

広島県 消費者基本計画（第2次）

～消費者被害のない広島県の実現に向けて～

[平成27（2015）年度～平成31（2019）年度]

平成27（2015）年3月

広島県



『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。

超高齢社会の到来、高度情報化の進展など、消費者を取り巻く環境は変化し続けています。

消費者であるすべての県民が豊かな消費生活を送るためには、こうした環境の変化に的確に対応し、消費者トラブルに関心を持ち、自ら考え自ら行動できる「自立した消費者」となることが重要です。

県では、平成 23（2011）年 2 月に「広島県消費者基本計画」を策定し、消費者の安全・安心な暮らしを確保するための取組を進めてきたところですが、消費者を取り巻く社会経済情勢の変化や国の動き、県内の消費生活相談の状況などを踏まえ、これまでの取組をより一層加速させるとともに、消費者教育の充実を図るため、平成 27（2015）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 2 次）」を策定しました。

この第 2 次計画では、新たに「5 年後の広島県の姿」を描き、これを実現するために、「市町相談体制の充実に向けた支援」や「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」を重点項目として掲げ、全庁挙げて取り組んでいくこととしています。

県民の皆様が、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、これからも、この計画に基づき、市町や関係機関・団体等の皆様と連携・協働して「消費者被害のない広島県の実現」をめざし、消費者行政の一層の推進を図って参ります。

平成 27（2015）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	2
第2章 広島県における消費生活の現状と課題	3
1 これまでの取組	3
2 消費者を取り巻く現状と課題	5
（1）社会経済情勢の変化	5
ア 高齢化の進展	
イ 高度情報化の進展	
ウ 規制緩和，消費生活の国際化の進展	
エ 取引形態の多様化	
オ 環境，食等に対する関心の高まり	
（2）広島県における消費生活相談体制の状況	9
（3）広島県における消費生活相談の状況	11
ア 相談件数	
イ 相談当事者の年齢	
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	16
（5）広島県における消費者教育の状況	18
ア 消費者教育推進法の施行	
イ 消費者教育に関する状況	
ウ 広島県の状況	
第3章 計画の基本的な考え方	21
1 基本理念	21
2 基本的方向と施策目標	21
3 5年後の広島県の姿	22
4 重点的に取り組む項目	22

第4章 施策の展開	23
基本的方向Ⅰ 消費者被害の防止と救済	23
施策目標1 消費生活相談体制の充実強化	24
施策目標2 高齢者等への支援	29
施策目標3 事業者指導の強化	33
基本的方向Ⅱ 消費者の選択の機会と安全・安心の確保	36
施策目標4 商品・サービス・食品の安全性の確保	37
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	40
基本的方向Ⅲ 消費者教育の推進	43
施策目標6 様々な場における消費者教育の推進	45
施策目標7 消費者教育推進のための人づくり	54
施策目標8 消費生活と関連する他の教育との連携推進	57
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	60
施策目標9 消費者行政への県民意見の反映	61
施策目標10 関係機関等との連携・協働	63
重点的に取り組む項目	67
重点項目1 市町相談体制の充実に向けた支援	68
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	70
重点項目3 消費者被害防止に向けた消費者教育の推進	72
第5章 計画の推進体制と進行管理	74
1 推進体制	74
2 進行管理	74
広島県消費者基本計画（第2次）計画の施策体系	76
参考資料	78
広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例	79
消費者行政をめぐる国と県の動き（年表）	83
策定経緯	86

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、増え続ける高齢者からの消費生活相談は深刻さを増しています。

また、高度情報化、規制緩和、消費生活の国際化の進展に伴う商品やサービスの選択機会の拡大は、消費者トラブルの複雑・多様化を招いています。

○ 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）年には、「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、さらに、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。

○ これらの状況等を踏まえ、本県では、第 1 次基本計画が平成 26（2014）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 2 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。

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、平成27（2015）年度から平成31（2019）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の施策について、毎年度、実施内容を評価することにより進行管理を行ってきました。

なかでも、「消費者被害に巻き込まれやすい高齢者と若年者に対する取組」と「事業者指導体制」については、取組を強化してきました。

【主な成果】

(1) 基本的方向Ⅰ 消費者被害の防止と救済

複雑・困難化する消費相談に迅速かつ的確に対応できるよう、県では相談員のレベルアップ研修会や弁護士等との連携による専門家相談を実施するとともに、市町の相談員に対する助言のための専用電話の設置、巡回相談等の実施、ICT(情報通信技術)を活用したWeb会議や知識・ノウハウの共有システムの構築等により、市町の相談窓口の機能強化に努めてきました。

また、商品・サービス、食品の安全・安心の確保に向けては、事業者指導専門員の配置等により悪質事業者への指導体制を強化するとともに、適正な表示等に向けた助言・指導を実施しました。

(2) 基本的方向Ⅱ 自主的・合理的な行動ができる消費者づくり

県民自らが消費者トラブルを回避し、安全・安心な暮らしを確保することができるよう、学習機会の拡大や消費生活に関する情報をきめ細かく提供するなど、様々な啓発活動を展開しました。

特に、高齢者の消費者被害が急増していることから、高齢者等^(※)に対する見守り支援事業の開始等により、支援者の消費者被害に対する意識の醸成に努めました。

また、若者に関しては、テレビCMやSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)を利用した啓発活動により、平成25(2013)年度から開始したメール相談は増加しています。

これらの取組により、対処すべき課題として掲げた「消費者被害に遭った際、何もしなかった人の割合」は減少しました。

※ 「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。

【消費者被害に遭った際、何もしなかった人の割合】

年 度	H21	H24	H26
目標値	—	—	20%
実 績	29%	14.5%	—

出典：広島県消費者団体連絡協議会「2012年度意識調査報告書」

(3) 基本的方向Ⅲ 県民の消費者行政施策への参画

消費者団体等が行っている消費生活に関する啓発活動等に対して支援を行い、自主的な活動の促進に努めました。

また、消費者団体や弁護士会等との意見交換会を実施し、消費者行政への県民の意見の反映を図りました。

(4) 基本的方向Ⅳ ネットワークの構築

消費者の安全・安心な暮らしの確保に向けて、県庁内の関係部局や市町との連携強化を図り、様々な消費者施策を推進しました。

また、国の機関や近隣県・県警との連携を強化し、悪質事業者に対する行政処分を合同で行うなど、消費者被害の未然防止・拡大防止に努めました。

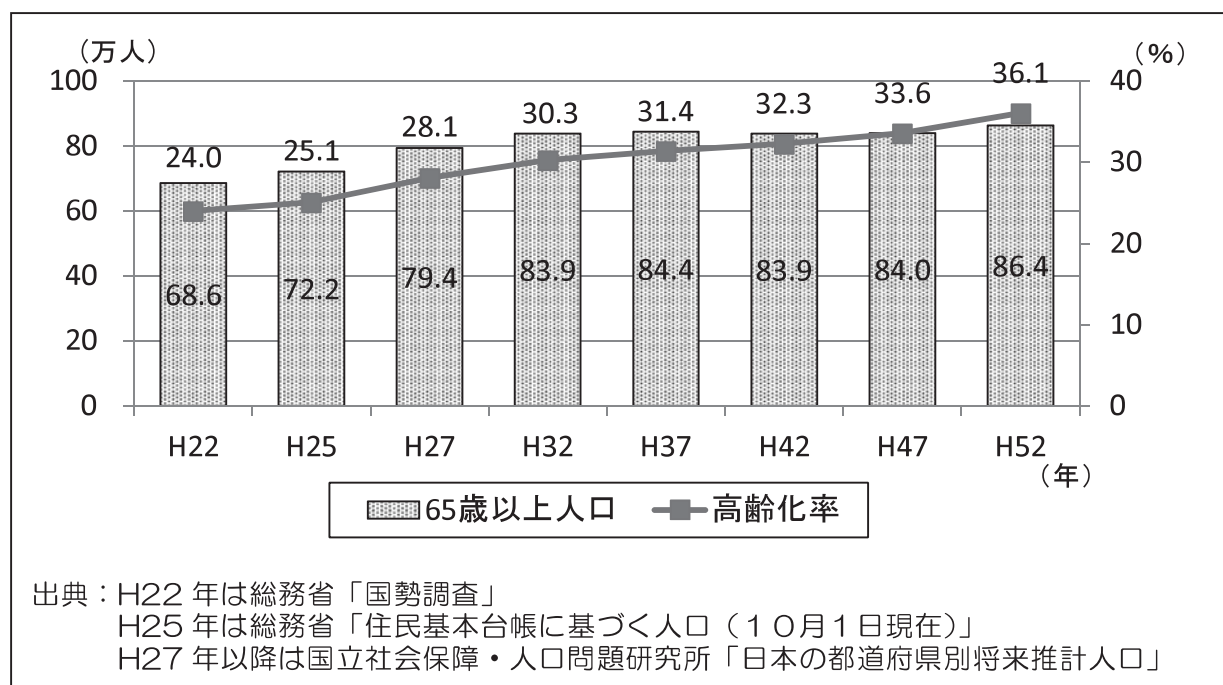
2 消費者を取り巻く現状と課題

(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25（2013）年度には25%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」推計によると、平成32（2020）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。

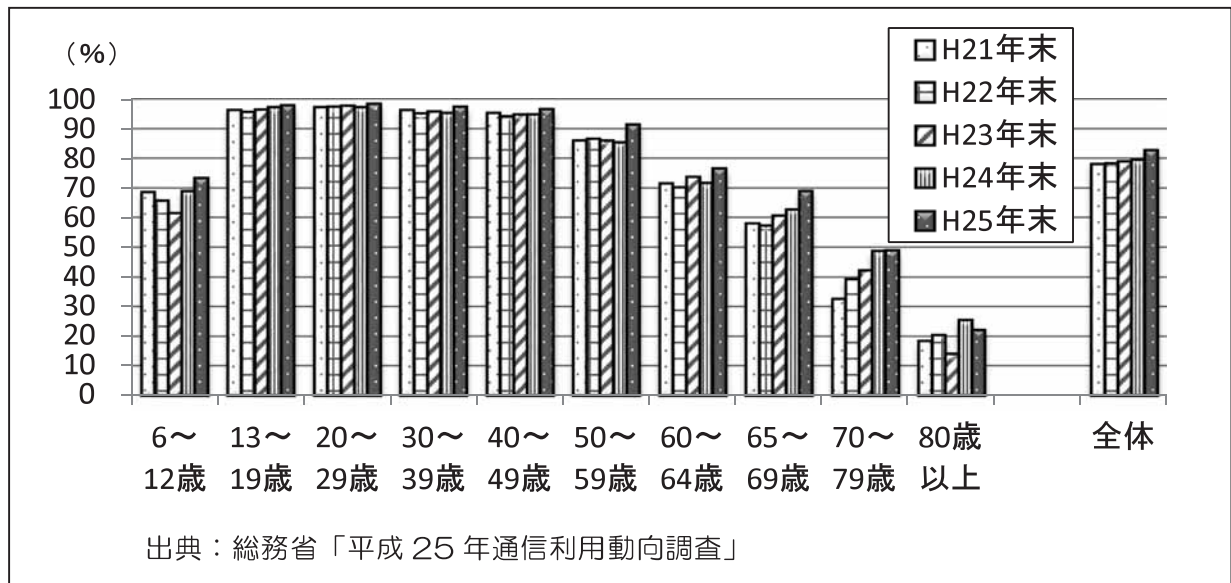
高齢者人口及び高齢化率の推移（広島県）



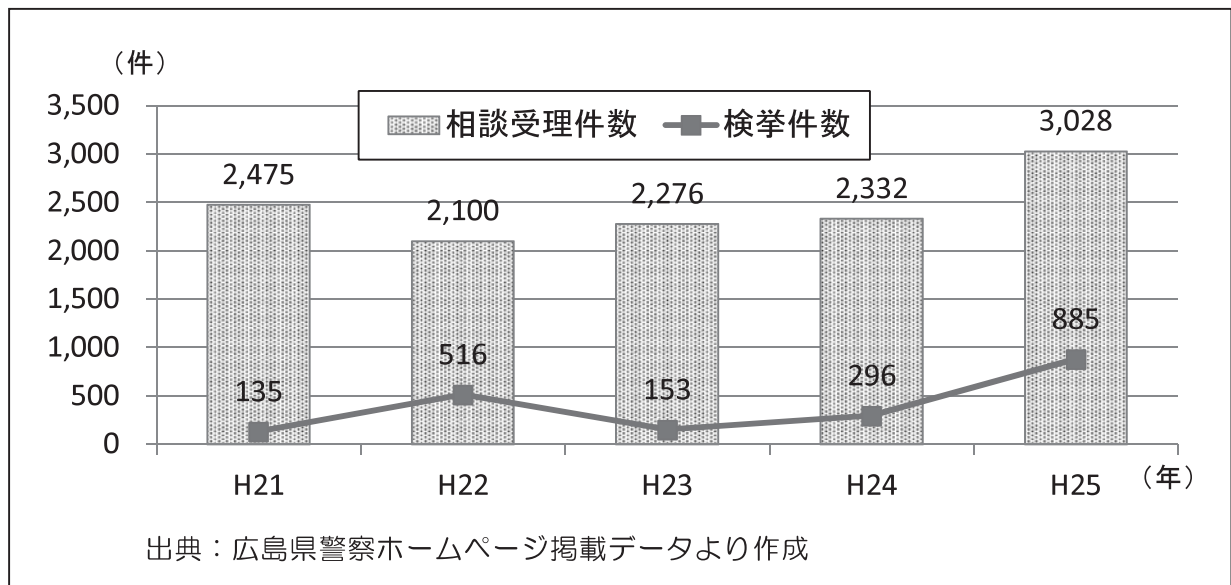
イ 高度情報化の進展

- 携帯電話やパソコン等の電子通信機器の急速な普及により、国内でのインターネットの個人利用率はおよそ8割にのぼります。特に、最近では高齢層での利用率が急速に伸びています。
- 一方で、インターネットは便利な通信手段である反面、匿名性が高いことから、消費者トラブルやサイバー犯罪が増加しているほか、個人情報の流出等の問題も生じています。

年齢階級別インターネット利用率の推移（全国）



サイバー犯罪の相談受案件数及び検挙件数（広島県）



ウ 規制緩和，消費生活の国際化の進展

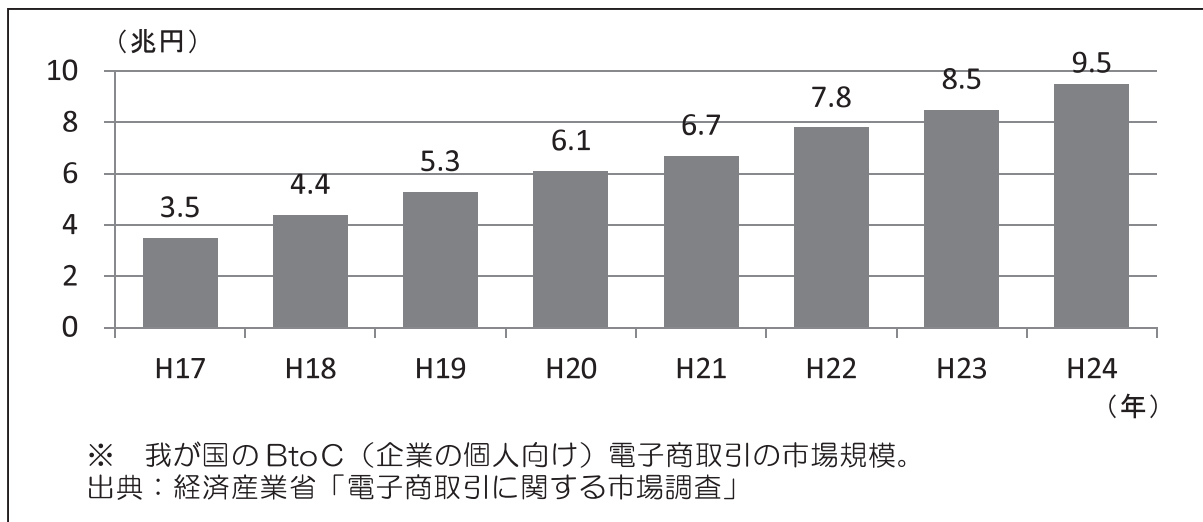
- 規制緩和は，新たな商品・サービスの提供をもたらし，消費者の利益が増進され，選択の機会が広がる一方，消費者にも，自己に最適な商品・サービスを選択するために，自ら関連する知識や情報を得る努力が求められるようになりました。
- また，国際化の進展によって，食料品，衣料品，電気製品等の様々な商品が我が国に輸入され，流通しています。

さらに，インターネット等を通じて消費者が自ら海外から商品を直接購入することも容易になりました。しかし，これに伴って商習慣や制度，安全基準の違い等により，輸入品の安全性や品質の問題等商品に関するトラブルが増えています。

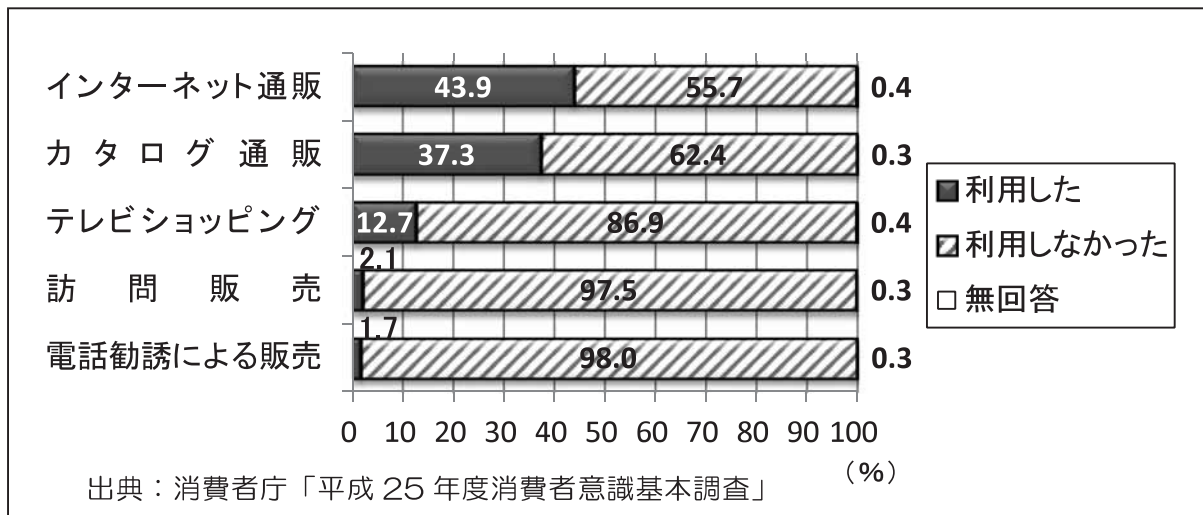
エ 取引形態の多様化

- 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。
- 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 17（2005）年の 3.5 兆円から平成 24（2012）年は 9.5 兆円と年々大きくなっており、消費者庁の「平成 25 年度消費者意識基本調査」では、この 1 年間でインターネット通販を利用した人は 43.9% にのぼります。
- しかし、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います。

電子商取引（全国）



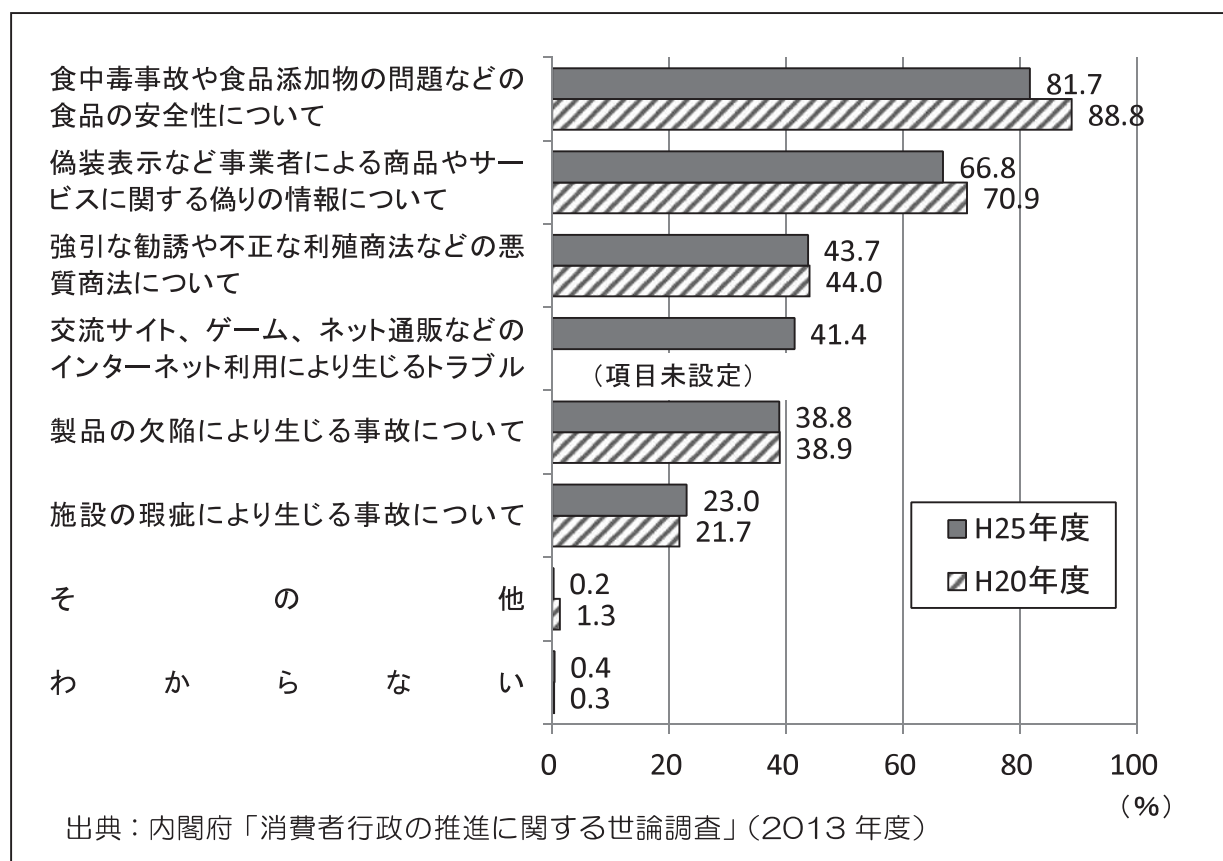
1 年間に利用した販売形態別の利用者割合（全国）



オ 環境，食等に対する関心の高まり

- 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。
このため，県内の消費者団体等では環境問題への様々な取組が行われています。
- また，近年，食品偽装表示，冷凍食品農薬混入事案等食品をめぐる消費者問題が繰り返し発生しています。平成 25（2013）年に全国的に発生した食品偽装表示を契機に，県内においても消費者の関心が高まり，表示に関する相談件数も増加しました。
- 内閣府が平成 25（2013）年度に実施した「消費者行政の推進に関する世論調査」によると，「食中毒事故や食品添加物の問題などの食品の安全性」，「偽装表示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。

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）



(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ました。その後の4年間に、相談員数や相談窓口の開設日数、PIO-NET^(※) 設置市町数も増加しました。
- しかし、平成 25（2013）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 9 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、県が平成 25（2013）年度に実施した市町相談員の意識調査によると、回答した相談員の 86%が相談技術に個人差があると認識しています。これは、経験年数、相談件数、一緒に働く相談員数等が要因であると考えられます。
- このため、県では、相談員の研修、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 を活用した共同相談等の実施など、市町の支援を行っています。
- さらに、複雑で高度な専門性が必要な分野の相談が増えていることから、弁護士等の専門家相談を実施しています。
- なお、相談員によるあっせんが不調に終わった場合には、様々な ADR（裁判外紛争解決手続）を活用して事案解決に取り組んでいます。広島県消費者苦情処理委員会においても平成 25(2013)年度に調停を 1 件行いました。

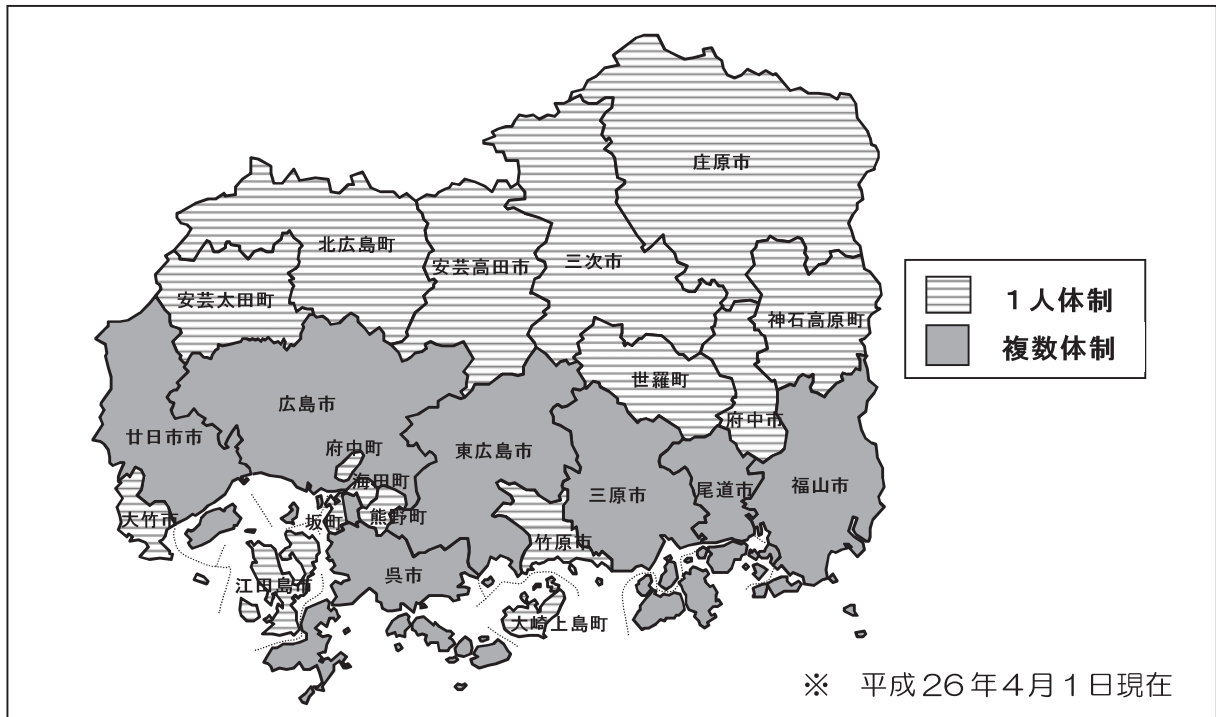
消費生活相談窓口の開設日数及び PIO-NET 設置に関する市町の状況（広島県）

開催日数	週6日	週5日	週4日	週2日	週1日	隔月1日
市町数 (うち PIO-NET 設置市町数)	1 市 (1 市)	9 市 4 町 (8 市 2 町)	2 市 (2 市)	2 市 1 町 (1 市)	3 町 (-)	1 町 (-)

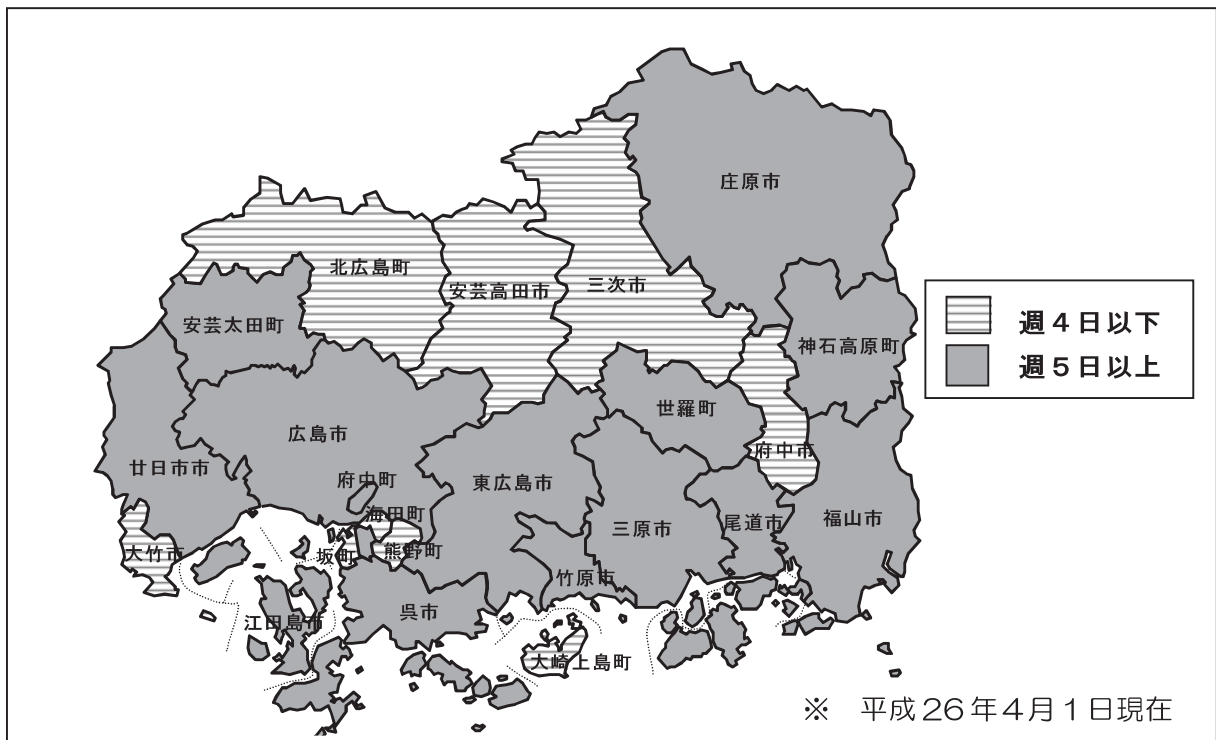
※ PIO-NET（パイオネット）

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。PIO-NET の端末を置くためには、専門の消費生活相談員を置くなど一定の条件がある。

市町別消費生活相談体制の人数（広島県）



市町別消費生活相談窓口の開設日数（広島県）



課題

県内の消費生活相談体制の更なる充実強化

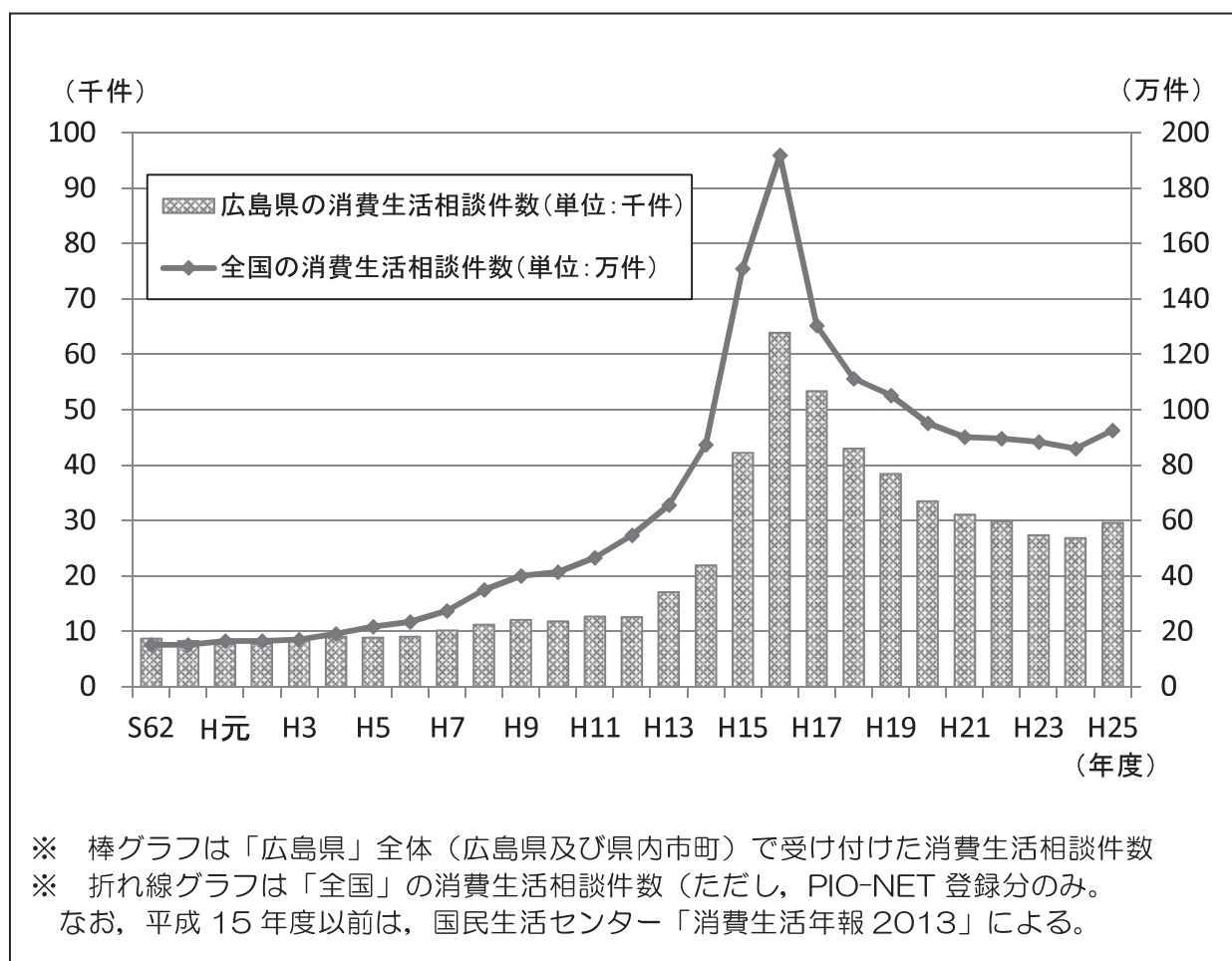
○ 県民が、いつでも、どこの消費生活相談窓口でも同様のサービスを受けることができ、複雑・困難な相談に的確に対応できる体制整備が必要です。

(3) 広島県における消費生活相談の状況

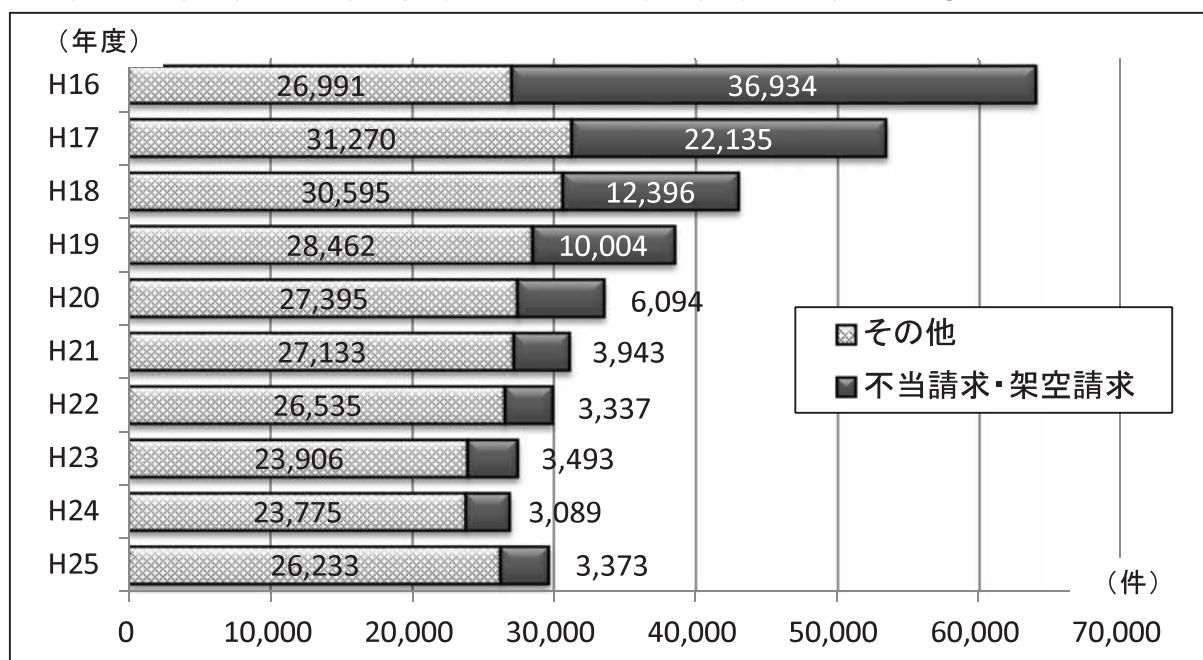
ア 相談件数

- 平成 25 (2013) 年度に県及び市町で受けた相談件数は、29,606 件で、平成 16 (2004) 年度以降減少し続けていた相談件数が 9 年振りに増加に転じましたが、近年は、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) 年度以降減少し続けた要因は「不当請求・架空請求」に関する相談が大幅に減少したことによるものです。
- 一方で、「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、ほぼ横ばいで推移しています。

消費生活相談件数（広島県及び全国）



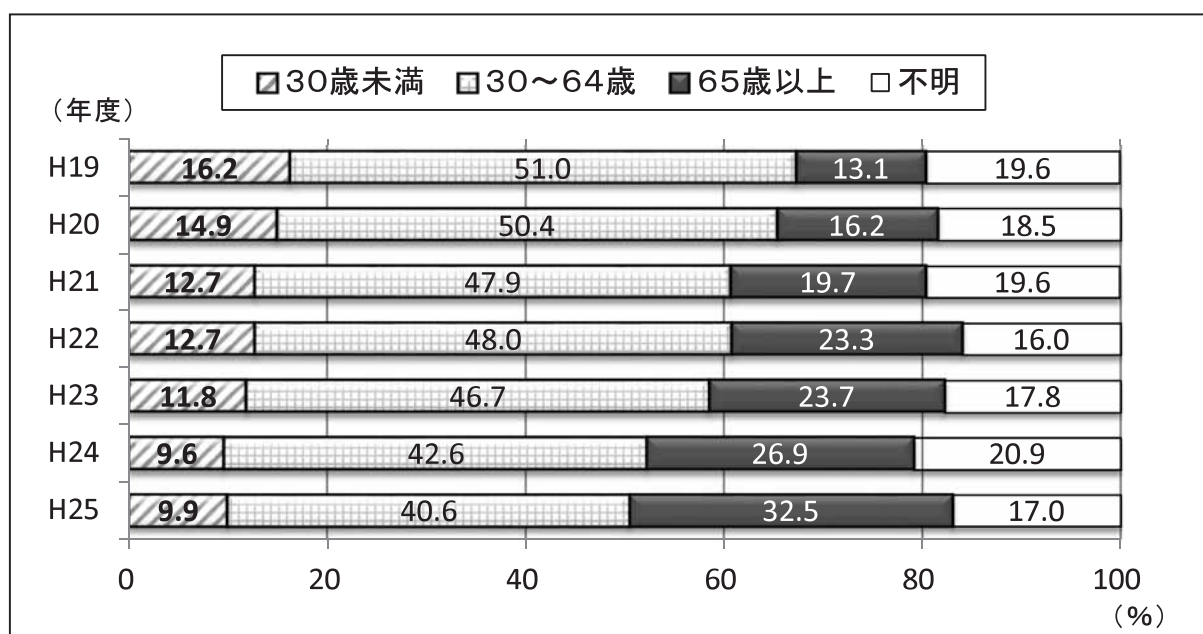
不当請求・架空請求の相談件数とその他の相談件数の推移（広島県）



イ 契約当事者の年齢

- 契約当事者の年齢別の相談状況をみると、65歳以上の高齢者の占める割合は、平成19（2007）年度の13.1%から、平成25（2013）年度には32.5%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25（2013）年度は9.9%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

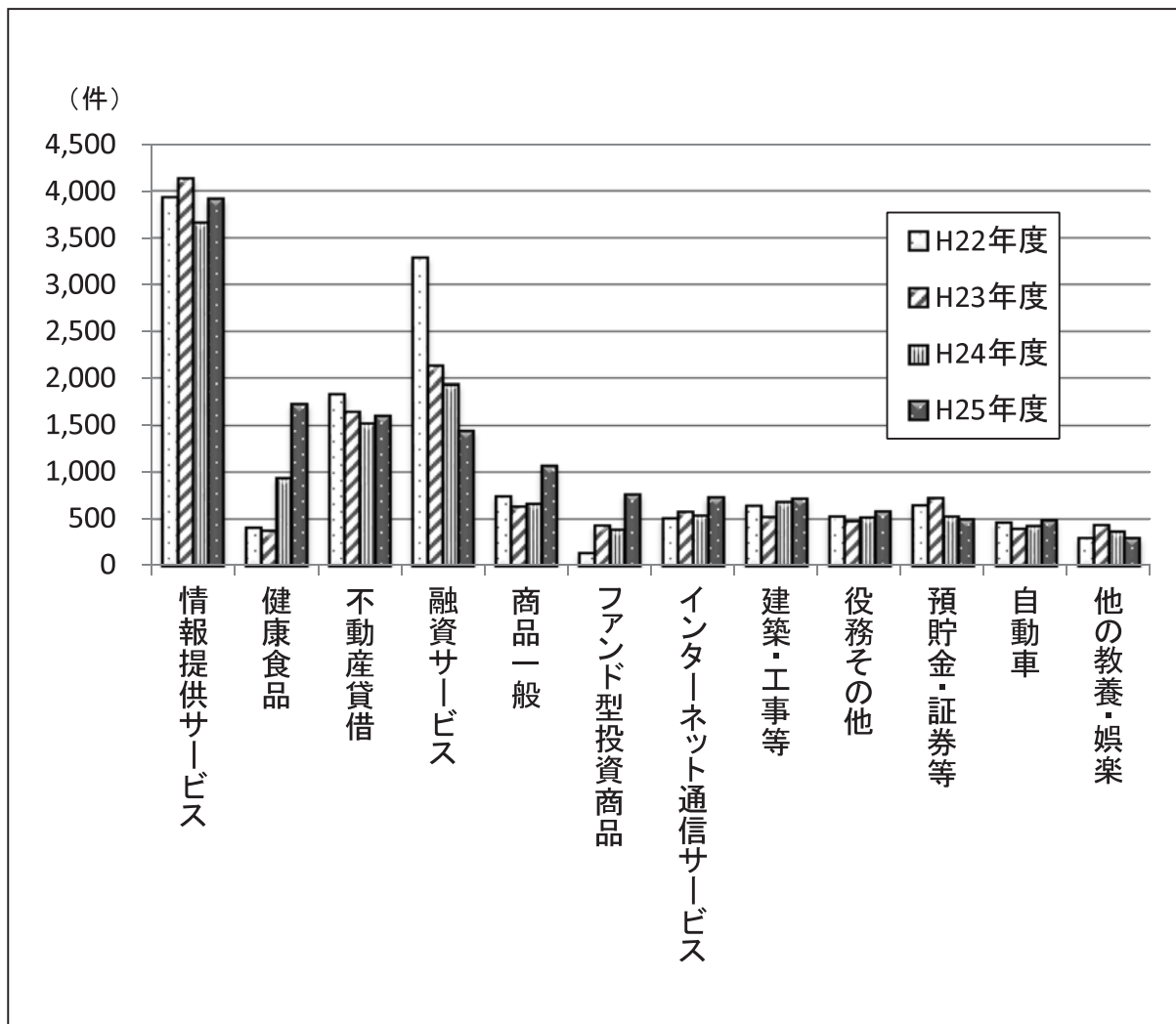
○ 平成 22（2010）～25（2013）年度の商品・サービス別の相談状況をみると、「情報提供サービス」に関する相談が特に多い傾向にあります。その大半は、ワンクリック請求等の「不当請求・架空請求」に関するものです。

これまで「情報提供サービス」に次いで多かった「融資サービス」に関する相談は大幅に減少していますが、依然として上位を占めています。

「健康食品」に関する相談は平成 24（2012）年度以降、急増しています。その主な要因は「健康食品の送り付け商法」にかかるものですが、平成 25（2013）年度の下期では、大きく減少しています。

このように、年によって相談件数が大きく変動するものがある一方、上位を占める「不動産貸借」、「インターネット通信サービス」、「建築・工事等」に関する相談件数は、いずれも大きな変動はありません。

主な商品・サービス別相談件数（広島県）



エ 年代別の傾向

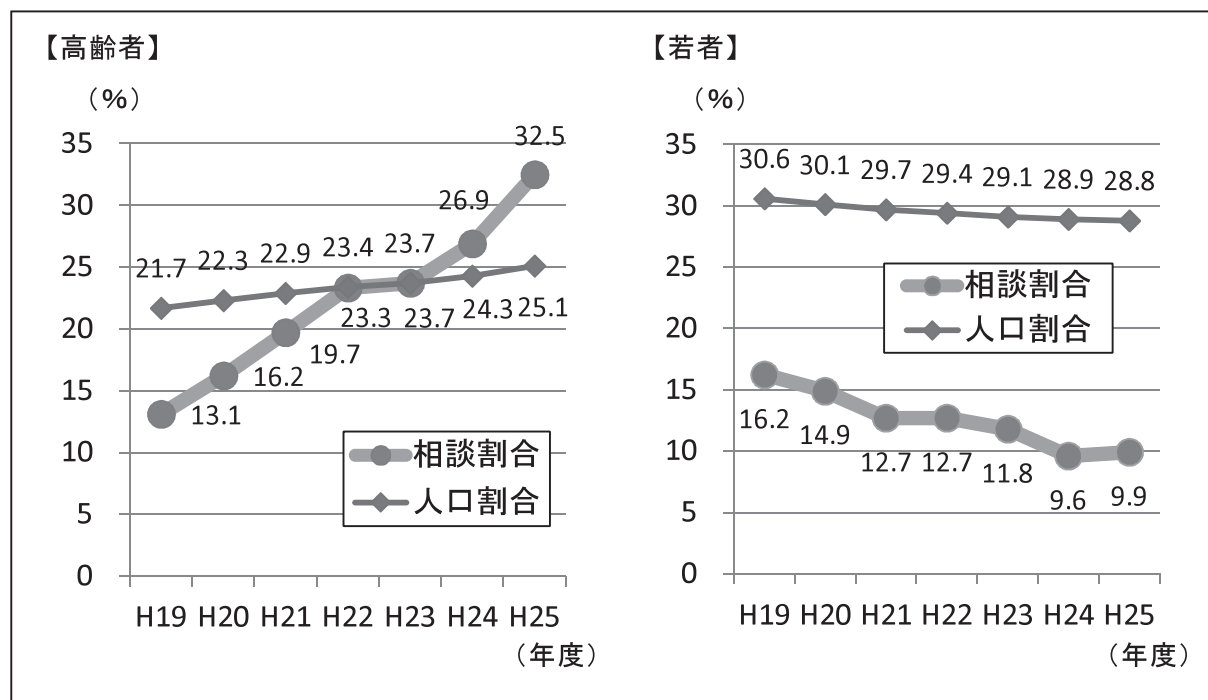
(高齢者)

- 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。
- 商品・サービス別の相談状況を見ると、平成 25 (2013) 年度では、「健康食品」、「ファンド型投資商品」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見ると、「電話勧誘販売」、「訪問販売」の占める割合が比較的高くなっています。このような形態の販売方法は、高齢者をターゲットとしたものが多いと考えられます。

(若者)

- 若者 (30 歳未満) 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。
- 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の相談割合も減少傾向にあり、全体の約 1 割にとどまっています。
- 商品・サービス別の相談状況を見ると、他の世代に比べて「情報提供サービス」に関する事案の割合が著しく高く、販売等の方法をみても、「通信販売」にかかる相談が 5 割を超えています。
これは、インターネット、携帯電話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。

総人口、全相談件数に占める高齢者、若者の割合 (広島県)



平成 25 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: %)

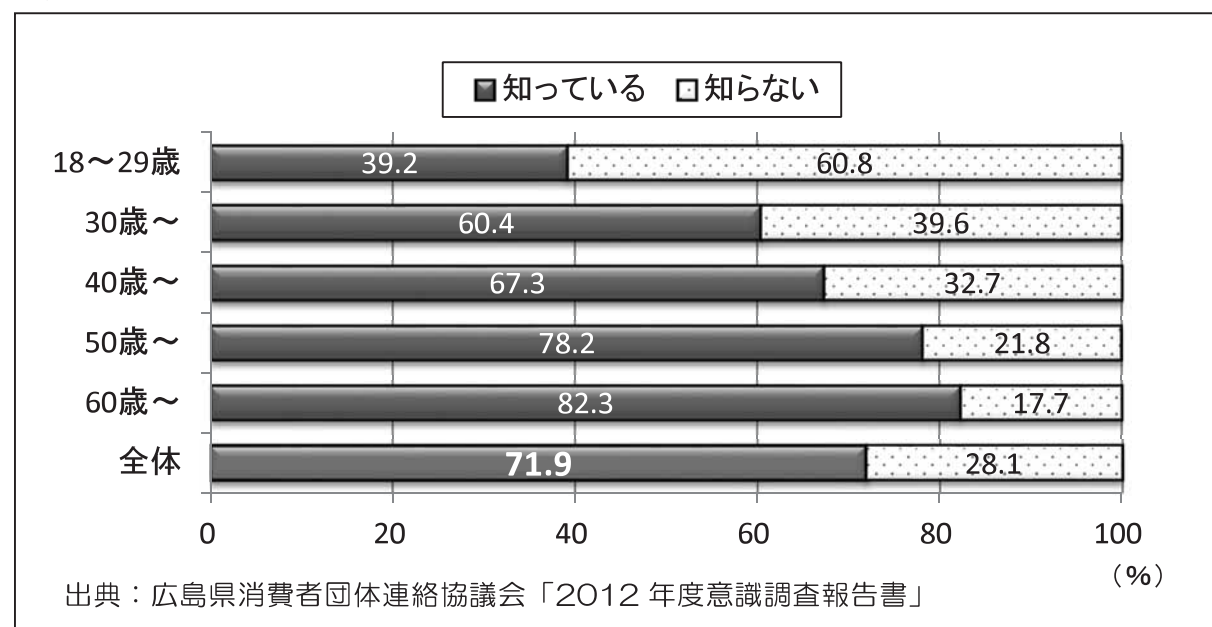
順位	65歳以上		30歳未満		全体	
①	健康食品	17.8	情報提供サービス	36.8	情報提供サービス	16.5
②	ファンド型投資商品	7.4	理美容	6.1	健康食品	7.2
③	商品一般	6.4	不動産貸借	5.5	融資サービス	4.7
④	情報提供サービス	5.3	融資サービス	4.8	商品一般	4.5
⑤	預貯金・証券等	4.7	自動車	3.5	不動産貸借	4.5
	その他	58.4	その他	43.3	その他	62.6

平成 25 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	電話勧誘販売	32.9	通信販売	51.7	通信販売	28.6
②	店舗購入	15.5	店舗購入	25.5	店舗購入	23.7
③	通信販売	15.4	訪問販売	4.3	電話勧誘販売	15.7
④	訪問販売	12.0	マルチ・マルチまがい	3.4	訪問販売	8.0
⑤	ネガティブオプション	3.0	電話勧誘販売	2.4	マルチ・マルチまがい	1.4
	その他	21.2	その他	12.7	その他	22.6

※ 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)



課題

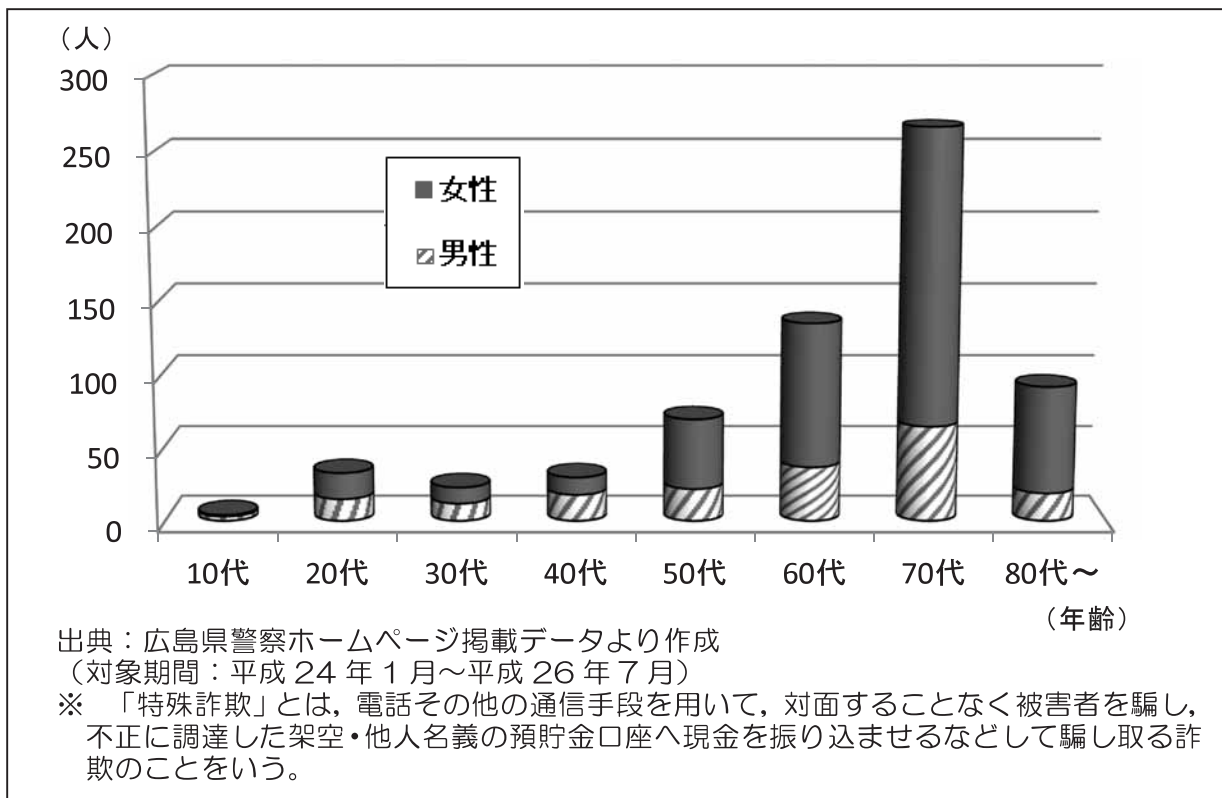
増加する高齢者被害への対応と潜在化する若者被害への対応

- 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、高齢者の見守り体制を充実強化する必要があります。
- 若者に対して相談窓口を周知し、消費者トラブルに遭ったときには相談するよう働きかける必要があります。

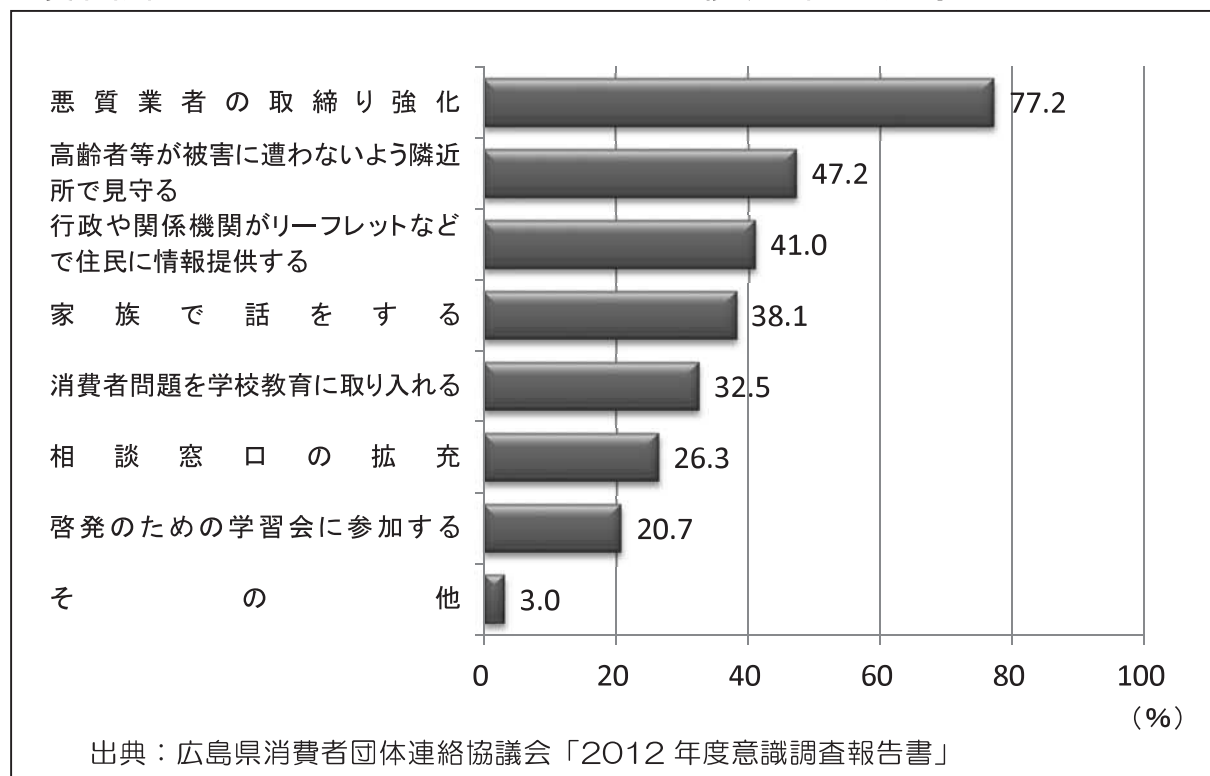
(4) 広島県における事業者指導等の状況

- 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「2012 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」を約8割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強化し、悪質事業者に対しては行政処分を実施しています。
- また、平成 25 (2013) 年度には、不適正な食品表示に関する問題が相次いだことから、景品表示法に関する事業者指導件数が倍増しました。

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）



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）

	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度
事業者指導（※1）	207	218	245	247	203
業務改善要請（※2）	9	12	9	6	10
行政処分（※3）	1	1	0	2	1

景品表示法に基づく事業者指導の状況（広島県）

（単位：件）

	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度
事業者指導（※1）	36	33	31	27	55

- ※1 「事業者指導」とは、事業者に対して、口頭により法令違反のおそれのある行為について、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

- 消費者が商品等を適切に選択できる機会を確保するためには、事業者に対して適正な情報を提供するように指導を強化していく必要があります。

(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 消費者教育に関する状況

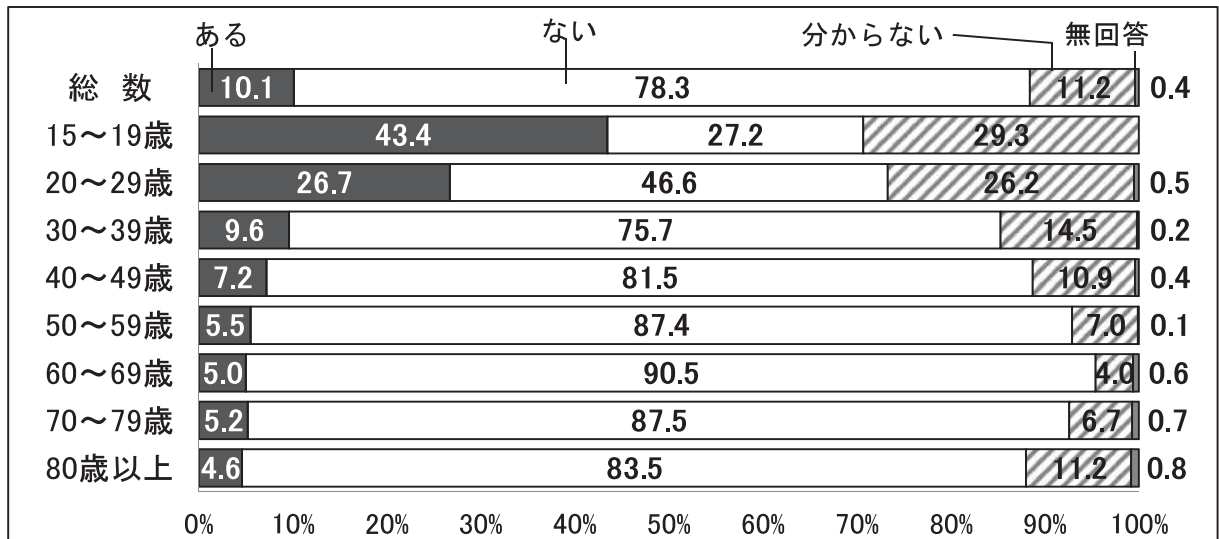
- 消費者庁の「平成 25 年度消費者意識基本調査」によると，消費者教育・啓発の受講経験があると答えた人の割合が約 1 割と低い状況になっています。

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 43.4%，26.7%と高いのに対し，50 歳以上では 5%前後にとどまっています。
- 消費者教育・啓発の受講機会は，「小中学校，高等学校の授業」が 56.1%で最も多く，次に 16.8%の「職場での講演会・勉強会等」となっています。

ただし，「小中学校，高等学校の授業」を内訳でみると，20 歳代では 84.0%であるのに対し，60 歳代では 4.3%となっています。

一方，「地域での講習会，勉強会等」は 14.8%ですが，20 歳代では 1.2%であるのに対し，60 歳代では 40.6%に上るなど，受講機会は年代により大きく異なっています。

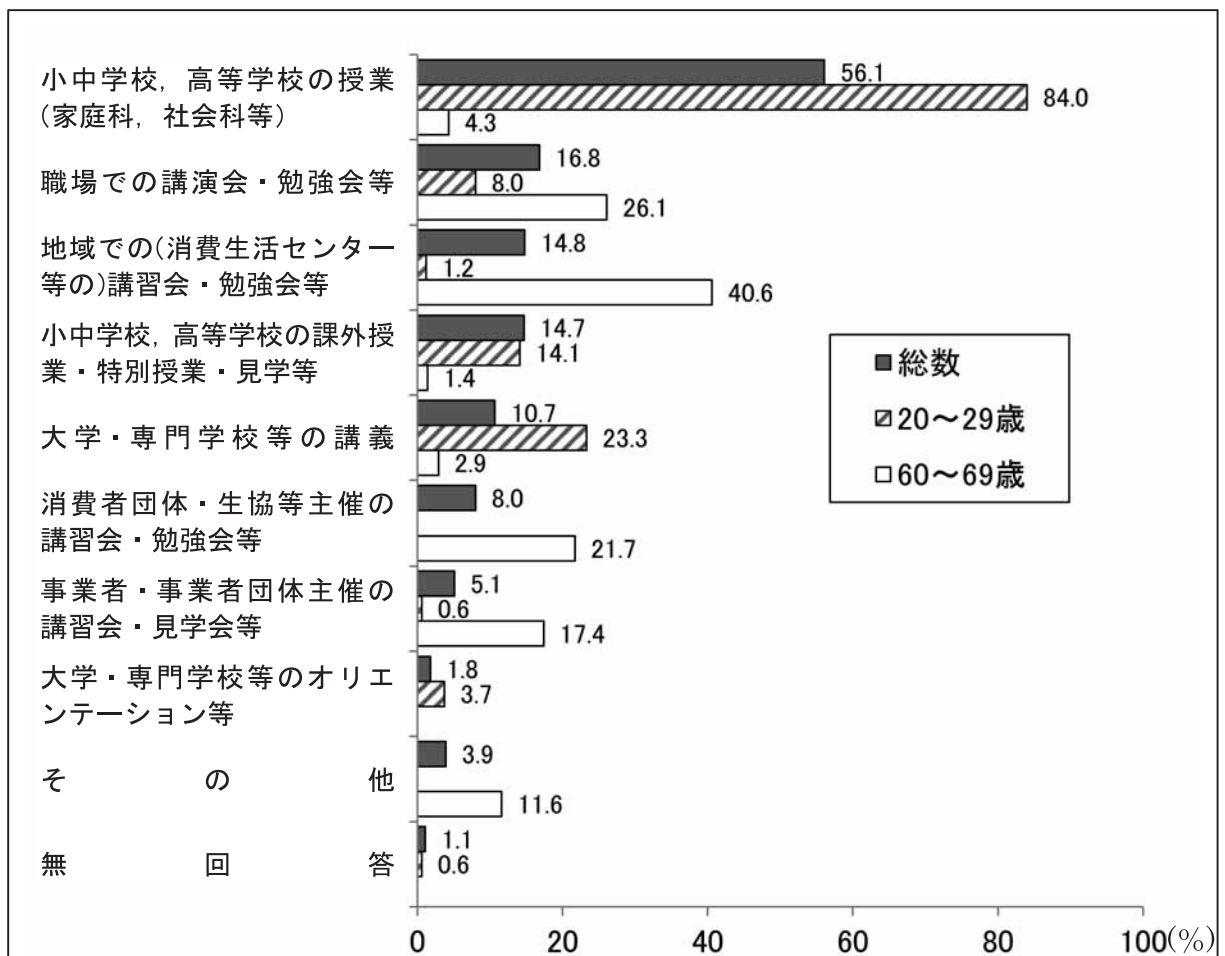
消費者教育・啓発の受講経験の有無（全国）



出典：消費者庁「平成 25 年度消費者意識基本調査」より作成

※ 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・啓発の受講経験があると回答した人の受講機会（全国，複数回答）



出典：消費者庁「平成 25 年度消費者意識基本調査」より作成

ウ 広島県の状況

- これまでも本県では、「第1次基本計画」において、「学習機会の拡大、消費生活に関する情報提供の充実」等の施策を通じ、「消費者の自立支援」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 25（2013）年度は県内 23 市町中 21 市町で講座等が開催されました。
- 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	H21 年度	H22 年度	H23 年度	H24 年度	H25 年度
実施自治体	県, 21 市町	県, 19 市町	県, 22 市町	県, 21 市町	県, 21 市町
回 数	281 回	272 回	260 回	340 回	344 回
県	17 回	21 回	15 回	19 回	19 回
市町	264 回	251 回	245 回	321 回	325 回

出典：広島県消費生活課「消費者行政の概要」平成 22 年度～平成 26 年度より作成

課題

消費者の自立支援に向けた消費者教育の充実・強化

- 消費者自らが、被害回避や被害対処のための能力を身に付けるための消費者教育の充実・強化を図ることが必要です。

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強化
	2 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。

県や隣接した市町のバックアップ体制が整備され、県内どこの消費生活相談窓口でも同様のサービスを受けることができます。また、窓口の役割が県民に理解され、相談しやすい身近な存在として認知度が向上しています。

安全・安心な消費生活を送れるよう、消費者被害を防止する様々な仕組みづくりが進められています。

関係機関等の連携体制が構築され、ライフステージに応じた消費者被害防止のための消費者教育が行われています。

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

市町相談体制の充実に向けた支援

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

重点項目3

消費者被害防止に向けた消費者教育の推進

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

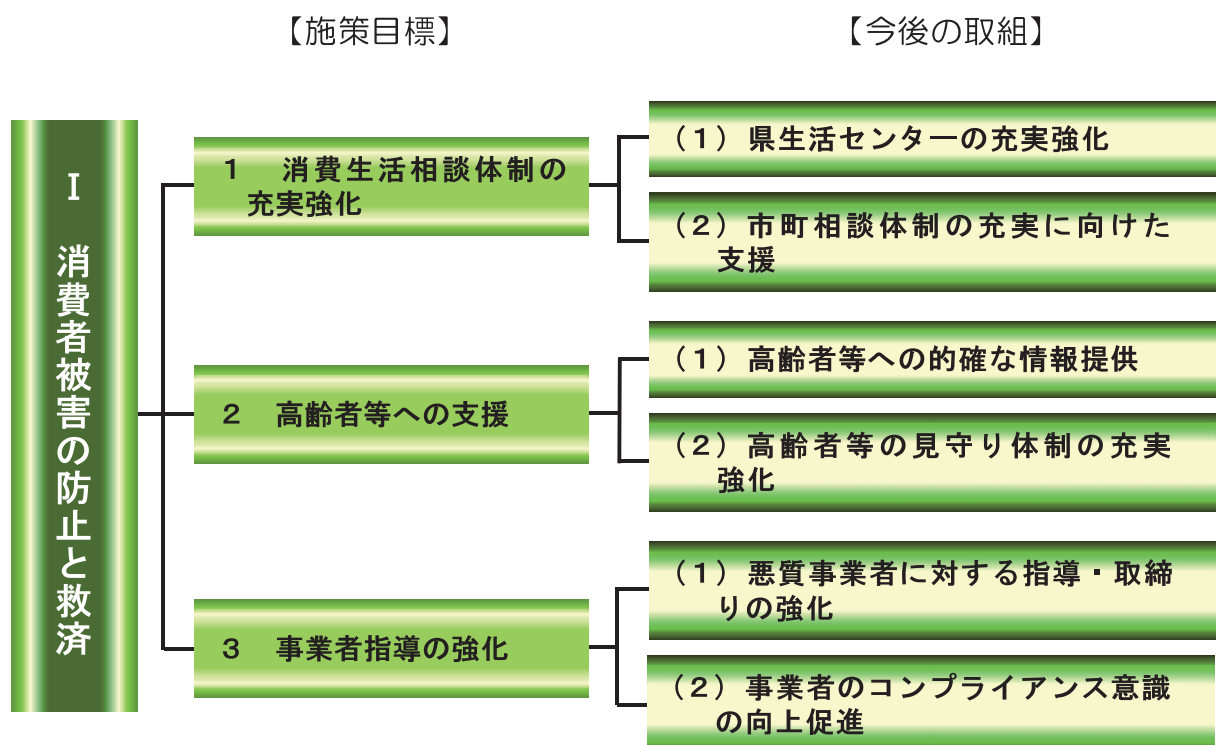
消費者行政の使命の一つは、すべての県民を、悪質商法をはじめとする様々な消費者被害・トラブルから守り、安全・安心な暮らしを確保することにあります。

県民が消費者被害に遭ったときは、身近な窓口で、いつでも、迅速かつ適切に対応できるよう相談体制を充実強化し、県民から信頼される相談窓口をめざします。

また、高齢者の消費者被害が増加していることから、高齢者等への的確な情報提供や見守り体制の充実強化に取り組みます。

さらに、消費者被害をもたらしている事業者に対しては厳正に対処する必要があることから、指導・取締りを強化し、消費者被害の減少に努めます。

「消費者被害の防止と救済」では、次の施策に取り組みます。



施策目標 : 1 消費生活相談体制の充実強化

めざす姿

- ◆ 県生活センターは、県内消費生活相談窓口の中核としての機能を備え、市町支援や複雑・困難な事案に的確に対応できる体制となっています。
- ◆ 県民に身近な市町消費生活相談窓口の体制が充実強化され、いつでも、どこの相談窓口でも、同様のサービスを受けることができます。

現状と課題

- 県生活センターでは、県民のニーズに合ったよりきめ細かなサービスを提供するとともに、効率的な運営を行うため、相談時間の延長や相談員の増加などに取り組んできました。今後は県内消費生活相談窓口の中核として、これまで以上に複雑・困難な相談にも的確に対応でき、窓口に対する信頼をより深めていくことが求められています。
- 県生活センターをはじめ県内すべての市町に設置されている相談窓口の存在は県民に周知されつつありますが、年齢層別の認知度に差があることから、すべての年齢層で、相談窓口の認知度を高め、利用向上につなげる必要があります。
- 特に、相談窓口の認知度が低い若者に対しては、より一層の啓発が必要です。
- 市町の相談窓口は、開設日や相談員の人数等が異なっていることから、どこの相談窓口でも同様のサービスを提供できるよう、市町への支援を充実させることが重要です。
- 高度情報化の進展や取引形態の多様化、巧妙化する悪質業者の手口の出現等に伴い、相談内容が複雑・多様化しているため、対応する相談員等の資質向上と専門家等との連携が不可欠です。
- PIO-NET 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、一部で迅速な情報発信等には十分活用できていない状況が見受けられ、また、PIO-NET 未設置の市町では、他市町の相談情報が分からないため、相談対応の参考にできないなどの状況もあります。

今後の取組

(1) 県生活センターの充実強化

【取組の方向】

- 県内の消費生活相談窓口の中核として、より高度で複雑な相談を適切に処理できるよう相談対応技術の向上や専門家等との相談ネットワーク機能の強化を図ります。
- 消費者被害の未然防止・拡大防止のため、PIO-NET の相談情報の早期集約と有効活用を図ります。
- 県内の相談員の資質向上を図り、相談体制を強化します。
- 市町や様々な相談窓口の周知を図り、その利用を促進します。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
県生活センターの窓口機能の強化	高度で複雑な相談を適切に処理できる相談対応技術の向上を図る。
専門家等との相談ネットワーク機能の強化	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。
	ICT を活用して、どこに住んでいても専門家等からの助言を受けられる体制を整備する。
相談員対象の研修の充実	県内の相談員を対象とした相談対応技術を向上させるための研修の充実を図る。
ICT を活用した相談対応に必要な知識・ノウハウの共有	ICT を有効活用できるよう、県と市町相談員対応の連携に関するマニュアルを作成する。
	相談対応技術の向上に向けて、ICT を活用し、相談処理に有益な知識・ノウハウを共有する。
県・市町相談窓口の認知度向上、利用促進	広報誌、ホームページ等を活用し、県内相談窓口の周知を図り、窓口利用を促進する。
	若者の利用が多いインターネット（ホームページや 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。

相談情報の早期の集約と有効活用	消費者被害の未然・拡大防止のため、市町と協力して、PIO-NET 入力を迅速化するとともに、蓄積された情報を早期に集約し、市町にフィードバックする仕組みを構築する。
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。

(2) 市町相談体制の充実に向けた支援

【取組の方向】

- 県内どこの相談窓口でも同様のサービスを受けられるよう、市町の相談窓口の充実強化を支援します。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
市町の相談体制の充実強化への支援	県へのエスカレーション（県・市町相談員の共同処理）の促進やICTの活用により、市町の相談体制の充実強化を支援する。
	県・市町の相談対応連携マニュアルを作成する。
	県の相談窓口と連携して対応することにより、市町相談員のレベルアップを図る。
	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。
PIO-NET 設置要件を満たさない市町を含めた全県的な相談情報の共有	PIO-NET 刷新（平成 27（2015）年 10 月予定）により、設置要件を満たさない市町に LGWAN（総合行政ネットワーク）等の代替システムの活用等を推進し、全県的な相談情報の共有を図る。
市町と情報交換できる場の拡充	担当者会議，巡回ヒアリング，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。

目標指標

項目	現状 (H25 年度)	目標	目標年度
消費生活相談窓口の認知度	71.9% (H24 年度)	80%	H31 年度
相談窓口を週5日以上開設する市町数	14 市町	全市町 (23 市町)	H31 年度
PIO-NET 設置又は LGWAN 等利用市町数	14 市町	全市町 (23 市町)	H31 年度

参考指標

項目	21 年度	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度
県内消費生活相談件数	31,076件	29,872件	27,399件	26,864件	29,606件
専門家相談の実施回数	27 回 ※1	46 回	39 回	34 回	34 回
県内消費生活相談員研修実施回数	18 回	20 回	19 回	17 回	14 回 ※2 (48 回)

※1 21 年9月から実施

※2 OJT 研修（市町相談員4人×12回）



電話相談対応の様子



面接相談の様子

施策目標 : 2 高齢者等への支援

めざす姿

- ◆ 県内すべての市町において、高齢者等^(※1)に対する消費者被害防止のための取組や見守り体制が充実強化されています。

現状と課題

- 高齢化が進展し、高齢者からの消費生活相談が著しく増加しています。なかでも、「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。
- また、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。
- 高齢者等の消費者被害を防ぐためには、高齢者等への働きかけに加え、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、高齢者等の見守りに関するウェブサイト「見守りねっと^(※2)」を運用し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、高齢者等の見守りサポーター養成研修をすべての市町で実施してきました。
- 今後はこうした取組を推進するとともに、各地域単位で見守り体制を整備し、充実強化を図っ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。

※2 メールマガジンやウェブサイトを通じて、高齢者等を見守る立場の人に、県内の最新の消費者被害の手口や見守りのポイント等の情報を迅速に提供するものです。

今後の取組

(1) 高齢者等への的確な情報提供

【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、講習会等を通じて高齢者等の自立を促進します。
- 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、高齢者等に効果的な情報提供を行います。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
高齢者等を対象とした講習会等の実施	警察が行う参加・体験型防犯講習会等、高齢者等を対象に効果的な講習会等を実施する。
高齢者等を対象とした効果的な情報提供	高齢者等の消費者被害状況等を踏まえ、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。



高齢者向け啓発冊子

(2) 高齢者等の見守り体制の充実強化

【取組の方向】

- 見守る立場の人に対する研修を実施した市町等に、研修受講者を中心に各地域に研修内容の取組を広げ、見守り体制を整備していくよう働きかけていきます。
- 高齢者等を見守る立場にある人等と連携し、地域での重層的な支援体制を充実強化します。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
高齢者等を見守る立場の人を対象とした研修の実施	各地域において、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を実施する。 市町が開催する見守り研修を支援する。
高齢者等の見守り体制の整備促進	市町に対して、研修受講者を中心に高齢者等を見守る体制を整備していくよう働きかける。 様々な機関・団体と連携を強化し、本来の業務に高齢者等が消費者被害に遭わないよう見守る視点を加えた見守り体制の整備を働きかける。
高齢者等を見守る立場の人への的確な情報提供の実施	「見守りねっと」(ウェブサイトやメールマガジン)等により情報を提供する。 NPO法人と連携して「見守りねっと」の登録を促進する。



消費者啓発劇の様子



高齢者を見守る立場の人向け啓発リーフレット

目標指標

項目	現状 (H25 年度)	目標	目標年度
高齢者等の消費者被害防止のための見守り体制がある市町数	6市町	23市町 (全ての市町)	H31 年度
「見守りねっと ^(※) 」メールマガジン登録者数	279人	3,000人	H31 年度

※ 事業開始時期：平成 25 年 10 月

参考指標

項目	21 年度	22 年度	23 年度	24 年度	25 年度
見守り情報 ^(※) 提供回数	—	—	—	—	26回

※「見守りねっと」における「注意喚起」等の情報提供（事業開始時期：平成 25 年 10 月）

見守りねっと～高齢者等の被害を防ぐ～



ウェブサイト「見守りねっと」画面

見守りねっと 広島

検索

施策目標 : 3 事業者指導の強化

めざす姿

- ◆ 消費者被害の未然防止・拡大防止に向けて、事業者に対し、特定商取引法等の法令に基づく指導が徹底されています。
- ◆ 消費者被害をもたらしている事業者に対する取締りが強化され、消費者被害が減少しています。

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を行っているところです。
今後も関係法令に関する指導を行い、事業者のコンプライアンス意識を向上させる必要があります。
- 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後を絶たないことから、こうした事業者に対して、行政処分を行うなど、厳正な対処を行う必要があります。
- 高速交通網の整備や情報通信技術の発達に伴い、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との連携を図り、県域を越えて違法行為を行う事業者に対して国や近隣県と同時に行政処分を行っているところです。
今後も国や近隣県と連携を深め、広域的に活動を行う事業者に対して効果的な取組を行う必要があります。

(1) 悪質事業者に対する指導・取締りの強化

【取組の方向】

- 悪質事業者に対する指導の強化を図ります。
- 消費者被害をもたらす悪質な行為を行う事業者に関する情報を迅速に収集・提供し、消費者被害の未然防止・拡大防止につなげます。
- 複数県において広域的に違法行為を行っている事業者に対しては、国や近隣県と連携して、効果的な指導や行政処分を実施します。
- 警察による悪質事業者の取締りを強化することにより、被害の拡大の防止と被害の抑止を図ります。

【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、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事業者に対しては、行政処分を行う。
消費者被害に関する情報提供体制の構築	警察との連携を強化し、詐欺的な行為等による消費者被害に関する情報提供体制を構築することによって、消費者被害の未然防止につなげる。
国及び近隣県との連携強化	国や近隣県との連携を強化し、広域的に違法行為を行う事業者に関しては、複数機関での情報共有を図るとともに、同時に調査を行い指導や行政処分を実施する。
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。

(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】

- 消費者が安心して商品・サービスを楽しむことができるよう、事業者のコンプライアンス意識の向上を図ります。

【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	<p>事業者団体への講師派遣，会議等への出席，啓発資料の作成・配布により，コンプライアンスを周知する。</p> <p>老人福祉法に基づく有料老人ホームについては立入検査や新規開設時の事前協議，県ホームページへの指導指針の掲載による周知等によってコンプライアンスを推進する。</p> <p>建設業法に基づく事業者に対する指導監督や説明会の実施により，建設業法の遵守を推進する。</p> <p>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等により，建築関係者へのコンプライアンス意識の向上を図る。</p>
公益通報者保護制度の周知啓発	<p>県ホームページにより，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。</p>

基本的方向：Ⅱ 消費者の選択の機会と安全・安心の確保

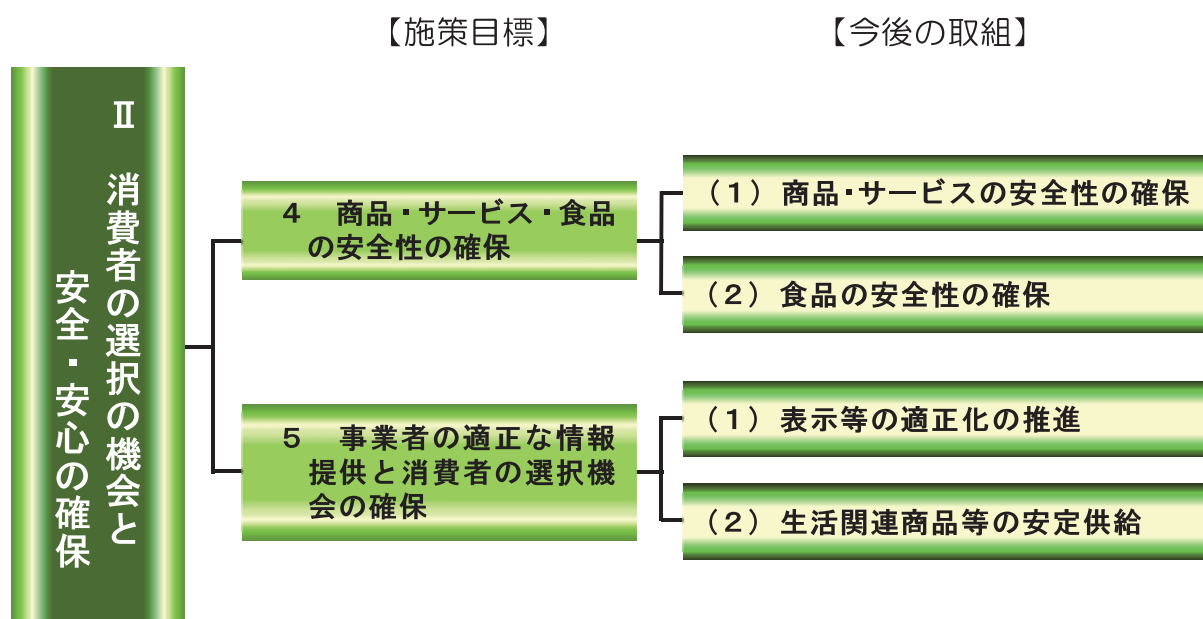
消費者が自主的・合理的に商品・サービス・食品を選択するためには、商品・サービス・食品の安全性の確保や表示等の適正化が求められています。

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・食品の提供を受けたり、適正に選べる環境の確保に取り組みます。

「消費者の選択の機会と安全・安心の確保」では、次の施策に取り組みます。



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、消費者が安心して商品等を適切に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は、消費者に迅速に提供されています。

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。
- 県や関係団体等で構成する「広島県食品安全推進協議会」を設置し、食品の安全性の確保を推進しています。
- 食品表示問題や産地偽装等が社会問題化するなど、食に関する消費者の不安が増大していることから、事業者に対しては適正な表示を徹底していく必要があります。
- 消費者事故や消費者被害が発生した場合には、被害の拡大防止に向けて消費者への迅速な情報提供が求められています。

(1) 商品・サービスの安全性の確保

【取組の方向】

- 各種法令に基づく立入検査等を実施し、商品・サービスの安全性を確保します。
- 消費者事故や消費者被害が発生した場合には、迅速に情報を提供します。
- 事業者に対して、商品・サービスの安全性確保に向けた取組を促進します。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
各種法令に基づく指導	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。
	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。
消費者事故等の迅速な情報提供	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。
	国等からの製品の事故情報等について、市町への通知、ホームページの活用等により県民に対して迅速に情報提供する。
	警察において、消費者事故等の情報を認知した際に備えて、庁内関係部局との即報体制を継続維持していく。
商品・サービスの安全に関する情報提供	医療・介護・薬品や消防関係製品等、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。
住宅に関する制度等の普及啓発	住宅性能表示制度や長期優良住宅といった、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。
事業者団体との協議や情報交換の場の設置	商品・サービスに係る各分野の事業者団体との協議や情報交換の場を設置し、情報を共有できる体制を構築する。

(2) 食品の安全性の確保

【取組の方向】

- 食の安全に関する消費者問題に対し、庁内関係部局の一体的な取組を促進します。
- 食品に関する事故等の情報を、迅速に収集し提供できる体制を構築します。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
食の安全に関わる庁内関係部局との連携	広島県食品安全推進協議会における関係部局との連携を図り、食の安全に関する消費者問題に対し、一体的に取組を促進する。
食品の安全に関する情報提供	被害の拡大を防ぐため、食品の安全に関する情報は、迅速に消費者に提供する。
	警察において、食品に関する事故等に備えて、即報体制の継続・維持を図る。

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

- ◆ 事業者からの情報が消費者に適正に提供され、消費者が、商品・サービス・食品を適切に選択できる機会が確保されています。

現状と課題

- 高度情報化、規制緩和、国際化の進展に伴い、商品に関する情報量が増大していることから、消費者が商品等を適切に選択できる機会を確保するためには、事業者による適正な情報提供が求められています。
- 平成 25（2013）年度に発生した食品表示問題により、事業者、消費者双方の関心が高まっています。表示には様々な法令が関連しており、所管する部局も多岐にわたっていることから、関係部局のより一層の連携が求められています。
- 食品表示問題を受けて、平成 25（2013）年度に景品表示法が改正され、県の権限強化や事業者の責務が加えられたことから、事業者に対して、景品表示法の内容の周知を図る必要があります。
- 緊急時に備えて、生活関連商品の供給を確保する体制を構築しておくことが必要です。

(1) 表示等の適正化の推進

【取組の方向】

- 消費者が適切に商品・サービス・食品を選択できるよう、表示等に対する事業者の意識向上を図ります。
- 不適正な表示等を行う事業者に対する指導の強化を図ります。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
表示、計量、広告に関する適正表示の普及啓発	国と連携したセミナー等を通じて、事業者に対して、適正表示の普及啓発を図る。
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、県庁内の関係部局が連携して情報共有し、一体的に推進する。
景品表示法に基づく事業者指導の強化	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。
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。
公正取引協議会の取組の支援	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。

(2) 生活関連商品等の安定供給

【取組の方向】

- 生活関連商品等の安定的な供給を図るため、物価等の動向を把握し情報提供します。
- 緊急時には、条例に基づく対応や県と関係団体で締結している協定等により、生活関連商品等の安定確保に努めます。

【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、ホームページ等を活用して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	生活関連商品等の価格等に重大な影響がある場合には、条例に基づく物資の指定・調査等を実施する。
	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、職場、家庭・地域等様々な場において、すべての県民が5つの力を育むことをめざし、消費者教育を総合的・一体的に推進します。

育む力

▶ 持続可能な社会を視野に入れた消費行動をする能力

- ～ 自らの消費行動が環境、経済、社会及び文化等の幅広い分野において、自分のみならず他者に影響を及ぼす可能性があることを理解し、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

▶ 安全な商品等やサービスを選択する能力

- ～ 商品等やサービスに関する情報収集に努め、安全性に関する表示等を確認し、危険を回避できる力

▶ 生活（家計）の経済的管理ができる能力

- ～ 適切な情報収集と選択によって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

▶ 消費生活上の法的問題（契約等）を理解する能力

- ～ 商品等やサービスによる事故・危害が生じた際に、事業者等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
- ～ 契約締結によって生じ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、トラブルを回避できる力

▶ 消費生活に関する情報を収集・活用する能力

- ～ 高度情報化社会において、情報や通信技術の重要性を理解し、情報の収集・共有により消費生活の向上に役立てることができる力
- ～ 情報、メディアを吟味して適切な行動をとるとともに、個人情報や知的財産の保護等を実行し、様々な情報を読み解く力を身に付け活用できる力

かしこい先生

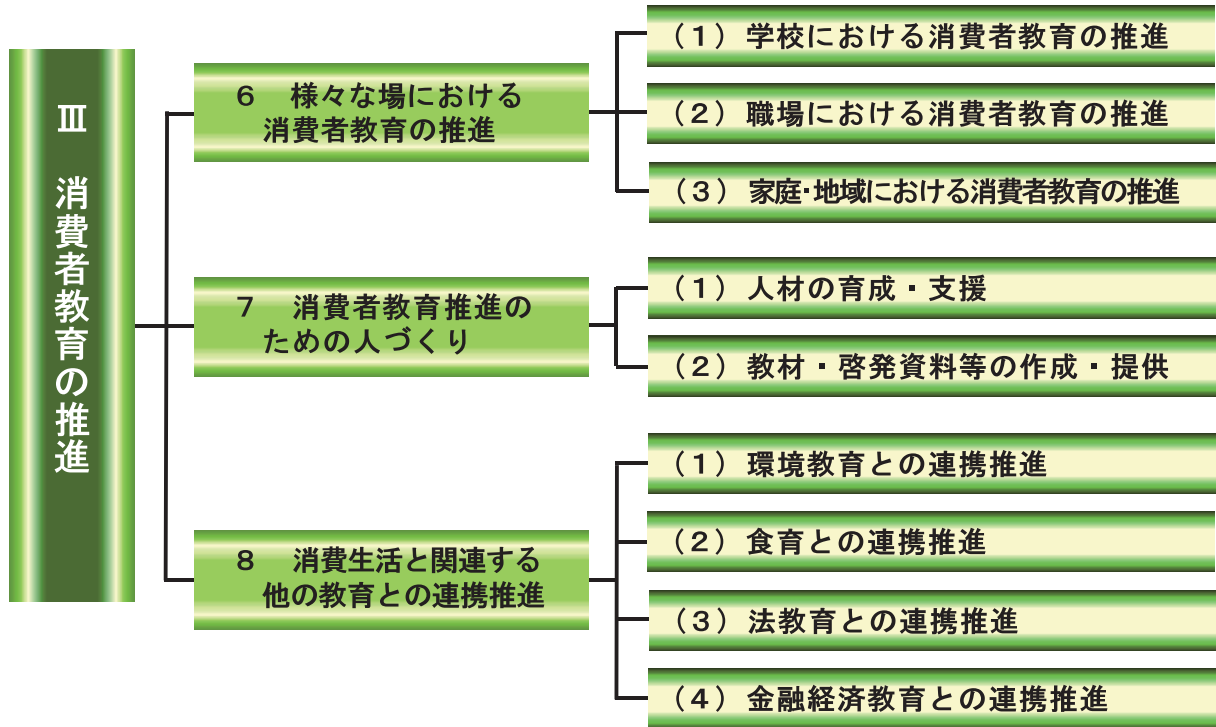
〔広島県高齢者向け消費者啓発キャラクター〕



「消費者教育の推進」では、次の施策に取り組めます。

【施策目標】

【今後の取組】



消費者被害防止啓発講座の様子

(左上) 小学校高学年向け DVD 教材

(左下) 中学生向け DVD 教材

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

- ◆ 様々な場で、消費者教育を受けることができる機会が提供されています。
- ◆ 県民が、日常生活の中で、質の高い判断力と意思決定能力を備えた行動ができるよう消費者教育が推進されています。

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。また、受講した内容は消費生活に関連する制度・法律等を知る機会になっていることから、様々な場で消費者教育を受けることができる機会を提供していく必要があります。
- 消費者問題に関心がある人は、様々な機会を捉え受講し意識を高めている一方、関心を持たない人もいることから、関心を持たない人に対する啓発も必要となっています。
- 社会の変化やその時々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、被害者が加害者になる場合もあります。また、消費者は社会に出れば生産者・販売者・サービス提供者でもあります。生産者等の立場であっても、消費者の視点を持ち、加害者になることのないような教育に努めることが重要です。
- 情報化社会の進展に伴い情報通信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」を育むことをめざして、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、表現力等の能力を育み、主体的に学習に取り組む態度を養うことが理念とされています。

平成20(2008)年に改訂された小学校・中学校の学習指導要領及び、平成21(2009)年に改訂された高等学校・特別支援学校の学習指導要領では、この理念に基づき、消費者教育に関する内容も充実されました。

- 大学・専門学校等の学生は、親元を離れて生活しアルバイトを始めるなど、社会との関連が深まり経済活動の範囲も広がる時期であります。

さらに、成人に達する20歳からは、消費者の権利とともに責任も大きくなる時期でもあります。

このため、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に、学生に対して消費生活や消費者問題に関する各種の情報や知識の提供を行っていくことが必要です。

【職場】

- 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。

【家庭・地域】

- 家庭教育はすべての教育の出発点であることから、保護者等が子ども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、携帯電話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。
- 高齢者等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を行うことに加えて、民生委員や介護支援専門員（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。
- こうしたことを支援するには、それぞれの地域の特性に応じた身近な場所での取組が効果的ですが、消費者問題を扱った啓発講座等が少ないことや、実施していても全ての市町で毎年行っているわけではないことから、地域での一層の取組が求められています。

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推進します。
- 学校に対して、消費生活に関する情報提供や専門家を活用した講座や教室等の情報提供を行い、積極的な活用を働きかけることにより、消費者教育の充実に向けた支援を行います。
- インターネットを利用する上で、身に付けておかなければならない知識や消費者トラブルの情報等を積極的に提供します。

【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	県、市町、関係団体等が実施している出前講座等の情報を集約して消費者教育情報を県のホームページ等で提供するとともに、各学校に情報を提供し、積極的な活用を働きかけ、学校での活用を促進する。
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。
	県警のホームページ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。

● 大学・専門学校等

【取組の方向】

- 大学・専門学校等に積極的に働きかけて、出前講座等の開催の増加をめざします。
- 学生に対しては、大学・専門学校等を通じて、若者が巻き込まれやすいマルチ商法やインターネット関係の消費者トラブル等の情報を提供するとともに加害者にならないための啓発を行います。

【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出前講座等の開催の促進	県、市町、関係団体等が実施している出前講座等の情報を集約して消費者教育情報を県のホームページ等で提供するとともに、大学・専門学校等に対して、出前講座等の積極的な活用を働きかけ、開催を促進する。
消費生活に関する啓発資料等の大学生等への提供	若者が巻き込まれやすい消費者トラブルについて、啓発資料等を大学・専門学校等を通じて学生等に提供する。
	若者の利用が多いインターネット（ホームページやSNS）等を活用し、消費者被害防止情報を提供する。
学生等に対する防犯情報の提供	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。
	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。
被害防止に向けた様々な広報活動の推進	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。
	県警のホームページ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。

(2) 職場における消費者教育の推進

【取組の方向】

- 事業者に対して、消費生活に関する研修等の開催を働きかけるとともに、出前講座の案内、消費生活に関する情報、防犯情報等を提供します。

【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促進	商工会議所や商工会連合会等の団体を通じ、事業者に対して、出前講座等の積極的な活用を働きかけ、研修会等の開催を促進する。
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。
	県警のホームページ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。
職域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	職域における防犯意識を高めるため、職域安全推進連絡員、職場防犯リーダーに対して、犯罪情報官速報を提供する。
	職域安全推進連絡員等を対象として、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。

(3) 家庭・地域における消費者教育の推進

● 家庭

【取組の方向】

- 就学前の幼児にとって身近である幼稚園・保育所等に対して、遊びながら学べる教材等の紹介や情報の提供を行います。
- 携帯電話やインターネット等の情報機器の使い方など家庭でのルールづくり、商品・サービスに関する情報の正しい理解など、児童・生徒と保護者等が家庭内で消費生活について話すことができるよう保護者等に情報を提供します。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
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。
保護者等に対する情報提供	市町への情報提供やメールマガジン、県のホームページへの掲載等により、保護者等に対して幼児の安全に関する消費生活情報の提供を行う。
親子で学べる講座等の情報提供	親子セミナー等各種団体等が実施している講座等の情報を集約して、県のホームページに掲載する等により情報提供する。
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。 県警のホームページ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。

【取組の方向】

- 若者や高齢者等の消費者が自ら進んで消費生活について知識を深めることができるよう、啓発に取り組みます。
- 特に、商品・サービスに関する情報の正しい理解やインターネット等に関するトラブルの情報について積極的に提供します。
- 地域での見守り活動等を支援するため、各種広報媒体を活用した県民への啓発や消費者被害の未然防止・拡大防止のための情報を提供します。
- 消費者問題に関心を持たない人や講座等への参加が難しい人に対しては、消費者被害の未然防止・拡大防止のための情報について各種広報媒体を用いて啓発に取り組みます。
- 市町に対して、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に行うよう働きかけるとともに、講師に関する情報や啓発資料の提供を行います。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
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・テレビや新聞等の広報媒体や様々な集会を活用し、消費者問題に関心を持たない人や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。
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。
	県立図書館と連携して消費生活等に関するテーマで資料展示、啓発資料等の配布を実施する。
	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。
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。
若者の消費者被害防止の推進	若者消費者被害防止サイトの運営やイベント等により、若者に相談窓口の周知や消費生活関連の情報提供を実施する。

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	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。
	「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。
	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。
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。
	県警のホームページ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。
市町における啓発講座の開催促進	啓発講座等がきめ細かく開催されるよう、市町に働きかける。
	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」等により提供する。
各市町等への消費者教育に関する情報提供	国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 連合会に対して、速やかに提供する。

目標指標

項目	現状 (H25 年度)	目標	目標年度
県・市町開催の啓発講座等の実施状況	県, 21 市町	毎年度 県, 全市町 (23 市町)	H31 年度
	344 回	毎年度 現状以上の 回数	H31 年度



若者消費者被害防止イベントの様子



県立図書館での啓発資料展示



「消費者のつどい」の様子

施策目標 : 7 消費者教育推進のための人づくり

めざす姿

- ◆ 新たな消費者教育の担い手が県内の様々な場で積極的に活動しています。
- ◆ 消費者教育や啓発活動の推進役となる人材のレベルアップが図られています。
- ◆ 様々な場やライフステージに応じて、消費者教育のための教材や啓発資料等が提供され、積極的に活用されています。

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教育を受けることができるためには、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。
- 本県では消費者教育に携わる講師の養成やレベルアップに取り組んでいますが、更なる消費者教育や啓発活動を推進していくためには、推進役となる人材のすそ野を広げるなど、質・量ともに充実していくことが重要です。
- 消費者教育DVDや啓発リーフレット等を作成し配布するなど、教材や啓発資料等の充実を図っていますが、より一層効果的な活用を図るため、教材・啓発資料等の提供だけでなく、活用方法の事例紹介等を行うなどによって活用の促進に努める必要があります。

今後の取組

(1) 人材の育成・支援

【取組の方向】

- 県生活センターにおいて、消費者教育の担い手育成を支援するなど、人材育成の拠点化に向けた取組を行います。
- 消費者教育の推進役となる教職員を対象として、その指導力の向上を図るための研修を実施します。
- 消費者啓発講座の講師を務める人材の育成にも取り組みます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
消費者教育の担い手育成	相談員のレベルアップ研修等を実施し、市町が消費者教育を推進していくための人材育成を支援する。
教職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職員を対象に、消費者教育に関する講義や演習を行うことにより、より質の高い消費者教育の実践につなげる。
消費者啓発講座等の講師養成研修の実施	消費者啓発講座内容のより一層の充実を図るため、講座講師登録者等を対象とした研修会を実施する。
国が実施する講座等への参加及び講座等の情報提供	国や（独）国民生活センターが実施する消費者教育講座等に職員を派遣し、レベルアップを図るとともに市町等へ講座等の情報提供を行い、参加を促す。

(2) 教材・啓発資料等の作成・提供

【取組の方向】

- 県生活センターにおいて、消費者教育に関する情報を集約、発信することなどにより、消費者教育の情報の拠点化に向けた取組を行います。
- 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、有効活用を図ります。
- 国や他都道府県、消費者団体、事業者等が作成し、県が所有する様々な教材や啓発資料等を消費者教育に携わる機関に提供することにより、有効活用を図ります。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
消費者教育情報の集約及び発信	県、市町、関係団体等が実施している出前講座等の情報を集約し、消費者教育関連情報として整理、発信する。
教材・啓発資料等の作成及び配布	学校等で活用できる教材や若者・高齢者向けの啓発資料等を作成・配布する。
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のホームページに掲載するとともに、教材等の活用を希望する者に貸し出す。

参考指標

項目	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度
教育指導者研修会の実施回数	1回 17人	1回 104人	1回 22人	1回 16人	1回 20人
啓発講座講師研修の実施回数	2回 89人	2回 51人	1回 25人	2回 67人	1回 24人

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

- ◆ 環境教育，食育等，消費生活と関連する施策と連携した教育が効果的・効率的に推進されています。

現状と課題

- 大量生産，大量消費，大量廃棄の経済社会では，資源やエネルギーの消費量も増加の一途をたどっており，地球温暖化のような環境問題に対しては，省資源・省エネルギー等環境に配慮した行動など，持続可能な社会の形成に向けた取組の推進が求められています。
また，「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し，健全な食生活につなげていくことも大切です。
- 併せて，契約取引が複雑・多様化していることや，様々な悪質商法が出現し複雑・巧妙化していることから，自立した消費生活を営む上では，契約等に関する法律の理解や金融に関する知識・判断力の向上など，幅広い知識が必要となっています。
- これらの環境教育，食育，法教育，金融経済教育等に関連する施策は，消費者教育と重なる部分が多くあることから，これらの教育と消費者教育を関連づけて行うことによる相乗効果が期待されています。
- 関係団体等によって，その得意分野や専門性を生かした様々な活動が行われていることから，こうした関係団体等と連携しながら，消費者教育を効果的に推進していく必要があります。

今後の取組

(1) 環境教育との連携推進

【取組の方向】

- 環境教育は、持続可能な消費の実践をめざす消費者教育との関わりが深いことから、これとの連携を図ることで消費者教育の効果を高めます。
- 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。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
環境学習の講師の派遣	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の講師を派遣する。
「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。

(2) 食育との連携推進

【取組の方向】

- 食育は、栄養バランス等の観点から適切な食生活を選択することや食品の安全性に関する知識と理解を深めることなど消費者教育との関わりが深いことから、これとの連携を図ることで消費者教育の効果を高めます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
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	県民が健全な食生活を実践できるよう、県ホームページ等での健康生活応援店の情報提供等の拡充を図る。
	ひろしま食育・実行委員会による家族との共食の推進や生活習慣病の予防や改善につながる減塩レシピ等の情報を提供する。

(3) 法教育との連携推進

【取組の方向】

- 法教育は、商品・サービスを選択し、契約することの意味を理解し、考える態度を身に付け、消費者契約の適正化をめざす消費者教育との関わりが深いことから、これとの連携を図ることで消費者教育の効果を高めます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
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。

(4) 金融経済教育との連携推進

【取組の方向】

- 金融経済教育は、金融に関する知識・判断力を身に付けさせるという点で、自立した消費生活を営む上で必要不可欠であり、消費者教育との関わりが深いことから、これとの連携を図ることで消費者教育の効果を高めます。

【具体的な施策】

実施施策	施策の内容
専門家と連携した金融経済教育の推進	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。
	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。

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。

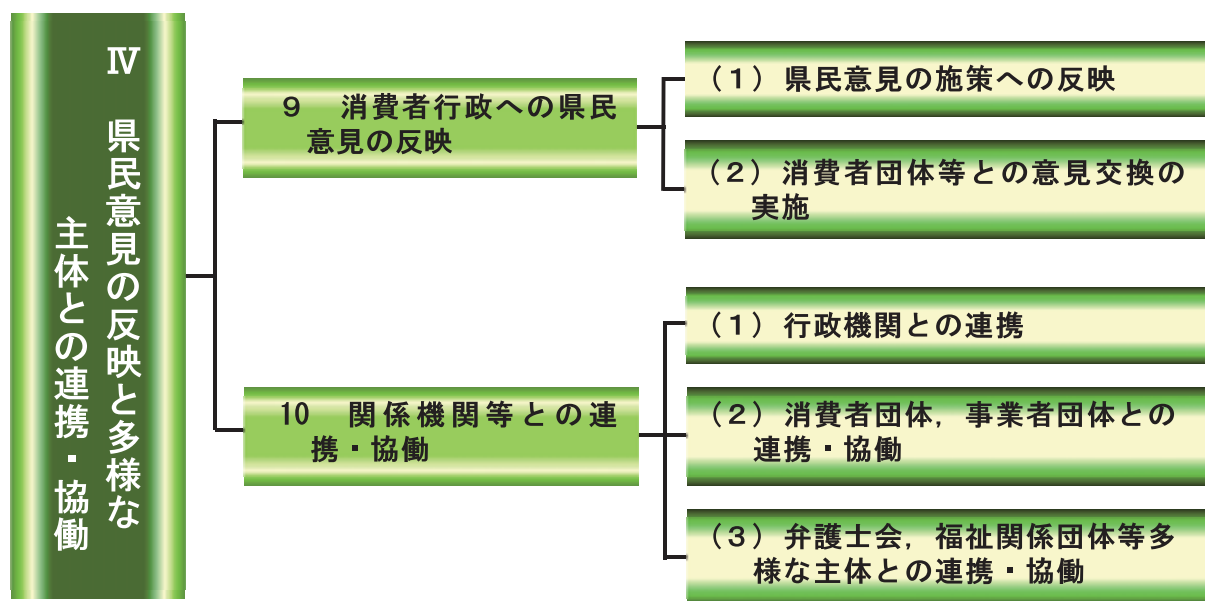
また、県や市町の消費者行政担当部局のみならず、関係するその他の部局や消費者団体をはじめとする様々な機関・団体が連携・協働することにより施策推進の効果を高めます。

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。

「県民意見の反映と多様な主体との連携・協働」では、次の施策に取り組みます。

【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

- ◆ 県民や消費者団体等からの情報や意見を消費者行政に反映できる仕組みが構築されています。

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、施策に反映しています。
- 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。



広島県消費生活審議会



県内消費者団体との意見交換会

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。
- 消費者施策に県民の意見を反映させるための場や手法を整備し、実施します。

【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において、様々な立場で構成される委員に意見を求め、消費者施策に反映させる。
県民意見の施策への反映	県民に対して消費者施策に関するアンケート調査を実施するなどの方法によって、県民の意見を施策に反映させる。
	行政と接する機会の少ない若者についてはホームページ等を活用し、意見を求める。

(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定期的に設けることによって、より密接な情報収集を行い、消費者施策に反映させる。

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。これらの取組をより効果的に行い、取組を県内全域に広め、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、連携・協働していくことが求められています。
- 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するとともに、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する必要があります。
- 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。多重債務問題の解決に向けて、引き続き関係機関で連携して取り組んでいく必要があります。

(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・拡大防止に努めます。
- 県域を越えて広域的に活動する事業者による消費者被害に対しては，国，近隣県等と連携した広域的な指導体制により，消費者被害の未然防止・拡大防止に努めます。
- 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・拡大防止に努めます。

【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	病院，保健所及び警察庁等の関係機関と連携して，消費者被害にかかる事案を認知した際の即報体制を継続維持する。
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。

(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の醸成を図ります。
- 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。

(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に取り組みます。

【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。

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

- ◆ 県や隣接した市町のバックアップ体制が整備され、県内どこの消費生活相談窓口でも同様のサービスを受けることができます。また、窓口の役割が県民に理解され、相談しやすい身近な存在として認知度が向上しています。
- ◆ 安全・安心な消費生活を送れるよう、消費者被害を防止する様々な仕組みづくりが進められています。
- ◆ 関係機関等の連携体制が構築され、ライフステージに応じた消費者被害防止のための消費者教育が行われています。



重点的に取り組む項目

- | | |
|-------|------------------------|
| 重点項目1 | 市町相談体制の充実に向けた支援 |
| 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 |
| 重点項目3 | 消費者被害防止に向けた消費者教育の推進 |

5年後には、県や隣接した市町のバックアップ体制が整備され、県内どこの消費生活相談窓口でも同様のサービスを受けることができます。また、窓口の役割が県民に理解され、相談しやすい身近な存在として認知度が向上しています。

このような市町の相談体制の充実に向けて強力に支援していきます。

【 目標及び取組の方向 】

➤ すべての市町が週5日以上窓口を開設している体制を構築します

⇒ ICT を活用した相談エスカレーション（県・市町相談員の共同処理）の促進

◆ 相談窓口を週5日以上開設する市町数

現状（H25年度）

14市町



目標（H31年度）

23市町（全ての市町）

➤ どこの相談窓口でも、問題解決に向けて、同じ答えが得られる仕組みを構築します

⇒ 相談体制は専門資格（国家資格）を有する相談員を配置

⇒ PIO-NET（全国消費生活情報ネットワーク・システム）等の導入による相談情報の共有の促進

⇒ 県・市町の相談対応連携マニュアルの作成

⇒ 県内の相談員が毎年度全員参加できるレベルアップ研修の実施

◆ PIO-NET 設置又は LGWAN 等利用市町数

現状（H25年度）

14市町



目標（H31年度）

23市町（全ての市町）

➤ 相談窓口の認知度を向上させます

⇒ 県・市町広報誌等を活用した相談窓口の積極的な周知

◆ 消費生活相談窓口の認知度

現状（H24年度）

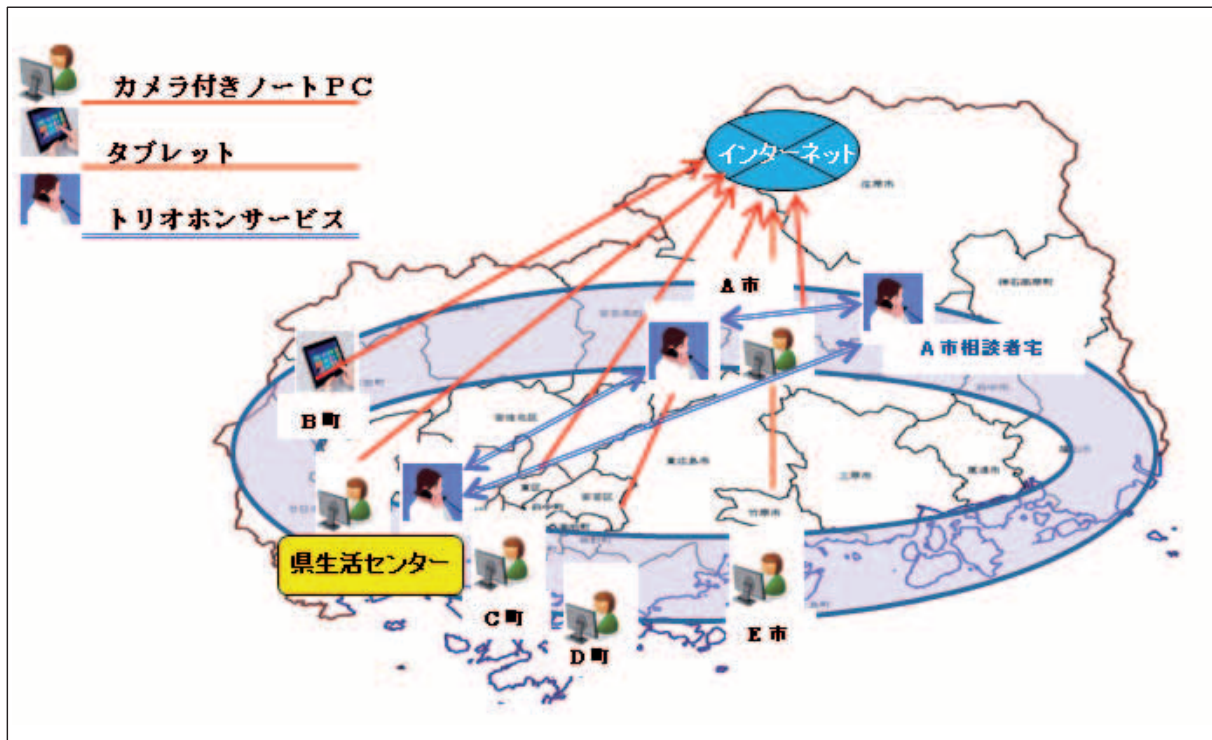
71.9%



目標（H31年度）

80%

参考（ICTを活用した支援イメージ図）



ICT 活用の様子

5年後には、安全・安心な消費生活を送れるよう、消費者被害を防止する様々な仕組みづくりが進められています。

特に、高齢者・若者の消費者被害防止に向けた取組を強化していきます。

1 高齢者

【 目標及び取組の方向 】

➤ すべての市町と連携して高齢者の見守り体制を充実強化します

⇒ 地域における見守り体制の促進，見守る立場の人への的確な情報提供

- ・ 市町や福祉団体・介護事業者等，高齢者を取り巻く関係団体と連携を強化し，本来の業務に高齢者が消費者被害に遭わないよう見守る視点を加えた見守り体制を整備します。
- ・ 見守る立場の人に対する研修を実施した市町等に，研修受講者を中心に各地域に研修内容の取組を広げ，見守り体制を構築するよう働きかけていきます。
- ・ 市町が見守り研修を行う場合の開催支援や，見守る立場の人に消費者被害防止情報等をメールマガジン等で提供することにより，地域の高齢者の見守り体制を充実強化します。

◆ 高齢者の消費者被害防止のための見守り体制がある市町数

現状（H25年度）	⇒	目標（H31年度）
6市町		23市町（全ての市町）

◆ 「見守りねっと」メールマガジン登録者数

現状（H25年度）	⇒	目標（H31年度）
279人		3,000人

2 若者

【 目標及び取組の方向 】

➤ 若者の相談窓口の認知度を高め、利用を促進します

⇒ インターネットを活用した相談窓口等の情報発信，メール相談への誘導

- ・ インターネットの利用率の高い若者に対して，ホームページやSNS等を活用し，消費者被害防止情報やメール相談の利用・活用情報等を発信します。
- ・ 情報発信することにより，相談窓口の認知度を高め，消費者トラブルや被害にあったときの相談窓口の利用を促進します。

◆ 若者の消費生活相談窓口認知度

現状（H24年度）

39.2%



目標（H31年度）

70%



ナッキー&ネイラー



ムーチヨ

〔広島県若者向け消費者啓発キャラクター〕

5年後には、関係機関等の連携体制が構築され、ライフステージに応じた消費者被害防止のための消費者教育が行われています。

消費者被害防止に向けて、効果的な消費者教育を推進していきます。

【 目標及び取組の方向 】

➤ 消費者教育に係る情報を集約し県民に提供します

⇒ 県内の消費者教育に係る情報の集約と発信

- 県内の消費者団体等が行っている、出前講座や講師派遣等の消費者教育に係る情報を集約します。
- 集約した情報を、県ホームページに掲載するとともに、市町や教育委員会等と連携し、講師あっせんや学校・地域等に情報提供します。

⇒ 的確な教材・啓発資料の提供

- 出前講座等に活用する教材・啓発資料を作成し、提供します。

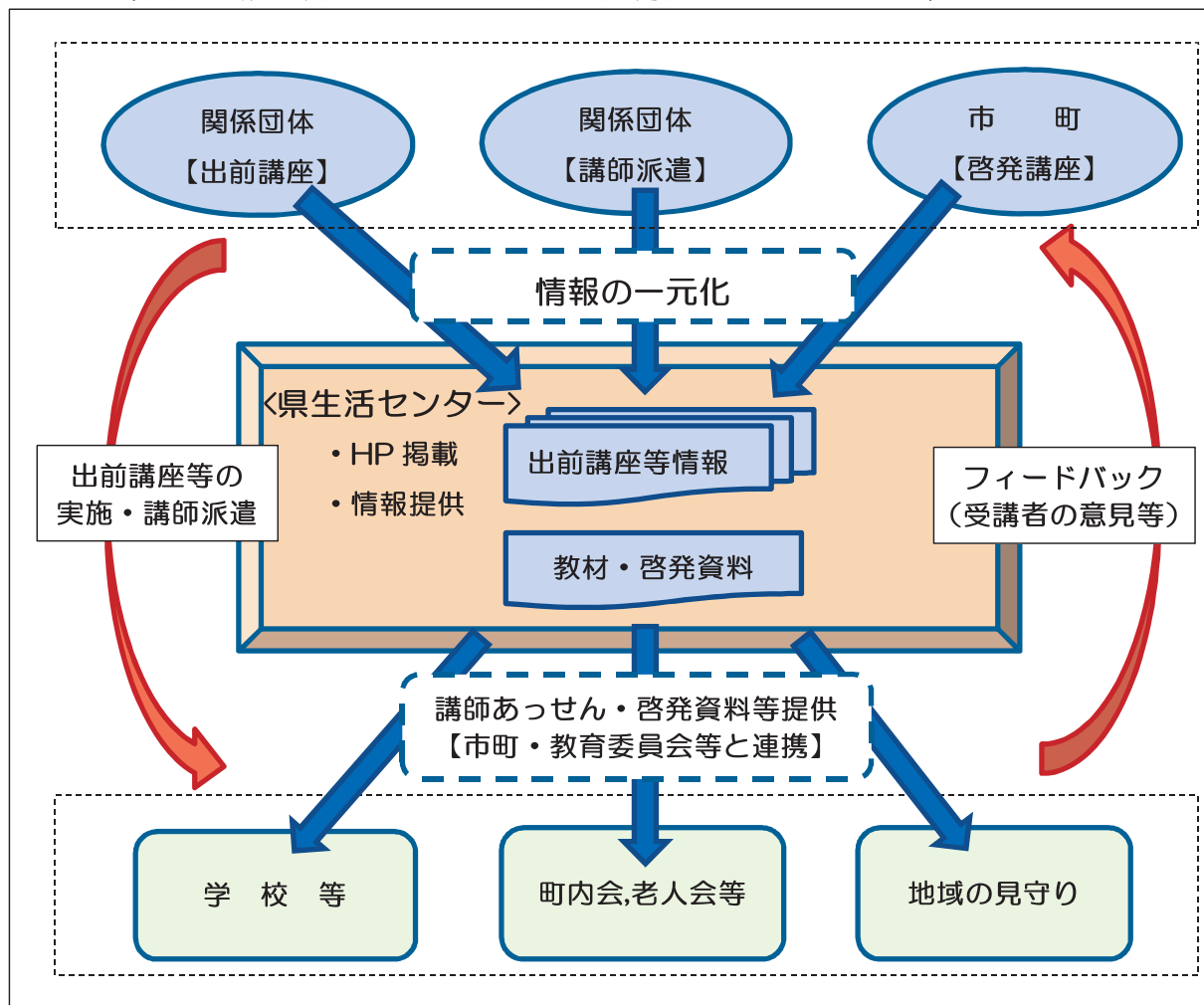
⇒ 受講者の意見等のフィードバック

- 出前講座等の受講者の感想等を聞き、今後の講師派遣や講座内容の検討に活かします。

◆ 県・市町開催の啓発講座等の実施状況

現状（H25年度）	⇒	目標（H31年度）
県・21市町 344回		毎年度、県・23市町（全ての市町） 毎年度、現状以上の回数

参考（消費者被害防止に向けた消費者教育推進のイメージ図）



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。

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

5年後の広島県の姿

県や隣接した市町のバックアップ体制が整備され、県内どこでも消費生活相談窓口です。また、窓口の役割が県民に理解され、相談しやすい身近な存在として認知度が向

安全・安心な消費生活を送れるよう、消費者被害を防止する様々な仕組みづくりが

関係機関等の連携体制が構築され、ライフステージに応じた消費者被害防止のため

基本的方向・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	施策目標	今
	1 消費生活相談体制の充実強化	(1) 県生活センター (2) 市町相談体制の
	2 高齢者等への支援	(1) 高齢者等への的 (2) 高齢者等の見守
	3 事業者指導の強化	(1) 悪質事業者に対 (2) 事業者のコンプ
基本的方向Ⅱ： 消費者の選択 の機会と安全 ・安心の確保	施策目標	今
	4 商品・サービス・食品の安全性の確保	(1) 商品・サービス (2) 食品の安全性の
	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 (2) 生活関連商品等
基本的方向Ⅲ： 消費者教育の 推進	施策目標	今
	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 (2) 職場における消 (3) 家庭・地域にお
	7 消費者教育推進のための人づくり	(1) 人材の育成・支 (2) 教材・啓発資料
	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 (2) 食育との連携推 (3) 法教育との連携 (4) 金融経済教育と
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	施策目標	今
	9 消費者行政への県民意見の反映	(1) 県民意見の施策 (2) 消費者団体等と
	10 関係機関等との連携・協働	(1) 行政機関との連 (2) 消費者団体，事 (3) 弁護士会，福祉

(第2次) 計画の施策体系

も同様のサービスを受けることができま
上しています。

進められています。

の消費者教育が行われています。

後の取組

の充実強化

充実に向けた支援

確な情報提供

り体制の充実強化

する指導・取締りの強化

ライアンス意識の向上促進

後の取組

の安全性の確保

確保

の推進

の安定供給

後の取組

費者教育の推進

費者教育の推進

ける消費者教育の推進

援

等の作成・提供

携推進

進

推進

の連携推進

後の取組

への反映

の意見交換の実施

携

業者団体との連携・協働

関係団体等多様な主体との連携・協働

重点的に取り組む項目

(1) 市町相談体制の充実に向けた支援

- ◆ すべての市町が週5日以上窓口を開設している体制を構築します

相談窓口を週5日以上開設する市町数
【H25】 14 市町 ⇒ 【目標】 23 市町 (全市町)

- ◆ どの相談窓口でも、問題解決に向けて、同じ答えが得られる仕組みを構築します

PIO-NET 設置又は LGWAN 等利用市町数
【H25】 14 市町 ⇒ 【目標】 23 市町 (全市町)

- ◆ 相談窓口の認知度を向上させます

消費生活相談窓口の認知度
【H24】 71.9% ⇒ 【目標】 80%

(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

- ◆ すべての市町と連携して高齢者の見守り体制を充実強化します

高齢者の消費者被害防止のための見守り体制がある市町数
【H25】 6 市町 ⇒ 【目標】 23 市町 (全市町)

「見守りねっと」メールマガジン登録者数
【H25】 279 人 ⇒ 【目標】 3,000 人

若者

- ◆ 若者の相談窓口の認知度を高め、利用を促進します

若者の消費生活相談窓口認知度
【H24】 39.2% ⇒ 【目標】 70%

(3) 消費者被害防止に向けた消費者教育の推進

- ◆ 消費者教育に係る情報を集約し県民に提供します

県・市町開催の啓発講座等の実施状況
【H25】 県・21 市町 ⇒ 毎年度、県・23 市町 (全市町)
344 回 ⇒ 毎年度、現状以上の回数

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。

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、基準単位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っ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っている、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っ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。

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つたとき。

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)		●P I O - N E T 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)		○J A S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（P L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 ○J A S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 ○J A S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B S E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 ○J A S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	

策定経緯



消 生 第 22 号
平成 26 年 3 月 18 日

広島県消費生活審議会会長 様

広 島 県 知 事

「広島県消費者基本計画（第 2 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 2 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（以下「計画」という。）を平成 23 年 2 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。

計画の期間が平成 26 年度末で終了するため、平成 27 年度以降の「広島県消費者基本計画（第 2 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 2 次）」は、平成 24 年 12 月に施行された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。



平成 27 年 3 月 12 日

広島県知事 湯 崎 英 彦 様

広島県消費生活審議会会長 田邊 誠

広島県消費者基本計画（第 2 次）の策定について（答申）

平成 26 年 3 月 18 日付け消生第 22 号で諮問のこのことについては、審議会及び消費者教育推進部会で計 7 回にわたり、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を調査・審議して参りました。

特に、消費者教育推進計画としても位置付ける本計画では、基本的方向の一つである「消費者教育の推進」で取り組むべき施策をこれまで以上に充実させる必要があり、「消費者被害防止に向けた消費者教育の推進」を重点的に取り組むこと、県、市町、関係団体等が実施している出前講座等の情報を集約・一元化し、消費者教育関連情報として整理、発信することなどを審議会で県に提言してきたところです。

本計画案には、これまで審議会で審議し、提言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方向性を示すにふさわしい計画となっていると考えます。

よって、本計画案について、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

平成26（2014）年

3月18日	第46回広島県消費生活審議会（諮問）
4月18日	第1回消費者教育推進部会（計画骨子案の審議）
5月27日	第2回消費者教育推進部会（計画骨子案の審議）
7月 8日	第47回広島県消費生活審議会（計画骨子案の審議）
7月18日	広島県議会生活福祉保健委員会（計画骨子案について）
7月30日～8月8日	関係団体との意見交換会
9月30日	第3回消費者教育推進部会（計画素案の審議）
11月14日	第48回広島県消費生活審議会（計画素案の審議）
11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）
12月 5日	広島県議会生活福祉保健委員会（計画素案に係る集中審議）

平成27（2015）年

1月19日	広島県議会生活福祉保健委員会（計画案について）
1月21日～2月9日	パブリックコメント（県民意見募集）の実施
2月26日	広島県議会生活福祉保健委員会（県民意見募集の結果について）
3月 5日	第49回広島県消費生活審議会（答申案の審議）
3月12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2次）（案）」を公表し、意見募集を実施したところ、32件（5人・団体）の御意見をいただきました。

実施期間	平成27年1月21日（水）～2月9日（月）
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	<ul style="list-style-type: none">・消費生活相談体制の充実について・高齢者等の消費者被害の防止について・消費者教育の推進について 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	田邊 誠	広島大学大学院法務研究科教授（会長）
	五百竹宏明	県立広島大学経営情報学部准教授（会長職務代理者）
	戸井佳奈子	安田女子大学現代ビジネス学部教授
	加納三千子	福山市立女子短期大学名誉教授（○）
	風呂橋 誠	弁護士（○）
	石丸 賢	㈱中国新聞社論説委員
	横田 明子	広島大学大学院教育学研究科教授（○消費者教育推進部会長）
	奥山 雅大	広島県立海田高等学校校長（○）（平成26年3月31日まで）
	溝上 健文	広島県立海田高等学校校長（○）（平成26年4月1日から）
消費者代表	原 公子	公益社団法人広島消費者協会理事（○）
	佐藤 浩子	庄原市地域女性団体連絡協議会会長
	川本 信枝	広島県生活協同組合連合会理事（○）
	山根 温子	ひろしま女性大学修了者
	土井 敬子	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
事業者代表	谷村 武士	広島県商工会議所連合会幹事長
	山本 敏昭	広島県商工会連合会専務理事
	尾崎 義昭	㈱広電ストア代表取締役社長
	高下 公義	全国農業協同組合連合会広島県本部本部長
	木村 龍史	広島県ホテル旅館生活衛生同業組合理事長
市町代表	増田 和俊	広島県市長会（三次市長）
	小坂 眞治	広島県町村会（安芸太田町長）

※ 「所属機関名等」内の（○）は、消費者教育推進部会委員

★メールマガジンで消費者被害の最新情報等を配信！

次の方法により、メールマガジンに登録できます。登録無料！

ぜひ、ご登録ください！！

◎パソコン・携帯等からのご登録◎
次のメールアドレスに空メールを送信

mimamori@shohinet-h.or.jp

◎QRコードからも登録できます◎
次のQRコードを読み込み、空メールを送信



※ メールマガジンは、次のアドレスから毎週1回（緊急時は随時）配信されます。

mm@shohinet-h.or.jp

★ウェブサイトで見守りのポイントや地域の取組を紹介！

悪質商法等の手口、被害に気付いた時の対応、県内の様々な取組の紹介など、消費者被害を防ぐための情報が満載！

詳しくは、

[見守りねっと 広島](#)

[検索](#)

広島県消費者基本計画（第2次）

平成27（2015）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〕