

## 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。

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。

令和6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。

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る。

### 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 / 18	土	1	4
2	11 / 16	土	0	5
合計	2回		1件	9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 / 17	水	2	2
2	6 / 19	水	2	1
3	8 / 21	水	2	1
4	10 / 16	水	1	3
5	12 / 18	水	2	2
6	2 / 19	水	1	2
合計	6回		10件	11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、今後、中期的に有効な施策を見通すことが難しくなったため、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になった。

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。

##### (2) 計画期間（令和3年度から令和7年度までの5年間）

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。

現状認識と課題把握	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> </ul>
対応方針	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 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。</li> </ul>
目指す状態	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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</li> <li>・ 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</li> </ul>

※分野別方針の対応方針については「防犯・消費生活」となっているが、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いる。

#### 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、このような中、消費者