

# 第2次広島市消費生活基本計画(案)の構成

## 広島市消費生活条例

## 基本計画の体系(別紙1)

## 基本目標と概念図

## 重点課題と重点目標(別紙2)

## 消費者の現状と実態

**条例の目的(第1条)**  
市民の消費生活の安定及び向上の確保

**条例の基本理念(第2条)**  
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、次のことが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者の自立を支援することを基本として消費者施策を推進する。

**基本計画(第7条の2)**  
市長は、消費者施策の推進に関する基本的な計画(基本計画)を定めるものとする。

**消費者の権利の尊重、消費者の自立の支援**

**<6つの消費者の権利>**

- 1 消費者の安全が確保される権利**  
(危害の防止)
- 2 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る権利**  
(表示等の適正化、不当な取引行為の防止、物価の安定)
- 3 消費者に対し必要な情報が提供される権利**
- 4 消費者に対し必要な教育の機会が提供される権利**  
(啓発活動及び教育の推進、消費者団体の自主的な活動の促進)
- 5 消費者の意見が消費者施策に反映される権利**  
(消費者の意見の反映等)
- 6 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権利**  
(消費者の被害の救済)

( ) 内：条例の体系

**消費者の自立の支援に関する配慮事項**

- 事業者による適正な事業活動の確保
- 消費者の年齢その他の特性に配慮

**消費者施策の推進に関する配慮事項**

- 高度情報通信社会の進展に的確に対応
- 国際化の進展に的確に対応
- 環境の保全に配慮

**1 消費生活の安全・安心の確保**

- 危害・危険防止
  - ア 事故の防止・原因究明のための取組
  - イ 食品等の安全性の確保
  - ウ 住まいの安全性の確保
- 自主的かつ合理的な選択ができる取引環境の確保
  - ア 表示・規格・計量等の適正化
  - イ 生活関連物資の安定供給
- 事業者への働きかけ
  - ア 国・県と連携した事業者指導等
- 安全・安心な地域づくり
  - ア 地域連携による安全・安心な環境づくり
  - イ 高齢者及び障害者等の権利擁護の推進

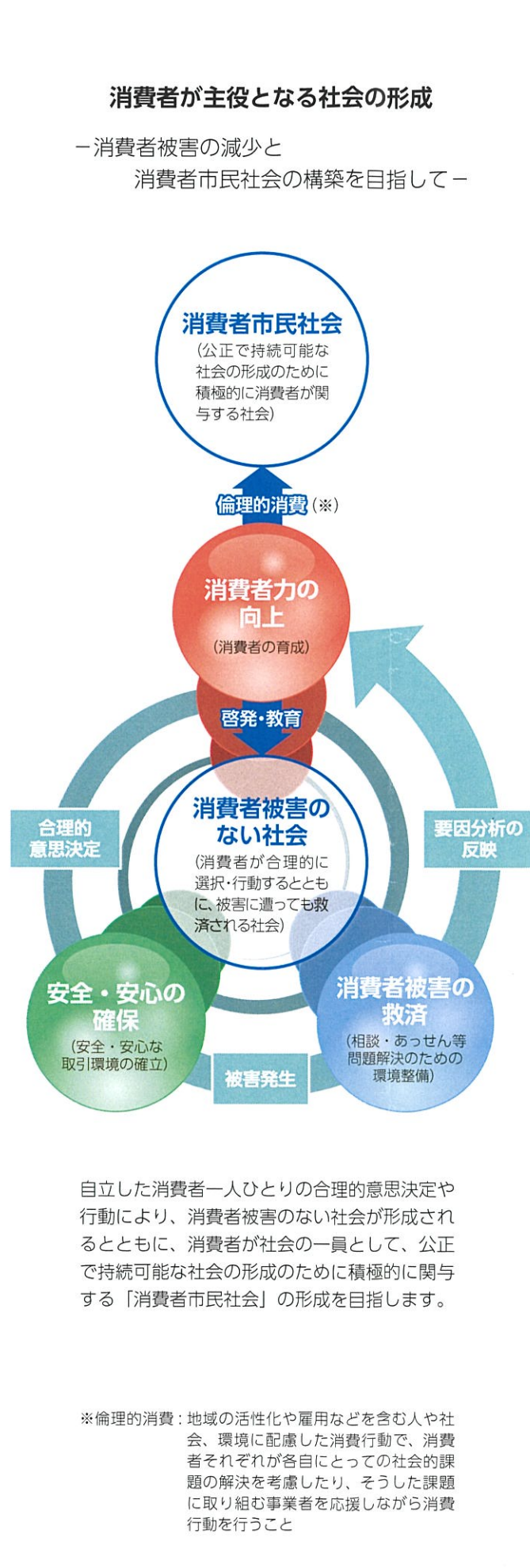
**2 消費者の被害の救済**

- 相談体制
  - ア 相談受付
  - イ 広域連携
- 相談の質の向上
  - ア 有資格相談員の確保
  - イ 相談員の研修
  - ウ 事業者へのあっせん
  - エ 他の専門相談機関との連携
- 消費生活センターの周知と身近な消費生活センターの実現
  - ア 消費生活センターの周知
  - イ 多重債務問題
- 消費者意見の反映、消費者紛争・訴訟への支援
  - ア 消費者の意見・要望等の把握
  - イ 消費者紛争・訴訟への支援
  - ウ 消費者団体訴訟

**消費者教育推進計画**

**3 消費者力の向上**

- 消費者教育の推進の必要性
  - ア 消費者教育の意義
  - イ 消費者市民社会
  - ウ 学校における消費者教育
  - エ 教員アンケート
- 様々な場・ライフステージにおける消費者教育の取組
  - ア 学校
  - イ 地域
  - ウ 家庭
  - エ 職場
- 啓発活動
  - ア 消費者力向上キャンペーン
  - イ 情報紙の発行
  - ウ 各種啓発活動
- 消費者団体の育成・支援



**地域づくり**

重点目標	重点課題
★消費者安全確保地域協議会の設置 行政、消費者、事業者、地域団体等関係団体で構成	高齢者等被害に遭いやすい消費者の安全・安心な消費生活の確保のための地域連携 ○高齢化率の上昇 ○高齢者からの消費者相談が約4割 ○在宅時間の長さがターゲットの被害が多数 ○地域の人を頼りにする高齢者 ○地域活動の中で効果的な高齢消費者教育 ○消費者安全法の改正(消費者安全確保地域協議会の設置)
★地域連携による見守り力の向上 見守りネットワークの構築、活動マニュアルの作成と活用	
★消費生活サポーターの育成 ★消費生活協力団体の育成と委嘱	

**行政体制の強化**

重点目標	重点課題
★消費生活センターの認知度の向上	消費者被害の未然防止・拡大防止のための環境づくりと相談・支援の質の向上 ○消費生活問題の多様化・複雑化・巧妙化 ○依然として多い相談件数と相談へのニーズの高さ ○求められる事業者への積極的な働きかけ ○消費生活センターの認知度の向上の必要性 ○「消費者安全法」の改正(消費生活相談員国家資格化・責任の明確化)
★有資格相談員による質の高い相談 あっせん解決率の維持向上	
★相談の質の向上のための研修参加	
★事業者への働きかけ 国・県との連携による指導等	

**人づくり**

重点目標	重点課題
★消費者被害の未然防止	消費者力向上に向けた消費者教育の充実 ○「消費者教育の推進に関する法律」の制定 ○公正かつ持続可能な社会形成を担う消費者行動(消費者市民社会の確立) ○急速な情報化に対応した消費者教育の必要性 ○高齢者の消費者被害の未然防止 ○若年層への消費者教育の実施の緊急性(民法改正の検討：成年年齢の引下げ) ○学校における消費者教育の強化の重要性
★情報化の進展に対応した消費者教育の推進	
★若年層から高齢層まで幅広く地域の消費者教育の推進	
★学校教育における消費者教育の推進のための消費者行政の協力・連携	
★消費者市民社会のための消費者行動の促進	

**消費者行政を取り巻く状況**

- 高齢化  
高齢化率の上昇、3Kの不安(お金、健康、孤独)、「消費者安全法」改正(消費者安全確保地域協議会の設置、相談員の国家資格化など相談の質の向上)
- 国際化・グローバル化  
市場の輸入商品の増加、インターネットで海外との直接取引
- 情報化  
情報通信技術の進展、情報通信機器・サービスの急速な普及
- 成年年齢引下げの動き  
未成年者保護の見直し、若年者への消費者教育の必要性
- 持続可能な社会の形成に参画する消費者(消費者市民社会)  
「消費者教育の推進に関する法律」の制定  
公正かつ持続可能な社会の形成を担う消費者行動(個人消費支出：GDPの5割超)

**広島市の消費生活相談の状況**

- 消費生活相談の件数  
依然として多い相談件数
- 高齢者からの相談  
総相談件数の約4割は高齢者から  
在宅時間の長さがターゲットとなる
- 若年者からの相談  
成年年齢に達した途端に消費者被害が増加
- 情報通信に関する相談  
情報通信関連の相談が年齢を問わず増加
- 特定商取引等特殊販売に関する相談  
相談の約半数が特定商取引等特殊販売  
県との連携が必要
- 悪質化・巧妙化する商法  
常に変化する消費者を欺く商法

**消費者・事業者への消費生活に関するアンケート結果**

- 悪質商法等の被害に遭いやすい高齢者が、消費者トラブルの相談先として、地域の人を頼りにする傾向が高い
- 行政の事業者への積極的な働きかけが求められている
- 消費生活センターの認知度が顕著に低く、周知が必要
- 潜在的な消費生活相談ニーズは高く相談受付体制の充実が必要
- 消費者教育の遅れが懸念され、強化が必要
- 消費者教育は、若年層は学校の授業、高齢層は地域活動、中間年齢層は職場が効果的
- 消費者行動で積極的な社会参画を行う消費者市民社会への意識の醸成が必要

**消費者教育に関する教員アンケート結果**

- 授業科目の垣根を越えた消費者教育の実施手法の検討が必要
- 学校の授業段階に応じたニーズに対応し、教材の作成や具体的な授業モデルの提案等が必要
- 教員の消費者教育の学習機会へのニーズは高く、教員が参加しやすい環境で実施することが必要

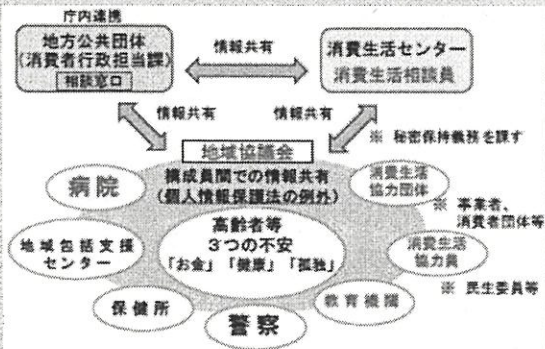
太字は重点課題に掲げた重点施策

第2次広島市消費生活基本計画（案）の概要

\*太字 については、重点課題に掲げた重点項目

消費生活の安全・安心の確保

- (1) 危害・危険防止
  - ア 事故の防止・原因究明のための取組
    - 生命・身体に影響するような重大事故等の消費者庁への通知、事故情報の市民への情報提供を行うとともに、消費者事故等の原因究明のための国民生活センター等へ商品テストの依頼を行う。
  - イ 食品等の安全性の確保
    - 食品関係施設に対する食品などの取扱いなどに関する立入検査を行うとともに、市内で生産・製造・流通している食品等の検査を行う。
    - また、医療関係施設に対しては人員や清潔保持の状況などについて、薬事関係施設に対しては医薬品の管理・販売が適正に行われるよう、それぞれ定期的に立入検査を行う。
  - ウ 住まいの安全性の確保
    - 住宅のリフォームに関して専門家による助言を行う「アドバイザー」の派遣や、住宅の耐震化の費用の一部補助を行う。
- (2) 自主的かつ合理的な選択ができる取引環境の確保
  - ア 表示・規格・計量の適正化
    - 食品表示の製造者・販売事業者に対する点検調査や指導の実施、消費生活用製品等の販売店への立入検査、商店等の「はかり」の定期検査、商品の内容量の検査を行う。
  - イ 生活関連物資の安定供給
    - 消費生活モニターによる生活物資の価格動向や需給状況の調査、調査結果の情報提供、消費者物価指数の情報提供を行う。
- (3) 事業者への働きかけ
  - ア 国・県と連携した事業者指導等
    - 法令違反の取引行為を行う事業者について、調査、勧告、指示、業務停止などの行政処分や刑事処罰等を実施する県や国に対し、消費者被害事例の情報提供や情報交換を行い、事業者への指導等円滑な法執行を促すほか、消費者安全法に基づく事業者立入調査権限の受任についても県と連携しながら検討する。
    - また、広島市消費生活条例に定める不当な取引行為が疑いがある場合には、事業者を来所させ、消費者との三者面談等による事情の聴取、改善要求を行い、事業者活動の是正を図るとともに、悪質なケースについては、指導、勧告、公表を行う。
- (4) 安心・安全な地域づくり
  - ア 地域連携による安心・安全な環境づくり
    - 高齢者等消費者被害に遭いやすい人を、行政機関と民間機関が協働し、互助・共助の体制で地域のネットワークにより見守り、消費者被害の早期発見と被害の未然防止を図るため、消費者安全法に基づく「消費者安全確保地域協議会」を設置する。
    - また、地域での見守り主体となる、消費生活サポーターや消費生活協同団体の育成を図る。
- イ 高齢者及び障害者等の権利擁護の推進
  - 認知能力の低下等により意思や権利を主張することが困難な消費者に成年後見制度等の利用を促し、消費者被害防止を図る。



消費者の被害の救済

- (1) 相談体制
  - ア 相談受付
    - 従来の電話、来所による相談に加え、電子メールによる相談を開始するとともに、国際交流ラウンジの通訳相談員事業の活用による外国人相談にも対応する。
  - イ 広域連携
    - 消費者相談情報のPIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）への早期入力による情報共有、訪問販売等地域制の高い相談情報について広島広域都市圏への早急な情報提供を行う。
- (2) 相談の資質向上
  - ア 有資格相談員の確保
    - 消費者安全法に定める「消費生活相談員資格試験」合格者（一定の要件を満たし合格者とみなされた者を含む。）による有資格者による消費生活相談を実施する。
  - イ 相談員の研修
    - 日々変化する経済社会に対応した消費者問題や関係法令に関する知識、相談のヒアリング力、交渉力の向上のための相談員の研修の実施、専門研修への参加により相談の質の向上を図る。
  - ウ 事業者へのあっせん
    - 「特定商取引に関する法律」や「消費者契約法」等の消費者関連法令に基づく、事業者と消費者間の契約の取消や解除など民事ルールを活用し、相談員が消費者と事業者の間に入って交渉するあっせん率を維持・向上させ、消費者の被害回復に向けた問題の解決を図る。
  - エ 他の専門相談機関との連携
    - 弁護士や司法書士等の法律専門家や情報通信、建築物、医療等高度・専門的な商品・サービスの相談について、各種業界の専門機関との連携、紹介により相談の解決を図る。
- (3) 消費生活センターの周知と身近な消費生活センターの実現
  - ア 消費生活センターの周知
    - 消費者アンケートによる消費生活センターの周知度が低くなっている（平成29年:62.1%、平成22年:75.6%）ことから、あらゆる機会を通じて市民への消費生活センターの周知を図り、消費者の孤立化や泣き寝入りを防ぎ、消費者トラブルが生じた際、気軽に相談でき、被害の未然防止、早期解決が図れる環境づくりを行う。
- イ 多重債務問題
  - 多重債務者の債務整理の方法等について説明し、弁護士等適切な専門家や専門機関へ確実に相談を引き継ぐとともに、多重債務者と接する機会が多い福祉、税等の市民窓口と連携する。
- (4) 消費者意見の反映、消費者紛争・訴訟への支援
  - ア 消費者の意見・要望等の把握
    - 消費者相談での消費者意見、市民アンケート、消費生活審議会での消費者代表の意見、パブリックコメントを計画に活かす。
  - イ 消費者紛争・訴訟等への支援
    - 消費生活紛争調停委員会による調停制度、消費者訴訟への貸付制度の運用を実施する。
  - ウ 消費者団体訴訟
    - 消費者団体訴訟の主体となる内閣総理大臣が認定する適格消費者団体に対し、情報提供等により連携を図る。

消費者力の向上（消費者教育推進計画）

- (1) 消費者教育の推進の必要性
  - ア 消費者教育の意義
    - 社会経済情勢の急速な変化の中、消費者がそれぞれの生活実態の中で、自ら消費者被害を防止し、安全・安心を確保するとともに、自らの行動が社会経済に与える影響を自覚しながら、適切な意思決定に基づいて行動する消費者の育成が必要である。
  - イ 消費者市民社会
    - 自らの消費行動が、現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢、地球環境に影響を及ぼし得ることを自覚し、公正かつ持続可能な社会の形成に消費者が積極的に参画することが必要である。
  - ウ 学校における消費者教育
    - 成年年齢が18歳への引き下げが検討される中、学校教育において、段階的に社会・経済における様々な責任を伴った経験を積み、自立を支援することが重要。
  - エ 教員アンケート
    - 学校における消費者教育の促進のため、広島市立小・中（中高一貫校含む）・高等学校、特別支援学校の家庭科・社会科等を担当する教員に、学校現場の実情や消費者教育についての意識調査を行った。
- (2) 様々な場・ライフステージにおける消費者教育の取組
  - ア 学校
    - 消費者教育のための教材の提供、授業モデルの開発、授業以外の機会を活用した消費者教育の提案、教員のための研修の実施、大学等の学生相談室等との連携を実施する。
  - イ 地域
    - 広く市民の要請に応じて講師を派遣する出前講座、消費者公募による消費者大学の実施のほか、電子メディア出前講座、子どもに遊びを通じた消費者学習事業を実施する。
  - ウ 家庭
    - 消費生活の現場となる家庭において、大量生産、大量消費、大量流通、大量廃棄の循環や環境に与える負担や影響を意識した消費行動を行うよう消費者に働きかける。
  - エ 職場
    - 健全な市場の実現につながる消費者志向経営を行い、コンプライアンスの向上に資する公益通報者保護制度を推進する事業者や優良事業者の育成を図る。
- (3) 啓発活動
  - ア 消費者力向上キャンペーン
    - 5月の「消費者月間」に消費者力を養ってもらうためのキャンペーン事業を実施する。
  - イ 情報紙の発行
    - 本市における最新の消費者情報を掲載した情報紙を発行し、公共施設等に設置、配布する。
  - ウ 各種啓発活動
    - 広報番組、ホームページ、SNS等による啓発を実施する。
- (4) 消費者団体の育成・支援
  - 「公益社団法人広島消費者協会」への事業委託、事業補助等を行い、消費者の組織的活動を育成・支援する。

	重点課題	重点目標	達成目標	重点事業
<p>地域づくり</p> <p>高齢者等被害に遭いやすい消費者の地域安全確保</p>	<p>本市の高齢化率は今後も上昇が見込まれており、消費生活相談状況でも、60歳代を含めると約4割を占めている。</p> <p>さらに、アンケートでは、高齢者については、独居化も影響し、消費生活の問題を地域の人や行政に相談する割合が高くなるなど、地域ぐるみで対応が必要になっている。</p> <p>加えて、高齢者の消費者被害が増加している背景には、国際化・グローバル化、情報化の進展など、高齢者が経済社会状況の変化に対応できないなどの状況も考えられる。</p> <p>こうした中、消費生活の被害を防止するためには、地域の連携や、人々のネットワークを構築することによって、見守り体制づくりを行うことが重要になっている。</p> <p>改正消費者安全法においても、地方公共団体が主体となって、地域ネットワークとなる「消費者安全確保地域協議会」を組織できることが定められたところであり、本市としても共助、互助の体制づくりを行い、高齢者等被害に遭いやすい消費者の安全・安心な消費生活の確保を図っていく必要がある。</p>	<p>【地域の見守りネットワークの構築】</p> <p>★消費者安全確保地域協議会の設置</p> <p>★安全確保地域協議会における見守り体制の検討</p> <p>安全確保地域協議会と地域団体との連携等についての検討</p> <p>地域見守り実践マニュアルの検討・作成</p> <p>マニュアルを活用した見守り活動の試行・検証・普及</p> <p>地域見守り活動の実践継続</p> <p>★地域の見守りの主体となる人材の育成</p> <p>★消費生活サポーターの養成</p> <p>★消費生活協力団体の育成</p> <p>消費生活協力団体への委嘱モデル事業</p> <p>各種団体の消費生活協力団体への委嘱の推進</p> <p>消費生活協力団体による見守り活動の実施</p>	<p>◆消費者安全確保地域協議会を設置し、消費者被害防止のための地域連携ネットワークを確立する</p> <p>◆毎年20人の消費生活サポーターを養成する</p> <p>◆中学校区単位で、消費生活協力団体を5団体程度委嘱する</p>	<p>①消費者安全確保地域協議会の設置</p> <p>②消費者安全確保地域協議会の運営</p> <p>③地域見守り実践マニュアルの作成</p> <p>④広島市消費者行政ネットワーク会議の開催</p> <p>⑤高齢者等の消費者被害防止対策講座</p> <p>⑥配食サービスを利用した高齢者への情報提供事業</p> <p>⑦高齢者への消費生活相談周知事業</p> <p>⑧食材配達サービスを利用した情報提供事業</p> <p>●消費生活サポーター養成講座</p> <p>⑨消費生活協力団体育成のための見守り講座</p> <p>⑩消費生活協力団体への委嘱</p> <p>⑪消費生活協力団体と消費生活センターの連携</p>
<p>行政体制の強化</p> <p>環境づくりと相談・支援の向上</p> <p>消費者被害の未然防止・拡大防止のための</p>	<p>広島市消費生活センターにおける相談の受付件数は減少傾向にあるが、依然として相談件数は多い。</p> <p>また、消費者からの相談内容を見ると、近年は通信機器の普及、契約の複雑化に伴った情報通信に関するトラブルの増加や、日々、複雑・巧妙化する悪質な商法により、問題は多様化・深刻化している。</p> <p>このように、消費者と事業者との情報の量・質、交渉力の格差が生じやすくなっており、その格差を埋めるための行政の対応が必要である。</p> <p>消費者被害を未然防止するためには、法令を所管する行政機関や関係行政機関の連携により、事業者への指揮監督、指導や処分が適切に行われなければならない。</p> <p>また、消費者被害が発生した場合には、直ちに消費者への相談・支援が必要であるとともに、日頃から相談・支援の資の向上に努めることが必要である。</p> <p>行政体制を強化することにより、消費者被害の未然防止・拡大防止につながることはもとより、消費生活センターが消費者にとって頼りになる相談窓口であることの実績を上げることで、実質的に消費生活センターの周知と被害防止を喚起する情報提供が可能となる。</p>	<p>【事業者への働きかけ】</p> <p>★悪質な事業者の指導に係る国・県との連携及び情報提供</p> <p>★消費者安全法事業者調査権限受任についての検討</p> <p>★消費生活条例に基づく不当な取引行為への対応</p> <p>★不当取引防止のための他都市の取組についての調査・研究</p> <p>【消費生活センターの認知度の向上・相談の質の向上・消費者啓発】</p> <p>★相談員全員を国家資格の有資格者及びこれと同等とみなされる者とする</p> <p>★消費生活相談員の専門研修の受講</p> <p>★事業者へのあっせん解決率の維持・向上</p> <p>★関係団体との連携構築</p> <p>★消費生活センターの認知度の向上</p> <p>★消費者被害の未然防止に向けた被害に遭う前の消費生活相談の促進</p>	<p>◆悪質事業者の行政指導に向け、国・県との連携を強化する</p> <p>◆相談員全員を国家資格有資格者（みなされる）者とする</p> <p>◆消費生活相談のあっせん解決率を90%以上とする</p> <p>◆市民アンケートで消費生活センターの認知度を80%以上とする</p>	<p>●中国地方悪質事業者対策会議への参加</p> <p>●国・県の関係機関との情報交換会への参加</p> <p>●中国ブロック消費生活センター所長会議への参加</p> <p>●事業者からの事情聴取、消費者を交えた三者面談</p> <p>⑫他都市における不当取引防止のための取組情報の収集及び分析 ほか</p> <p>●有資格相談員による消費生活相談</p> <p>●弁護士会との事例検討会</p> <p>⑬高齢者への消費生活相談周知事業⑭</p> <p>⑮食材配達サービスを利用した情報提供事業⑯</p> <p>●相談業務に係る研修の実施</p> <p>●相談員のあっせんによる契約トラブル等の解決</p> <p>●警察を含む関係相談窓口等の連携の強化</p> <p>●広島市広報番組による広報</p> <p>●消費生活情報紙の発行 ほか</p>
<p>人づくり</p> <p>消費者力向上に向けた消費者教育の充実</p>	<p>年代によって消費者被害は異なる特徴があり、消費者被害を未然に防止するためには、小児期から高齢期に至るまでの生涯を通じて、それぞれの時期に応じ、また、学校、地域、家庭、職域など様々な場において消費者教育を推進していく必要がある。</p> <p>特に、不安を持ち孤立しがちな高齢者の被害を未然に防止するため、高齢者に対する消費者教育が不可欠である。</p> <p>また、現在国において、成年年齢引き下げの民法改正の検討が行われており、消費者被害が低年齢化する危険が指摘され、学校における消費者教育を充実し、消費者として若年者の自立を促すことが急務と言える。</p> <p>さらに、GDPの5割以上を個人消費支出が占めているという現状を見ると、「消費者教育の推進に関する法律」が示しているように、消費者が自らの消費生活に関する行動が、現在および将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会、すなわち『消費者市民社会』についての理解や関心を深めるための消費者教育推進していくことが必要である。</p>	<p>【学校】★小・中・高等学校教育における消費者教育の推進</p> <p>消費者教育コーディネーターの学校との連携</p> <p>教員を対象とした消費者教育の研修の実施</p> <p>消費者教育教材提供</p> <p>授業モデルの検討・試行・普及・促進</p> <p>生徒主体の活動で消費者教育の取込の働きかけ</p> <p>ICTに関連した消費者トラブル防止の啓発</p> <p>★大学・専門学校における消費者教育の推進</p> <p>学校との情報共有などによる連携の強化</p> <p>【地域】★高齢者、若年成年、子供を対象とした消費者教育の実施</p> <p>【家庭】★消費者市民社会の構築 倫理的消費の実践</p> <p>【職場】★消費者市民社会の構築</p> <p>社会活動や地域活動を行う事業者を増やす</p>	<p>◆学校における消費者教育のための教材の提供、授業モデルの提案を行う</p> <p>◆教育コーディネーターの学校訪問等により全市立学校への消費者教育を行う</p> <p>◆出前講座の高齢者の参加を高齢者の消費生活相談の割合を上回る参加率とする</p> <p>◆市民アンケートで倫理的消費行動実施者を90%以上とする</p>	<p>⑰消費者教育コーディネーターによる学校訪問</p> <p>⑱小・中・高等学校用消費者教育教材の提供</p> <p>⑲小・中・高等学校消費者教育授業モデルの開発</p> <p>⑳学校での防犯教室、安全教室での注意喚起</p> <p>㉑教員を対象とした消費者教育研修の実施</p> <p>㉒若年成年消費者教育学習会</p> <p>㉓大学・専門学校学生支援室等との定期的な情報交換</p> <p>●電子メディア協議会による出前講座の実施 ほか</p> <p>●出前講座、消費者大学、子供向けイベントへの出展</p> <p>㉔成人祭における消費者啓発 ほか</p> <p>●食品ロス削減キャンペーン「スマイル！ひろしま」</p> <p>●“ひろしまそだち”製品の地産地消の推進 ほか</p> <p>⑳事業者向け講習会の開催等</p> <p>㉕新入社員研修における消費者問題講習</p> <p>●広島市生活衛生事業功労表彰 ほか</p>