

令和 5 年度消費者行政の実績報告

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

令和 5 年（2023 年）3 月に策定した「第 3 次広島市消費生活基本計画」に基づき、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、消費者施策を推進した。また、消費者施策の実施状況等について、第 1 回広島市消費生活審議会において報告するとともに、広島市ホームページで公表した。

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

(2) 広島市消費生活審議会の開催

回	開催日	内 容
1	7 月 2 8 日	【議事】 ○ 会長・副会長の選出について ○ 広島市消費生活審議会消費者教育部会の委員及び専門委員の指名について ○ 広島市消費生活審議会消費者安全確保部会の委員及び専門委員の指名について 【報告事項】 ○ 令和 4 年度消費者行政の実績報告 ○ 令和 5 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 4 年度消費者施策（個別施策）実施状況報告 ○ 第 2 次広島市消費生活基本計画に基づく消費者施策達成目標の進捗状況報告

(3) 広島市消費生活審議会消費者教育部会、消費者安全確保部会の開催

ア 消費者教育部会

回	開催日	内 容
1	1 0 月 2 3 日	【議事】 ○ 部会長の選出について ○ 消費者教育の推進に係る消費者施策（個別施策）の実施計画について

イ 消費者安全確保部会

回	開催日	内 容
1	1 1 月 1 6 日	【議事】 ○ 部会長の選出について ○ 地域連携による安全・安心な環境づくりの推進について

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

(ア) 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

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。

- ・ 事業者への調査・指導・勧告等の実績 0 件

イ 消費者事故の発生・拡大の防止

(ア) 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た。

- ・ 商品テストの依頼件数 1 件

(イ) 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った。

また、製品安全に係るホームページを刷新するとともに、消費生活センターの展示コーナーにて市民へ情報提供し、被害の発生や拡大の防止を図った。

- ・ 重大事故等の通知件数 6 件

(2) 適正な取引環境の確保

ア 表示・規格・計量等の適正化

(ア) 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った。

⑦ 「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 P S E 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
電熱器具	電気ストーブ	3	0
電動応用機械器具	電動ミシン	3	0
光源及び光源応用機械器具	エル・イー・ディー・電灯器具	1	0
交流用電気機械器具	無線 LAN	1	0
リチウムイオン蓄電池	ワイヤレス掃除機	1	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たしたことを示す P S E マークなどの表示がないと販売又は販売の目的で陳列することができないこととされている。

特定電気用品



電気温水器
電熱式・電動式おもちゃ
電気ポンプ
電気マッサージ器
自動販売機
直流電源装置
など全 1 1 6 品目

特定電気用品以外の電気用品



電気こたつ
電気冷蔵庫
電気歯ブラシ
電気かみそり
白熱電灯器具
音響機器
リチウムイオン蓄電池
など全 3 4 1 品目

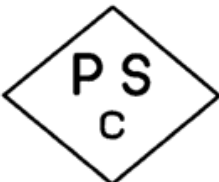
① 「消費生活用製品安全法」に基づく立入検査

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

※ 検査は検査対象品目として指定されている消費生活用製品12品目のうちから1品目を選定し行うものであり、令和5年度は乳幼児用ベッド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
乳幼児用ベッド	1	0
合 計	1	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。

特定製品	特別特定製品
 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 磁石製娛樂用品 吸水性合成樹脂製玩具	 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

② 「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PSTG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	1	0
合 計	1	0

※ ガス用品のうち、「ガス事業法施行令」で定められているガス用品及び特定ガス用品は、国の定める安全基準をクリアするなどの義務を満たしたことを示す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	特定ガス用品以外のガス用品
 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	 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

⑤ 「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（タオル、カーテン）	3	0
合成樹脂加工品（まな板、水筒）	3	0
電気機械器具（電気ポット、電気掃除機）	3	0
雑貨工業品（スプリングマットレス、哺乳用品）	2	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%	COTTON 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

(イ) 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、他政令市への表示基準に係る照会を実施し、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するための現状把握を行った。

イ 生活関連物資の安定供給

(ア) 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った。

調査対象品目等	調査方法等
・日用品（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 ・毎月上旬～中旬に１回実施
・食料品（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	

(3) 事業者に対する指導

ア 国・県と連携した事業者指導

(ア) 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た。

会議名	開催日	主催
大都市消費者行政担当部課長連絡会議	８月 ４日	幹事市：神戸市
消費者行政ブロック会議	１１月 ６日	消費者庁
ブロック別消費生活センター所長会議	１１月 ６日	消費者庁
P I O運営連絡会議	１１月２４日	消費者庁

イ 広島市消費生活条例に基づく不当取引行為への対応

(ア) 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、事業者への事情聴取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った。

- ・ 不当取引行為に関する指導等 ０件

(イ) 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情報収集し、不当取引の防止に努めた。

(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

(ア) 地域住民への情報提供

⑦ 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、食事とあわせてチラシを配布することで、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 700千円

発行月	内容	
	表	裏
5月	クーリング・オフ知ってますか。	高齢者の消費者トラブル10選
6月	災害に便乗した消費者トラブル	サンプルのはずが意図せぬ定期購入
7月	低価格を強調した広告	トイレ修理トラブル
8月	サポート詐欺にご注意	換気扇やエアコンクリーニング
9月	還付金詐欺	中古自動車の売却トラブル
10月	返金するフリをして送金	リースバックは慎重に
11月	海産物の電話勧誘	占いサイトに気をつけて
12月	点検商法の典型的な勧誘トーク	旅行予約サイト
1月	震災に関する義援金詐欺	インターネット通販代引き配達
2月	スポーツジム等の契約トラブル	マルチ取引の勧誘に注意
3月	SNSの投資グループへの勧誘	シルバーカー選びと使い方
	給湯器の点検	しつこい勧誘電話は法律違反

⑧ 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 207,500部
- ・ 事業費 475千円



⑨ 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。

- ・ 発行部数 70,000部
- ・ 事業費 151千円

① 消費者啓発パンフレット等の作成等

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、「成人したら何が変わるのか」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 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	1, 0 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	1, 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
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。具体的にどんな行動ができるのかなど、「エシカル消費」について具体的に紹介	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 1 8 8 の連絡先入りうちわ	2, 0 0 0
啓発用クリアキ ャップボトル	エシカル消費ロゴ入りクリアキャップボトル	2 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	2, 0 0 0
啓発用 2 色蛍光 マーカー	広島市消費生活センターの連絡先入り 2 色蛍光マーカー	1, 0 0 0
啓発用紙製クリア ファイル	エシカル消費に関する紙製クリアファイル	3, 0 0 0
啓発用エコ・クラ フト付箋メモ	エシカル消費に関するエコ・クラフト付箋メモ	1, 0 0 0
啓発用動画	消費生活に関する 3 0 秒の啓発用動画	2
啓発用 D V D	小学生に対応した出前講座および貸出用 D V D	1
絵本「もったいな いばあさん」	好き嫌いなくなんでも食べることの大切さが学べる出前講座用等の教材となる絵本	1

(イ) 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

11月16日に開催した消費者安全確保部会において、「消費者安全確保部会の構成団体等と連携した見守り体制の整備（案）」について議論し、それをもとに、構成団体から「構成団体及び構成団体に所属する団体等が主催する取組・研究会等」を情報収集するとともに、消費生活サポーター及び消費生活協力団体からアンケートによる見守り活動を把握するための実態調査を行った。

(ウ) 見守り関係団体等との連携

消費生活協力団体に対する、高齢者等の消費者被害に関する情報提供（毎月実施）や、地域包括支援センター等と情報を共有し、消費者被害の未然防止や拡大防止を図った。

- ・ 地域包括支援センター等からの情報提供 47件

イ ぜい弱な消費者の権利擁護の推進

(ア) 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た。

- ・ 地域包括支援センターや社会福祉協議会等を紹介した件数 60件

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

(ア) 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

令和5年7月からホームページ上のフォーマットに必要事項・相談事項を記入し送信することで、容易に消費生活相談を行えるメール相談を開始した。

- ・ 令和5年度中のメール相談件数 27件

(イ) 消費生活相談での外国人への対応

日本語が十分理解できない外国人の相談対応時には、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した。

イ 相談対応力の向上

(ア) 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

国民生活センター等主催の研修に相談員（12人）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、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た。

(イ) 消費生活センター主催の相談業務に係る研修の実施

消費生活相談員研修として「消費者の誤解を誘引するネット広告からの定期購入について」を開催した。

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関係団体と開催し、相談業務体制の強化を図った。

実施日	講師	内 容
3月9日	広島弁護士会 所属弁護士	消費者の誤解を誘引するネット広告からの定期購入について

(ウ) 弁護士会との事例検討会の実施

消費生活相談員から検討事例を募り、事例検討会を開催した。

実施日	検討事例
3月23日	・動画広告を見て購入した歯磨きジェルが定期購入だった ・ギフトカードをおまけにして、高額の定期購入の美容液を販売

(エ) 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、全国又は広島広域都市圏等での消費生活相談等に関する情報の把握に努め、注意喚起が必要な相談情報を入手した場合には、ホームページや電子メールなどを活用し情報提供を行い、被害拡大の防止を図った。

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・検索の効率化を図った。

(オ) 相談員のあっせんによる契約トラブル等の解決

令和5年度消費生活相談の概要のとおり。

(カ) 弁護士による助言業務の実施

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49回）。

ウ 消費者紛争・訴訟への支援

(ア) 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における被害救済の調停及び訴訟費用の貸付の認定等の審議の実績はなかった。

(イ) 適格消費者団体との連携

個々の相談処理にあたって被害拡大の恐れのある相談については、適格消費者団体への情報提供を勧め、被害の拡大防止に努めた。

エ 広島市消費生活センターの周知

(ア) 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」を年3回（6月、9月、2月）、6,000部（年間18,000部）作成・配布し、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った。

- ・ 事業費 200千円
- ・ 配布先 公的機関・施設、市内小・中・高等・中等教育・特別支援学校・大学、民生委員 など



(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った。

- ・ 市民と市政
 - 5月 1日号 通販サイトでの買い物トラブル増加中
 - 8月15日号 日々の行動で未来を変える エシカル消費
 - 10月 1日号 18歳から成年。消費者トラブルに注意
 - 2月15日号 義援金詐欺などにご注意を
- ・ テレビ広報番組
 - 5月 7日放送 デジタルで快適、消費生活術
 - 9月10日放送 未来を変える！エシカル消費
 - 11月19日放送 年末の消費者トラブルに注意！
 - 2月 4日放送 年度末にかけて注意！消費者トラブル
- ・ ホームページ掲載内容
 - 消費者被害の注意喚起
 - 消費生活情報紙「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
 - 同じ商品が山積み!定期購入トラブルに注意!
 - 本当の狙いは不用品回収ではなく貴金属!強引な訪問購入に注意!
 - 海産物の電話勧誘トラブル!!年末にかけて特に注意! など

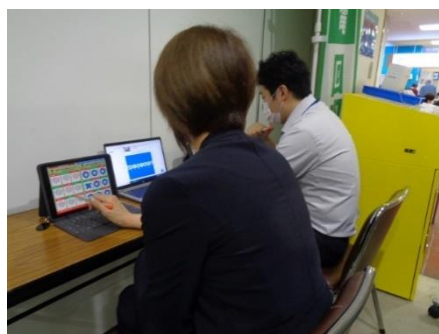
(ウ) 消費者力向上キャンペーン事業

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った。

区 分	開 催 期 間 等
パネル展示等	開催期間 5月1日～5月31日 開催場所 本庁舎及び各区役所 実施内容 《本庁舎》懸垂幕の設置 《各区役所》パネル展示及び啓発動画の放映
デジタルサイネージでの配信	開催期間 4月16日～6月15日 実施内容 わが街ナビ（市内3箇所）及びブチエーサイネージ（市内19箇所、4/16～5/15まで）で消費者月間を周知
消費生活相談模擬体験 in 安佐南区役所	開催期間 6月2日 実施内容 消費生活クイズ及び消費生活相談模擬体験コーナーを設置
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 5月25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



佐伯区役所パネル展示



消費生活相談模擬体験

広島市消費生活センターからのお知らせ

買物や契約などのお困り事や心配な事は気軽に相談ください！

広島市民の方の相談窓口

TEL: **082-225-3300**

全国共通の電話番号

いやや TEL: **188** 局番なし

デジタルで快適、消費生活術
～デジタル社会の進展と消費者のくらし～
(2023年消費者月間テーマ)

デジタル化に伴う新たな消費者トラブルに注意しましょう！

社会のデジタル化が進んだことにより、消費者にとって便利になっている一方で、**悪質な事業者によるトラブルも多く発生しています**。正確な情報を見極め、トラブルから身を守りましょう。

デジタルサイネージでの配信画像



マツダスタジアム展示ブース



マツダスタジアムにて配布した啓発グッズ

(2) 関係機関との連携

ア 行政機関との連携

(ア) 市関係相談窓口との連携

相談内容に応じて、市内部の関連する窓口の連携により情報共有や問題解決に努めた。

(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いて多重債務の相談状況や実状等の情報交換を行うとともに、窓口で市民と接する関係課職員への研修会を開催し、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た。

なお、令和5年度の多重債務に関する相談件数は185件となり、令和4年度の187件に比べて2件減少した。

名称	開催日
多重債務問題関係課長連絡会議	1月15日（同日開催）
多重債務問題に関する研修会	

(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、悪質な事業者の調査などに協力した。

(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は、警察への通報を奨励し、問題の共有を図った。

イ 相談機関等との連携

(ア) 弁護士会等との連携による相談会の実施

多重債務問題について、弁護士会及び司法書士会から相談員を招き、市民向けの無料相談会を実施し、困難な事案の解決を図った。

・ 実施日 11月9日、11月30日、12月10日

(イ) 各種業界の相談窓口との連携

中国地方消費者窓口業務協議会（CCAC）の勉強会に参加し、情報交換等を行うことで、消費者トラブルの解決に役立てた。

(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

(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

相談員情報交換会や研修を通じて、消費者のニーズを検討し業務の向上に努めた。

(イ) 消費生活審議会への消費者団体、公募市民の参画

消費者団体、公募市民参画による消費生活審議会及び部会を開催し、意見を聴取した。審議会等の開催状況については、1(2)及び(3)のとおり。

- (h) 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提出はなかった。

- (i) 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、市長への申出の事案はなかった。

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

- (a) 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った。

- ⑦ 啓発動画作成

クレジットカードの利用（「リボ払い」に注意）について、啓発動画を作成した。



- ⑧ 啓発チラシ・リーフレット配布

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24,000部配布した。

また、高校生の消費者トラブル防止と成年年齢引き下げに係る啓発チラシを市立高校2、3年生に約5,000部配布した。



小学生向け



中学生向け

㊦ 「消費者教育情報」配信

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

配信内容（広島市立学校分）

発行年月日	内 容
5月11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）」の配布について、「おやこ消費者学習会」の案内、教員向け研修会への講師派遣、出前講座の案内、「令和5年度電気通信サービスQ&A」等の配付について
7月13日	「消費者教育情報」第2号 貸出し用ゲーム、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4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等の貸出しについて、消費者教育アドバイザー派遣、10月食品ロス削減月間出前講座の案内
10月16日	「消費者教育情報」第4号 消費生活センターのホームページ、出前講座の案内、子どもサポート情報「ライブ配信で投げ銭！高額課金に気を付けて」、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、子ども・若者サポート情報「就活の不安につけ込む高額な勧誘に注意」
12月18日	「消費者教育情報」第6号 消費生活トラブル事例、出前講座の紹介（今年度の様子）と案内、国民生活センターより注目情報「儲け話に関するトラブルに注意」
1月24日	「消費者教育情報」第7号 エシカル消費、出前講座の紹介（今年度の様子）と案内
2月26日	「消費者教育情報」第8号 教員向け消費者教育オンライン講座の作成、チラシ「消費者教育講師派遣の御案内」作成、広島市消費生活センターの研修室

(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広島市立河内小学校を訪問し、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うとともに、年間6回（1年生から6年生まで）の児童に対して、計画的に消費者教育としての授業を試みた。

(ウ) 大学等における消費者教育の推進

大学等での出前講座の実施や、「消費者教育情報」の配信により、クレジットカード、悪質商法等に係るトラブル防止を図った。

- ・ 大学等での出前講座実施 2校（広島市立大学、広島市立看護専門学校）
- ・ 「消費者教育情報」の配信 5校

配信内容（大学等分）

発行年月日	内 容
4月13日	「消費者教育情報」第1号 消費者庁 消費者教育ポータルサイトの紹介、出前講座の案内、広島県警察のホームページ紹介
10月25日	「消費者教育情報」第2号 広島市消費生活センターのホームページ、出前講座の案内、令和5年度消費者大学受講生募集

イ 地域・家庭・職場における消費者教育の推進

(ア) 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った。

- ・ 委託先 公益社団法人広島消費者協会
- ・ 実施回数 129回
- ・ 実施時間数 158.0時間
- ・ 受講者数 5,820人
- ・ 事業費 3,571千円

【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73.9%

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99.7%

(イ) 電子メディアに関する講習会の開催

小学4年生から6年生とその保護者を対象として、学習会を開催した。

- ・ 実施日 8月5日
 - ・ テーマ スマホなどの使い方を考えよう（講師：電子メディア協議会）
- ※ 次に記載する「おやこ消費者学習会」と同日開催

(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、小学4年生から6年生とその保護者を対象とした「おやこ消費者学習会」を開催した。

- ・ 実施日 8月5日
- ・ テーマ 買い物名人になろう（講師：金融広報委員会）
- ・ 開催実績 参加者 小学4～6年の親子7組 15人
- ・ 事業費 13千円

(I) 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い、消費者力の向上を図った。



(オ) 消費者力向上キャンペーン事業

基本方針 2 (1) エ(ウ)に記載のとおり。

(カ) 消費者啓発用品の貸出

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（古市公民館、竹屋公民館、白木公民館）に啓発パネル・タペストリーを貸出
貸出	各種学校	中学校又は高等学校 6 校へ啓発DVD及び啓発ゲームを貸出

(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

(ア) 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し、教員の指導力の向上を図った。

- ・ 対象者 中学校教員 1 人
- ・ 開催日 8 月 2 8 日
- ・ 開催地 宮城県仙台市
- ・ 研修名 教員を対象とした消費者教育講座

(イ) オンラインによる消費者教育講座の実施

「教員を対象としたオンラインによる消費者教育講座」を作成・周知（広島市立学校宛ての「消費者教育情報」第 8 号で配信）した。

(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った。

内 容	実施日
教科研究会での講話	小学校 8月 2日
	中学校 8月21日
校長会での依頼	中学校長会 7月13日
	高等学校校長会 7月 5日
教育委員会での依頼	広島市教育委員会 4月 7日

(I) 消費者教育をサポートする人材のあっせん

「消費者教育講師派遣のご案内」を作成・周知（広島市立学校宛ての「消費者教育情報」第8号で配信）した。

(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った。

開催日	研修名	主 催
6月12日～14日	消費者教育推進のための研修	(独) 国民生活センター
3月27日	第7回消費者教育実践セミナー	(公財) 消費者教育支援センター

イ 地域における人材の育成

(ア) 消費生活出前講座の実施

基本方針3(1)イ(ア)に記載のとおり。

(イ) 消費者大学の実施

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 69千円

開講日	テーマ	講師	受講者数 (人)
10月21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、エシカル消費など）	広島市消費生活センター 所長 山越 重範 消費生活相談員 石倉 央 氏	12
10月28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4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）	デジタル庁デジタル推進委員 広島市電子メディア協議会 インストラクター 杉浦 透 氏	12
11月11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18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 広島市健康福祉局食品保健課 課長補佐 藤本 美香 氏	11
11月25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	12
12月2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） 中国支所参事官 弘田 貴巳 氏	12
12月9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（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 武田 正良 氏 公益社団法人広島消費者協会理事	11
延べ受講者数			94

(ウ) 消費生活サポーターの育成

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随時受講可能とし、消費生活サポーターの登録を呼びかけた。

- ・ 登録者数：１０６人（３月３１日現在）

(エ) 消費生活協力団体の育成

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。

- ・ 登録団体数：１３０団体（３月３１日現在）

(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、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 ５，２２５千円
 〔 事業補助 ２３３千円 〕
 〔 常勤職員人件費補助 ４，９９２千円 〕

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	１９０	２３３
調査研究・監視活動	各種研究・調査実施、企業との対話等	５８	
地区活動	地域学習会、地区連絡協議会の開催等	５５	
会員の資質向上	リーダー派遣・育成事業等	１９０	
事務局費等	常勤職員人件費等	４，９９２	４，９９２
合 計		５，４８５	５，２２５

(カ) 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人収容）を無料で提供し、消費者団体等の自主的な活動を支援した。

研修室利用状況

区 分	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)	令和 5 年度 (2023 年度)
利用回数（回）	１１４	１２６	１８４	１７９	１０１
利用者数（人）	１，５８９	８６６	１，１７９	１，３５６	１，０２８

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

(ア) エシカルマップの作成

エシカルマップ作成の前段階として、ホームページ上にエシカル消費の紹介ページを作成した。また、エシカルマップ作成に向けて他都市の状況について情報収集を行った。

(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

市の広報紙や広報番組でエシカル消費の普及啓発を行うとともに、エシカル消費を普及促進するための動画やチラシを作成し、環境政策課と連携した啓発活動や、イベント等で配布した。また、エシカル消費に積極的に取り組んでいる広島市立広島商業高等学校と連携し、情報交換や啓発イベント出展を実施した。

項 目	実施日	内 容
ホームページ及び啓発チラシの作成	-	消費生活センターサブサイト上にエシカル消費の実践例等について紹介するページを作成した。また、チラシを作成し生協ひろしまの食材配達に併せて配布した。
平和記念式典での普及啓発	8月6日	広島平和記念式典の冷水サービスにて、エシカル消費に関するパンフレットを配布した。
広報紙（「市民と市政」）への掲載	8月15日	「日々の行動で未来を変える エシカル消費」として、日常生活でできるエシカル消費の具体例を3つの行動に分けて紹介した。
TSS「満点ママ」のコーナー「月曜リサーチ 知った？」での啓発	9月4日	エシカル消費について紹介し、実際に販売店で買い物をする際にエシカル消費を行うためのポイントを紹介した。
広報番組（「鈴木福のミミヨリ！ひろしま」）での啓発	9月10日	「未来を変える！エシカル消費」として、日常生活でできるエシカル消費の具体例を3つの行動に分けて紹介した。
啓発動画の作成及び放映	-	エシカル消費について紹介する30秒の啓発動画を作成し、消費生活センター入口のサイネージ、基町クレド大型ビジョン及び各種啓発イベントにて放映した。
展示ブース出店	12月、2月、3月 10月29日 3月16日、17日	・食品ロス削減イベント「ごみ減らそうデー」にて、エシカル消費の普及啓発活動を実施した。 ・食品ロス削減イベント「スマイル！ひろしま広場」にて、広島商業高校と連携し、エシカル消費の普及啓発活動を実施した。 ・みなとフェスタに出展し、エシカル消費の普及啓発活動を実施した。

(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

(ア) 事業者に向けた消費者志向経営の普及啓発

消費者志向経営の普及啓発を行うに当たり、消費者庁担当者と顔合わせを行い、詳しい説明や各自治体の取り組み状況について、ヒアリングを行った。

3 令和5年度（2023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45問中3問《問41、問42、問43》）

イ 方法

調査対象：令和5年（2023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6年（2024年）1月16日（火）～2月9日（金）

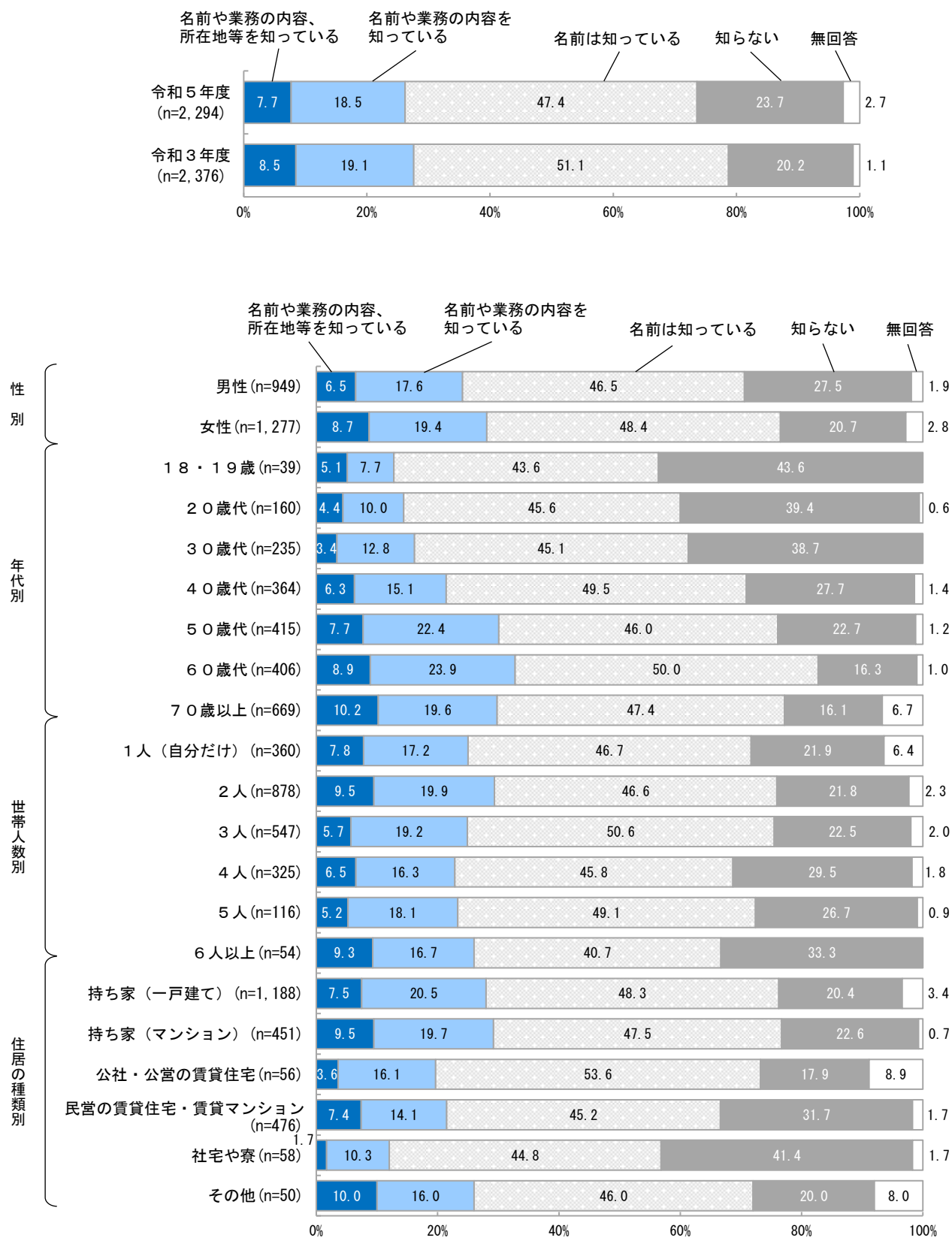
有効回収数：2,294件（有効回収率45.9%）

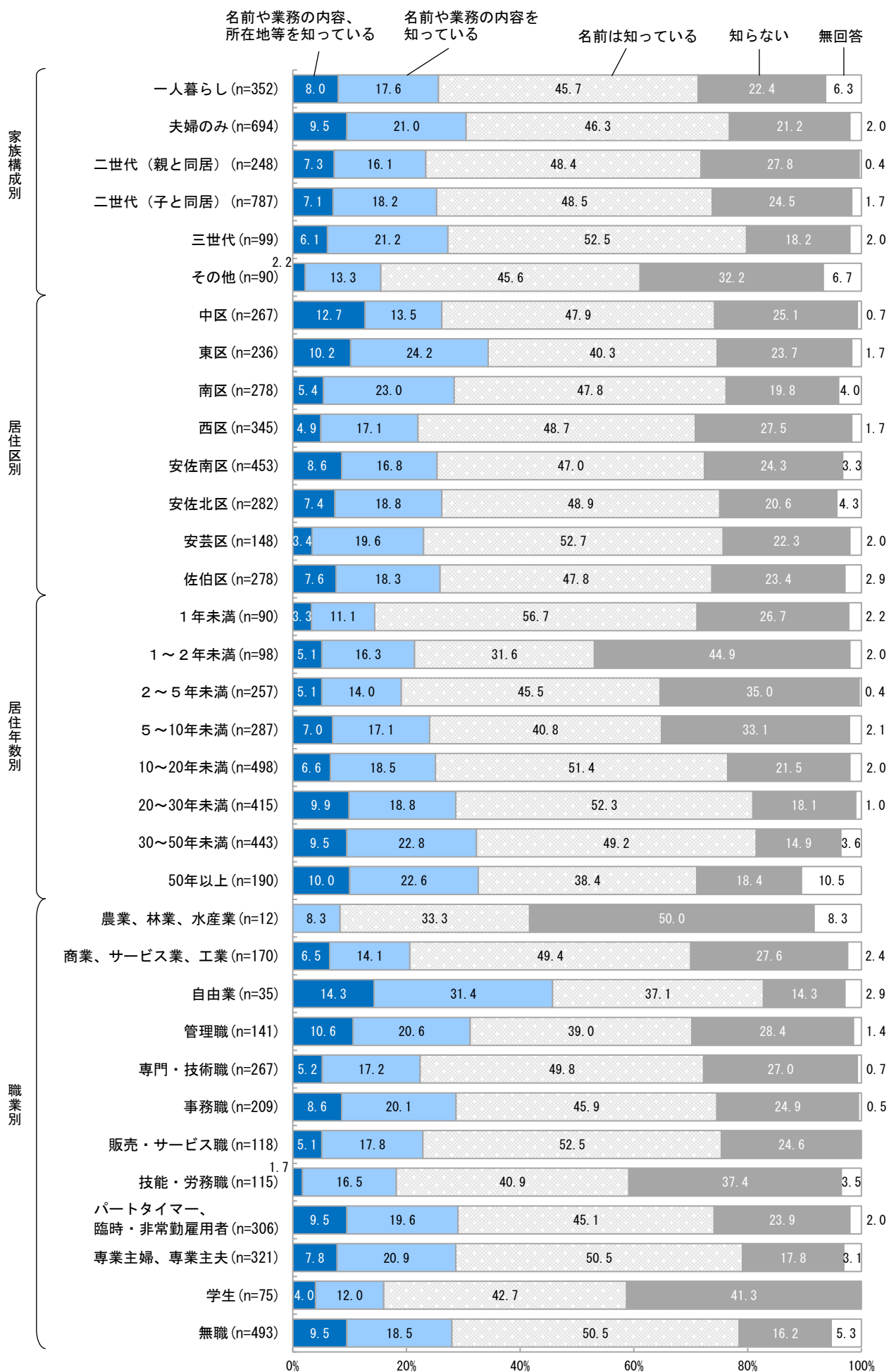
(2) 調査の結果（抜粋）

次のとおり。

問 41 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。

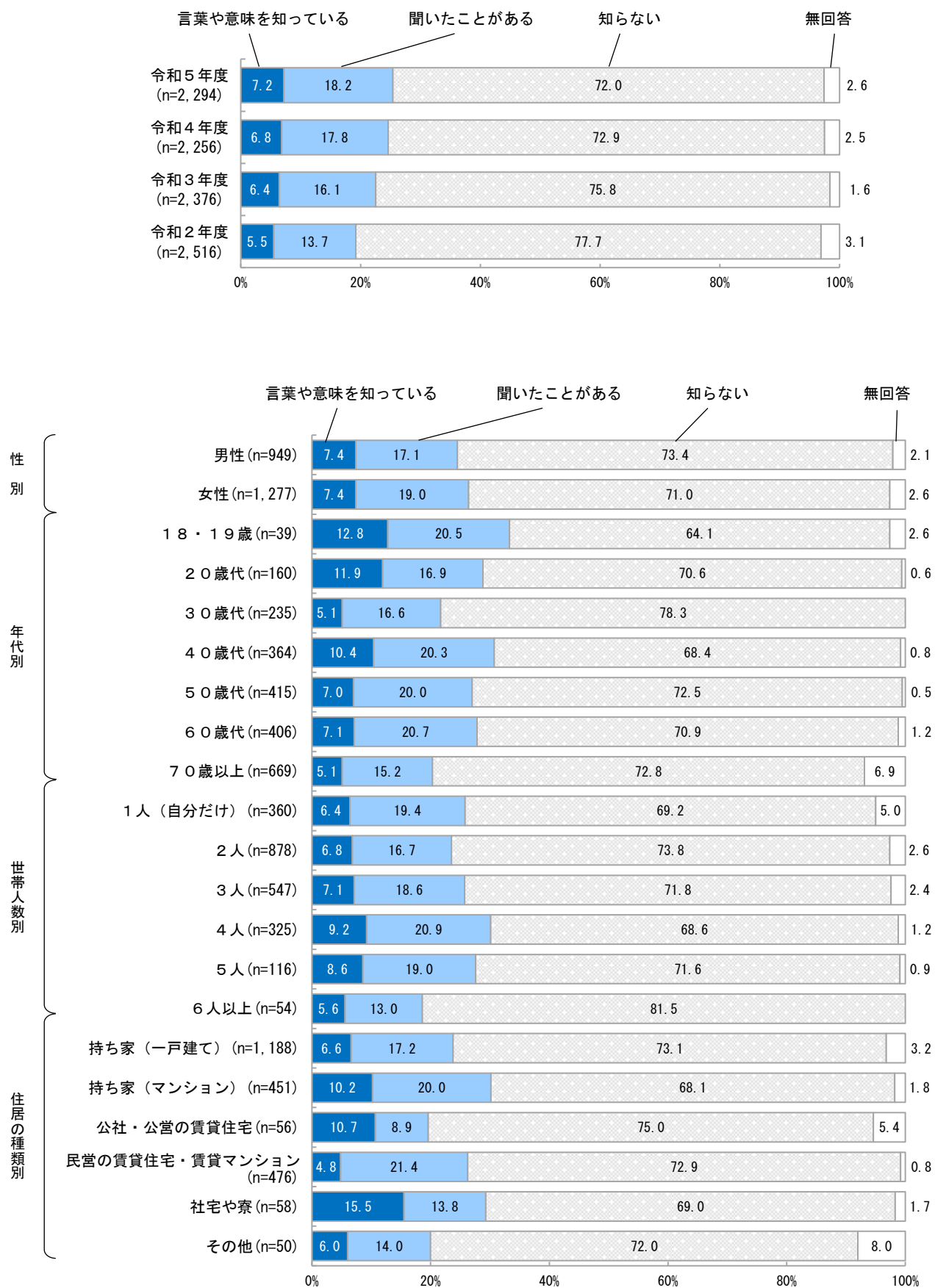
※令和2年度及び令和4年度にはない問

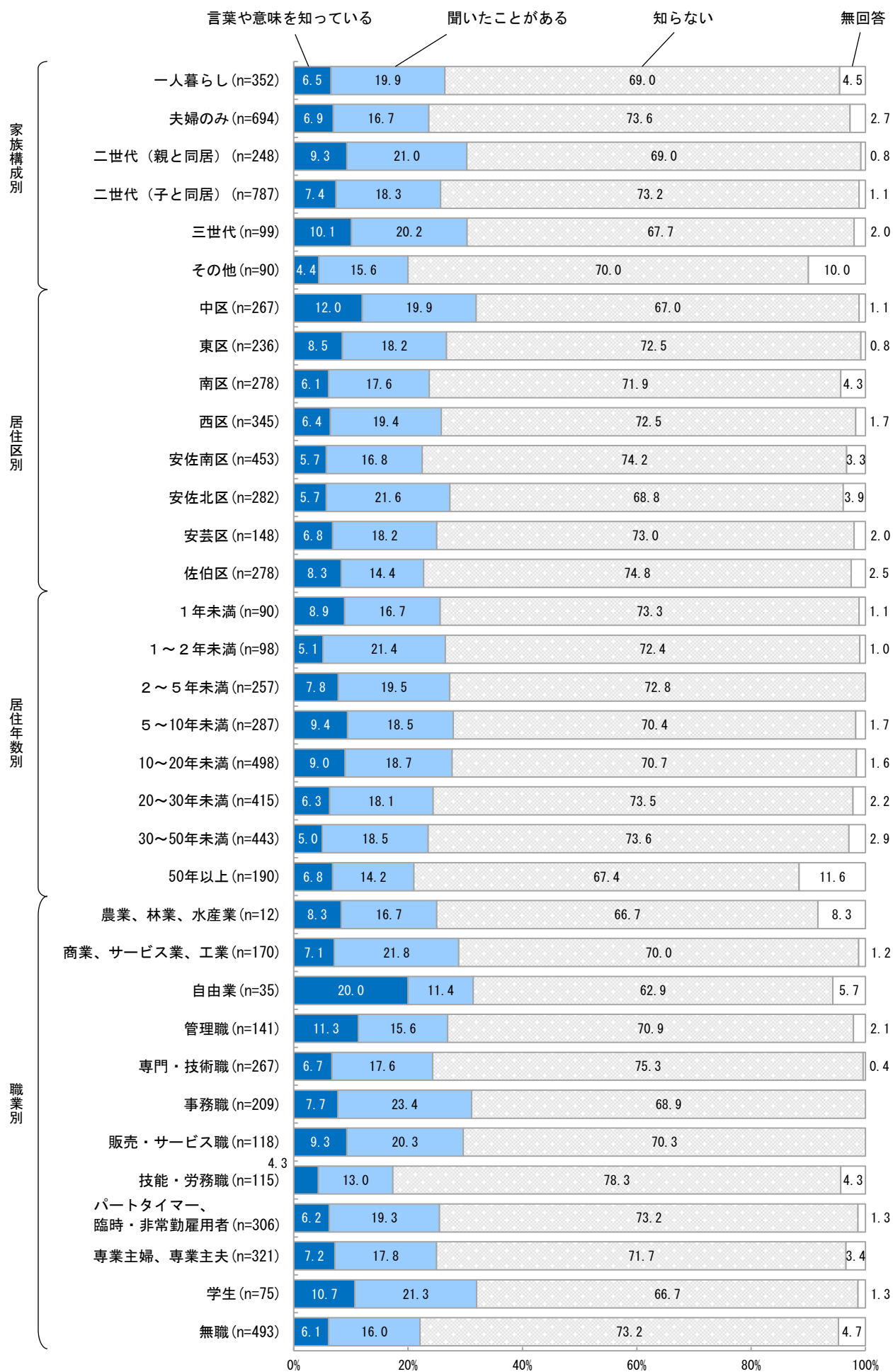




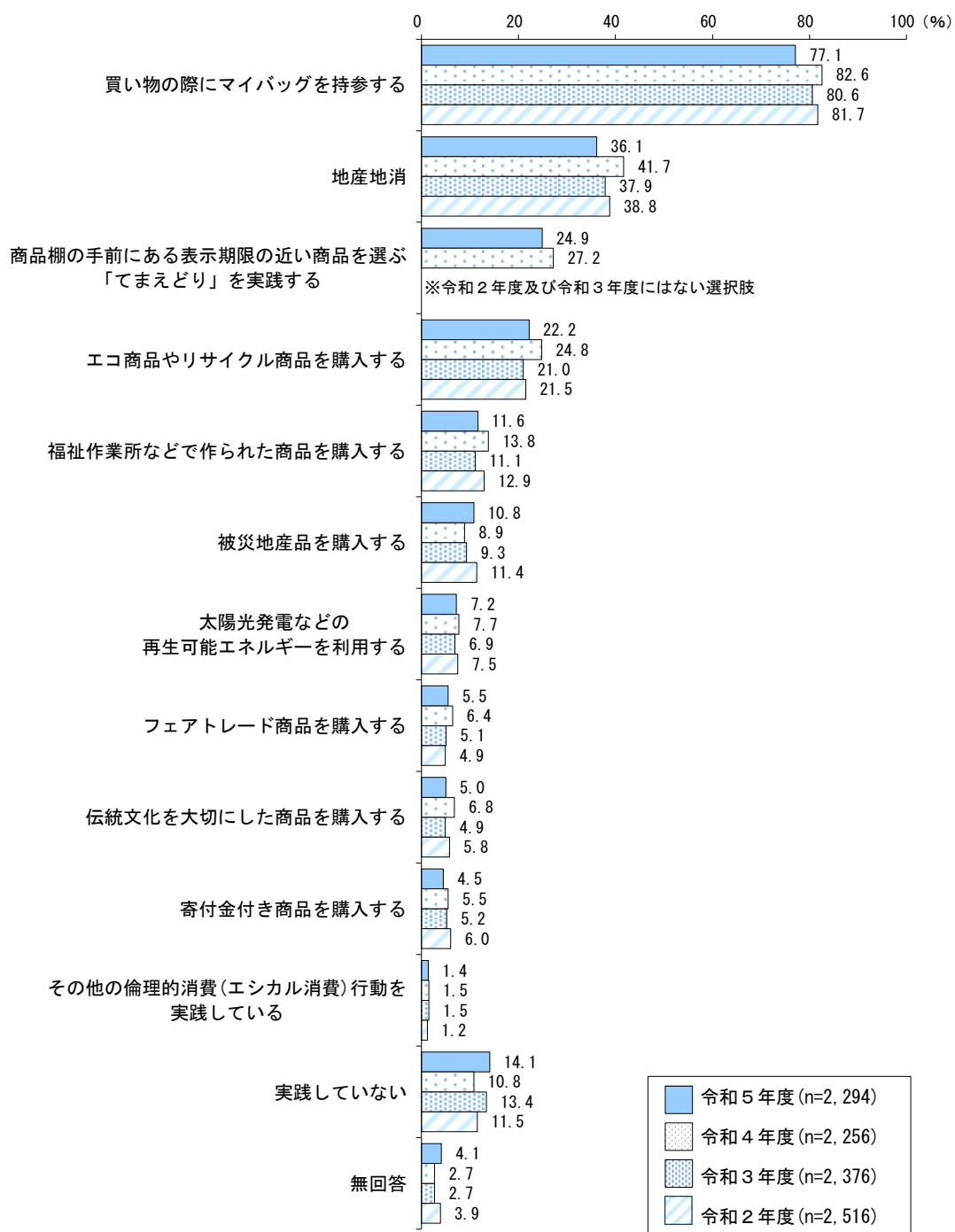
問42 あなたは、「倫理的消費（エシカル消費）（※）」という言葉を知っていますか。

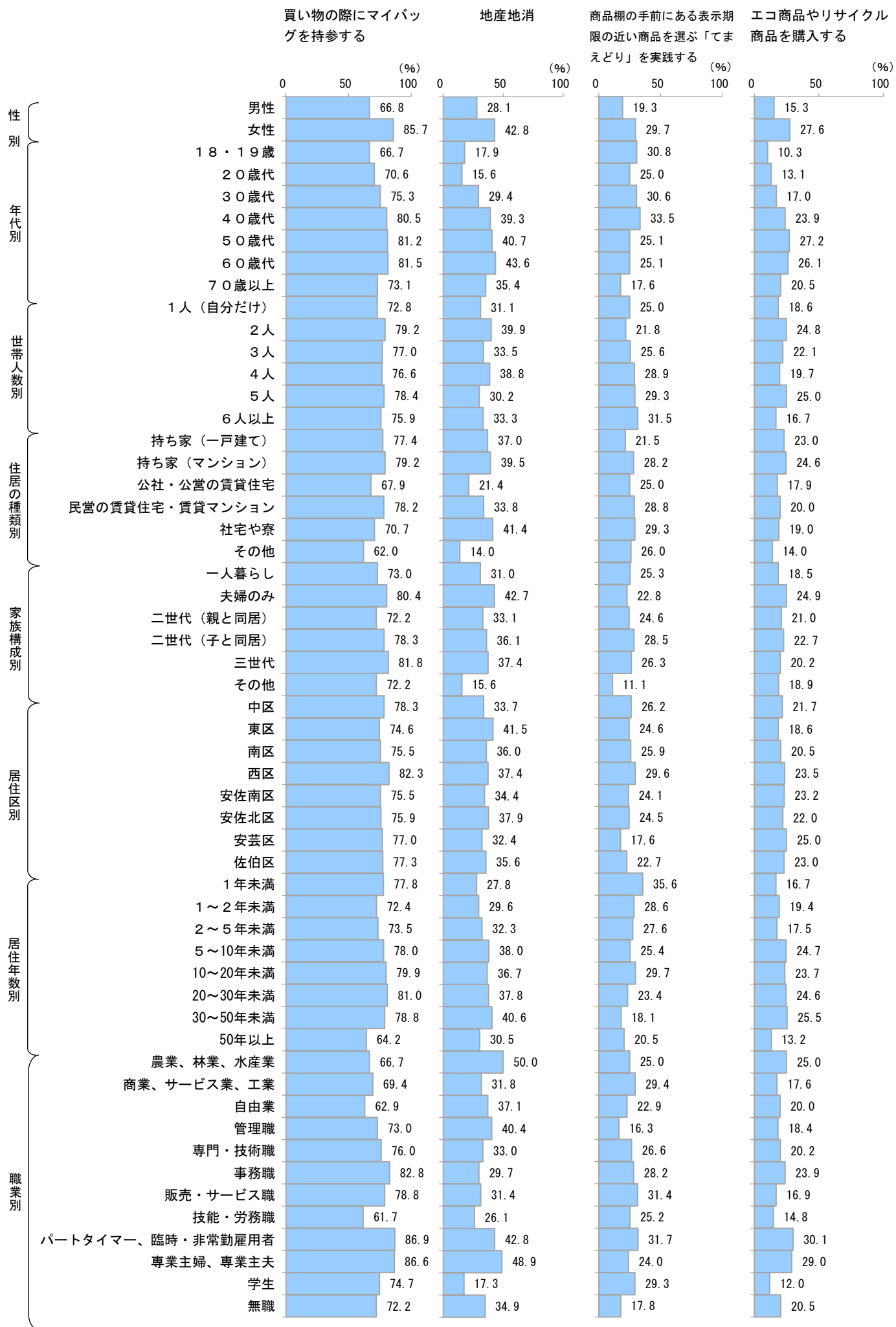
※ 消費者が、人や社会、環境、地域に配慮した商品やサービスを選んで消費すること。





問43 次に掲げる行動（倫理的消費（エシカル消費））で、あなたが普段から実践しているものがあれば、いくつでも○を付けてください（実践していない方は、「12. 実践していない」に○を付けてください）。





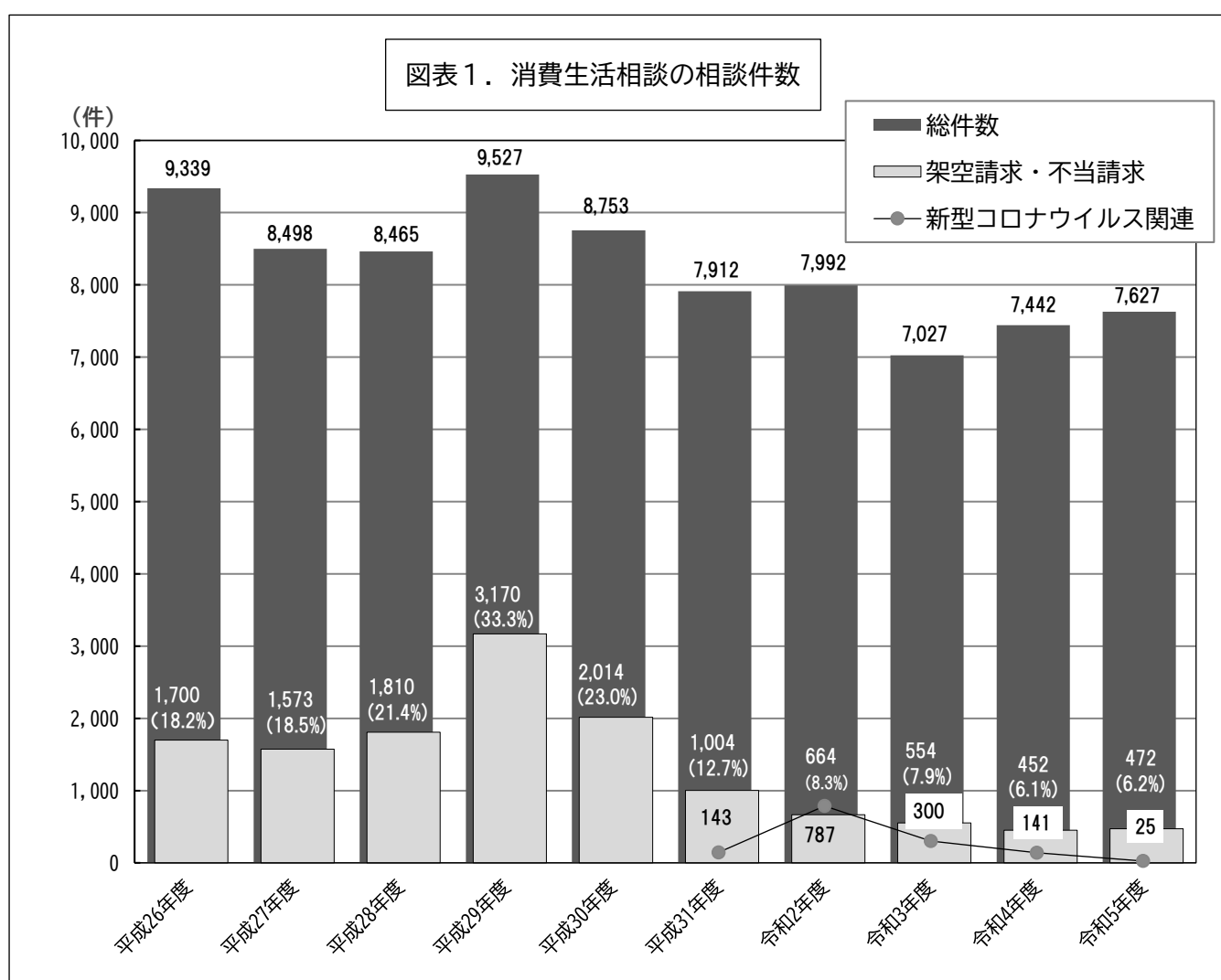
令和5年度消費生活相談の概要

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5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7,627件となり、前年度に比べ185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、25件だった。

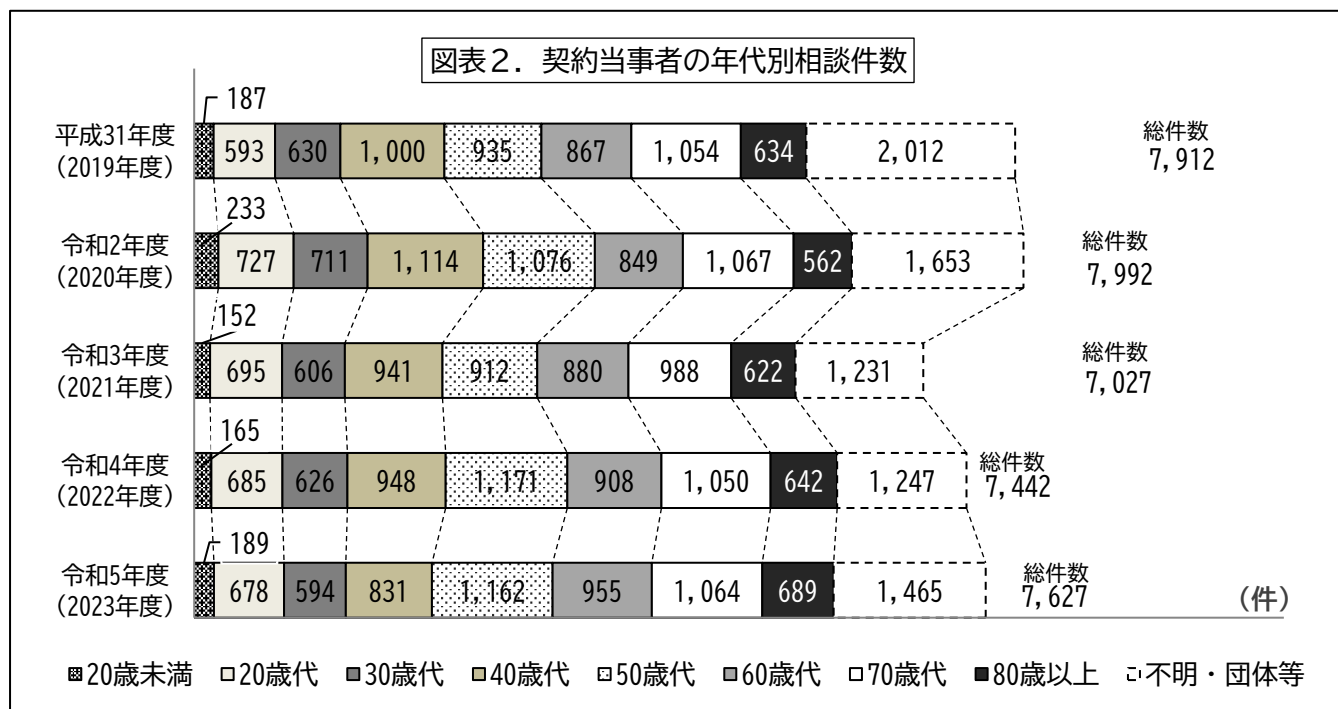
「架空請求・不当請求」の相談は、472件（総件数の6.2%）であり、前年度に比べ20件増加した。平成29年には総件数の33.3%を占めており、その後、毎年度減少していたが、令和5年度は増加している。



(2) 年代別の相談推移

令和5年度の相談件数は、前年度に比べ「20歳代」が7件、「30歳代」が32件、「40歳代」が117件、「50歳代」が9件、減少したが、「20歳未満」が24件、「60歳代」が47件、「70歳代」が14件、「80歳以上」が47件、増加した。

また、令和5年度の年代別の相談割合は、「50歳代」が15.2%と全年代で最も多かった。



2 商品・役務別の相談状況

(1) 商品・役務別の相談件数

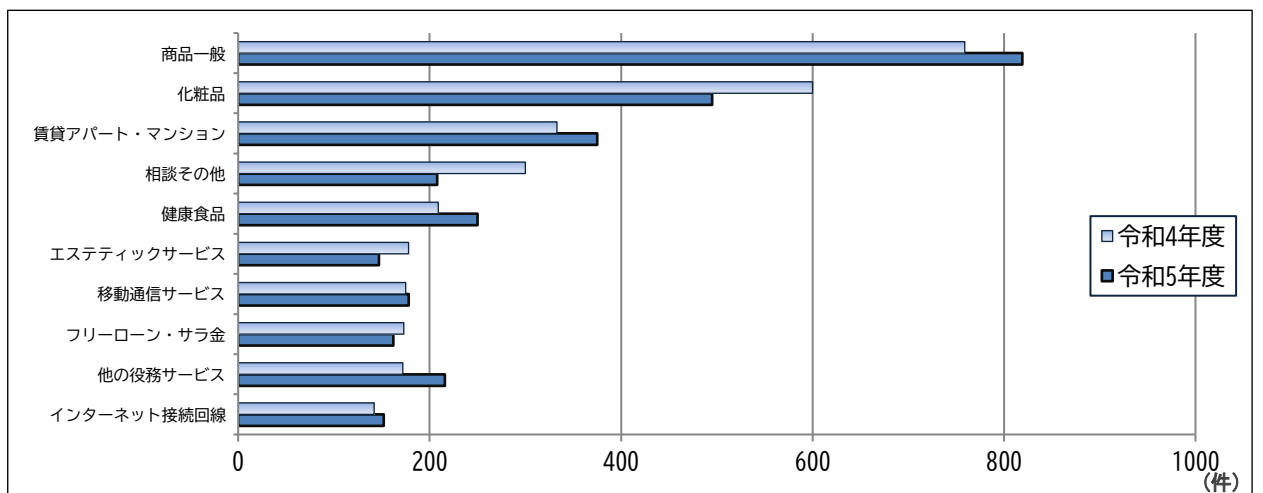
令和5年度の相談件数は、架空請求などの「商品一般」に区分される相談が前年と同様に最も多く、前年度に比べ60件増加している。

相談件数が減少したものとしては、「化粧品」が105件（82.5%）、「相談その他」が92件（69.3%）、「フリーローン・サラ金」が11件（93.6%）、「エステティックサービス」が31件（82.6%）減少した。

相談件数が増加したものとしては、「商品一般」が60件（107.9%）、「賃貸アパート・マンション」が42件（112.6%）、「健康食品」が41件（119.6%）、「他の役務サービス」が44件（125.6%）、「移動通信サービス」が3件（101.7%）、「インターネット接続回線」が10件（107%）増加した。

図表3. 商品・役務別の相談件数(上位10位)

順位	区 分	令和5 年度 (件)	令和4 年度 (件)	前年度 差 (件)	前年度 比 (%)	主 な 内 容
1	商品一般	819	759	60	107.9	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	495	600	▲105	82.5	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	375	333	42	112.6	賃貸アパートの契約、修理代、原状回復に関するトラブルなど
4	健康食品↑	250	209	41	119.6	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
5	他の役務サービス↑	216	172	44	125.6	パソコンのウィルス対策、占いサイトなど
6	相談その他↓	208	300	▲92	69.3	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
7	移動通信サービス	178	175	3	101.7	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	162	173	▲11	93.6	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	インターネット接続回線	152	142	10	107	プロバイダー、インターネット回線の電話勧誘販売など
10	エステティックサービス	147	178	▲31	82.6	美容エステや脱毛エステの契約など
その他		4,625	4,401	224	105.1	
合 計		7,627	7,442	185	102.5	



(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5年度の総件数は867件で、前年度に比べ17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 一般層（30歳代～50歳代）

令和5年度の総件数は2,587件で、前年度に比べ163件減少した。「商品一般」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。

ウ 高齢層（60歳以上）

令和5年度の総件数は2,708件で、前年度に比べ107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4. 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5年度（総件数 867 件）		令和4年度（総件数 850 件）		令和3年度（総件数 847 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	107	エステティックサービス	127	内職・副業その他	71
2	商品一般	62	賃貸アパート・マンション	60	賃貸アパート・マンション	56
3	賃貸アパート・マンション	61	インターネットゲーム	41	エステティックサービス	45
4	インターネットゲーム	59	商品一般	39	電気	44
5	内職・副業その他	47	内職・副業その他	35	インターネットゲーム	43

一般層（30歳代～50歳代）						
	令和5年度（総件数 2,587 件）		令和4年度（総件数 2,750 件）		令和3年度（総件数 2,459 件）	
順位	区 分	件数	区 分	件数	区 分	件数
1	商品一般	228	化粧品	273	商品一般	211
2	化粧品	188	商品一般	232	賃貸アパート・マンション	154
3	賃貸アパート・マンション	176	賃貸アパート・マンション	144	化粧品	118
4	健康食品	94	相談その他	89	相談その他	108
5	フリーローン・サラ金	71	健康食品	87	フリーローン・サラ金	93

高齢層（60歳以上）						
	令和5年度（総件数 2,708 件）		令和4年度（総件数 2,601 件）		令和3年度（総件数 2,490 件）	
順位	区 分	件数	区 分	件数	区 分	件数
1	商品一般	325	商品一般	340	商品一般	354
2	化粧品	247	化粧品	261	化粧品	142
3	健康食品	113	相談その他	92	インターネット接続回線	102
4	他の役務サービス	85	健康食品	85	移動通信サービス	97
5	インターネット接続回線	70	移動通信サービス	74	健康食品	82

※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（PI0-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

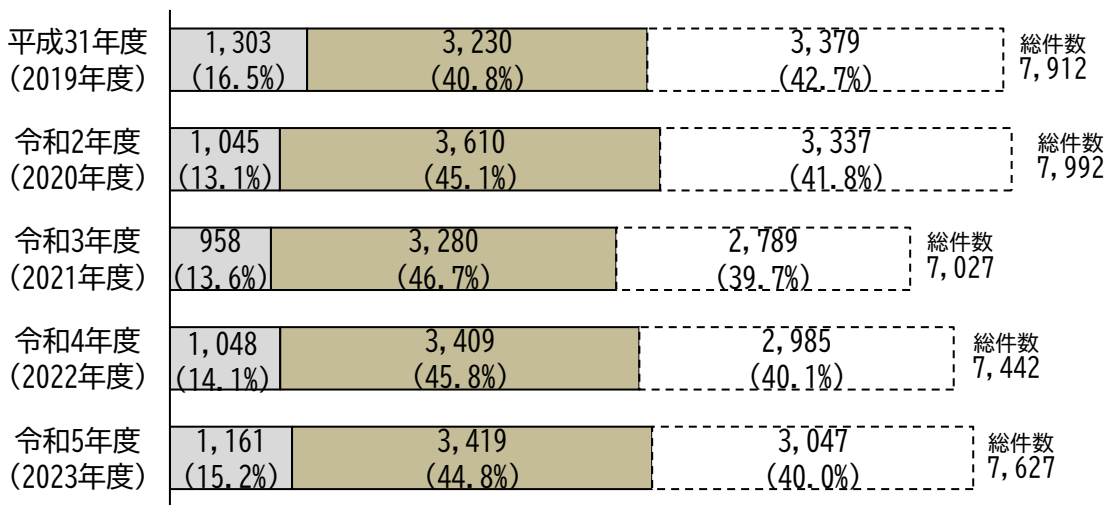
(1) 販売購入形態別の相談件数

令和5年度の相談件数は、店舗購入の相談件数は1,161件となり、前年度に比べ113件増加した。

店舗外販売の相談件数は、3,419件となり、前年度に比べ10件増加し、消費生活相談の総件数7,627件のうち、店舗外販売が占める割合は、44.8%となり、前年度とほぼ同じ割合であった。

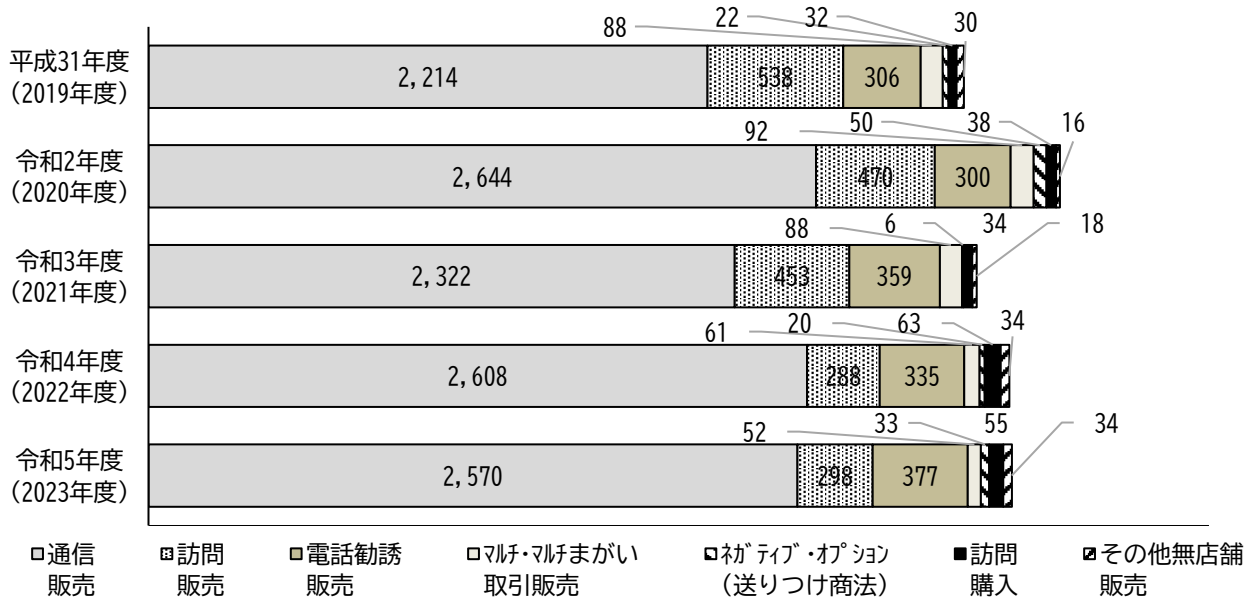
また、店舗外販売のうち、相談件数が多いものは、「通信販売」が2,570件と最も多く、次いで「電話勧誘販売」が377件、「訪問販売」が298件であった。

図表5. 販売購入形態別の相談件数



□店舗購入 □店舗外販売 □不明・無関係

図表6. 店舗外販売の相談件数



(2) 店舗外販売の相談件数

ア 通信販売

総件数 2,570 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、次いでダイエットサプリなどの「健康食品」の相談が多かった。

イ 電話勧誘販売

総件数 377 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 298 件のうち、「インターネット接続回線」の相談が最も多く、次いで家屋の屋根の修繕などの「屋根工事」の相談が多かった。

図表 7. 店舗外販売ごとの相談件数（上位 5 位）

① 通信販売 (総件数 2,570 件)

順位	区 分	件数
1	化粧品	462
2	健康食品	205
3	商品一般	199
4	紳士・婦人洋服	96
5	インターネットゲーム	75

② 訪問販売 (総件数 298 件)

順位	区 分	件数
1	インターネット接続回線	24
2	屋根工事	19
3	修理サービス	17
4	他の役務サービス	16
5	塗装工事	13

③ 電話勧誘販売 (総件数 377 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	41
3	内職・副業その他	30
4	電気	24
5	魚介類全般	19

④ マルチ・マルチまがい 取引販売 (総件数 52 件)

順位	区 分	件数
1	健康食品	6
2	内職・副業その他	5
3	ファンド型投資商品	4
4	他の役務サービス	4
5	商品一般	4

⑤ ネガティブ・オプション (送りつけ商法) (総件数 33 件)

順位	区 分	件数
1	商品一般	7
2	紳士・婦人洋服	3
3	かばん	1
4	ふとん類	1
5	アクセサリー	1

⑥ 訪問購入 (総件数 55 件)

順位	区 分	件数
1	アクセサリー	17
2	商品一般	13
3	和服	4
4	家具類	2
5	洋服一般	2

⑦ その他無店舗販売 (総件数 34 件)

順位	区 分	件数
1	飲料	5
2	その他金融機関連サービス	2
3	アクセサリー	2
4	修理サービス	2
5	宅配便サービス	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5年度の総件数は340件で、前年度に比べ32件増加した。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SNSでの副業トラブルなどの「内職・副業その他」の相談が多かった。

イ 一般層（30歳代～50歳代）

令和5年度の総件数は928件で、前年度に比べ288件減少した。「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5年度の総件数は1,040件で、前年度に比べ188件増加した。「化粧品」の相談が最も多く、次いで「健康食品」の相談が多かった。

図表8. 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5年度（総件数 340 件）		令和4年度（総件数 308 件）		令和3年度（総件数 347 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	55	インターネットゲーム	39	インターネットゲーム	43
2	内職・副業その他	22	化粧品	29	化粧品	29
3	化粧品	21	健康食品	17	出会い系サイト・アプリ	27
4	商品一般	21	内職・副業その他	16	内職・副業その他	26
5	出会い系サイト・アプリ	18	出会い系サイト・アプリ	16	健康食品	23

一般層（30歳代～50歳代）						
	令和5年度（総件数 928 件）		令和4年度（総件数 1,216 件）		令和3年度（総件数 980 件）	
順位	区 分	件数	区 分	件数	区 分	件数
1	化粧品	227	化粧品	260	化粧品	108
2	健康食品	87	健康食品	81	商品一般	76
3	商品一般	66	商品一般	71	紳士・婦人洋服	60
4	他の役務サービス	35	紳士・婦人洋服	67	健康食品	55
5	紳士・婦人洋服	28	アダルト情報	32	アダルト情報	41

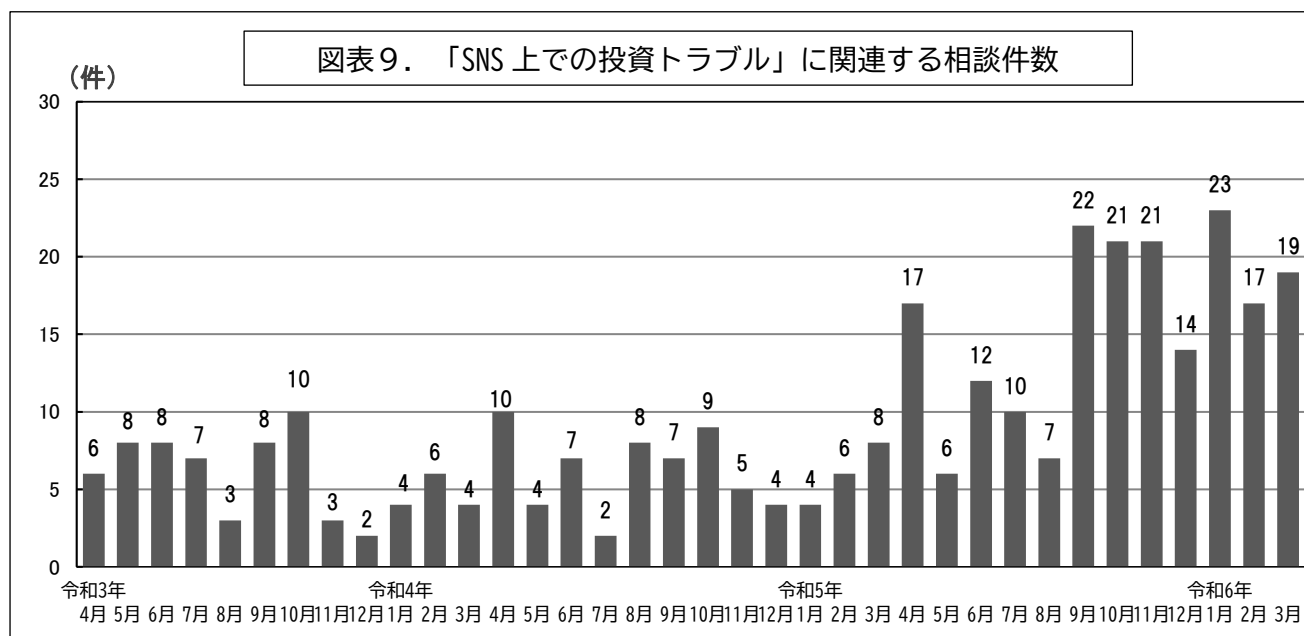
高齢層（60歳以上）						
	令和5年度（総件数 1,040 件）		令和4年度（総件数 852 件）		令和3年度（総件数 739 件）	
順位	区 分	件数	区 分	件数	区 分	件数
1	化粧品	177	化粧品	245	化粧品	126
2	健康食品	86	商品一般	74	商品一般	64
3	商品一般	67	健康食品	57	健康食品	55
4	紳士・婦人洋服	49	アダルト情報	27	アダルト情報	45
5	内職・副業その他	27	紳士・婦人洋服	26	他の役務サービス	33

4 注目事例

(1) 「SNS上での投資トラブル」に関連する消費生活相談

ア 相談件数

令和3年度の相談件数は69件、令和4年度は74件で微増であったが、令和5年度は189件と急増している。



イ 年代別の相談件数

年代別の相談件数を年度ごとで見ると、令和3年度で最も多かったのは、20歳代で23件、令和4年度で最も多かったのは、20歳代で16件、令和5年度で最も多かったのは、40歳代では36件となっている。

図表10. 「SNS上での投資トラブル」に関連する年代別の相談件数

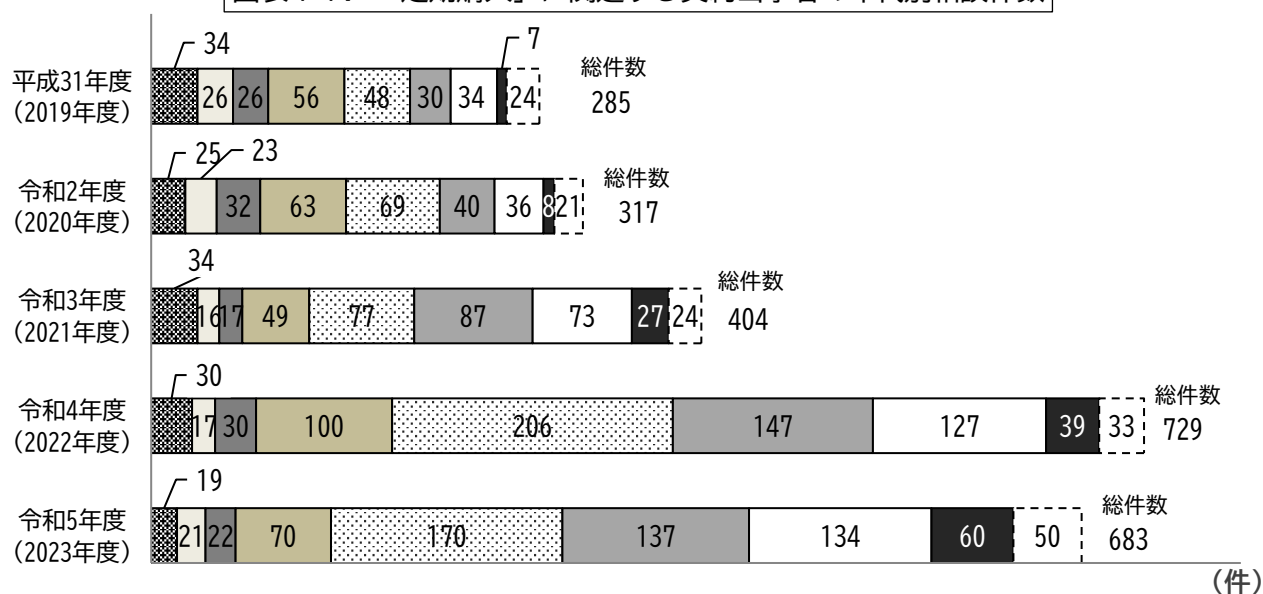
令和5年度（総件数 189 件）		令和4年度（総件数 74 件）		令和3年度（総件数 69 件）	
年 代	件数	年 代	件数	年 代	件数
20歳未満	7	20歳未満	0	20歳未満	3
20歳代	34	20歳代	16	20歳代	23
30歳代	19	30歳代	12	30歳代	8
40歳代	36	40歳代	12	40歳代	10
50歳代	30	50歳代	9	50歳代	9
60歳代	34	60歳代	11	60歳代	8
70歳代	19	70歳代	10	70歳代	5
80歳以上	0	80歳以上	2	80歳以上	0
無回答	10	無回答	2	無回答	3

(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、令和5年度は683件で、前年度に比べ46件減少となった。年代別にみると、20歳代及び70歳代以上で相談件数が増加している。

図表11. 「定期購入」に関連する契約当事者の年代別相談件数



■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 □不明・団体等

※2021年3月までの相談件数は「通信販売」で相談概要に「定期」と記載のある相談件数。

イ 商品・役務別の相談件数

令和4年度、令和5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件となっていたが、令和5年度は415件で前年度に比べ108件減少した。

図表12. 「定期購入」に関連する商品・役務別の相談件数(上位10位)

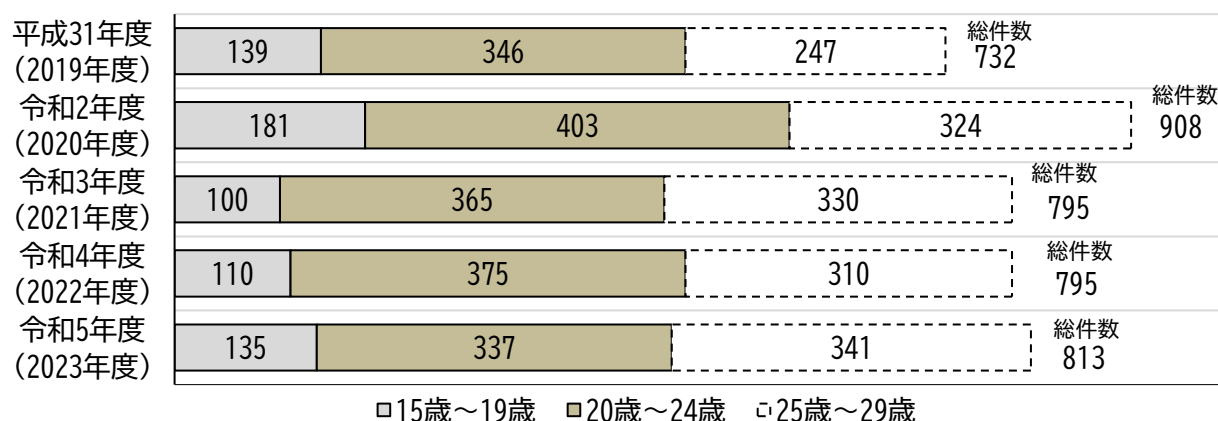
順位	令和5年度(総件数 683件)		令和4年度(総件数 729件)	
	区分	件数	区分	件数
1	化粧品	415	化粧品	523
2	健康食品	167	健康食品	131
3	タバコ用品	29	医薬品類	18
4	医薬品類	24	タバコ用品	13
5	飲料	9	飲料	13
6	商品一般	7	ペット用品	4
7	防虫・殺虫用品	6	娯楽等情報配信サービスその他	3
8	ペット用品	3	ソフトウェアライセンス全般	2
9	メガネ・コンタクトレンズ	2	他の光学機器	2
10	書籍	2	台所消耗品	2

(3) 若者の消費生活相談

ア 相談件数

相談件数は、令和３年度は７９５件、令和４年度は令和３年度と同数、令和５年度は８１３件となり、前年度に比べ１８件増加した。年代別に見ると令和５年度は２５歳～２９歳の総件数が３４１件と最も多く、次いで２０歳～２４歳の３３７件、１５歳～１９歳の１３５件となっていた。

図表１３． 若者の消費生活相談件数



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、次いで迷惑メールや不審な電話、架空請求などの「商品一般」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ＳＮＳでの副業トラブルなどの「内職・副業その他」の相談が多かった。２５歳～２９歳は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。

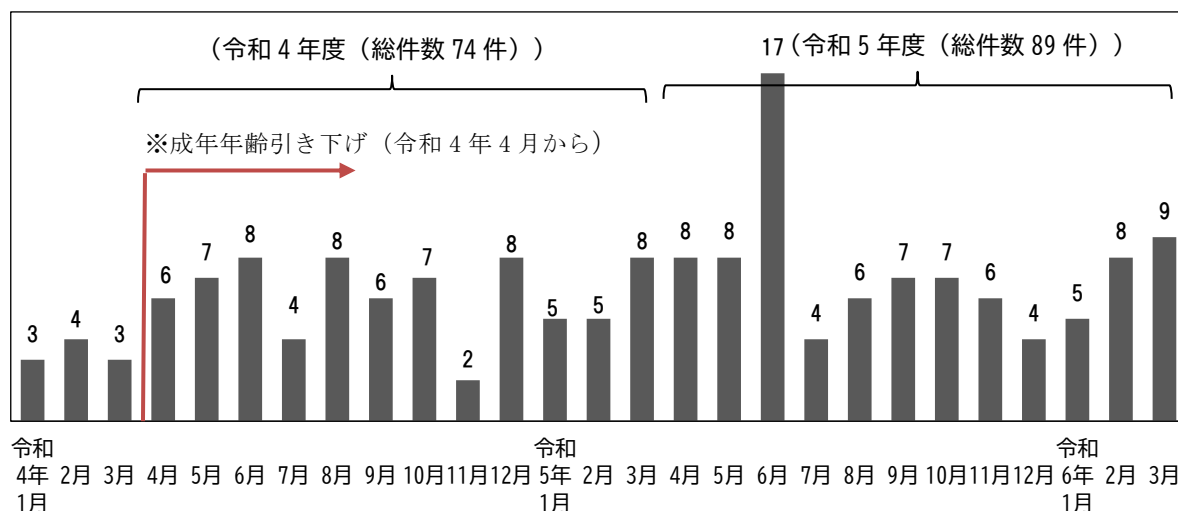
図表１４． 若者からの相談における商品・役務別の相談件数(上位 10 位)

順位	15 歳～19 歳（総件数 135 件）		20 歳～24 歳（総件数 337 件）		25～29 歳（総件数 341 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	14	エステティックサービス	59	賃貸アパート・マンション	37
2	商品一般	13	内職・副業その他	23	エステティックサービス	34
3	インターネットゲーム	10	商品一般	23	商品一般	25
4	健康食品	9	賃貸アパート・マンション	21	内職・副業その他	17
5	内職・副業その他	7	フリーローン・サラ金	14	フリーローン・サラ金	10
6	化粧品	7	他の役務サービス	11	他の役務サービス	10
7	アダルト情報	5	その他金融関連サービス	8	出会い系サイト・アプリ	8
8	相談その他	5	出会い系サイト・アプリ	8	医療サービス	8
9	他の役務サービス	4	娯楽等情報配信サービスその他	8	化粧品	7
10	修理サービス	3	移動通信サービス	8	四輪自動車	7

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、成年年齢が引き下げられた令和4年度の74件から令和5年度は89件となり、15件増加した。

図表15. 成年年齢引き下げに関する18歳～19歳からの相談件数



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4年度で商品・役務別の相談件数において上位の相談件数となっていた「エステティックサービス」の相談が、令和5年度においても引き続き上位となり、次いで、令和5年度においては、迷惑メールや不審な電話、架空請求などの「商品一般」の相談が上位となった。

図表16. 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5年度 (総件数 89件)		令和4年度 (総件数 74件)		令和3年度 (総件数 67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	14	エステティックサービス	13	化粧品	8
2	商品一般	9	化粧品	6	修理サービス	4
3	内職・副業その他	5	移動通信サービス	5	健康食品	4
4	他の役務サービス	4	内職・副業その他	4	電気	4
5	健康食品	3	インターネットゲーム	3	他の身の回り品	3