

広島県消費者基本計画 (第3次)

～消費者被害のない広島県の実現に向けて～

[令和2(2020)年度～令和6(2024)年度]

令和2(2020)年3月

広 島 県

広島県消費者基本計画（第3次）の策定にあたって

県では、消費者の安全・安心な暮らしを確保するため、これまで、市町相談体制の充実に向けた支援、高齢者・若者の消費者被害の防止に向けた取組の強化、消費者被害防止に向けた消費者教育に取り組んできたところです。

しかし、高齢化の更なる進展、県内在住の外国人の増加、電子商取引等の拡大に伴う取引形態の多様化や成年年齢の引き下げなど消費者を取り巻く環境は大きく変化し続けており、消費者問題も複雑・多様化してきています。

こうした状況に対応するため、令和2（2020）年度から5年間を計画期間とする「広島県消費者基本計画（第3次）」を策定し、県・市町の消費生活相談窓口体制の見直し、外国人や高齢者等の配慮を必要とする人への支援の強化、自立した消費者となるための消費者教育の推進に重点的に取り組むこととしております。

「消費者被害のない広島県の実現」に向け、市町や関係機関・団体等の皆様と連携・協働し、県民の皆様が、安全・安心で豊かな消費生活を送り、広島に生まれ、育ち、住み、働いて良かったと心から思えるよう、消費者行政の一層の推進に取り組んでまいります。

令和2（2020）年3月



広島県知事 湯 崎 英 彦

目 次

第1章 計画の概要	1
1 計画策定の趣旨	1
2 計画の位置付け	2
3 計画の期間	3
第2章 広島県における消費生活の現状と課題	4
1 これまでの取組	4
2 消費者を取り巻く現状と課題	6
（1）社会経済情勢の変化	6
ア 高齢化の進展	
イ 成年年齢の引下げ	
ウ 地域コミュニティの衰退	
エ 在留外国人の増加	
オ 取引形態の多様化	
（2）広島県における消費生活相談体制の状況	10
（3）広島県における消費生活相談の状況	12
ア 相談件数	
イ 契約当事者の年齢	
ウ 相談内容	
エ 年代別の傾向	
（4）広島県における事業者指導等の状況	17
（5）広島県における消費者教育の状況	19
ア 消費者教育推進法の施行	
イ 広島県の状況	
第3章 計画の基本的な考え方	22
1 基本理念	22
2 基本的方向と施策目標	22
3 5年後の広島県の姿	23
4 重点的に取り組む項目	23

第4章 施策の展開	24
基本的方向Ⅰ 消費者被害の防止と救済	24
施策目標1 消費生活相談体制の充実	25
施策目標2 外国人・高齢者等への支援	31
施策目標3 事業者指導の強化	36
基本的方向Ⅱ 消費者の選択の機会と安全・安心の確保	39
施策目標4 商品・サービス・食品の安全性の確保	40
施策目標5 事業者の適正な情報提供と消費者の選択機会の確保	43
基本的方向Ⅲ 消費者教育の推進	46
施策目標6 様々な場における消費者教育の推進	48
施策目標7 消費者教育推進のための人づくり	57
施策目標8 消費生活と関連する他の教育との連携推進	60
基本的方向Ⅳ 県民意見の反映と多様な主体との連携・協働	63
施策目標9 消費者行政への県民意見の反映	64
施策目標10 関係機関等との連携・協働	66
重点的に取り組む項目	70
重点項目1 県・市町の消費生活相談窓口体制の見直し	71
重点項目2 外国人や高齢者等の配慮を必要とする人への支援の強化	73
重点項目3 自立した消費者となるための消費者教育の推進	77
第5章 計画の推進体制と進行管理	81
1 推進体制	81
2 進行管理	81
広島県消費者基本計画（第3次）の施策体系	82
参考資料	83
広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例	84
消費者行政をめぐる国と県の動き（年表）	89
策定経緯	92

第1章 計画の概要

1 計画策定の趣旨

- 本県では、平成23（2011）年2月に消費者行政の総合計画となる「広島県消費者基本計画（以下「第1次基本計画」という。）」を策定し、関係機関等と連携して県民の安全・安心な暮らしを確保するため、様々な施策を推進してきました。
- この間、高齢化の進展により、高齢者からの消費生活相談は増え続け、深刻さを増しています。さらに、高度情報化、在留外国人の増加、フィンテックやシェアリングエコノミー等新たな商取引形態の拡大などに伴い、消費者トラブルが複雑・多様化しています。また、令和4年4月からの成年年齢引下げに伴い、これまで未成年者取消権で保護されていた18歳、19歳の若者が保護の対象から外れることとなります。
- このように、消費者を取り巻く環境が変化する中、国においては、平成21（2009）年に消費者庁が創設され、生産者・事業者サイドから消費者・生活者サイドへ視点を転換し、消費者の目線から様々な施策が行われるとともに、一連の消費者法制が整備されてきました。

なかでも、平成24（2012）年に施行された「消費者教育の推進に関する法律（以下「消費者教育推進法」という。）」では、消費者被害の防止と消費者の自立に重要な役割を果たす消費者教育によって、消費生活に関する知識の習得と、それを適切な行動に結びつける実践的な能力を育成することを目標に、国と地方公共団体に、消費者教育に関する施策を策定し、実施する責務が課せられました。

また、平成25（2013）年、「特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）」の改正施行による訪問購入の規制、平成28年（2016）年に悪質事業者への対応強化、過量販売規制等が導入されたほか、平成26（2014）年には、「不当景品類及び不当表示防止法（以下「景品表示法」という。）」の改正による都道府県の権限強化、「消費者安全法」の改正では、消費生活相談等に関して都道府県の市町村に対する助言、協力等の実施、「消費生活相談員」の職の法的位置付けの明記など、都道府県の消費者行政を後押しするような法整備も着実に進展しています。

さらに、平成27（2015）年には、「食品衛生法」、「農林物資の規格化等に関する法律（JAS法）」及び「健康増進法」の食品の表示に関する規定を統合して、食品に関する表示の適正を図ることを目的に、「食品表示法」が施行され、併せて、新たに「機能性表示食品制度」が始まりました。

直近では、平成28（2016）年、平成30（2018）年に、消費者契約の被害事例等を踏まえ、「消費者契約法」について、取り消しうる不当な勧誘行為の追加、無効となる不当な契約条項の追加等の改正が行われました。

- これらの状況等を踏まえ、本県では、第2次基本計画が令和元（2019）年度末をもって終了することから、消費者行政を総合的かつ計画的に推進するために、「広島県消費者基本計画（第3次）」を策定することとしました。
- 本計画には、消費者教育推進法の施行に伴い、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するための施策等を盛り込みます。

※1 フィンテック：金融の分野においてITの技術を駆使して提供されるサービス等の総称

※2 シェアリングエコノミー：モノ、金、サービス、情報等の交換や共有によって成り立つ経済の形態や仕組み

2 計画の位置付け

- 本計画策定の目的は、「広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例（以下「条例」という。）」第3条、「消費者基本法」第4条、「消費者安全法」第4条第1項に基づき、県民の消費生活の安定及び安全の確保に関する施策を総合的に推進することにあります。
- また同時に、本計画は、「消費者教育推進法」第10条第1項に基づく県の「消費者教育推進計画」としても位置付けるものです。
- さらに、広島県政運営の指針「ひろしま未来チャレンジビジョン」における「『安心な暮らしづくり』への挑戦」との整合を図ります。

【関係法令等】

- 広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例第3条
県は、前条に規定する基本理念にのっとり、県民の消費生活の安定及び向上を促進するための施策を総合的に策定し、及びこれを実施するものとする。
- 消費者基本法第4条
地方公共団体は、第2条の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にのっとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状况に応じた消費者政策を推進する責務を有する。
- 消費者安全法第4条第1項
国及び地方公共団体は、前条に定める基本理念にのっとり、消費者安全の確保に関する施策を総合的に策定し、及び実施する責務を有する。
- 消費者教育の推進に関する法律第10条第1項
都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画（都道府県消費者教育推進計画）を定めるよう努めなければならない。

3 計画の期間

- 本計画の計画期間は、令和2（2020）年度から令和6（2024）年度までの5年間とします。
- なお、社会経済状況の変化等に対応し、必要に応じて本計画を見直すこととします。

第2章 広島県における消費生活の現状と課題

1 これまでの取組

第1次基本計画は、平成22(2010)年度から平成26(2014)年度を計画期間とし、4つの基本的方向と8つの重点目標を定め、100の施策を推進してきました。

また、平成27(2015)年度から令和元(2019)年度を計画期間とする第2次基本計画においては、本計画を「消費者教育推進計画」としても位置付けるとともに、「市町相談体制の充実に向けた支援」、「高齢者・若者の消費者被害防止に向けた取組強化」、「消費者被害防止に向けた消費者教育の推進」の3つを重点的に取り組む項目として設定し、128の施策を推進してきました。

【第2次基本計画における主な取組】

(1) 重点項目1 市町相談体制の充実に向けた支援

県内どこの消費生活相談窓口でも、同様のサービスが受けられるよう、県内の相談員を対象とした研修の充実を図るとともに、県・市町相談員の共同処理の促進やICT(情報通信技術)を活用した弁護士等の専門家相談の実施、PIO-NET(全国消費生活情報ネットワークシステム)の設置要件を満たさない市町への代替システム(LGWAN)等の活用による全県的な相談情報の共有、巡回相談、合同事例検討会等の実施等により、市町の相談窓口の機能強化に努めてきました。

(2) 重点項目2 高齢者・若者の消費者被害防止に向けた取組強化

高齢者等の消費者被害を防止するため、高齢者等一人ひとりに情報が行き届くよう、福祉関係団体や警察等の様々な場を通じて効果的な情報提供を行うとともに、高齢者を見守る立場の人を対象とした研修の実施、見守り体制の整備促進、高齢者等を見守る立場の人へウェブサイトやメールマガジン等による情報提供を行うなど、重層的な取組を展開しました。

また、若者に関しては、若者の利用が多いHPやSNS等を活用した消費者被害防止情報を提供するとともに、メール相談への誘導に努めてきました。

※ 「高齢者等」とは、高齢者に加え、身体障害、知的障害、精神障害や、認知症高齢者等の判断能力が不十分な人を含みます。

(3) 重点項目3 消費者被害防止に向けた消費者教育の推進

学校における消費者教育を推進するため、副読本や教材等の提供、出前講座等の積極的な活用の促進を行うとともに、市町に対しては、地域の特性に合った内容や手法による啓発講座等をきめ細かく行えるよう、講師に関する情報や啓発資料の提供を行いました。

また、消費者教育推進のための人づくりとして、中学校、高等学校等の教職員を対象に消費者教育指導者研修会を実施するとともに、消費者啓発講座等の講師の養成に努めました。

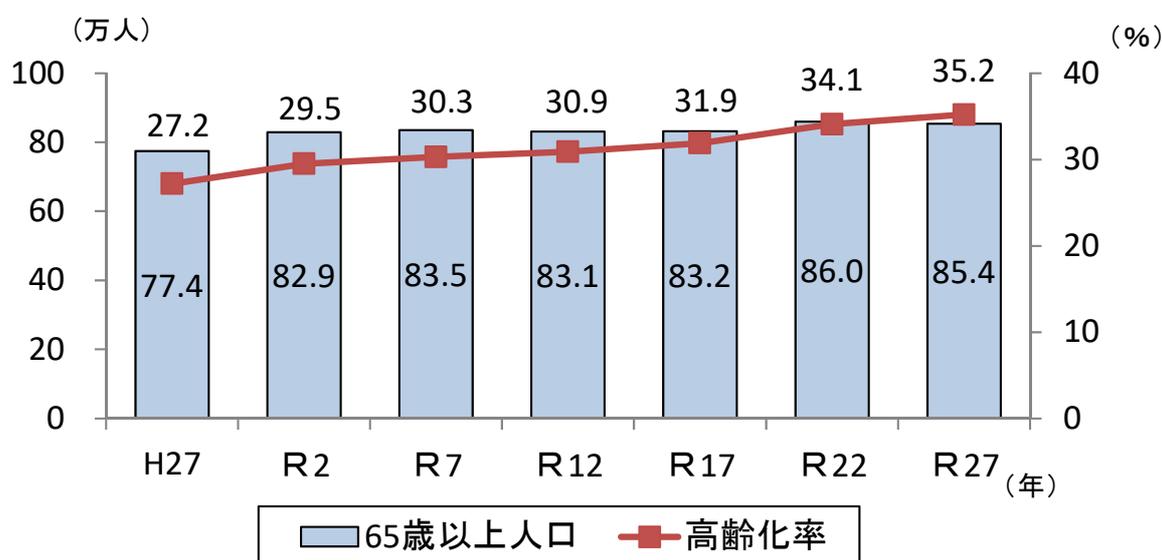
2 消費者を取り巻く現状と課題

(1) 社会経済情勢の変化

ア 高齢化の進展

- 医療技術の進歩等によって平均寿命が延びる中、本県における高齢者（65歳以上）の人口は年々増加しており、総人口に占める高齢者の割合（高齢化率）は、平成27（2015）年度には27%を超えました。
- さらに、国立社会保障・人口問題研究所の「日本の都道府県別将来推計人口」によると、令和7（2025）年には30%を超すと見込まれ、高齢化は急速に進展しています。

高齢者人口及び高齢化率の推移（広島県）



出典：H27年は総務省「国勢調査」
R2年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の都道府県別将来推計人口」

イ 成年年齢の引下げ

- 民法の一部改正により、令和4年（2022年）4月に成年年齢が18歳に引き下げられます。これにより、民法では「未成年者が法定代理人の同意を得ないでした法律行為は、取り消すことができる」（未成年者取消権）と定めていますが、高校3年生もしくは高校卒業直後の若年者が成人となり、未成年者取消権による保護の対象から外れることとなります。

ウ 地域コミュニティの衰退

- 本県の地域コミュニティの状況は、65歳以上の高齢者世帯の単身化が

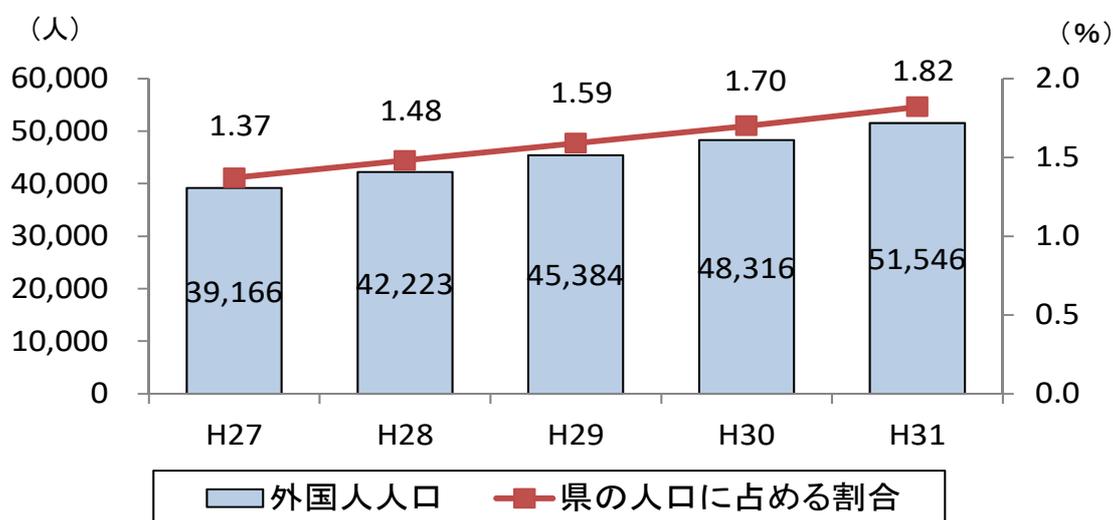
進行し、令和2（2020）年には、高齢者の単独世帯が16万9千世帯となり、夫婦で暮らす高齢者世帯（16万5千世帯）を上回っています。

- その後も単身化が更に進行（令和17（2035）年には18万2千世帯）することが、予測され地域社会による支え合いのさらなる弱体化が懸念されています。

エ 在留外国人の増加

- 広島県内在住の外国人の人口は、5年連続で増加しています。平成31（2019）年1月1日時点の外国人人口は約5万2千人、県の人口に占める割合は、約1.8%となっており、毎年、増加傾向にあります。

外国人人口と県の人口全体に占める割合の推移（広島県）



出典：住民基本台帳に基づく人口（各年1月1日時点）

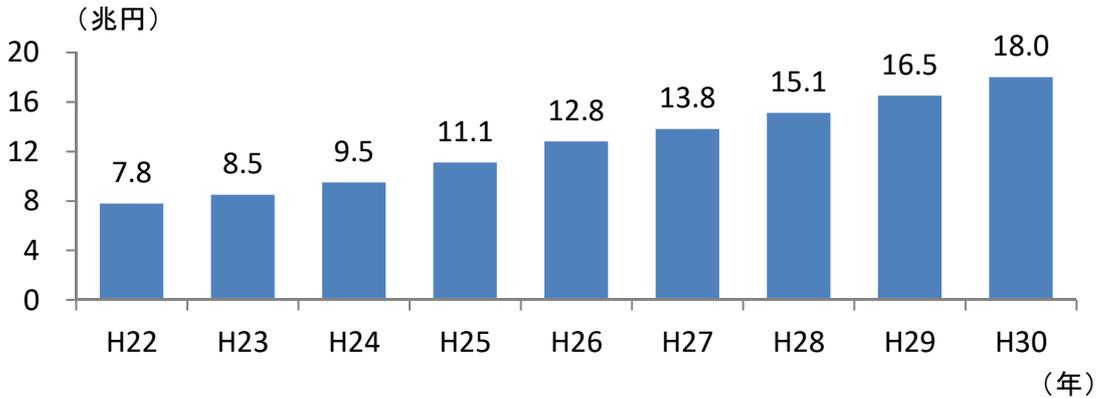
オ 取引形態の多様化

- インターネットや携帯電話を利用して、希望する商品・サービスを選び、クレジットカードや電子マネー等で代金を決済する取引形態が急速に普及しており、消費者は手元に現金がなくても希望する商品・サービスがいつでも手に入るなど、消費者の利便性や快適性は飛躍的に向上しています。
- また、「フィンテック」と呼ばれる金融サービスと情報技術を結び付けた様々な革新的な動きや、「シェアリングエコノミー」といった新たなサービスも広がりを見せています。
- 経済産業省の「電子商取引に関する市場調査」によると、電子商取引の市場規模は、平成22（2010）年の7.8兆円から平成30（2018）年は18.0兆円と年々大きくなっており、フリマアプリやネットオークションなどの個人間取引（CtoC）の市場規模も平成28（2016）年以降、拡大していま

す。

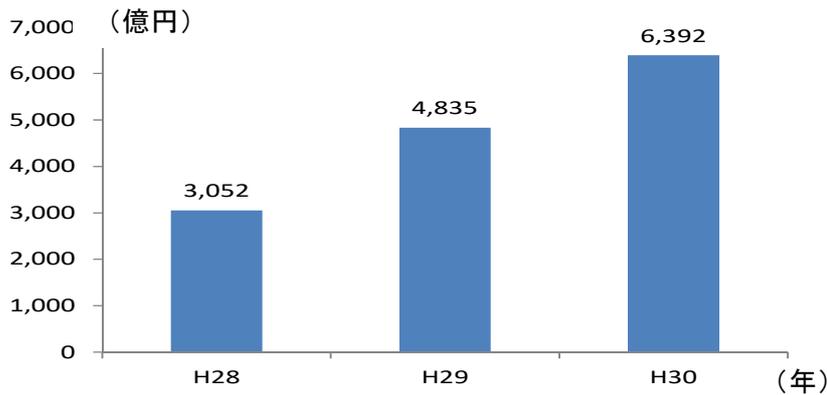
- 一方、インターネット通販等においては、実際の商品を確認することなく取引が行われることが多く、届いた商品やその引き渡しに関するトラブルが生じており、同様に個人間取引に伴うトラブルも増加しています。

電子商取引の市場規模（全国）



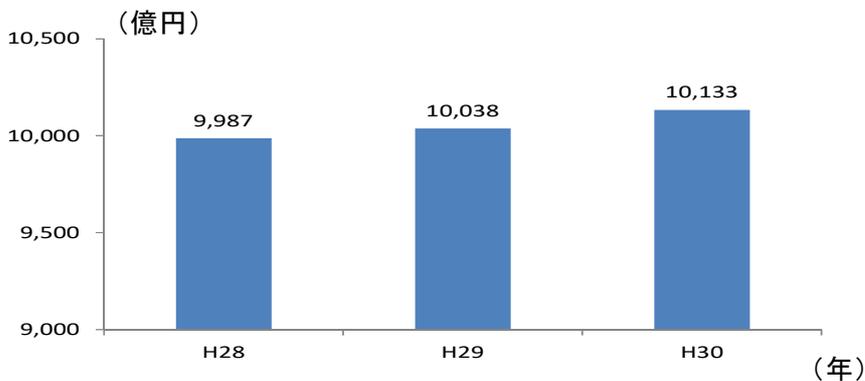
※ 日本のBtoC（企業の個人向け）電子商取引の市場規模。
出典：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

フリマアプリの推定市場規模（全国）



※ 日本のCtoC-Ec（個人間）電子商取引の市場規模。
出典：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

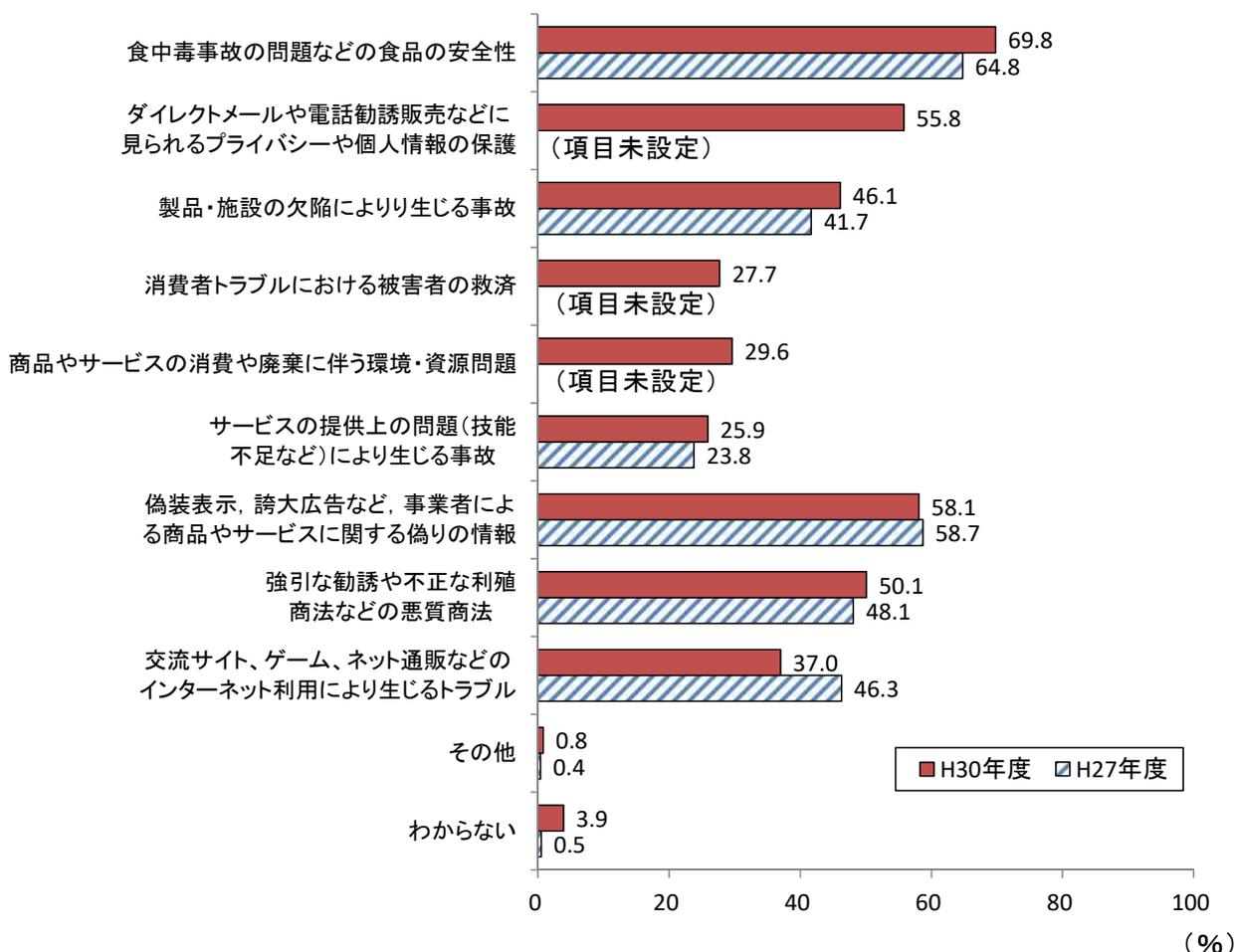
ネットオークションの推定市場規模（全国）



※ 日本のCtoC-Ec（個人間）電子商取引の市場規模。
出典：経済産業省「電子商取引に関する市場調査」

- エネルギーや資源を大量に消費し、食品ロスやごみ等膨大な量の廃棄物を排出する現在の消費生活は、環境にも大きな影響を与えています。
これらを背景として、令和元（2019）年 10 月、食品ロスの削減を総合的に推進するため、「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行されました。
- また、消費者庁が平成 30（2018）年度に実施した「消費者意識基本調査」によると、「食中毒事故の問題などの食品の安全性」、「偽装表示、誇大広告など事業者による商品やサービスに関する偽りの情報」の問題について関心が、特に高くなっています。
- 平成 27（2015）年度に施行された食品表示法により、表示のルールが大きく変わりました。事業者による適切な情報提供が求められるとともに、表示を読み解く消費者にも、制度や情報の理解が求められています。

消費者問題の中で関心のある分野について（複数回答）（全国）



出典：内閣府「消費者行政の推進に関する世論調査」（2015 年度）
消費者庁「消費者意識基本調査」（2018 年度）

(2) 広島県における消費生活相談体制の状況

- 本県の相談体制は、昭和 46（1971）年度に県立消費生活センター、昭和 48（1973）年度に消費生活センター福山支所、同三次支所を開設し、昭和 60（1985）年度に生活センターに改称した後、平成 13（2001）年度に、生活センターを本庁組織に統合し、現在の消費生活課内に相談窓口を開設し、相談業務を行っています。
- 県内の市町の状況は、昭和 49（1974）年度に広島市が消費生活センターを開設した後、平成 22（2010）年度までに、県内 23 市町全てに相談窓口が開設され、県民が身近な窓口で相談できるようになりました。その後、相談員数や相談窓口の開設日数が増加され、平成 29 年度には全ての市町に PIO-NET^(※) を接続し、全国の消費生活センターの相談情報が共有できるようになりました。
- しかし、令和元（2019）年度の状況をみると、相談員が 1 人体制の市町は 16 市町、開設日数が週 4 日以下の相談窓口は 7 市町となっており、窓口機能が十分といえない市町も存在します。
- また、平日毎日開設していない、相談件数が年間 100 件以下、相談員が 1 人体制、という窓口体制にある 16 市町では、「相談員の対応スキルが向上しにくい」という状況にあります。
- このため、県では、あっせん能力の向上を図る高度化研修など相談員の研修や、市町窓口と県相談員を直接電話で結ぶ「ヘルプデスク」の設置、巡回相談、ICT を活用した県相談員との情報交換や相談の共同処理、弁護士等の専門家との直接相談を実施するなどの市町相談体制の支援を行っています。
- 一方、市町における消費生活相談窓口体制については、今後、消費生活相談員の人件費に充てている国の「地方消費者行政強化交付金（推進事業）」の活用期間終了や、国家資格等が必要となる消費生活相談員の確保が困難となっている状況から、さらに相談体制が後退するおそれがあります。

県内市町の消費生活相談窓口の開設日数

（平成 31 年 4 月 1 日現在）

開設日数	週 6 日	週 5 日	週 4 日	週 2 日	週 1 日	隔月 1 日
市町数	1 市	9 市 6 町	2 市	2 市	2 町	1 町

※ PIO-NET（パイオネット）

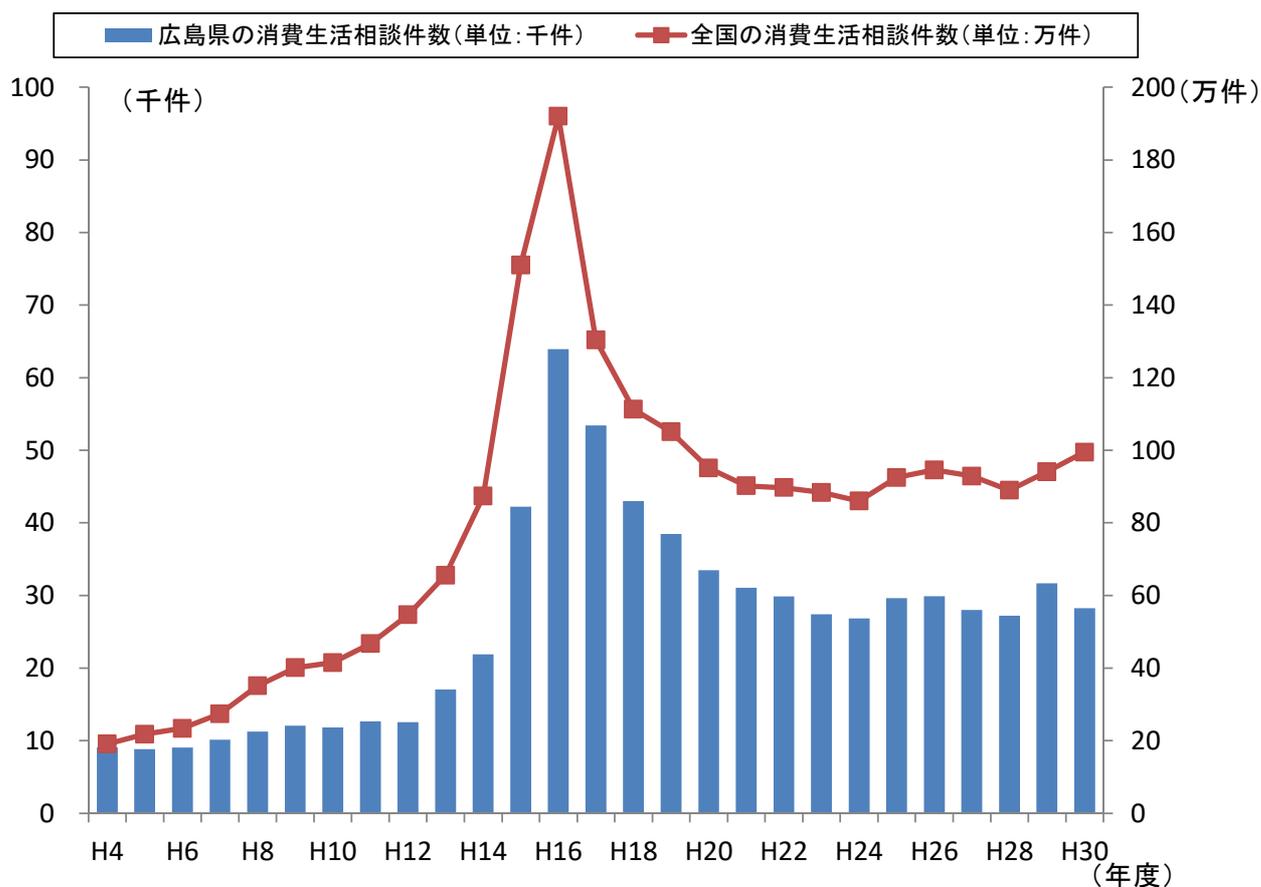
全国消費生活情報ネットワークシステムのこと、独立行政法人国民生活センターのデータベースと都道府県等の消費生活センターとを専用回線で結び、相談情報を集約するシステムである。端末を設置している各中央省庁や各消費生活センター等では、相談事例等が検索でき、新たな被害の把握や類似相談の解決、県民への広報等に活用している。

(3) 広島県における消費生活相談の状況

ア 相談件数

- 平成 30 (2018) 年度に県及び市町で受けた相談件数は、28,257 件で、平成 16 (2004) 年度以降、概ね減少傾向にあります。これは、全国の相談件数の傾向とも一致しています。
- 相談件数が平成 16 (2004) 年度以降減少傾向にある要因は「不当請求・架空請求」に関する相談が平成 16 年度をピークに減少し、全体の傾向に影響していることによるものです。
- また、「不当請求・架空請求」以外の「その他の相談」は、多少の増減はあるものの、平成 16 (2004) 年度以降、約 3 万件をピークに減少傾向にあります。

消費生活相談件数（広島県及び全国）

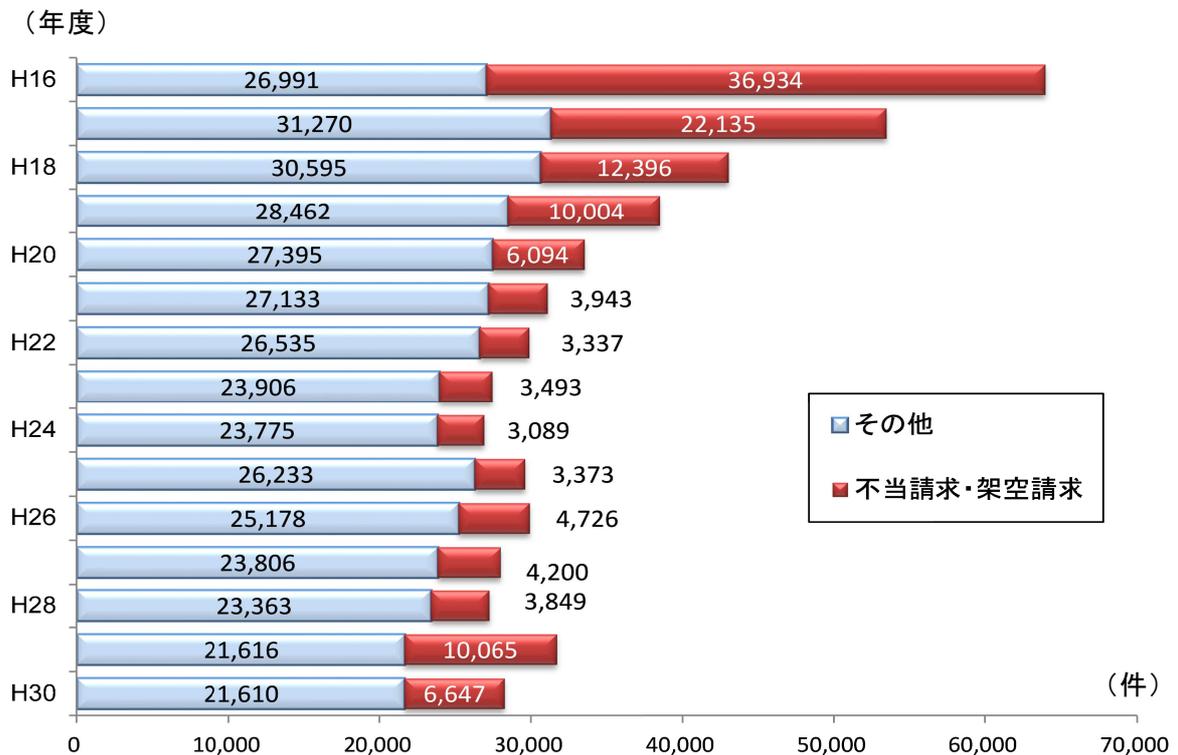


※ 棒グラフは「広島県」全体（広島県及び県内市町）で受け付けた消費生活相談件数

※ 折れ線グラフは「全国」の消費生活相談件数（ただし、PIO-NET 登録分のみ）。

なお、平成 15 年度以前は、国民生活センター「消費生活年報 2013」による。

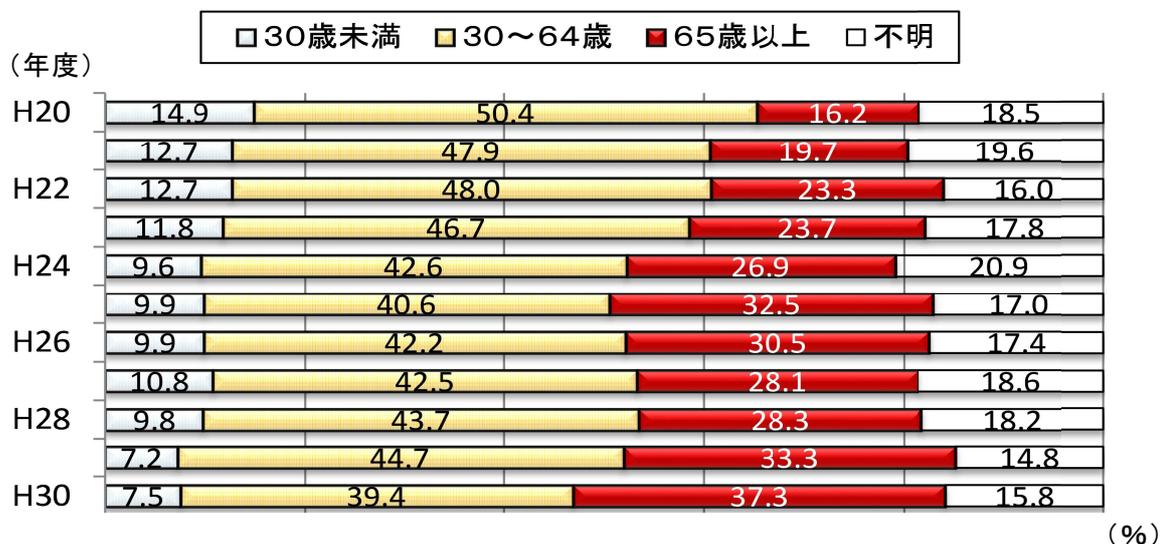
不当請求・架空請求の相談件数とその他の相談件数の推移（広島県）



イ 契約当事者の年齢

- 契約当事者の年齢別の相談状況を見ると、65歳以上の高齢者の占める割合は、平成20（2008）年度の16.2%から、平成30（2018）年度には37.3%まで増加した一方、若者（30歳未満）については、減少傾向にあり、平成30（2018）年度は7.5%となっています。

相談における契約当事者の年齢別割合（広島県）

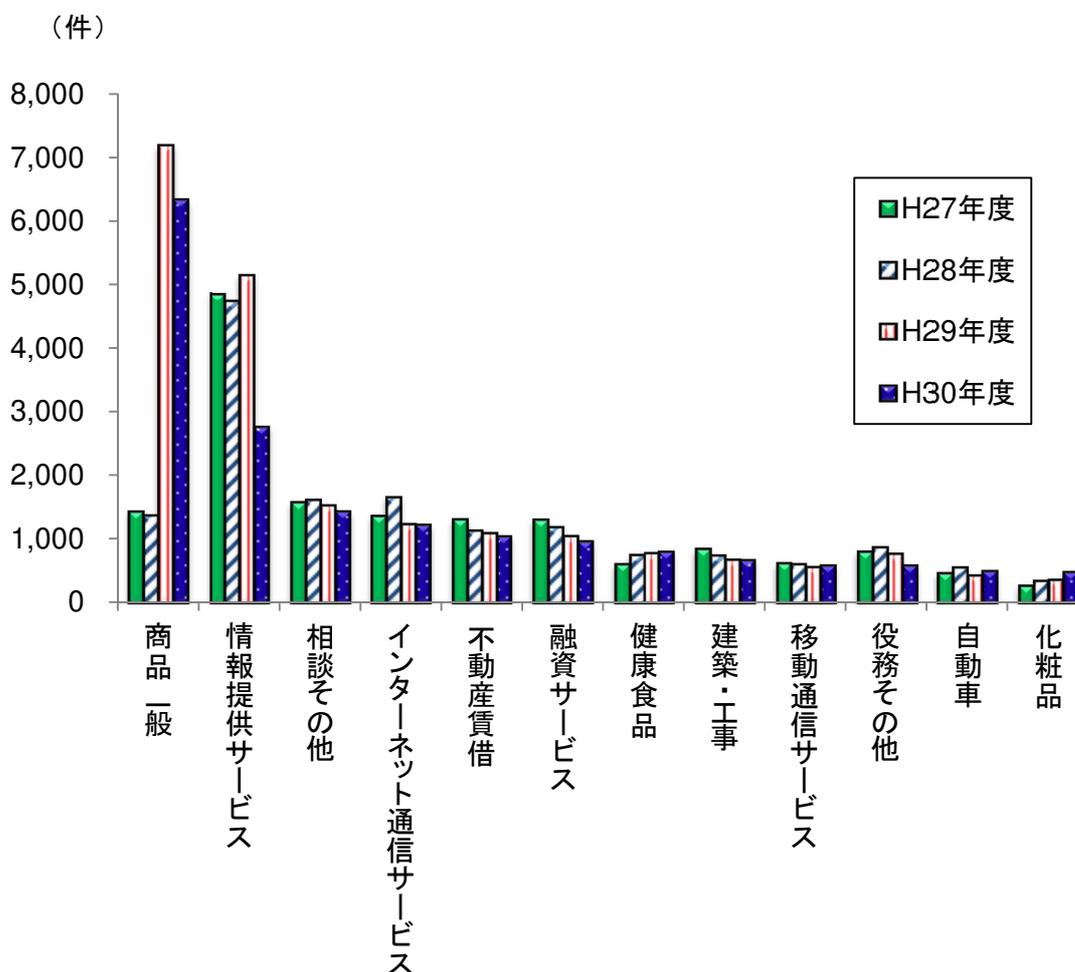


ウ 相談内容

○ 平成 27 (2015) ~30 (2018) 年度の商品・サービス別の相談状況をみると、「商品一般」に関する相談が急増しています。その大半は、架空請求はがき等の「不当請求・架空請求」に関するものです。

次いで多かったのが「情報提供サービス」に関する相談で、その他にも「健康食品」及び「化粧品」に関する相談は増加傾向にあります。その主な要因は「SNS などで安価なお試し価格の表示により消費者を誘引した上で、定期購入コースを契約させるトラブル」が増加したことによるものです。

主な商品・サービス別相談件数（広島県）



エ 年代別の傾向

(高齢者)

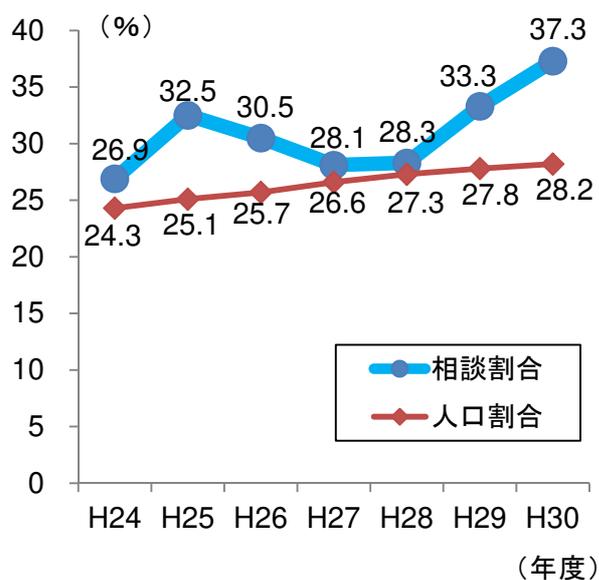
- 本県では、総人口に占める高齢者（65歳以上）の割合以上に高齢者の相談割合が著しく増加しています。その要因は、「不当請求・架空請求」の相談が高齢者から多く寄せられたことが影響していると考えられます。
- 商品・サービス別の相談状況をみると、平成30（2018）年度では、「不当請求・架空請求」などの「商品一般」と、「情報提供サービス」に関する相談が多くなっています。
- また、販売等方法別の相談状況をみると、「電話勧誘販売」、「インターネット以外の通販」、「訪問販売」の占める割合が比較的高くなっています。

(若者)

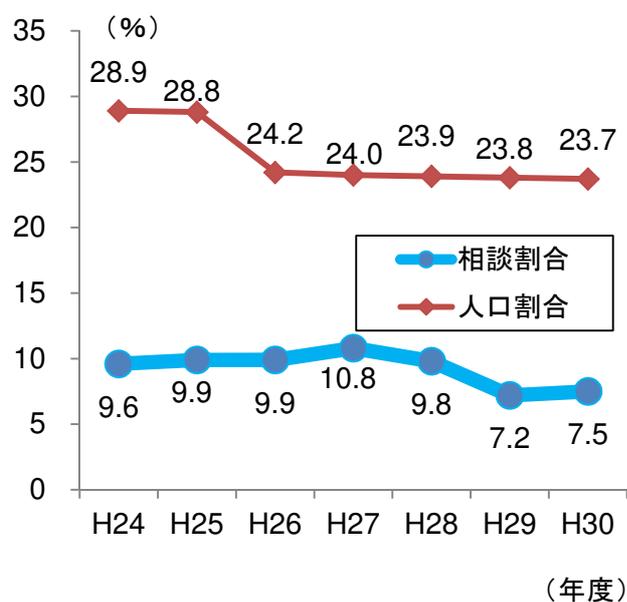
- 少子化に伴い、総人口に占める若者の割合は低下しています。
全相談に占める若者（30歳未満）の相談割合も減少傾向にあり、全体の1割弱にとどまっています。
- 商品・サービス別の相談状況をみると、他の世代に比べて「情報提供サービス」に関する相談の割合が著しく高く、販売等方法別でも、「インターネット通販」にかかる相談が3割を超えています。
これは、インターネット、スマートフォン等の高度情報化の進展が、他の年代よりも大きく影響していることによるものと考えられます。
- また、若者については、相談窓口の認知度が他の年代に比べて低いことが特徴です。

総人口、全相談件数に占める高齢者、若者の割合（広島県）

【高齢者】



【若者】



平成 30 年度 年代別, 商品・サービス別消費生活相談件数の割合(広島県)(単位:%)

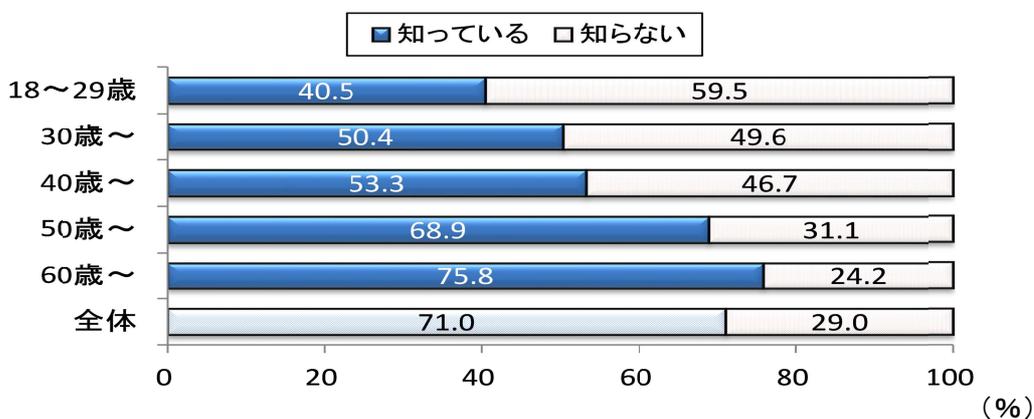
順位	65歳以上		30歳未満		全体	
①	商品一般	36.0	情報提供サービス	21.7	商品一般	23.4
②	情報提供サービス	7.2	不動産賃借	7.2	情報提供サービス	10.2
③	インターネット 通信サービス	4.7	商品一般	5.2	相談その他	5.3
④	相談その他	3.9	相談その他	4.7	インターネット 通信サービス	4.5
⑤	健康食品	2.8	移动通信サービス	3.9	不動産賃借	3.8
	その他	45.4	その他	57.3	その他	52.8

平成 30 年度 年代別, 販売等の方法別消費生活相談の件数(広島県)(単位:%)

順位	65歳以上		30歳未満		全体	
①	店舗購入	12.2	インターネット 通販	34.4	店舗購入	16.7
②	電話勧誘販売	8.6	店舗購入	24.3	インターネット 通販	16.4
③	インターネット 以外の通販	8.5	インターネット 外の通販	6.5	インターネット 以外の通販	7.5
④	インターネット 通販	8.1	訪問販売	5.3	電話勧誘販売	6.7
⑤	訪問販売	7.7	マルチ・マルチ まがい	4.2	訪問販売	5.9
	その他	54.9	その他	25.3	その他	46.8

※ PIO - NET に登録された相談件数のみ

消費生活相談窓口の年代別認知度(広島県)



出典：広島県消費者団体連絡協議会「2017年度意識調査報告書」

課題

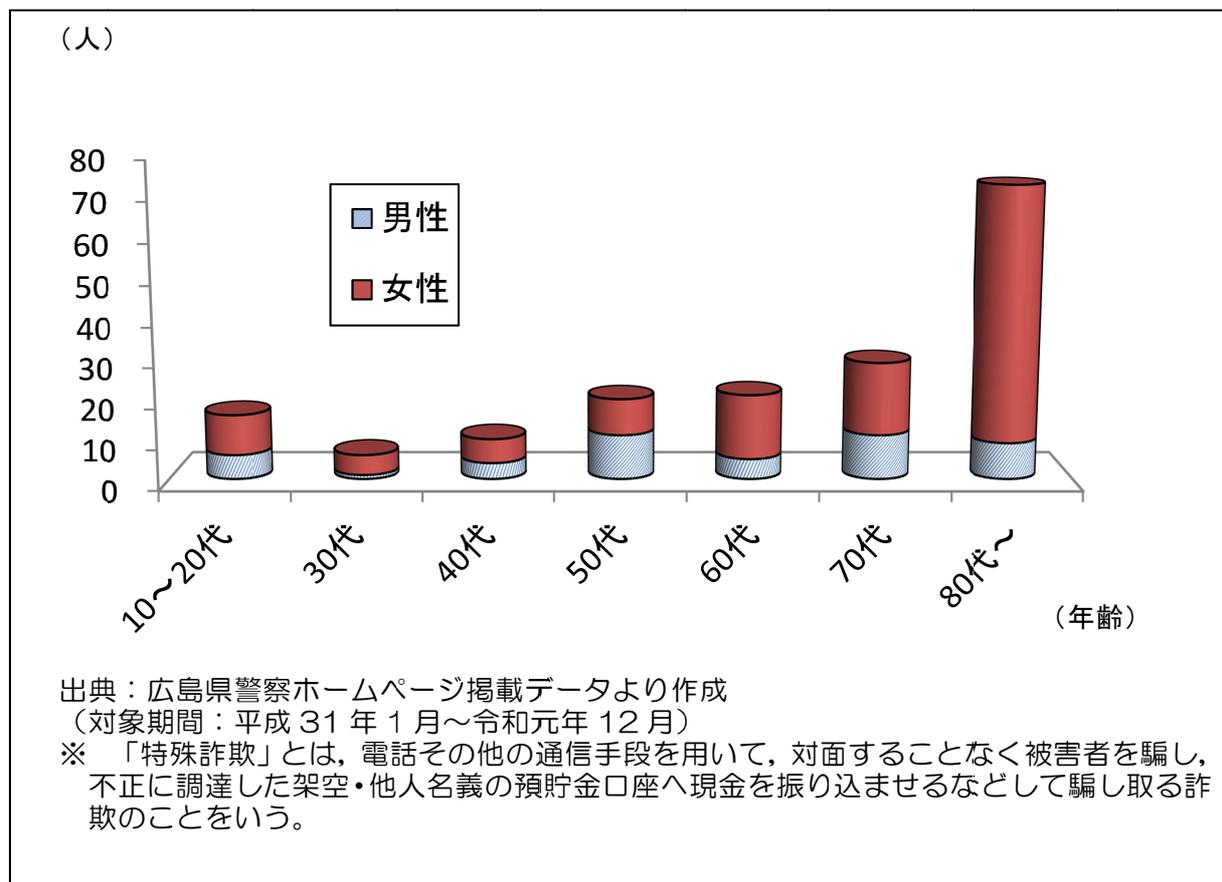
増加する高齢者被害への対応と潜在化する若者被害への対応

- 高齢者に対する消費者被害の未然防止・拡大防止を図るため、高齢者自身に対する働きかけと、離れて暮らす高齢者の家族をはじめとする見守り者への情報提供や研修を行う必要があります。
- 若者に多いと言われている電話相談が不得手な人や、消費者トラブルを自己解決しようとする人など、多様なニーズに応じたサービスの提供が不十分です。

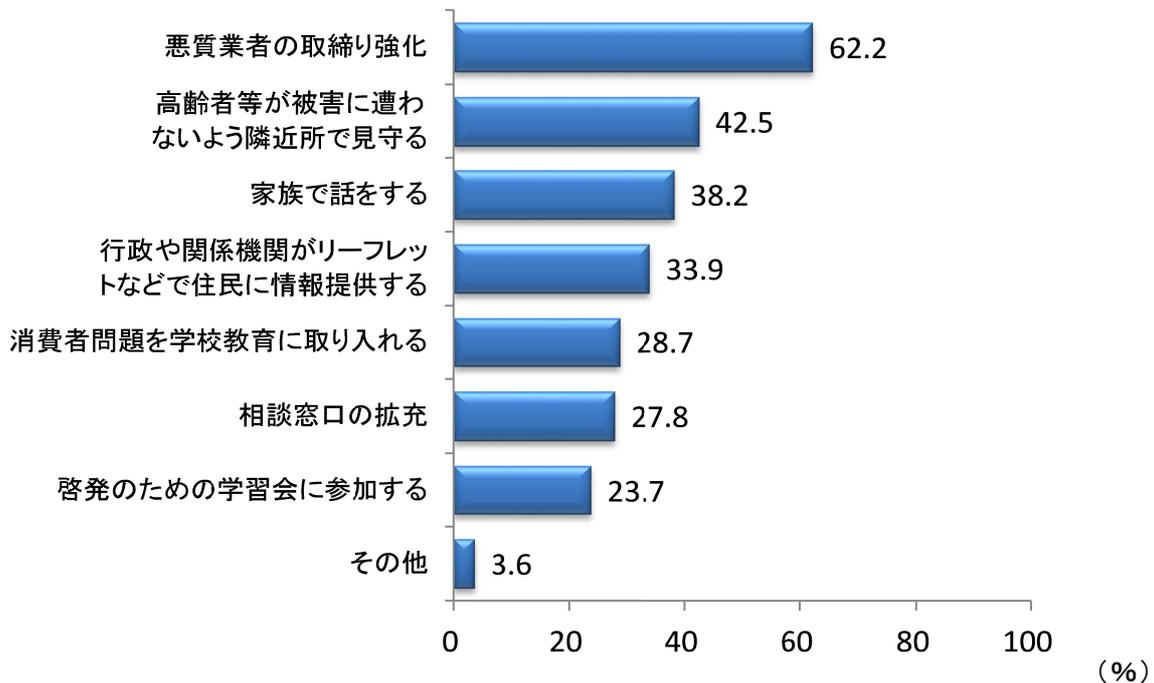
(4) 広島県における事業者指導等の状況

- 県内で発生している特殊詐欺による被害は、特に高齢者を中心に後を絶ちません。
- 広島県消費者団体連絡協議会の「2017 年度意識調査報告書」によると、「消費者被害をなくすために必要なこと」として、「悪質事業者の取締強化」を6割超の人が挙げています。
- 本県では、事業者指導専門員を配置して、事業者に対する指導体制を整備し、悪質事業者に対しては行政処分を実施しています。
- 事業者や事業者団体に対しては、消費者からの苦情相談内容の情報提供などにより、コンプライアンス向上を働きかけています。

特殊詐欺被害者数（広島県）



消費者被害をなくすために必要だと思うこと（複数回答）（広島県）



出典：広島県消費者団体連絡協議会「2017年度意識調査報告書」

特定商取引法及び条例に基づく事業者指導の状況（広島県）（単位：件）

	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度
事業者指導 ※1	176	185	170	169	152
業務改善要請 ※2	5	0	4	4	6
行政処分 ※3	3	1	1	0	2

景品表示法に基づく事業者指導の状況（広島県）（単位：件）

	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度
事業者指導 ※1	9	6	15	7	10

- ※1 「事業者指導」とは、事業者に対して、法令違反のおそれのある不適切行為について指摘し、改善や法令遵守を指導したものなどをいう。
- ※2 「業務改善要請」とは、法令に違反する程度が悪質であるなどの場合に、文書又は口頭により業務の改善を要請し、事業者から改善内容の報告を求めるものをいう。
- ※3 「行政処分」とは、特定商取引法に基づく指示又は業務停止命令、業務禁止命令をいう。

課題

商品・サービスの取引や表示等の適正化に向けた事業者への指導強化

- 法令違反の恐れのある不適切行為に対しては、法令等に基づき対応していますが、消費者苦情・消費者被害は依然発生しています。
- 消費者が安心して商品・サービスを選択するためには、指導の強化に加えて、事業者のコンプライアンス意識の向上が必要です。

(5) 広島県における消費者教育の状況

ア 消費者教育推進法の施行

- 社会の高齢化，グローバル化，情報化，サービス化が進むにつれ，消費者が身につけておくべき知識は日々変化しており，消費生活に関する教育の充実の必要性が高まる中，消費者教育を総合的かつ一体的に推進することを目的として，平成 24（2012）年に「消費者教育推進法」が施行されました。
- この法律に基づく「消費者教育の推進に関する基本的な方針」では，「被害に遭わない消費者，合理的意思決定ができる自立した消費者にとどまらず，社会の一員として，よりよい市場とよりよい社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成」することが重要であるとされています。

イ 広島県の状況

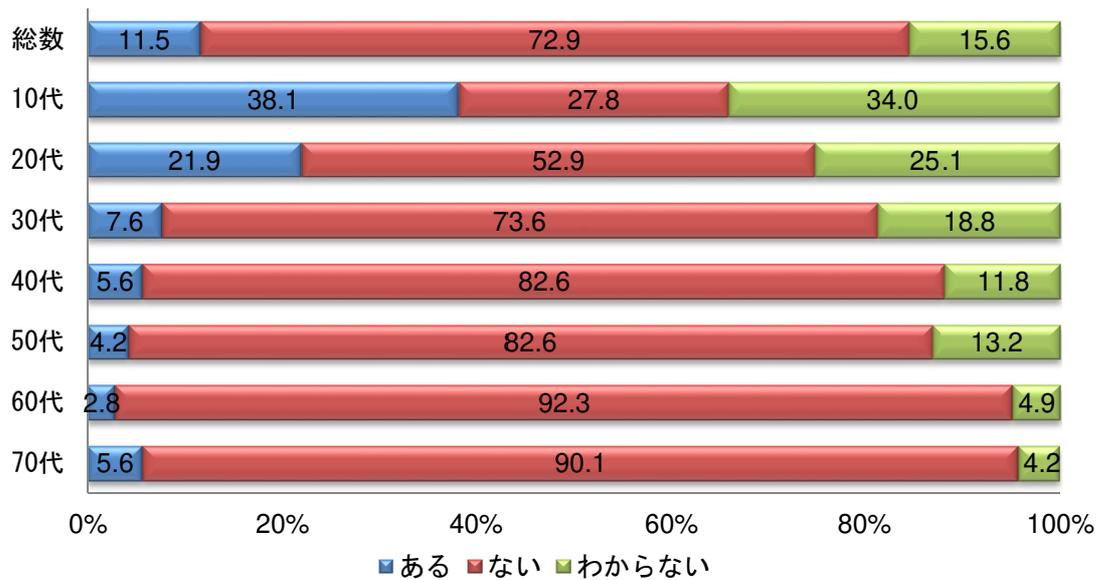
- 本県が平成 31 年 3 月に実施した消費者意識調査によると，消費者教育・啓発の受講経験があると答えた人の割合が約 1 割と低い状況になっています。

内訳をみると，年代毎に大きな差がみられ，10，20 歳代は「ある」と答えた人の割合がそれぞれ 38.1%，21.9%と高いのに対し，30 歳以上では 10%未満となっています。
- 消費者教育・啓発の受講機会は，「高等学校での授業」が 54.8%で最も多く，次いで「小・中学校での授業」が 44.3%，「職場での研修・講演会」20.9%となっています。

ただし，「高等学校の授業」を内訳でみると，10・20 歳代では 66.7%であるのに対し，30 歳代以上では 29.7%となっています。

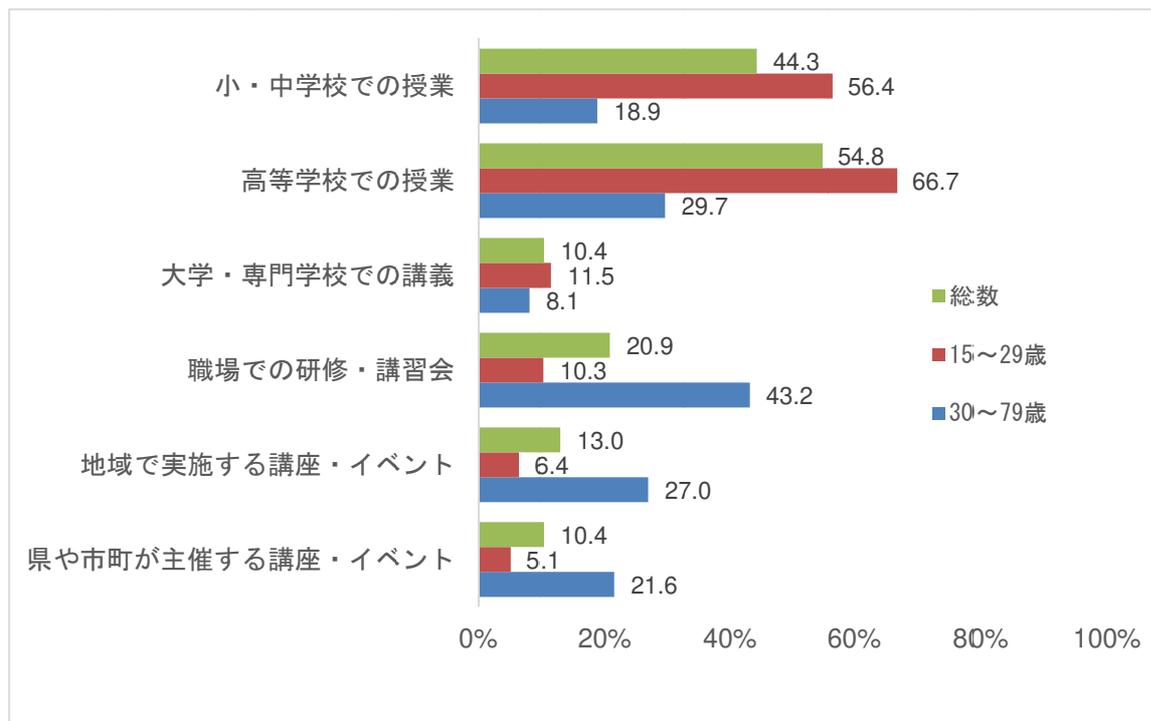
一方，「地域で実施する講座・イベント」は 13.0%ですが，10・20 歳代では 6.4%であるのに対し，30 歳代以上では 27.0%となるなど，受講機会は年代により大きく異なっています。

消費者教育を受けた経験の有無（H31.3 広島県調，複数回答）



※ 端数処理の関係で合計値が合わない場合がある。

消費者教育を受けた経験があると回答した人の受講機会
（H31.3 広島県調，複数回答）



- 本県ではこれまでも、「第2次基本計画」において、「市町における啓発講座の開催促進，消費生活に関する情報提供」等の施策を通じ、「消費者被害の防止」に取り組んできました。
- 市町に対しては，啓発講座への講師派遣や講師のあっせん，啓発資料等の提供等の支援を行っており，平成30（2018）年度は県内23市町中22市町で講座等が開催されています。
- しかし，地域の啓発講座の多くは，主催者の求めに応じて県・市町が講師を派遣していることから，内容は，消費者トラブルの回避や対処に係る事例解説が中心となっており，社会経済活動の中で消費者として身に付けておくべき基礎的知識等に視点を置いた消費者教育の取組が十分できていませんでした。
- その他にも，消費者団体等，様々な団体において様々な啓発講座等を実施していますが，その取組は十分に周知されているとは言えない状況にあります。

県・市町開催の啓発講座等の実施状況（広島県）

年 度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度
実施自治体	県，22市町	県，21市町	県，21市町	県，22市町	県，22市町
回 数	372回	389回	302回	316回	350回
県	17回	14回	29回	43回	41回
市町	355回	375回	273回	273回	309回
うち，トラブル回避等を内容とするもの	364回 (97.8%)	361回 (92.8%)	277回 (91.7%)	293回 (92.7%)	324回 (93.1%)

課題

自立した消費者となるための消費者教育の推進

- 県民が消費生活を送る上で必要な判断力を身に付け，自主的に行動ができることを目的とした消費者教育を誰でも受けることができる体制が必要です。

第3章 計画の基本的な考え方

1 基本理念

県民だれもが、自ら考え自ら行動できる自立した消費者となり、安全で安心して暮らすことができる、消費者被害のない広島県の実現

本県では、条例に掲げる基本理念「消費者の権利の尊重」、「消費者の自立の支援」に基づき、県民の消費生活の安定と向上に向けて、消費者施策を推進してきました。

本計画では、これまでの取組を一層加速させるとともに、消費者教育の充実を図り、『県民だれもが、自ら考え自ら行動できる自立した消費者となり、安全で安心して暮らすことができる、消費者被害のない広島県の実現』をめざします。

2 基本的方向と施策目標

基本理念の実現に向けて、本計画の施策体系は、4つの基本的方向と10の施策目標とし、施策を展開します。

I 消費者被害の防止と救済	1 消費生活相談体制の充実
	2 外国人・高齢者等への支援
	3 事業者指導の強化
II 消費者の選択の機会と安全・安心の確保	4 商品・サービス・食品の安全性の確保
	5 事業者の適正な情報提供と消費者の選択機会の確保
III 消費者教育の推進	6 様々な場における消費者教育の推進
	7 消費者教育推進のための人づくり
	8 消費生活と関連する他の教育との連携推進
IV 県民意見の反映と多様な主体との連携・協働	9 消費者行政への県民意見の反映
	10 関係機関等との連携・協働

3 5年後の広島県の姿

本県が今後5年間で最も力を入れて実現すべき姿を描き、着実に施策を推進します。

県民が、電話や面接だけでなく、メールなど自らに合った方法で相談できるとともに、自分自身で解決したいと考える場合に活用できる情報が提供されています。

外国人や高齢者等の配慮を要する方について、本人とその周辺の人への相談窓口の周知や外国語に対応した窓口の整備が行われ、配慮を要する方に関する相談が増えています。

県民が消費生活を送る上で必要な判断力を身に付け、自主的に行動ができることを目的とした消費者教育を誰もが受けることができる体制が整っています。

4 重点的に取り組む項目

本計画で描く『5年後の広島県の姿』を実現するため、計画期間中に取り組む施策のうち、特に必要な取組を「重点的に取り組む項目」と位置付け、着実に推進します。

重点項目1

県・市町の消費生活相談窓口体制の見直し

重点項目2

外国人や高齢者等の配慮を必要とする人への支援の強化

重点項目3

自立した消費者となるための消費者教育の推進

第4章 施策の展開

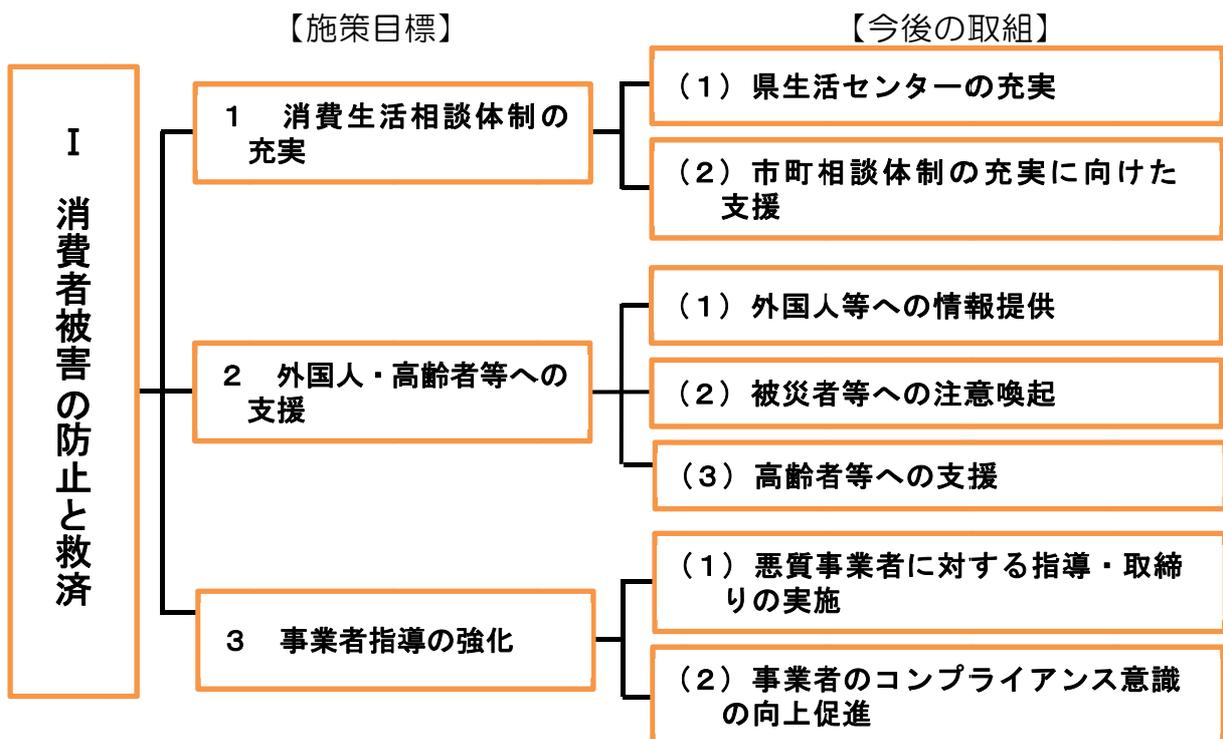
基本的方向：Ⅰ 消費者被害の防止と救済

消費者行政の使命の一つは、すべての県民を、悪質商法をはじめとする様々な消費者被害・トラブルから守り、安全・安心な暮らしを確保することにあります。

県民が消費者被害に遭ったときは、身近な窓口で対応できるとともに、電話や面談だけでなく、メールなど自らに合った方法で相談でき、自分自身で解決したいと考える場合に活用できる情報を提供できるよう相談体制を充実し、県民から信頼される相談窓口をめざします。

外国人が県内どこの消費生活相談窓口でも外国語で消費生活相談を行うことができる仕組みを整え、トラブル解決の支援を消費生活相談員から受けられること等を外国人やその周囲の日本人に伝えるとともに、自然災害に乗じた悪質商法等に対する被災者への注意情報の発信の仕組みを整えます。また、高齢者等や見守り者に被害防止のための情報が提供され見守りが行われるとともに、高齢単身者等については、その家族にも被害防止の情報が提供されています。

さらに、消費者被害をもたらしている悪質事業者に対しては指導・取締りを行うとともに、事業者のコンプライアンス意識の向上を支援することで、消費者被害の減少に努めます。



施策目標 : 1 消費生活相談体制の充実

めざす姿

- ◆ 県民が、自分の都合の良い時に、どこに住んでいても相談できるメールによる相談方法が、入力項目の簡素化など受付フォームが改善されることで、より利用しやすくなっています。
- ◆ また、これまで受け付けてきた電話や面接による相談についても、多様化・複雑化が見込まれる相談内容に対応できるよう、県が消費生活相談員の体系的な研修計画を作成し、個々の消費生活相談員の受講履歴を管理し、能力向上の取組が行われています。
- ◆ あわせて、県民に身近な市町相談窓口が、県や近隣市町のバックアップにより、相談体制を維持できており、県民が自らに合った方法で、相談窓口や相談方法を選べる状況になっています。
- ◆ 同時に、県民が、自分自身で解決したいと考える場合には、活用できる情報が、FAQ（よくある相談）などの形で提供されています。

現状と課題

- 県民が県内の消費生活相談窓口で相談したいと考えた時、現在は電話、面接、メールの方法により相談することができますが、平成30年度（2018）年度の受付状況をみると、電話と面接による相談が約99.5%を占めており、また、県内の窓口の多くは平日昼間（9時又は10時～16時又は17時）のみの相談受付となっています。
- 一方、県民の中には、電話相談が不得手な人や、消費者トラブルを自己解決しようとする人などがいることから、相談窓口の利用向上に向けて相談サービスの提供体制の充実が必要となります。
- 近年、「個人間取引」、「キャッシュレス決済の普及」などの取引形態や決済手段の多様化に伴い、県民からの相談内容も複雑化・困難化しています。このため、県は、県内の消費生活相談員の対応能力を計画的に向上させる必要があります。
- 県生活センターでは、県民が身近な窓口で、同じサービスが受けられるよう、ICTを活用した専門家相談や専門家からの消費生活相談員への助言など、市町の相談窓口の支援を行ってきましたが、専門家相談や県につなぐかどうかは、市町相談員の属人的な判断に委ねており、市町間でICTの活用頻度や相談窓口の開設日、消費生活相談員の配置などの面で差があります。
- PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム）に蓄積された相談

情報は、被害の未然防止・拡大防止に向けて有効に活用されています。しかし、これまで、デジタル化の進展に伴う「電子商取引」や「キャッシュレス決済」に関する相談など新たな消費者トラブルの情報や、「不当請求・架空請求」などの急増情報の県民への注意喚起について、その発信基準・時期等が明示化されておらず、属人的判断に委ねられている状況にあります。

- 高齢化の進展、世帯の単身化・地域コミュニティの衰退が今後一層進むことを踏まえると、県民が身近な窓口で相談できる体制を維持していくことが重要になっています。
- その一方で、今後、国の「地方消費者行政強化交付金（推進事業）」の活用期間終了や、消費生活相談員の高齢化や担い手不足が深刻な課題となっており、市町における消費者行政のリソースが縮小していく状況があり、相談体制の後退も懸念されることから、市町の相談体制のバックアップが必要です。

今後の取組

(1) 県生活センターの充実

【取組の方向】

- 県民が、自らの都合の良いタイミングで相談しやすくなるよう、メールによる相談方法を改善するとともに、外国語でのメール相談にも対応できるようにします。
- 消費生活相談員の体系的な研修計画を策定し、相談員の能力向上を図ります。
- 県民が、自分自身で解決したい場合に活用できる情報を提供します。
- 市町の消費生活相員が、県民への相談対応に活用できるよう、集約した相談情報を県から市町へフィードバックします。
- 相談窓口の周知、庁内窓口の連携及び苦情処理委員会の調停等については、相談窓口の利用促進及び相談対応の充実のため継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
メール相談の利用促進	<p>時間に縛られずに相談できるメール相談を積極的に広報するとともに、メール相談受付フォームの入力項目を最低限にしたり、項目を選択方式にしたりするなど使いやすくする。</p> <p>メールの入力項目等を外国語で表記するとともに、外国語でメール相談できることを周知する。</p>
消費生活相談窓口としての質の向上	<p>県内の消費生活相談員に研修を実施し、業務に必要なスキルを習得させ、受講後にチェックリストや確認テスト等により振り返りの機会を提供することで、スキルの定着を図る。</p> <p>ICT を活用した市町相談員を含めた定期的なミーティングなどで、あっせん不調となった原因の検証や、相談事例の処理方法を共有し、県民からの相談に対応する。</p>
専門家等との相談ネットワーク機能の強化	<p>電子商取引等での新たなトラブルに対応するため、弁護士等専門家による高度な相談に対応する体制を強化する。</p>
自己解決に役立つ情報の提供	<p>県 HP「よくある消費生活相談事例」をトラブルの種類などのキーワードから簡単に検索できるよう改善し、クーリング・オフなどの救済制度や対応方法などの情報を提供する。</p>

相談情報の早期集約と有効活用	相談情報の早期集約と情報発信のルールづくりを行い、悪質商法の手口等について関係機関と共有するとともに県HP、SNS、市町広報誌等で県民に情報提供を行う。
県・市町相談窓口の認知度向上、利用促進	広報誌、HP等を活用し、県内相談窓口の周知を図り、窓口利用を促進する。☆
	成年年齢の引下げを踏まえ、若者の利用が多いインターネット（HPやSNS）等を活用し、消費者被害防止情報を提供するとともに、「メール相談」への誘導を図る。
県庁内の様々な相談窓口との連携及び周知・広報	住宅や建築、医療や食品等様々な相談窓口との連携を強化し、消費者に対する円滑な連絡体制を構築する。☆
	住宅や建築、医療や食品等県庁内の様々な相談窓口を一体的に周知・広報する。☆
	住宅リフォーム相談等、様々な分野において、相談窓口を担当する職員を対象とした研修の充実を図る。☆
苦情処理委員会による調停の実施	相談で解決が見込めない事案について、必要に応じて広島県消費者苦情処理委員会による調停を実施する。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

(2) 市町相談体制の充実に向けた支援

【取組の方向】

- 県の呼びかけで近隣市町による意見交換を行い、市町の相談体制を維持する上での問題点・課題を共有し、県や近隣市町によるバックアップを行います。
- ICT を活用した Web 会議システムによる県との共同対応や、弁護士等による専門家相談を行うとともに、県生活センターに設置しているヘルプデスクを通じて県の相談員による支援を行います。
- 巡回相談、ICT の活用、県へのエスカレーション（県・市町相談員の共同対応）及び専門資格を有する相談員の配置等については、県民が身近な窓口で相談できる体制を支援するため、継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
市町の消費生活相談窓口の維持に向けた支援	地域別（西部，東部，北部など）の地元市町を集めた意見交換会の場を定期的に行い、消費生活相談員の共同雇用や人事交流による研修の実施などの体制維持の方策について協議の上、実施する。
	担当者会議，巡回相談，ICT の活用，合同事例検討会等，市町と情報交換できる場を拡充する。☆
市町の消費生活相談窓口の支援	県へのエスカレーション（県・市町相談員の共同対応）の促進や ICT の活用による専門家等からの助言により，市町の相談体制の充実を支援する。☆
	県・市町の相談対応連携マニュアルを作成する。☆
	相談体制の整備に向けて，専門資格（国家資格）を有する相談員の配置を促進する。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

目標指標

項目	現状（H30年度）	目標（R6年度）
県生活センターにおける電話及び面接以外の相談件数の割合	1.9%	10.0%以上
R元年度の消費生活相談窓口開設日数*が維持された市町数	※のとおり	全市町での消費生活相談窓口開設日数の維持

※ 県内市町の消費生活相談窓口の開設日数：R元年度

開設日数	週6日	週5日	週4日	週2日	週1日	隔月1日
市町数	1市	9市6町	2市	2市	2町	1町

施策目標 : 2 外国人・高齢者等への支援

めざす姿

- ◆ 外国人が消費者トラブルに遭った際、県内どこの消費生活相談窓口でも、市町や（公財）ひろしま国際センターの通訳を介し言葉のストレスなく専門の消費生活相談員からトラブル解決の支援を受けることができるとともに、トラブルが解決した相談事例を周知していくことで、外国人からの相談件数が増えています。
- ◆ 自然災害発生時には、災害に乗じた悪質商法等に対する注意情報がマニュアルに基づき発信される仕組みが整っており、被災者等の消費者被害の回避・対処に役立てられています。
- ◆ 高齢者やその見守り者などに対し消費者被害防止のための情報が提供され見守りが行われるとともに、高齢単身者等については、その家族にも消費者被害防止のための情報が提供され、被害の回避・対処に役立てられています。

現状と課題

- 外国人の増加が見込まれる中、日本語の話せない外国人が対応言語の通訳がない県内の消費生活相談窓口で相談をする場合、意思疎通が難しく、トラブル解決に向けた十分な支援を消費生活相談員から受けることは容易でない状況にあります。
- このため県内すべての消費生活相談窓口において、外国語で消費生活相談ができる環境を整えるとともに、消費生活相談員からトラブル解決の支援を受けられることや相談により解決できる事例等があることなどを外国人やその周囲の日本人に伝え、外国人が相談しやすい環境を整えていく必要があります。
- 自然災害時には、被災者等の不安心理等に乗じた悪質商法等が発生することがあることから、悪質事業者に対する注意情報の発信について、その基準や方法等にバラつきが生じないように、マニュアルを整備し被災者等に周知する仕組みを整える必要があります。
- 県内の高齢単身者や高齢の夫婦のみ世帯等（以下「高齢単身者等」という。）が増加する一方、地域コミュニティの衰退等によって人々のつながりが弱まり、高齢単身者等の孤立につながるおそれもある中、高齢者は、被害に遭っ

ても誰にも相談しない場合があります。

- 高齢者等^{※1}の消費者被害を防ぐためには、高齢者等だけでなく、高齢者等を見守る立場の人への働きかけが重要なことから、高齢者等の見守り情報を発信するとともに、地域の民生委員や福祉・介護関係者等を対象とした、高齢者等の見守り研修を引き続き実施していく必要があります。
- 高齢単身者等については、家族がいる場合、高齢者の居宅や様子を帰省時に直接又は電話連絡時等には間接に個別に確認し得る立場にあるものの、消費者被害の早期発見のための方法や対処法について知る機会が十分提供されていなかったことから、家族による高齢者の被害の未然防止や救済に必要な情報を継続的に提供していくことが求められています。
- 高齢者からの消費生活相談については、「電話勧誘販売」、「訪問販売」の占める割合が比較的高いことなどから、高齢者の被害状況を踏まえた効果的な取組を行う必要があります。
- 障害のある人が被害に遭うケースもあることから、未然防止・拡大防止を図るための対応を行う必要があります。
- 今後もこうした取組とともに、高齢者等を重層的に見守ることができるよう、見守りをする様々な人等に対し、消費者被害の早期発見に役立つ情報や研修機会を提供していく必要があります。

※1 「高齢者等」とは、高齢者に加え、身体障害、知的障害、精神障害や、認知症高齢者等の判断能力が不十分な人を含みます。

今後の取組

(1) 外国人等への情報提供

【取組の方向】

- 外国人が県内どこの消費生活相談窓口でも消費生活相談ができるよう、対応言語の通訳がない消費生活相談窓口では、（公財）ひろしま国際センター（以下「HIC」という。）と連携し外国語で相談を行うことができる仕組みを構築します。
※ 訪日外国人については、訪日観光客消費者ホットライン（〔独法〕国民生活センター）により消費者相談を実施
- 外国人が通訳を介し消費生活相談をすることができること及び外国語でメール相談できることなどを県WEBやSNSを通じ外国人やその周囲の日本人に周知します。
- 外国人の消費生活に関するトラブルやその対処の実態を把握し、外国人への効果的な情報提供や消費生活相談員への研修等に生かされるよう在留外国人、有識者、監理団体又は国際協力団体・機関などにヒアリングを実施します

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
外国人に対する相談窓口の整備等	外国人、HIC 及び消費生活相談窓口を結ぶ複数者通話機能により外国語で相談を行うことができる仕組みを構築する。HIC において、外国人が消費生活相談を行う場合、HIC の対応言語の通訳を介し消費生活相談窓口の相談員からトラブル解決の支援を受けることができるようにする。
外国人や周囲の日本人への情報提供	外国人に消費生活相談窓口で外国語で相談ができること並びに外国語でメール相談できること、専門の相談員からトラブル解決の支援を受けられること、及び相談により解決できる事例等があることを県WEBや外国人が利用するSNSを通じ発信する。 外国人の相談先となりうる監理団体、事業者、大学・日本語学校、市町外国人相談窓口及びHICなどに対し、外国語で消費生活相談をすることができることを周知する。
外国人等へのヒアリング	在留外国人、有識者、監理団体又は国際協力団体・機関などにヒアリングを行い、外国人への効果的な情報提供や県が実施する消費生活相談員への研修に活用する。

(2) 被災者等への注意喚起

【取組の方向】

- 自然災害後の生活再建時に悪質事業者に対する注意喚起が行われるよう、広島県地域防災計画を踏まえ発信基準や周知方法等を定めたマニュアルを整備し被災者等に周知する仕組みを整備します。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
被災者等への注意喚起	県が整備したマニュアル等により全ての市町で研修等が行われ、災害発生時には、消費者被害の未然・拡大防止のため、定められた基準に従い、被災者等に市町 HP、SNS、チラシ及び市町広報誌などにより注意情報や消費生活相談窓口を周知する。

(3) 高齢者等への支援

【取組の方向】

- 高齢者等が自ら消費者被害を回避できるよう、講習会等を行います。
- 高齢者等に関する消費者被害状況等を把握し、福祉関係団体や警察等を通じて、高齢者等に情報提供を行います。
- 高齢者等が消費者被害に遭わないよう悪質な電話勧誘による被害の未然防止のため電話機器等を活用した呼びかけを行います。
- 高齢単身者等の家族に対し、消費トラブルの兆候を早期発見し被害の未然防止と救済が行われるよう情報提供を行います。
- 高齢者等を見守る立場にある人に研修等を行い、地域での重層的な支援体制を強化します。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
高齢者等を対象にした講習会・講座等の実施	高齢者等を対象に参加・体験型防犯講習会、ロールプレイング等も取り入れた講座等を実施する。

高齢者等を対象とした情報提供	高齢者等一人ひとりに情報が行き届くよう、高齢者との接点の多い民生委員、老人クラブ、警察等を通じて、被害防止に関する情報を提供する。
機器を活用した被害防止の周知	在宅中でも固定電話を留守番電話に設定することや、迷惑電話防止機能を有する機器を活用し、悪質な電話勧誘による被害に遭わないようにする呼びかけを実施する。
高齢単身者等の家族への情報提供	高齢単身者や夫婦のみ高齢者と離れて暮らす家族に、高齢者の消費者トラブルの早期発見や対処に必要な情報を継続的に提供する。
高齢者等を見守る立場の人を対象とした研修等及び情報提供	市町や福祉団体・介護事業者等、様々な機関・団体と連携し、高齢者等を見守る立場の人を対象とした研修・講座を実施する。また、見守る立場の人への情報提供や被害防止のチェックリストの配布等を行う。

目標指標

項目	現状 (H30 年度)	目標 (R6 年度)
外国人等 ^{注1} からの県・市町の相談受付件数	9件	40件以上
高齢単身者等の家族への情報提供体制を整備した市町数	—	23市町

^{注1} 外国人の周囲の日本人（監理団体、事業者、大学・日本語学校、知人等）含む。

参考指標

項目	現状 (H30 年度)
外国人等から県・市町が受付けた相談の解決件数 ^{注2}	3件 (9件)

※ ○ 内は相談件数

^{注2} 斡旋・助言による解決数を合算。斡旋による解決については、消費生活相談記録記載要領に基づく解決要件（契約通り履行、全面解約・取消、返金、交換、代替品、修理・補修、損害賠償・治療費、解決・見舞金、一部解約・取消の何れかに該当すること。）に該当するもの。助言による解決については、相談者のトラブルが解消できていると相談記録から判断できるもの。

施策目標 : 3 事業者指導の強化

めざす姿

- ◆ 消費者被害をもたらしている悪質事業者に対する取締りが行われ、消費者被害の未然防止・拡大防止につながっています。
- ◆ 消費者が安心して商品・サービスを享受できるよう、事業者のコンプライアンス意識の向上が進んでいます。

現状と課題

- 県内の相談窓口には、特定商取引法等の法令についての認識が不十分なまま事業を行い、法令違反のおそれのある行為を行っている事業者に関する苦情が寄せられています。こうした事業者に対しては、適切な事業活動を行うよう指導や情報提供を行っています。
- 詐欺的な行為等の違法行為を行う事業者や、行政機関から指導を受けているにもかかわらず、違法行為を繰り返している事業者が存在することから、こうした悪質事業者に対して、行政処分を行っています。
- 取締りを逃れるために、県域を越えて広域的に活動する事業者もいることから、中国地方においては、平成 23（2011）年度に「中国地方悪質事業者対策会議」を設置して国や近隣県、警察との連携を図り、県域を越えて違法行為を行う悪質事業者に対しては、国や近隣県と同時に行政処分を行っています。
- こうした取組にも関わらず、法令違反のおそれのある行為を行う事業者や、悪質事業者に対する消費者苦情・消費者被害は依然として発生しています。

今後の取組

(1) 悪質事業者に対する指導・取締りの強化

【取組の方向】

- 消費者被害が疑われる相談情報の迅速な把握に努め、悪質事業者に対し、特定商取引法等に基づく指導・取締りを行います。
- 国及び近隣県、警察との情報交換の場などを活用し、指導・取締り手法を改善していきます。
- 警察による悪質事業者の取締りの強化については、被害の拡大防止と抑止のため、継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
特定商取引法に関する事業者指導の強化	事業者指導のための人員を配置し、消費者への聴取、事業者への指導を随時行うとともに、違法行為を繰り返す悪質事業者に対しては、行政処分を行う。
国及び近隣県、警察との連携強化	中国地方悪質事業者対策会議を通じて、広域的に違法行為を行っている悪質事業者への指導・取締りにつなげるとともに、効果的な指導・取締りについて情報交換し、手法を改善する。
警察による悪質事業者の取締りの強化	警察が県内関係機関や他県警察と情報共有を図り、特に高齢者を対象とした悪質事業者の取締りを強化する。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

参考指標

項目	現状 (H30 年度)
消費者聴取の実施件数	13 件
業務改善要請の実施件数	6 件

(2) 事業者のコンプライアンス意識の向上促進

【取組の方向】

- 事業者・事業者団体への研修や不適切行為の指摘等については、事業者のコンプライアンス意識の向上を図るため、継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
コンプライアンス意識向上のための事業者や事業者団体への働きかけ	消費者苦情からうかがえる不適切な行為等について、当該事業者に速やかに指摘し、営業手法の改善に繋げる。指導を受けた事業者についても、情報交換により法令順守体制をフォローアップする。
	事業者団体への講師派遣、会議等への出席や、啓発資料を作成・配布する。☆
	老人福祉法に基づき、有料老人ホームに対して立入検査や新規開設時の事前協議、県 HP への指導指針の掲載による周知等行う。☆
	建設業法に基づき、事業者に対する指導監督や説明会を実施する。☆
	新規免許業者や苦情相談の寄せられた業者を中心とした宅地建物取引業者事務所への立入検査、建築関係業界団体の研修会への参画行う。☆
公益通報者保護制度の周知啓発	県 HP により、労働者に対し、公益通報の対象・通報先・通報の際の注意点の周知を図るとともに、事業者に対してコンプライアンス経営の重要性・必要性についての啓発を行う。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

参考指標

項目	現状 (H30 年度)
事業者に対する不適切行為の指摘回数	152 回

基本的方向：Ⅱ 消費者の選択の機会と安全・安心の確保

消費者が自主的・合理的に商品・サービス・食品を選択するためには、商品・サービス・食品の安全性の確保や表示等の適正化が前提となっています。

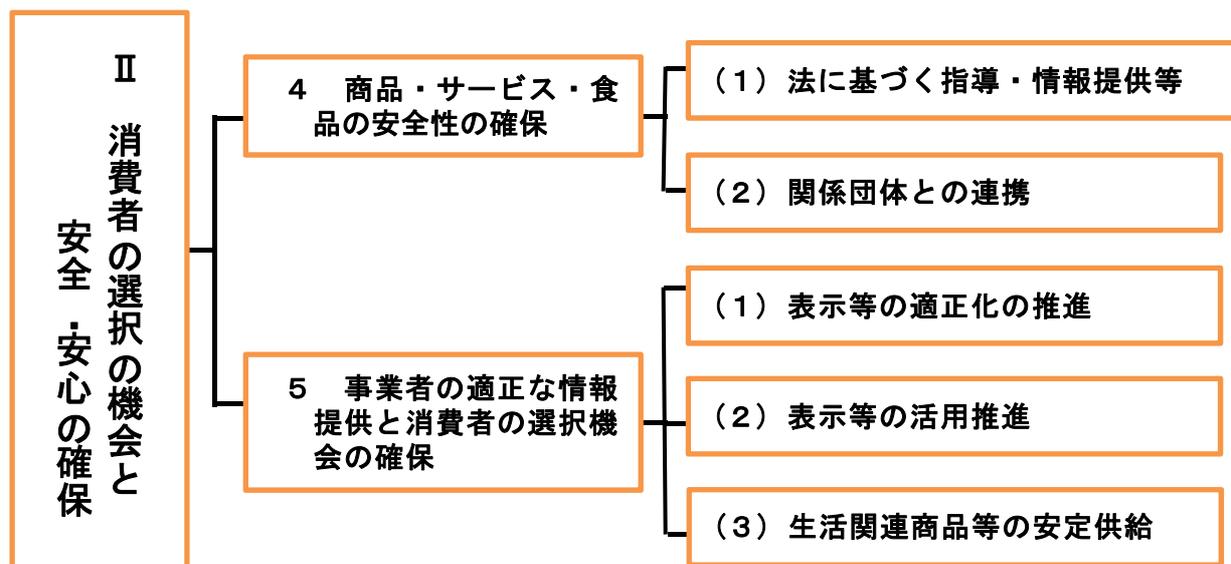
また、消費者事故や消費者被害が発生した場合には、迅速に情報が消費者に提供されることが重要です。

特に、食品に対する不適正な表示や産地偽装等は、食に関する消費者の不安を増大させるものであり、事業者は適正な情報を提供する必要があります。

こうしたことから、各種法令に基づく事業者指導や消費者事故の情報提供等により、消費者が安心して商品・サービス・食品の提供を受け、適正に選べる環境の確保に取り組みます。

【施策目標】

【今後の取組】



施策目標 : 4 商品・サービス・食品の安全性の確保

めざす姿

- ◆ 商品・サービス・食品の安全性が確保され、消費者が安心して選択できる機会が提供されています。
- ◆ 消費者事故等の情報が、確実に消費者に情報提供されています。
- ◆ 様々な分野における事業者の商品・サービスの安全性の確保に対する取組が進んでいます。

現状と課題

- 各種法令に基づく立入検査等を行い、製品の安全確保と消費者事故の発生の防止を図っています。
- 消費者被害につながる事故等が発生した時は、消費者庁や市町等に情報提供しています。
- 事業者団体との情報交換等を通じて、消費者からの苦情相談内容を情報提供し、安全性の向上に向けた働きかけを行っています。
- 国や企業等からの製品事故情報や食の安全に関する情報を、県民に情報提供していますが、県 HP によるものが主であり、また情報量が多いために、どれが重要な情報か県民に分かりやすいものになっていません。
- 情報交換等を行っている事業者や事業者団体は固定化しており、チャンネルの拡大等が求められています。

今後の取組

(1) 法に基づく指導・情報提供等

【取組の方向】

- 国や企業等からの製品事故等の情報について、重大な事案を抽出して、わかりやすく消費者に注意を呼びかけます。
- 商品・サービスの安全性を確保するため、各種法令に基づく立入検査等については、継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
消費者事故等の迅速な情報提供	<p>国等からの事故情報や食の安全に関する情報のうち、重大な事案は、SNS やメルマガ等で消費者に情報提供し、市町広報誌へ掲載依頼する。</p> <p>医療・介護・薬品や消防関係製品等、商品・サービスに係る消費者事故等が発生した場合には、消費者安全法に基づき迅速に消費者庁に通知するとともに、商品・サービスの安全については、それぞれの関係団体と連携して、効果的に情報を提供する。</p>
各種法令に基づく指導	<p>消費生活用製品安全法や家庭用品品質表示法、液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律等で指定されている製品について、法に基づく立入検査等を実施する。☆</p> <p>貸金業法や宅地建物取引業法、建設業法等に基づき、事業者への立入検査等を実施する。☆</p>
住宅に関する制度等の普及啓発	住宅性能表示制度宅といった、住宅購入にあたり有益な制度等について普及啓発を図る。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

参考指標

項目	現状（H30年度）
製品事故情報の発信回数（県HP除く）	23回

(2) 関係団体との連携

【取組の方向】

- 商品・サービスの安全性確保に向けた取組を行う事業者団体の数を拡大していきます。
- 食の安全に関する消費者問題に対し、庁内関係部局が一体的に対応します。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
事業者団体との協議や情報交換の場の設置	消費者苦情情報などをもとに、事業者団体等に対し、新たな協議や情報交換の場の設定を働きかける。
食の安全に関わる庁内関係部局との連携	食の安全にかかる消費者問題等について、広島県食品安全推進協議会において、庁内関係部局が連携し対応する。

参考指標

項目	現状（H30年度）
事業者団体との情報交換回数	18回

施策目標：5 事業者の適正な情報提供と消費者の選択機会の確保

めざす姿

- ◆ 事業者は、消費者が商品やサービスの選択を正しく行うために必要な情報を提供しています。
- ◆ 消費者が商品やサービスを選択できるようになるために必要な情報が提供され、選択できる機会が確保されています。

現状と課題

- 県内の相談窓口には、景品表示法等の表示のルールや、根拠についての認識が不十分なまま表示を行っている事業者に関する苦情が寄せられています。こうした事業者に対しては、適切な事業活動を行うよう指導を行うとともに、事業者からの相談に対応しています。
- こうした取組にも関わらず、法令違反のおそれのある表示は依然として発生し、法で定められた管理上の措置を行っていない事業者も存在しています。
- 平成 27（2015）年度に施行された食品表示法により、表示のルールが大きく変わりました。事業者による適切な情報提供が求められるとともに、表示を読み解く消費者にも、制度や情報の理解が求められています。
- しかし、これまでの取組は事業者に対するものがほとんどであり、消費者自らが表示を理解し、安心して商品・サービス等を選択するための情報提供等は不十分です。

今後の取組

(1) 表示等の適正化の推進

【取組の方向】

- 不適切な表示等を行う事業者に対しては、速やかに指導・処分します。
- 事業者に対して、表示・広告の適正表示や制度の普及啓発を行います。
- 消費者が商品・サービスの選択を正しく行えるよう、計量法の適正な実施については、継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
景品表示法に基づく事業者指導の実施	事業者指導専門員を配置し、不適正な表示を行う事業者に対して、行政指導や行政処分を行うとともに、法令違反のおそれがある事業者に助言を行う。 景品表示法の適正な運用を図るため、事業者が自主的に設けている事業者団体である公正取引協議会の取組を支援する。
計量法に基づく検査等	計量法の適正な実施のため、検定・検査、計量証明検査、立入検査等を行う。☆
表示、計量、広告に関する適正表示の普及啓発	事業者に対して、セミナーや研修会などにより、適正表示の普及啓発を行う。
食品表示に関する県庁内の体制の連携強化	食品表示に関しては、広島県食品表示対策連絡会において、県庁内の関係部局が連携して、指導や啓発など食の安全に関する消費者問題に対応する。

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

参考指標

項目	現状 (H30 年度)
景品表示法に基づく事業者指導件数	10件
景品表示法に係る事業者からの相談件数	70件

(2) 表示等の活用推進

【取組の方向】

- 消費者の表示についての理解が進むよう、消費者団体、消費者に対する普及啓発を行います。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
消費者に対する表示や制度についての周知	広島県食品表示対策連絡会において、庁内関係部局が連携し、消費者に対して、注意すべき表示や制度の趣旨などの普及啓発を行う。
食品表示ウォッチングカード事業の実施	消費者団体の会員が、店頭において食品表示の覆面点検を行うウォッチングカードの回収を通じて、消費者の食品表示への理解に繋げる。

参考指標

項目	現状 (H30 年度)
食品表示ウォッチングカードの回収枚数	1,287 枚

(3) 生活関連商品等の安定供給

【取組の方向】

- 生活関連商品等の物価等の動向を把握し、情報提供することについて継続的に取り組みます。また、緊急時には、生活関連商品等を安定確保することについて継続して取り組むとともに、消費生活に関する誤った情報により消費者が混乱しないよう県民に正確な情報を伝えます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
物価等の動向の把握・情報提供	生活関連商品等の物価等の動向を継続的に把握し、定期的に情報を提供する。☆
緊急時の生活関連商品等の安定確保及び情報提供	生活関連商品等の価格等に重大な影響がある場合には、物資の指定・調査等を実施する。☆
	緊急時に誤った情報により消費者が混乱しないよう、情報提供マニュアル等を作成し正確な情報を伝える。
	災害時には、県と関係団体等が締結している物資の調達等に関する基本協定に基づき、生活関連商品等の安定確保を図る。☆

基本的方向：Ⅲ 消費者教育の推進

消費者、事業者等あらゆる立場の県民が、安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けて、「自ら考え自ら行動する」自立した消費者となり、経済活動の中で大きな役割を担う消費者として基礎的な知識を身に付け、主体的で質の高い判断力や意思決定を行い得る能力を育てていくことが求められています。

その実現のために、学校、地域、家庭・職場等様々な場において、消費者教育が4つの領域において育むべき力を県民が身に付けられるよう総合的・一体的に推進します。

4つの領域において育むべき力

▶ 消費者市民社会の構築に関する領域

- ～自らの消費が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、他者に影響を及ぼし得るものであることを理解し、適切な商品やサービスを選択できる力
- ～持続可能な社会の必要性に気づき、その実現に向けて多くの人々と協力して取り組むことができる力
- ～消費者が、個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、主体的に社会参画することの重要性を理解し、他者と協働して消費生活に関連する諸課題の解決のために行動できる力

▶ 商品等やサービスの安全に関する領域

- ～商品等やサービスの情報収集に努め、内在する危険を予見し、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力
- ～商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者に対して補償や改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

▶ 生活の管理と契約に関する領域

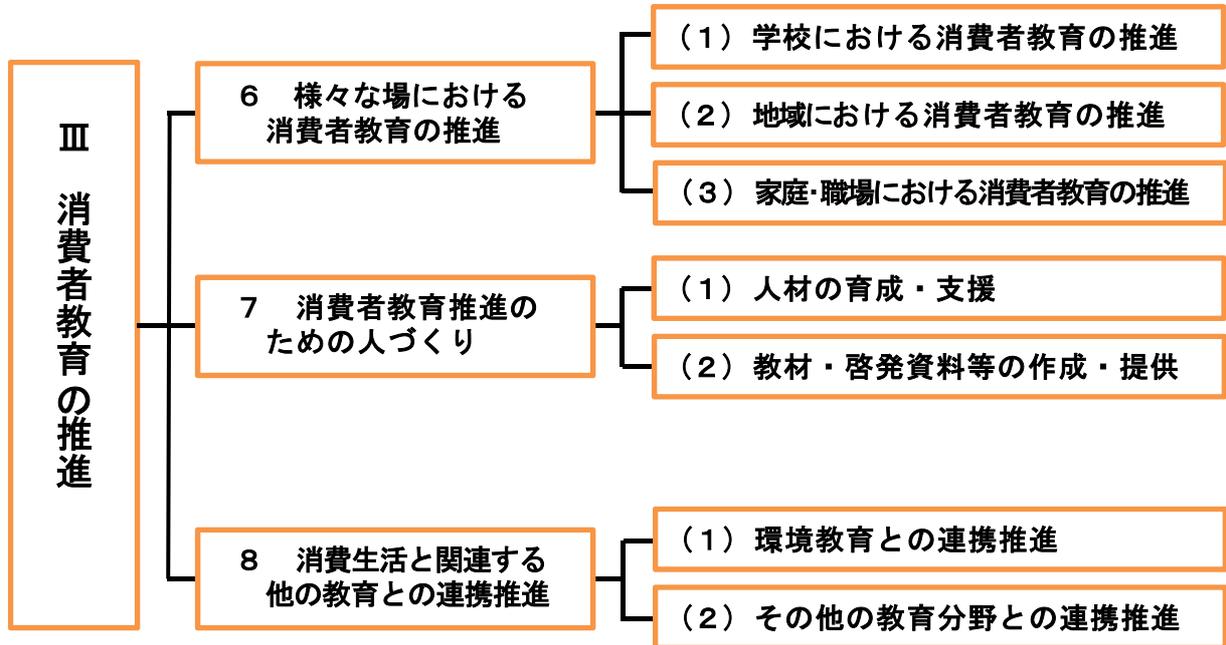
- ～適切な情報収集と選択による、将来を見通した意思決定に基づき、自らの生活の管理と健全な家計運営をすることができる力
- ～契約締結による権利や義務を明確に理解でき、違法・不公正な取引や勧誘に気づき、トラブルの回避や事業者等に対して補償、改善、再発防止を求めて適切な行動をとることができる力

▶ 情報とメディアに関する領域

- ～高度情報化社会における情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・発信により消費生活の向上に役立てることができる力
- ～情報、メディアを批判的に吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報管理や知的財産保護等、様々な情報を読み解く力を身に付け、活用できる力

【施策目標】

【今後の取組】



施策目標 : 6 様々な場における消費者教育の推進

めざす姿

- ◆ 児童生徒、学生が、消費生活に関する基礎的な知識や判断力を身に付け、将来自立的かつ合理的に社会の一員として行動する「自立した消費者」を育成することを目標とした教育が行われています。
- ◆ 県民が、日常生活の中で、消費者被害を認識して危害を回避し、被害に遭った場合に適切に対処するため、様々な場において、消費者として身に付けておくべき消費生活に関する基礎的な情報や教育を受ける機会が提供されています。

現状と課題

【全体】

- 消費者教育・啓発の受講経験があると認識している人の割合は低い状況にあります。その受講機会は、全体では学校の授業が最も多く、次いで職場での講演会等となっていますが、年代によりこの割合には大きな差があります。
- 民法の改正により成年年齢が引き下げられることを踏まえ、若年者の消費者被害防止、救済のために高等学校や大学等での啓発や情報提供を充実させていくことが重要です。
- 社会の変化やその時々の消費者問題の傾向をいち早く把握し、様々な場で適切に情報提供していくことは、効果的な消費者被害の防止の観点からも重要です。一方で、消費者も、商品・サービスに関する情報を正しく理解し、適切に利用することが求められています。
- 消費者問題の中には、マルチ商法にみられるように、被害者が自ら加害者となる場合もあることから様々な観点からの教育が重要です。
- 情報化社会の進展に伴い電子商取引に関連する消費者トラブルが増加しており、情報提供サービスに関する相談は常に上位を占めていることから、情報収集・処理や情報モラル等情報に関する知識や理解を深めることが必要です。

【学校】

- 学校教育では幼児、児童及び生徒の「生きる力」を育むことを目指して、基礎的・基本的な知識・技能を習得させるとともに、これらを活用して課題

を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等を育み、主体的に学習に取り組む態度を養うことが重要であるとされています。

平成29(2017)年から平成31年(2019)年にかけて順次改訂された小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領では、消費者教育に関する内容の充実を図ることとされています。

また、成年年齢の引き下げにより、成年と未成年が混在することとなる高等学校及び、視覚障害者、聴覚障害者、肢体不自由者又は病弱者である生徒に対する教育を行う特別支援学校高等部では、公民科と家庭科において、消費生活に関する内容を第2学年までに指導します。

さらに、知的障害者である生徒に対する教育を行う特別支援学校高等部では、家庭科等において、取り扱う学年や、具体的な指導内容を適切に定め、消費者教育に関する内容について計画的に指導します。

- 国は、実践的な能力を身に付ける消費者教育教材を活用した授業の実施を推進するとし、実施に当たっては、消費者庁で平成28(2016)年度に作成した高校生向け消費者教育教材「社会への扉」を全国の学校に提供し、活用を促すとしています。
- 大学・専門学校等の学生は成年年齢が引き下げられることにより、そのほとんどが成人となり、親権者等による契約の取消権がなくなります。また、入学を機に、親元を離れて自立した生活をしたり、契約の主体になるなど、生活面での環境が大きく変化し、社会との関連が深まり経済活動の範囲が広がる時期でもありますが、その一方で、社会経験が少ないことから、様々なトラブルに巻き込まれる可能性も大きくなります。
- このため、今後は、これまで実施してきたインターネット通販やキャッチセールスなどのトラブル事例の紹介とクーリング・オフ制度などの対処法についての啓発等に加え、高等学校段階までの教育等で身に付けた知識を踏まえ、消費者として必要となる基礎的な知識や判断力の定着を進めることが重要です。
- これにより、被害に遭わないだけでなく、マルチ商法に見られるような、被害者が自ら加害者になる場合もあることに気付くなど、消費者として責任をもって行動できるようになるための取組が必要です。

【地域】

- 地域で開催される啓発講座の多くは、主催者の求めに応じて県・市町が講師を派遣しており、内容も消費者トラブルの回避や対処に係る事例解説を中心に行ってきました。
- しかしながら、高度情報化の進展を背景として、電子商取引の市場規模が拡大するとともに、個人間取引、キャッシュレス決済の普及など、取引形態

や決済手段が多様化・複雑化していることから、これまでの消費トラブルの回避につながる啓発講座等に加え、近年の社会経済活動の中で自立した消費者になるために身に付けておくべき基礎的な知識等に視点を置いた消費者教育を展開していくことが必要です。

- また、高齢者等からの相談が増加傾向にあることから、高齢者本人に対する啓発に加えて、家族や民生委員、介護支援専門員（ケアマネージャー）等の日頃から高齢者等と身近に接する人が、消費生活に関する知識を深めておくことも大切です。

【家庭・職場】

- 家庭教育は全ての教育の出発点であることから、保護者等が子供に金銭や物を大切に扱う意識を身に付けさせていくことや、スマートフォンやインターネット等の情報機器の使い方について家族で考え、家庭のルールづくりを行うことも重要です。
- 社会に出てからは、消費生活に関する学びの場が少ない現状にあることから、契約のルールや生活設計・管理等、生活する上での基礎知識等の習得について、職場での研修を活用するなどして、事業者が消費者教育を行う場を提供することが期待されています。

今後の取組

（１） 学校における消費者教育の推進

● 小・中・高等学校等

【取組の方向】

- 学習指導要領に基づき、自立した消費者として必要な、商品・サービスの情報を正しく理解できる力など消費生活に関する基礎的な知識や判断力等を身に付けさせる教育活動を継続して推進します。
- 教材や出前講座等の情報提供を行い、学校における実践的な消費者教育を継続して支援します。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
学習指導要領に基づいた消費者教育の充実	学習指導要領に基づき、学校での授業において、消費者教育を充実する。☆
	消費者教育に関する教材開発や、授業方法の工夫を図るなどの授業づくりを推進する。☆
国の関係省庁等が作成した副読本や教材等の学校における活用	各学校へ教材等についての情報の周知を図るとともに、研修会や学校訪問指導等において、関係機関の優れた指導事例を紹介するなど、教材等の活用について指導・助言する。☆
消費者教育情報の学校における活用の促進	消費者教育に関する教材等についての情報や、県・市町、関係団体が実施している出前講座の情報を集約して学校に対して提供する。特に、消費者庁が全ての高等学校において活用することを目標としている消費者教育教材「社会への扉」について、補助教材や授業実践例を収集し提供する。
消費生活に関する啓発資料等の児童・生徒への提供	自立した消費者の育成に役立つ啓発資料等を学校に配布し、児童・生徒に提供する。☆
被害防止に向けた様々な広報活動の推進	小・中・高等学校等を対象とした、サイバー犯罪被害防止教室を開催する。☆
	県警のHPやメールマガジン等をはじめとするあらゆる広報媒体を活用した広報啓発を推進する。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

● 大学・専門学校等

【取組の方向】

- 大学・専門学校等に消費者教育の実施を働きかけて、出前講座を開催することについて継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
大学・専門学校等における消費者教育の促進	入学直後のガイダンスや社会に巣立つ前の就職セミナー等の機会を通じ、学生が契約に伴う権利や義務を理解し、商品やサービスについての情報提供と選択、違法・不当な取引や勧誘に気付くことができるよう、啓発資料を提供するとともに、出前講座等を開催する。
消費生活に関する啓発資料等の大学生等への提供	<p>県・市町、関係団体が実施する出前講座等の情報を集約して県 HP で提供するとともに、文書等により周知する。</p> <p>若者の利用が多いインターネット（HP や SNS）等を活用し、消費者被害防止情報を提供する。</p>
学生等に対する防犯情報の提供	<p>必要な知識を浸透させ、消費者自身の防犯意識を高めるため、大学講義や犯罪被害防止教室等の機会を利用して被害防止対策の指導を行う。☆</p> <p>県内全大学と構築している「ひろしま安全・安心学生ネットワーク」を活用し、学生等に対して防犯情報を発信し、周知を図る。☆</p>
被害防止に向けた様々な広報活動の推進	<p>大学・専門学校等を対象としたサイバー犯罪被害防止教室を開催する。☆</p> <p>県警の HP やメールマガジン等をはじめとするあらゆる広報媒体を活用した広報啓発を推進する。☆</p>

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

(2) 地域における消費者教育の推進

【取組の方向】

- 地域における啓発講座においては、消費生活に関する多様な学びの機会を提供します。
- 様々な広報媒体を活用し、若者や高齢者、講座等への参加が難しい人に対して、消費者被害の防止のための情報を提供します。
- 被害防止などの情報提供、講座、防犯教室及び消費者月間の推進などについては、消費者トラブルを回避・対処し、自立した消費者として基礎的な知識等を身に付けるため、継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
啓発講座の開催促進	<p>地域における啓発講座においては、トラブル回避・対処という県民ニーズに対応しつつ、新たに消費者教育の4つの重点領域毎に提供可能な講座メニューを提示し、受講ニーズを喚起する。</p> <p>※消費者教育の4つの重点領域 (国の消費者教育の体系イメージマップより) ①消費者市民社会の構築 ②商品等の安全 ③生活の管理と契約 ④情報とメディア</p> <p>啓発に活用できる被害事例等をメールマガジン「くらしのフレッシュ便」等により市町に提供する。</p>
若者の消費者被害防止の推進	<p>若者の被害を防止するため、消費者啓発情報サイトや SNS 等により被害防止に関する情報を提供する。</p>
地域における安全・安心な暮らしの確保のための情報提供	<p>悪質商法による高齢者の被害を防止するため、高齢者との接点が多い、地域包括ケア推進センター、民生委員、介護支援専門員、老人クラブ等を通して被害防止に関する情報を提供する。☆</p> <p>「ひろしま住まいづくり支援ネットワーク」において、県民への住まいに関する情報提供を行う。☆</p> <p>地域における防犯意識を高めるため、地域安全推進指導員、防犯ボランティア等に対して、犯罪情報官速報を提供する。☆</p>

消費者被害の未然防止・拡大防止に向けた各種広報の実施	ラジオや新聞等の広報媒体等を活用し、講座等への参加が難しい人にも消費者被害の未然防止・拡大防止のための情報が伝わるよう、県民への啓発を実施する。
関係団体と連携した「消費者のつどい」の開催	広島県消費者団体連絡協議会や広島県金融広報委員会と連携し、消費者を対象に「消費者のつどい」等消費者問題の理解を深めるため講演を開催する。☆
インターネット利用環境整備のための講演会の開催	青少年が安心・安全に携帯電話等を利用できる環境を整備するため、保護者や青少年育成指導者等を対象に講演会を開催する。☆
地域における安全・安心な暮らしの確保のための講座等の開催	「ひろしま住まいづくり支援ネットワーク」において、消費者が適切な住宅リフォームを実施できるよう講習会を開催する。☆
	地域安全推進指導員等を対象とした防犯対策のノウハウ向上のためのブラッシュアップ研修会や特殊詐欺や悪質商法等の被害防止のための防犯教室を開催する。☆
被害防止に向けた様々な広報活動の推進	市町と連携したサイバー犯罪被害防止教室を開催する。☆
	県警のHPやメールマガジン等をはじめとするあらゆる広報媒体を活用した広報啓発を推進する。☆
各市町等への消費者教育に関する情報提供	国や関係団体が発信する消費者教育に関する様々な情報を市町や各PTA 联合会等に対して、速やかに提供する。☆
消費者月間の推進	広く県民に消費者問題に関心を持ってもらうよう、消費者月間に合わせ、消費生活に関する資料等の配布や資料展示等様々な啓発を実施する。☆
	市町が実施する消費者月間の取組に対して、県として協力する。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

(3) 家庭・職場における消費者教育の推進

● 家庭

【取組の方向】

- 保護者等の身近な場において消費生活に関する学習の機会を提供するとともに、子供の安全に関する消費生活情報を提供します。
- 幼稚園・保育所等への情報提供及びサイバー犯罪被害防止教室などの広報活動については、消費者トラブルを回避・対処し、自立した消費者として基礎的な知識等を身に付けるため、継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
親子で学べる講座等の開催	公民館などの社会教育施設やPTA活動、子育てサークルなどの場を活用して、親子向けの講座等の学習機会を提供する。
幼稚園・保育所等に対する情報提供	幼児がごっこ遊びで自分とは異なる立場を経験するなど、遊びを通じて約束ごとやルールの大切さなどを理解できる教材等の情報を幼稚園・保育所等に対して提供する。☆
被害防止に向けた様々な広報活動の推進	幅広い世代を対象としたサイバー犯罪被害防止教室を開催する。☆
	県警のHPやメールマガジン等をはじめとするあらゆる広報媒体を活用した広報啓発を推進する。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

● 職場

【取組の方向】

- 職場における消費者教育を実施する事業者・事業者団体に対して、講師派遣により研修会の開催を支援します。
- 被害防止の広報活動や防犯情報の提供については、消費者トラブルを回避・対処し、自立した消費者として基礎的な知識等を身に付けるため、継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
事業者に対する研修会等の開催支援	商工会議所や商工会等を通じて、事業者に対し消費者啓発講座の講師派遣制度を周知するとともに、希望する事業者に対し講師を派遣する。
被害防止に向けた様々な広報活動の推進	事業者を対象としたサイバー犯罪被害防止教室を開催する。☆
	県警のHPやメールマガジン等をはじめとするあらゆる広報媒体を活用した広報啓発を推進する。☆
職場安全推進連絡員や職場防犯リーダー等に対する防犯情報の提供	職場における防犯意識を高めるため、職場安全推進指導員、職場防犯リーダーに対して、犯罪情報官速報を提供する。☆
	職場安全推進指導員等を対象として、防犯対策のノウハウ向上のためのブラッシュアップ研修会を開催する。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

成果指標

項目	現状 (H30 年度)	目標 (R6 年度)
地域において啓発講座を開催する市町数及び開催回数	県・22市町 350回	県・全市町 430回

施策目標 : 7 消費者教育推進のための人づくり

めざす姿

- ◆ 様々な場において、受講者の属性やテーマに応じた消費者教育を行うための担い手が確保されるとともに、その技術向上のための研修が充実しています。
- ◆ 様々な場やライフステージに応じた消費者教育に必要な教材や啓発資料等が提供されています。

現状と課題

- 県民だれもが、生涯を通じて様々な場で消費者の自立に向けた、消費生活に関する体系的な学びの機会が提供されるためには、それぞれのニーズに対応することができる担い手や、知識・認識を深めるための教材・啓発資料等が必要です。
- しかし、啓発講座の講師は多くは消費生活相談員が務めており、トラブル事例の紹介や対処法を中心に講座を実施している状況です。
- 今後は、トラブル事例の紹介や対処法に加え、持続可能な消費や消費者市民社会の形成に役立つ分野を専門とする講師の充実が求められます。

今後の取組

(1) 人材の育成・支援

【取組の方向】

- 消費者教育の推進役となる教員を対象に、指導力向上に役立つ研修を実施します。
- 啓発講座を担う講師の掘り起こしを行うとともに、講師に対しては、消費者の自主的行動を促すような新たな分野の内容や、講座の組立など教える技術に着目した研修を実施します。
- 電子商取引や食育、環境などの知識経験を有する人材を登用し、専門的な消費者教育にも対応することで、自立した消費者を育成するための体制を整えます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
教員を対象とした消費者教育指導者研修会の開催	中学校、高等学校及び特別支援学校の教員を対象に、実践的な消費者教育のための講義や演習を行う研修会を開催する。
消費者啓発講座等の講師の能力向上のための研修の実施	消費者啓発講座の講師等を対象に、「消費者教育の体系イメージマップ」(消費者庁)の4つの重点領域をテーマとした研修や、わかりやすく受講者に伝える技術に着目した研修の実施により、体系的な消費者教育が実施できる講師を育成する。
電子商取引等の知識経験を有する人材の登用と、専門的な講座の開催	電子商取引や食育・環境等の講師経験者や学識経験者を新たに消費者啓発講座の講師に登用し、講師として派遣する。

(2) 教材・啓発資料等の作成・提供

【取組の方向】

- 教材・啓発資料等の作成・配布を行うとともに、研修会等の場を利用して、教材・啓発資料等の活用方法の事例紹介を行います。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
教材・啓発資料等の作成及び提供	消費者庁が全ての高等学校において活用することを目標としている消費者教育教材「社会への扉」の活用が進むよう、補助教材や授業実践例を収集・公開し、高等学校に提供する。 生涯を通じて様々な場で消費者の自立に向けた体系的な学びの機会を提供するため、「消費者教育の体系イメージマップ」(消費者庁)の4つの重点領域に対応した消費者啓発講座を活性化するための説明資料を作成・提供する。
消費者教育情報の提供	県・市町、関係団体が実施する出前講座等の情報を集約して県HPで提供する。
教材・啓発資料の貸出、情報の提供	消費者教育や啓発のために役立つ情報を県HPに掲載し、活用を希望する者に提供する。

成果指標

項目	現状(H30年度)	目標(R6年度)
消費生活相談員以外の講師登録者数	5人	21人以上

施策目標 : 8 消費生活と関連する他の教育との連携推進

めざす姿

- ◆ 消費者教育の要素が盛り込まれた環境教育や食育，法教育，金融経済教育等が行われています。

現状と課題

- 環境教育や食育等の目的，内容や対象範囲は，それぞれ異なりますが，エシカル消費[※]や食品ロスの削減など，消費者の自立を支援し，また，消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深める消費者教育と重なる部分も少なくありません。
※ エシカル消費：消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり，そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと。
- このため，関連する教育に関する施策と消費者教育の連携の方向性について，多様な主体が共通の認識に立ち，密接に連携・協働することが求められていますが，現在は，消費生活と関連する他の教育分野，関係団体等との連携が十分とは言えない状況となっています。

今後の取組

(1) 環境教育との連携推進

【取組の方向】

- 環境学習講師を消費者啓発講座講師として登用し、消費者教育に関する研修を実施します。
- 学校では学習指導要領に基づいた環境教育を実践します。
- 環境学習の講師派遣や「ひろしま環境の日」行動宣言への参加の促進などについては、環境教育を通じて消費者の自立を支援するため、継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
環境学習の講師に対する消費生活に関する研修の実施	環境学習の講師に対して、消費者教育に関する研修の機会を提供する。
環境学習講師の派遣	学校、企業、団体等からの要請を受け、テーマに沿った環境学習講師を派遣する。☆
「ひろしま環境の日」行動宣言への参加の促進	マイバッグ持参、エコ製品購入、地産地消等の活動に賛同し実践しようとする者を登録する。☆
学習指導要領に基づいた持続可能な社会の形成のための知識や制度等の普及啓発	指導主事による学校等への訪問指導を行うとともに、広島県教育資料に学校における環境教育の指導方針等の掲載や県教育委員会のホームページにより優れた学校の取組の広報啓発を行う。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

(2) その他の教育分野との連携推進

【取組の方向】

- 消費者教育に関連する教育分野の講師経験者等を消費者啓発講座講師として登用し、消費者教育に関する研修を実施します。
- 食育、法教育及び金融経済教育等の消費者教育については、関連する教育を通じて消費者の自立を支援するため、継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
食育、金融経済教育等の講師に対する消費生活に関する研修の実施	食育、金融経済教育等の講師経験者等に対して、消費者教育に関する研修の機会を提供する。
健康生活応援店の認証やひろしま食育・健康づくり実行委員会による食育に関する支援事業の実施	<p>県民が健全な食生活を実践できるよう、県HP等での健康生活応援店の情報提供等の拡充を図る。☆</p> <p>ひろしま食育・実行委員会による減塩や野菜摂取、朝食摂取など望ましい食習慣の定着の推進や生活習慣病の予防・改善につながる普及啓発活動を実施する。</p>
専門家と連携した法教育の推進	法教育の推進に向け、広島弁護士会や広島司法書士会等が行う出前講座、寸劇等の情報を集約し、情報提供する。☆
弁護士会との事例検討会の開催	相談員の情報や知識の充実を図るため、弁護士会と相談員等との事例検討会を開催する。☆
専門家と連携した金融経済教育の推進	<p>広島県金融広報委員会が実施する学校教育や一般消費者向けの講義・セミナー等との連携を図るとともに、消費者啓発講座等への講師派遣事業を連携して実施する。☆</p> <p>広島県金融広報委員会が実施する金融・金銭教育研究校制度への協力を行う。☆</p>

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

成果指標（再掲）

項目	現状(H30年度)	目標(R6年度)
消費生活相談員以外の講師登録者数	5人	21人以上

基本的方向：Ⅳ 県民意見の反映と多様な主体との連携・協働

県民の安心・安全な暮らしの確保に向けては、消費者、事業者等様々な視点に立った消費者施策の推進が求められています。

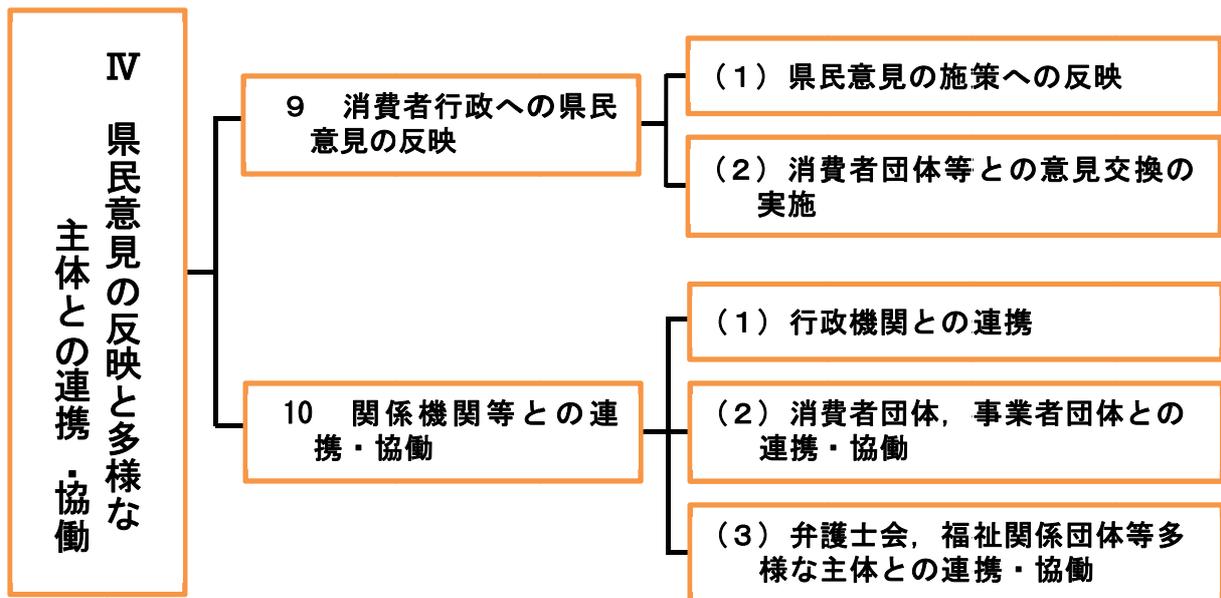
このため、より多くの県民や消費者団体等から意見を聴取し、消費者施策への反映を図ります。

また、県や市町の消費者行政担当部局のみならず、関係するその他の部局や消費者団体をはじめとする様々な機関・団体が連携・協働することにより施策推進の効果を高めます。

さらに、県民が消費者問題に関心を持ち、地域での様々な活動につなげることができるよう意識の醸成に努めます。

【施策目標】

【今後の取組】



施策目標 : 9 消費者行政への県民意見の反映

めざす姿

- ◆ 県民や消費者団体、関係機関等からの情報や意見交換等を通じて、意見を施策や取組に反映させています。

現状と課題

- 本県では、消費生活に関する重要事項を調査・審議するため、知事の附属機関として「広島県消費生活審議会」を設置しています。学識経験者、消費者代表、事業者代表等により構成される、この審議会を通じて、消費者行政に対する意見を聴取しています。
- また、消費者問題に携わる様々な団体との意見交換を通じて情報収集を行っています。
- このように、県民や消費者団体等からの意見を聴取する機会を継続的に設けていますが、施策への反映が不十分でした。今後は、より多くの県民の意見を把握し、消費者行政に反映させるため、県内で様々な活動を展開している消費者団体等との意見交換の場を設けるとともに、県民から寄せられた意見等を施策に反映させるよう検討する必要があります。

今後の取組

(1) 県民意見の施策への反映

【取組の方向】

- 広島県消費生活審議会を通じて、消費者施策に対する意見を聴取し、施策への反映を図ります。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
広島県消費生活審議会の活用	広島県消費生活審議会が出された意見について、立場の違う関係者や市町等の意見も踏まえながら、施策に反映していく。
県民意見の施策への反映	県民からの意見を、PDCA を回す上での一環として組み込み、取組の改善等に活用する。

(2) 消費者団体等との意見交換の実施

【取組の方向】

- 消費者問題に携わる様々な団体との意見交換を通じて情報収集を行い、消費者施策に県民意見を反映させるための場や手法の整備を進めます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
消費者団体等との意見交換の場の設置	消費者団体、NPO 法人、弁護士会等との意見交換の場を設け、立場の違う関係者や市町等の意見も踏まえながら、消費者施策に反映させる。

施策目標 : 10 関係機関等との連携・協働

めざす姿

- ◆ 消費者団体や関係機関・団体が連携・協働して、消費者被害防止に向けた取組や消費者の安全・安心の確保に向けた取組が行われています。

現状と課題

- 県内で起きている様々な消費者問題の解決に向けて、行政機関や消費者団体・弁護士会等の関係団体が取組を行っています。
- 平成 20（2008）年 1 月に内閣総理大臣から適格消費者団体として認定を受けた「NPO 法人消費者ネット広島」の取組を県民に周知し、消費者被害の未然防止・拡大防止のために大きな役割を果たすこの団体の活動を支援しました。
- 社会問題として深刻化した多重債務問題について、国の「多重債務問題改善プログラム」に基づき、平成 19（2007）年 7 月に「広島県多重債務者対策協議会」を設置し、関係機関との情報の共有を図り、無料相談会等を開催してきました。
- 上記のような取組を行っていますが、いずれも情報共有や連携・協働した取組が一部にとどっています。これらの取組をより効果的に行い、県内全域に広め、浸透させていくためには、関係する機関や団体が情報を共有するとともに、より連携・協働していくことが求められています。

今後の取組

(1) 行政機関との連携

【取組の方向】

- 庁内の関係部局，教育委員会や警察本部と連携して，消費者問題の解決に向けた取組を推進します。
- 国，他の都道府県との積極的な情報交換により，消費者被害の未然防止・拡大防止につなげます。
- 県が収集した情報は，迅速かつ適切に市町へ提供し，市町と連携して消費者被害の未然防止・拡大防止につなげます。
- 県庁内の協議会，国や中国5県及び市町との連携については，消費者問題を解決するため，継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
県庁内の協議会等との連携	「広島県建築安全安心マネジメント推進協議会」や「広島県『減らそう犯罪』連絡調整会議」等，県庁内に設置された協議会等と連携して，消費者問題への取組を促進する。☆
事業者指導のための広域的な連携	広域的な消費者問題に対応するため，国や中国5県で構成する「中国地方悪質事業者対策会議」の取組を強化する。☆
警察における即報体制の継続維持	製品事故・建築事故・食品関連事故等の発生情報を得たときは，消費者安全法に基づき，関係機関と緊密な連携が図れるよう配慮し，事案概要等を警察庁へ即報する。
消費者被害防止に向けた市町との連携	県が収集した消費者被害等の情報は，迅速かつ適切に市町へ提供する。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

(2) 消費者団体、事業者団体との連携・協働

【取組の方向】

- 地域に密着して消費者問題に関する啓発活動を行う消費者団体と連携・協働し、消費者施策を推進することにより、県民の消費者問題に関する意識を継続して醸成します。
- 様々な事業者団体と連携し、県民への適正な情報の提供、苦情処理体制の整備等により、消費者の安全・安心の確保に向けた取組を継続して促進します。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
消費者ネット広島との連携・支援	適格消費者団体「消費者ネット広島」と連携して消費者施策を推進する。☆
	消費者団体訴訟制度や集団的消費者被害救済制度の周知を図る。☆
様々な消費者団体との連携	消費者団体が取り組む消費者問題に関する啓発活動を支援する。☆
様々な事業者団体との連携	「不動産取引の適正化に関する連絡会」, 「ひろしま住まいづくり支援ネットワーク」等様々な事業者団体と消費者トラブルに関する情報を共有するとともに、トラブル事例の発信、紛争解決手法の協議などを行う。☆
ADR（裁判外紛争解決手続）との連携及びその活用	様々な ADR と連携し、事案解決に向けて ADR の適切な活用を促進する。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

(3) 弁護士会，福祉関係団体等多様な主体との連携・協働

【取組の方向】

- 専門的知識を必要とする消費者問題の解決に向けて，弁護士会や司法書士会等関係団体と連携・協働した取組を継続して行います。
- 福祉関係団体との連携・協働による個々の活動の中で消費者問題を解決するため継続して取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
様々な団体との連携・協働	弁護士会，司法書士会等の団体が行っている活動を支援する。☆
	「広島県多重債務者対策協議会」において，弁護士会，司法書士会等の関係機関が連携して，無料相談会等を実施する。 また，無料相談会において，相談者の精神面を支えるため，こころのケア相談を実施する。☆
福祉関係団体との連携・協働	広島県社会福祉協議会等の福祉関係団体が行っている取組やネットワークを活用して，消費者被害防止に向けた取組を実施するとともに，支援策を情報提供する。☆

☆ 第2次計画から継続して取り組む施策

重点的に取り組む項目

本計画においては、計画の基本理念「県民だれもが、自ら考え自ら行動できる自立した消費者となり、安全で安心して暮らすことができる、消費者被害のない広島県」の実現に向け、5年後の広島県の姿を提示しています。

この5年後の広島県の姿を実現するために、計画期間中に取り組む施策の中で、特に必要な取組を「重点的に取り組む項目」と位置付け、次の3つの項目について推進していきます。

5年後の広島県の姿

- ◆ 県民が、電話や面接だけでなく、メールなど自らに合った方法で相談できるとともに、自分自身で解決したいと考える場合に活用できる情報が提供されています。
- ◆ 外国人や高齢者など配慮を要する方について、本人とその周辺の人への相談窓口の周知や外国語に対応した窓口の整備が行われ、配慮を要する方に関する相談が増えています。
- ◆ 県民が消費生活を送る上で必要な判断力を身に付け、自主的に行動ができることを目的とした消費者教育を誰でも受けることができる体制が整っています。

重点的に取り組む項目

重点項目1

県・市町の消費生活相談窓口体制の見直し

重点項目2

外国人や高齢者等の配慮を必要とする人への支援の強化

重点項目3

自立した消費者となるための消費者教育の推進

基本的方向Ⅰ「消費者被害の防止と救済」の施策目標1「消費生活相談体制の充実」の中において、重点的に取り組んでいきます。

【目指す姿】

県民が、自分の都合の良い時に、どこに住んでいても相談できるメールによる相談方法が、入力項目の簡素化など受付フォームが改善されることで、より利用しやすくなっています。

また、これまで受け付けてきた電話や面接による相談についても、多様化・複雑化が見込まれる相談内容に対応できるよう、県が消費生活相談員の体系的な研修計画を作成し、個々の消費生活相談員の受講履歴を管理し、能力向上の取組が行われています。

あわせて、県民に身近な市町相談窓口が、県や近隣市町のバックアップにより、相談体制を維持できており、県民が自らに合った方法で、相談窓口や相談方法を選べる状況になっています。

同時に、県民が、自分自身で解決したいと考える場合には、活用できる情報が、FAQ（よくある相談）などの形で提供されています。

1 県生活センターの充実

➤ メール相談の利用促進を図ります

⇒ 時間に縛られずに相談できるメール相談を積極的に広報した上で、メール相談受付フォームの入力項目を最低限にしたり、項目を選択方式にしたりするなど使いやすくし、外国語でのメール相談にも対応できるようにすることにより、県民が、自らの都合の良いタイミングで相談しやすいようにします。

➤ 消費生活相談窓口としての質の向上を図ります

⇒ 体系的な研修計画を策定し、個々の相談員の受講履歴を管理した上で、各相談員に、消費者トラブルの種類別の法律知識や事例研究など業務に必要なスキルの習得を図ります。さらに、受講後にはチェックリストや確認テスト等による振り返りの機会を設けることで、相談員のスキルの定着を図ります。

⇒ ICTを活用した市町相談員を含めた定期的なミーティングなどで、あっせん不調となった原因の検証や、相談事例の処理方法を共有し、県民からの相談に対応します。

- 自己解決に役立つ情報を提供します
 - ⇒ 県民が、消費者トラブルに遭遇しても、消費生活相談窓口にご相談せずに、自らインターネット等で情報を得て解決を図りたい場合には、県 HP の FAQ（よくある相談）において、トラブルの種類などのキーワードから、クーリング・オフなどの救済制度や対応方法などを簡単に検索することができ、解決に役立てることができるようにします。

《成果指標》

成果指標	現状（H30 年度）	目標（R6 年度）
県生活センターにおける電話及び面接以外の相談件数の割合	1.9%	10.0%以上

2 市町相談体制の充実に向けた支援

- 市町の消費生活相談窓口の体制を維持します
 - ⇒ 県の呼びかけで県内の西部，東部，北部などの地域別の地元市町による意見交換会を定期的に行い，消費生活相談員の研修や人材確保など市町の相談体制を維持する上での問題点・課題を共有します。
 - ⇒ 県の調整により，消費生活相談員の共同雇用や人事交流による研修の実施などの市町間の連携を進めます。
- 市町の消費生活相談窓口を支援します
 - ⇒ ICT を活用した Web 会議システムにより県との共同対応や，弁護士等による専門家相談を行うとともに，県生活センターに設置しているヘルプデスクを通じて県の相談員による支援を行います。
 - ⇒ 専門家相談や県につなぐ判断基準などを定めた県・市町の相談対応連携マニュアルを作成し，専門家相談等を，さらに県民からの消費生活相談に役立てます。

《成果指標》

成果指標	現状（R 元年度）	目標（R6 年度）
R 元年度の消費生活相談窓口開設日数※が維持された市町数	※のとおり	全市町での消費生活相談窓口開設日数の維持

※ 県内市町の消費生活相談窓口の開設日数：R 元年度

開設日数	週6日	週5日	週4日	週2日	週1日	隔月1日
市町数	1市	9市6町	2市	2市	2町	1町

重点項目 2

外国人や高齢者等の配慮を必要とする人への支援の強化

基本的方向Ⅰ「消費者被害の防止と救済」の施策目標2「外国人・高齢者等への支援」の中において、重点的に取り組んでいきます。

【目指す姿】

外国人が消費者トラブルに遭った際、県内どこの消費生活相談窓口でも、市町や（公財）ひろしま国際センターの通訳を介し言葉のストレスなく専門の消費生活相談員からトラブル解決の支援を受けることができるとともに、トラブルが解決した相談事例を周知していくことで、外国人からの相談件数が増えています。

自然災害発生時には、災害に乗じた悪質商法等に対する注意情報がマニュアルに基づき発信される仕組みが整っており、被災者等の消費者被害の回避・対処に役立てられています。

高齢者やその見守り者などに対し消費者被害防止のための情報が提供され見守りが行われるとともに、高齢単身者等については、その家族にも消費者被害防止のための情報が提供され、被害の回避・対処に役立てられています。

1 外国人等への情報提供

- 外国人が相談しやすい環境を整備します
 - ⇒ 県内の消費生活相談窓口と（公財）ひろしま国際センター（以下「HIC」という。）との間で通訳を介し外国人が消費生活相談できるよう仕組みを構築することで、外国人は、県内どこの消費生活相談窓口でも外国語で消費生活相談を行いトラブル解決の支援を受けることができるようにします。これにより、外国人が県内の消費生活相談窓口において消費生活相談をする場合、対応言語の通訳が市町外国人生活相談窓口配置されている場合は通訳を介し、対応言語の通訳が市町外国人生活相談窓口配置されていない場合は、外国人、HIC及び市町消費相談窓口を結ぶ複数者通話機能により外国語で相談ができる状況になります。
 - ⇒ HICにおいて、外国人が消費生活相談を行う場合、HICの対応言語の通

訳を通じ県内の消費生活相談窓口の相談員からトラブル解決の支援を受けることができるようにします。

➤ 外国人への情報提供を行います

⇒ 県 WEB や外国人が利用する SNS を通じ、外国人に多言語で発信することで、消費生活相談窓口相談することが消費トラブルの回避・対処に役立つことを外国人が認識するようにします。

⇒ 外国人が消費者トラブルで困ったときに周囲の日本人を通じ消費生活相談窓口相談できるよう、その相談先となりうる監理団体、事業者、大学・日本語学校、市町外国人相談窓口及び HIC などに対し、外国語でも消費生活相談をすることができること及び外国語でメール相談できることなどをメールやチラシ等で提供するとともに、県 HP、SNS 及び市町広報紙等で県民にも周知します。

⇒ 今後、増加が見込まれる外国人の消費生活に関するトラブルやその対処の実態を把握するため、在留外国人、有識者、監理団体又は国際協力団体・機関などにヒアリングを実施し、その内容を分析し、消費者トラブル防止のための外国人への情報提供に反映するとともに、県が実施する消費生活相談員への研修等により、外国人への相談対応に生かします。

2 被災者等への注意喚起

➤ 自然災害時には、消費者被害の回避・対処のため注意喚起します

⇒ 広島県地域防災計画を踏まえ、自然災害後の生活再建時の注意喚起の発信基準並びに県 HP、SNS 及びチラシなどによる被災者等への周知方法を定めたマニュアルを整備することで、発信基準・方法等のバラつきが解消され被災者等に等しく周知される仕組みを整備します。

⇒ 県が整備したマニュアルを踏まえた研修等が全ての市町で行われ、災害発生時には、消費者被害の未然・拡大防止のため、定められた基準に従い、被災者等に市町 HP、SNS、チラシ及び市町広報誌などにより注意情報や消費生活相談窓口が周知され、被災者等の消費者被害の回避・対処に役立っています。

3 高齢者等への支援

➤ 家族への情報提供を行います

⇒ 消費トラブルの兆候を早期発見し対処するための方法並びに悪質商法の誘い文句や手口及びその対策についての情報をメール、啓発紙、県HP、県・市町広報誌等により、離れて暮らす家族に具体的に伝えることで、地域による見守りに加え、家族による高齢者の被害の未然防止と救済が行います。

➤ 機器による被害防止を周知します

⇒ 悪質な電話勧誘による高齢者の被害の未然防止を図るため、高齢者世帯を中心に、在宅中でも固定電話を留守番電話に設定することや、迷惑電話防止機能を有する機器を活用し、被害に遭わないようにする呼びかけを県HP、SNS 及びチラシ等で行い、悪質な電話勧誘による消費者被害の防止に役立てます。

➤ 高齢者本人・見守り者への啓発を行います

⇒ 高齢者の消費者被害防止のための啓発講座等においては、被害防止の情報を理解しやすいよう、寸劇・落語なども交え内容が分かりやすく伝えられるとともに、知識を習得するだけでなく日常の生活で実践できるようロールプレイングや体験型講座なども取り入れられ、高齢者が消費者トラブルを回避・対処できるようにします。

⇒ 高齢者本人だけでなく、民生・児童委員や介護事業者など見守りを行う立場にある方などに対して、啓発講座や被害防止のチェックリストの配布などを行い、高齢者等が消費者トラブルに遭っても見守り者などが早い段階で気づき、消費生活相談窓口等に相談できるよう情報提供を行います。

＜＜成果指標＞＞

成果指標	現状（H30 年度）	目標（R6 年度）
外国人等 ^{注1} からの県・市町の相談受付件数	9件	40 件以上

^{注1} 外国人の周囲の日本人（監理団体、事業者、大学・日本語学校、知人等）含む。

成果指標	現状(H30 年度)	目標（R6 年度）
高齢単身者等の家族への情報提供体制を整備した市町数	—	23 市町

《参考指標》

項目	現状（H30年度）
外国人等から県・市町が受付けた相談の解決件数 ^{注2}	3件 (9件)

※（）内は相談件数

^{注2} 斡旋・助言による解決数を合算。斡旋による解決については、消費生活相談記録記載要領に基づく解決要件（契約通り履行、全面解約・取消、返金、交換、代替品、修理・補修、損害賠償・治療費、解決・見舞金、一部解約・取消の何れかに該当すること。）に該当するもの。助言による解決については、相談者のトラブルが解消できていると相談記録から判断できるもの。

基本的方向Ⅲ「消費者教育の推進」の施策目標6「様々な場における消費者教育の推進」の中において、重点的に取り組んでいきます。

【目指す姿】

児童生徒、学生が、消費生活に関する基礎的な知識や判断力を身に付け、将来自主的かつ合理的に社会の一員として行動する「自立した消費者」を育成することを目標とした教育が行われています。

また、県民が、日常生活の中で、消費者被害を認識して危害を回避し、被害に遭った場合に適切に対処するため、様々な場において、消費者として身に付けておくべき消費生活に関する基礎的な情報や教育を受ける機会が提供されています。

1 学校における消費者教育の推進

➤ 小・中・高等学校等での消費者教育を推進します

⇒ 学校教育では幼児、児童及び生徒の「生きる力」を育むことを目指して、基礎的・基本的な知識・技能を習得させるとともに、これらを活用して課題を解決するために必要な思考力、判断力、表現力等を育み、主体的に学習に取り組む態度を養うことが重要であるとされています。

平成29(2017)年から平成31年(2019)年にかけて順次改訂された小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領では、消費者教育に関する内容の充実を図ることとされています。

また、成年年齢の引き下げにより、成年と未成年が混在することとなる高等学校及び、視覚障害者、聴覚障害者、肢体不自由者又は病弱者である生徒に対する教育を行う特別支援学校高等部では、公民科と家庭科において、消費生活に関する内容を第2学年までに指導します。

さらに、知的障害者である生徒に対する教育を行う特別支援学校高等部では、家庭科等において、取り扱う学年や、具体的な指導内容を適切に定め、消費者教育に関する内容について計画的に指導します。

➤ 大学・専門学校等での消費者教育を推進します

⇒ 高等学校段階までに身に着けた知識を踏まえて、消費者として必要な基礎的な知識や判断力の定着を進める内容も盛り込んでいきます。具体的には、新入生ガイダンスや就職セミナー等を通じ、学生が契約に伴う権利や責任を

理解し、商品やサービスについての情報収集と選択、違法・不当な取引や勧誘に気付くことができる能力を深めるような内容の啓発資料の提供や啓発講座への講師の派遣が行われることにより、被害に遭わないためだけでなく、マルチ商法にみられるように、被害者が自ら加害者となる場合もあることへの注意喚起なども含め、消費者としての責任を持って行動できるようになるための取組を進めます。

2 地域・家庭・職場における消費者教育の推進

➤ 地域での消費者教育を推進します

⇒ これまでの消費者トラブルの回避に役立つ啓発講座内容も継続しつつ、近年の社会経済活動の中で自立した消費者になるために身に付けておくべき基礎的な知識等に視点を置いた消費者教育を、県民誰もが受けることができる機会を様々な場所で提供します。

具体的には、これまでの自治会、老人クラブ等に加え、地域の人々の身近な学習や交流の場である公民館等の社会教育施設等の主催事業において、消費者教育の啓発講座や学習会の実施を働きかける上で、『『消費者教育の体系イメージマップ（消費者庁）』の4つの重点領域』*ごとに、具体的に提供できる講座をメニュー化して例示し、あわせて、標準的な講座で使用するパワーポイントの資料や県内の相談件数等の統計データを事前に作成し公開することにより、受講者の属性やニーズに合わせてカスタマイズした講座を実施し、啓発講座や学習会が活発に行われ、消費者教育を受ける機会を増やします。

※「消費者教育の体系イメージマップ」の4つの重点領域

重点領域	具体的なメニュー（例）
①消費者市民社会の構築	地産地消から考えるエシカル消費，食品ロスの削減
②商品等の安全	高齢者や子供のヒヤリハット
③生活の管理と契約	家計管理と資産形成，金融商品の基礎知識
④情報とメディア	親子で学ぶスマホ教室，電子決済サービスの基本と選び方

➤ 家庭での消費者教育を推進します

⇒ 保護者等が子供に金銭や物を大切に扱う意識を身に付けさせていくことや、スマートフォンやインターネット等の情報機器の使い方について家族で考え、家庭のルールづくりを行うことなど、PTA や子育てサークルなど保護者の身近な場において、消費生活に関する学習の機会が提供されるとともに、子供が巻き込まれやすい製品事故や食品等の安全に関する消費生活情報が提供します。

➤ 職場での消費者教育を推進します

⇒ 職場への講師派遣により、契約のルール等、職場における消費者教育に関する研修を実施する事業者・事業者団体に対する支援を充実します。

＜成果指標＞

成果指標	現状（H30）	目標（R6）
地域において啓発講座を開催する市町数及び開催回数	県・22市町 350回	県・全市町 430回

基本的方向Ⅲ「消費者教育の推進」の施策目標7「消費者教育推進のための人づくり」の中において、重点的に取り組んでいきます。

【目指す姿】

様々な場において、受講者の属性やテーマに応じた消費者教育を行うための担い手が確保されるとともに、その技術向上のための研修が充実しています。

また、様々な場やライフステージに応じた消費者教育に必要な教材や啓発資料等が提供されています。

1 消費者教育の推進のための人づくり

➤ 人材の育成・支援を推進します

⇒ 講師の掘り起こしを行うとともに、担い手を対象に行う「消費者教育の体系イメージマップ」（消費者庁）の4つの重点領域をテーマとした研修や、わかりやすく受講者に伝える技術に着目した研修の実施により、体系的な消費者教育が実施できる講師を育成します。

⇒ 電子商取引や食育・環境等の講師経験者等を新たに消費者啓発講座の講師に登用し、専門的な消費者教育にも対応することで、自立した消費者を育成するための体制が整備します。

➤ 教材・啓発資料等を作成・提供します

⇒ 消費者庁が全ての高等学校において活用することを目標としている消費者教育教材「社会への扉」の活用が進むよう、補助教材や授業実践例が収集・公開され、高等学校に提供します。

⇒ 生涯を通じて様々な場で消費者の自立に向けた体系的な学びの機会を提供するため、「消費者教育の体系イメージマップ」（消費者庁）の4つの重点領

域に対応した消費者啓発講座を活性化するための説明資料を作成し、提供します。

《成果指標》

成果指標	現状（H30）	目標（R6）
消費生活相談員以外の講師登録者数	5人	21人以上

第5章 計画の推進体制と進行管理

1 推進体制

本計画に掲げる施策について、県庁内の関係部局をはじめ、教育委員会、警察本部等とも連携を密にしながら着実に推進します。

また、広島県消費生活審議会や県民の意見を踏まえて、効果的な施策の推進に努めます。

2 進行管理

本計画の具体的施策については、毎年度実施状況を取りまとめるとともに、施策目標の達成状況を検証します。

検証の結果を広島県消費生活審議会に報告して評価を受け、県のホームページで公表します。

広島県消費者基本計画（第3次）の施策体系

基本理念

県民だれもが、自ら考え自ら行動できる自立した消費者となり、安全で安心して暮らすことができる、消費者被害のない広島県の実現

基本的方向・施策目標・今後の取組

	施策目標	今後の取組
基本的方向Ⅰ： 消費者被害の 防止と救済	1 消費生活相談体制の充実	(1) 県生活センターの充実 (2) 市町相談体制の充実に向けた支援
	2 外国人・高齢者等への支援	(1) 外国人等への情報提供 (2) 被災者等への注意喚起 (3) 高齢者等への支援
	3 事業者指導の強化	(1) 悪質事業者に対する指導・取締りの強化 (2) 事業者のコンプライアンス意識の向上促進
基本的方向Ⅱ： 消費者の選択 の機会と安全 ・安心の確保	4 商品・サービス・食品の安全性の確保	(1) 法に基づく指導・情報提供等 (2) 関係団体との連携
	5 事業者の適正な情報提供と消費者の 選択機会の確保	(1) 表示等の適正化の推進 (2) 表示等の活用推進 (3) 生活関連商品等の安定供給
基本的方向Ⅲ： 消費者教育の 推進	6 様々な場における消費者教育の推進	(1) 学校における消費者教育の推進 (2) 地域における消費者教育の推進 (3) 家庭・職場における消費者教育の推進
	7 消費者教育推進のための人づくり	(1) 人材の育成・支援 (2) 教材・啓発資料等の作成・提供
	8 消費生活と関連する他の教育との連 携推進	(1) 環境教育との連携推進 (2) その他の教育分野との連携推進
基本的方向Ⅳ： 県民意見の反 映と多様な主 体との連携・ 協働	9 消費者行政への県民意見の反映	(1) 県民意見の施策への反映 (2) 消費者団体等との意見交換の実施
	10 関係機関等との連携・協働	(1) 行政機関との連携 (2) 消費者団体、事業者団体との連携・協働 (3) 弁護士会、福祉関係団体等多様な主体との連携・協働

5年後の広島県の姿と重点的に取り組む項目

【県・市町の消費生活相談窓口体制の見直し】
◆ 県民が、電話や面接だけでなく、メールなど自らに合った方法で相談できるとともに、自分自身で解決したいと考える場合に活用できる情報が提供されています。

県生活センターにおける電話及び面接以外の相談件数の割合
【H30】 1.9% ⇒ 【目標】 10.0%以上

R元年度の消費生活相談窓口開設日数[※]が維持された市町数
【R元】※のとおり ⇒ 【目標】 全市町での消費生活相談
窓口開設日数の維持

※県内市町の消費生活相談窓口の開設日数

開設日数	週6日	週5日	週4日	週2日	週1日	隔月1日
市町数	1市	9市6町	2市	2市	2町	1町

【外国人や高齢者等の配慮を必要とする人への支援の強化】
◆ 外国人や高齢者等の配慮を要する方について、本人とその周辺の人への相談窓口の周知や外国語に対応した窓口の整備が行われ、配慮を要する方に関する相談が増えています。

外国人等からの県・市町の相談受付件数
【H30】 9件 ⇒ 【目標】 40件以上

高齢単身者等の家族への情報提供体制を整備した市町
【H30】 — ⇒ 【目標】 23市町

【自立した消費者となるための消費者教育の推進】
◆ 県民が消費生活を送る上で必要な判断力を身に付け、自主的に行動ができることを目的とした消費者教育を誰もが受けることができる体制が整っています。

地域において啓発講座を開催する市町数及び開催回数
【H30】 県・22市町 【目標】 県・全市町
350回 ⇒ 430回

消費生活相談員以外の講師登録者数
【H30】 5人 ⇒ 【目標】 21人以上

参考資料

広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例

消費者行政をめぐる国と県の動き（年表）

策定経緯

広島県民の消費生活の安定と向上を 促進する条例

(昭和51年3月29日条例第1号)

- 第1章 総則 (第1条—第6条)
- 第2章 広島県消費生活審議会及び広島県消費者苦情処理委員会の設置 (第7条—第16条)
- 第3章 消費者の権利の擁護及び増進に関する施策 (第17条—第24条の5)
- 第4章 苦情の処理及び訴訟の援助に関する施策 (第25条—第29条)
- 第5章 生活関連物資に関する施策 (第30条—第32条)
- 第6章 削除
- 第7章 雑則 (第35条—第40条)
- 附則

第1章 総則

(目的)

第1条 この条例は、法令に特別の定めがあるもののほか、県民の消費生活に関し、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を踏まえつつ、消費者の利益の擁護及び増進に関する施策の推進に関し、基本理念を定め、県及び事業者の果たすべき責務並びに事業者団体、消費者及び消費者団体の果たすべき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施策その他必要な施策を定めることにより、県民の消費生活の安定及び向上を促進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の推進は、県民の消費生活における基本的需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、次に掲げる消費者の権利が尊重されるようにするとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、消費者が自らの利益の擁護及び増進のために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。

- 一 商品又は役務により、生命、身体又は財産が侵されない権利
- 二 商品又は役務について、不当な取引条件を強制されず、不当な取引行為を行わせない権利
- 三 商品又は役務を適切に選択し、適正に使用又は利用をするため適正な表示を行わせる権利
- 四 消費生活を営むために必要な情報が速やかに提供される権利
- 五 消費生活に関する学習の機会が提供される権利
- 六 消費者の意見が県の施策及び事業者の事業活動に適切に反映される権利
- 七 商品若しくは役務又はこれらの取引行為により不当に受けた被害から速やかに救済される権利

(県の責務)

第3条 県は、前条に規定する基本理念にのっとり、県民の消費生活の安定及び向上を促進するための施策を総合的に策定し、及びこれを実施するものとする。

(事業者の責務)

第4条 事業者は、第2条に規定する基本理念を踏まえ、

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。

- 一 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。
- 二 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。
- 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- 四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速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。
- 五 県が実施する消費生活に関する施策に協力すること。

2 事業者は、消費者に供給する商品及び役務について、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4条の2 事業者団体は、事業者の自主的な取組みを尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じる苦情の処理の体制の整備、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5条 消費者は、自ら消費生活に必要な知識を修得し、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5条の2 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。

(市町との連携)

第5条の3 県は、この条例に定める施策の実施について、市町の協力を求めるものとする。

2 県は、市町が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策について、必要な情報の提供及び技術的支援その他の協力を行うものとする。

(啓発活動及び消費者教育の推進)

第6条 県は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する情報提供及び知識の普及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よう必要な施策を講ずるものとする。

(消費生活相談等)

第6条の二 消費者安全法(平成二十一年法律第五十号)第十条第一項の機関は、環境県民局に置かれる同法第八条第一項各号に掲げる事務及びこの条例に基づき知事が行う事務を分掌する内部組織(以下「消費生活担当課」という。)とする。

2 消費生活担当課に、前項に規定する事務を掌理する長及び必要な職員を置く。

3 消費生活担当課の名称及び住所並びに消費者安全法第十条の三第二項に規定する消費生活相談の事務を行う日及び時間は、広島県報で公示するものとする。公示した事項を変更しようとするときも同様とする。

4 知事は、消費者安全法第八条第一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の適切な管理のために必要な措置を講じるものとする。

第2章 広島県消費生活審議会及び広島県消費者苦情処理委員会の設置

(広島県消費生活審議会の設置)

第7条 知事の諮問に応じ、県民の消費生活に関する重要事項を調査審議するため、知事の附属機関として広島県消費生活審議会(以下「審議会」という。)を設置する。
(審議会の組織)

第8条 審議会は、委員20人以内で組織する。

2 審議会の委員は、次に掲げる者のうちから知事が任命する。

- 一 消費者を代表する者
- 二 事業者を代表する者
- 三 市町を代表する者
- 四 学識経験を有する者

(審議会の委員の任期等)

第9条 審議会の委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

2 審議会の委員は、再任されることができる。

(審議会の会長)

第10条 審議会に会長を置き、委員の互選によつてこれを定める。

2 会長は、会務を総理する。

3 会長に事故があるときは、会長があらかじめ指名する委員が、その職務を代理する。

(部会)

第11条 審議会に、部会を置くことができる。

2 部会に部会長を置き、会長の指名する委員がこれに当たる。

3 部会に属すべき委員は、会長が指名する。

(審議会の庶務)

第12条 審議会の庶務は、環境県民局において処理する。

(広島県消費者苦情処理委員会の設置)

第13条 事業者が消費者に供給する商品又は役務に関し消費者から生じた苦情(以下「消費者苦情」という。)を解決するための調停を行うほか、消費者が事業者を相手に提起する訴訟の援助に関する事項を調査審議するため、知事の附属機関として広島県消費者苦情処理委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(委員会の組織)

第14条 委員会は、委員5人で組織する。

2 委員会の委員は、学識経験を有する者のうちから知事が任命する。

(準用)

第15条 第9条、第10条及び第12条の規定は、委員会について準用する。

(委任)

第16条 この章に定めるもののほか、審議会及び委員会の運営に関し必要な事項は、規則で定める。

第3章 消費者の権利の擁護及び増進に関する施策

(危害の防止)

第17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ことが明らかな商品又は役務

(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、消費者に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、直ちに知事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、当該商品の回収又は周知その他危害を防止するため必要な措置を講じなければならない。

第18条 知事は、事業者が消費者に供給する商品又は役務が、その欠陥により消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼすおそれ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 知事は、前項の規定による調査の結果、当該調査の対象となつた商品又は役務が欠陥商品等であると認めるときは、当該商品又は役務を供給している事業者に対し、その旨を通知するとともに、前条第2項に規定する措置を講ずるよう指導し、又は勧告するものとする。

3 知事は、前項の規定により勧告した場合において必要があると認めるときは、当該勧告を受けた事業者に対し、当該勧告に基づいて講じた措置及びその結果について、報告を求めることができる。

(危害防止のための立証要求)

第18条の2 知事は、前条第1項の調査の結果又は途中において、事業者が消費者に供給する商品又は役務が、その欠陥により消費者の生命又は身体に重大な危害を及ぼすおそれがあると認めるときは、その商品又は役務を供給する事業者に対し、資料の提出その他の方法により、その商品又は役務が安全であることの立証を要求することができる。

(緊急危害防止措置)

第18条の3 知事は、事業者が消費者に供給する商品又は役務が、その欠陥により消費者の生命又は身体に重大な危害を及ぼすおそれがあると認められる場合において、当該危害を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令に定める措置をとる場合を除き、当該商品又は役務の名称、これを供給する事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な事項を県民に明らかにするものとする。

2 知事が前項の規定により県民に明らかにしたときは、当該商品又は役務を供給する事業者は、直ちに当該商品又は役務の供給の中止、当該商品の回収又は周知その他危害を防止するため必要な措置を講じなければならない。
(品質等の表示の適正化)

第19条 事業者は、消費者が誤りなく商品又は役務を選択することができるようにするため、消費者に供給する商品又は役務について、品質、量目、価格、製造年月日(食品にあつては、消費期限又は賞味期限)、保存方法、保証期間、事業者名等を適正に表示するよう努めなければならない。

2 事業者は、消費者が価格の正確な比較をすることができるようにするため、消費者に供給する商品について、基準単少量及びこれに対応する価格をわかりやすく表示するよう努めなければならない。

(広告の適正化)

第19条の2 事業者は、消費者に供給する商品又は役務に関する広告について、虚偽又は誇大な表現、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、消費者が商品又は役務を正しく選択するために必要とする正確な情報を消費者に提供しなければならない。

(包装の適正化)

第20条 事業者は、消費者に供給する商品について、環

境の保全に配慮するとともに、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を行わないようにしなければならない。

(アフターサービスの適正化)

第21条 事業者は、消費者に供給した商品に対する修理等のアフターサービスの徹底に努めなければならない。

(自主基準の設定)

第22条 事業者は、消費者が容易に商品又は役務の選択ができるようにするため、消費者に供給する商品又は役務について、規格、表示の基準、包装の基準その他必要な事項に関する基準(以下単に「基準」という。)を自主的に定めるよう努めなければならない。

2 知事は、事業者が前項の規定により定める基準に関し必要な指導又は助言を行うものとする。

(県の基準の設定)

第23条 知事は、消費者の利益の擁護及び増進のため特に必要があると認めるときは、事業者が消費者に供給する商品又は役務について、基準を定めることができる。

2 知事は、前項の規定により基準を定めようとするときは、審議会の意見を聴くものとする。これを変更し、又は廃止しようとするときも、同様とする。

3 事業者は、消費者に供給する商品又は役務が第1項の規定により定められた基準(以下「県の基準」という。)に適合するようにしなければならない。

4 知事は、事業者が消費者に供給する商品又は役務が県の基準に適合していないと認めるときは、当該事業者に対し、県の基準に適合した商品又は役務を消費者に供給するよう指導し、又は勧告するものとする。

(試験、検査等の実施)

第24条 知事は、消費者の利益の擁護及び増進のため、必要に応じ、事業者が消費者に供給する商品について、試験、検査等を行うものとする。

(不当な取引行為の禁止)

第24条の2 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知事が指定する行為(以下「不当な取引行為」という。)を行ってはならない。

一 消費者に対し商品又は役務の売買又は提供に係る契約(以下「商品売買契約等」という。)の締結について勧誘しようとして、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

二 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

三 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

四 消費者に不当に不利益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

五 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、又は困惑させる等により、商品売買契約等(当該契約の成立、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

六 消費者との商品売買契約等に関し、法令の規定若しくは契約に基づく債務の全部若しくは一部の履行を

拒否し、又は正当な理由なく遅延させる行為

七 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

八 商品若しくは役務を販売若しくは提供する事業者からの商品若しくは役務の購入若しくは提供を受けることを条件若しく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。)について、消費者の利益を不当に害することを知っていた、又は知り得べきであつたにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は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、若しくは債務の履行をさせる行為(不当な取引行為の是正措置)

第24条の3 知事は、事業者が不当な取引行為を行つ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 知事は、前項の規定による調査の結果、当該調査の対象となつた事業者が前条第1項に違反していると認めるときは、当該事業者に対し、その旨を通知するとともに、当該違反に係る是正措置を講ずるよう指導し、又は勧告するものとする。

3 知事は、前項の規定により勧告した場合において必要があると認めるときは、当該勧告を受けた事業者に対し、当該勧告に基づいて講じた措置及びその結果について、報告を求めることができる。

(不当な取引の未然防止)

第24条の4 知事は、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。

2 知事は、前項の規定による調査又は指導を行うため必要があると認めるときは、当該事業者に対し、資料の提出又は事情の説明を求めることができる。

(緊急被害防止措置)

第24条の5 知事は、事業者が不当な取引行為を行うことにより相当多数の消費者に不利益を生じさせ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緊急の必要があると認めるときは、当該不当な取引行為の内容、当該不当な取引行為を行つている、又は行うおそれのある事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な事項を県民に明らかにするものとする。

第4章 苦情の処理及び訴訟の援助に関する施策

第25条 削除

(知事の消費者苦情の処理)

第26条 知事は、消費者苦情の申出があつたときは、速やかにその内容を調査し、当該消費者苦情を解決するため、あつせんその他の必要な措置を講ずるものとする。この場合において、知事は、必要があると認めるときは、当該消費者苦情に係る事業者に対し、資料の提出又は説明を求めることができる。

(委員会の調停)

第27条 知事は、前条の規定によるあつせんその他の措置によつて解決することができなかつた消費者苦情については、これを委員会の調停に付することができる。

2 委員会は、調停のため必要があると認めるときは、当事者その他の関係人の出席を求め、その意見を聴くことができる。

(訴訟の援助)

第28条 知事は、消費者が事業者を相手に提起する訴訟(民事訴訟法(平成8年法律第109号)第275条に規定する和解及び民事調停法(昭和26年法律第222号)による調停を含む。以下同じ。)が、次の各号のいずれにも該当する場合には、委員会の意見を聴いて、当該訴訟を提起する者に対し、規則で定めるところにより、当該訴訟に要する費用の貸付けその他の必要な援助を行うことができる。

- 一 委員会の調停によつて解決されなかつた消費者苦情に係るものであること。
- 二 一件当たりの被害額が規則で定める額以下の消費者苦情に係るものであること。
- 三 同一又は同種の被害が多数発生し、又は発生するおそれがある消費者苦情に係るものであること。
- 四 その他規則で定める要件に該当するものであること。

(貸付金の返還)

第29条 前条の規定により訴訟に要する費用の貸付けを受けた者(以下「借受者」という。)は、当該訴訟が終了したときは、規則で定めるところにより、当該貸付金を返還しなければならない。

- 2 知事は、前項の規定にかかわらず、借受者が規則で定めるやむを得ない理由により貸付金を返還することができないと認める場合には、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。

(知事への申出)

第29条の2 県民は、事業者がこの条例の定めを遵守していないため、消費者の権利が侵されていると信じるに足りる相当の理由があるときは、知事に対しその旨を申し出て、適切な措置をとるべきことを求めることができる。

- 2 知事は、前項の規定による申出があつたときは、その内容を調査し、その申出に理由があると認めるときは、この条例に基づいて適切な措置をとるものとする。
- 3 知事は、県民の消費生活の安定と向上を図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県民に明らかにすることができる。

第5章 生活関連物資に関する施策

(価格等の調査)

第30条 知事は、県民の消費生活との関連性が高い物資(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し調査を行うものとする。

- 2 事業者は、前項の規定による調査に協力するものとする。

(物資の指定及び調査)

第31条 知事は、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、県民の生活に重大な影響を及ぼすと認めるときは、当該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 知事は、前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、供給の不足の原因、価格上昇の原因その他必要な事項に関し速やかに調査するものとする。

- 3 知事は、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。

(不当な事業活動の是正勧告)

第32条 知事は、事業者が特定生活関連物資の円滑な流通を不当に妨げ、又は適正な利得を著しく超える価格でこれを販売していると認めるときは、当該事業者に対し、不当な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6章 削除

第33条及び第34条 削除

第7章 雑則

(関係行政機関への要請)

第35条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を促進するため特に必要があると認めるときは、関係行政機関に対し、適切な措置をとるよう要請するものとする。

(情報提供)

第36条 知事は、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促進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これらの取引行為に関する情報、事業者が消費者に供給する商品の試験、検査等の結果に係る情報、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ものとする。

- 2 知事は、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これらの取引行為に関する情報等を事業者に提供することができる。

(立入検査等)

第37条 知事は、第18条第1項、第24条の3第1項、第24条の4第1項又は第31条第2項の規定による調査のため必要があると認めるときは、当該調査に係る事業者に対し報告を求め、又はその職員をして、その事務所、事業所その他の場所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を検査させ、若しくは関係人に質問させることができる。

- 2 前項の規定により、立入検査又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者の請求があつたときは、これを提示しなければならない。

- 3 第1項の規定による立入検査の権限は、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。

(公示)

第38条 知事は、次の場合には、その旨を広島県報で公示しなければならない。

- 一 第23条第1項の規定により基準を定めた場合(当該基準を変更し、又は廃止した場合を含む。)
- 二 第24条の2の規定により不当な取引行為を指定した場合(当該指定内容を変更し、又は廃止した場合を含む。)
- 三 第31条第1項の規定により特定生活関連物資の指定をし、又は同条第3項の規定により当該指定を解除した場合

(公表)

第39条 知事は、事業者が次の各号のいずれかに該当すると認めるときは、その旨を公表することができる。

- 一 第18条第2項、第23条第4項、第24条の3第

2項又は第32条の規定による勧告に従わなかったとき。

二 第37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、又は同項の規定による検査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、若しくは同項の規定による質問に対し答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。

(委任)

第40条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則 略

消費者行政をめぐる国と県の動き（年表）

年	主な消費者問題	国	広島県
昭和 41 年 (1962)			●知事直属企画室の事務分掌として「消費者行政に関すること」を明記
昭和 43 年 (1968)	☆カネミ油症事件, PCBの毒性が社会問題化	○消費者保護基本法制定 ○割賦販売法改正	
昭和 44 年 (1969)	☆欠陥自動車問題		
昭和 45 年 (1970)		○JAS法改正 ●国民生活センター設立	
昭和 46 年 (1971)	☆果実飲料等表示問題		●消費生活センターを中区八丁堀に設置
昭和 47 年 (1972)	☆PCB問題（行政指導により製造中止）	○景品表示法改正 ○割賦販売法改正 ○食品衛生法改正	
昭和 48 年 (1973)	☆第 1 次オイルショック ☆ヤマカルテル多発	○消費生活用製品安全法制定 ○生活関連物資等の買占め売惜しみに対する緊急措置に関する法律（買占め防止法）制定 ○有害物資を含有する家庭用品の規制に関する法律制定 ○化学物資の審査及び製造等の規制に関する法律制定 ○買占め防止法改正, 国民生活安定緊急措置法制定	●消費生活センター福山支所開設 ●消費生活センター三次支所開設
昭和 51 年 (1976)	☆欠陥住宅問題化 ☆サラ金被害社会問題化	○訪問販売等に関する法律（訪問販売法）制定	○広島県消費生活条例制定
昭和 52 年 (1977)		○独占禁止法改正	○広島県単位価格表示実施要綱制定
昭和 53 年 (1978)		○無限連鎖講の防止に関する法律（ネズミ講防止法）制定	○広島県地域食品認証要綱等制定
昭和 54 年 (1979)	☆第 2 次オイルショック		○自動販売機により提供する商品等の表示の基準制定
昭和 57 年 (1982)		○海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律（海先法）制定	
昭和 58 年 (1983)	☆食品添加物問題	○貸金業の規制等に関する法律（貸金業規制法）制定	○広島県消費生活条例一部改正
昭和 59 年 (1984)		●PIONEER運用開始 ○割賦販売法改正	
昭和 60 年 (1985)	☆豊田商事事件		●生活センターに改組（県庁内に移転）
昭和 61 年 (1986)		○特定商品等の預託等取引契約に関する法律（預託法）制定 ○有価証券に係る投資顧問業の規制に関する法律制定	
昭和 62 年 (1987)		○抵当証券業の規制等に関する法律制定	○広島県消費生活条例一部改正 ○不当な取引行為を指定
昭和 63 年 (1988)	☆国債ねずみ講問題化	○ネズミ講防止法改正 ○訪問販売法律改正	

年	主な消費者問題	国	広島県
平成元年 (1989)	☆消費税導入(3%)		
平成2年 (1990)	☆マルチ, マルチまがい商法被害, 悪質電話勧誘苦情増加		
平成4年 (1992)		○ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律制定	○広島県消費生活条例一部改正
平成5年 (1993)		○JAS法改正	
平成6年 (1994)		○不動産特定共同事業法制定 ○製造物責任法(PL法)制定	
平成7年 (1995)		○旅行業法改正 ○食品衛生法及び栄養改善法改正 ○保険業法全部改正	○広島県消費生活条例一部改正 ●生活センター中区袋町に移転
平成8年 (1996)	☆大規模食中毒続出	○訪問販売法改正	○広島県消費生活条例一部改正
平成10年 (1998)	☆環境ホルモン問題	○金融システム改革法制定	○広島県地域食品認証要綱等廃止
平成11年 (1999)	☆コンピュータウイルス被害急増	○訪問販売法及び割賦販売法改正 ○JAS法改正 ○貸金業規制法改正	
平成12年 (2000)	☆乳製品による食中毒事件	○消費者契約法制定 ○金融商品の販売等に関する法律制定 ○訪問販売法改正, 特定商取引に関する法律(特定商取引法)と改称 ○割賦販売法改正	○広島県消費生活条例一部改正
平成13年 (2001)	☆電子商取引及び迷惑メール被害急増 ☆狂牛病問題が発生	○電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律(電子消費者契約法)制定	●生活センターを廃止 ●本庁組織として消費生活室を設置(中区袋町)
平成14年 (2002)	☆食品偽装表示事件等が多発	○特定商取引法改正 ○JAS法改正	●消費生活室を県庁構内に移転
平成15年 (2003)	☆架空請求トラブル急増 ☆アメリカ産牛肉BSE問題 ☆多重債務, ヤミ金が社会問題化	○食品安全基本法制定 ○景品表示法改正	
平成16年 (2004)	☆高病原性鳥インフルエンザの発生 ☆架空請求・成りすまし詐欺のトラブル多発	○特定商取引法改正 ○消費者保護基本法改正, 消費者基本法に改称 ○公益通報者保護法制定	
平成17年 (2005)	☆悪質住宅リフォーム詐欺が多発 ☆多重債務問題深刻化	○食育基本法制定 ○JAS法改正	○広島県消費生活条例一部改正
平成18年 (2006)	☆エレベータ事故が多発 ☆ガス瞬間湯沸かし器による一酸化炭素中毒事故問題	○消費者契約法改正 ○証券取引法を金融商品取引法に改称 ○貸金業法, 出資法, 利息制限法改正	○広島県消費生活条例一部改正
平成19年 (2007)	☆食品表示偽造事件が多発		

年	主な消費者問題	国	広島県
平成 20 年 (2008)	☆中国産冷凍ギョウザ問題が発生	○特定商取引法及び割賦販売法改正 ○景品表示法改正 ○消費生活用製品安全法改正 ○消費者契約法改正 ○消費者安全法制定	○広島県消費生活条例一部改正 ●消費生活課に名称変更
平成 21 年 (2009)	☆劇場型勧誘被害多発	○J A S 法改正 ○米トレーサビリティ法制定 ○海先法廃止 ●消費者庁創設	
平成 22 年 (2010)	☆貴金属等の押し買いが社会問題化	◎「消費者基本計画」策定	●県内全市町に消費生活相談窓口設置
平成 23 年 (2011)	☆東日本大震災、原発事故発生 ☆震災に便乗した商法続発 ☆放射性物資に対する不安広がる	●越境消費者センター開設	◎「広島県消費者基本計画」策定
平成 24 年 (2012)	☆サクラサイト商法、劇場型投資被害、被害を取り戻すという二次被害、健康食品の送りつけ商法多発 ☆コンプガチャ問題	○特定商取引法改正 ○消費者教育の推進に関する法律制定 ○消費者基本法改正 ○消費者安全法改正 ○金融商品取引法改正	
平成 25 年 (2013)	☆美白化粧品による白斑トラブル発覚 ☆メニュー表示等の不正事案多発 ☆冷凍食品の農薬混入事案発覚	○食品表示法制定 ○食品衛生法、J A S 法、健康増進法、消費者契約法改正 ○消費税転嫁対策特別措置法制定 ○消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続の特例に関する法律制定	
平成 26 年 (2014)	☆消費期限切れ食肉販売問題発覚	○特定商取引法改正 ○景品表示法改正 ○消費者安全法改正	
平成 27 年 (2015)	☆マイナンバー制度開始	◎「消費者基本計画」策定 ●消費者ホットライン「188」の三桁化 ●越境消費者センターが消費者庁から国民生活センターに移管	◎「広島県消費者基本計画」(第2次)策定
平成 28 年 (2016)	☆電力小売の自由化スタートに伴う便乗商法多発	○消費者契約法改正 ○特定商取引法改正	○広島県消費生活条例一部改正
平成 29 年 (2017)	☆格安旅行会社の経営破綻	○国民生活センター法改正	
平成 30 年 (2018)	☆オーナー商法、シェアハウス投資でのトラブル多発 ☆仮想通貨の不正流出事件	○民法改正 ●訪日観光客消費者ホットライン開設	
令和元年 (2019)	☆改元に便乗した消費者トラブル発生	○食品ロスの削減の推進に関する法律制定	

策定経緯



消 生 第 133号
令和元年 11 月 26 日

広島県消費生活審議会会長 様

〔 広 島 県 知 事 〕
〒730-8511 広島市中区基町 10-52
消 費 生 活 課

「広島県消費者基本計画（第3次）」の策定について（諮問）

このことについて、広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例（昭和51年広島県条例第1号）第7条の規定に基づき、次のとおり貴審議会の意見を求めます。

1 諮問事項

「広島県消費者基本計画（第3次）」の策定について

2 諮問の理由

広島県は、広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例に基づき、広島県消費者基本計画（第2次）（以下「計画」という。）を平成27年3月に策定し、県民の消費生活の安定及び向上を促進するための施策を総合的に実施しております。

計画の期間が令和元年度末で終了するため、令和2年度以降の「広島県消費者基本計画（第3次）」の策定にあたり、社会経済情勢等の変化を踏まえ、今後、県が消費者行政を推進するために重点的に取り組むべき事項、具体的施策の方向等について、貴審議会の意見を求めるものです。

また、「広島県消費者基本計画（第3次）」は、「消費者教育の推進に関する法律第10条第1項」に基づく県の消費者教育推進計画としても位置付けることとし、併せて、意見を求めるものです。



令和 2 年 3 月 30 日

広島県知事 湯 崎 英 彦 様

広島県消費生活審議会
会長 豊 田 博 昭

広島県消費者基本計画（第 3 次）の策定について（答申）

令和元年 11 月 26 日付け消生第 133 号で広島県知事から広島県消費生活審議会に諮問のあった広島県消費者基本計画（第 3 次）の策定については、審議会において 3 回にわたり、審議を重ねてまいりました。

その中で、広島県消費者基本計画（第 2 次）の検証結果や社会経済情勢の変化から生じる新たな課題について議論するとともに、今後 5 年間で注力して取り組んでいく必要がある項目や目指す姿、その実現に向けた取組の方向等について審議を行い、提案を行ってきたところです。

本計画案は、これまで審議会で審議し、提案した内容が盛り込まれており、今後の広島県の消費者行政の指針を示すにふさわしいものになっていると考えます。

よって、広島県で取りまとめられた「広島県消費者基本計画（第 3 次）（案）」について、適当と認め、ここに答申します。

なお、本計画の推進に当たっては、県庁を挙げて、関係機関・団体と連携・協働し、基本理念に掲げる「消費者被害のない広島県の実現」をめざしていかれますことを期待いたします。

計画の策定経過

令和元（2019）年

- 10月18日 広島県議会生活福祉保健委員会（計画策定について）
- 11月19日 広島県議会生活福祉保健委員会（現行計画の検証について）
- 11月26日 第54回広島県消費生活審議会（諮問）
- 12月12日 広島県議会生活福祉保健委員会（計画骨子案について）
- 12月24日 関係団体等との意見交換会

令和2（2020）年

- 1月 9日 第55回広島県消費生活審議会（計画骨子案の審議）
- 2月19日 広島県議会生活福祉保健委員会（計画素案について）
- 2月19日～3月18日 パブリックコメント（県民意見募集）の実施
- 2月25日 第56回広島県消費生活審議会（計画素案の審議）
- 3月 5日 広島県議会生活福祉保健委員会（計画素案の集中審議）
- 3月16日 広島県消費生活審議会（書面審査）
- 3月30日 答申
- 3月末 計画策定

県民意見募集（パブリックコメント）の実施

「広島県消費者基本計画（第3次）（案）」を公表し、意見募集を実施したところ、23件（5人・3団体）の御意見をいただきました。

実施期間	令和2年2月19日（水）～3月18日（水）
公表場所	県ホームページ，広島県消費生活課， 広島県行政情報コーナー，各総務事務所（支所）
受付方法	郵便，ファクシミリ，電子メール，電子申請
御意見のあった主な項目	・ 県市町の消費生活相談窓口体制 ・ 外国人や高齢者等の配慮を必要とする人への支援 ・ 事業者指導の強化 等

広島県消費生活審議会委員名簿

区分	氏名	所属機関名等
学識経験者	田中由美子	九州女子大学家政学部准教授
	富永 六郎	広島県立海田高等学校長
	豊田 博昭	広島修道大学法学部特任教授（会長）
	長井 貴義	弁護士（会長職務代理者）
	林 仁志	中国新聞社編集委員
	横田 明子	広島大学大学院教育学研究科名誉教授
消費者代表	石橋 奉功	公益社団法人全国消費生活相談員協会消費生活専門相談員
	岩永 昌子	広島県生活協同組合連合会理事（R2.1.22 から）
	衣笠 正純	社会福祉法人広島県社会福祉協議会常務理事兼事務局長
	竹下 純子	広島県地域女性団体連絡協議会理事
	寺岡 菊恵	公益社団法人広島消費者協会理事
	門田 陽子	広島県生活協同組合連合会コープ・アドバイザー（R2.1.21 まで）
	山田 洋子	広島県PTA連合会副会長
事業者代表	石井 正朗	広島県商工会連合会専務理事
	植野実智成	広島県商工会議所連合会幹事長（R2.1.22 から）
	大西 淑子	広島県訪問介護事業連絡協議会副会長
	滝村 勝博	一般社団法人広島県生活衛生同業組合連合会副会長
	谷村 武士	広島県商工会議所連合会幹事長（R2.1.21 まで）
	豊田 哲也	全国農業協同組合連合会広島県本部副本部長
市町代表	明岳 周作	広島県市長会（江田島市長）
	小坂 眞治	広島県町村会（安芸太田町長）

広島県消費者基本計画（第3次）

令和2（2020）年3月策定

広島県環境県民局消費生活課

〒730-8511 広島市中区基町 10 番 52 号

TEL：082-513-2730

E-mail：kansyouhi@pref.hiroshima.lg.jp



ナッキー & ネイリ

〔広島県消費者啓発キャラクター〕