

第1章 消費者行政の概要

第1節 消費者行政の歩み

年 月	内 容
昭和45年 4月	・消費生活モニター制度発足（昭和63年3月廃止）
5月	・消費生活苦情相談員制度発足（現在の消費生活相談員）
47年 2月	・第1回消費生活展開催（平成16年3月廃止）
4月	・経済部商工課消費対策係新設
9月	・消費者と経営者の懇談会開催（平成元年度まで）
49年 1月	・石油パニックに伴い、洗剤の優先配布実施
2月	・柏市消費生活安定緊急対策本部設置
5月	・ノー包装キャンペーン推進協議会発足
6月	・生鮮食品「消費者サービスデー」実施（平成元年3月廃止）
50年 5月	・消費生活センター（課内出先機関）ファミリかしわ3階に新設
6月	・消費者講座開設
51年 5月	・消費者行政推進協議会発足（柏市消費者行政推進協議会要領施行）
6月	・消費生活通信講座開設（平成9年3月廃止）
52年 6月	・移動消費者講座開設（平成18年度から消費者講座に統合）
53年 8月	・青空市開催（平成5年3月廃止）
54年 4月	・経済部消費生活課新設
55年 4月	・安全三法に基づく立入検査事務の県知事権限委譲
56年 7月	・石けん利用推進協議会発足（平成22年3月から休止）
57年 5月	・モデル地区石けん普及事業実施（平成6年3月廃止）
60年 4月	・新生児に粉石けん配布（平成9年3月廃止）
63年 4月	・消費生活コーディネーター制度発足
平成 3年 3月	・放射能測定器設置（平成16年6月放射能測定器故障による放射能測定事業廃止）
5月	・柏市消費者教育推進連絡会発足（柏市消費者教育推進連絡会要領施行）
12月	・消費生活センター全面改装
7年 4月	・柏市消費生活センター条例施行（平成24年8月廃止）
6月	・柏市消費者教育相談員規則施行（平成28年4月廃止）
8月	・消費生活センター内に消費者ルーム新設

8年 4月	・ 柏市消費生活相談員規則施行（平成28年4月廃止）
13年 7月	・ 消費生活センターがそごう柏店アネックス館5階へ移転
17年 3月 4月	・ 柏市・旧沼南町合併 ・ 子ども向け消費者教育出前講座「子ども消費者教室～マナブーと楽しく学ぼう～」を開始（平成27年3月廃止）
19年 12月	・ 東葛多重債務問題対策フォーラム発足
20年 2月 4月	・ 多重債務問題対策庁内連絡会発足 ・ 機構改革に伴い経済部から市民生活部へ移行 ・ 計量業務開始（中核市移行）
21年 4月 9月	・ 機構改革に伴い市民活動推進課出先機関から課へ移行 ・ 消費者庁発足
24年 2月 4月 8月	・ 主任消費生活相談員制度導入 ・ 持ち込みによる食品・井戸水等の放射性物質測定開始 ・ 消費生活センターが中央体育館管理棟1階へ移転（消費者ルーム廃止）
25年 3月	・ 石けん普及推進事業廃止
28年 4月 6月	・ 柏市消費生活センター条例施行（消費者安全法の改正（平成28年4月施行）に伴うものであり、平成7年4月に施行した条例（名称が同じ）とは、規定内容は異なる） ・ 柏市消費生活サポーター制度発足 ・ 市と市民公益活動団体（消費者3団体）が協働事業「かしこい消費者の育成講座事業（9回講座）」を実施。
29年 4月 11月	・ 持ち込みによる食品・井戸水等の放射性物質食品等の放射性物質測定業務について業者委託（ゲルマニウム半導体検出器による精密測定となる） ・ 「消費者教育フェスタin柏」開催（主催：文部科学省，共催：柏市，柏市教育委員会）
30年 4月	・ 「柏市消費者教育推進計画」策定（計画年度：平成30年度～令和4年度）
31年 1月	・ 「多重債務相談に応じる弁護士名簿配布にあたっての協定書」を千葉県弁護士会と締結

<p>令和 元年 9月 10月 10月</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 柏市消費者行政推進協議会要領改正 ・ 柏市消費生活コーディネーター基準廃止 ・ 柏市消費生活コーディネーター設置要領施行
<p>2年 4月</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 緊急事態宣言が発令され，新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から，「消費生活相談の来所相談を休止」及び「食品等の放射性物質測定を休止」 (休止期間：令和2年4月8日～令和2年5月26日)

第2節 組織

1 部内構成（令和2年4月1日現在）

市民生活部	市民課
	出張所（柏駅前行政サービスセンターなど11か所）
	パスポートセンター
	消費生活センター
	保険年金課
	国民年金室
	沼南支所

2 職員構成（令和2年4月1日現在）

区分	所長	統括リーダー	副主幹	主査	主任	主事	主事補	消費生活相談員	消費者教育相談員	計
行政職員	1	1	2	0	0	2	2			8
会計年度任用職員								7	1	8
計	1	1	2	0	0	2	2	7	1	16

消費生活センター（16名）	消費生活担当（11名）
所長 1名	副主幹 1名
統括リーダー 1名	主事 1名
	主事補 1名
	消費生活相談員 7名
	消費者教育相談員 1名
	計量担当（3名）
	副主幹 1名
	主事 1名
	主事補 1名

第3節 事務分掌（柏市行政組織規則）

消費生活担当	<ol style="list-style-type: none">1 消費生活に関する相談及び苦情の処理に関する事。2 消費者教育の推進に関する事。3 消費者教育推進計画に関する事。4 柏市消費者行政推進協議会に関する事。5 消費生活コーディネーターに関する事。
計量担当	<ol style="list-style-type: none">6 計量法（平成4年法律第51号）に関する事。7 消費生活用製品安全法（昭和48年法律第31号）に関する事。8 電気用品安全法（昭和36年法律第234号）に関する事。9 ガス事業法（昭和29年法律第51号）に関する事。10 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（昭和42年法律第149号）に関する事。11 家庭用品品質表示法（昭和37年法律第104号）に関する事。

第4節 消費生活センター施設等の概要

1 所在地等

〒277-0004

柏市柏下73番地 柏市中央体育館管理棟1階

電話番号 04-7163-5853 (事務全般)

04-7164-4100 (消費生活相談専用)

F A X 04-7164-4327 (消費生活センター共用)

E-mail shohiseikatsu-c@city.kashiwa.chiba.jp

2 設置場所の変遷

昭和50年5月1日 ファミリかしわ3階 (現柏駅前行政サービスセンター) に設置

平成13年7月1日 そごう柏店アネックス館5階に移転

平成24年8月6日 中央体育館管理棟1階に移転

3 施設規模

区 分	面 積
事務室	92.40 m ²
相談室	32.33 m ²
会議室	30.10 m ²
倉庫	16.80 m ²
合 計	171.63 m ²

4 消費生活相談

(1) 月曜日から金曜日まで (来訪又は電話)

午前9時から午後4時30分まで (祝日及び年末年始を除く)

※ 消費生活相談員5名程度で対応

(2) 第3土曜日 (電話のみ)

午前9時から午後4時30分まで

※ 消費生活相談員3名程度で対応

(3) その他

PIO-NET（全国消費生活情報ネットワークシステム：国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、消費生活センターに寄せられる消費生活に関する相談情報〔消費生活相談情報〕の収集を行っているシステム）端末を8台設置

第2章 令和2年度事業実績

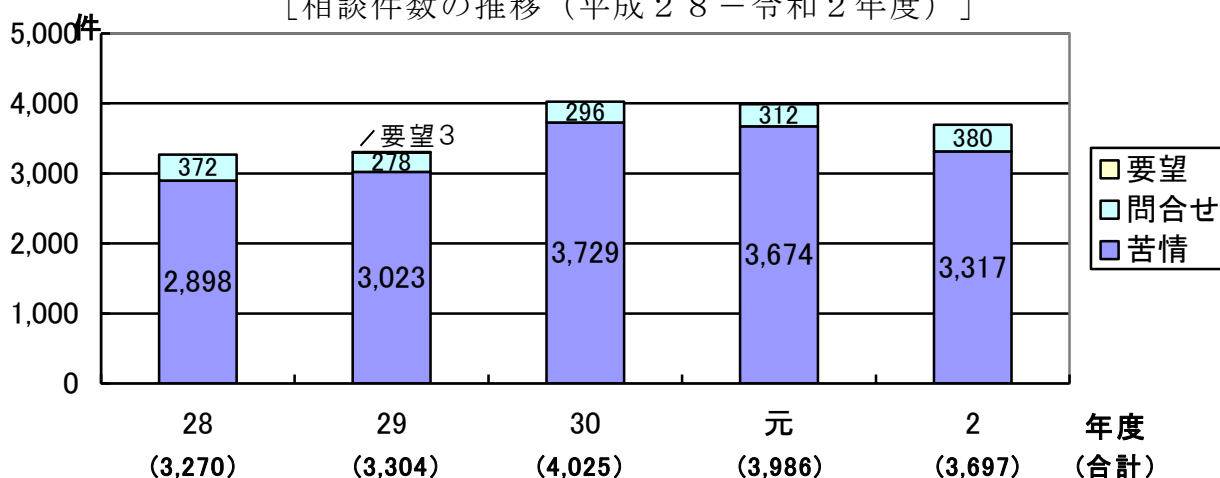
第1節 消費生活相談の状況

令和2年4月1日から令和3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ある。

1 相談件数

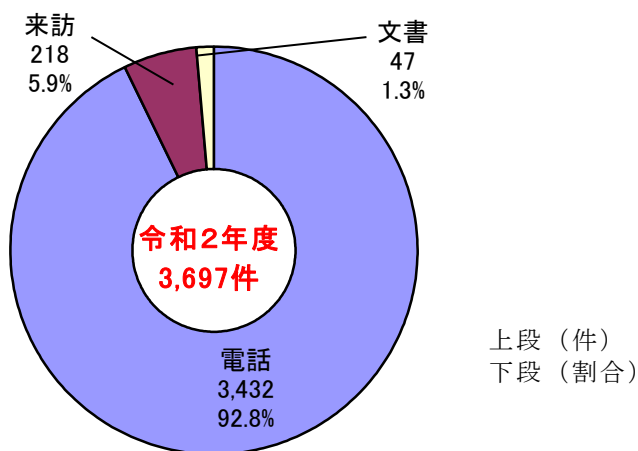
令和2年度の相談件数は3,697件で、前年度(3,986件)に比べ289件、7.3%の減少であった。

[相談件数の推移(平成28-令和2年度)]

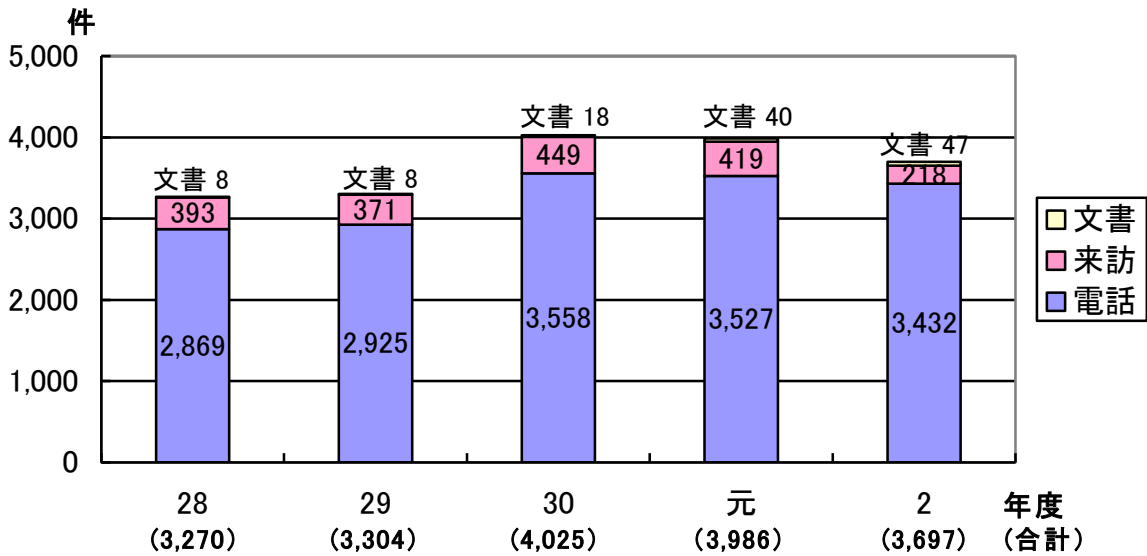


相談方法別では、「電話」が3,432件(92.8%)と大半を占め、「来訪」が218件(5.9%)、「文書」が47件(1.3%)であった。

[相談方法別相談件数(令和2年度)]

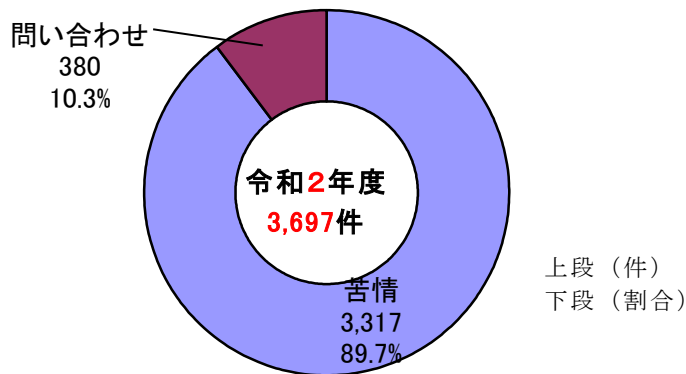


[相談方法別相談件数の推移（平成28～令和2年度）]



相談区分別では、「苦情」が3,317件（89.7%）、「問い合わせ」が380件（10.3%）であった。

[相談区分別相談件数（令和2年度）]

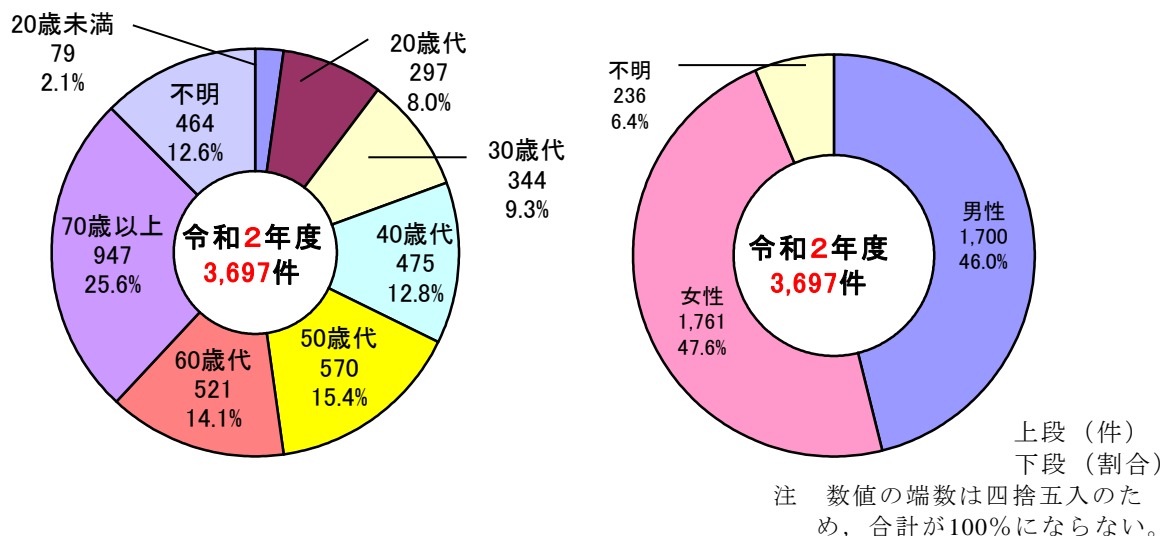


なお、苦情、問い合わせ、要望の定義等は次表のとおり。

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」】

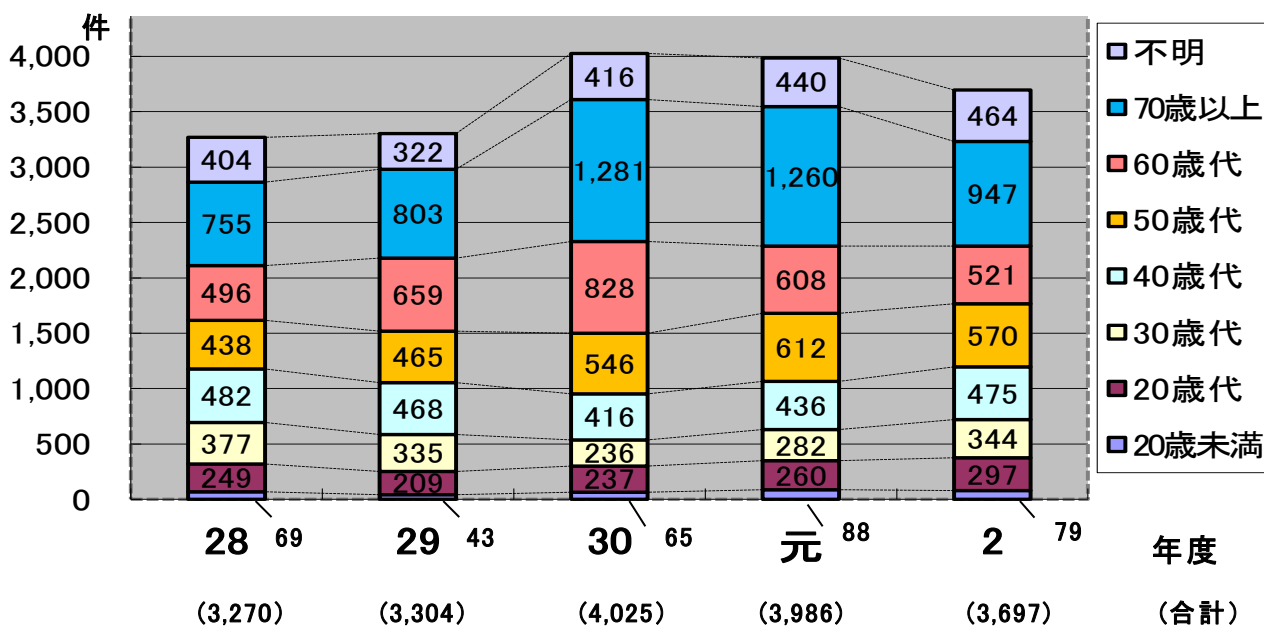
契約当事者の年代別では，70歳以上が947件（25.6%）と最も多く，次いで50歳代が570件（15.4%），60歳代が521件（14.1%）の順であった。昨年度と比較して相談件数は減少したものの，60歳以上の相談者の割合は1,468件（39.7%）と全体の約4割を占めており，依然として高齢者からの相談が多いといえる。

[契約当事者の年代別及び性別相談件数（令和2年度）]



い

[契約当事者の年代別相談件数の推移（平成28－令和2年度）]

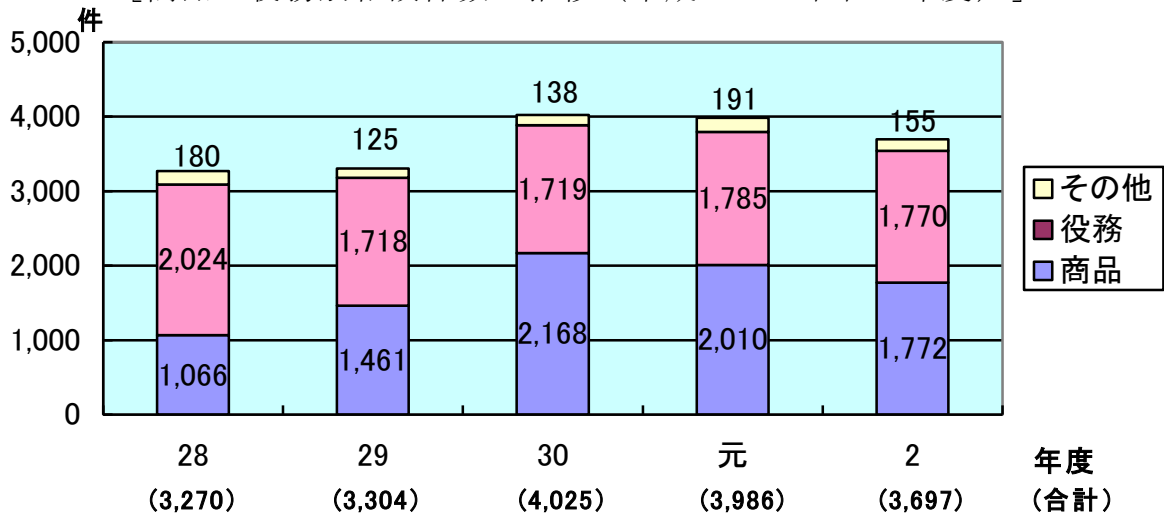


2 商品・役務別相談状況

相談件数 3,697 件のうち、「商品」に関する相談が 1,772 件（47.9%）、「役務（サービス）」に関する相談が 1,770 件（47.9%）、「その他相談」が 155 件（4.2%）であった。

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、「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 596 件（16.1%）と最も多かった。次いで、「商品一般」（例：ハガキによる架空請求）が 383 件（10.4%）、「保健衛生品」（例：マスク）が 290 件（7.8%）の順となった。

[商品・役務別相談件数の推移（平成28～令和2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る。
- ・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る。

[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

[商品・役務別相談件数（令和２年度と令和元年度の比較）]

区 分		令和２年度		令和元年度	
		件数 (件)	構成比 (%)	件数 (件)	構成比 (%)
商 品	商品一般	383	10.4	871	21.9
	食料品	272	7.4	267	6.7
	住居品	148	4.0	126	3.2
	光熱水品	98	2.7	55	1.4
	被服品	153	4.1	119	3.0
	保健衛生品	290	7.8	186	4.7
	教養娯楽品	287	7.8	221	5.5
	車両・乗り物	60	1.6	63	1.6
	土地・建物・設備	67	1.8	95	2.4
	他の商品	14	0.4	7	0.2
	小 計	1,772	48.0	2,010	50.6
役 務	クリーニング	13	0.4	11	0.3
	レンタル・リース・貸借	157	4.2	128	3.2
	工事・建築・加工	149	4.0	158	4.0
	修理・補修	84	2.3	75	1.9
	管理・保管	7	0.2	8	0.2
	役務一般	5	0.1	5	0.1
	金融・保険サービス	169	4.6	186	4.7
	運輸・通信サービス	596	16.1	609	15.3
	教育サービス	11	0.3	19	0.5
	教養・娯楽サービス	121	3.3	123	3.1
	保健・福祉サービス	213	5.8	221	5.5
	他の役務	175	4.7	176	4.4
	内職・副業・ねずみ講	19	0.5	17	0.4
	他の行政サービス	51	1.4	49	1.2
小 計	1,770	47.9	1,785	44.8	
そ の 他	155	4.2	191	4.8	
合 計	3,697	100.0	3,986	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る。

[商品・役務別上位相談品目等（令和2年度）]

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	—
	食料品 他の健康食品 健康食品 酵素食品	1 3 9
		1 6
		1 3
	住居品 電気掃除機 住居雑品その他 ルームエアコン	9
		9
		8
	光熱水品 電気 プロパンガス 水道水	6 8
		1 3
		4
	被服品 紳士・婦人用バック 紳士・婦人洋服 上着	2 2
		1 3
		9
保健衛生品 保健衛生品その他 乳液 シャンプー	1 0 4	
	2 4	
	1 7	
教養娯楽品 スマートフォン 新聞 テレビジョン	3 2	
	1 6	
	1 5	
車両・乗り物 普通・小型自動車 自動車部品 他の自動車用品	2 5	
	6	
	5	
土地・建物・設備 新築建売住宅 中古分譲マンション 中古住宅	8	
	5	
	5	
他の商品 上記に該当しない商品に関する相談	1 4	
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	1 3
	レンタル・リース・貸借 賃貸アパート 借家 不動産貸借サービス	1 1 7
		1 1
6		

区分	品目等	件数
役 務	工事・建築加工 屋根工事 塗装工事 増改築工事	5 9
		2 4
		1 4
	修理・補修 修理サービス	8 4
	管理・保管 パーキング マンション管理 管理・保管サービス	4
		2
	1	
	役務一般 複合サービス会員	5
	金融・保険サービス 金融関連サービス その他 フリーローン・サラ金 ファンド型投資商品	3 4
		3 3
		1 9
	運輸・通信サービス 他のデジタルコンテンツ 携帯電話サービス 光ファイバー	1 3 3
		8 3
		7 0
	教育サービス 学習塾 大学 家庭教師	5
		2
		2
教養・娯楽サービス スポーツ・健康教室 教養・娯楽サービス その他 ビジネス教室	2 3	
	1 4	
	1 0	
保健・福祉サービス 募金 医療サービス 歯科治療	3 3	
	3 2	
	2 7	
他の役務 役務その他サービス 外食 結婚式	8 2	
	1 4	
	1 2	
内職・副業・ねずみ講 他の内職・副業 販売業内職 内職・副業一般	1 4	
	2	
	1	
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	5 1	

[商品・役務別相談件数上位10品目（令和2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	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(16頁に詳細を掲載)	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電話をするが繋がらない」等の相談	139	46.3	95
4	相談その他	「不審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
6	保健衛生品その他	「注文したおぼえのないマスクが届いた。どう対処したらよいか」等の相談	104	352.2	23
7	修理サービス	「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	84	16.7	72
8	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	83	31.7	63
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	82	5.1	78
10	光ファイバー	「インターネットの利用料金が、安くなると言われたにもかかわらず、変わらなかった」「電話で質問に答えているうちに、契約したつもりもないまま、回線変更されてしまった」等の相談	70	Δ23.9	92

[契約当事者年代別 相談件数上位5品目 (令和2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	36 +12	デジタルコンテンツ	31 △7	商品一般	27 +16	デジタルコンテンツ	48 +18
2	他の健康食品	9 △1	賃貸アパート	27 +7	賃貸アパート	26 +3	商品一般	32 △25
3	脱毛剤	3 △5	他の健康食品	18 +14	デジタルコンテンツ	22 △5	他の健康食品	30 +6
4	化粧クリーム	2 +2	商品一般	13 +4	他の健康食品	16 +9	賃貸アパート	20 +5
5	電子ゲーム玩具	2 +2	修理サービス	9 +8	携帯電話サービス	13 +5	保健衛生品 その他	17 +15

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	商品一般	48 △94	商品一般	54 △137	商品一般	148 △235
2	デジタルコンテンツ	39 +10	デジタルコンテンツ	47 △2	デジタルコンテンツ	70 △11
3	他の健康食品	24 +1	他の健康食品	25 +12	役務その他サービス	40 +21
4	相談その他	24 +2	保健衛生品 その他	19 +18	保健衛生品 その他	34 +24
5	保健衛生品 その他	21 +13	相談その他	18 +1	光ファイバー	30 △17

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

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たが、その多くは、インターネットを通じた架空請求や通信販売に関する相談であった。

また、昨年度に引き続き、葉書による架空請求に関する相談が減少したことにより、「50歳代」以上の年代から「商品一般」に関する相談が減少した。

[デジタルコンテンツにかかる相談の内訳 (令和2年度と令和元年度の比較)]

区 分	令和2年度 (件)	令和元年度 (件)	増減数 (件)	増加率 (%)
アダルト情報サイト	40	35	5	14.3
出会い系サイト	25	20	5	25.0
オンラインゲーム	28	14	14	100.0
そ の 他	214	227	△13	△5.7
合 計	307	296	11	3.7

[相談例]

～アダルト情報サイトに関するもの～

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。

～オンライン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。

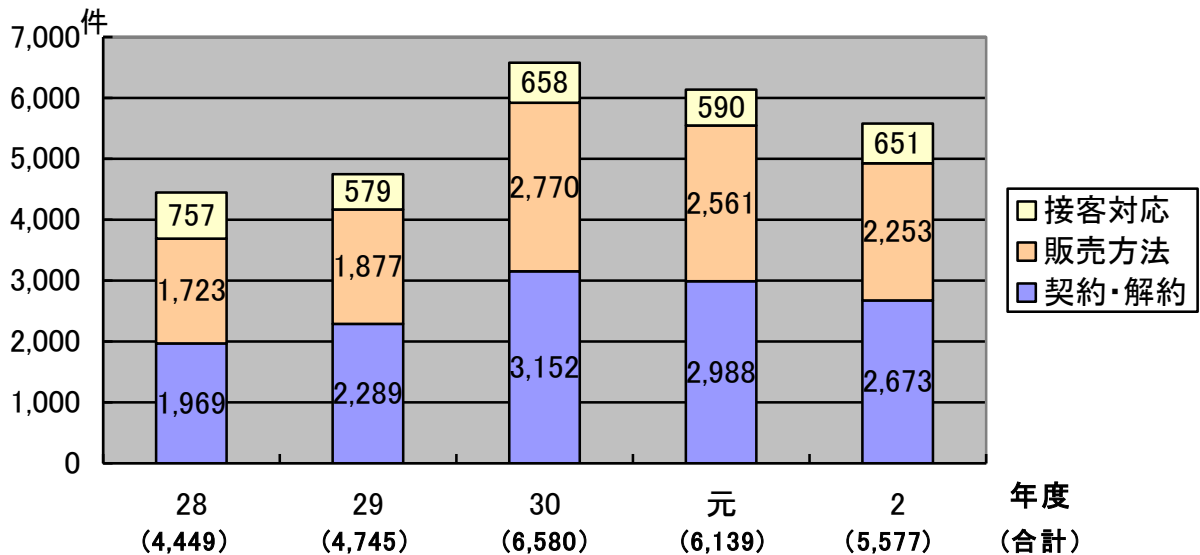
～その他～

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、2,673件、次いで「販売方法」に関するものが2,253件、「接客対応」に関するものが651件の順となった。

〔「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28－令和2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る。
- ・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る。

〔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2年度と令和元年度の比較）]

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

※ 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2年度の相談件数の3, 697件又は令和元年度の相談件数の3, 986件とは合致しない。

※ 構成比は、当該年度の相談件数に対する割合である。

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1,900件で、全相談件数の51.4%を占めた。

内訳は、通信販売1,323件（35.8%）、次いで訪問販売が363件（9.8%）、電話勧誘販売が128件（3.5%）等であった。

[特殊販売形態別上位相談品目（令和2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	他の健康食品	133
		他のデジタルコンテンツ	123
		商品一般	97
		全 体	1,323
訪問販売	営業所等（営業所，代理店，露店・屋台，最低2～3日以上以上の展示販売等）以外の場所で申込み・契約をするもの	修理サービス	53
		屋根工事	51
		役務その他サービス	33
		全 体	363
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	45
		商品一般	15
		電気	7
		全 体	128
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	他の内職・副業	4
		ファンド型投資商品	3
		ビジネス教室	3
		全 体	30
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	6
		紳士・婦人用バッグ	2
		アクセサリー	2
		全 体	24
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	5
		保健衛生品その他	4
		浄水器	2
		全 体	20
その他無店舗		モバイルデータ通信	2
		商品一般	1
		菓子類	1
		全 体	12
合 計			1,900

5 商品・役務別，内容別相談状況（令和2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	383	4	4	9	8	0
		食料品	272	32	40	5	12	3
		住居品	148	24	50	3	10	0
		光熱水品	98	3	8	3	21	0
		被服品	153	3	31	0	9	0
		保健衛生品	290	30	46	11	18	2
		教養娯楽品	287	12	61	11	22	0
		車両・乗り物	60	4	15	0	7	0
		土地・建物・設備	67	6	20	3	4	0
		他の商品	14	3	2	4	1	0
	小 計 (件)		1,772	121	277	49	112	5
	役務	クリーニング	13	0	6	1	1	0
		レンタル・リース・貸借	157	17	33	6	38	0
		工事・建築・加工	149	9	40	2	25	0
		修理・補修	84	3	32	0	35	0
		管理・保管	7	0	0	1	3	0
		役務一般	5	0	0	0	2	0
		金融・保険サービス	169	0	3	3	26	0
		運輸・通信サービス	596	4	31	11	64	0
		教育サービス	11	0	1	1	4	0
教養・娯楽サービス		121	3	5	1	20	0	
保健・福祉サービス		213	21	24	7	33	0	
他の役務		175	3	8	4	25	0	
内職・副業・ねずみ講		19	0	0	0	0	0	
他の行政サービス		51	0	3	8	1	0	
小 計 (件)		1,770	60	186	45	277	0	
他の相談 (件)		155	0	0	0	0	0	
合 計 (件)		3,697	181	463	94	389	5	
構 成 比 (%)		—	4.9	12.5	2.5	10.5	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100%とはならない。

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
21	276	242	17	0	2	0	2	1	586
60	217	204	40	1	0	0	0	0	614
10	94	90	38	0	0	1	1	4	325
6	50	68	16	0	0	0	0	1	176
12	132	134	26	0	0	0	0	1	348
33	230	229	37	1	0	2	0	1	640
19	193	229	82	0	0	0	2	1	632
5	33	51	15	0	0	0	0	1	131
2	23	41	18	0	0	2	1	5	125
0	7	5	3	0	0	0	0	0	25
168	1,255	1,293	292	2	2	5	6	15	3,602
0	2	9	7	0	0	0	0	0	26
2	30	135	43	0	0	1	0	1	306
5	101	114	32	0	0	1	0	3	332
3	47	62	18	0	0	0	0	1	201
1	3	5	4	0	0	0	0	0	17
0	4	5	0	0	0	0	0	0	11
8	67	133	46	0	1	1	0	0	288
28	447	515	96	0	1	0	1	1	1,199
0	3	11	2	0	0	0	0	0	22
4	64	105	33	0	1	0	0	1	237
23	105	117	36	0	1	4	1	6	378
16	101	137	33	0	0	3	0	3	333
3	16	18	2	0	0	0	0	0	39
2	8	14	7	1	0	0	0	13	57
95	998	1,380	359	1	4	10	2	29	3,446
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
263	2,253	2,673	651	3	6	15	8	44	7,048
7.1	60.9	72.3	17.6	0.1	0.2	0.4	0.2	1.2	190.6

一致しない。また、構成比は四捨五入して表示しているため、合計は必ずしも

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」を設置した。

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。

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た。

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 / 16（中止）	土		
2	11 / 21	土	1	7
合計	1回		1件	7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 / 15（中止）	水		
2	6 / 17	水	2	0
3	8 / 19	水	1	3
4	10 / 21	水	4	0
5	12 / 16	水	4	0
6	2 / 17	水	1	0
合計	5回		12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「経営戦略方針」として示したものです。

(2) 計画期間

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。

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				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おります。

2 柏市消費者教育推進計画

(1) 趣旨

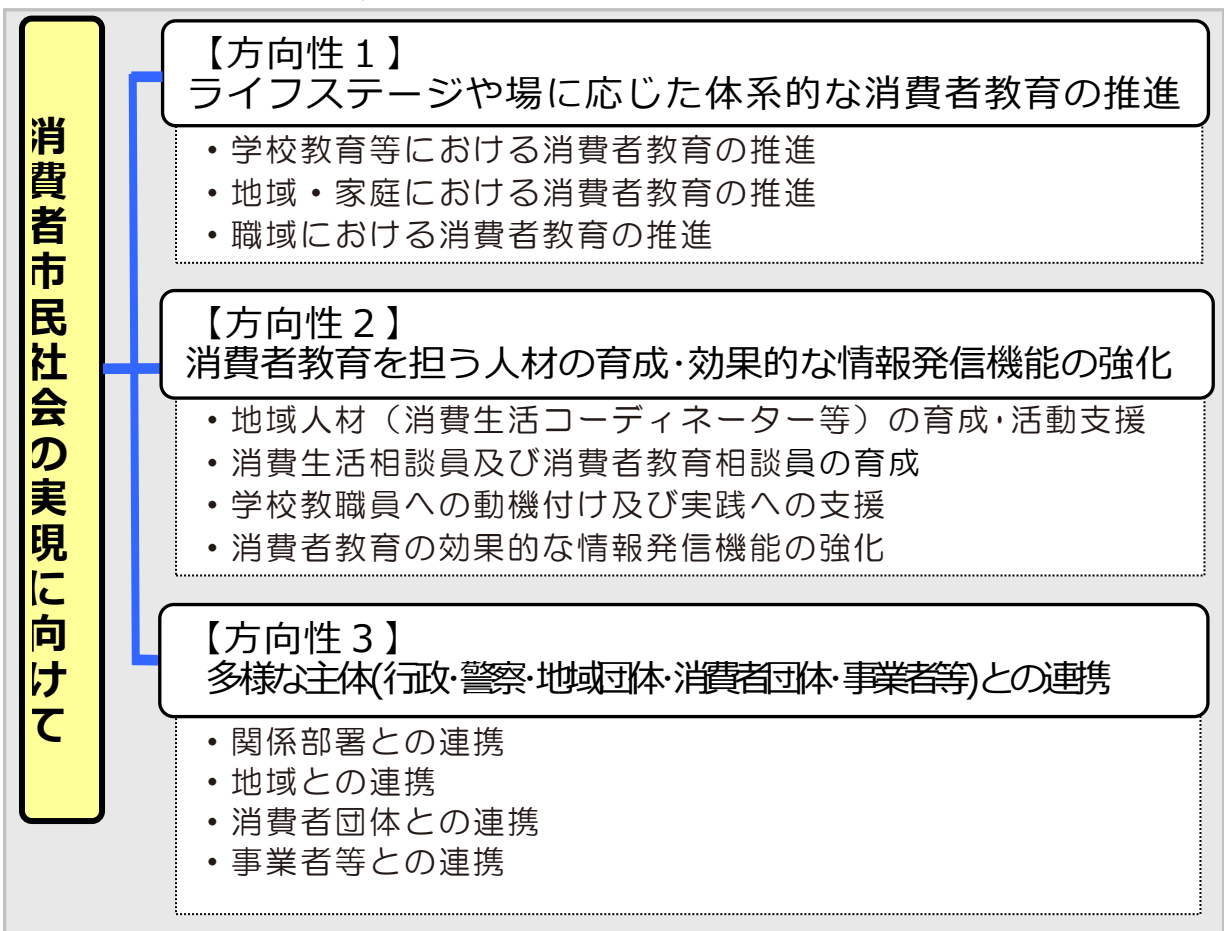
少子高齢化，高度情報化，グローバル化が進展する一方で，家庭・地域のつながりが希薄となる中，子どもから高齢者までのあらゆる世代の誰もが消費者トラブルに巻き込まれる恐れがある。

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た。

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」を策定した。

(2) 消費者教育の基本的な方向性

ア 3つの重点目標



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		職業					
消費者教育の場		学校、園、社会教育施設					
各期の特徴 (職業の特徴に配慮する)		幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期	特に高齢期
重点領域		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 (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、未来を考えた消費生活を送る力(持続可能な消費)	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				
	消費者の影響力を理解し、行動する力(消費者市民社会)	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				
商品安全	商品を安全に使用する力	協力の大切さに気付く	消費者問題に目を向け、消費者としてできることを考え、実行する				
	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持ち、伝え合う				
契約・金銭管理・生活設計	契約の仕組みを理解する力	買ったときに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					
	消費者トラブルに対応する力	買い物のマナーや約束を守る	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				
生活設計・金銭管理	生活設計し、金銭を管理する力	困ったときは信頼できる大人に知らせる					
		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づき、使い方を考えて実践する					
情報社会対応	消費生活情報を評価し、活用する力	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					
	情報モラルを理解し、活用する力	情報の収集、発信の技能を身につけて適切に行う					
		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					
		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					

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

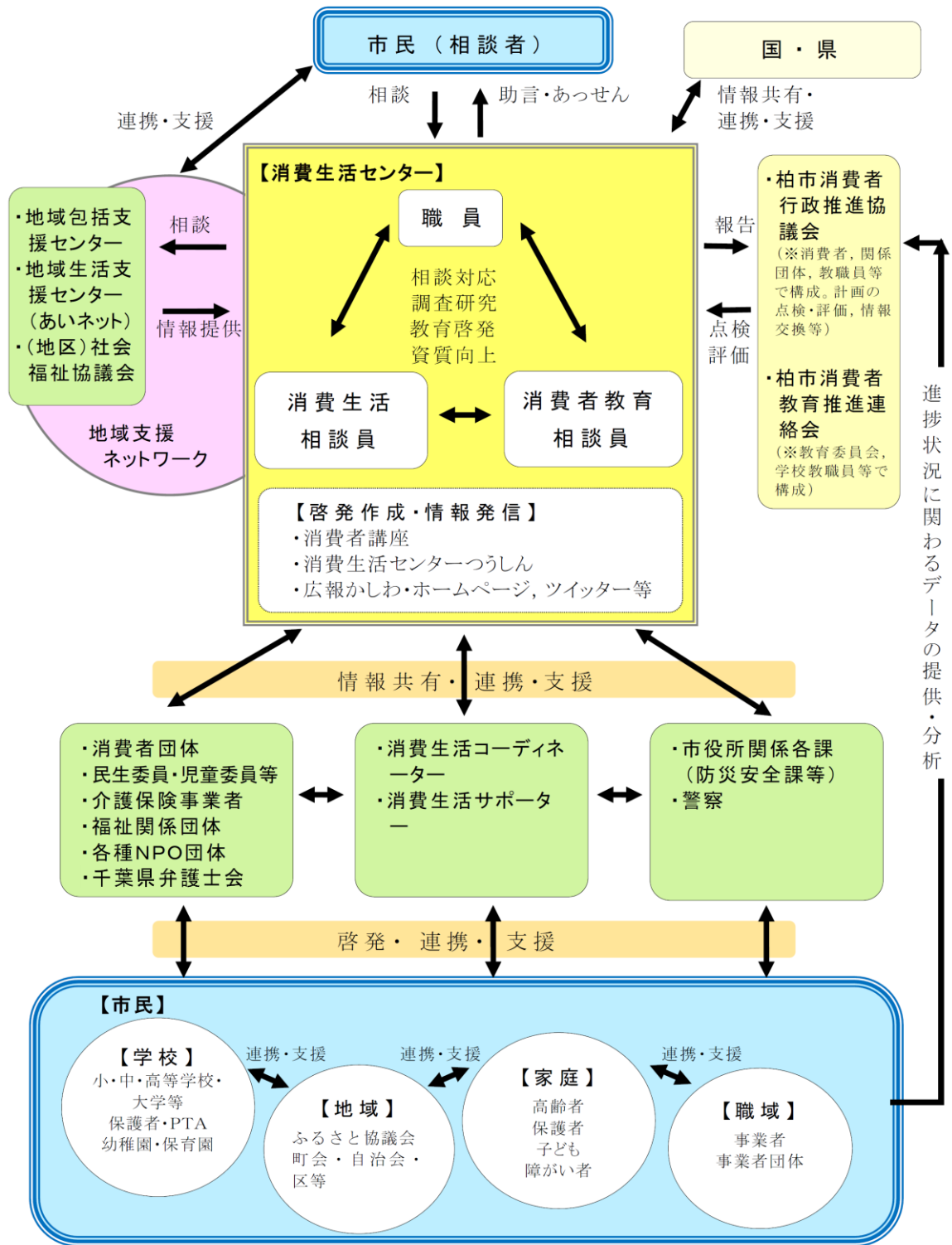
	年度	特に推進する領域及び対象	推進方法
1年目	30 (2018) 年度	<ul style="list-style-type: none"> 「契約金銭管理・生活設計」 「情報社会対応」 高齢者，幼児期～高校生期を中心に 	<ul style="list-style-type: none"> インターネットを使った効果的な周知の確立（市民・学校教職員向け） 学校教職員への研修講座開催の検討 市民向け啓発チラシの見直し，検討 高齢者見守り体制の確立
2年目	令和元 (2019) 年度	<ul style="list-style-type: none"> 「契約・金銭管理・生活設計」 「情報社会対応」 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する。

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

(イ) 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)	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

(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)	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回以上
		4回	6回	5回	4回	
		広報かしわへの掲載等				年1回特集ページ掲載
	・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			
		メール配信サービス等による情報発信				消費トラブル 注意報を月1 ～2回発信
	・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)		
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45,000 枚
		約15,000 枚	約24,000 枚	22,021 枚	9,786 枚	
		地域活動件数				180件
	118件	410件	369件	108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)	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

(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)	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	消費生活コーディネーター委嘱人数 36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	消費生活サポーター登録人数 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)	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

(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)	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

(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)	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)	「消費生活センターつうしん」の発行				4回以上
		4回	6回	5回	4回	
		広報かしわへの掲載等				年1回特集ページ掲載
		・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		
	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

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、書面会議を2回開催した。

また、民法改正による令和4年4月以降の成年年齢引下げに伴う、学校での教育の状況等のアンケートを実施、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。

回	開催日	内 容	
1	11/6 (書面開催)	1	消費者教育に関する資料の送付
		2	成年年齢引下げに関するアンケートを実施
2	2/10 (書面開催)	1	啓発資料の送付
		2	啓発資料等活用についてのアンケートを実施

(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、活用を促した。

ア 出前講座

高等学校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た。

回	開催日	実 施 校	参加数
1	1/27	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)	25

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。

回	開催日	内容 (テーマ)	受講者 (団体・町ア)	参加人数
1	7/27	高齢者に多い消費者トラブルについて	柏北部第2地域包括支援センター	3
2	8/20	消費者被害・詐欺被害防止について楽しく学ぶ寸劇	沼南地域包括支援センター	28
3	8/28	高齢者に多いトラブル事例	柏南部第2地域包括支援センター	10
4	9/15	柏市内に多い消費者トラブル	光ヶ丘地域包括支援センター	11
5	10/21	高齢者が注意すべき消費者トラブルと相談窓口の紹介	柏北部第2地域包括支援センター	9
6	10/27	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
7	10/29	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	21
8	11/10	消費者被害の現状と被害に遭わないための対処法について	北柏第2地域包括支援センター	22
9	11/13	契約トラブル・クーリングオフ事例	北柏地域包括支援センター	4
10	11/17	最新の被害状況と対応について	柏北部地域包括支援センター	16
11	12/3	「ネットにまつわるトラブル」について	かしわ地域若者サポートステーション	10
12	12/4	聞いて見て学ぼう悪質商法予防講座	柏西口地域包括支援センター	12
13	12/18	消費者被害防止講座	コミュニティサロンのンのン	24

回	開催日	内容 (テーマ)	受講者 (団体・エリア)	参加人数
14	1/27	クレジットカード, インターネット通販, 架空請求に関するトラブルとその対処法 (ZOOM での実施)	千葉県立我孫子特別支援学校清新分校	25
15	2/2	市内のコロナ禍における消費者トラブル事例と対策	沼南地域包括支援センター	34
16	3/16	ケアマネージャーに向けた高齢者の消費者被害防止講座 (ZOOM での実施)	柏東口地域包括支援センター	11

合計 258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った。(※新型コロナウイルス感染症拡大防止策として、一部の講座については、初めてZOOM[Web会議サービス]を使用して実施)

回	開催日	イベント等	会場	備考
1	10/27	「消費者被害予防講座」ブース出展	イオンモール 柏	防災安全課, 柏警察署, 西口第2地域包括支援センターと合同実施

(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、パネル展を開催した。

回	開催日程	会場
1	8/3 - 9/4	沼南支所 1階ロビー
2	11/12 - 12/28	沼南支所 1階ロビー

(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）

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 暮らしの豆知識（2020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 28,758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1605号（令和2年7月15日発行）1～2面にて，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を紹介した。（51頁，52頁参照）

- イ 「商工かしわ」への掲載

柏商工会議所が発行する広報紙「商工かしわ」の603号（令和3年2月1日発行）8面にて，令和4年4月の民法改正により，成年年齢が20歳から18歳へ引き下げられることで起こる危険性のある消費者トラブルの注意するポイントを紹介した。

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る。

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、日々活動をしている。

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った。

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2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2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 108回
- ・ 啓発資料等の配布数 9,786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2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	4/16(木) (書面開催)	委嘱式及び本市の消費者行政について		
2	5/21(木) (書面開催)	第16期消費生活コーディネーターとの引継ぎ		
3	6/18(木)	消費生活の基礎知識	消費生活相談員	中央保健センターアリーナ
4	7/16(木)	高齢者に多い消費者トラブル事例と見守り	消費生活相談員	中央保健センターアリーナ
5	9/18(金) (2部制)	柏市における防犯体制や電話de詐欺等の被害状況及び対処法	防災安全課職員	ウェルネス柏4階会議室
6	10/16(金) (2部制)	啓発活動の方法について	消費生活センター職員	ウェルネス柏4階会議室
7	11/18(木)	訪問販売のトラブルについて	公益社団法人日本訪問販売協会	中央保健センターアリーナ
8	1/18(月) (書面開催)	契約とクーリング・オフ		
9	2/18(木) (書面開催)	インターネットと電気通信サービスに関連するトラブル		
10	3/18(木) (2部制)	契約と基礎知識(民法・消費者契約法)	谷生弁護士	中央保健センターアリーナ

※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、書面開催又は感染症対策をとった上での時間を短縮、2部制での開催とした。

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た。

なお、令和2年度消費者行政推進協議会の開催については、本市の新型コロナウイルス感染症「まん延防止等重点措置」に伴い、書面会議で実施した。

回	開催日	議 題
1	12/18	1 柏市消費行政等の実績について 2 柏市消費者教育推進計画の推進について

第6節 製品安全4法等立入検査

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，立入検査を実施した。

1 実施日及び実施店舗数

実施日	実施店舗数
令和2年 7月22日	1
令和2年 9月16日	2
令和2年11月11日	2

2 対象店舗等

各事務処理要領に基づき年度当初に作成した立入検査実施計画書に記載された店舗

3 検査結果

(1) 家庭用品品質表示法

部門	検査品目	検査店舗数	検査個数	違反件数
繊維製品	ズボン	1	5	0
	スカート	1	5	0
	寝衣	1	5	0
	靴下	1	6	0
	ハンカチ	1	5	0
加工品 合成樹脂	製氷用器具	1	5	0
	洗面器	1	5	0
	浴室用の器具	1	5	0
電気機械器具	電気冷蔵庫	1	7	0
	電気毛布	1	2	0
	電気ホットプレート	1	5	0
	電気掃除機	1	5	0
雑貨工業品	浄水器	1	3	0
	ティッシュペーパー及び トイレットペーパー	1	5	0
	接着剤	1	5	0
	歯ブラシ	1	5	0
計	16品目	16	78	0

(2) 消費生活用製品安全法

ア 特定製品

(ア) 特別特定製品

検査品目	検査店舗数	検査個数	違反件数
ライター	1	5	0
携帯用レーザー応用装置	1	2	0
計	2	7	0

(イ) 特別特定製品以外の特定製品

検査品目	検査店舗数	検査個数	違反件数
石油ストーブ	1	2	0
計	1	2	0

イ 特定保守製品

検査品目	検査店舗数	検査個数	違反件数
ガス瞬間湯沸器（都市ガス用）	1	2	0
ガス瞬間湯沸器（LPガス用）	1	2	0
浴室用電気乾燥機	1	1	0
計	3	5	0

(3) 電気用品安全法

ア 特定電気用品

該当なし

イ 特定電気用品以外の電気用品

検査品目	検査店舗数	検査個数	違反件数
電気掃除機	1	4	0
電気アイロン	1	4	0
電子レンジ	1	5	0
電気冷蔵庫	1	6	0
空気清浄機	1	1	0
電気ジャー	1	5	0
電気食器洗機	1	2	0
エル・イー・ディー・ランプ	1	3	0
リチウムイオン蓄電池	1	3	0
計	9	33	0

(4) ガス事業法

ア 特定ガス用品

該当なし

イ 特定ガス用品以外のガス用品

検査品目	検査店舗数	検査個数	違反件数
ガスこんろ	1	4	0
計	1	4	0

(5) 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

ア 特定液化石油ガス器具等

検査品目	検査店舗数	検査個数	違反件数
カートリッジガスこんろ	1	3	0
計	1	3	0

イ 特定液化石油ガス器具等以外の液化石油ガス器具等

該当なし

※ 検査店舗数の計は延べ数であり、実際の検査店舗数とは異なる。

第7節 市民持ち込みによる食品等の放射性物質測定

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た。

1 実施期間

令和2年4月1日～令和3年3月31日

2 測定対象

自家消費作物，井戸水等

3 測定機関（委託）

一般財団法人 千葉県薬剤師会検査センター

4 測定機器

CANBERRA社製Ge半導体検出器GR2519（製造番号6433）

5 測定結果

(1) 食品区分別の測定結果

食品区分	基準値 (Bq/kg)	測定件数	基準値を 超過した件数	検出下限値を 超過した件数
飲料水（井戸水）	10	3	0	0
牛乳	50	0	0	0
乳児用食品	50	0	0	0
一般食品	100	18	0	8
合計		21	0	8

※ 基準値の数値は，セシウム134と137の合計値

※ Bq/kgとは，ベクレル/キログラムのこと

(2) 測定月別の測定結果

測定月	測定件数	基準値を 超過した件数	検出下限値を超過した		検出値 (Bq/kg)
			件数	品名	
4月	1	0	1	たけのこ	1.5
5月	1	0	1	レモンバーム	3.0
6月	2	0	1	たけのこ	2.8
7月	2	0	0		
8月	2	0	0		
9月	0	0	0		
10月	3	0	1	さつまいも	4.7
11月	4	0	3	① 柿 ② 柚子 ③ もち米	① 6.9 ② 1.4 ③ 3.2
12月	3	0	0		
1月	0	0	0		
2月	1	0	0		
3月	2	0	1	たけのこ	1.6
合計	21	0	8		