

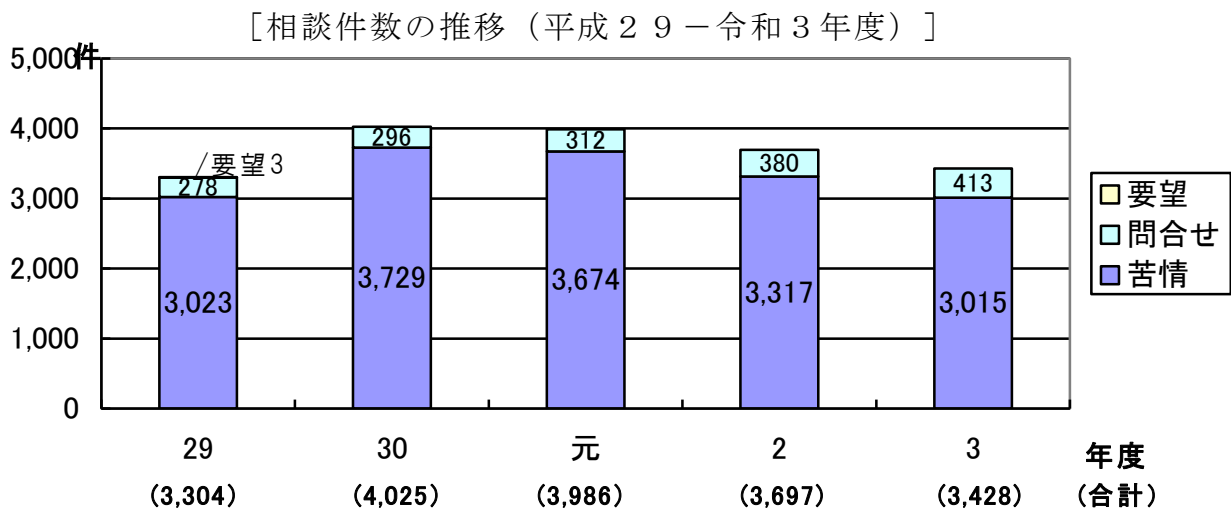
第2章 令和3年度事業実績

第1節 消費生活相談の状況

令和3年4月1日から令和4年3月31日までに消費生活センターに寄せられた相談の概要は次のとおりです。

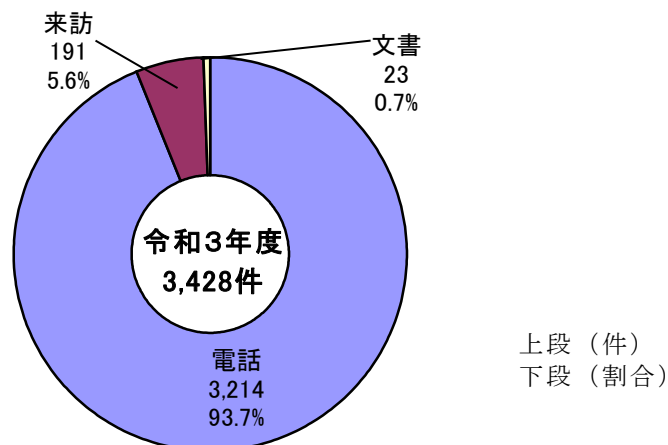
1 相談件数

令和3年度の相談件数は3,428件で、前年度（3,697件）に比べ269件、7.3%減少しました。

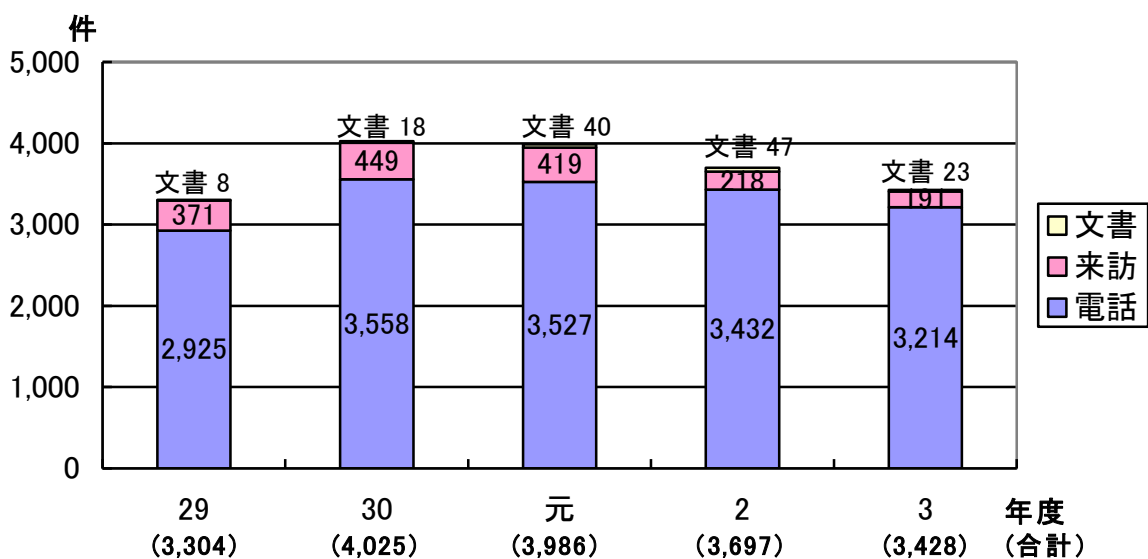


相談方法別では、「電話」が3,214件（93.7%）と大半を占め、「来訪」が191件（5.6%）、「文書」が23件（0.7%）です。

[相談方法別相談件数（令和3年度）]

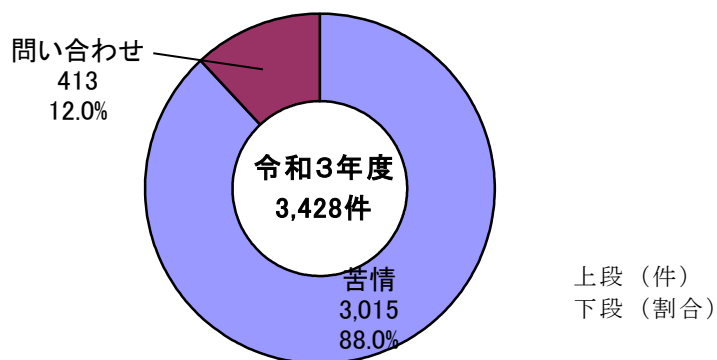


[相談方法別相談件数の推移（平成29～令和3年度）]



相談区分別では、「苦情」が3,015件（88.0%）, 「問い合わせ」が413件（12.0%）です。

[相談区分別相談件数（令和3年度）]

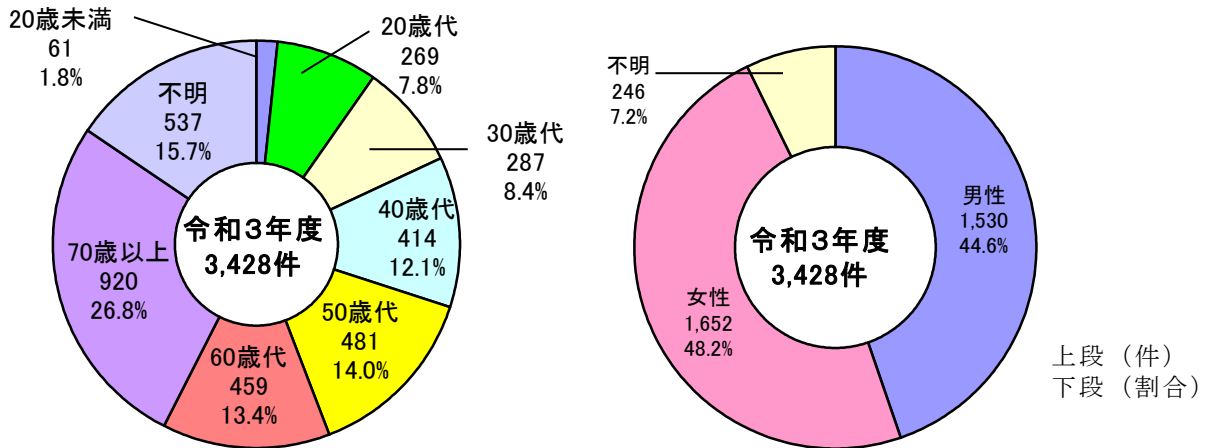


なお、苦情、問い合わせ、要望の定義等は次表のとおりです。

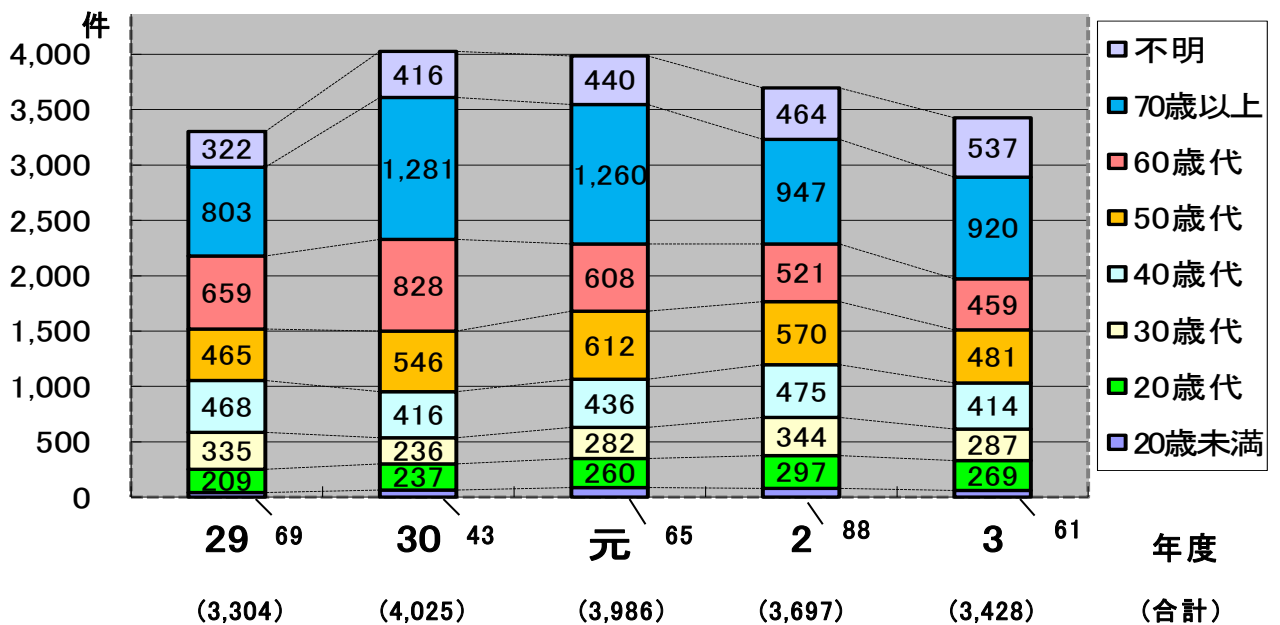
相談区分	定義等
苦情	・苦情が発生している相談又は製品事故や多重債務に係る相談【例：「インターネット通販で商品を購入したが、品物が届かない」「強引に売り込まれたので、解約したい」】
問い合わせ	・買物相談、生活知識等についての質問で苦情が発生していない相談（契約関係がないものや労働問題など）【例：「隣家の庭の木の根が我が家の敷地に入ってきて迷惑だ」】
要望	・苦情に分類することが不自然である要望のみの相談【例：「新聞・テレビで悪質商法の横行を知ったが、法的規制を強化して欲しい」】

契約当事者の年代別では、70歳以上が920件（26.8%）と最も多く、次いで50歳代が481件（14.0%）、60歳代が459件（13.4%）の順であった。昨年度と比較して相談件数は減少したものの、60歳以上の相談者の割合は1,379件（40.2%）と全体の約4割を占めており、依然として高齢者からの相談が多いです。

[契約当事者の年代別及び性別相談件数（令和3年度）]



[契約当事者の年代別相談件数の推移（平成29 - 令和3年度）]

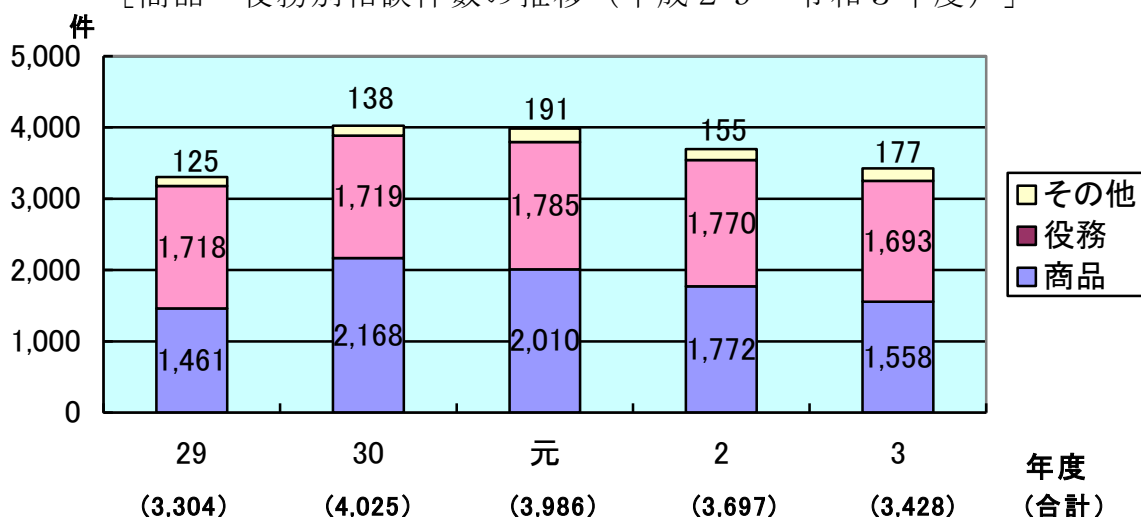


2 商品・役務別相談状況

相談件数3,428件のうち、「商品」に関する相談が1,558件（45.4%）、「役務（サービス）」に関する相談が1,693件（49.4%）、「その他相談」が177件（5.2%）です。

商品及び役務について、商品・役務別にそれぞれを分類すると、「商品一般」（例：ハガキによる架空請求）が321件（9.4%）と最も多いです。次いで「運輸・通信サービス」（例：携帯電話を利用した有料サイトにおける不当・架空請求）が262件（7.6%）、「教養・娯楽サービス」（例：身に覚えのない動画会員サービス年会費の請求）が254件（7.4%）の順です。

[商品・役務別相談件数の推移（平成29～令和3年度）]



※ 分類について

- ・相談分類は、①その相談の主体となる商品・役務等を分類する「商品・役務等別分類」（「商品別分類」と略称）②その商品・役務等の相談内容を分類する「内容別分類」とがあり、1件の相談につき、この2種類の分類をしています。
- ・1件の相談のうち「商品別分類」の分類は1つのみとし、「内容別分類」は複数分類されることがあります。

[分類の例]

相談事例	①商品別分類	②内容別分類
ハガキで身に覚えのない内容の不明確な請求を受けた	商品一般	販売方法, 契約, 解約
「副業しませんか」というネット広告を見て会員登録し年会費を支払ってしまったが、返金できるか	教養・娯楽サービス	販売方法, 契約, 解約
メールで身に覚えのない動画視聴に関する請求を受けた	運輸・通信サービス	販売方法, 契約

[商品・役務別相談件数（令和3年度と令和2年度の比較）]

区 分		令和3年度		令和2年度	
		件数 (件)	構成比 (%)	件数 (件)	構成比 (%)
商 品	商品一般	321	9.4	383	10.4
	食料品	199	5.8	272	7.4
	住居品	131	3.8	148	4.0
	光熱水品	83	2.4	98	2.7
	被服品	179	5.2	153	4.1
	保健衛生品	235	6.9	290	7.8
	教養娯楽品	225	6.6	287	7.8
	車両・乗り物	85	2.5	60	1.6
	土地・建物・設備	98	2.9	67	1.8
	他の商品	2	0.1	14	0.4
	小 計	1,558	45.6	1,772	48.0
役 務	クリーニング	8	0.2	13	0.4
	レンタル・リース・貸借	175	5.1	157	4.2
	工事・建築・加工	178	5.2	149	4.0
	修理・補修	106	3.1	83	2.3
	管理・保管	5	0.2	7	0.2
	役務一般	51	1.5	5	0.1
	金融・保険サービス	179	5.2	169	4.6
	運輸・通信サービス	262	7.6	596	16.1
	教育サービス	17	0.5	11	0.3
	教養・娯楽サービス	254	7.4	121	3.3
	保健・福祉サービス	193	5.6	213	5.8
	他の役務	175	5.1	175	4.7
	内職・副業・ねずみ講	50	1.5	19	0.5
他の行政サービス	40	1.2	51	1.4	
小 計	1,693	49.4	1,770	47.9	
そ の 他	177	5.2	155	4.2	
合 計	3,428	100.0	3,697	100.0	

注 数値の端数は四捨五入のため、合計が合わない部分があります。

[商品・役務別上位相談品目等（令和3年度）]

区分	品目等	件数	区分	品目等	件数				
商 品	商品一般	商品に関する相談ではあるが、特定できない又は特定をする必要のないもの	—	役 務	工事・建築・加工	屋根工事 7 6 塗装工事 2 4 増改築工事 2 4			
	食料品	他の健康食品	6 7		修理・補修	修理サービス	1 0 4		
		ミネラルウォーター	1 4		管理・保管	マンション管理	3		
		健康食品	1 3			管理・保管サービス	2		
	住居品	ルームエアコン	9		役務一般	役務一般	3 8		
		他のふとん類	6		複合サービス会員	1 3			
		洗濯機	5		金融・保険サービス	フリーローン・サラ金	3 1		
	光熱水品	電気	6 0			金融関連サービス	3 1		
		プロパンガス	1 2			その他	1 6		
		水道水	3		運輸・通信サービス	携帯電話サービス	8 8		
	被服品	紳士・婦人用バック	2 6			光ファイバー	4 5		
		紳士・婦人洋服	2 0			テレビ放映サービス	1 7		
		他のシャツ	1 3		教育サービス	学習塾	8		
保健衛生品	シャンプー	2 7	家庭教師	4					
	乳液	2 5	教養・娯楽サービス	ウイルス対策ソフト	2 8				
	化粧品	2 3		出会い系サイト・アプリ	2 8				
教養娯楽品	書籍	1 6		アダルト情報	2 7				
	スマートフォン	1 5	保健・福祉サービス	歯科治療	3 8				
	新聞	1 4		医療サービス	2 4				
車両・乗り物	普通・小型自動車	2 6		建物清掃サービス	1 5				
	自動車	1 1	他の役務	役務その他サービス	6 3				
	他の自動車用品	9		申請代行サービス	1 6				
土地・建物・設備	土地・建物・設備一般	8		外食	1 2				
	墓	8	内職・副業・ねずみ講	他の内職・副業	4 3				
	他の集合住宅	7		内職・副業一般	6				
他の商品	上記に該当しない商品に関する相談	2		販売業内職	1				
	役務	クリーニング	クリーニング事業者にクリーニングを依頼することに関する相談	8	他の行政サービス	消費者問題に関係のない相談で行政機関を相手方とする相談	4 0		
								レンタル・リース・貸借	賃貸アパート
借家								9	
		月極駐車場	6						

[商品・役務別相談件数上位10品目（令和3年度）及び主な相談内容]

順位	商品・役務名	主な相談内容	件数 (件)	増減率 (%)	前年度 件数(件)
1	デジタルコンテンツ	パソコンや携帯電話等により、インターネットを通じて各種サイトから得られる情報やサービスに関するもの(16頁に詳細を掲載)	322	4.9	307
2	商品一般	身に覚えのない料金不払い等がある旨を記載した葉書やメールを送りつける等の架空請求に関するもの	321	△16.2	383
3	賃貸アパート	退去時の修繕費用、敷金返還のトラブルに関するもの	148	26.5	117
4	相談その他	「不振な電話がかかってきた」等の相談や、家族や友人間のトラブルに関するもの	127	4.1	122
5	修理サービス	水回りの修理において広告表示を大幅に上回る高額な料金を請求されたなどのトラブルに関するもの	104	23.9	84
6	携帯電話サービス	「携帯電話のショップで、今より安くなると言われスマートフォンを買い換えたが、安くならなかった」等の相談	88	6.0	83
7	屋根工事	「業者が突然来訪し、屋根に問題があるとのことで点検してもらったところ、他の部分も修理が必要といわれ、多額の請求を受けた」等の相談	76	29.0	59
8	他の健康食品	「通販サイトで健康食品を初回お試し価格で購入したが、実は4回の定期購入だった。自分に合わなかったため解約しようと電話をするがつかまらない」等の相談	67	△51.8	139
9	役務その他サービス	「土地に関する相談をしていた不動産業者からコンサル料を請求された」、「企業で売却した株の代金を請求できると業者が訪れた」等の相談	63	△23.2	82
10	電気	「〇〇電力より◇%安く電気を売ります」と言われたのに、それより高い料金を請求された	60	△11.8	68

[契約当事者年代別 相談件数上位5品目 (令和3年度)]

(件)

順位	20歳未満	件数	20歳代	件数	30歳代	件数	40歳代	件数
		増減		増減		増減		増減
1	デジタルコンテンツ	23 △13	デジタルコンテンツ	28 △3	賃貸アパート	33 +7	デジタルコンテンツ	38 △10
2	他の健康食品	4 △5	賃貸アパート	22 △5	デジタルコンテンツ	22 ±0	商品一般	34 +2
3	他の内職・副業	3 +2	他の内職・副業	22 +16	商品一般	18 △9	賃貸アパート	28 +8
4	化粧品クリーム	2 ±0	商品一般	14 +1	修理サービス	9 △1	修理サービス	14 +4
5	脱毛剤	2 +71	電気	10 +2	他の内職・副業	9 +7	携帯電話サービス	12 ±0

順位	50歳代	件数	60歳代	件数	70歳以上	件数
		増減		増減		増減
1	デジタルコンテンツ	48 +9	デジタルコンテンツ	45 △2	商品一般	115 △33
2	商品一般	42 △6	商品一般	41 △13	デジタルコンテンツ	80 +10
3	賃貸アパート	16 +6	携帯電話サービス	16 +5	相談その他	45 +18
4	歯科治療	13 +11	屋根工事	15 +5	屋根工事	42 +13
5	他の健康食品	12 △12	相談その他	11 △7	修理サービス	38 +11

※ 件数が同数の場合も便宜上順位の割り振りをしました。また、増減は前年度からの増減数を示しました。

全ての年代から「デジタルコンテンツ」の相談が多く寄せられましたが、その多くは、インターネットを通じた架空請求に関する相談です。

屋根の点検してもらったところ、他の部分も修理が必要といわれ、多額の請求を受けた等の相談や、トイレなど水回りの修理において、安い金額のみが表示されたインターネット広告をみて修理を依頼したが、作業後に高額な料金を請求されたという相談が増加したことにより「60歳代」以上の年代から「屋根工事」・「修理サービス」に関する相談が増加しました。

[デジタルコンテンツにかかる相談の内訳（令和3年度と令和2年度の比較）]

区 分	令和3年度 (件)	令和2年度 (件)	増減数 (件)	増加率 (%)
娯楽等情報配信サービス	51	40	11	27.5
出会い系サイト	28	25	3	12.0
インターネットゲーム	27	28	△1	△3.6
そ の 他	216	214	2	0.9
合 計	322	307	15	4.9

[相談例]

～娯楽等情報配信サービスに関するもの～

スマートフォンでアダルト動画サイトに接続したらいきなり登録されてしまったので、退会しようとサイト運営業者に電話したところ、高額の請求を受けた。

～出会い系サイトに関するもの～

SNSで知り合った女性から、出会い系サイトでやり取りするよう誘導された。そのサイトで連絡先交換のためなどとして、複数回に分けて高額の料金を支払ったが、連絡先を交換しようとしても文字化けして連絡先がわからない。返金してほしい。

～インターネットゲームに関するもの～

未成年の息子が、スマートフォンのオンラインゲームで有料アイテムを購入し、携帯電話会社から多額の請求を受けている。支払わなければならないか。

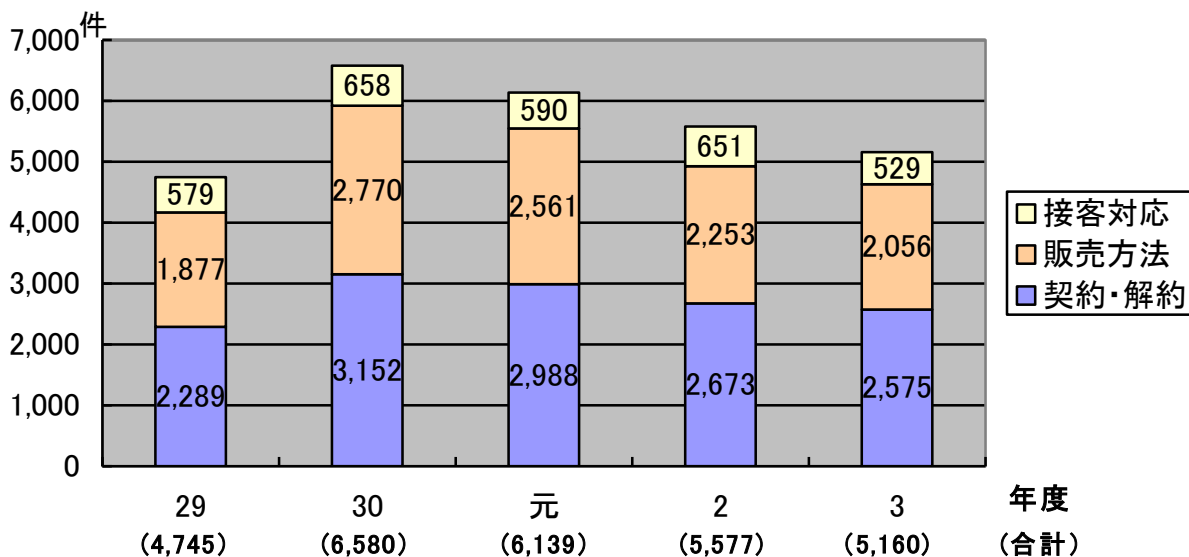
～その他～

スマートフォンに大手の通信販売会社からメッセージが届いた。未納料金があると書かれているが、身に覚えがない。どうしたらよいか。

3 内容別相談件数

相談を内容別に分類すると「契約・解約」に関するものが一番多く2,575件、次いで「販売方法」に関するものが2,056件、「接客対応」に関するものが529件の順です。

[「契約・解約」, 「販売方法」及び「接客対応」における内容別相談件数の推移（平成29 - 令和3年度）]



※ 内容別に分類すると、1件の相談が必ずしも1つの区分に分類されるとは限らないため、1件の相談に対して内容別分類が複数生じることがある。

※ 分類について（11頁の再掲）

- ・相談分類は、①その相談の主体となる商品・役務等を分類する「商品・役務等別分類」（「商品別分類」と略称）②その商品・役務等の相談内容を分類する「内容別分類」とがあり、1件の相談につき、この2種類の分類をしています。
- ・1件の相談のうち「商品別分類」の分類は1つのみとし、「内容別分類」は複数分類されることがあります。

[分類の例]

相談事例	①商品別分類	②内容別分類
化粧品を購入したが、使用したらかぶれた	保健衛生品	安全・衛生 品質・機能, 役務品質
消火器の訪問販売で、設置義務があると言われたので購入した	住居品	販売方法
メールで身に覚えのない動画視聴に関する請求を受けた	運輸・通信サービス	販売方法, 契約

[内容別相談件数（令和3年度と令和2年度の比較）]

区 分	令和3年度		令和2年度	
	件 数 (件)	構成比 (%)	件 数 (件)	構成比 (%)
安全・衛生	1 8 5	5. 4	1 8 1	4. 9
品質・機能, 役務品質	4 2 1	1 2. 3	4 6 3	1 2. 5
法規・基準	5 4	1. 6	9 4	2. 5
価格・料金	3 4 5	1 0. 1	3 8 9	1 0. 5
計量・量目	5	0. 1	5	0. 1
表示・広告	1 4 3	4. 2	2 6 3	7. 1
販売方法	2, 0 5 6	6 0. 0	2, 2 5 3	6 0. 9
契約・解約	2, 5 7 5	7 5. 1	2, 6 7 3	7 2. 3
接客対応	5 2 9	1 5. 4	6 5 1	1 7. 6
包装・容器	8	0. 2	3	0. 1
施設・設備	2	0. 1	6	0. 2
買物相談	2 6	0. 8	1 5	0. 4
生活知識	1 5	0. 4	8	0. 2
その他	4 3	1. 3	4 4	1. 2
合 計	6, 4 0 7	—	7, 0 4 8	—

※ 内容別分類については、1件の相談について4項目まで区分できるため、合計値は令和3年度の相談件数の3,428件又は令和2年度の相談件数の3,697件とは合致しません。

※ 構成比は、当該年度の相談件数に対する割合です。

4 特殊販売相談状況

店舗購入を除く販売購入形態別（特殊販売）の相談件数は1,726件で、全相談件数の50.4%を占めます。

内訳は、通信販売1,135件（33.1%）、次いで訪問販売が413件（12.0%）、電話勧誘販売が113件（3.3%）等です。

[特殊販売形態別上位相談品目（令和3年度）]

特殊販売形態	説明	商品別分類(品目等)	件数
通信販売	通信手段（郵便，信書便，電話，電報，預貯金口座に対する払込，ファクシミリ，インターネット）を用いて契約をするもの	商品一般	89
		他の健康食品	57
		役務その他サービス	33
		全 体	1,135
訪問販売	営業所等（営業所，代理店，露店・屋台，最低2～3日以上での展示販売等）以外の場所で申込み・契約をするもの	屋根工事	70
		修理サービス	58
		電気	25
		全 体	413
電話勧誘販売	業者が消費者に電話をかけ，または特定のやり方で電話をかけさせ，その電話における勧誘により，郵便等で契約をするもの	光ファイバー	22
		商品一般	11
		電気	10
		全 体	113
訪問購入	消費者の自宅など，営業所等以外の場所において，購入業者が売買契約の申込みを受け，又は売買契約を締結して物品等を購入するもの	商品一般	4
		ネックレス	4
		アクセサリ	3
		全 体	25
マルチ・マルチまがい	契約が多層でピラミッド状に連鎖しているもの	化粧品	4
		他の内職・副業	4
		商品一般	2
		全 体	21
その他無店舗		他のネット通信関連サービス	2
		果実飲料	1
		ミネラルウォーター	1
		全 体	14
ネガティブ・オプション	消費者からの申込みもないのに，業者が売買契約の申込みに関わる商品を送付するものをいい，送付の方法は，郵送・運送・持参を問わない	商品一般	2
		果実	1
		雑誌	1
		全 体	5
合 計			1,726

5 商品・役務別，内容別相談状況（令和3年度）

商品別分類		内容別分類	相談 件数 (件)	内 容				
				安全・ 衛生	品質・ 機能等	法規・ 基準	価格・ 料金	計量・ 量目
商品 (役務) 別相談 件数	商品	商品一般	321	1	3	3	9	0
		食料品	199	27	33	4	13	1
		住居品	131	19	42	0	10	1
		光熱水品	83	1	2	0	23	0
		被服品	179	0	30	1	15	2
		保健衛生品	235	24	39	2	14	0
		教養娯楽品	225	14	44	6	16	0
		車両・乗り物	85	12	28	1	5	0
		土地・建物・設備	98	9	19	5	8	0
		他の商品	2	0	0	1	0	0
	小 計 (件)		1,558	107	240	23	113	4
	役務	クリーニング	8	0	5	1	1	0
		レンタル・リース・貸借	175	21	39	8	31	0
		工事・建築・加工	178	13	39	5	22	0
		修理・補修	106	7	22	0	21	0
		管理・保管	5	1	1	0	1	0
		役務一般	51	0	0	0	5	0
		金融・保険サービス	179	1	3	6	14	0
		運輸・通信サービス	262	4	20	2	39	0
		教育サービス	17	0	2	0	2	0
教養・娯楽サービス		254	3	11	4	27	0	
保健・福祉サービス		193	24	31	3	27	0	
他の役務		175	3	8	0	35	1	
内職・副業・ねずみ講		50	0	0	0	7	0	
他の行政サービス		40	1	0	2	0	0	
小 計 (件)		1,693	78	181	31	232	1	
他の相談 (件)		177	0	0	0	0	0	
合 計 (件)		3,428	185	421	54	345	5	
構 成 比 (%)		—	5.4	12.3	1.6	10.1	0.1	

※ 内容別相談件数は，1件の相談について複数該当があるため相談件数とは
も100%とはなりません。

別 分 類 (件)									
表示・ 広告	販売方 法	契約・ 解約	接客 対応	包装・ 容器	施設・ 設備	買物 相談	生活 知識	その他	合計
6	232	243	33	0	0	1	2	1	534
21	144	153	31	2	0	0	0	0	429
4	78	96	21	1	0	1	2	0	275
3	53	67	10	0	0	0	0	1	160
17	148	159	25	0	0	0	1	1	399
19	201	209	23	2	0	0	0	2	535
9	155	182	39	0	0	2	1	3	471
3	42	68	13	1	0	0	2	0	175
4	53	62	25	0	0	1	0	0	186
1	1	1	0	0	0	0	0	0	4
87	1,107	1,240	220	6	0	5	8	8	3,168
0	3	5	2	0	0	0	0	0	17
4	36	139	50	0	0	0	0	0	328
4	118	143	24	0	0	3	0	0	371
4	67	81	16	0	0	5	0	2	225
0	1	1	3	0	1	0	0	0	9
1	41	48	2	0	0	0	0	0	97
5	83	153	28	0	0	1	1	0	295
6	152	218	74	0	0	3	1	1	520
2	6	14	5	0	0	0	0	1	32
12	196	225	29	0	0	0	0	1	508
6	84	116	45	0	0	5	3	13	357
10	107	135	19	2	0	4	0	2	326
1	48	50	4	0	0	0	0	0	110
1	7	7	8	0	1	0	2	15	44
56	949	1,335	309	2	2	21	7	35	3,239
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
143	2,056	2,575	529	8	2	26	15	43	6,407
4.2	60.0	75.1	15.4	0.2	0.1	0.8	0.4	1.3	186.9

一致しません。また、構成比は四捨五入して表示しているため、合計は必ずし

第2節 多重債務問題対策

多重債務者の救済を図るため、国は平成19年4月「多重債務問題改善プログラム」を策定し、地方自治体に相談体制の強化等を要請しました。

これを受けて、平成20年1月28日、東葛6市（我孫子市、鎌ヶ谷市、流山市、野田市、松戸市及び柏市）と千葉県弁護士会松戸支部が連携して、多重債務問題の対策に取り組む組織「東葛多重債務問題対策フォーラム」を立ち上げました。

また、柏市では、庁内関係各課が連携して多重債務問題に取り組むべく、平成20年2月28日、「柏市多重債務問題対策庁内連絡会」を設置しました。

令和3年度は、東葛多重債務問題対策フォーラム主催による「消費者問題無料相談会」（5月及び11月の年2回）のほか、千葉県弁護士会松戸支部から弁護士の派遣を受けて「多重債務及び消費者問題無料相談会」（偶数月に開催、年6回）を開催しました。

また、多重債務問題に関する相談者が、速やかに適切な法的支援が受けられるよう、千葉県弁護士会と協定（平成31年1月28日締結）を結び、消費生活センターにて専門知識を有する弁護士を直接紹介できるようにしています。

1 消費者問題無料相談会（柏会場）

回	開催日	曜日	相談件数	
			多重債務関係	消費者問題関係
1	5 / 15	土	2	2
2	11 / 20	土	5	0
合計	2回		7件	2件

2 多重債務及び消費者問題無料相談会

回	開催日	曜日	相談件数	
			多重債務関係	消費者問題関係
1	4 / 21	水	2	1
2	6 / 16	水	1	1
3	8 / 18	水	1	0
4	10 / 20	水	2	0
5	12 / 15	水	2	0
6	2 / 16	水	1	1
合計	6回		9件	3件

第3節 消費者教育・啓発

1 柏市経営戦略方針（後期基本計画）

(1) 策定趣旨

令和2年の新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、国内及び市内の社会経済活動に甚大な影響を及ぼしており、今後、中期的に有効な施策を見通すことは難しいため、基本構想に掲げた将来都市像や重点目標の達成を基軸としつつも、機動的かつ効果的な施策を、時勢に応じて検討し、実施していく体制が必要となります。

そこで、第五次総合計画の後期基本計画は、機動的に施策を実施できるよう、施策体系を固定化せず、各分野における、現状の認識及び課題を整理し、目指す状態に向けて取り組む方向性を、令和3年3月に「経営戦略方針」として示したものです。

(2) 計画期間（令和3年度から令和7年度までの5年間です。）

和暦(年)	H28	H29	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
西暦(年)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
柏市第五次総合計画	前期基本計画					柏市経営戦略方針（後期基本計画）				
柏市消費者教育推進計画	柏市消費者教育推進計画									

(3) 分野別方針「安全・安心」の対応方針「防犯・消費生活」から一部抜粋

「目指す状態」に向けて、現状認識と課題に対する「対応方針（方向性）」を明確化していきます。

現状認識と課題把握	<ul style="list-style-type: none"> ・ 少子高齢化や情報化、グローバル化の進展に伴い、消費者被害が拡大しています。なかでも、高齢者をねらった振り込め詐欺被害は、毎年多発しており、深刻な状況にあります。また令和4年4月施行の18歳への成年年齢引き下げに伴い、若年者の消費者被害の拡大も懸念されます。
対応方針	<ul style="list-style-type: none"> ・ 刑法犯認知件数をはじめ、柏駅周辺の客引き等や振り込め詐欺被害を減少させるため、各団体との連携強化に取り組みます。 ・ 消費生活コーディネーターの育成と多様な主体（民生委員、ふるさと協議会、地域包括支援センター、学校等）との連携による消費生活相談体制を確保し、子どもから高齢者まで幅広い世代に向けて、消費者教育・啓発を促進します。
目指す状態	<ul style="list-style-type: none"> ・ 関係機関や市民などとの情報共有や活動の連携が強化された、犯罪を未然に防止できる安全で安心なまち ・ 健康危機における動向の把握や、緊急事態にも迅速な措置がとれる機能の強化による、市民が安心した日常生活をおくれるまち

※分野別方針の対応方針については「防犯・消費生活」となっておりますが、防災安全課と消費生活センターで、業務を分担して行ってまいります。

2 柏市消費者教育推進計画

(1) 趣旨

少子高齢化、高度情報化、グローバル化が進展する一方で、家庭・地域のつながりが希薄となる中、子どもから高齢者までのあらゆる世代の誰もが消

費者トラブルに巻き込まれる恐れがあります。

このような中、消費者教育を総合的・一体的に推進し、消費者の自立支援を目的とする「消費者教育の推進に関する法律」の施行により、地方公共団体は「消費者教育推進計画」を定めることが努力義務とされます。

柏市では、市民一人ひとりが賢い消費者となって消費者被害を未然に防ぐとともに、「消費者の行動が及ぼす影響力を理解して、自ら学び、考え、行動できる、自立した市民づくり・地域づくり」を目標として、平成30年度から令和4年度（2022年度）までの5年間を期間とする「柏市消費者教育推進計画」を策定しました。

「柏市消費者教育推進計画」の年度別重点推進領域において、本来であれば令和3年度に推進の効果を計るアンケート調査の実施、次期計画策定に向けての検討開始、令和4年度末に計画案を策定し、令和5年度から令和9年度の5年間を新たな計画のスタートとしていましたが、令和2年度からの「新型コロナウイルス感染症の感染拡大」の影響により計画にある各事業は、中止または規模縮小を余儀なくされ、通常での事業実施が非常に厳しい状況となりました。

このような状況から、今般の見通しが立たない中での新たな計画の策定は難しく、計画目標値に実施数値が届かない事業が多くなると予想されること、また、ここ数年の社会情勢についても、予測不能な情勢が懸念されることなどから、「柏市消費者教育推進計画」の計画期間を令和7年度まで延長しました。

(2) 消費者教育の基本的な方向性

ア 3つの重点目標

消費者市民社会の実現に向けて

【方向性1】

ライフステージや場に応じた体系的な消費者教育の推進

- ・ 学校教育等における消費者教育の推進
- ・ 地域・家庭における消費者教育の推進
- ・ 職域における消費者教育の推進

【方向性2】

消費者教育を担う人材の育成・効果的な情報発信機能の強化

- ・ 地域人材（消費生活コーディネーター等）の育成・活動支援
- ・ 消費生活相談員及び消費者教育相談員の育成
- ・ 学校教職員への動機付け及び実践への支援
- ・ 消費者教育の効果的な情報発信機能の強化

【方向性3】

多様な主体(行政・警察・地域団体・消費者団体・事業者等)との連携

- ・ 関係部署との連携
- ・ 地域との連携
- ・ 消費者団体との連携
- ・ 事業者等との連携

イ 柏市版消費者教育の体系イメージマップ

柏市版消費者教育の体系イメージマップ

計画の目標		職域						
		学校、園、社会教育施設						
消費者教育の場		地域 家庭						
各期の特徴 (留意の特徴に 配慮する)	重点領域	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		特に高齢期
		家庭などを中心に消費生活を送る時期 (思わぬ商品事故に周囲の人の注意が必要な時期)	家庭などを中心に消費生活を送る時期	家庭などを中心に消費生活を送る時期 主体的な行動を始める時期	消費者として自立を始める時期	消費者として自立を進める時期 (成人すると、社会経験が少ないことを利用した悪質商法に狙われる時期)	消費者として自立を進める時期 精神的、経済的に自立した消費生活を送る時期	人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期 (悪質商法に狙われる時期／思わぬ商品事故に周囲の人の注意が必要な時期)
消費者市民社会の構築	人、社会、環境、未来を養える消費生活を送る力(持続可能な消費) 消費者の影響を理解し、行動する力(消費者市民社会)	買い物に関心を	消費をめぐる物と金銭の流れを知り、消費者の行動との関わりを考える				人、社会、環境、未来を養えて消費生活を送る。よりよい方法を伝え合う	
		物を大切に	消費生活と環境、資源及びエネルギーとの関わりを知り、消費生活に生かす				消費者問題、消費者被害を減らすために積極的に行動する	
商品安全	商品を安全に使用する力 安全な商品を選択する力	安全に関する注意を守る	商品を買うときや使うときに安全に配慮する／商品の危険有害情報に関心をもち、伝え合う					
		商品を使用して怪我をしたときや危険だと思ったことを、信頼できる大人に知らせる	商品による危険や危害に関する相談機関を知り、活用する					
契約・金銭管理・生活設計	契約の仕組みを理解する力 消費者トラブルに対応する力 生活を設計し、金銭を管理する力	買物のマナーや約束を守る						
		困ったときは信頼できる大人に知らせる	販売方法の特徴、契約トラブル解決の法律や制度、相談機関を知り活用する／消費者被害の情報をもち、伝え合う					
情報社会対応	消費生活情報を評価し、活用する力 情報モラルを理解し、活用する力	買ってもらいたい、買いたい物があるとき、欲しい理由を考える 物や金銭の大切さに気付き、使い方を考えて実践する					将来を見据えた生活設計を考える／計画的な暮らしをする	消費生活の変化に応じて生活管理の方法を考える
		消費生活情報について、発信の目的と特徴に気付き情報の内容を評価する／情報を適切に活用し、意思決定に生かす	情報の収集、発信の技能を身につけ適切に行う				情報の収集、発信を適切に行う	
		自分の物に名前を書き大切に扱う 他の人の物を大切に扱う 知らない人に聞かれたときは、家族や友だちのことを教えないようにする 聞かれても、言いたくないことは言わなくてよいことを理解する					個人情報、著作権、肖像権及び情報発信の責任を理解し、注意して行動する	

ウ 数値目標（成果指標）

<p>1 消費生活センターの業務内容を知っている割合 現状42.2% ⇒ 65%（市民アンケート）</p>
<p>2 学校で消費者教育を行っていく上で問題がないと答える割合 現状31.6% ⇒ 50%（学校教職員アンケート）</p>
<p>3 事業所で消費者問題に関する啓発（消費者教育）を行っている割合 現状23% ⇒ 35%（事業所アンケート）</p>

エ 年度別重点推進領域

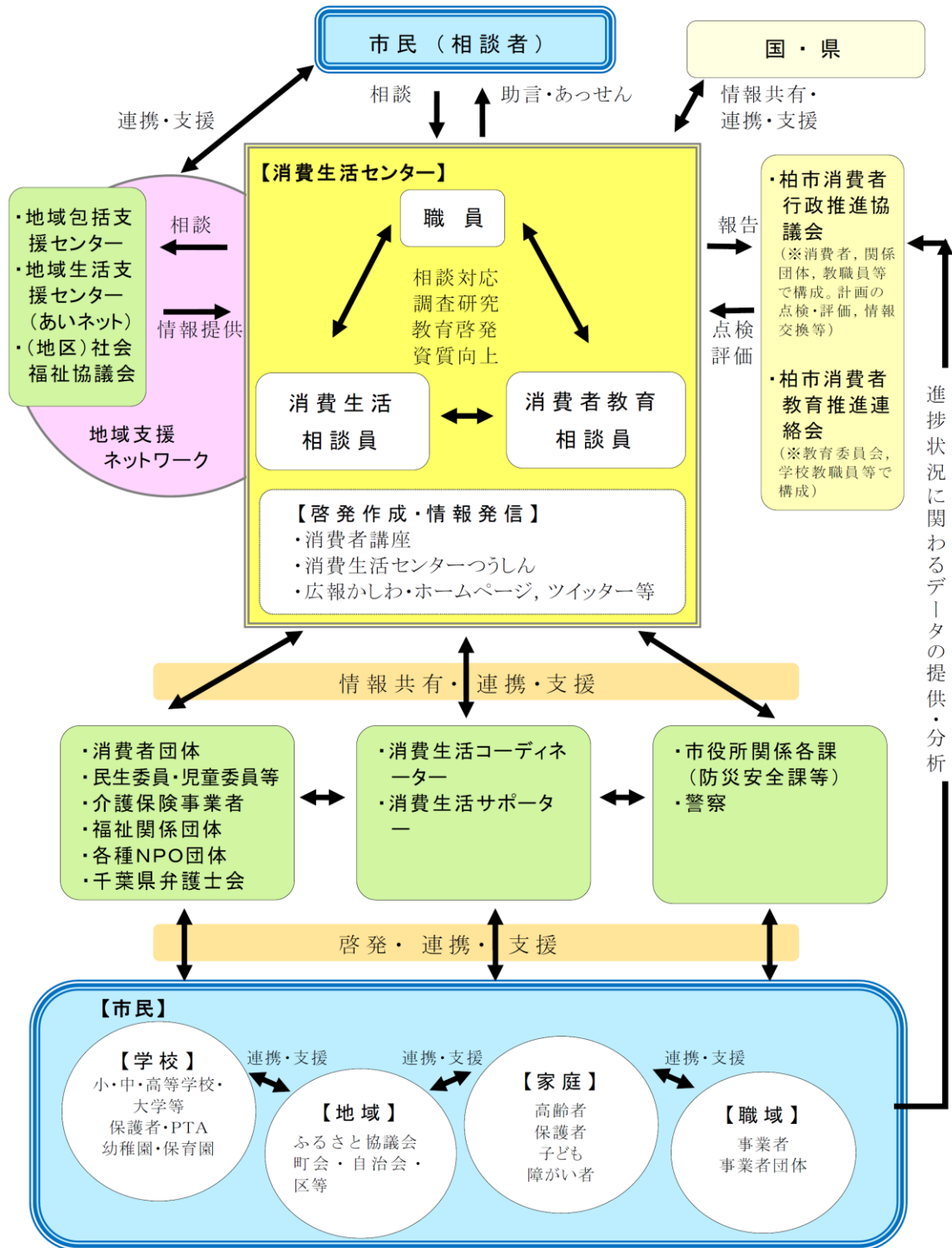
	年度	特に推進する領域及び対象	推進方法
1年目	30 (2018) 年度	<ul style="list-style-type: none"> 「契約金銭管理・生活設計」「情報社会対応」 高齢者、幼児期～高校生期を中心に 	<ul style="list-style-type: none"> インターネットを使った効果的な周知の確立（市民・学校教職員向け） 学校教職員への研修講座開催の検討 市民向け啓発チラシの見直し、検討 高齢者見守り体制の確立
2年目	令和元 (2019) 年度	<ul style="list-style-type: none"> 「契約・金銭管理・生活設計」「情報社会対応」 高齢者、幼児期～高校生期を中心に 	<ul style="list-style-type: none"> チラシ、リーフレット配布先の拡充（小・中・高等学校、大学、幼稚・保育園、事業所等） 市民向け消費者講座の拡充 インターネットトラブル対応の拡充 高齢者見守り体制の拡充
3年目	令和2 (2020) 年度	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者市民社会の構築」「商品安全」 全世代対象 	<ul style="list-style-type: none"> 連携先及び相談先のデータベース化 前期2年間を振り返り、未実施部分について見直し検討・実施
4年目	令和3 (2021) 年度	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者市民社会の構築」「商品安全」 全世代対象 	<ul style="list-style-type: none"> 推進の効果を計るアンケート調査の実施 次期計画策定に向けての検討開始 <li style="text-align: center;">↓ 柏市第五次総合計画 後期基本計画に連動・調整
5年目	令和4 (2022) 年度	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者市民社会の構築」「商品安全」 全世代対象 	<ul style="list-style-type: none"> 次期計画策定の協議、年度末に策定 <li style="text-align: center;">↓ 柏市第五次総合計画 後期基本計画に連動・調整

(3) 今後の消費者教育の計画的な推進

ア 消費生活センターの消費者教育推進機能の強化

消費生活センターを「消費者教育の拠点」として位置づけ、相談業務だけでなく、市民に身近な地域や学校等にこれらの情報を提供し、市民一人ひとりが自立した消費者になることを目指すとともに、地域の消費者として学び合い、ともに支えあう地域づくりを推進します。

イ 推進体制



(4) 進捗状況

ア 【方向性1】 ライフステージや場に応じた体系的な消費者教育の推進

(ア) 学校教育等における消費者教育の推進

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	(R3)	目標 (R4)
1	各教科等における体系的な消費者教育の推進	既存実施	R元年度実施に向けた検討	実施 (授業実践6回)	R3年度実施に向けた検討	授業実績 小学校5校 中学校5校 高校3校	既存内容を確認し、有用情報を提供
2	「柏市消費者教育推進連絡会」の開催及び教員の消費者教育に対する関心を高め、研修に参加できるような環境を整え、適切な教材、資料を提供することによって児童、生徒への浸透を図る	・3回開催 ・委員は、小・中・高等学校の教職員で構成 ・「消費者教育フェスタ in 柏」の開催	・3回開催 ・第1回連絡会は勉強会とし、委員以外の教員にも公開	・3回開催 ・授業実践6回実施 (小学校2校、中学校4校)	・2回開催 (書面開催) ・アンケートをもとに各委員へ情報提供	・3回開催 (3回目は書面開催) ・「小・中・高等学校での消費者教育授業事例集」の発行 (市内小・中・高校に配布)	・連絡会開催時以外での有用教材の提供 ・委員に幼稚園・保育園の保育者及び大学教職員等を含む
3	幼児・児童・生徒・保護者向け啓発リーフレット・ちらし等の作成・配布 (事故防止ハンドブック等)	未実施	啓発パンフ配布 (960部)	啓発パンフ配布 (992部)	啓発パンフ配布 (25部)	啓発パンフ配布 (103部)	各校・各園で年1回の配布
4	大学入学時ガイダンス等における消費者教育出前講座の実施	未実施	未実施	1回開催	未実施	未実施	各校年1回の出前講座開催

●消費者授業 (沼南高柳高校)



(イ) 地域・家庭における消費者教育の推進

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	(R3)	目標 (R4)	
1	消費生活情報リーフレット「消費生活センターつうしん」、ホームページ、メール配信サービス、広報かしわ等による情報発信	4回	「消費生活センターつうしん」の発行				4回以上	
			6回	5回	4回	5回		
			広報かしわへの掲載等 ・4/15号 1面 ・10/26 柏市民新聞 掲載 ・11/27 千葉日報 掲載 ・5/15号 1・2面 ・J:COM 放映 ・7/15号 1・2面 ・J:COM 放映 ・2/1号 8面 商工かしわ ・5/1号 市政情報欄 ・5/15号 表紙1/4 ・3/1号 1・2面				年1回特集ページ掲載	
	メール配信サービス等による情報発信	メール配信適時発信	・メール配信適時発信	・ツイッターの活用	・ツイッターの活用	・ツイッターの活用	・ツイッターの活用	消費トラブル注意報を月1~2回発信
2	消費者講座, 出前講座の開催(町会, サロン, 事業所等)	年21回	40回 (除:高校)	20回 (除:高校)	15回 (除:高校)	12回 (除:高校)	40回	
3	消費生活コーディネーターによるチラシ配布, 地域活動件数	チラシ配布数					約45,000枚	
		約15,000枚	約24,000枚	22,021枚	9,786枚	8,472枚		
		地域活動件数						
		118件	410件	369件	108件	104件	180件	

(ウ) 職域における消費者教育の推進

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	(R3)	目標 (R4)
1	社員研修等への講師派遣	2事業者	2事業者	2事業者	4事業者	0事業者	5事業者
2	社会人(従業者)向け啓発パンフレット・ポスター等の配布	2事業者	2事業者	2事業者	4事業者	0事業者	5事業者
3	社会人(従業者)向け啓発DVDの貸出	0事業者	1事業者	0事業者	1事業者	0事業者	5事業者

イ 【方向性2】 消費者教育を担う人材の育成・効果的な情報発信機能の強化

(ア) 地域人材(消費生活コーディネーター)の育成・活動支援

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	(R3)	目標 (R4)
1	消費生活コーディネーターに対しての年10回の研修会で、消費者問題だけでなく地域・事業者等への啓発アプローチの手法及び関係団体との連携方法を学ぶ	36人	37人	38人	35人	35人	43人
2	消費生活サポーターが消費生活コーディネーターの経験を生かした地域活動ができるように支援を図る	6人	8人	4人	10人	6人	15人

(イ) 消費生活相談員及び消費者教育相談員の育成

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	(R3)	目標 (R4)
1	国民生活センターや都道府県等が開催する研修会への参加(内部研修含む)	13回	18回	17回	34回	22回	20回

(ウ) 学校教職員への動機付け及び実践への支援

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	(R3)	目標 (R4)
1	「柏市消費者教育推進連絡会」の開催	3回開催、連絡会の研修内容を全教職員に周知	3回開催、開催後に会報を発行し、各校に配布	3回開催、開催後に会報を発行し、各校に配布	2回開催(書面開催)	3回開催(内1回書面開催)開催後に会報を発行し、各校に配布	全教職員への周知徹底、活用方法の見直し
2	「消費者教育授業実践事例集」の作成	2年に1回発行、消費者教育ポータルサイトへの掲載	H28・29年度の活動について事例集を発行し、市内全校に配布	H30・R元年度の活動事例集原稿作成。消費者教育ポータルサイトの見直し	H30・R元年度の活動について事例集を発行し、市内全校に配布	R元・2年度の活動について事例集を発行し、市内全校に配布	全教職員への周知徹底、活用方法の見直し

(エ) 消費者教育の効果的な情報発信機能の強化

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	(R3)	目標 (R4)
1	情報リーフレット「消費生活センターつうしん」、ホームページ、メール配信サービス、広報かしわ等による情報発信(再掲)	4回	「消費生活センターつうしん」の発行				4回以上
			6回	5回	4回	5回	
		広報かしわへの掲載等					
		・4/15号 1面 ・10/26柏 市民新聞掲 載 ・11/27千 葉日報 掲載	・5/15号 1・2面 ・J:COM 放映	・7/15号 1・2面 ・J:COM 放映 ・2/1号 8面 商工かしわ	・5/1号 市政情報欄 ・5/15号 表紙1/4 ・3/1号 1・2面		
	メール配信サービス等による情報発信	・メール配信 適時発信	・ツイッター の活用	・ツイッター の活用	・ツイッター の活用 ・地域包括 支援センター 向け 「消費者トラ ブルニュース」 発信(8回) ・朗読奉仕 サークル (視覚障がい 者向け) への情報提 供(12回)	・ツイッター の活用 ・地域包括 支援センター 向け 「消費者トラ ブルニュース」 発信(12回) ・朗読奉仕 サークル (視覚障がい 者向け) への情報提 供(12回)	消費トラブル 注意報を月1 ~2回発信
2	消費者教育に関する教材(DVD等)の周知・貸出し	貸出21件	貸出14件	貸出8件	貸出6件	貸出5件	貸出60件

3 学校教育等における消費者教育

(1) 柏市消費者教育推進連絡会

学校における消費者教育の推進を図るため、学校教育部指導課と連携を図り、柏市内の小・中・高等学校の教員を委員とした「柏市消費者教育推進連絡会」を新型コロナウイルス感染症拡大防止及び学校現場における繁忙な業務状況を踏まえ、3回開催しました。(内書面開催1回)

消費者教育の授業を実際に教育実践し、その際の指導計画や成果、課題等をまとめた事例集を作成、市内小・中・高等学校に配布、「柏市消費者教育ポータルサイト」にも掲載し、自由にダウンロードできる教材資料としての有効活用を促しました。

回	開催日	内 容
1	7/30	講習会実施 講題：消費者教育の意義と領域 ～学校における消費者教育～ 講師：玉川大学教育学部教授 樋口 雅夫 氏 (文部科学省消費者教育アドバイザー)
2	11/5	「消費者教育指導計画」について、小・中・高等学校に別れ、自校の指導計画の解説及び質疑応答等、授業や学校の様子などについての情報交換を行った
3	2/7 (書面開催)	・学校における消費者教育の推進について ・消費者教育授業事例集の配布

(2) 高等学校等における消費者教育

民法の一部が改正され、令和4年4月1日から成年年齢が18歳に引き下げられることにより、若者の消費者トラブルの拡大が懸念されることから、その防止を図るため、市内全高等学校に対し消費者教育の一層の推進を依頼するとともに、柏市消費生活センターが実施する出前講座を案内し、活用を促しました。

ア 出前講座

高等学校等からの申込みにより、消費生活相談員を講師として、契約の基本と例外、若者に多いトラブル事例と対処方法、クレジットカードの利用に関する注意事項等をテーマとする出前講座を実施しました。

回	開催日	実 施 校	参加数
1	11/19	千葉県立沼南高柳高等学校 内容：SDGs(持続可能な開発目標、エシカル消費)及び成人年齢引き下げに関する消費者教育	28
2	2/28	千葉県立我孫子特別支援学校清新分校 (Zoom開催) 内容：高校卒業後に遭いやすいトラブル事例等	15
3	3/3	柏市立土中学校 内容：中学3年生にむけた若者に多いトラブル事例など	80

イ 授業支援

高等学校の授業(家庭科)や中学校の授業(技術科)の中で、消費生活相談員等が、若者に多いトラブル事例や対処方法を説明しました。

回	開催日	実 施 校	参加数
1	2月	柏市立南部中学校(授業による開催) 内容：中学3年生にむけた若者に多いトラブル事例など	35

4 一般市民向け消費者教育・啓発

(1) 出前講座

町会自治会や各種団体，サークル等からの申し込みや，消費生活コーディネーターの企画により，消費生活相談員を講師として，主に悪質商法等の事例紹介とその対処方法等をテーマとする出前講座を実施しました。

なお，一部の講座については，寸劇を演じる本市の消費者団体や地域包括支援センターと連携して実施しました。

回	開催日	内容 (テーマ)	受講者 (団体・エリア)	参加人数
1	6/22	知っておきたい高齢者の消費者被害～事例と対策～	光ヶ丘地域包括支援センター	14
2	7/16	かたくりの会の寸劇による電話や訪問詐欺の防止策	柏西口地域包括支援センター	32
3	10/19	消費者被害予防講座	柏西口第2地域包括支援センター	18
4	10/27	最近の消費者被害の傾向と対策について	柏東口地域包括支援センター	13
5	11/16	消費者被害予防のポイント	北柏地域包括支援センター	14
6	11/30	よくある詐欺の手口や最近の手口，対策について	柏東口地域包括支援センター	10
7	12/4	詐欺関連のトラブルについて	柏中央地域ふるさと協議会社協部	30
8	12/9	高齢者を対象とした詐欺被害を防ぐために必要なこと	柏北部第2地域包括支援センター	8
9	12/9	最近のトラブル事例	柏中央ふるさと協議会	35
10	1/11	高齢者のトラブル，若者のトラブル	酒井根地域ふるさと協議会	22
11	1/13	高齢者を対象とした詐欺被害を防ぐために必要なこと	柏北部第2地域包括支援センター	4
12	2/9	かたくりの会の寸劇による電話や訪問詐欺の防止策	沼南老人福祉センター	16

合計 216人

(2) イベント等における啓発

消費生活センターの相談窓口や消費生活コーディネーターの活動の周知及び消費者トラブルの未然防止を図るため、イベント等において啓発活動を行いました。

	開催日	イベント等	会場	備考
1	9/19	敬老の日特別企画 「見て、聞いて学ぶ！安全・安心な暮らし」ブース出展	モラージュ 柏1階 Part1・1F 特設会場	安心・安全なまちづくりを目指す各部署が、詐欺や悪徳商法から身を守るための防犯対策や、家族や自分の将来を考える成年後見制度、認知症・介護への理解と予防等について案内し、ノベルティを配布。
2	10/19	「消費者被害予防講座」ブース出展 テーマ：来て、聴いて、学んで「もうダメされない！」	イオンモール柏1階センターコート	柏警察署、柏市防災安全課と共にミニ講座を開催。講座では、様々な契約トラブル等の事例を紹介。会場に消費者被害防止に役立つパネルを展示し、啓発用品を配付した。

●消費者講座（イオンモール柏）



(3) パネル展

消費生活センターの周知と消費者トラブルの未然防止を目的に、パネル展を開催しました。

回	開催日程	会場
1	8/13 - 9/14	沼南支所 1階ロビー
2	11/17 - 12/17	沼南支所 1階ロビー

(4) 電子掲示板を活用した周知

消費者トラブルで困ったときや、契約をする前に迷ったときに相談を受けられる「消費生活相談」の窓口を一人でも多くの方に知っていただくため、市内各所の電子掲示板を活用して周知を行いました。

回	実施期間	場 所
1	5/1 - 5/31	柏駅東口・南口・二番街，セブンパークアリオ内の柏市PRコーナー，市内及び近隣市の京葉銀行店内，千葉テレビのデータ放送

(5) 情報紙等の発行及び配布等

消費生活相談が多様化，複雑化している中，消費者に対し被害事例や対応策等を情報提供していくことが重要と考え，消費者被害の未然防止や暮らしに役立つ情報を掲載した情報紙等を，市内の公共機関（例，近隣センター）や消費者講座の受講者，消費生活センターに来所した相談者等に配布（消費生活センター備付け分を含む）しました。

ア 情報紙「柏市消費生活センターつうしん」

定期発行4回（6月，9月，12月，3月），号外1回（2月）

消費者被害の未然防止を図るため，消費生活センターに寄せられた相談事例を基に，市民（主に高齢者）に伝えたい最新情報を「柏市消費生活センターつうしん」として発行した。（45頁以降参照）

イ くらしの豆知識（2021年版）

ウ 柏市消費生活センターリーフレット

エ 柏市消費生活コーディネーターリーフレット

オ 悪質商法撃退ステッカー（訪問販売お断りシール）

カ 柏市消費生活センター相談専用電話番号マグネットシート

キ 柏市消費生活センター相談専用電話番号カード

ク 高齢者の消費者トラブル見守りガイドブック

ケ 見守り新鮮情報

コ 子どもサポート情報

サ クリアファイル

シ その他啓発資料

配布資料総数 36,489部（枚）

(6) その他

ア 「広報かしわ」への掲載

市が発行する広報誌「広報かしわ」の1644号（令和4年3月1日発行）1～2面にて，身近に潜む消費者トラブルについて，具体的な事例を紹介，事例ごとの注意点やアドバイスを掲載し，18歳成人に関するトラブルについても未然に防ぐポイントなどを紹介しました。

（52頁，53頁参照）

第4節 消費生活コーディネーター・消費生活サポーターの活動状況

地域における消費生活の安全及び向上を図ることを目的に、昭和63年度から、市内各ふるさと協議会から推薦を受けた方を消費生活コーディネーターとして委嘱しています。

消費生活コーディネーターは、「地域の消費者リーダー」として、消費者トラブルを未然に防ぐため、消費生活に関する情報を市民に提供するなど、市と地域のパイプ役として、日々活動をしています。

また、平成28年度から、消費生活コーディネーターの任期終了者のうち、任期後も継続して活動することを希望する者を消費生活サポーターとして登録することを開始した。各地域の消費生活コーディネーターと連携するとともに、居住地域における回覧や掲示板等を利用し、消費生活に関する情報提供を行いました。

1 消費生活コーディネーター

(1) 概要

ア 定数 50人以内

イ 委嘱人数 35人

ウ 委嘱期間 令和2年4月1日～令和4年3月31日

エ 活動内容

- ・ 消費者への啓発に関すること
- ・ 消費生活相談の受理及び連絡に関すること
- ・ 消費生活についての意見並びに情報の収集及び提供に関すること
- ・ 消費生活についての調査に関すること

(2) 令和3年度の主な活動

ア 消費生活コーディネーター研修会の受講 10回

(38頁「令和3年度消費生活コーディネーター研修会」参照)

イ 地域における啓発活動

消費者情報及び悪質商法被害防止に関する啓発資料等の配布

- ・ 活動先
各種サロン，民児協定例会，ふるさと協議会定例会等
- ・ 活動回数 104回
- ・ 啓発資料等の配布数 8,472部（枚）



2 消費生活サポーター

(1) 概要

ア 登録人数 10人

イ 活動内容

- ・ 消費者への啓発に関すること
- ・ 消費生活コーディネーターとの連携に関すること
- ・ 消費生活相談の受理及び連絡に関すること
- ・ 消費生活についての意見並びに情報の収集及び提供に関すること
- ・ 消費生活についての調査に関すること

[令和3年度消費生活コーディネーター研修会]

回	開催日	テーマ	講師等	会場
1	4/15(木) (2部制)	1年目に学習した内容について(復習)	消費生活相談員	中央体育館 管理棟2階 会議室
2	5/20(木) (2部制)	若者(未成年者)に多い消費者トラブル	消費生活相談員	中央体育館 管理棟2階 会議室
3	6/17(木) (2部制)	特殊詐欺について	関東財務局 千葉財務事務所理財課	中央体育館 管理棟2階 会議室
4	7/15(木) (2部制)	サプリメントの上手な使い方	一般社団法人全国直販流通協会	中央体育館 管理棟2階 会議室
5	9/16(木) (2部制)	自然災害と損害保険	一般社団法人日本損害保険協会	中央公民館 5階会議室
6	10/21(木) (2部制)	高齢者の消費者被害とその見守りに関して(意見交換)	各地域包括支援センター	中央公民館 5階会議室
7	11/18(木)	住まいの安全対策	パナソニック(株)エレクトリックワークス社CSセンター	中央体育館 管理棟2階 会議室
8	1/20(木)	消費者市民社会	消費生活相談員	中央体育館 管理棟2階 会議室
9	2/17(木) (書面開催)	第17期コーディネーター成果報告と2年間の振り返り		
10	3/17(木) (時短開催)	次期消費生活コーディネーターへの引き継ぎ		中央体育館 管理棟2階 会議室

※令和3年度については、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、感染症対策をとった上での時間を短縮、2部制での開催又は書面開催としました。

第5節 消費者行政推進協議会の開催

本市における市民の消費生活の安定及び向上を図るため、柏市消費者行政推進協議会（以下「協議会」という。）を設置している。

本協議会の協議事項には、消費者教育の推進に関する法律（平成24年法律第61号）第20条第2項各号に掲げる事務に関することが含まれることから、主に柏市消費者教育推進計画の推進に関して協議しました。

なお、令和3年度消費者行政推進協議会の開催については、新型コロナウイルス感染症の拡大防止の観点から、書面会議にて2回の開催をしました。

回	開催日	議 題
1	10/8 (書面 会議)	1 柏市消費者行政の実績（令和2年度）について 2 柏市消費者教育推進計画の推進（令和3年度）について
2	1/24 (書面 会議)	1 柏市消費者行政等の概要及び実績について 2 柏市消費者教育推進計画について