

「第4次広島県消費者基本計画」の実施状況（令和7年度）について

1 要旨・目的

「第4次広島県消費者基本計画」（以下「第4次計画」という。）で取り組むこととしている施策について、令和7年度の実施状況を報告する。

2 現状・背景

- 第4次計画は、令和7年度から令和11年度を計画期間として令和7年3月に策定した。
- 実施状況について、毎年度取りまとめ、公表することとしている。

3 概要

（1）実施状況（詳細は別紙のとおり）

- 第4次計画に掲げる3つの施策の柱に沿って53項目（取組数88）を実施し、おおむね計画どおり実施した（下表）。
- 主な取組では、消費者啓発講座への講師派遣を前年度を上回って実施した（81回、5,540人受講）ほか、悪質な事業活動への行政処分の実施（1事案2件）、広島県消費生活センターの安定的な運営（5,802件の相談に対応）などを行った。

施 策	取組数	点検結果			
		計画以上	おおむね 計画どおり	不十分	その他※
I 消費者教育・啓発の推進	40	0	40	0	0
II 安全・安心な消費生活環境の確保	35	0	33	0	2
III 消費生活相談・支援の充実	13	0	13	0	0
計	88	0	86	0	2

※その他：施策の内容が「事案発生時に適切に対応する」等で事案が発生しなかった場合

（2）指標の状況と今後の対応

- 総括指標「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」は、40.7%と前年度に比べ減少した。施策ごとの成果指標は、前年度から減少または同率となった。
- 令和7年度は、インターネット通販やSNSをきっかけとする消費者トラブル相談が前年度に比べ増加したほか、訪問販売（点検商法等）に関する相談もやや増加しており、引き続き、こうした状況への対応を含め、各取組を効果的に実施する。

	指標名	策定時 (R6)	実績値 (R7)	目標値 (R11)
総括	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%	40.7%	60.0%
成果 指標	I 消費者被害・トラブルに遭わないよう日常的に意識したり行動している人の割合	50.1%	48.0%	54.1%
	II 悪質商法が疑われる消費生活相談の割合	52.7% (R5)	52.7%	52.2%
	III 過去3年間に消費者被害・トラブルに遭った・遭いそうになった人のうち、専門的な窓口相談した人の割合	43.2%	43.1%	47.7%

（消費生活課調べ）

4 その他（関連情報等）

- 県ホームページ <https://www.pref.hiroshima.lg.jp/soshiki/41/syoushisakeikaku4ji.html>
- 令和8年10月28日開催の「広島県消費生活審議会」において報告、意見聴取予定。

「第4次広島県消費者基本計画」の実施状況（令和7年度）について

1 全体概況

第4次計画に掲げる3つの施策の柱に沿って53項目（取組数88）を実施し、おおむね計画どおり実施した。

【点検結果】

施 策	取組数	点検結果			
		計画以上	おおむね計画どおり	不十分	その他
I 消費者教育・啓発の推進	40		40		
1 様々な場における消費者教育の推進	25		25		
2 消費者教育推進のための人材養成	4		4		
3 消費者への注意喚起	5		5		
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	6		6		
II 安全・安心な消費生活環境の確保	35		33		2
1 商品・役務・食品の安全性や適正な表示の確保	30		28		2
2 悪質な事業者の指導強化	5		5		
III 消費生活相談・支援の充実	13		13		
1 消費生活相談対応（デジタル化含む）の充実	8		8		
2 高齢者、障害者、外国人等の配慮を要する消費者の支援	5		5		
計	88	0	86	0	2

〔点検区分〕

区分	内容
計画以上	計画に記載の取組を上回って実施した（達成率100%超）
おおむね計画どおり	計画に記載の取組はおおむね実施した（達成率80～100%程度）
不十分	計画に記載の取組は実施したが、一部不十分（達成率50%～79%）
不十分	計画に記載の取組が不十分（達成率0%～49%）
その他	施策の内容が「事案発生時に適切に対応する」等で、事案が発生しなかった場合

〔その他〕点検結果の詳細は、前ページに記載の県ホームページに掲載

2 施策ごとの取組状況等

(1) 施策Ⅰ：消費者教育・啓発の推進

ア 主な取組

(ア) 様々な場における消費者教育の推進

- 県では、高等学校、大学、公民館等で行われる消費者啓発講座の開催促進を図り、前年度を上回って講師派遣を行ったほか、広島県消費者団体連合会との共催イベント“消費者のつどい2025”を開催し、講演会を実施した。

<講師派遣等の実績>

内訳	R6年度	R7年度
高校・大学など若年層	24回、3,841人	36回、4,398人
その他	29回、1,008人	45回、1,142人
合計	53回、4,849人	81回、5,540人



↑ 高校での講座の様子（R8.1月）。
右手は広島県消費者トラブル防止DJ大使の大窪シゲキ氏

<実施後アンケート結果>

- ・講座の内容がよく・まあまあ理解できた：99.4%
- ・講座の内容を周囲の人にぜひ・やや教えたいと思う：97.9%

＜消費者のつどい 2025＞

講演テーマ：「ネット広告に関する消費者トラブルの最新動向と対処法」（52名参加）

（講師 一般社団法人日本アフィリエイト協議会 代表理事 笠井 北斗 氏）

- 多様な団体による講座開催を促進するため、各団体の講師派遣の情報を集約し県HPを通じ情報発信するとともに、必要に応じて実施機関等への啓発資材の提供や講師との調整を実施。
- 夏休みや年末年始等に、若年層に多いトラブル事例を取り上げたウェブ広告を実施し、県HPの表示回数が高水準で推移した。

＜県HP「消費生活啓発情報サイト」の表示回数＞

R5年度（参考）	R6年度	R7年度
13万回	33.7万回	27.6万回

- 市町、県警のほか、高齢者と関連のある団体と連携し、高齢者や見守る立場の方への啓発リーフレットの配布等を行った。
- 消費者団体と連携した小売店での表示点検（食品表示ウォッチャー）の取組や、広島県金融広報委員会（事務局：日本銀行広島支店）と連携しJ-FLEC（金融経済教育推進機構）の講師派遣等の広報、広島弁護士会が行う市民法律講座の後援等、様々な団体と連携し消費者教育の推進や消費者に役立つ情報発信を行った。



↑マッチングアプリを悪用したトラブルを取り上げたウェブ広告（R7.7月～8月）

（イ）消費者教育推進のための人材養成

- 学校における実践的な消費者教育を支援するため、県教育委員会とも連携を図り、中学・高等学校の教員等を対象に「消費者教育指導者研修会」を開催した（延べ52名参加）。

＜教員研修＞・第1回：「金融教育に求められる基礎知識を身に付ける」

（講師：法政大学大学院政策創造研究科 准教授、公益財団法人消費者教育支援センター 理事・首席主任研究員 柿野 成美 氏）

・第2回：「消費者トラブルの現状と対策に関する授業実践について」

（講師：静岡大学教育学部 教授 色川 卓男 氏）

- 県の消費者啓発講座登録講師等を対象とした研修を開催した（34名参加）。

＜講師研修＞「消費者啓発講座の効果を高める工夫について」

（講師：公益社団法人全国消費生活相談員協会 専務理事 川野 玲子 氏）

- 福祉団体職員向けの啓発講座に講師を派遣した（3回）ほか、主に福祉関係者向けの見守りメールマガジンを発行するなど情報提供を行った。

（ウ）消費者への注意喚起

- 相談状況のモニタリングを行い、相談件数が増加している事案について、適宜あるいは定期的に、県HPやSNS、メールマガジン等により注意喚起を行うとともに、相談窓口の周知を行った。
- 広島県消費生活啓発情報サイトについて、スマートフォンやパソコンからの閲覧や相談をしやすいするためのリニューアルを行った。



↑リニューアルした県HP

(エ) 公正で持続可能な社会形成に貢献する消費行動の促進

- エシカル消費に関する講座への講師派遣、食品ロス削減月間キャンペーン、カスタマーハラスメントの広報啓発などを行った。

イ 指標の状況と今後の対応

指標名	策定時 (R6)	実績値 (R7)	目標値 (R11)
【成果指標】消費者被害・トラブルに遭わないよう日常的に意識したり行動している人の割合	50.1%	48.0%	54.1%
【事業目標①】消費者教育を受けて内容まで覚えている人の割合	46.7%	43.7%	51.7%
【事業目標②】消費者問題を身近と感じる人の割合	61.1%	61.0%	71.6%

- 各種の取組は、おおむね順調に実施したが、指標・目標は、主に若年層で減少し、前年度を下回った。
- 消費者啓発講座の受講者の理解度や周囲への内容伝達意欲は高いことから、引き続き、関係機関と連携しながら啓発講座の開催促進を図るほか、年代ごとに講座や広報の内容を工夫しながら、消費生活を送る上で必要な知識や判断力が身につくよう取り組む。

(2) 施策Ⅱ：安全・安心な消費生活環境の確保

ア 主な取組

(ア) 商品・役務・食品の安全性や適正な表示の確保

- 製品安全について、本県では消費者事故の発生はなかったが、リチウムイオン電池の火災事故など、全国的な事例について注意喚起を行ったほか、消費生活用製品安全法等に基づく立入検査や法改正の周知等を行った。
- 景品表示法に基づき、表示に関する消費者、関係機関等からの疑義情報や職権探知により必要な調査及び指導等を実施した。R7年度はインターネット広告(以下、ネット広告という。)の監視を強化し指導につなげた(8事業者)。
また、要請に応じ、各種業界の公正取引協議会に出席し、景品表示法等について説明や意見交換を行った(計5回)。

<景品表示法の指導等の状況>

内容	R6 年度	R7 年度
事業者指導	2 件	11 件
事業者からの相談への助言	51 件	73 件

- 食品表示については、県庁内に設置されている「広島県食品表示対策連絡会」において情報共有を図ったほか、消費者団体と連携した小売店での表示点検(食品表示ウォッチャー)の取組を推進した(食品表示ウォッチングカードの回収枚数1,004枚)。
- 各種法令に基づく検査、指導等を実施し、事業者の適正な事業活動や適正表示を促進した。また、消費生活関連の事業者団体との情報交換に努めた。(計23回)。

(イ) 悪質な事業者の指導強化

- 特定商取引法に基づく、勧誘、契約、解約時における問題点等について、事業者に対し、適宜、指導(業務改善要請)を行った。

＜特定商取引法に基づく指導等の状況＞

内容	R6 年度	R7 年度
事業者指導	3 件	5 件
事業者からの相談への助言	100 件	105 件

- 違反行為を繰り返す訪問販売事業者に対し、特定商取引法に基づく行政処分を実施した。

＜行政処分の概要（R7. 12月実施）＞

- ・水道修理、害虫駆除にあたり、ネット広告で低料金の広告を見て依頼してきた消費者に対し、当該消費者が安価な額で契約を締結する程度意思しか有していないにもかかわらず、不必要と思われる作業を持ち掛けるなどして高額な契約を勧誘、締結
- ・事業者に対する 6 か月の業務停止命令及び代表者に対する同期間の業務禁止命令

- 県境をまたぐ広域な事案に対し迅速・的確に対応するため、「中国地域消費者被害情報連絡会」（中国経済産業局主催）において、国や県警等と悪質事業者に係る情報交換を行った。

イ 指標の状況と今後の対応

指標名	策定時 (R5)	実績値 (R7)	目標値 (R11)
【成果指標】悪質商法が疑われる消費生活相談の割合※	52.7%	52.7%	52.2%
【事業目標】職権や消費者等からの相談で探知した被疑事案のうち対処した件数の割合	100%	100%	維持

※県・市町の消費生活相談窓口に寄せられた全体の相談件数に対する、訪問販売、通信販売などの取引形態（特定商取引法による規制対象）に関する相談件数の割合

- 事業目標については、特定商取引法と景品表示法の法令違反の被疑事案に対し、行政処分、指導、注視（モニタリング）を行い、適切に対処した。

成果指標は、インターネット通販に関するトラブルの相談件数が増加したほか、点検商法などの訪問販売の相談件数も前年度から増加したことなどにより、前年度並みにとどまった。

- 引き続き、各種法令に基づく検査・指導業務を適切に実施するほか、悪質事業者については、関係機関と連携し厳正に対応するとともに県民へのタイムリーな注意喚起を行う。

＜近年、増加傾向にある相談の状況＞

(件)

項目	R3年度	R4年度	R5年度	R6年度	R7年度
インターネット通販の相談	4,739	5,525	5,264	5,510	6,301
SNSをきっかけとするトラブルの相談	1,275	1,575	1,870	2,178	2,671
訪問販売の相談（うち点検商法）	1,465(75)	1,121(74)	1,136(108)	1,275(203)	1,353(202)

(3) 施策Ⅲ：消費生活相談・支援の充実

ア 主な取組

(ア) 消費生活相談対応（デジタル化含む）の充実

- 県・市町の相談窓口について、ウェブ広告、県HP、SNS、情報誌などで幅広く広報した。
- 県消費生活センターが提供する多様な相談・解決方法（メール相談・FAQ）を周知した。

＜メール相談件数等の状況＞

項目	R6年度	R7年度
県消費生活センターの相談件数	4,952件	5,802件
メール相談件数	228件	461件
県HPのFAQサイト表示回数	7.5万回	24.6万回

- 県・市町における相談対応力の維持・向上を図るため、消費生活相談技術高度化研修や県消費生活センターでのOJT研修、事例検討会等を開催した（延べ352名参加）。
 - 複雑・困難で、高度な専門知識を要する相談に対応するため、弁護士相談及び各種専門分野の専門家※による相談を実施した。（※建築・不動産相談、インターネット取引相談など）
 - 市町の消費生活相談窓口※を支援するため、「県・市町相談対応連携マニュアル」に沿って、県と市町相談員を直通ダイヤルで結んだヘルプデスクを通じ助言を行った（161回）ほか、市町窓口閉所日に県に寄せられた相談に対応した。
- また、上記、専門家相談において市町が直接相談できる機会を確保して実施した。

※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
R7 年度		11 市 5 町	1 市	1 市	1 市 3 町	1 町
(参考)R6 年度	1 市	10 市 5 町	1 市	1 市	1 市 3 町	1 町

(イ) 高齢者、障害者、外国人等の配慮を要する消費者の支援

- 市町や県警と連携して、帰省時期にあわせSNS等で注意喚起を行ったほか、高齢者と関連のある民間団体とも連携し、啓発リーフレット等の配布を行い、情報提供を行った。
- また、福祉団体の研修等への講師派遣、情報提供等を行った。



↑ 配布した啓発ティッシュ

- 国が推進する「消費者安全確保地域協議会」※について、市町に設置を働きかけ、令和7年度には、新たに1市が設置し、4市2町で設置されている（令和7年度末時点）。

（※消費者安全法に基づく取組で、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。）

- 配慮を要する消費者の相談支援について、相談対応時には、障害の特性や相談者のニーズを踏まえ、手話通訳やわかりやすい説明等に努めたほか、当課の情報紙への音声コードの貼付、県の外国人向けホームページ「Live in Hiroshima」での相談窓口の広報等を行った。

イ 指標の状況と今後の対応

指標名	策定時 (R6)	実績値 (R7)	目標値 (R11)
【成果指標】過去3年間に消費者被害・トラブルに遭った・遭いそうになった人のうち、専門的な窓口相談した人の割合	43.2%	43.1%	47.7%
【事業目標①】県・市町の消費生活相談窓口を知っている人の割合	65.0%	59.6%	67.5%
【事業目標②】情報提供した高齢者と見守り者数	3.2万人 (R5)	11.5万人	3.9万人

- 事業目標①は、主に若年層で減少し前年度を下回った。事業目標②は、関係機関の協力を得て広報物の配布数が増加し前年度を上回ったが、成果指標はやや減少した。
 - 引き続き、関係機関と連携しトラブル事例とともに相談窓口の周知を図るとともに、市町を含めた研修等の実施、市町の相談窓口の状況把握と必要な支援を行う。
- また、今年9月に、全国の消費生活相談窓口をつなぐ情報システムが刷新されており、国と歩調を合わせた業務のデジタル化を推進する。