

柏市消費者行政等の実績及び計画の推進

(令和 2 年度の主な実績)
(令和 3 年度の推進事業)

令和 3 年 1 0 月

市民生活部 消費生活センター

1 柏市消費者行政等の実績（令和2年度）

- ▶ 消費生活担当業務 ... P 1
 - （1）消費生活相談
 - （2）多重債務問題対策
 - （3）消費者教育・啓発
- ▶ 計量担当業務 ... P 1 1
 - （1）計量
 - （2）製品安全4法等立入検査
 - （3）市民持ち込みによる食品等の放射性物質測定

2 柏市消費者行政の推進（令和2年度及び令和3年度）

- ▶ 柏市経営戦略方針（後期基本計画）及び柏市消費者教育推進計画の推進 ... P 1 4
 - （1）「柏市消費者教育推進計画」及び「柏市経営戦略方針（後期基本計画）」について
 - （2）計画期間の考え方について
 - （3）計画の目標と方向性
 - （4）令和2年度における進捗状況等
 - （5）令和3年度「柏市消費者教育推進計画」及び「柏市経営戦略方針（後期基本計画）」の推進

3 その他（情報提供）

- ▶ 消費生活センターからの情報提供 ... P 2 2
 - （1）新型コロナウイルス関連に係る柏市消費生活センターの対応等について
 - （2）消費生活センターにおける主な中長期の重点課題と対応について

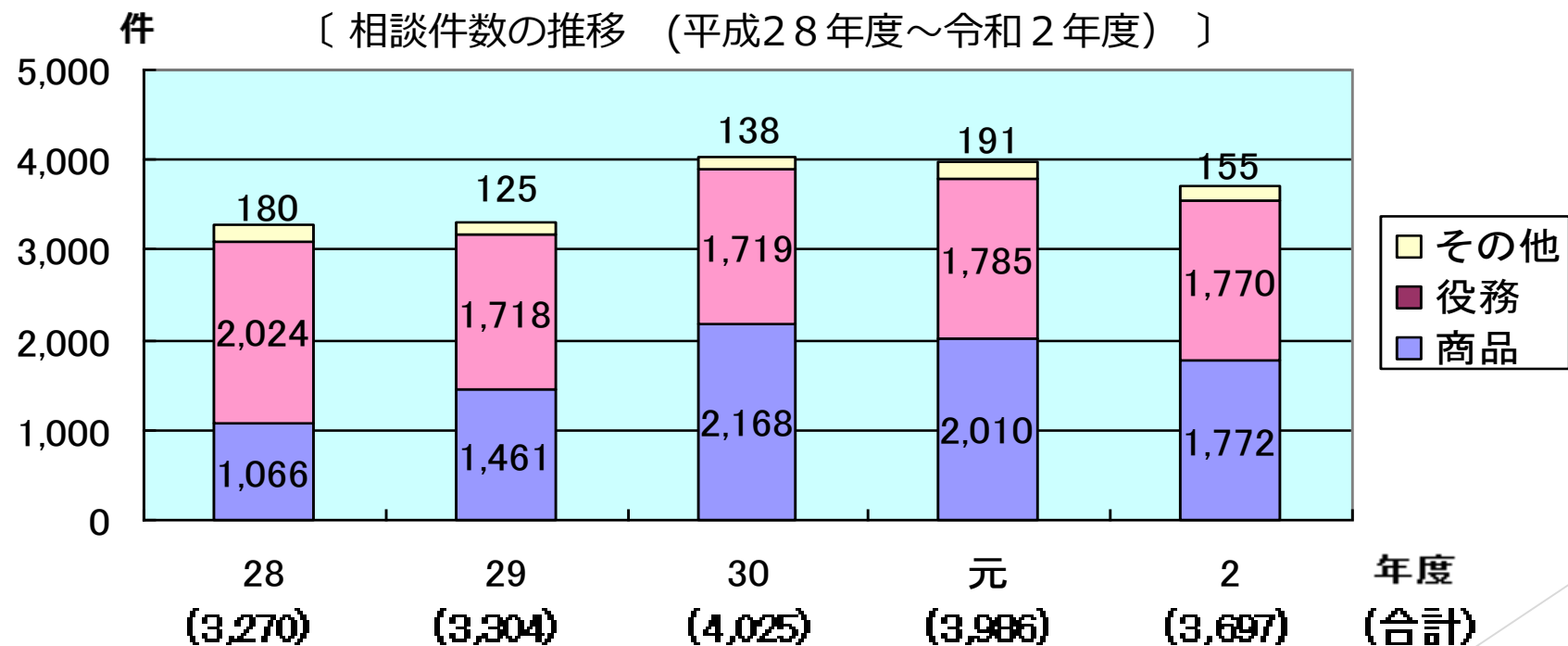
【消費生活担当業務】

(1) 消費生活相談

商品の購入やサービス利用時の販売方法、契約内容、品質トラブルなどで困ったとき、また、悪質商法の被害、製品事故などの相談について、専門の資格を持った「消費生活相談員」が、解決のお手伝いをしています。

ア 商品・役務別相談状況 «概要P11» ※「概要」は同封の水色冊子「柏市消費者行政の概要（令和2年度実績）」を参照ください。

令和2年度の相談件数は3,697件で、前年度（3,986件）に比べ289件、7.3%の減少であった。5年前と比べると、相談件数は増加しているが、ここ3年間は約4,000件と高止まりとなっている。



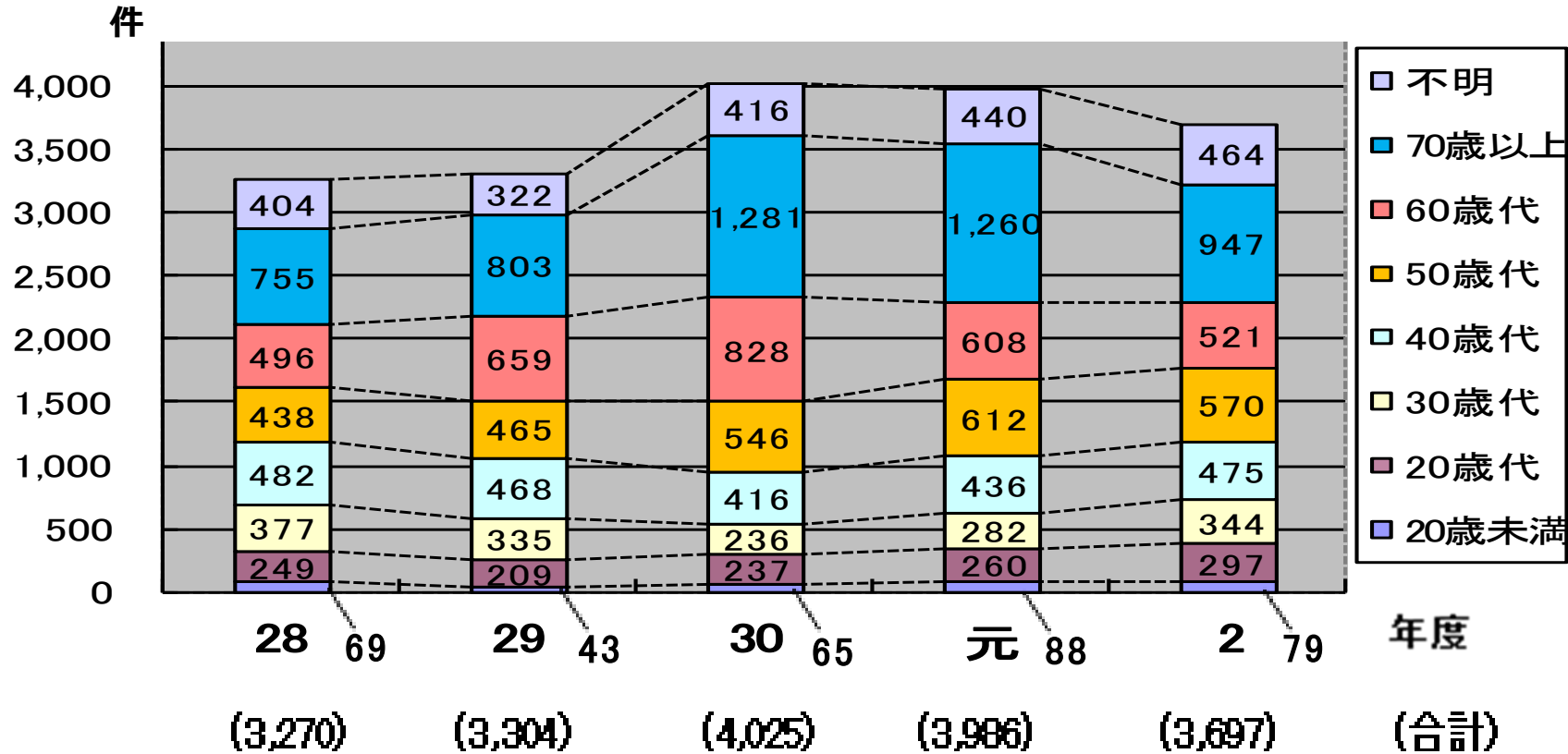
〔商品・役務別相談件数上位5品目（令和2年度）及び主な相談内容〕 《概要P14》

「商品一般」（例：ハガキによる架空請求）が383件と最も多かったが、前年度と比べるとかなり減少している。これは、「ハガキによる架空請求」が令和元年度から令和2年度にかけて急激に減ったことによるもの。また、デジタルコンテンツが前年度に比べ増加しているのは、オンラインゲームやアダルト情報サイト等の相談が増えたことによるもの。

順位	商品・役務名	主な相談内容	件数	増減率(%)	前年度件数
1	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	383	Δ56.0	871
2	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	307	3.7	296
3	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して電話をするがつかない」等の相談	139	46.3	95
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	122	Δ15.3	144
5	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	117	30.0	90

イ 契約当事者の年代別相談件数の推移（平成28～令和2年度） 《概要P10》

令和2年度の契約当事者の年代別では、70歳以上が947件（25.6%）と最も多く、次いで50歳代が570件（15.4%）、60歳代が521件（14.1%）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1,468件（39.7%）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。



(2) 多重債務問題対策

ア 弁護士による多重債務・消費者問題無料相談会を開催 ‹概要P22›

令和2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」を11月に実施（5月は新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止）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」（偶数月に開催のところ、4月は新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から中止となり、年5回）を開催した。

区分	実施日時	相談件数	
		多重債務	消費者問題
東葛多重債務問題対策フォーラム(*)による開催	【5月は中止】11月の第3土曜日 (午前10時～4時)	1	7
柏市単独の開催	【4月は中止】5月、11月を除く偶数月第3水曜日(午後1時～4時)	12	3
計		13	10

* 多重債務問題に取り組むため、千葉県弁護士会松戸支部と東葛6市（我孫子市、鎌ヶ谷市、流山市、野田市、松戸市、柏市）で構成している連絡会

イ 千葉県弁護士会との協定

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、柏市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た。

(3) 消費者教育・啓発 ①

ア 学校教育等における消費者教育 《概要P32》

○ 柏市消費者教育推進連絡会（別ページP9①で説明）

○ ※【実施できず】 市内小学校併設の学童保育施設における消費者講座

例年、市内小学校に併設している学童保育施設（こどもルーム）の児童に対し、お小遣い帳のつけ方等の講座を、消費者団体3団体（柏市消費者の会、柏生活クラブ、かたくりの会）に委託して実施しているが、令和2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、実施することができなかった。

○ 市内高等学校における消費者教育の推進

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推進を依頼。

a) 出前消費者講座（リモートにて実施）

1回（校） 25人（千葉県立我孫子特別支援学校清新分校）【千葉県立沼南高柳高等学校内】

b) ※【実施できず】 市内消費生活関連授業支援

例年、高等学校の授業（家庭科）と中学校授業（技術科）において、消費生活相談員が若者に多いトラブル事例や対処方法を説明しているが、令和2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、実施することができなかった。

(3) 消費者教育・啓発 ②

c) ※【実施できず】 消費生活関連図書の企画展示

例年、学校における情報発信拠点の役割を担う学校図書館と、市立図書館、消費生活センターの3者が連携し、市内の高等学校図書館において、消費生活関連図書の企画展示を開催しているが、令和2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、実施することができなかった。

○ ※【実施できず】 市内大学における消費者講座

例年、市内大学において、消費生活相談員が成年年齢引き下げを踏まえた、若者に多いトラブル事例や対処方法を説明しているが、令和2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、実施することができなかった。

イ 一般向け消費者教育・啓発 «概要P33»

○ 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及び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た。

a) 出前消費者講座

16回（参加人数 延べ258人）

(3) 消費者教育・啓発 ③

○ 情報紙・啓発資料等の作成・配布等 《概要P34～P35》

- ・消費生活センター情報紙（つうしん）の発行・配布（4回, 約14,700枚）
- ・啓発資料等の作成・配布（消費生活センター紹介リーフレット, 悪質商法撃退ステッカー, 子どもの事故防止用啓発冊子, 高齢者向け啓発冊子, 暮らしの豆知識 など）
- ・ショッピングセンターにおける関係機関と連携したイベント時に, 会場で啓発資料の配布
- ・市広報紙（令和2年7月15日号）への掲載……新型コロナウイルス感染症を想定した「新しい生活様式」での通信販売のトラブルを未然に防ぐポイント

○ 資料掲示等 《概要P34》

- ・パネル展（沼南支所【8/3～9/4, 11/12～12/28】）

ウ 消費生活コーディネーター・サポーターによる啓発等の活動 《概要P36～P38》

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, 市内各ふるさと協議会から推薦を受けた市民の方を消費生活コーディネーターに委嘱。

任期2年（令和2年4月1日～令和4年3月31日）, 委嘱人数35名

消費生活コーディネーターは, 消費者トラブルを未然に防ぐため, 地域の消費者リーダーとして消費生活に関する情報を地域住民に提供するなど, 市と地域のパイプ役として活動。

(3) 消費者教育・啓発 ④

【主な活動実績】

- ・消費生活コーディネーター研修会の実施(10回)
なお、研修会は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、通常開催3回、2部制開催3回、書面開催4回で実施。
- ・地域における啓発活動の実施（サロン等活動回数：108回、資料等の配布：9,786枚）
- ・※【実施できず】 例年実施している事業者（金融機関・コンビニ、スーパー等）の店舗への啓発資料等の掲示については、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、実施できなかった。
- ・※【実施できず】 例年実施している柏駅街頭啓発活動については、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、実施できなかった。

また、消費生活コーディネーターの終了者等のうち、希望者については、消費生活サポーター（登録人数10名）として登録し、地域における啓発を実施。

エ その他

- ・消費者行政推進協議会の開催（1回）
- ・地域包括支援センターが開催する地域包括ネットワーク会議等への参加



消費生活コーディネーター研修会風景（中央保健センター）

柏市消費生活センターの消費者教育に関する取り組み【再掲】

① 柏市消費者教育推進連絡会 《概要P32》

学校における消費者教育の推進を図るため、教育委員会（学校教育部指導課）と連携し、市内小・中・高等学校の教員を委員として設置している連絡会。（平成3年5月発足）

委員の任期は2年。（令和2年4月1日～令和4年3月31日）

任期1年目は、消費者教育への理解を深めるために研修や情報共有、意見交換を行い、任期2年目は、各委員がそれぞれの学校において消費者教育の視点を持った授業を実践。また、実践結果は冊子に取りまとめ、市内全校に配布及びホームページで周知することにより、消費者教育の取り組みを広げている。

令和2年度の連絡会については、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、初めて書面会議を2回開催した。

連絡会では、民法改正による成年年齢引き下げにおいて、学校での教育の状況等のアンケートの実施を踏まえ、各委員及び個別に消費者教育に関する資料提供を行った。

平成30・令和元年度に授業で実践した内容を事例集にまとめ、今後作成する事例集を各学校へ配付し、ホームページで周知することを確認した。

柏市消費生活センターの消費者教育に関する取り組み【再掲】

②成年年齢引き下げに対する取り組み 《概要P32》

柏市の取り組み

ア 小・中学校に対して

- ・ 柏市消費者教育推進連絡会を通じた消費者教育の推進
- ・ 【授業支援（R2年度は実施できず）】

イ 高等学校に対して

- ・ 市内高等学校に消費者教育の推進を依頼するとともに、教材や講師派遣を案内
- ・ 講師派遣（R2年度 1校, 25人）
- ・ 【授業支援（R2年度は実施できず）】
- ・ 学校図書館における図書企画展示による啓発（R2年度は実施できず）

ウ 大学に対して

- ・ 【講師派遣（R2年度は実施できず）】

【計量担当業務】

(1) 計量

※「概要」は同封の緑色冊子「計量業務概要（令和2年度実績）」を参照ください。

ア 特定計量器の定期検査 《計量業務概要 P 3～P 8》

適正な計量の実施を確保するため、取引又は証明に使用される特定計量器（質量計）の性能及び器差を一定水準以上に維持することを目的に、計量法第19条第1項の規定により定期検査を実施しました。

	検査戸数	検査個数	不合格個数
指定定期検査機関による検査	369	1,351	5
代検査	34	464	1

イ 立入検査 《計量概要 P 9～P 15》

適正な計量の実施を確保するため、計量法第148条の規定により、スーパーや事業所等に立ち入り、特定商品の量目（内容量）検査や店舗内で包装し、量り売りに使用している特定計量器の使用及び管理方法について、検査指導のほか、特定計量器の定期検査有効期間についての調査を実施しました。

	検査			不適正		
	戸数	台帳	個数	戸数	台帳	個数
商品量目	1	-	85	0	-	1
タクシーメーター	4	42	12	0	0	0
燃料油メーター	12	-	165	0	-	0
石油ガスメーター	5	10,255	24	0	0	0
液化石油ガスメーター	1	-	4	0	-	0

ウ 普及・啓発 《計量業務概要 P 1 6》

市民の計量に対する関心を高めるため、計量強調月間を中心に普及啓発事業を実施しました。

事業名	日程	内容
ポスター掲示 (本庁舎, アミュゼ柏等)	10/26~ 11/30	計量強調月間用ポスターの掲示
家庭用計量器無料簡易検査	11/13~ 11/27	・体重計12器 ・キッチンスケール13器 ・体温計40器 ・血圧計9器

(2) 製品安全 4 法等立入検査 《概要 P 4 0 ~ P 4 2》

家庭用品品質表示法, 消費生活用製品安全法, 電気用品安全法, ガス事業法並びに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に基づき表示が義務付けられた製品(表示の有無, 表示内容等)について, 立入検査を実施しました。

根拠法令	検査品目	検査個数	違反件数
家庭用品品質表示法	スカート, 電気冷蔵庫等16品目	78	0
消費生活用製品安全法	石油ストーブ, ライター等6品目	14	0
電気用品安全法	LEDランプ, 電子レンジ等9品目	33	0
ガス事業法	ガスこんろ 1 品目	4	0
液化石油ガス法	カートリッジガスこんろ 1 品目	3	0

(3) 市民持ち込みによる食品等の放射性物質測定 《概要 P 4 3 ~ P 4 4》

市民の食の安全・安心の確保のため、公的機関の検査対象となっていない家庭菜園で栽培された野菜、自宅の庭に自生している果実及び井戸水等の飲料物等、自家消費される食品を対象に、委託検査機関のゲルマニウム半導体検出器ガンマ線スペクトロメトリーによる、食品等に含まれる放射性物質の測定を実施しました。

測定品目	測定件数	基準値超過件数
たけのこ, さつまいも等	21	0

【 柏市経営戦略方針（後期基本計画） 】

（1） 「柏市消費者教育推進計画」 及び「柏市経営戦略方針（後期基本計画）」 について ‹‹概要 P 2 3››

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、計画期間を平成30年度から令和4年度（2022年度）までの5年間としていましたが、今後は、市の総合計画である、「経営戦略方針（後期基本計画）」と「柏市消費者教育推進計画」の策定年度を併せて、整合性を図りながら進めてまいりたいと考えております。

（2） 計画期間の考え方について ‹‹概要 P 2 3››

現在の「柏市消費者教育推進計画」の計画期間は、平成30年度から令和4年度の5年間のため、本来であれば令和3年度には現状アンケート調査、計画見直し案を作成、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考えておりました。しかし、令和2年度から「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「消費者教育の具体的な施策」の各事業については、中止または規模縮小で実施しており、通常での事業実施が非常に厳しい状況となっております。

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ます。つきましては、令和7年度までは、現計画である「柏市消費者教育推進計画」の推進事業を「優先事業」として設定し、「柏市経営戦略方針（柏市第五次総合計画後期基本計画）」との整合性を図りながら、取り組んでまいりたいと考えております。

和暦(年)	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7
西暦(年)	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) 計画の目標と方向性 《概要P24》

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、計画期間は平成30年度から令和4年度（2022年度）までの5年間としています。今後は、「経営戦略方針（後期基本計画）」の期間に合わせて、「柏市消費者教育推進計画」との整合性を図ります。

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

(4) 令和2年度における進捗状況等

令和2年度は計画期間の3年目です。推進内容として、「学校教育等における消費者教育」、「一般向け消費者教育・啓発」、「消費生活コーディネーター・サポーターによる啓発等の活動」、「成年年齢引き下げを踏まえた若年者に対する消費者教育の推進」を中心に取り組みました。なお、令和2年度については、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、一部の事業を中止及び変更して実施しました。

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

①学校教育等における消費者教育の推進 《概要P28》

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	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	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	・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)	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	各校年1回の出前講座開催

②地域・家庭における消費者教育の推進 《概要 P 2 9》

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	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	「消費生活センターつうしん」の発行 4回	6回	5回	4回	4回以上
		広報かしわへの掲載等の発行	・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	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	・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)	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)	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15,000枚	約24,000枚	22,021枚	9,786枚	約45,000枚
		地域活動件数 118件	410件	369件	108件	180件

③職域における消費者教育の推進 《概要 P 3 0》

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	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	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	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	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

①地域人材（消費生活コーディネーター）の育成・活動支援 《概要 P 3 0》

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	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	消費生活コーディネーター委嘱人数 37人	38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	消費生活サポーター登録人数 8人	4人	10人	15人

②消費生活相談員及び消費者教育相談員の育成 《概要 P 3 0》

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	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	20回

③学校教職員への動機付け及び実践への支援 《概要 P 3 0》

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	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)	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	全教職員への周知徹底, 活用方法の見直し

④消費者教育の効果的な情報発信機能の強化 ‹‹概要 P 3 1 ››

具体的な施策		策定時 (H29)	(H30)	(R元)	(R2)	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 6回	5回	4回	4回以上
			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	年1回特集 ページ掲載
		・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）	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60件

(5) 令和3年度「柏市消費者教育推進計画」及び「柏市経営戦略方針（後期基本計画）」の推進 《概要P24》

今年度、「柏市消費者教育推進計画」は4年目、また、「柏市経営戦略方針（後期基本計画）」は1年目です。近年の傾向として、少子高齢化、高度情報化の進展と急激な社会情勢の変化に伴い、消費者被害の内容も多様化してきており、特に高齢者からの相談が多くなっています。また、2022年施行の「成年年齢の引き下げ」により、若年者の消費者被害の拡大が懸念されます。

このような現状から、市民が相談しやすい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た、消費者教育・啓発を促進できるよう、消費生活コーディネーターの育成及び関係団体と連携して、消費者トラブル未然防止の知識及び意識の向上を図る必要があると考えております。現計画である、「柏市消費者教育推進計画」の推進事業を「柏市経営戦略方針（後期基本計画）」の「優先取組」及び「優先事業」として設定し、引き続き継続して取り組んでまいります。

【令和3年度事業の方向性】

R3年度の具体的な施策		推進方法
1	【優先取組】 消費者トラブル未然防止の知識及び意識の向上	・消費者被害や特殊詐欺の未然防止を図るための講座や情報提供を積極的に行い、消費者トラブルの時は、消費生活センターへ相談するよう、相談意識の醸成を図る。特に若年者に対しては、2022年の成年年齢引き下げを踏まえた啓発を強化していく。
2	【優先事業】 新しい消費者教育・啓発の推進	・社会情勢・環境に合わせた、新しい各種消費者啓発教材の作成及び発信を行うとともに、新型コロナウイルスに対応した相談体制及び啓発活動を推進する。また、ホームページの見直しを行い、閲覧回数を上げることにより、消費者被害拡大防止や認知度向上を図る。
3	【優先事業】 人づくりを通じた消費啓発事業	・高齢者及び若年者を対象に、自立した消費者行動ができるよう、正しい消費者意識の醸成と消費者被害の未然防止を目的に、地域における人づくりを通じた啓発活動を推進する。高齢者及び若年者は消費者被害の拡大が懸念されるため、消費者啓発を強化して行うことにより、消費者被害を未然に防ぐ。

【その他 消費生活センターからの情報提供】

(1) 新型コロナウイルス関連に係る柏市消費生活センターの対応等について

消費生活センターでは、新型コロナウイルス感染症の拡大防止を図るため、状況に合わせた様々な対応を行ってきました。令和2年4月の緊急事態宣言開始及び延長、解除時の対応、また解除後から現在についても感染予防対策に取り組んでおります。

【令和2年度 新型コロナウイルス関係の対応等（※R2.4月～R3.3月）】

1 消費生活相談（柏市）		件数・内容
1	新型コロナウイルス関連の相談件数	293件（全体相談件数3,697件に対する割合は、7.9%）
2	主な相談内容	①未注文マスクの送り付け、②航空券等の解約・返金、③マスク・消毒液の返品・解約、④結婚式の解約料、⑤マスク未到着・不良品到着

2 消費生活センターにおける主な新型コロナウイルス感染予防対策	
1	来所相談の受付休止（R2.4.8～5.26）
2	食品等の放射性物質測定受付休止（R2.4.8～5.26）
3	職員及び消費生活相談員の交代制勤務（R2.4.17～5.25）
4	消費生活相談員の分散型勤務（R2.5.27～6.12）

3 消費生活センター関係会議、協議会等の対応	
1	柏市消費者行政推進協議会（R2.12.8 書面会議）
2	柏市消費者教育推進連絡会（R2.11.6, R3.2.10 書面会議）
3	柏市消費生活コーディネーター研修会 （R2.4月, 5月, R3.1月, 2月 書面会議） （R2.6月, 7月, 11月 通常開催） （R2.9月, 10月, 12月 2部制開催）

【その他 消費生活センターからの情報提供】

(2) 消費生活センターにおける主な中長期の重点課題と対応について

柏市は基本計画である、「第五次総合計画」を策定し、平成28年度から令和7年の10年間を計画期間とされています。なお、令和3年から5年間を「柏市経営戦略方針（後期基本計画）」として位置づけられており、計画との整合性を図りながら、消費者教育・啓発を促進していきます。

1 現状分析	
1	少子高齢化，高度情報化，グローバル化の進展に伴う消費者被害の拡大
2	特に高齢者被害の拡大が顕著
3	2022年4月施行，成年年齢の18歳引き下げに伴う若年者の消費者被害拡大懸念

2 中長期の重点課題	
1	相談しやすい環境づくり
2	消費者被害拡大防止を目的とした，人づくり・ネットワークづくり
3	ライフステージや場に応じた体系的な消費者教育の機会の確保（特に若年者に対する消費者被害発生防止に向けた取り組み）

3 目指すべき対応・状態	
1	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」の確保，子どもから高齢者まで幅広い世代への消費者教育の啓発促進，消費生活センターへの相談のしやすさ・有用性の向上
2	世代を超えた多くの市民の消費者トラブルの知識や意識の向上，消費者トラブルの未然回避，自己解決

4 取り組みの課題	
1	消費者トラブル未然防止の知識・意識向上
2	各地域における高齢者見守りネットワークの構築と相談意識の醸成
3	成年年齢18歳引き下げを見据えた学校等と連携した若年者消費者教育の向上
4	新型コロナウイルスに対応した相談体制の構築・啓発強化・ホームページ見直し
5	若年者から高齢者までの現状・課題等のアンケート調査実施