

令和 7 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	8 月 2 7 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 6 年度消費者行政の実績報告について ○ 令和 7 年度消費者行政の事業説明について ○ 「第 3 次広島市消費生活基本計画」に基づく令和 6 年度消費者施策（個別施策）実施状況について ○ 「第 3 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、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 2 月 1 日	【議事】 ○ 消費者教育の推進に係る消費者施策（個別施策）の実施状況等について

イ 消費者安全確保部会

回	開催日	内 容
1	1 2 月 1 9 日	【議事】 ○ 消費者トラブル防止ハンドブックの改訂について

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 0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、ホームページや消費生活センターの展示コーナーにおいて、製品安全に係る情報を市民へ提供し、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 2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PSEマーク等の表示がない電気用品等が販売又は販売の目的で陳列されていないか検査を行った。

電気用品の区分	電気用品名	検査点数	不適正表示点数
配線器具	アダプター	1	0
電熱器具	電気湯沸器	2	0
光源及び光源応用機械器具	エル・イー・ディー電灯器具	2	0
交流用電気機械器具	USB充電器	3	0
リチウムイオン蓄電池	電動アシスト自転車バッテリー	2	0
合 計		10	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PSEマークなどの表示がないと販売又は販売の目的で陳列することができないこととされている。

特定電気用品



電気温水器
電熱式・電動式おもちゃ
電気ポンプ
電気マッサージ器
自動販売機
直流電源装置
など全116品目

特定電気用品以外の電気用品



電気こたつ
電気冷蔵庫
電気歯ブラシ
電気かみそり
白熱電灯器具
音響機器
リチウムイオン蓄電池
など全341品目

① 「消費生活用製品安全法」に基づく立入検査

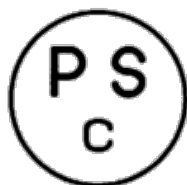
広島市域内の販売店1店舗へ立ち入り、「消費生活用製品安全法」に基づいて指定された特定製品及び特別特定製品についてPSCマーク等の表示がない特定製品等が販売又は販売の目的で陳列されていないか検査を行った。

※ 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（令和7年12月25日からは13品目）のうちから1品目を選定し行うものであり、令和7年度はライターを検査品目として選定し立入検査を行った。

製品名	検査点数	不適正表示点数
ライター	3	0
合 計	3	0

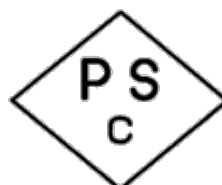
※ 消費生活用製品のうち、「消費生活用製品安全法施行令」で定められている特定製品及び特別特定製品は、国の定める安全基準をクリアするなどの義務を満たしたことを示すPSCマークなどの表示がないと販売又は販売の目的で陳列することができないこととされている。令和7年12月25日から、子供用特定製品に対する規制が施行された。

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

特別特定製品



携帯用レーザー応用装置
浴槽用温水循環器
ライター

子供用の
特定製品



乳幼児用玩具

子供用の
特別特定製品



乳幼児用ベッド

㊦ 「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	2	0
合 計	2	0

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

特定ガス用品



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

特定ガス用品以外のガス用品



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

① 「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（シャツ、布団カバー）	8	0
合成樹脂加工品（皿等、湯たんぽ）	5	0
電気機械器具（電気毛布、電子レンジ）	5	0
雑貨工業品（漂白剤、クレンザー）	6	0
合 計	24	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% 〇〇×株式会社 東京都千代田区〇〇町×番地 TEL 03-9999-9999	地糸 ポリエステル 100% 柄糸 レーヨン 100% 〇〇×株式会社 東京都千代田区〇〇町×番地 TEL 03-9999-9999	本体 綿 50% 麻 50% 衿 ポリエステル 100% 〇〇×株式会社 東京都千代田区〇〇町×番地 TEL 03-9999-9999	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
---	--	--	---

(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、県と協議を行い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各政令指定都市の現状及び本市の相談状況の確認を行った。

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。

令和7年度より調査対象品目を13品目に変更した。

調査対象品目等	調査方法等
・日用品（5品目） 紙製ゴミ袋、クラフトテープ、乳幼児用紙おむつ、 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
都道府県等消費者行政担当課長会議	4月22日	消費者庁
大都市消費者行政担当部課長連絡会議	6月9日	当番都市：広島市
中国地域消費者被害情報連絡会	8月21日	中国経済産業局
消費者行政ブロック会議	9月3日	消費者庁
ブロック別消費生活センター所長会議	9月3日	消費者庁
P I O - N E T 運営連絡会議	12月2日	独立行政法人国民生活センター

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 713千円

発行月	内容	
	表	裏
6月	お米の安売り！？詐欺サイトにご注意を	高齢者サポートサービスの契約トラブルに注意
7月	「どんなものでも買い取ります！」その買い取り、貴金属が狙いかも	警察を名乗る電話に注意！
	第100号（記念号）特別企画クロスワードパズル	広島市消費生活センターってどんなところ？
8月	点検商法のトラブル その契約、本当に必要ですか？	定期購入「返品」だけでは解約になりません
9月	テレビショッピングでのトラブル “テレビ広告では良く見えても実物とは違うかも”	配線器具 その使い方、間違っていないですか？ 正しく使って安全に
10月	“エシカル消費” やっていますか？	海産物の電話勧誘トラブルに注意
11月	年末に向けた大掃除 不用品回収サービスでのトラブル！	「見守り」と「気づき」で高齢者の被害を防ごう
	令和7年に流行った来年も要注意な消費者トラブル	遺品整理を頼むときは、事業者選びは慎重に
12月	実在する事業者を騙った架空請求にご注意ください！	古いカセットボンベの取り扱いに注意
2月	クーリング・オフ制度を知ってトラブル回避！	テレビショッピングではテレビ広告以外の情報もしっかり確認
3月	無料点検にご用心！ 突然の訪問・電話にご注意ください	災害時にも活躍携帯充電機やポータブル電源の取り扱いに注意
	定期購入トラブルにご注意ください 初回〇円は、複数回の契約の隠れみの？	個人情報聞き出す不審な電話に注意

① 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 209,000部
- ・ 事業費 455千円

② 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チラシを、生協ひろしまに食材配達時に併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うとともに、広島市消費生活センターについての周知を行った。

- ・ 発行部数 70,000部
- ・ 事業費 150千円

⑤ 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、当センター展示コーナーのデジタルサイネージで啓発動画を放映した。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
成年（オトナ）になったらできること	新成人を対象に、「成人したら何ができるのか」を紹介し、特に成年年齢の引き下げに伴う消費者トラブルを中心に解説	3, 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
広島市エシカルマップ	広島市エシカルマップの概要やエシカル消費に関連する取組を紹介	3, 0 0 0
毎日の生活の中にエシカル消費	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	2, 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
啓発用ステッカー	悪質事業者撃退ステッカー	3 0, 0 0 0
啓発用ボールペン	消費生活センター紹介ボールペン	4, 0 0 0
啓発用リーフレット	消費生活センター紹介リーフレット	4, 0 0 0

(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

令和5年度の消費者安全確保部会において議論した「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）」に基づき、構成団体等が実施する研修会等に当センター職員が参加したほか、構成団体が主催する取組の広報を行った。また、機会を捉えた啓発グッズの配布、メール通信の配信先を増やすなど、消費生活に関する情報提供に努めた。

(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。

なお、令和7年度は、消費者庁が実施したモデル事業「見守りネットワークの先進事例の創出事業」において、デジタル技術を活用した取組を導入し、市内郵便局15カ所との連携強化を図った。

- ・ 地域包括支援センター等からの情報提供 83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 49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月から開始したメール相談を引き続き実施したほか、国が令和8年9月から稼働を予定している消費生活相談の新システムの整備に向け、ネットワークの整備等を行った。

- ・ 令和7年度中のメール相談件数 147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「多重債務相談の解決方法」に係る研修を開催した。

実施日	講師	内 容
11月29日	広島弁護士会 所属弁護士	多重債務相談の解決方法

(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	講師	検討事例
1月31日	広島弁護士会 所属弁護士	弁護団に係る相談対応について

(I) 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7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50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 238千円
- ・ 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 消費生活相談員を知っていますか
 - 5月15日号 エシカル消費・グリーン志向消費を知る
 - 6月15日号 おやこ消費者学習会について・消費生活相談員ってどんなお仕事？
 - 7月15日号 消費者大学
 - 11月1日号 弁護士などによる多重債務無料相談
 - 12月15日号 詐欺被害を未然に防ごう、消費生活相談員ってどんなお仕事？
 - 2月 1日号 消費生活サポーター養成講座
 - 3月 1日号 大切な人の命と心を守るために、消費生活モニター
 - 3月15日号 気を付けて！若者の消費トラブル
- ・ テレビ広報番組
 - 4月13日放送 環境負荷の低いモノを選ぶ！エシカル消費・グリーン志向消費
 - 3月 7日放送 新生活に潜む消費者トラブル 一人で悩まず誰かに相談！
- ・ 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
 - 消費者トラブルを防ぐために 帰省はチェックのタイミング！
 - お米の詐欺サイトにご注意ください！
 - お盆の帰省の際にチェックしよう ネット通販の利用にご注意
 - 国勢調査をかたる不審電話・メールにご注意ください！
 - 点検商法トラブルに注意 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
動画放映	開催期間 5月1日～5月31日 開催場所 区役所市民ロビー及び広島駅南口地下広場 実施内容 消費者被害防止PR動画の放映
デジタルサイネージでの配信	開催期間 6月16日～7月15日 実施内容 わが街ナビ（市内4箇所）及びブチエーサイネージ（市内19箇所）で消費者月間を周知
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 7月17日 実施内容 啓発グッズの配布、啓発パネルの展示、大型モニターで消費者被害防止PR動画の放映



区役所パネル展示



マツダスタジアムでのパネル展示



デジタルサイネージでの配信画像



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7年度の多重債務に関する相談件数は194件となり、令和6年度の223件に比べて29件減少した。

名称	開催日
多重債務問題に関する研修会	10月31日

(ウ) 県消費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、県消費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、弁護士会及び精神保健福祉センターから相談員を招き、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17日、11月29日、12月11日

(イ) 各種業界の相談窓口との連携

中国消費者窓口連絡協議会（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

(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った。

㊦ 教員向け消費者教育オンライン講座の実施

令和6年度末に作成した「教員向け消費者教育オンライン講座-事例編-」の活用を図った。

㊧ 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 8日	「消費者教育情報」第1号 チラシ、パンフレットの配布について、「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、「電気通信サービスQ&A」等の配付について 若年層によるトラブルの未然防止・拡大防止に向けた周知・啓発の実施
7月11日	「消費者教育情報」第2号 もうすぐ夏季休業 学校でもゲーム課金やネットの使い方について注意喚起を！ 「社会への扉」最新版について、国民生活センター主催「教員を対象とした消費者教育講座」の御案内、出前講座の案内

8月28日	「消費者教育情報」第3号 貸出し用ゲーム、子どもにスマホを持たせる前に、出前講座の案内
10月11日	「消費者教育情報」第4号 貸出し用DVD、食品ロス削減月間「スマイルひろしま広場」案内、子ども・若者サポート情報224号、出前講座の案内
11月21日	「消費者教育情報」第5号 出前講座の紹介、消費者教育教材「社会への扉」について、子ども・若者サポート情報222号
12月17日	「消費者教育情報」第6号 もうすぐ冬季休業 お金の使い方に要注意！児童・生徒にとって年末年始は自由になるお金が増える時期です、広島市消費生活センターのホームページをぜひ御覧ください、出前講座の紹介
1月28日	「消費者教育情報」第7号 授業の中でもエンカル消費を！、出前講座の案内
3月12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―事例編―の作成、子ども・若者サポート情報226号について

(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年生までと特別支援学級）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、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 4校（広島市立大学、広島大学、広島市立看護専門学校、安田女子大学）

- ・ 「消費者教育情報」の配信 8校

配信内容（大学等分）

発行年月日	内 容
4月25日	「消費者教育情報」第1号 若年層による消費者トラブルの未然防止・拡大防止に向けた周知・啓発の実施 新生活スタート応援。2020Ver.、出前講座の案内
12月24日	「消費者教育情報」第2号 消費生活センターのホームページをぜひご覧ください、新生活スタート応援。2020Ver.、出前講座の案内
3月19日	「消費者教育情報」第3号 消費者庁 消費者教育ポータルサイトの紹介、子ども・若者サポート情報217号、出前講座の案内

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 118回
- ・ 実施時間数 150時間
- ・ 受講者数 5,337人
- ・ 事業費 4,958千円

【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65.4%

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95.2%

(イ) おやこ消費者学習会の開催

小学4年生から6年生とその保護者を対象として、学習会を開催した。

- ・ 実施日 8月9日
- ・ テーマ ① かしこい買い物の仕方を考えよう（講師：金融広報委員会）
② スマホ等の使い方を考えよう（講師：電子メディア協議会）
- ・ 開催実績 参加者 小学4～6年の児童9人（内兄弟が2組） 保護者7人 16人
- ・ 事業費 75千円

(ウ) 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。

(I) 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消費生活に関するパネルを展示するとともに、パネル等の貸出しを行い、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、啓発用品の貸出状況

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1か所（戸山公民館）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
貸出	地域包括支援センター	地域包括支援センター（1箇所）へ啓発DVDを貸出

※ 令和7年度特記事項

職域向けの消費者教育を推進するため、広島県商工会連合会及び広島商工会議所との意見

交換を行った。

(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) 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―事例編―」を周知（広島市立学校宛ての「消費者教育情報」第8号で配信）した。

(イ) 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 4日
校長会等での依頼	高等学校校長会 7月14日
	小学校校長会総務会 8月20日
	中学校校長会（資料配布のみ） 8月28日
	中学校教頭会 9月2日
教育委員会での依頼	広島市教育委員会指導課 4月 8日
	広島市教育センター 5月16日
教員採用前研修での講話	広島市教育センター 3月 7日

(ウ) 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」）した。

(エ) 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	場 所
5月13日	国際消費者シンポジウム in 徳島	オンライン
8月25日	エシカルサミット2025	オンライン
10月16日～17日	消費者教育推進のための研修	(独)国民生活センター
11月21日	SNS時代のICTリテラシー向上セミナー	TKP ガーデン
12月 6日	令和7年度消費者教育フェスタ in 奈良	オンライン
12月 9日	令和7年度消費者教育フェスタ in 栃木	オンライン
1月 7日	地域連携推進フォーラム in 岐阜	オンライン
1月23日	消費者教育コーディネーター講座	(独)国民生活センター
2月20日	消費者教育コーディネーター会議	消費者庁庁舎

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 7 6 千円

開講日	テーマ	講師	受講者数 (人)
8 月 2 3 日	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 消費者政策企画担当課長 関口 岳史 消費生活相談員 麻田 典子	3 0
8 月 3 0 日	契約（特殊詐欺、SNS 型投資・ロマンス詐欺など）	広島県警察本部生活安全総務課 特殊詐欺防止担当 課長補佐 土井 誠記	2 5
9 月 6 日	くらしの安全（災害への備え）	広島市災害予防課 主事 坂本 達哉 広島市河川防災課 技師 大西 晃洋	2 9
9 月 1 3 日	食生活（心が整い身体が元気になる秘訣）	（一社）ローカリズム推進楽会 平山 友美 菅野 美穂子	3 0
9 月 2 0 日	衣生活（エシカルな片付け）	ライフオーガナイザー 南方 佐知子	1 5
9 月 2 7 日	生活設計（家族で考える「これから」の暮らし整理～モノ・コト・住まい～）	一般社団法人 さくらブリッジ 理事 湯上 みどり	2 2
1 0 月 4 日	環境（環境問題：消費者としてできること）	広島大学大学院 教授 中坪 孝之	2 0
1 0 月 1 1 日	インターネット（デジタルサービスの普及とリスク）	広島市電子メディア協議会 インストラクター 内海 祐一郎	2 1
延べ受講者数			1 9 2

(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。また、実地で消費生活サポーター研修会を実施し、既存の消費生活サポーターの消費者力向上を行った。

- ・ 登録者数：1 3 0 人（3 月 3 1 日現在）

(エ) 消費生活協力団体の育成

様々な職種へ消費生活協力団体の登録を促し、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：1 3 2 団体（3 月 3 1 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	7, 1 0 9 千円
事業補助	3 3 4 千円
常勤職員人件費補助	6, 7 7 5 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	1 1 4	3 3 4
調査研究・監視活動	各種研究・調査実施、企業との対話等	5 1	
地区活動	地域学習会、地区連絡協議会の開催等	1 0 9	
会員の資質向上	リーダー派遣・育成事業等	6 0	
事務局費等	常勤職員人件費等	6, 7 7 5	6, 7 7 5
合 計		7, 1 0 9	7, 1 0 9

(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	令和3年度 (2021年度)	令和4年度 (2022年度)	令和5年度 (2023年度)	令和6年度 (2024年度)	令和7年度 (2025年度)
利用回数(回)	1 8 4	1 7 9	1 0 1	9 2	1 4 2
利用者数(人)	1, 1 7 9	1, 3 5 6	1, 0 2 8	9 8 9	1 4 0 0

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

エシカルマップを作成し、ホームページ上で公開した。

登録事業者数：29事業者（3月31日現在）

(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
消費者月間イベント	5月24日	紙屋町シャレオにて、エシカルマップ登録事業者等と連携の上、令和7年度消費者月

		間テーマにちなんだイベント「エシカル消費、グリーン志向消費を知る！『あなたのグリーン志向消費は？』」を開催した。
広島消費者協会 総合記念講演	5月26日	エシカル消費をテーマとした講演を実施した。
ひろしま国際協力事業における研修	1月26日	ひろしま国際協力事業において受け入れを行った研修員を対象に、エシカル消費に関する研修を実施した。
出前講座の実施（3回）	7月10日、 12月6日、 2月22日	エシカル消費をテーマとした出前講座を実施した。
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、エシカル消費のポスターを掲示した。
広報紙（「市民と市政」）への掲載	5月15日	「エシカル消費・グリーン志向消費を知る」として、消費者月間イベントを紹介した。
広報番組（「馬場のぶえのひろしま脳トレ」）での啓発	4月13日	「環境負荷の低いモノを選ぶ！エシカル消費・グリーン志向消費」として、エシカル消費の具体例などを紹介した。
啓発動画の放映	-	エシカル消費について紹介する30秒の啓発動画を、消費生活センター入口のサイネージや各種啓発イベントにて放映した。
展示ブース出展	6月～3月 9月27日 10月26日 1月16日、 17日 3月14日、 15日	・食品ロス削減イベント「ごみ減らそうデー」にて、エシカル消費のチラシを配布した。 ・地域イベント「koikoi ふれあい水辺フェスタ」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、広島市立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。 ・広島市立商業高校が広島アルパーク西棟 無印良品2階 Open MUJI で実施したポスター発表展示会において、エシカル消費の普及啓発ポスター展示を行った。 ・広島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

広島商工会議所及び広島県商工会連合会との職域向け消費者教育に関する意見交換を行い、併せて消費者志向経営に関しても紹介した。

3 令和7年度（2025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62問中3問《問49、問50、問51》）

イ 方法

調査対象：令和7年（2025年）11月30日現在広島市内に在住する男女（18歳以上）

調査方法：広島市住民基本台帳より無作為で抽出した5,000人

調査期間：令和8年（2026年）1月19日（金）～2月13日（金）

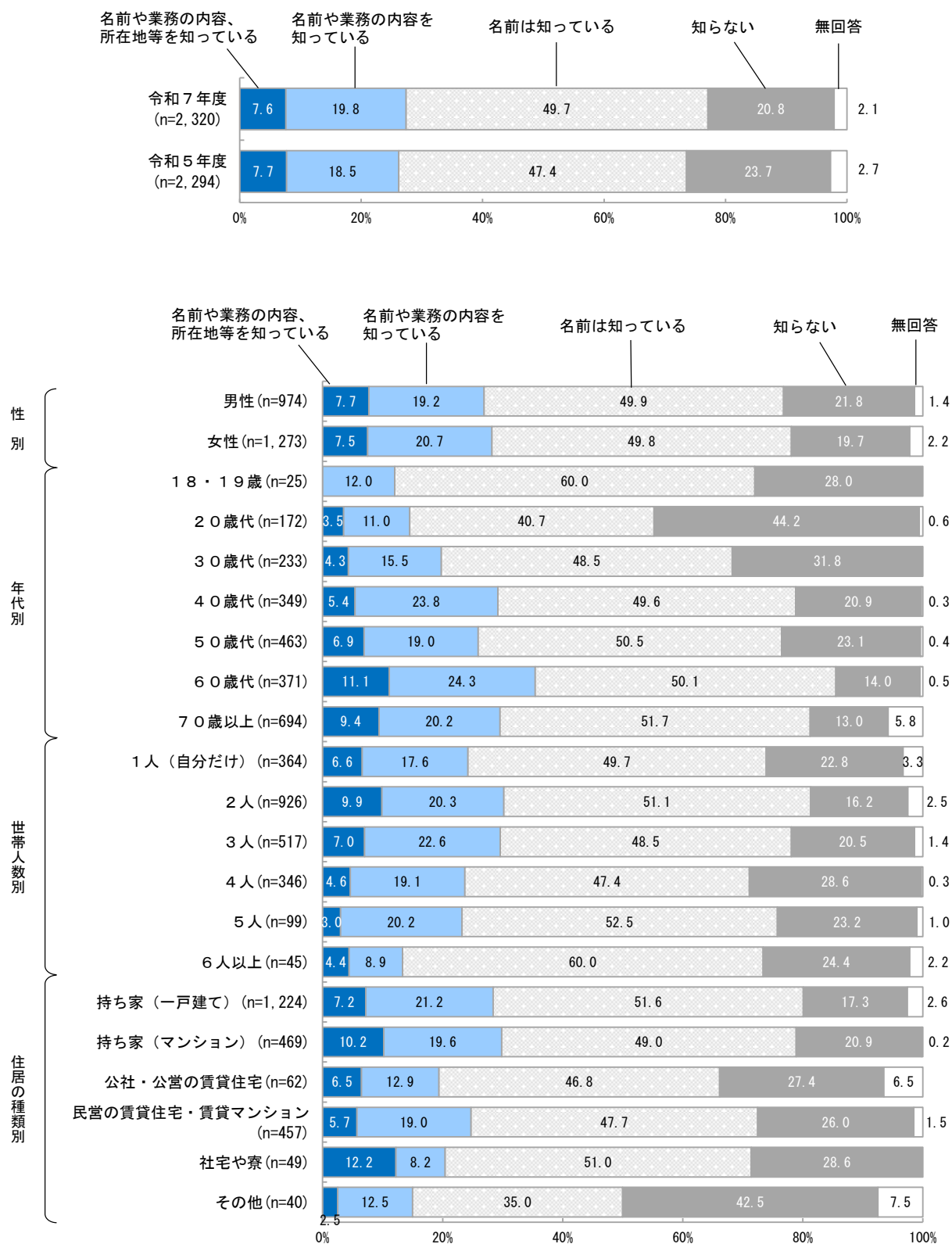
有効回収数：2,320件（有効回収率46.4%）

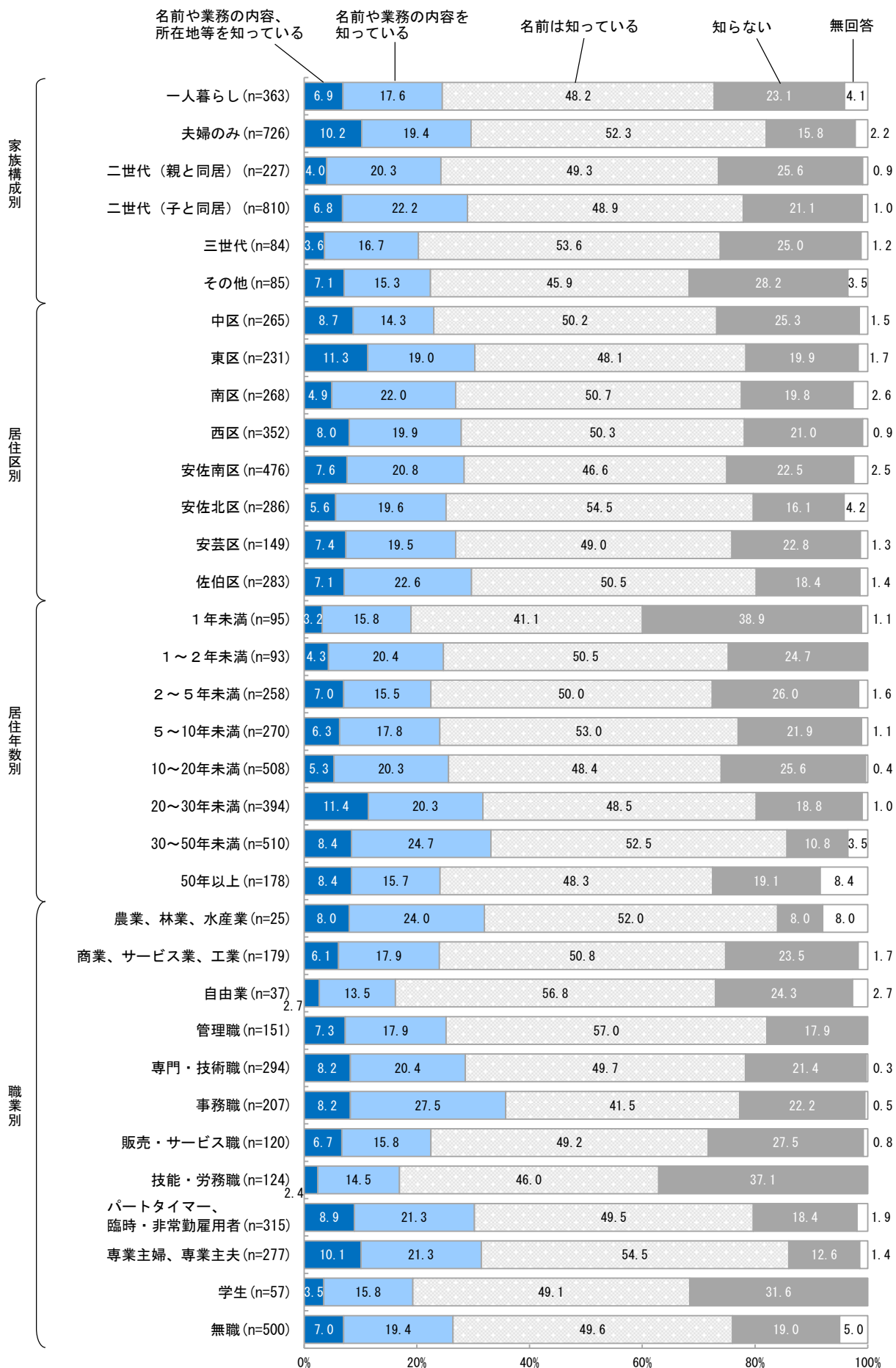
(2) 調査の結果（抜粋）

次のとおり。

問 49 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。

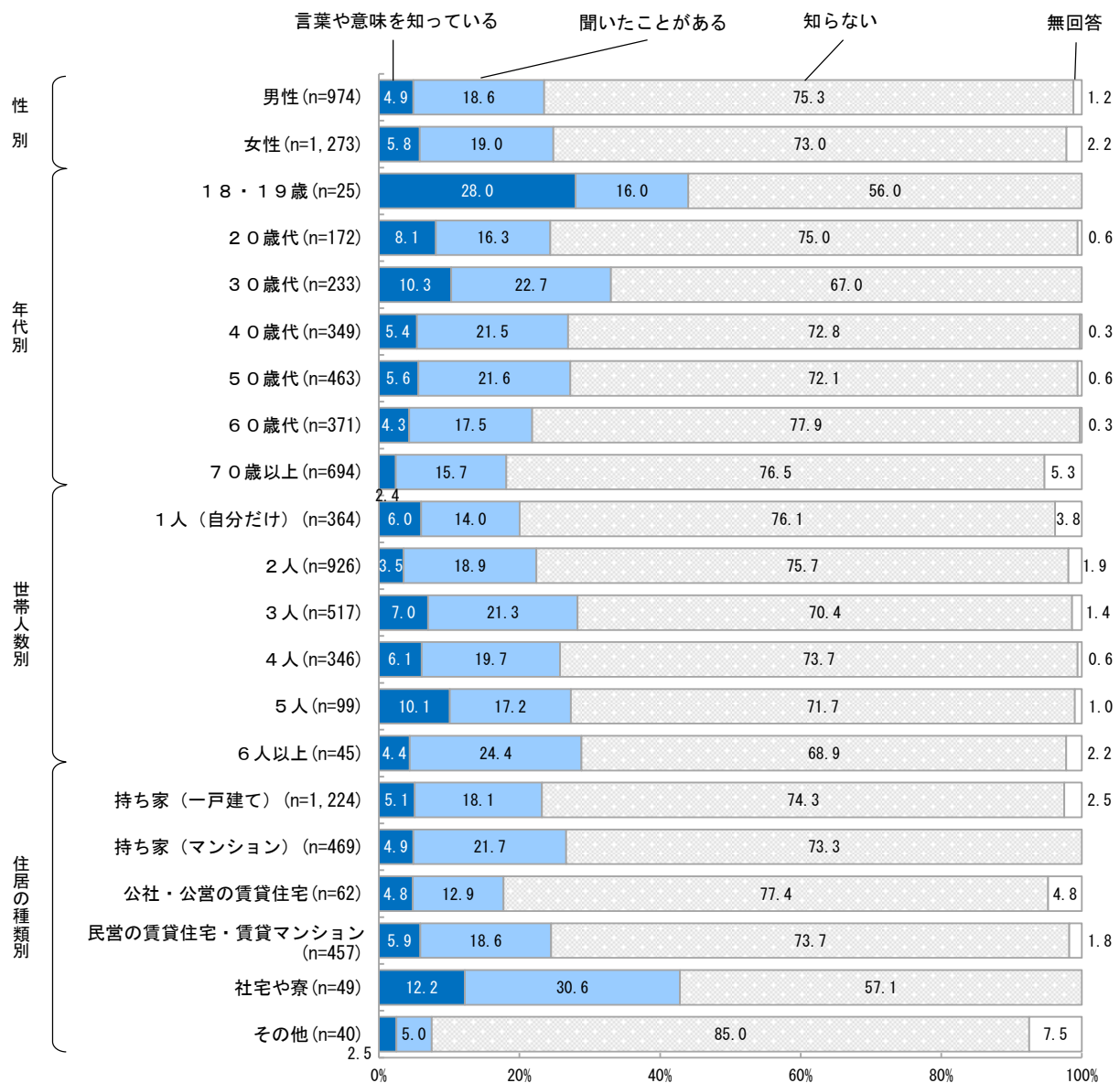
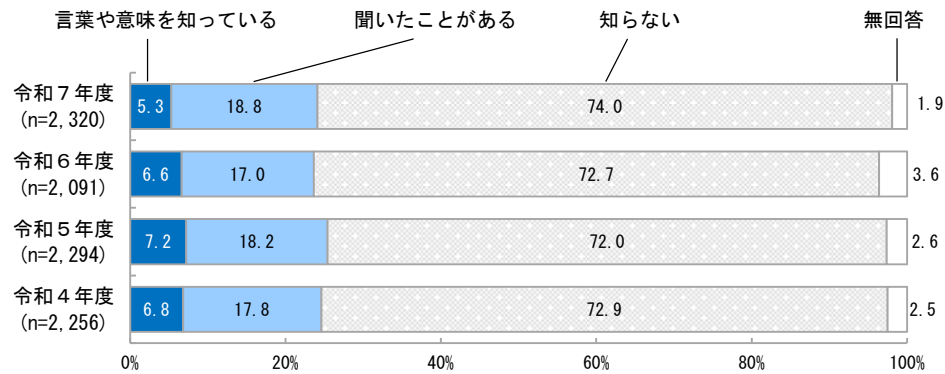
※令和4年度及び令和6年度にはない問

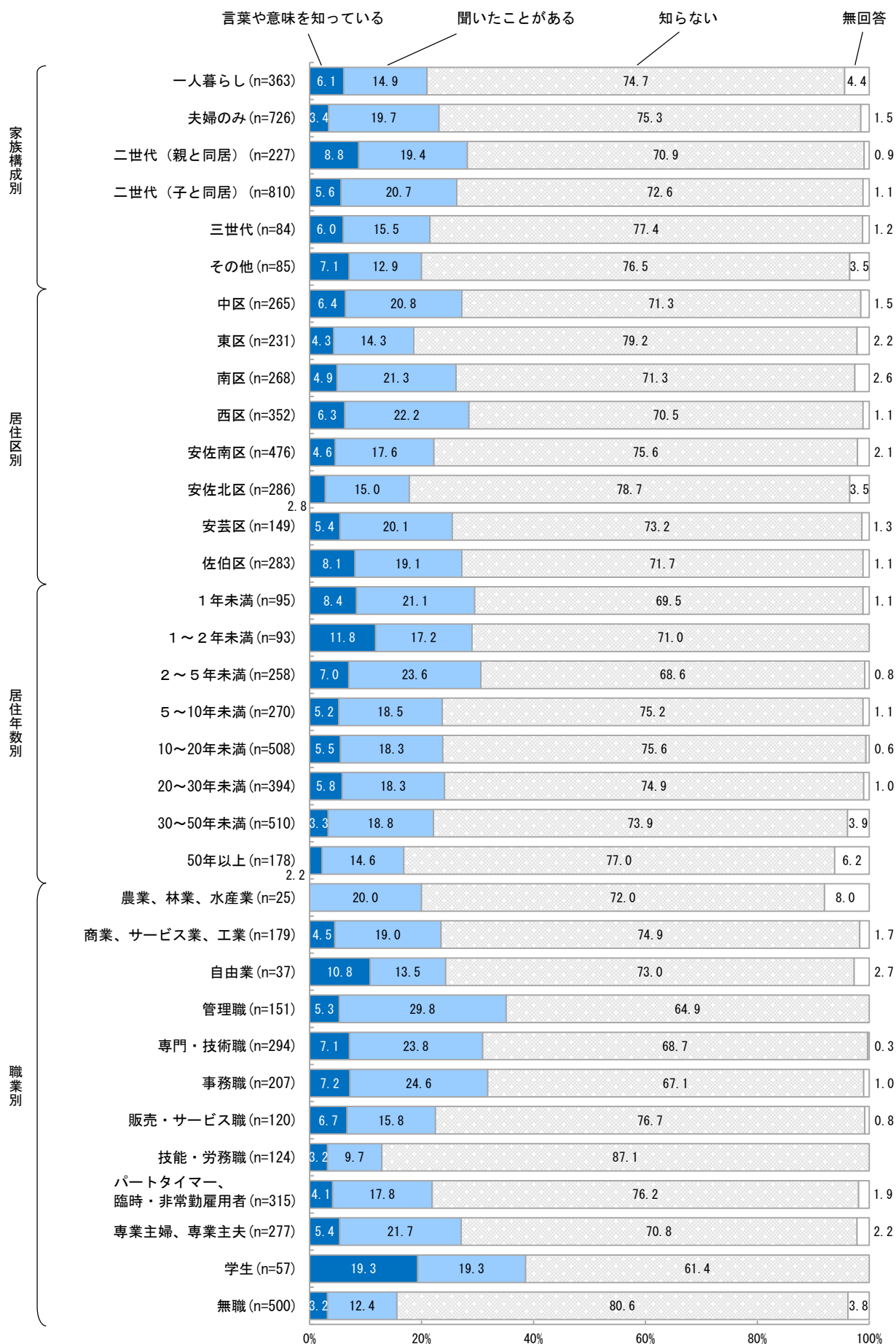




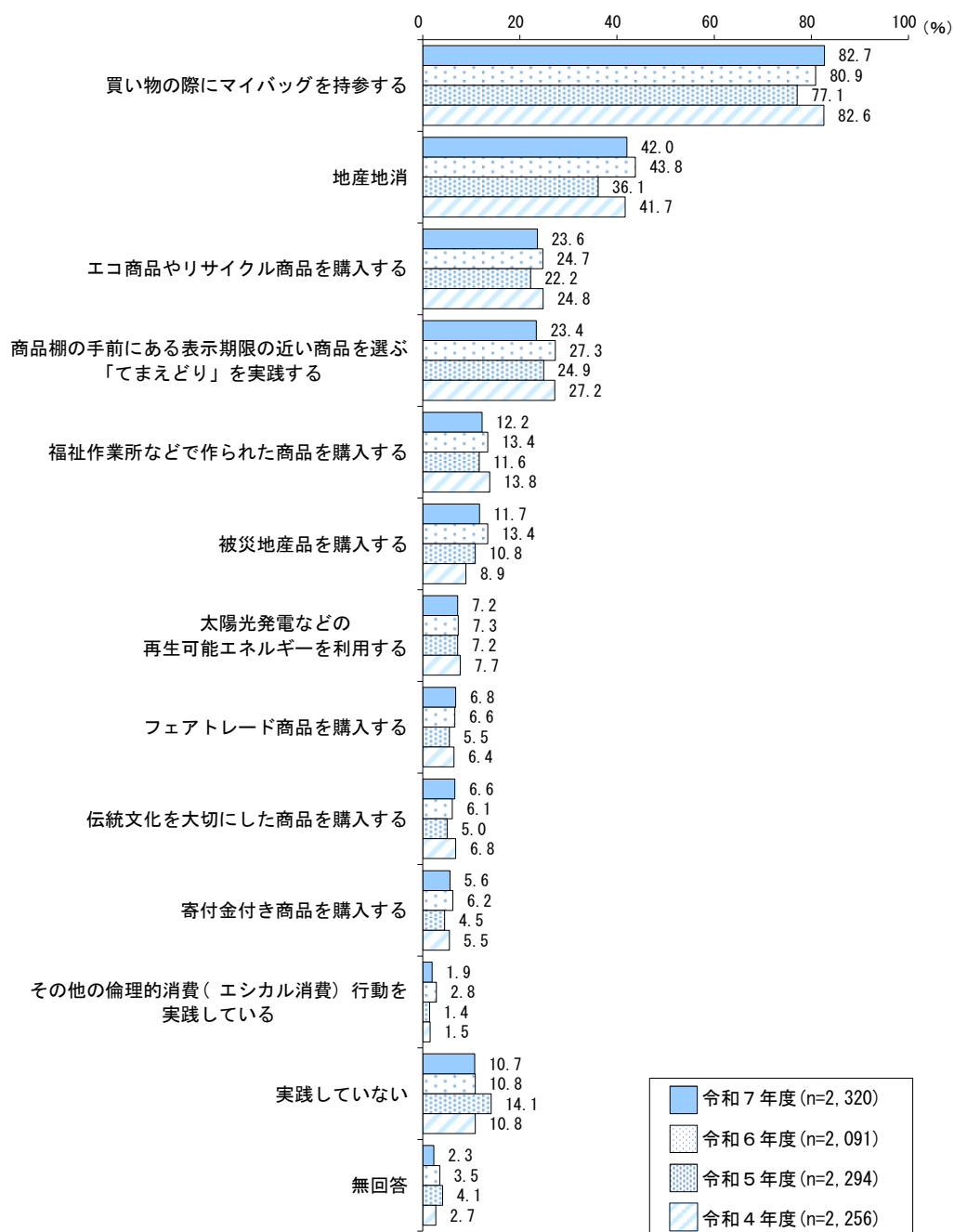
問50 あなたは、「倫理的消費（エシカル消費）」（※）という言葉を知っていますか。

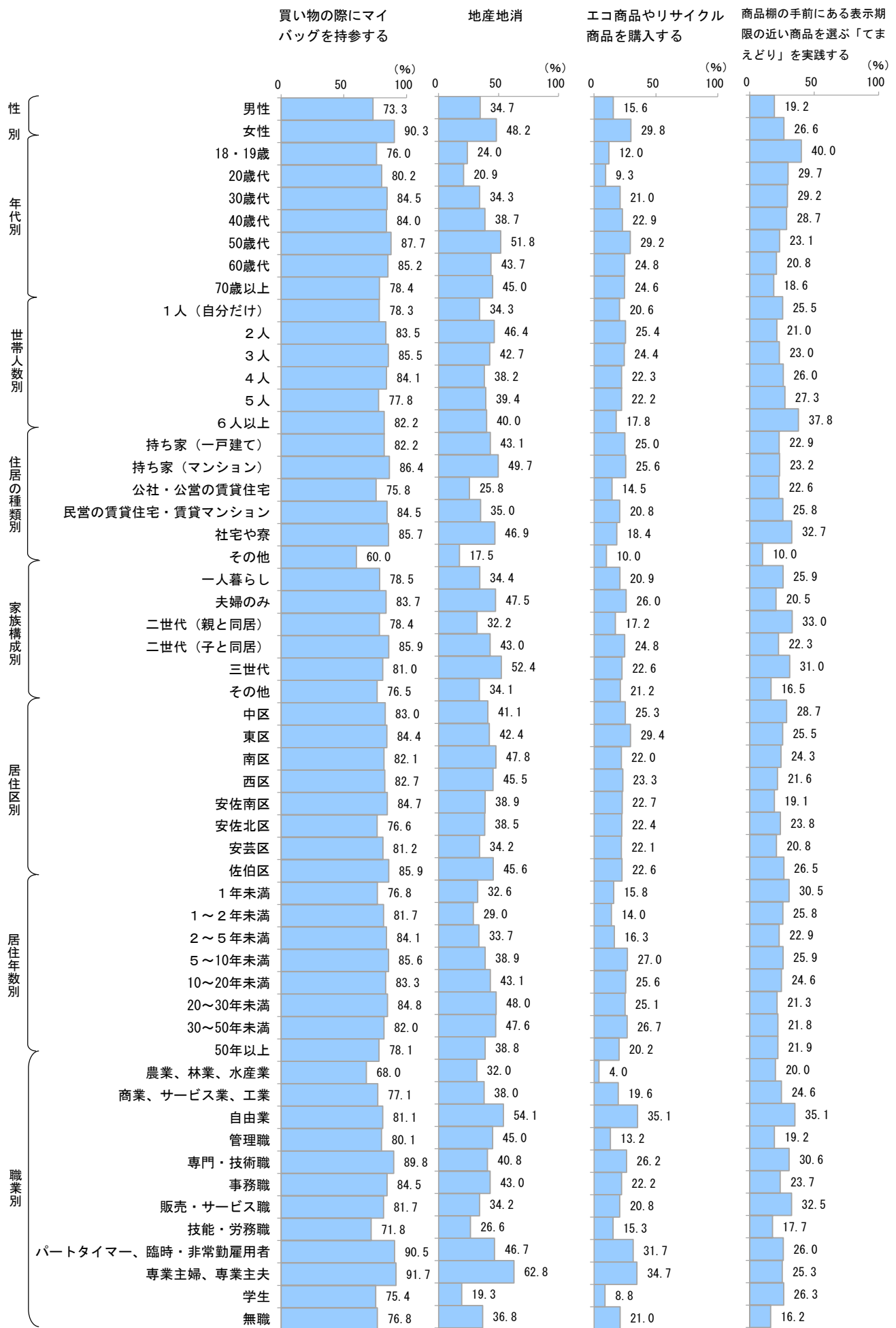
※ 消費者が、人や社会、環境、地域に配慮した商品やサービスを選んで消費すること。





問51 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）。





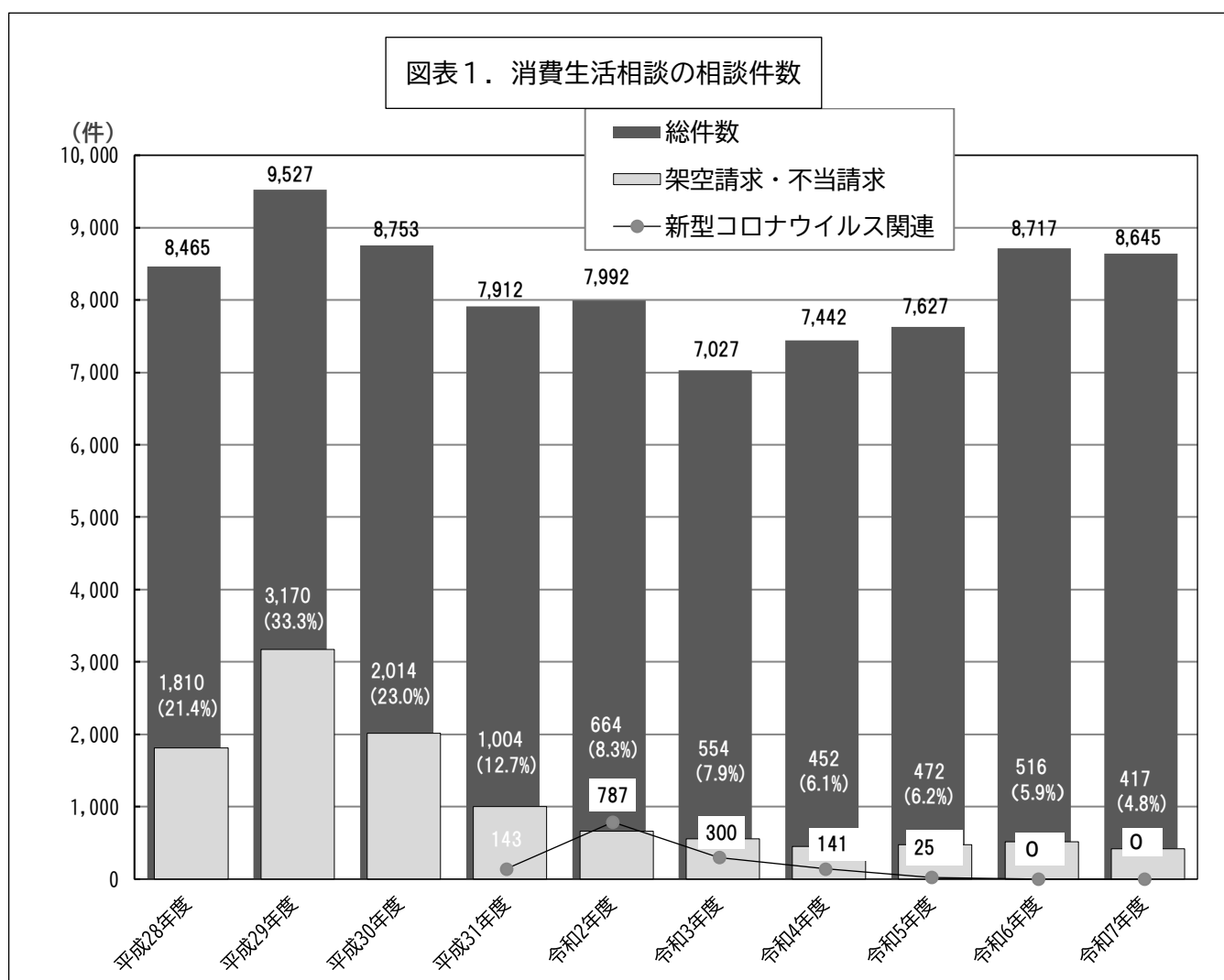
令和7年度消費生活相談の概要

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7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8,645件となり、前年度に比べ72件減少した。

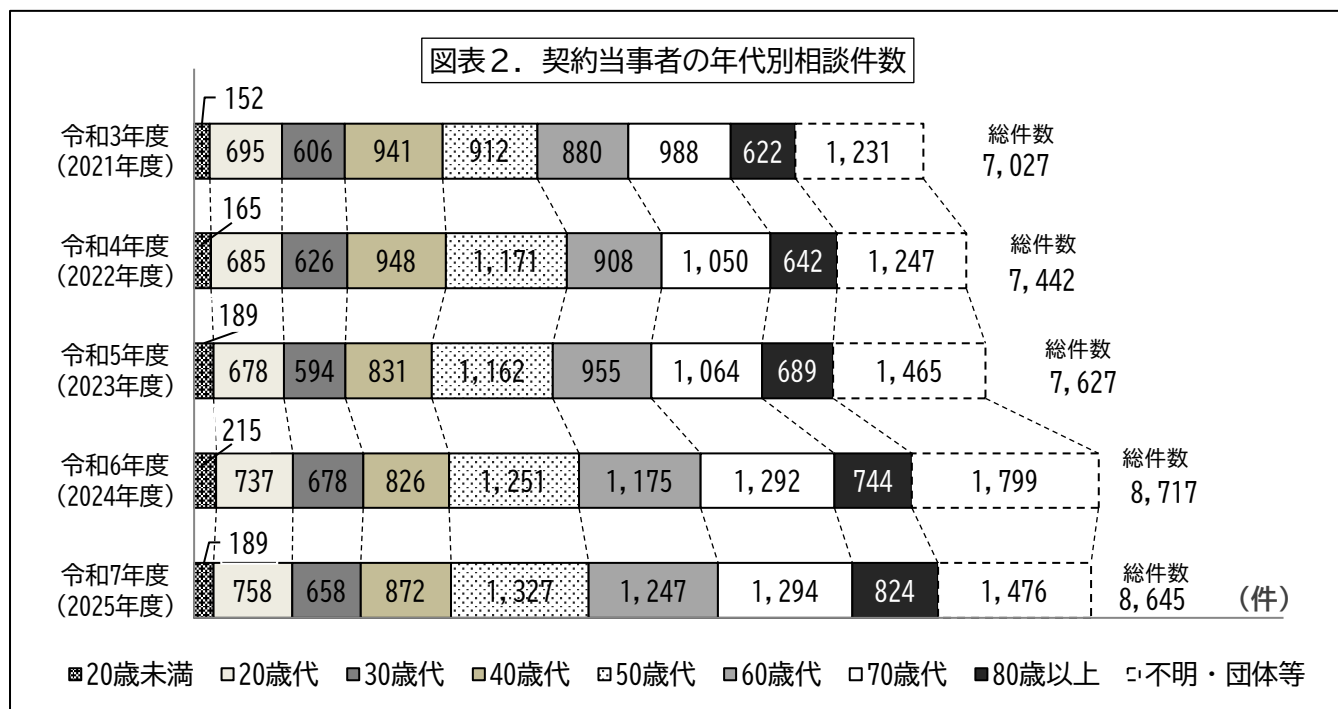
「架空請求・不当請求」の相談は、417件（総件数の4.8%）であり、前年度に比べ99件減少した。平成29年には総件数の33.3%を占めていたが、近年は、総件数の約5～6%となっている。



(2) 年代別の相談推移

令和7年度の相談件数は、前年度に比べ「20歳未満」が26件、「30歳代」が20件減少したが、それ以外の年代では、「20歳代」が21件、「40歳代」が46件、「50歳代」が76件、「60歳代」が72件、「70歳代」が2件、「80歳以上」が80件増加した。

また、令和7年度の年代別の相談割合は、「50歳代」が15.3%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

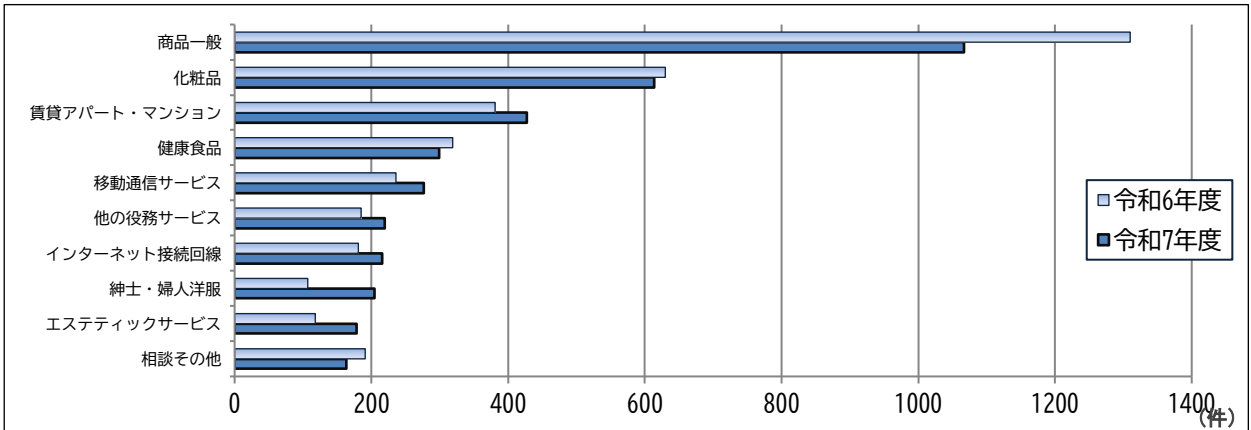
令和7年度の相談件数は、架空請求などの「商品一般」に区分される相談が前年度と同様に最も多かったが、前年度に比べ243件減少した。

相談件数が増加したものとしては、「紳士・婦人洋服」が98件（191.6%）、「エステティックサービス」が60件（150.8%）、「賃貸アパート・マンション」が46件（112.1%）、「移動通信サービス」が41件（117.4%）、「他の役務サービス」が35件（118.9%）、「インターネット接続回線」が35件（119.3%）増加した。

相談件数が減少したものとしては、「商品一般」が243件（81.5%）、「相談その他」が28件（85.3%）、「健康食品」が20件（93.7%）、「化粧品」が16件（97.5%）減少した。

図表3. 商品・役務別の相談件数(上位10位)

順位	区 分	令和7 年度 (件)	令和6 年度 (件)	前年度 差 (件)	前年度 比 (%)	主 な 内 容
1	商品一般	1,067	1,310	▲243	81.5	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	614	630	▲16	97.5	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	427	381	46	112.1	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	299	319	▲20	93.7	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	移動通信サービス	277	236	41	117.4	携帯電話サービス、モバイルデータ通信など
6	他の役務サービス↑	220	185	35	118.9	パソコンのウィルス対策、占いサイトなど
7	インターネット接続回線↑	216	181	35	119.3	プロバイダー、インターネット回線の電話勧誘販売など
8	紳士・婦人洋服↑	205	107	98	191.6	インターネット等の通信販売で購入した洋服など
9	エステティックサービス↑	178	118	60	150.8	美容エステや脱毛エステの契約など
10	相談その他↓	163	191	▲28	85.3	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
その他		4,979	5,059	▲80	98.4	
合 計		8,645	8,717	▲72	99.2	



(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7年度の総件数は947件で、前年度に比べ5件減少した。脱毛エステや美容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、修理代、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7年度の総件数は2,857件で、前年度に比べ102件増加した。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7年度の総件数は3,365件で、前年度に比べ154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7年度（総件数 947 件）		令和6年度（総件数 952 件）		令和5年度（総件数 867 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	114	エステティックサービス	88	エステティックサービス	107
2	賃貸アパート・マンション	90	商品一般	88	商品一般	62
3	商品一般	60	賃貸アパート・マンション	80	賃貸アパート・マンション	61
4	内職・副業その他	40	医療サービス	57	インターネットゲーム	59
5	フリーローン・サラ金	36	インターネットゲーム	49	内職・副業その他	47

一般層（30歳代～50歳代）						
	令和7年度（総件数 2,857 件）		令和6年度（総件数 2,755 件）		令和5年度（総件数 2,587 件）	
順位	区 分	件数	区 分	件数	区 分	件数
1	商品一般	257	商品一般	264	商品一般	228
2	化粧品	215	化粧品	201	化粧品	188
3	賃貸アパート・マンション	199	賃貸アパート・マンション	149	賃貸アパート・マンション	176
4	紳士・婦人洋服	97	健康食品	92	健康食品	94
5	移動通信サービス	82	フリーローン・サラ金	76	フリーローン・サラ金	71

高齢層（60歳以上）						
	令和7年度（総件数 3,365 件）		令和6年度（総件数 3,211 件）		令和5年度（総件数 2,708 件）	
順位	区 分	件数	区 分	件数	区 分	件数
1	商品一般	346	商品一般	325	商品一般	340
2	化粧品	339	化粧品	247	化粧品	261
3	健康食品	188	健康食品	113	相談その他	92
4	移動通信サービス	131	他の役務サービス	85	健康食品	85
5	インターネット接続回線	101	インターネット接続回線	70	移動通信サービス	74

3 販売購入形態別の相談状況

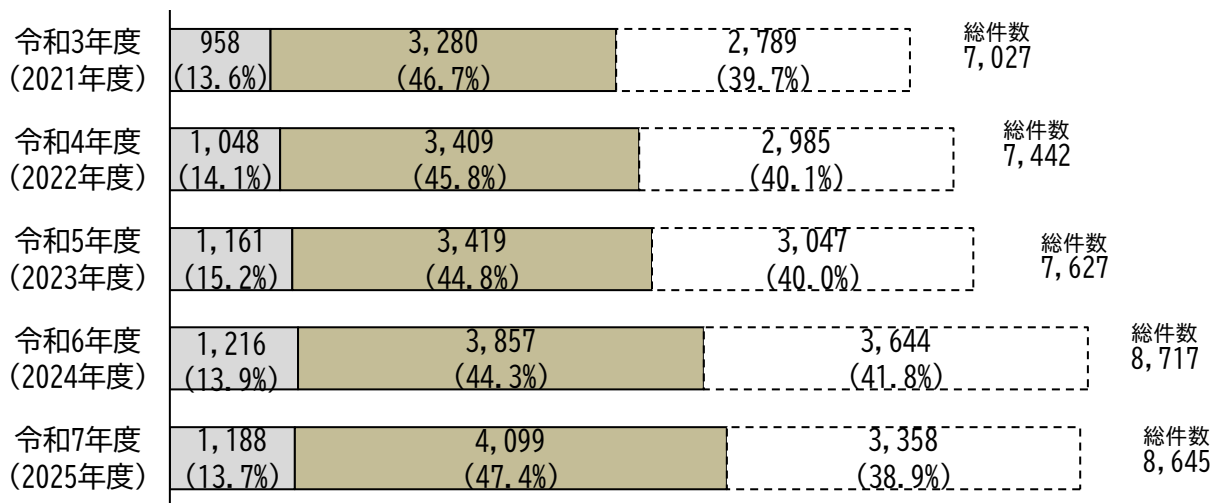
(1) 販売購入形態別の相談件数

令和7年度における店舗購入の相談件数は1,188件となり、前年度に比べ28件減少した。

店舗外販売の相談件数は、4,099件となり、前年度に比べ242件増加し、消費生活相談の総件数8,645件のうち、店舗外販売が占める割合は、47.4%となり、前年度に比べ、やや増加した。

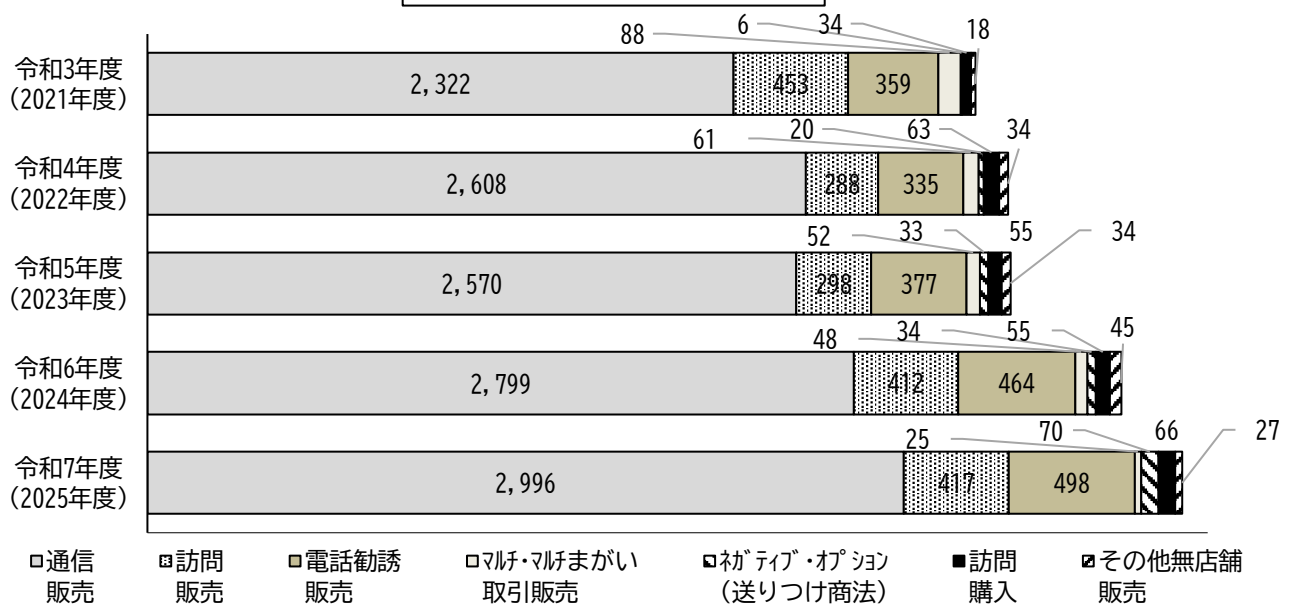
また、店舗外販売のうち、相談件数が多いものは、「通信販売」が2,996件と最も多く、次いで「電話勧誘販売」が498件、「訪問販売」が417件であった。

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 2,996 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。

なお、年代別では、60 歳代からの相談が最も多かった。

イ 電話勧誘販売

総件数 498 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。

なお、年代別では、20 歳代からの相談が最も多かった。

ウ 訪問販売

総件数 417 件のうち、トイレの水漏れやガス給湯器などの「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。

なお、年代別では、80 歳代以上からの相談が最も多かった。

図表 7-1. 店舗外販売ごとの相談件数（上位 5 位）

① 通信販売
(総件数 2,996 件)

順位	区 分	件数
1	化粧品	575
2	健康食品	250
3	商品一般	196
4	紳士・婦人洋服	179
5	他の役務サービス	85

② 訪問販売
(総件数 417 件)

順位	区 分	件数
1	修理サービス	47
2	インターネット接続回線	40
3	電気	39
4	ガス瞬間湯沸器	20
4	他の役務サービス	20

③ 電話勧誘販売
(総件数 498 件)

順位	区 分	件数
1	インターネット接続回線	82
2	他の役務サービス	45
3	移動通信サービス	42
4	内職・副業その他	41
5	商品一般	37

④ マルチ・マルチまがい
取引販売
(総件数 25 件)

順位	区 分	件数
1	ファンド型投資商品	9
2	その他金融関連サービス	3
2	内職・副業その他	2
2	化粧品	2
2	複合サービス会員	2

⑤ ネガティブ・オプション
(送りつけ商法)
(総件数 70 件)

順位	区 分	件数
1	商品一般	16
2	他の身の回り品	2
2	魚介類全般	2
4	インターネット接続回線	1
4	カレンダー	1

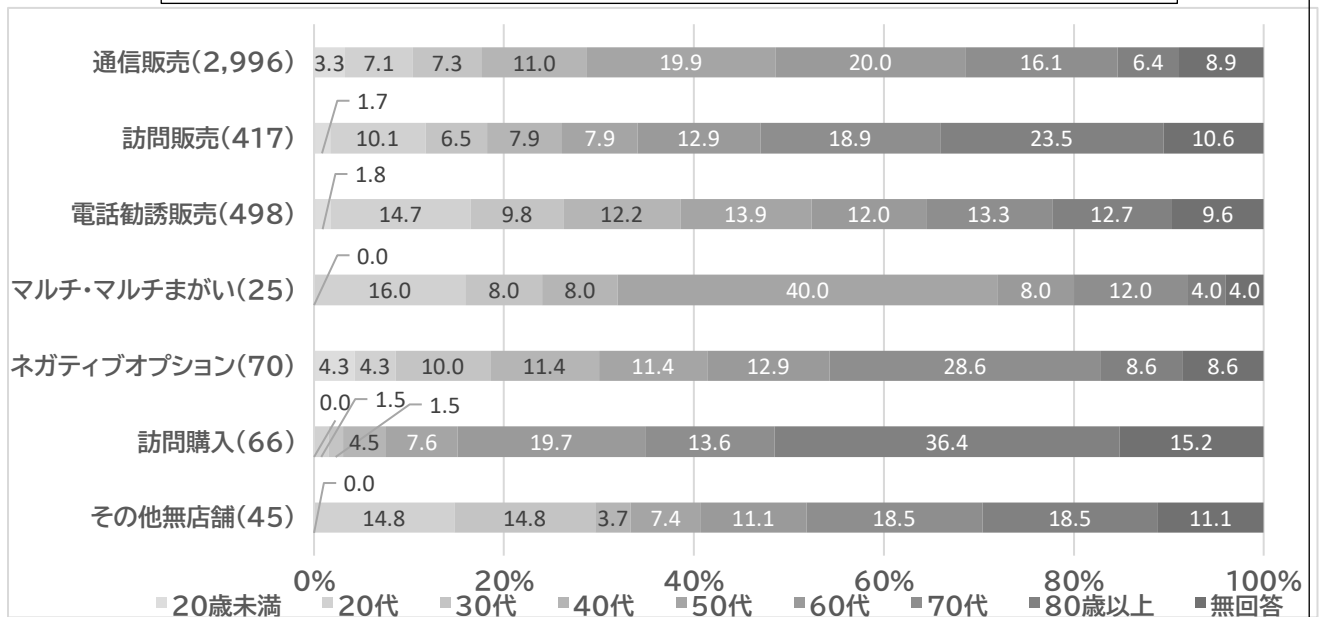
⑥ 訪問購入
(総件数 66 件)

順位	区 分	件数
1	商品一般	13
2	アクセサリ	11
3	和服	5
4	四輪自動車	3
4	家具類	3

⑦ その他無店舗販売
(総件数 27 件)

順位	区 分	件数
1	移動通信サービス	4
2	健康食品	2
2	内職・副業その他	2
2	和服	2
2	解錠サービス	2

図表 7-2. 主な販売購入形態別にみた契約当事者年代別割合



(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7年度の総件数は311件で、前年度に比べ5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、次いでインターネット等の通信販売で購入した洋服などの「紳士・婦人洋服」の相談が多かった。

イ 一般層（30歳代～50歳代）

令和7年度の総件数は1,145件で、前年度に比べ67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「紳士・婦人洋服」の相談が多かった。

ウ 高齢層（60歳以上）

令和7年度の総件数は1,272件で、前年度に比べ150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。

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7年度（総件数 311 件）		令和6年度（総件数 306 件）		令和5年度（総件数 340 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	34	インターネットゲーム	48	インターネットゲーム	55
2	紳士・婦人洋服	26	化粧品	21	内職・副業その他	22
3	商品一般	23	商品一般	18	化粧品	21
4	化粧品	21	紳士・婦人洋服	15	商品一	21
5	内職・副業その他	14	内職・副業その他	14	出会い系サイト・アプリ	18

一般層（30歳代～50歳代）						
	令和7年度（総件数 1,145 件）		令和6年度（総件数 1,078 件）		令和5年度（総件数 928 件）	
順位	区 分	件数	区 分	件数	区 分	件数
1	化粧品	202	化粧品	191	化粧品	227
2	紳士・婦人洋服	90	健康食品	83	健康食品	87
3	健康食品	67	商品一般	64	商品一般	66
4	商品一般	66	紳士・婦人洋服	38	他の役務サービス	35
5	他の役務サービス	25	娯楽等情報配信サービスその他	25	紳士・婦人洋服	28

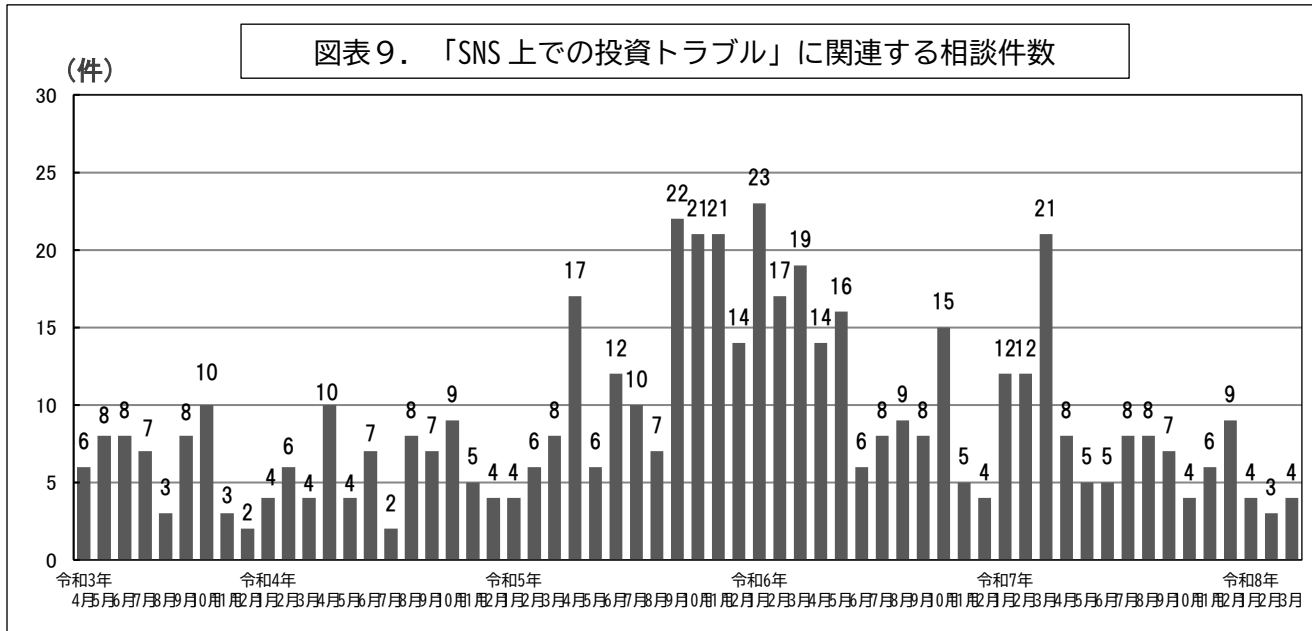
高齢層（60歳以上）						
	令和7年度（総件数 1,272 件）		令和6年度（総件数 1,122 件）		令和5年度（総件数 1,040 件）	
順位	区 分	件数	区 分	件数	区 分	件数
1	化粧品	319	化粧品	334	化粧品	177
2	健康食品	155	健康食品	146	健康食品	86
3	紳士・婦人洋服	58	商品一般	54	商品一般	67
4	商品一般	51	医薬品類	34	紳士・婦人洋服	49
5	医薬品類	44	他の役務サービス	33	内職・副業その他	27

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

相談件数は、令和3年度の69件、令和4年度の74件に比べ、令和5年度には189件と急増した。令和6年度は130件、令和7年度は71件と減少傾向にある。



イ 年代別の相談件数

年代別の相談件数を年度ごとでみると、令和5年度で最も多かったのは40歳代の36件、令和6年度で最も多かったのは20歳代の26件、令和7年度で最も多かったのは50歳代と70歳代の14件だった。

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

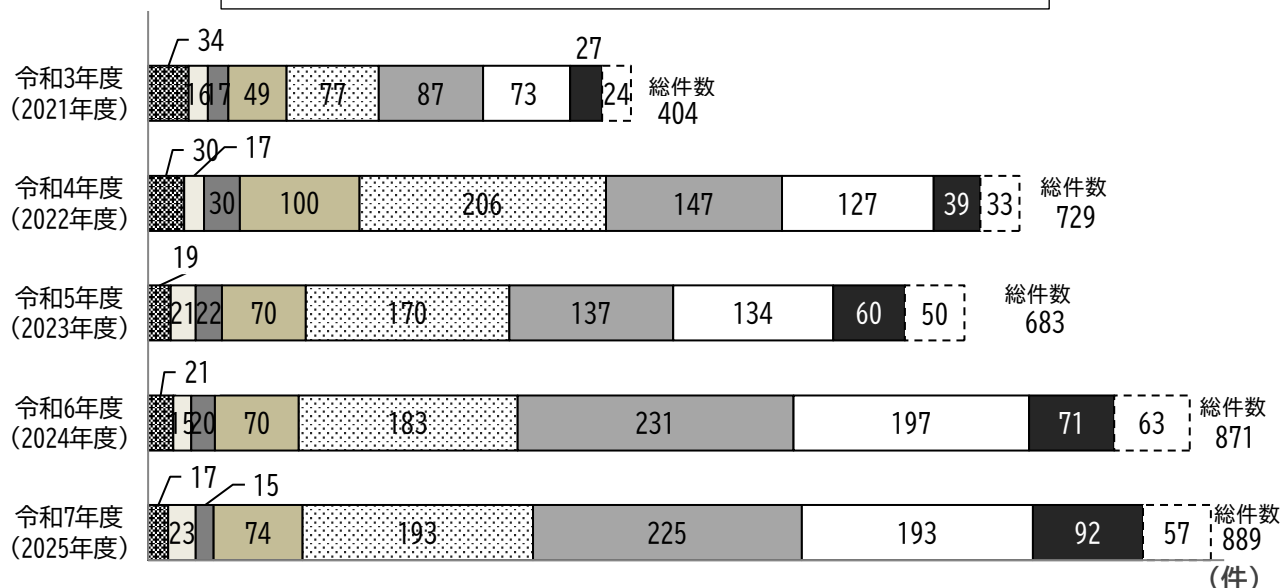
令和7年度（総件数 71 件）		令和6年度（総件数 130 件）		令和5年度（総件数 189 件）	
年 代	件数	年 代	件数	年 代	件数
20歳未満	0	20歳未満	3	20歳未満	7
20歳代	3	20歳代	26	20歳代	34
30歳代	9	30歳代	15	30歳代	19
40歳代	13	40歳代	20	40歳代	36
50歳代	14	50歳代	14	50歳代	30
60歳代	13	60歳代	21	60歳代	34
70歳代	14	70歳代	19	70歳代	19
80歳以上	4	80歳以上	7	80歳以上	0
無回答	1	無回答	5	無回答	10

(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６年度は８７１件、令和７年度は８８９件で、前年度に比べ１８件増加した。年代別でみると、８０歳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 (件)

※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６年度、令和７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６年度は５３１件、令和７年度は５２１件で、前年度に比べ１０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)

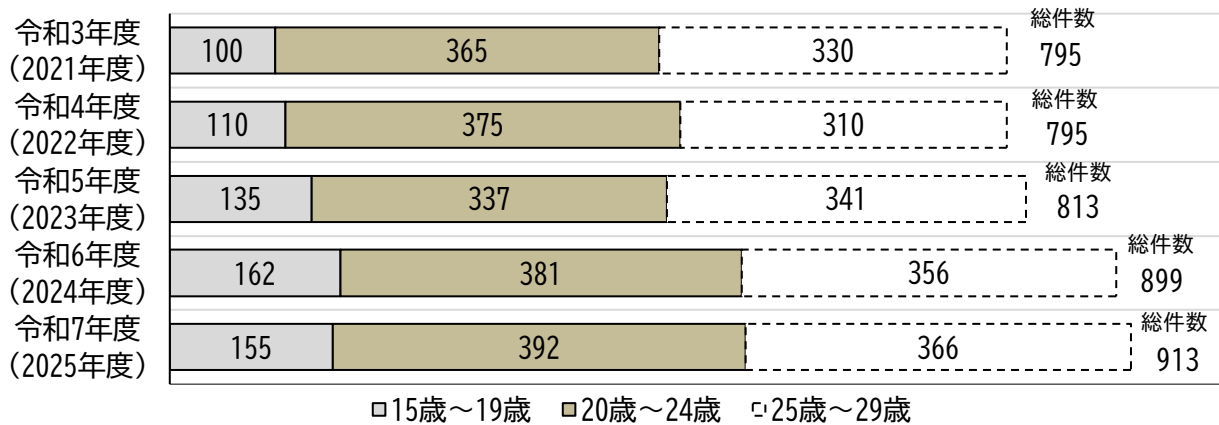
順位	令和７年度（総件数 889 件）		令和６年度（総件数 871 件）	
	区 分	件数	区 分	件数
1	化粧品	521	化粧品	531
2	健康食品	228	健康食品	230
3	医薬品類	57	医薬品類	39
4	飲料	15	飲料	15
5	タバコ用品	14	タバコ用品	9
6	ペット用品	9	他の保健衛生用品	8
7	商品一般	9	防虫・殺虫用品	8
8	他の保健衛生用品	4	調理食品	6
9	医療サービス	4	商品一般	5
10	履物付属品	4	ペット用品	2

(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、令和４年度とも７９５件、令和５年度は８１３件、令和６年度は８９９件、令和７年度は９１３件となり、前年度に比べ１４件増加した。年代別でみると、令和７年度は２０歳～２４歳の件数が３９２件と最も多く、次いで２５歳～２９歳の３６６件、１５歳～１９歳の１５５件となった。

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

商品役務別でみると、１５歳～１９歳では、脱毛エステや美容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。２０～２４歳では、「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歳では、「賃貸アパート・マンション」の相談が最も多く、次いで消費者金融・クレジットカード会社からのローン（借金）の整理、過払い金請求などの「フリーローン・サラ金」の相談が多かった。

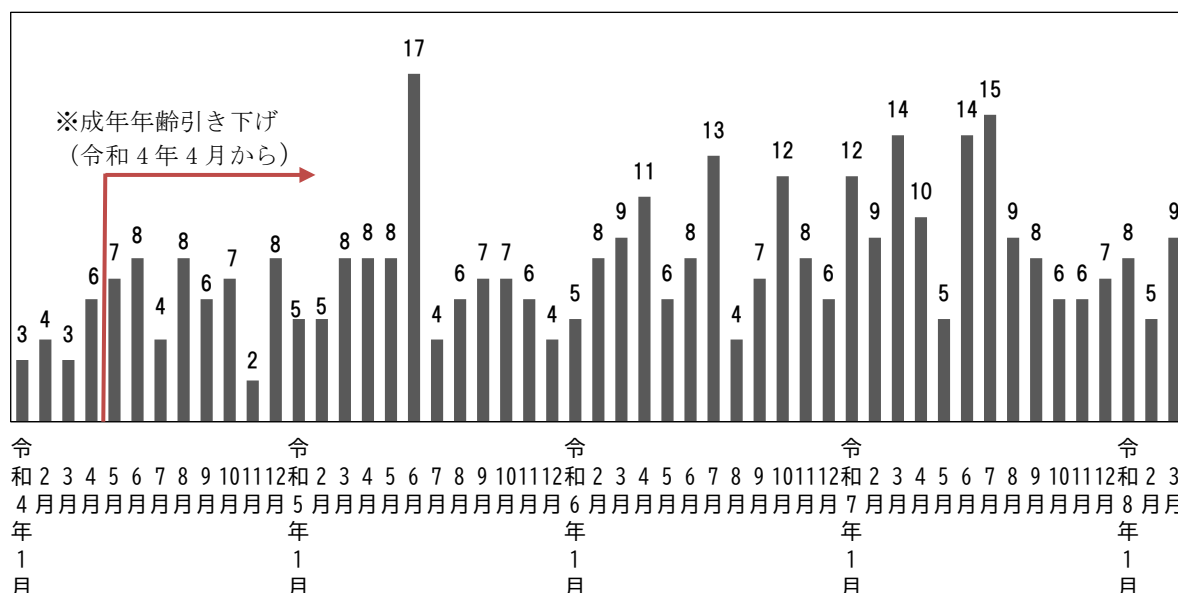
図表１４． 若者からの相談における商品・役務別の相談件数(上位 10 位)

順位	15 歳～19 歳（総件数 155 件）		20 歳～24 歳（総件数 392 件）		25～29 歳（総件数 366 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	30	エステティックサービス	65	賃貸アパート・マンション	52
2	商品一般	13	賃貸アパート・マンション	32	フリーローン・サラ金	25
3	化粧品	10	内職・副業その他	24	商品一般	22
4	紳士・婦人洋服	10	商品一般	23	エステティックサービス	19
5	インターネットゲーム	9	電気	16	他の役務サービス	12
6	賃貸アパート・マンション	6	医療サービス	15	電気	12
7	内職・副業その他	5	移動通信サービス	14	インターネット接続回線	11
8	他の役務サービス	4	紳士・婦人洋服	12	内職・副業その他	11
9	移動通信サービス	4	フリーローン・サラ金	11	紳士・婦人洋服	11
10	他の教養・娯楽サービス	3	他の役務サービス	10	医療サービス	10

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年度以降増加していたが、令和６年度は１１０件、令和７年度は１０２件となり、前年度に比べ８件減少した。

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歳の商品・役務別の相談件数

１８歳～１９歳の商品・役務別の相談件数は、令和５年度、令和６年度、令和７年度いずれも、「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。

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

令和７年度（総件数 102 件）			令和６年度（総件数 110 件）			令和５年度（総件数 89 件）		
順位	区 分	件数	区 分	件数	区 分	件数	区 分	件数
1	エステティックサービス	28	エステティックサービス	27	エステティックサービス	14	エステティックサービス	14
2	商品一般	8	商品一般	12	商品一般	9	商品一般	9
3	賃貸アパート・マンション	6	紳士・婦人洋服	6	内職・副業その他	5	内職・副業その他	5
4	内職・副業その他	5	医療サービス	5	他の役務サービス	4	他の役務サービス	4
5	紳士・婦人洋服	5	賃貸アパート・マンション	5	健康食品	3	健康食品	3