

広島県消費者基本計画（第3次）の実施結果について（令和2～6年度）

令和7年10月31日
消費生活課

1 趣旨

広島県消費者基本計画（第3次）（計画期間令和2～6年度。以下「第3次計画」という。）で取り組んだ施策について、実施結果を報告する。

＜広島県消費者基本計画（第3次）の概要＞

- 位置づけ：消費者基本法第4条、消費者安全法第4条第1項、消費者教育の推進に関する法律第10条第1項、広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例第3条に基づく県計画
- 計画期間：令和2～6年度（5年間）
※今年度から「第4次広島県消費者基本計画」（以下「第4次計画」という。）を推進
- 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、安全で安心に暮らすことができる、消費者被害のない広島県の実現

2 第3次計画の取組の振返り

第3次計画期間における施策の実施状況を次の基準により評価した。

計画以上	計画を上回る取組の実績があった。
ほぼ計画どおり	ほぼ計画どおりの取組の実績があった。
未達	取組の実績が計画に達しなかった。
その他	事件、事案が生じなかったため、実施しなかった。等

（1）総括表

計画に記載の137の取組のうち、126施策について、「ほぼ計画どおり」の取組の実績があった。

「未達」は6施策、「その他」は5施策となっている。（詳細は別紙のとおり）

施 策	施策数	点検結果			
		計画以上	ほぼ計画どおり	未達	その他
I 消費者被害の防止と救済					
1 消費生活相談体制の充実【重点】	20		16	3	1
2 外国人・高齢者等への支援【重点】	10		10		
3 事業者指導の強化	9		9		
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	12		12		
5 事業者の適正な情報提供と消費者の選択機会の確保	12		9		3
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【重点】	40		37	2	1
7 消費者教育推進のための人づくり【重点】	6		5	1	
8 消費生活と関連する他の教育との連携推進	11		11		
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	3		3		
10 関係機関等との連携・協働	14		14		
計	137	0	126	6	5

(2) 重点的取組の状況

ア 施策１：消費生活相談体制の充実

(ア) 主な取組

①県生活センターの充実

- ・ 県生活センター（R7 年度から「広島県消費生活センター」に改称）に相談しやすい環境整備を図るため、メール相談の利用促進を図り、受付フォームの改善や広報周知を図った。
- ・ 消費者が自らに合った方法で相談したり、問題解決ができるよう、県サイトに「よくある相談事例」（FAQ）のページを設け（R3）、順次掲載する事例を増やし、広報周知を図った。

<メール相談とFAQの状況>

項目		R2	R3	R4	R5	R6
メール 相談	取組	FAQとの連携開始	フォーム改善	フォーム改善	フォーム改善	—
	対応数	165	141	125	211	228
FAQ	事例数	R3.3 サイト開設 27	57	63	72	78
	サイトPV数	—	13,913	20,818	70,481	75,348
主な広報		広報紙、県HP	広報紙、県HP	WEB 広告	WEB 広告	WEB 広告

②市町相談体制充実に向けた支援

- ・ 主に消費生活相談員が一人体制の市町（1人体制：13市町、0人：1町）等を支援するため、「県・市町相談対応連携マニュアル」を策定し（R3）、相談の難易度に応じた対応を整理する等、県と市町の連携促進を図った。
- ・ 県消費生活センターでは、県と市町相談員を直通ダイヤルで結んだヘルプデスクやICTを活用して市町への助言を行った。また、市町窓口閉所日に寄せられた相談に対応した。

<ヘルプデスクの利用件数の推移>

R2:150件、R3:148件、R4:183件、R5:208件、R6:163件

- ・ 弁護士等による専門家相談を実施し、市町相談窓口の利用者及び市町相談員等が弁護士等の専門家に相談する機会を確保した。
- ・ 消費生活相談技術高度化研修（年4回）等に加え、新任相談員研修、県消費生活センターでのOJT研修、県相談員の市町巡回相談を実施したほか、弁護士を交えた事例検討会を開催し（年3回、R4～）、最新知見の習得と県・市町相談員相互の顔の見える関係づくりを支援した。

<研修・事例検討会の参加人数の推移>

R2:308人、R3:276人、R4:288人、R5:295人、R6:344人

(イ) 成果指標の状況

取組	成果指標	策定時 (H30)	目標値 (R6)	実績値 (R6)	達成 状況
①県生活センター の充実	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	4.6%	未達
		(推移) R2:2.7%、R3:2.4%、R4:2.2%、R5:4.0%			
②市町相談体制充 実に向けた支援	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	23市町	23市町	21市町	未達
		(推移) R4年4月から2市町において窓口開設日数が減少した。			

(市町窓口の開設日数)

開設日数	週6日	週5日	週4日	週2日	週1日	隔月1日
R元年度	1市	県・10市6町	1市	2市	2町	1町
R6年度	1市	県・10市5町	1市	1市	1市3町	1町

(ウ) 取組の評価と今後の対応

① 県消費生活センターの相談体制

- 県消費生活センターにおけるメール相談の割合は、目標10%以上に対し、R6実績値は4.6%と未達となった。認知度の低さ（R6県調査24.4%）等が要因として考えられる。
- 一方、30歳未満に限ると9.2%まで増加しているほか、今年度のメール相談の割合は、8月末時点の速報値で7.7%に上昇していることから、浸透しつつあることが伺える。
- 第4次計画では、引き続き、メール相談など多様な相談方法について広報周知を図ることとしている。

② 市町相談体制充実に向けた支援

- 市町の相談窓口開設日数の減の理由は、相談件数の減少によるものとされている。その背景には人口減少や高齢化、FAQなど自己解決ツールの充実などがあるものと考えられる。しかし、高齢化が進行する中、住民に身近な市町の窓口は重要な役割を担っていることから、機能が維持されるよう、引き続き支援していく必要がある。

＜市町相談窓口における来所相談の割合（R6相談実績）＞ （※県中山間地域振興計画の定義と同じ10市町）

区分	中山間地域※	中山間地域以外の地域
高齢層（65歳以上）	49.5%	20.3%
その他の層（～64歳）	34.3%	15.9%

- また、県市町共通して社会のデジタル化等に伴い複雑・多様化する相談への対応力を養う必要があるほか、県調査（R6実施）によると、市町の多くが有資格者※の確保を課題にあげている。（※有資格者：消費生活相談員、消費生活アドバイザー、消費生活コンサルタント）
- 第4次計画では、引き続き、市町に対する助言や研修等の支援を行うほか、人材確保策について検討することとしており、市町の実情も踏まえながら取り組むこととしている。
- さらに、令和8年度に、全国の消費生活相談情報ネットワークシステムの大幅刷新が予定されており、相談対応のデジタル化にも適切に対応していく必要がある。

イ 施策2：外国人・高齢者等への支援

(ア) 主な取組

① 外国人等の支援

- 日本語の話せない外国人が県内のどこ消費生活相談窓口でも相談ができるよう、ひろしま国際センターと連携・整備した三者通話による外国語相談窓口や同センターと作成した外国人からの消費生活相談対応に必要な通訳確保マニュアル（R2整備）を相談員等に周知した。
- 広島在住外国人生活情報サイト「Live in Hiroshima」への掲載（R2～）やSNS等で情報を発信した。

② 高齢者等の支援

- ・ 高齢単身者等の離れて暮らす家族向けに、消費者トラブルの早期発見や対処に必要な情報を提供し、適切に相談につながるよう、年末年始等の帰省時期に、県と市町、県警の公式SNS等で注意喚起情報を配信した。
- ・ 高齢者への啓発リーフレットなどを作成し、高齢者と日常的に接点のある団体・企業と連携し、情報提供した。
- ・ 国の交付金を活用した、市町への防犯機能付き電話機購入補助実施の働きかけを行った。

＜交付金を活用した電話機購入補助件数＞

R2: 0件 → R6: 1,268件

(イ) 成果指標の状況

取組	成果指標	策定値 (H30)	目標値 (R6)	実績値 (R6)	達成 状況
①外国人等への 情報提供	外国人等からの県・市町の相 談受付件数	9件 (推移) R2: 58件、R3: 54件、R4: 60件、R5: 43件	40件以上	40件	達成
②高齢者等への 支援	単身高齢者等の家族への情 報提供体制を整備した市町	— (推移) R3年度から全市町で実施している。	23市町	23市町	達成

(ウ) 取組の評価と今後の対応

① 外国人等の支援

- ・ マニュアルの整備・周知や広報、翻訳アプリの普及等により、外国人等からの相談件数は目標を達成した。
- ・ 一方、外国人については、支援団体等へのヒアリングによると、消費生活相談窓口が十分認知されておらず、同郷の人や身近な就労・就学の関係機関等に相談することが多い状況がある。
- ・ 第4次計画では、外国人など配慮を要する人については、関係機関と連携した取組や、相談対応状況等を踏まえ、随時、相談対応の改善を図るなど、引き続き、相談しやすい環境づくりに取り組むこととしている。

② 高齢者等の支援

- ・ 単身高齢者等の家族への情報提供は、R3年度から全市町で実施することができており、情報提供時は啓発サイトの高齢者関連ページのPV数が増加するなどの効果が見られた。
- ・ 65歳以上の高齢者の相談件数は、増加傾向にあり、特に、75歳以上は、件数・割合とも増加傾向にある。

＜相談者の内訳（R2～R6）＞

- ・ また、20歳未満を除き、高齢になるほど、本人よりも周囲の人からの相談が多いことから、高齢化に伴い、周囲の人の見守りの重要性が増している。
- ・ 第4次計画では、高齢者等と関連のある民間団体・企業等と連携した取組を強化し、高齢者等本人やその家族等、見守り者

項目	本人	周囲の人
75歳以上	74.7	25.3
20～74歳	89.6	10.4
～20歳未満	33.2	66.8

向けの情報発信を行っていくことや、国が推進する「消費者安全確保地域協議会」※の設置促進などにより、配慮が必要な消費者に対する見守りネットワークが構築されるよう取り組むこととしている。

※消費者安全確保地域協議会

消費者安全法第11条に基づく取組で、見守り活動の中で発見された消費者被害を消費生活センター等につなげる仕組み。法定の協議会とすることで、構成員間で見守り対象者に関する個人情報と共有することが可能（個人情報保護法の例外規定が適用される。本人の同意が取れない場合でも消費生活センターにつなぐことができる。）

ウ 施策6：様々な場における消費者教育の推進

(ア) 主な取組

- ・ 県や市町が主催して啓発講座や、学校、大学、公民館等で行われる啓発講座への講師派遣を行い、R6年度は県・市町合わせて363回の講座を開催または講師を派遣した。
- ・ 広島県消費者啓発サイトやWEB広告、SNS（Facebook、X（旧Twitter））を活用し、若年層向けに情報発信したほか、メールマガジン「消費者トラブル注意情報」を毎月発行し、市町及び希望する大学等、各種学校に配信した。
- ・ 学校においては、消費者教育の内容について充実された学習指導要領に基づき教育が実施された。

(イ) 成果指標の状況

取組	成果指標	策定時 (H30)	目標値 (R6)	実績値 (R6)	達成 状況
消費者教育の 推進	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・23市町 430回	県・21市町 363回	未達
		(推移) R2：177回、R3：179回、R4：256回、R5：340回			

(ウ) 取組の評価と今後の対応

- ・ 新型コロナウイルスの行動制限等により開催回数が減少し、以降、主に市町の開催数が回復しきらず未達となった。
- ・ 県調査（R6実施）では、市町は講座開催の課題として、ニーズの掘り起こし不足や、広報啓発全般においても、場や機会、ノウハウ不足を挙げている
- ・ 県・市町の消費生活相談窓口寄せられた、18歳未満を契約当事者とした相談件数は、近年300件程度で推移しており、学校や大学での実践的な消費者教育が行われるよう、引き続き支援していく必要がある。また、高齢者の相談件数は増加傾向にあることなどから、年代ごとの特性を踏まえた取組を実施していく必要がある。
- ・ 社会のデジタル化等に伴い、SNSをきっかけとする消費者トラブルが増加するなど、消費者一人ひとりが「気づく」「断る」「相談する」などの消費者力を高める必要性が高まっている。
- ・ 第4次計画では、消費者啓発講座の開催が促進するため、行政や消費者団体等の多様な主体が行う取組の情報提供や県が関係機関・団体の間に立ってコーディネートを行うほか、教材の提供や講師の確保などに、引き続き取り組むこととしている。

エ 施策7：消費者教育推進のための人づくり

(ア) 主な取組

- ・ 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に資するための知

識の習得を図ることを目的にした研修を開催した。

＜R2～R6の延べ参加人数＞ 404人

- ・ 消費生活に関する幅広い内容を含む、講師の登録促進と講師派遣、教材作成等に取り組んだ。

(イ) 成果指標の状況

取組	成果指標	策定時 (H30)	目標値 (R6)	実績値 (R6)	達成 状況
人材の育成・支援	消費生活相談員以外の講師 登録者数	5人	21人以上	11人	未達
		(推移) R2: 5人、R3: 5人、R4: 11人、R5: 11人			

(ウ) 取組の評価と今後の対応

- ・ 消費生活相談員以外の講師登録者数は、令和4年度に6人増加したが、消費者問題以外の講師派遣ニーズが低調なため、新たな登録を控えたことから、目標は未達となった。低調な背景には、他の専門的な機関の取組（金融、環境等）との重複が考えられる。
- ・ 第4次計画では、重複する取組は見直しすることとし、多様な機関の講師派遣の取組を把握し、ニーズに応じて調整するなど、コーディネートすることとしている。また、引き続き、実践的な消費者教育が実施されるよう教員や啓発講座講師を対象とした研修等を行うほか、高齢者等と日ごろから身近に接する福祉関係団体等への情報提供等を行うこととしている。

(2) 重点的取組以外の取組

ア 施策3：事業者指導の強化

(ア) 主な取組

- ・ 事業者指導専門員として、警察OBを2名配置し特定商取引法に基づく勧誘・契約・解約時における問題点がある事業者に対し、適宜、口頭・文書で指導した。
- ・ R6年度は、違反行為を繰り返す訪問販売事業者について、特定商取引法等に基づき業務改善要請を行った。

(イ) 参考指標の状況

その他の取組	参考指標	策定時 (H30)	実績値 (R6)	合計 (R2～R6)
(1) 悪質事業者に対する指導・取締りの強化	消費者聴取の実施件数	13件	17件	79件
	業務改善要請の実施件数	6件	3件	23件
	行政処分の実施件数	2件	0件	5件
(2) 事業者のコンプライアンス意識の向上促進	事業者に対する不適切行為の指導回数	152回	100回	458件

(ウ) 取組の評価と今後の対応

- ・ 悪質事業者への対応については、県内市町や、近隣県、県警等と連携体制を確保し、時機を逸せず、厳正に対処した。
- ・ 高齢化の進行により判断力や拒絶力が低下した脆弱な消費者の増加が見込まれる一方で、悪質事業者の手口が巧妙化していることから、今後も、関係機関と連携を図り厳正に対応する必

要がある。

- ・ 上記指標(2)「事業者に対する不適切行為の指導回数」は、県と事業者との情報交換等の場での軽微な指導等を行っているものであり、今後も、適切に実施していく。
- ・ 第4次計画では、引き続き、不適切な営業行為を行う事業者や悪質な事業者に対して、営業行為の改善や法令順守等の指導、行政処分など厳正に対処するとともに、県警ともに連携を図りながら対応することとしている。

イ 施策4：商品・サービス・食品の安全性の確保

(ア) 主な取組

- ・ 消費者庁等から通知された事故情報について、県ホームページに掲載したほか市町に通知し、注意喚起した。
- ・ 消費生活用製品安全法及び家庭用品品質表示法に基づく立入検査を実施し、家庭用品等の指定製品の表示について検査を実施した。
- ・ 中国地方電気通信消費者支援連絡会や不動産取引の適正化に関する連絡会等、多様な分野の事業者団体と苦情相談の状況や最新の業界内情報等について意見交換を行った。

(イ) 参考指標の状況

その他の取組	参考指標	策定時 (H30)	実績値 (R6)	合計 (R2～R6)
(1) 法に基づく指導・情報提供等	製品事故情報の発信回数	23回	14回	79回
(2) 関係団体との連携	事業者団体との情報交換回数	18回	22回	69回

(ウ) 取組の評価と今後の対応

- ・ 事故情報について、迅速に通知し、又は注意喚起を行い、県民の重大事故の拡大防止を図った。
- ・ 法令に基づく検査を実施し、事業者の適正な事業活動、適正表示を促進した。
- ・ 第4次計画では、商品・役務・食品の安全性や適正な表示を確保するため、事業者・事業者団体の自主的な取組への支援、法令順守を図るための啓発、各種法令に基づく検査、監視、指導等を適正に実施し、適切に県民に情報提供することとしている。

ウ 施策5：事業者の適正な情報提供と消費者の選択機会の確保

(ア) 主な取組

- ・ 事業者指導専門員を1名配置し、景品表示法に係る事業者からの様々な相談に対応した。
- ・ 食品をはじめとする商品・サービスの表示を行う事業者に対する取組を中心に、法に違反する疑いのある表示について指導を実施した。
- ・ 食品については広島県食品表示対策連絡会、広島県食品安全推進協議会等を通じ、庁内で情報共有した。

(イ) 参考指標の状況

取組	参考指標	策定時 (H30)	実績値 (R6)	合計 (R2～R6)
(1) 表示等の適正化の 推進	景品表示法に基づく事業者指導回数	10件	2件	26件
	景品表示法に係る事業者からの相談件数	70件	51件	367件
(2) 表示等の活用推進	食品表示ウオッチングカードの回収枚数	1,287枚	769枚	3,681枚

(ウ) 取組の評価と今後の対応

- ・ 関係法令の所管課や消費者団体等と連携した取組を継続して実施している。
- ・ 第4次計画では、インターネット上を含む不適正な表示の監視、事業者への助言、指導や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など、引き続き、連携体制を確保し、消費者の選択機会の確保が図られるよう取り組む。
- ・ 上記指標(2)「食品表示ウオッチングカードの回収枚数」は、コロナ禍の外出自粛等により縮小した活動が、完全には回復していない。このため、消費者団体が参加しやすく、かつ、年間を通じた取組となるよう見直しが検討されている。

エ 施策8：消費生活と関連する他の教育との連携促進

(ア) 主な取組

- ・ 環境学習など関連する分野の講師に対し、消費者教育に関する研修機会を提供した。
- ・ 県、市町、広島県金融広報委員会※、広島司法書士会等が実施している出前講座等の情報を集約し、県の運営するWebサイトで提供した。

※広島県金融広報委員会

広島県、財務省中国財務局、日本銀行広島支店、県内の金融機関等で構成し、中立・公正な立場から、くらしに身近な金融に関する広報・消費者教育活動を行っている団体

(イ) 取組の評価と今後の対応

- ・ 消費生活に関連する他の分野の講師に対する研修機会の提供を通じ、相互理解が図られており、継続して実施する。
- ・ 出前講座等の情報について、引き続き、県民や関係機関に対し、情報提供を行う。

オ 施策9：消費者行政への県民意見の反映

(ア) 主な取組

- ・ 広島県消費生活審議会の開催や、消費者団体等との個別の意見交換などを行ったほか、消費者啓発講座における参加者アンケートの実施等により、県の消費者行政や個別の取組に対する意見等の把握を行った。

(イ) 取組の評価と今後の対応

- ・ 消費生活審議会、消費者団体等や県民の意見を踏まえながら、第4次広島県消費者基本計画を策定した。
- ・ これまで様々な形で県民の意見聴取を行っており、今後も必要に応じて改善を図りながら、継続して実施する。

カ 取組 10：関係機関等との連携・協働

(ア) 主な取組

- ・ 県庁内の各種協議会等と連携した取り組みを行ったほか、中国経済産業局、中国地方各県特商法所管課及び県警等で構成する「中国地方悪質事業者対策会議」を開催し、悪質事業者等の情報交換を実施した。
- ・ 県内市町、消費者団体、弁護士会等の専門家団体、福祉関係団体等と連携し、広く情報発信を行った。

(イ) 取組の評価と今後の対応

- ・ これまでの取組を通じ、県内関係機関による連携体制の構築が進んでおり、今後も、関係機関・団体と連携協働し、施策の充実に取り組む。

第4次広島県消費者基本計画の概要について

1 計画の位置づけ

- ・消費者基本法第4条、消費者安全法第4条第1項、消費者教育の推進に関する法律第10条第1項、広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例第3条に基づく県計画
- ・「安心・誇り・挑戦 ひろしまビジョン」の「消費者被害の防止と救済」に係る分野別計画

2 計画期間

令和7年度～令和11年度（5年間）

3 計画の概要

(1) 基本理念

多様な主体が連携協働し、消費者の権利の尊重と自立が支援され、県民だれもが、安全で安心な消費生活を送ることができる広島県の実現

(2) 総括的な目指す姿

消費者教育や啓発を受ける機会の広がり等により、県民が消費生活に関する知識を身に付け、適切な行動を実践する力を高めています。

また、事業者の自主的な取組への支援、啓発、指導を行うこと等により、県民が不安を感じることなく商品・役務を選択できる環境づくりが進んでいます。

さらに、県民が不安を感じた時や消費者トラブルに遭った時に、それぞれに合った方法で、相談や支援を受けることができ、消費者被害の防止と救済が一層図られています。

これらによって、より多くの県民が、安全で安心な消費生活を送ることができていると実感しています。

◇総括指標

指標名	現状値(R6)※	目標値(R11)
安全安心な消費生活を送ることができると思う人の割合	54.9%	60.0%

(※R6年7月インターネット調査、回答数870)

(3) 施策体系

大項目	中項目
I 消費者教育・啓発の推進	1 様々な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養成 3 消費者への注意喚起 4 公正で持続可能な社会形成に貢献する消費行動の促進
II 安全・安心な消費生活環境の確保	1 商品・役務・食品の安全性や適正な表示の確保 2 悪質な事業者の指導強化
III 消費生活相談・支援の充実	1 消費生活相談対応（デジタル化含む）の充実 2 高齢者、障害者、外国人等の配慮を要する消費者の支援

4 推進体制と進行管理

- ・庁内関係部局や関係機関・団体等と連携協働を図りながら、着実に施策を推進する。
- ・毎年度、実施状況を取りまとめ、進捗点検を行い、PDCAを回していく。