

# 第3次広島市消費生活基本計画を策定しました。

## ① 計画策定の趣旨

本市では、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」に基づき、消費者行政を取り巻く社会の変化に適応するため、「第3次広島市消費生活基本計画」を策定し、消費者施策の総合的かつ計画的な推進を図ります。

## ② 計画の位置付け

- ・広島市消費生活条例第7条の2第1項の規定に基づく基本計画
- ・第6次広島市基本計画の部門計画
- ・消費者教育の推進に関する法律第10条第2項の規定に基づく市町村消費者教育推進計画

## ③ 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年間とします。

## ④ 計画の体系図

基本目標	基本方針	施策目標	基本施策
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 消費者が主役となる社会の形成	① 消費生活の安全・安心の確保	1 危害・危険の防止	(1) 商品・サービスの安全性の確保 (2) 消費者事故の発生・拡大の防止
		2 適正な取引環境の確保	(1) 表示・規格・計量等の適正化 (2) 生活関連物資の安定供給
		3 事業者に対する指導	(1) 国・県と連携した事業者指導 (2) 広島市消費生活条例に基づく不当取引行為への対応
		4 安全・安心な地域づくりの推進 <small>拡充</small>	(1) 地域連携による安全・安心な環境づくりの推進 (2) 弱い消費者の権利擁護の推進
	② 消費者の被害の救済	1 相談体制の充実 <small>拡充</small>	(1) 相談機能の強化 (2) 相談対応力の向上 (3) 消費者紛争・訴訟への支援 (4) 広島市消費生活センターの周知
		2 関係機関との連携	(1) 行政機関との連携 (2) 相談機関等との連携
		3 消費者意見の反映	(1) 消費者施策への消費者意見の反映
	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 <small>拡充</small>	(1) 学校における消費者教育の推進 (2) 地域・家庭・職場における消費者教育の推進
		2 消費者教育推進のための人材の育成	(1) 学校における人材の育成 (2) 地域における人材の育成
	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 <small>拡充</small>	(1) エシカル消費の普及啓発
		2 持続可能な社会の形成に向けた事業活動の推進	(1) 消費者志向経営の推進

消費者施策（個別施策）の推進

※第3次広島市消費生活基本計画はこちらからダウンロードできます。



知っ得

なっとく

No.213

2023.6月発行

## 消費生活に関する法律が改正施行されました！

一法改正のポイントを紹介しますー



### 消費生活のご相談

※借金問題のご相談も受け付けています！



広島市消費生活センター  
TEL082-225-3300  
(消費生活相談用)  
●受付時間／10：00～19：00  
●火曜日と12月29日～1月3日は休み



広島市ホームページ  
<https://www.city.hiroshima.lg.jp/>  
キーワード「消費生活センター」

※音声読み上げが必要な方はホームページをご覧ください。

### 消費生活出前講座をご利用ください！

市内の学校、高齢者団体、町内会など各種団体・グループ等からの申込みにより、消費生活専門相談員等の資格を有する講師を派遣して出前講座を実施しています。  
みなさんと一緒に消費者被害に遭わないための出前講座を開いてみませんか？

- 講師派遣：無料
- 時間：約1～2時間
- 参加者：広島市内にお住まいの方で概ね15名以上
- 土曜日、日曜日、祝日も派遣可能です。

[申込み・お問合せ先]

公益社団法人広島消費者協会  
TEL・FAX 082-225-3320  
受付：午前10時～午後5時（火曜日・日曜日・祝日を除く）

消費者被害に遭わないために





## 消費者契約に関連する法律が改正施行されました。

### 特定商取引法の改正ポイント

特定商取引法は、事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守ることを目的とする法律です。具体的には、訪問販売や通信販売等の消費者トラブルを生じやすい取引類型を対象に、事業者が守るべきルールと、クーリング・オフ等の消費者を守るルール等を定めています。令和3年6月に公布され、令和4年6月1日から一部施行されていましたが、今回、下記の2項目について令和5年6月1日から施行されました。

#### 1 契約にかかる書面の電磁的方法（メール等）での交付が可能

特定商取引法の対象取引を行う事業者は、消費者に対して契約に関する事項を記載した書面を交付する義務があります。従来は、契約書面の交付は紙に限定されていました（通信販売を除く）が、法改正により、一定の条件下において電磁的方法での交付（以下、電子交付という）が認められます。

##### ○電子交付には消費者の承諾が必要

いきなり契約の全てが電子交付される訳ではありません。消費者が書面等で「電子交付を承諾する」ことに署名し、その写しを交付されて初めて電子交付されます。電磁的方法に不慣れた消費者には、契約に関する事項を確実に伝えるため、紙の書面による交付も選択可能です。

##### ○消費者に対する説明・確認事項

電子交付にあたり、事業者は以下の項目を平易な表現で説明および確認する必要があります。

###### （説明事項）

- ・消費者の承諾がない限り、原則として書面が交付されること
- ・電子交付される記録が、契約内容を示した重要事項であること
- ・消費者の使用するパソコン等に契約書面等のデータが記録されたその日から起算して8日を経過するとクーリング・オフができなくなること
- ・日常的にパソコン等を使用し、またデータの提供を受けるためにパソコン等を自ら操作することができる者に限り、電子交付を受けられること

###### （確認事項）

- ・消費者が電子交付されたデータを閲覧するために必要な操作を自ら行うことができ、かつ、その閲覧のために必要なパソコン等を日常的に使用していること
- ・消費者が閲覧のために必要なサイバーセキュリティを確保していること
- ・電子交付される事項について、消費者があらかじめ指定する者に対してもメールにより送信する意思の有無と、希望する場合にはその者のメールアドレス

#### 消費者が注意すべきポイント

契約に関する書面交付後8日を経過すると、クーリング・オフが出来なくなることから、スマートフォンやパソコン等を常用しており、電子メールや電子データ管理などの操作をよく理解されている方以外は、安全性を考慮し、電子交付を承諾する前に、紙の書面での交付を求めることも検討しましょう。



## 改正されたポイントを確認してみましょう！

#### 2 電話勧誘販売の規制範囲の拡大

テレビや新聞広告、ウェブサイト等を見て電話で商品の申し込みをした時は、通信販売に該当し、クーリング・オフの対象外ですが、注文の電話で広告にない商品について不意打ち的に勧誘された場合、その商品は電話勧誘販売に該当することになり、電話勧誘販売の契約書面の交付およびクーリング・オフの対象になります。



#### 消費者が注意すべきポイント

例えば、新聞広告にあった老眼鏡を電話で申し込んだ時、注文を受け付けた事業者から「視力回復が期待できるサプリメントがある」と新聞広告にはなかった商品の勧誘を受け、サプリメントの定期購入をしてしまったという場合、不意打ち的に勧誘されたサプリメントの定期購入については、クーリング・オフの対象となります。元々の老眼鏡の申し込みは通信販売に該当し、クーリング・オフの対象ではありませんので注意しましょう。

### 消費者契約法も改正施行されました。

消費者が事業者と契約をするとき、両者の間には情報の質・量や交渉力の差があります。その格差から消費者の利益を守るため、消費者契約について、不当な勧誘による契約の取消しと不当な契約条項の無効等を規定している法律が、**消費者契約法**です。

令和5年6月1日から以下について施行されました。

#### 1 契約の取消権の追加

現在規定されている「取消」できる勧誘方法に加えて、以下の行為が追加されました。

- 事業者が勧誘の意思を伝えず、退去が難しい場所へ同行して勧誘された場合
- 威迫する言動で消費者が相談の連絡をすることを妨害された場合
- 契約前に目的物の形状を変えられて、原状回復を極めて困難にされた場合

#### 2 解約料等の説明が義務化

従来は、解約時の解約料、解除料の説明に関する規定は存在せず、消費者には解約料等が妥当な金額か判断ができませんでした。今回の改正により、事業者は、消費者から求められた場合、解約料等の算定の根拠を説明すべきと規定されました。



#### 3 賠償請求を困難にする不明確な免責事項の無効

契約にかかる損害賠償責任の範囲について、「法令に反する場合はこの限りではない」「法令上許容する限り免責されます」といった免責の範囲が不明確な条項は無効となります。

その他、消費者が契約を解除する際に必要となる情報を提供することなど、事業者の努力義務が拡大されています。

