42	
地区活動	地域学習会、地区連絡協議会の開催等	52	
会員の資質向上	リーダー派遣・育成事業等	175	
事務局費等	常勤職員人件費等	4, 961	4, 961
合 計		5, 395	5, 178

**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）を無料で貸し出した。

研修室利用状況

区 分	平成30年度 (2018年度)	平成31年度 (2019年度)	令和2年度 (2020年度)	令和3年度 (2021年度)	令和4年度 (2022年度)
利用回数(回)	142	114	126	184	179
利用者数(人)	1, 945	1, 589	866	1, 179	1, 356

## 4 令和4年度（2022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39問中2問（問34、問35））

#### イ 方法

調査対象：令和4年（2022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に抽出した5,000人

調査期間：令和5年（2023年）1月13日（金）～2月10日（金）

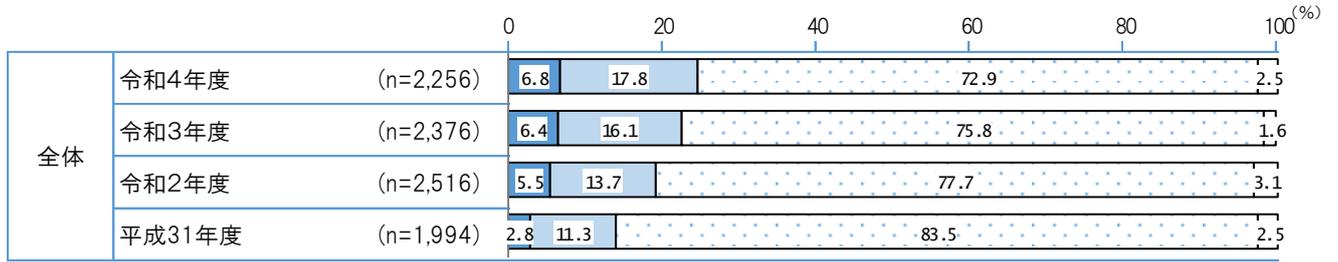
有効回収数：2,256件（有効回収率45.1%）

### (2) 調査の結果（抜粋）

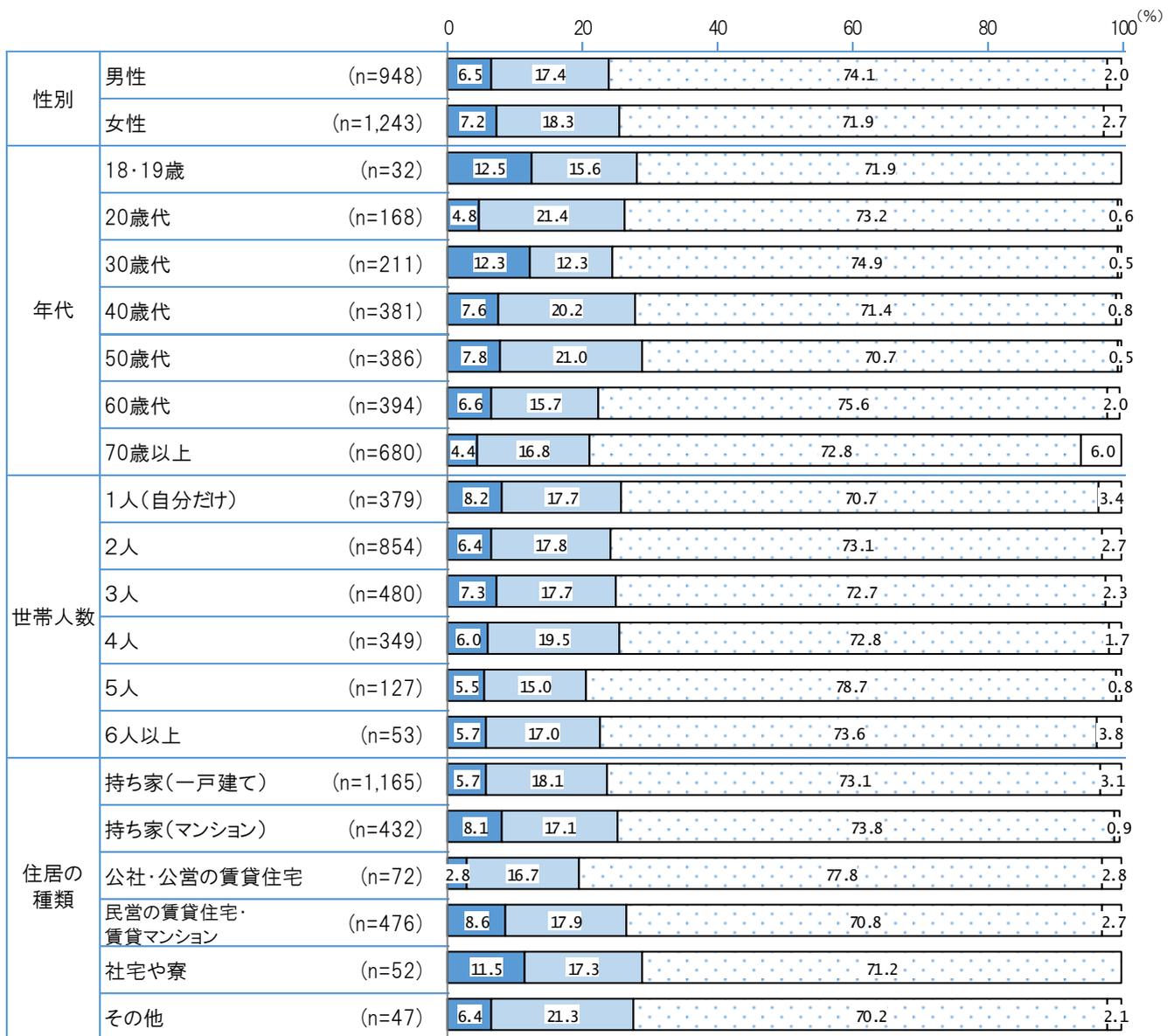
次のとおり

問34 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。

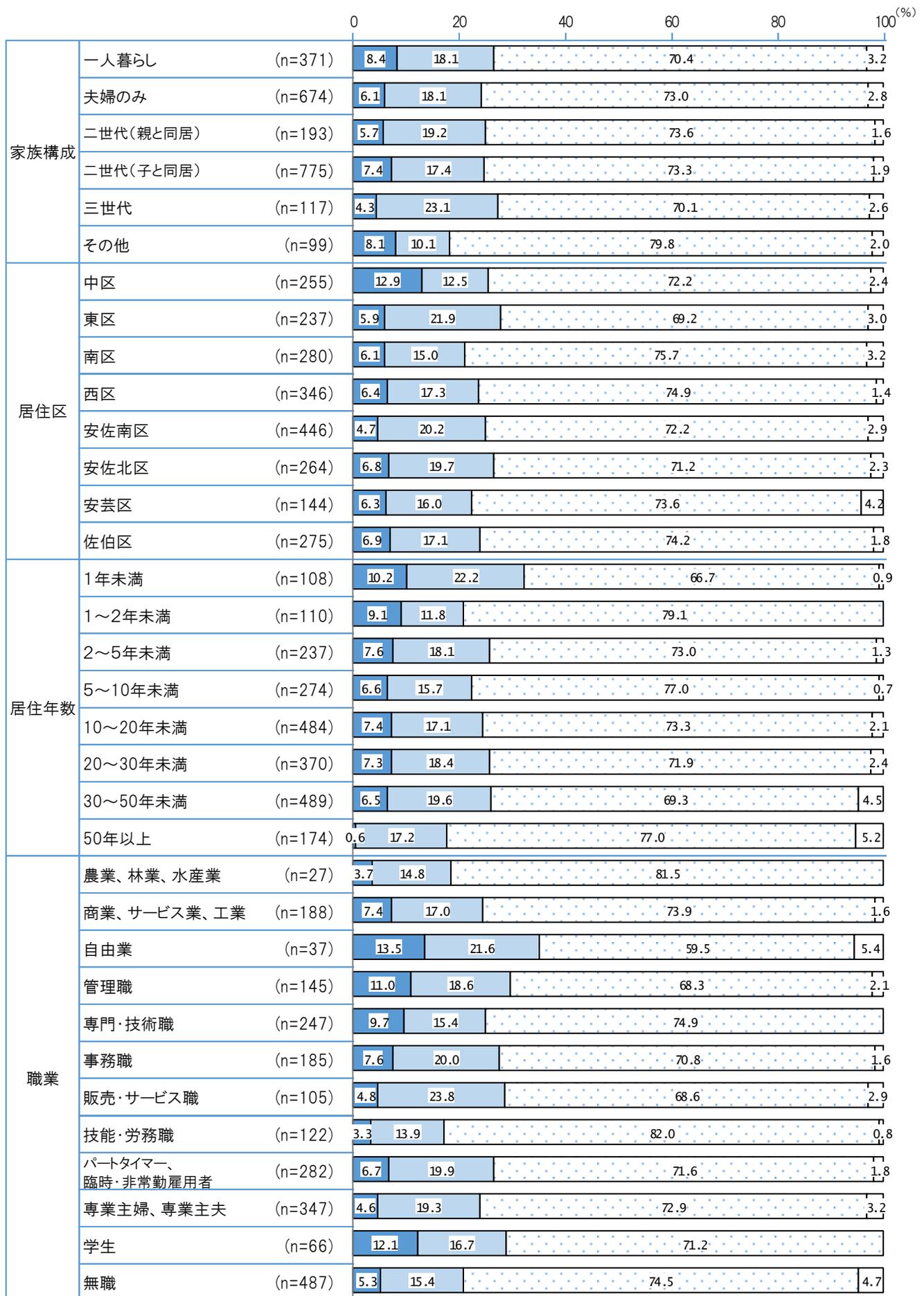
※ 消費者が、人や社会、環境、地域に配慮した商品やサービスを選んで消費すること。



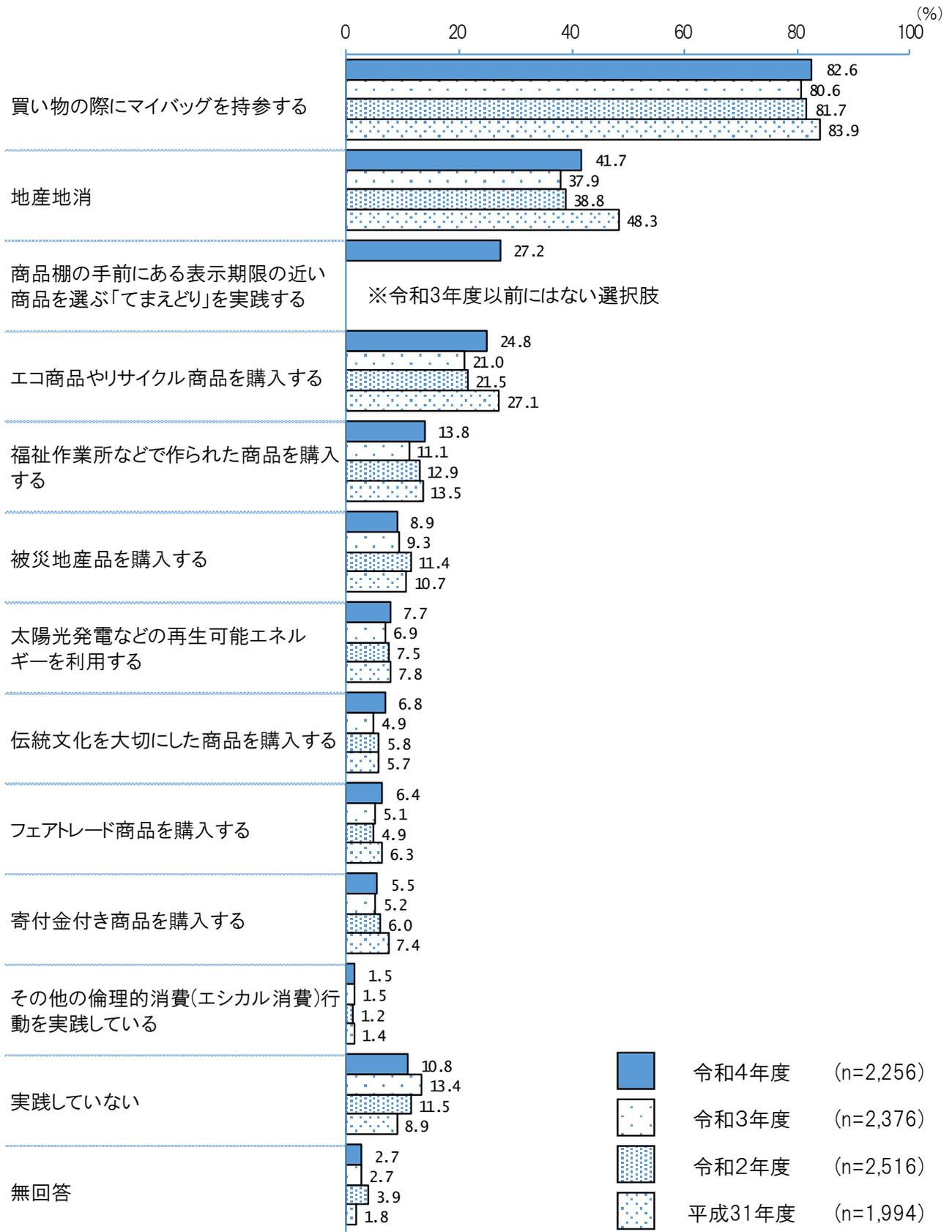
■ 言葉や意味を知っている ■ 聞いたことがある ■ 知らない ■ 無回答



■ 言葉や意味を知っている ■ 聞いたことがある ■ 知らない ■ 無回答



問35 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。

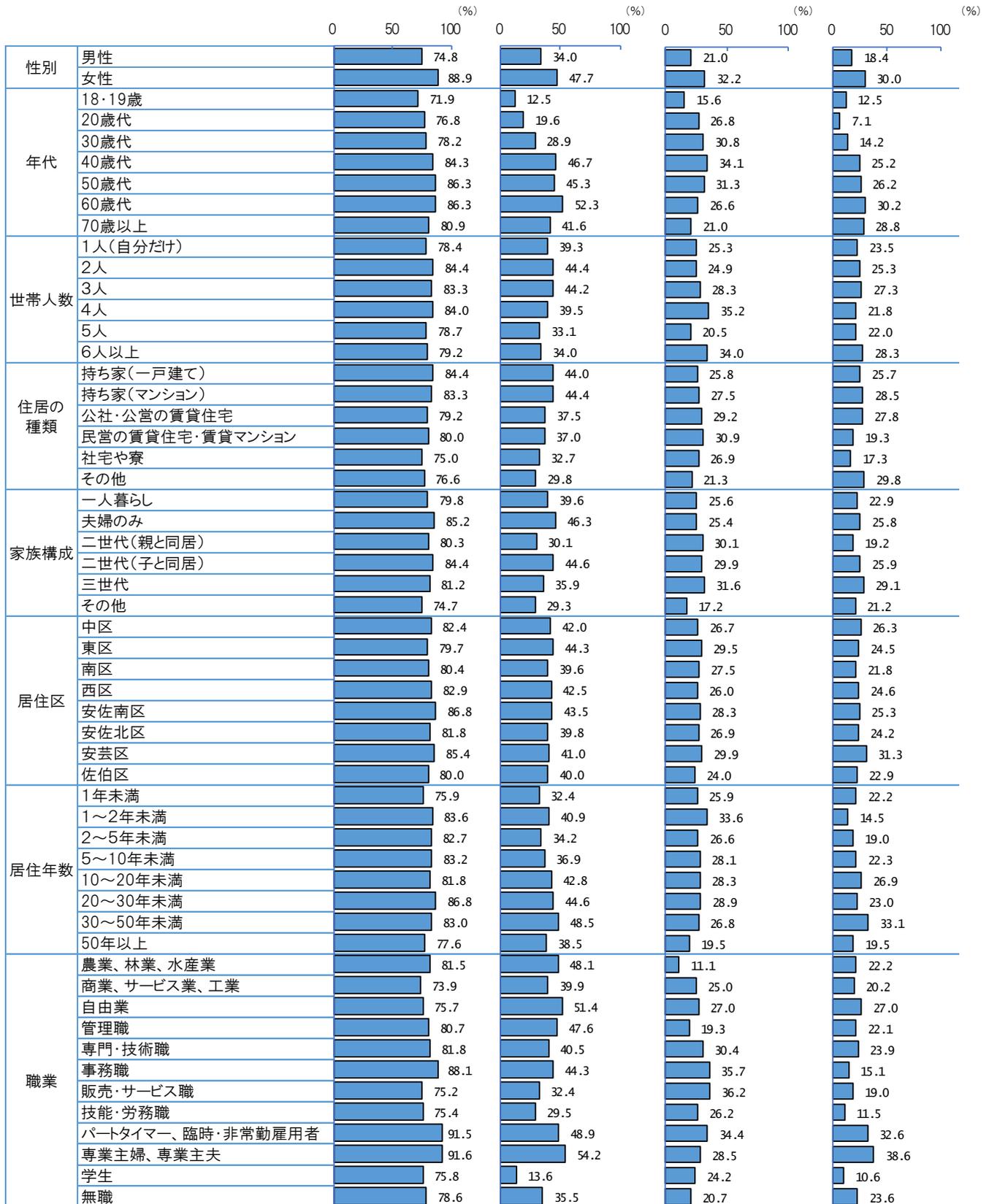


買い物の際にマイ  
バッグを持参する

地産地消

商品棚の手前にある  
表示期限の近い商  
品を選ぶ「てまえど  
り」を実践する

エコ商品やリサイクル  
商品を購入する



## 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、もっ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（法人にあつては、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。