

柏市消費者行政等の実績及び計画の推進

(令和3年度の主な実績)
(令和4年度の推進事業)

令和4年7月1日(金)

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3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 10
 - (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 ... P 13

- ▶ (1) 「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」について
- (2) 計画期間の考え方について
- (3) 令和4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
- (4) 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

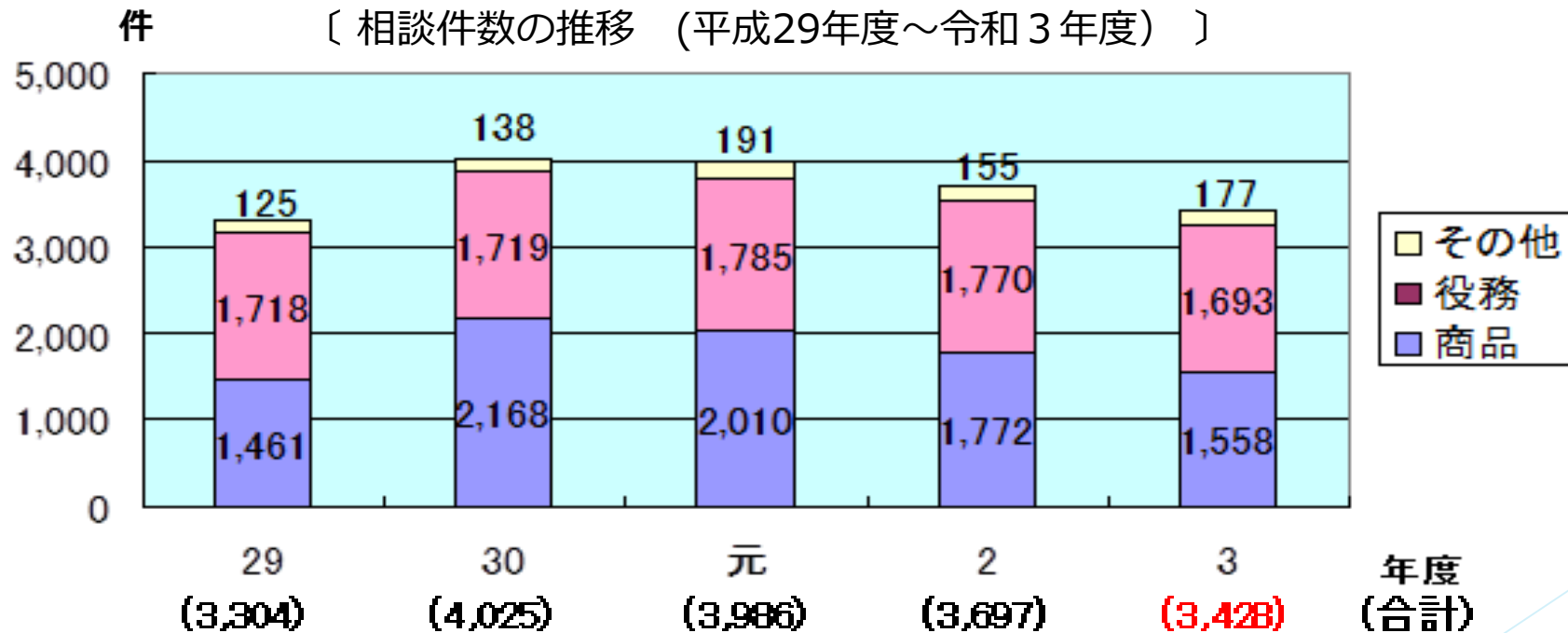
1 柏市消費者行政等の実績（令和3年度）【消費生活担当業務】

（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「柏市消費者行政の概要（令和3年度実績）暫定版」を参照ください。

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%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3年度）及び主な相談内容〕 《概要P14》

「デジタルコンテンツ」（例：オンラインゲームやアダルト情報サイト等の相談）が322件と最も多く、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あった。また、「修理サービス」が前年度と比べ増加している。これは、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るものであった。

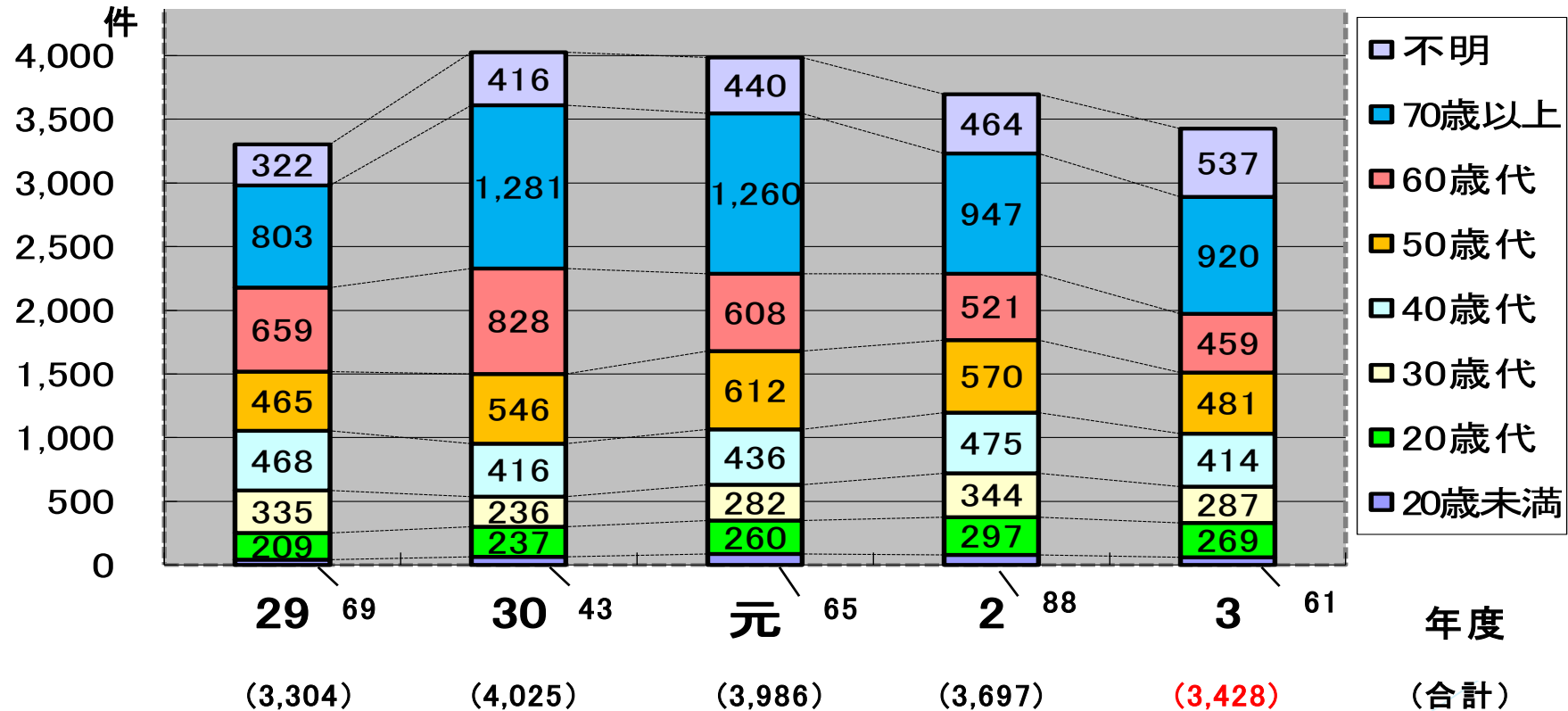
順位	商品・役務名	主な相談内容	件数	増減率(%)	前年度件数
1	デジタルコンテンツ	パソコンや携帯電話等により、インターネットを通じて各種サイトから得られる情報やサービスに関するもの	322	4.9	307
2	商品一般	身に覚えのない料金不払い等がある旨を記載した葉書やメールを送りつける等の架空請求に関するもの	321	△16.2	383
3	賃貸アパート	退去時の修繕費用、敷金返還のトラブルに関するもの	148	26.5	117
4	相談その他	「不振な電話がかかってきた」等の相談や、家族や友人間のトラブルに関するもの	127	4.1	122
5	修理サービス	水回りの修理において広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

イ 契約当事者の年代別相談件数の推移（平成29～令和3年度） ‹‹概要P10››

令和3年度の契約当事者の年代別では、70歳以上が920件（26.9%）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といえる。

[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) 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月と11月の第3土曜日 (午前10時~4時)	7	2
柏市単独の開催	偶数月の第3水曜日(午後1時~4時)	109	3
計		176	5

*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P31≫

○ 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、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3年度の連絡会については、3回実施。新型コロナウイルス感染症の拡大防止の観点から、内書面会議1回とした。

連絡会では、民法改正による成年年齢引き下げを含め、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た。

(3) 消費者教育・啓発 ①

○ 市内小・中学校及び高等学校における消費者教育の推進 《概要P32》

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 3回(校) 計123人参加

28人 千葉県立沼南高柳高等学校

15人 千葉県立我孫子特別支援学校清新分校 (Zoom開催)

80人 柏市立土中学校

b) 市内消費生活関連授業支援 1回(校) 35人参加

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。

35人 柏市立南部中学校

(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年度に引き続き3年度についても、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年度に引き続き3年度についても、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

12回（参加人数 延べ216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（5回, 約16,227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4年3月1日号）への掲載……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た。

○ 資料掲示等 《概要P34》

- ・パネル展（沼南支所【8/13～9/14, 11/17～12/17】）
- ・電子掲示板（柏駅東口・南口・二番街, セブンパークアリオ内の柏市PRコーナー他, 5/1～31）

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2回、2部制開催6回、書面開催等2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：104回、資料等の配布：8,472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（書面会議：2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（中央公民館）

【計量担当業務】

(1) 計量

※黄色冊子「計量業務概要（令和3年度実績）」

ア 特定計量器の定期検査 《計量業務概要 P 4～P 9》

を参照ください。

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	427	1,034	4
代検査	31	353	2

イ 立入検査 《計量業務概要 P 10～P 16》

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。令和3年度は、新型コロナウイルス感染症の感染状況等を考慮し、商品量目の検査を中止しました。

	検査			不適正		
	戸数	台帳	個数	戸数	台帳	個数
タクシーメーター	6	34	8	0	0	0
燃料油メーター	13	-	206	1	-	1
石油ガスメーター	3	12,308	22	0	0	0
液化石油ガスメーター	2	-	6	0	-	0
水道メーター	1	214,740	4	0	0	0

ウ 普及・啓発 《計量業務概要 P 17》

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
夏休み子ども教室 「天びんはかりを作ろう！」	7/27・29	「消費生活センターにおける計量の仕事」の講義及び天びんはかりの工作 参加者：親子28組
ポスター掲示 (本庁舎, アミュゼ柏等)	10/25~ 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	11/15~ 11/26	・体重計5器 ・キッチンスケール2器 ・体温計87器・血圧計9器

(2) 製品安全 4 法等立入検査 《概要 P 40 ~ P 42》

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	電気ミキサー, 椅子等 20 品目	94	3
消費生活用製品安全法	石油ストーブ, ライター等 4 品目	10	0
電気用品安全法	電気洗濯機, 電気ホットプレート等 10 品目	33	0
ガス事業法	ガスこんろ等 2 品目	3	0
液化石油ガス法	カートリッジガスこんろ等 2 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
柚子, 柿 等	16	0

2 柏市消費者行政の推進（令和3年度及び令和4年度）

（1）「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」について 《概要P23》

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、計画期間を令和7年度まで延長しました。

（2）計画期間の考え方について 《概要P23～P24》

「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。

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) 令和4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

今年度、「柏市消費者教育推進計画」は5年目、また、「柏市経営戦略方針（後期基本計画）」は2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4年度事業の方向性】

R4年度の具体的な対策	取組概要
【優先取組】 消費者トラブル未然防止の知識・意識の向上	<ul style="list-style-type: none"> ・高齢者については、消費者被害や特殊詐欺の未然防止講座の開催や情報提供を積極的に行うとともに、消費者トラブル時は、迅速に消費生活センターへ相談するよう、各地域における見守りネットワークの構築と相談意識の醸成を図るため、多様な主体と連携して進める。特に若年者については、2022年から成年年齢が18歳に引き下げられるため、若年者一人一人が消費者市民社会において自立した消費者の一員として行動できるよう、学校等と連携した、若年者を対象とした消費者教育を推進する。また、消費者教育啓発素材として、ホームページでの動画配信等を検討する等、昨今の若年者や社会情勢・環境に合わせた内容の充実を図る。
【優先事業】 新しい消費者教育・啓発の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・社会情勢・環境に合わせた、新しい各種消費者啓発教材の検討・作成及び発信を行い、消費者被害の未然・拡大防止を推進する。ホームページ等の閲覧回数を上げることにより、消費者被害の未然・拡大防止及び消費生活センターの認知度向上を図る。
【優先事業】 人づくりを通じた消費啓発事業	<ul style="list-style-type: none"> ・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、地域及び学校における人づくりを通じた啓発活動を推進する。 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。

(4) 令和4年度以降の推進事業について（協議事項）

	テーマ	協議事項（取組方法など）
1	2022年4月の成年年齢引下げを踏まえ、主に若年者を対象とした効果的な啓発事業について	<ul style="list-style-type: none"> ● 具体的な啓発手段、啓発方法、啓発の主体など
2	情報発信の強化について (1) これまでの情報発信についての評価等	<ul style="list-style-type: none"> ● 広報かしわ、市ホームページ、ツイッター、啓発資料等の作成・配布、パネル展、電子掲示板（デジタルサイネージ）等、従前の情報発信
	情報発信の強化について (2) 今後の効果的な情報発信とは？	<ul style="list-style-type: none"> ● 上記の更なる充実と、PR動画等による情報発信
3	アフターコロナを見据えたイベント等の実施について	<ul style="list-style-type: none"> ● 企画例 <ul style="list-style-type: none"> ・ 県補助金を活用した消費者教育・啓発事業 ・ 大型商業施設を利用した啓発イベント