

第 3 次
千葉県消費生活基本計画
(原案 未定稿)

平成30年12月

目 次

第1章 基本計画についての基本的考え方

1 基本計画策定の趣旨	1
2 基本計画の目標	3
3 基本計画推進に当たっての考え方	3
4 基本計画の性格	4
5 計画期間	4
6 計画の推進体制	4

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 国の消費者行政の動向	
(1)概況	5
(2)地方消費者行政の強化に向けた国の取組	5
(3)消費者教育の推進に関する基本的な方針の策定	6
(4)法令の整備等	7
2 千葉県の消費生活の状況	
(1)消費者を取り巻く環境の変化	8
(2)本県における消費生活相談の状況	10
3 県における消費者行政の現状と課題	
<重点的課題1>誰もが、どこでも安心して相談できる体制づくり	15
<重点的課題2> 消費者被害の防止と安全・安心ネットワークづくり	19
<重点的課題3> ライフステージに応じた学習機会の確保と 消費者教育の推進	21
<重点的課題4> 取引の適正化と悪質事業者に対する指導強化	23
<重点的課題5> 生活関連物資の安定供給と 消費生活の安全・安心の確保	25

第3章 計画の内容

1 千葉県消費生活基本計画の施策体系	27
2 重点的な課題	28
3 基本目標と施策の方向性	29

<基本目標1>誰もが、どこでも安心して相談できる体制づくり

1 地域における相談体制の充実	30
2 県消費者センター機能の充実	31

＜基本目標2＞ 消費者市民を育む教育の推進	
1 県消費者センターにおける消費者教育推進拠点機能の強化	32
2 学校における消費者教育の充実	33
3 地域における消費者教育の充実	34
4 環境学習や食育の推進	34
＜基本目標3＞ 気づき、つながり、守る地域の力の向上	
1 消費者市民社会への理解の促進	36
2 消費者被害の未然防止と拡大防止	37
3 安全・安心ネットワークづくり	37
＜基本目標4＞ 取引の適正化と悪質事業者の指導の推進	
1 事業者に対する適正な指導等	39
2 悪質事業者に対する取締の強化	40
＜基本目標5＞ 商品・サービスの安全・安心の推進	
1 商品・サービスの安全・安心の推進	41
2 生活必需商品の安定供給等	44
3 災害時等における消費者の安全・安心の推進	44

第4章 事業計画

＜基本目標1＞ 誰もが、どこでも安心して相談できる体制づくり	
1 地域における相談体制の充実	46
2 県消費者センター機能の充実	47
＜基本目標2＞ 消費者市民を育む教育の推進	
1 県消費者センターにおける消費者教育推進拠点機能の強化	49
2 学校における消費者教育の充実	49
3 地域における消費者教育の推進	50
4 環境学習や食育の推進	51
＜基本目標3＞ 気づき、つながり、守る地域の力の向上	
1 消費者市民社会への理解の促進	52
2 消費者被害の未然防止と拡大防止	52
3 安全・安心ネットワークづくり	53
＜基本目標4＞ 取引の適正化と悪質事業者の指導の推進	
1 事業者に対する適正な指導等	54
2 悪質事業者に対する取締の強化	54
＜基本目標5＞ 商品・サービスの安全・安心の推進	
1 商品・サービスの安全・安心の推進	55
2 生活必需商品の安定供給等	67
3 災害時等における消費者の安全・安心の推進	68

第1章 基本計画についての基本的考え方

1 基本計画策定の趣旨

社会経済情勢の変化や新たな消費者問題に対応するため、平成16年6月に「消費者保護基本法」が抜本的に見直され、消費者の「権利の尊重」と「自立の支援」を基本理念とする「消費者基本法^{*1}」が制定されました。

本県でも、消費者を従来の「保護される者」から「自立した主体」へと位置付けを大きく転換し、「行政、事業者、消費者等の連携」、「消費者の権利の尊重」「消費者の自立の支援」を基本理念とする「千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例^{*2}」（以下「消費生活条例」と言う。）を平成20年6月1日から施行しました。

また、この消費生活条例に基づき、平成21年度には、平成25年度までを計画期間とする「千葉県消費生活基本計画」（以下「基本計画」という。）、平成26年度には平成30年度までを計画期間とする第2次の基本計画を策定し、消費者に関する各種施策を総合的かつ計画的に進めてきました。

さらに、平成24年12月に施行された「消費者教育の推進に関する法律」を受け、県においても、平成29年度に平成30年度までを計画期間とする「千葉県消費者教育推進計画」を策定し、消費者教育の総合的・計画的な推進を図ってきました。

この間も、少子高齢化の一層の進行やインターネットを利用した電子商取引の進展、シェアリングエコノミー（共有経済）^{*3}等新たな商取引形態の拡大、東日本大震災後の消費者意識の変化など、消費生活をめぐる状況が大きく変化し、県内の消費生活相談窓口には、年間約4万件を超える相談が寄せられています。

こうした中で、消費者被害をなくし、消費者の安全・安心を確保するためには、商品や役務（サービス）に関する正確な情報の提供と、消費者被害が生じた場合には、適切かつ迅速に救済が図られる必要があります。

さらに、消費者問題の根本的な解決のためには、消費者被害の拡大防止や救済に向けた取組だけでは充分とは言い難く、自らの利益の擁護と増進のため、自主的に判断し、行動することのできる消費者を育成することが不可欠です。

また、平成27年9月に、「持続可能な開発目標（SDGs）^{※4}」を柱とする「持続可能な開発目標のための2030アジェンダ」が、国連において採択され、消費者には、自らの行動が社会に影響を与えることの認識や、環境に配慮した行動、持続可能な消費の実践が求められています。

そのため、消費者が社会的役割を自覚し、自ら進んで必要な知識や情報を収集し、主体的かつ合理的に行動できる力を育てる消費者教育が、ますます重要となってきています。

特に、民法の改正により、平成34年（2022年）4月には成年年齢が18歳に引き下げられることを踏まえると、若年者への消費者教育の充実は、喫緊の課題となっています。

このような状況を踏まえ、県では、国、市町村、消費者・消費者団体、事業者・事業者団体など、多様な主体と一層連携・協働し、消費者が直面する様々な課題の解決を図っていく必要があります。

また、消費者一人ひとりが、消費者市民として、自主的、積極的に行動することが重要であり、県においても、消費者市民とともに、取組を進めていくことが求められています。

県では、平成30年度をもって、現行の両計画の計画期間が終了するところから、国における消費者行政の対応、消費者を巡る社会経済情勢の変化、これまでの取組状況を踏まえ、第3次の基本計画を策定するものです。

※1 「消費者基本法」

消費者を取り巻く経済社会情勢が大きく変化したため、「消費者保護基本法」を現代の経済社会にふさわしいものとして抜本的に見直し、消費者施策を充実・強化していくことが必要となった。平成16年6月に「消費者基本法」と名称が改正されるとともに、「消費者の権利の尊重」と「消費者の自立の支援」が基本理念として新たに規定され、国・地方公共団体・事業者等の責務規定なども大幅に改正された。

※2 「千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例」

経済社会情勢の変化、「消費者保護基本」の改正により的確に対応するため、平成16年度より「千葉県消費者保護条例」の見直しの検討を進め、平成19年12月に「千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例」を制定した。

※3 シェアリングエコノミー（共有経済）

物、サービス、場所などを多くの人が共有・交換して利用する共有型経済のこと。
シェアリングエコノミーは、資産やスキルを提供したいという個人と、提供を受けたいという個人とをマッチングさせるもので、インターネット利用を前提としている。スマートフォンの普及によって、そうした個人間マッチング取引がいつでもどこでもリアルタイムで行うことが可能になり、徐々に身近なものになるとうしている。シェアリングを一層後押ししているのが、SNSである。

※4 持続可能な開発目標（SDGs）

2001年に策定されたミレニアム開発目標（MDGs）の後継として、2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された2016年から2030年までの国際目標。持続可能な17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さないことを誓っている。SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル（普遍的）なものであり、日本としても積極的に取り組んでいる。

2 基本計画の目標

消費者 元気

ともに創る 暮らしやすさ いちばんの ちば

この基本計画は、消費者の安全を守り、消費者の権利を尊重し、消費者の自立を支援することにより、消費者が自らの役割や、消費行動が社会へ及ぼす影響等を自覚し、合理的な判断のもと、暮らしやすいちばに参画する環境の整備を目指します。

消費者が、それぞれのライフスタイルや価値を尊重し、合理的な判断のもと、積極的に行動することにより、社会の枠組みも真に消費者本位のものへと変革し、市場も適正さや公平さを高めながら活性化し、さらにそれが消費者にとって、安心して選択肢を広げることができるという良好な循環につながります。

そこで、本基本計画では、消費者が自ら参画して、安心して、元気に生き生きと暮らすことのできる消費者市民社会を進展させていく良好な循環を生み出し、次世代へとつなげていく環境の整備を進めていきます。

3 基本計画推進に当たっての考え方

消費生活条例では、消費生活の安定と向上を図るに当たり、「行政、消費者、事業者等の主体が連携・協働すること」、「消費者の権利を尊重すること」、「消費者の自立を支援すること」を基本理念として掲げています。

基本計画の推進に当たっても、消費生活条例の基本理念を踏まえ、消費者の権利を尊重し、消費者市民社会を進展させていくため、

- 消費者が主役として、
 - 個々の消費者の特性や消費生活の多様性を相互に尊重し、
 - 自主的・主体的に参画して、
 - 次世代に暮らしやすいちばを引き継いでいく
- 取組を進めることを基本とします。

4 基本計画の性格

基本計画は、「千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例」に基づく基本計画と、「消費者教育推進法」に基づく法定計画を、消費生活に関する総合的・基本的計画として一体的に策定し、消費生活に関連する各種施策、事業を、「消費者の視点」に立って、総合的かつ計画的に推進していくための基本指針とします。

また、本計画は、県政運営の基本となる千葉県総合計画に沿った消費生活に関する施策の全体像を示すものです。

5 計画期間

計画期間は、平成31年度からの5年間とします。

(2019年度から2023年度まで)

ただし、社会経済情勢等の変化に対応するため、必要に応じて見直しをすることとします。

6 計画の推進体制

基本計画の推進にあたっては、県庁内に設置した副知事を本部長とする消費者行政推進本部を中心に、関連計画との整合性を図りながら、効率的な連携により、事業の総合的かつ計画的な進展及び進捗管理を行います。

また、各年度の進捗状況については、消費者行政審議会に報告の上、公表します。

また、この基本計画において、県が目指す目標や、取り組むべき課題、施策展開の方向を明示することにより、県民や市町村と認識を共有し、協働していきます。

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

1 国の消費者行政の動向

(1) 概況

平成21年9月、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現を目指し、消費者行政を一元的に推進する司令塔として、消費者庁が設立されました。

同時に、消費者行政全般に対して監視機能を有する独立した第三者機関として、消費者委員会が設置されました。

また、消費者安全法も制定され、人身事故や取引被害などの被害情報を消費者庁に集約し、情報提供（公表）・行政措置（勧告、処分）を行うことにより被害の拡大防止を図ることとなりました。

さらに、平成24年10月には、消費者安全調査委員会が設置されるなど、消費者の安全・安心を守るための体制整備が進みました。

この後、取引や表示、製品安全など消費生活に関係する多くの法律が制定・改正されたほか、消費者基本法に基づく消費者基本計画も策定され、消費者の安全・安心を確保するための施策が実施されています。

また、平成24年12月には、消費者の自立を支援する消費者教育を総合的に推進するための「消費者教育の推進に関する法律」（以下、「消費者教育推進法」という）が施行されました。

この法律において、消費者が消費行動を通じて、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する「消費者市民社会」が定義づけられました。

平成25年6月には、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」が閣議決定され、「被害にあわない消費者、合理的決定ができる自立した消費者にとどまらず社会の一員として、より良い市場とより良い社会の発展のために積極的に関与する消費者を育成する」こととされました。

平成28年4月には、消費者安全法の改正が施行され、消費生活相談体制の充実・強化とともに、高齢者等を地域で見守るネットワークの構築等を進めていくこととされました。

さらに、平成28年12月には、SDGs実施指針を策定し、実施本部が設置されています。

(2) 地方消費者行政の強化に向けた国の取組

国は、平成21年度から平成23年度までの3年間で地方消費者行政強化のための「集中育成・強化期間」とし、地方公共団体に対し、集中的に

支援を行うこととしました。

そこで、平成21年度には、消費生活センターの設置・機能の充実、相談員の養成やレベルアップなど、地方における消費者行政の自主的な取組を支援するための「地方消費者行政活性化交付金」が創設されました。

これを受け、各都道府県は「地方消費者行政活性化基金」を造成し、活用をしてきましたが、この基金については、平成29年度が新規事業の開始期限とされていました。

平成30年度からは、新たに、国として取り組むべき重要な消費者政策の推進のため、積極的に取り組む地方公共団体を支援する「地方消費者行政強化事業」が開始されました。

(3) 消費者教育の推進に関する基本的な方針の策定

平成24年に制定された消費者教育推進法では、消費者教育を「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動をいう。」と定義しています。

また、「消費者市民社会」について、「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会」としています。

消費者教育推進法に基づき、「消費者教育の推進に関する基本的な方針（以下「基本方針」という。）が、平成26年6月に閣議決定され、平成30年3月には、一部変更について閣議決定されました。

基本方針は、消費者教育の推進の基本的な方向を示すとともに、当面の重点事項として、①若年者への消費者教育、②消費者の特性に配慮した体系的な消費者教育の推進、③高度情報通信ネットワーク社会の発展に対応した消費者教育の推進を挙げています。

また、基本方針では、消費者教育は、自立した消費者であるために、被害に遭わない消費者であること、合理的意思決定ができる消費者であることに加え、社会の一員として、より良い市場とより良い社会のために積極的に関与する消費者を育成する教育であり、自らの利益の擁護及び増進のために自主的かつ合理的に行動することができる個人を生み出すというだけでなく、健全な経済社会の形成にとっても重要な意義があるとしています。

(4) 法令の整備等

年	月	事項	備考
H21	4	JAS法一部改正	
		消費生活用製品安全法一部改正施行	長期使用製品安全点検、安全表示制度の創設
	6	消費者庁関連3法(「消費者庁及び消費者委員会設置法」、「消費者庁及び消費者委員会設置法の施行に伴う関係法律の整備に関する法律」、「消費者安全法」)制定	
	12	特定商取引法*一部改正施行	指定商品・指定役務制の廃止、訪問販売での再勧誘の禁止等
割賦販売法一部改正施行		顧客の年間支払可能見込額を超えるクレジット契約締結禁止	
H22	6	「貸金業法」・「出資法」・「利息制限法」一部改正完全施行	上限金利の引き下げ、借入額を年収の3分の1までとする総量規制等
H23	6	老人福祉法一部改正	有料老人ホーム利用者保護、後見等体制整備
H24	8	特定商取引法一部改正公布	訪問購入業者に対する不当な勧誘行為(押し買い)等の規制
		消費者教育推進法制定	
		消費者基本法一部改正	
		消費者安全法一部改正公布	消費者安全調査委員会の設置、消費者の財産被害に係る隙間事案への行政措置導入
H25	6	食品表示法制定、食品衛生法・JAS法・健康増進法・消費者契約法一部改正	
	11	医薬品・医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保に関する法律制定	
	12	消費者の財産的被害の集団的な回復のための民事の裁判手続きの特例に関する法律制定	
H26	6	不当景品類及び不当表示防止法一部改正公布	行政の監視指導体制や事業者の表示管理体制の強化
		消費者安全法一部改正公布	消費生活相談員の国家資格化、高齢者等の見守り体制整備
	11	不当景品類及び不当表示防止法一部改正	課徴金制度導入
H28	5	消費者契約法一部改正	過量な内容の契約についての取消権、不実告知取消権における重要事項の追加等
	6	特定商取引法一部改正公布	不公正な勧誘行為等取締強化
H29	5	民法一部改正	約款規定の新設、売主や請負人の担保責任や賃貸借における敷金ルールの明確化
H30	6	消費者契約法一部改正	無効となる不当な契約条項や取り消しうる勧誘行為追加等
		食品衛生法一部改正	
		民法一部改正	成年年齢を18歳に引き下げ
	7	民法一部改正	配偶者居住権の新設等相続に関する改正

※ 「特定商取引法」：訪問販売、通信販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引(いわゆるマルチ商法)等、消費者取引のなかでトラブルを生じやすい特定の取引類型を対象として、これらの取引の適正化を図るための法律。事業者の不適切な勧誘・取引を取り締まるための「行政規制」とトラブルの防止・解決のための「民事ルール」(クーリング・オフ等)が定められている。

2 千葉県の消費生活の状況

(1) 消費者を取り巻く環境の変化

ア 高齢化・独居化の進行

平成27年の国勢調査の結果をみると、本県の総人口は全国で6番目に多い622万3千人で、平成22年から約7千人増加しており、65歳以上の高齢者人口は過去最高の158万4千人で、平成22年から約26万4千人増加しています。これにより本県の高齢化率は25.9%と、初めて25%を超え、全国の都道府県の中で8番目に低いものの、全国平均(26.6%)との差は年々縮まっています。

平成29年度に県が行った将来人口推計(5年ごとの推計)では、本県の人口は、5年後の平成32年(2020年)には624万7千人となりますが、その後は、これまでの増加傾向から減少傾向に転じ、全ての「団塊の世代」が75歳以上の後期高齢者となる平成37年(2025年)には621万1千人に減少する一方、高齢者人口は186万5千人に達すると見込まれています。

特に、後期高齢者人口の増加が顕著で、平成37年(2025年)には平成27年(2015年)の約1.6倍の113万人となり、総人口に占める割合は約18%にまで上昇することが見込まれています。

そのため高齢化率は上昇を続け、平成37年(2025年)には30.0%、平成42年(2030年)には31.5%へと、急速に高まっていくことが見込まれています。

さらに、本県における一人暮らし高齢者は、平成27年(2015年)の国勢調査では25万8千人でしたが、平成37年(2025年)には31万7千人と約1.2倍に増加するものと見込まれており、特に80歳以上では7万4千人から12万2千人と、約1.6倍に増加すると見込まれています。

イ インターネットの普及

平成29年通信利用動向調査によると、13歳から59歳の年齢層でインターネットの利用が9割を超え、20代、30代では100%近くとなっています。また、60代でも7割を超え、70代では5割近く、80歳以上でも2割を超えるなど、幅広い年齢層で、インターネットが利用されています。

特に、スマートフォンの普及が急速に進み、インターネットを介して人間関係を構築できるWebサービスのSNSを通じたコミュニケーション、インターネット通販での商品の購入やサービスの予約が、高齢者を含めた幅広い年齢層で、日常的なものとなっています。

また、「フィンテック^{*5}(FinTech)」と呼ばれる、身近な例ではスマートフォンなどを使った送金もその一つである、金融サービスと情報技術を結びつけた様々な革新的な動きや、「シェアリングエコノミー(共有経済)」といった新たなサービスも広がりを見せています。

このようにインターネットを利用した非対面取引では、消費者個人が気軽・手軽に「売手」となり、取引の売手と買手の双方が消費者個人であるケースも増えています。

さらに、決済手段としても、インターネットバンキング、電子マネーなど新たなサービスの利用も広がっています。

ウ グローバル化の進展

経済社会のグローバル化の進展に伴い、様々な商品が広く国境を越えて流通しており、インターネットの急速な普及に伴い、消費者が海外から直接商品を購入するケースも増加しています。

また、本県に住む外国人は、平成28年度末で約13万人であり、この10年間で3割近くも増加し、県民の50人に1人が外国人という状況にあります。

さらに、成田空港と千葉港という空と海の日本の玄関を有し、様々な資源を有する本県には、多くの外国人観光客等が訪れており、今後、オリンピック・パラリンピックの開催に向け、さらに、増加することが見込まれています。

エ 東日本震災後の意識の変化と持続可能な社会づくり

平成23年3月に発生した東日本大震災では、本県も被災地となり、それに伴う東京電力福島第一原子力発電所の事故は、人々の意識や価値観に大きな影響を与えました。

平時における災害への備えや、自助・共助・公助の意識、災害時における冷静な判断や行動の重要性が再認識されるとともに、エネルギー問題や地球温暖化対策など環境への配慮、食の安全等への関心の高まりなど、消費者の意識や行動の変化をもたらしています。

さらに、SDGsやエシカル消費[※]などの国際的な取組の進展は、消費者や事業者が持続可能な社会づくりを意識した行動を求めています。

オ 民法改正による成年年齢の引下げ

民法の一部改正により、平成34年（2022年）4月には、成年年齢が18歳に引き下げられます。

民法では、「未成年者が法定代理人の同意を得ないでした法律行為は、取り消すことができる（未成年者取消権）」と定めていますが、成年年齢が18歳に引き下げられると、高校3年生もしくは高校卒業直後の若年者が成人となり、未成年者取消権の適用を受けられないこととなります。

※ フィンテック（FinTech）：

金融（Finance）と技術（Technology）を組み合わせた造語で、金融サービスと情報技術を結び付けた様々な革新的な動きを指す。身近な例では、スマートフォンなどを使った送金もその一つ。その他、ビットコインなどのような仮想通貨や自動家計簿サービスの提供など。

※ エシカル消費（倫理的消費）：

国の「倫理的消費」調査研究会報告書において、倫理的消費は、「地域の活性化や雇用なども含む、人や社会・環境に配慮した消費行動」（国の消費者基本計画による）とされ、生産過程や消費後の廃棄過程といった物の「ライフサイクルのつながりを可視化することを試み、それによって社会や環境に対する負担や影響といった社会的費用や世代内と世代間の公正の確保、持続可能性を意識しつつ、社会や環境に配慮した工程・流通で製造された商品・サービスを積極的に選択し、消費後の廃棄についても配慮する消費行動である」とされている。

（例）障害者支援につながる商品、フェアトレード商品や寄付付き商品、エコ商品・リサイクル商品、資源保護等に関する認証のある商品、地産地消や被災地産品などの消費

(2) 本県における消費生活相談の状況

ア 消費生活相談件数の推移

消費生活相談件数^{*}は、平成25年度以降45,000件を超えて推移し、平成29年度は、49,000件を超えています。

表1 消費生活相談件数の推移

(件)

年度	21年度	22年度	23年度	24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度
県	9,523	10,742	10,069	9,335	9,779	9,737	10,060	9,454	9,732
市町村	33,030	32,377	33,013	32,889	35,277	38,166	38,782	37,607	39,269
合計	42,553	43,119	43,082	42,224	45,056	47,903	48,842	47,061	49,001

図1 消費生活相談件数の推移



イ 年代別相談状況

平成29年度の苦情相談を、契約当事者の年代別にみると、60歳代が19.4%と最も多く、次いで70歳代となっており、60歳代以上が全体の4割以上を占めています。

表2 年代別相談件数と人口構成比の対比 (平成29年度)

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳以上	不詳	合計
件数	728	3,317	4,365	6,308	6,637	8,721	6,750	2,847	5,248	44,921
割合	1.6%	7.4%	9.7%	14.0%	14.8%	19.4%	15.0%	6.3%	11.7%	100%
県人口割合	17.1%	10.4%	12.5%	16.0%	12.0%	13.9%	11.3%	6.8%		100%

※「全国消費生活情報ネットワークシステム」(以下「PIO-NET」という。)に登録された件数。

「PIO-NET」とは独立行政法人国民生活センターと全国の消費生活センター・市町村消費生活相談窓口をオンラインで結ぶネットワークシステム。消費者被害の未然防止・拡大防止に活用されている。

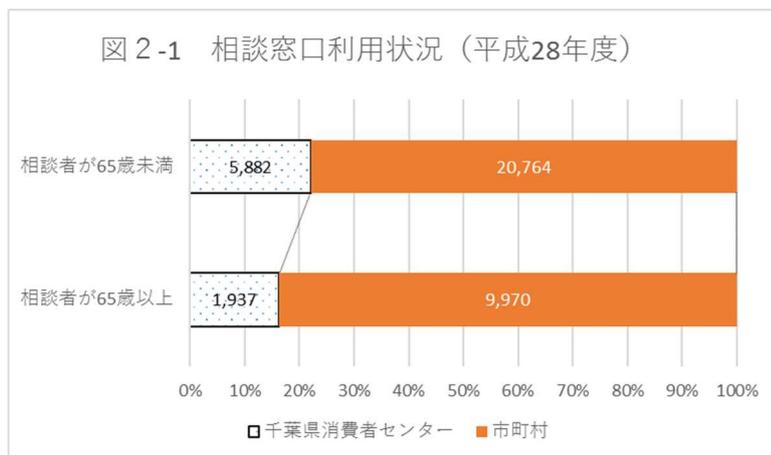
ウ 高齢者の相談窓口利用状況

65歳以上の相談者の8割以上は、市町村の相談窓口を利用しています。

表3 相談窓口の利用状況

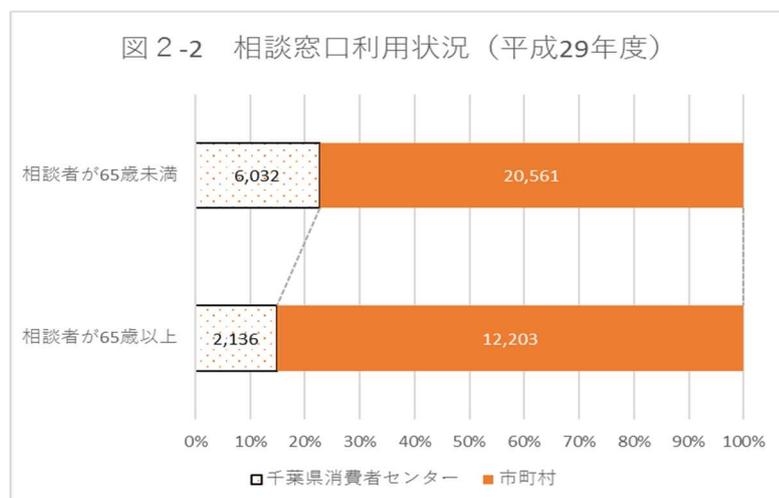
28年度	県	市町村	合計
65歳未満	5,882件	20,764件	26,646件
	22.1%	77.9%	100%
65歳以上	1,937件	9,970件	11,907件
	16.3%	83.7%	100%

※ 年齢不詳を除く



29年度	県	市町村	合計
65歳未満	6,032件	20,561件	26,593件
	22.7%	77.3%	100%
65歳以上	2,136件	12,203件	14,339件
	14.9%	85.1%	100%

※ 年齢不詳を除く



エ 既払額の推移

既払額^{*}の状況をみると、既払いは10,000人を超え、合計金額は100億円前後となっています。

表4 既払者数と既払額の推移

		24年度	25年度	26年度	27年度	28年度	29年度
既払者数		9,804	11,294	11,108	10,660	10,704	10,338
内訳	1円～1,000円未満	453	593	634	650	730	743
	1,000円～1万円未満	1,845	2,406	2,355	2,131	2,107	2,104
	1万円～10万円未満	3,282	3,943	3,841	3,610	3,815	3,455
	10万円～100万円未満	2,684	2,794	2,913	3,042	2,851	2,876
	100万円～500万円未満	1,018	1,054	958	842	827	821
	500万円～1億円未満	520	494	402	379	362	336
	1億円以上	2	10	5	6	12	3
既払額合計		約125億円	約126億円	約106億円	約109億円	約104億円	約87億円

^{*}消費生活相談では、「被害金額」に係る集計・データはなく、「既払額」は、契約に伴って既に支払った金額であり、被害金額とは異なる。

オ 年齢層別既払額の状況

平成29年度の消費生活相談において、年齢が判明しているものうち、65歳以上の相談者の既払額は、32億531万9490円、既払者平均では、127万6511円、65歳未満では、総額44億1123万3985円、既払者平均では63万1258円となっています。

表5 年齢層別既払の状況

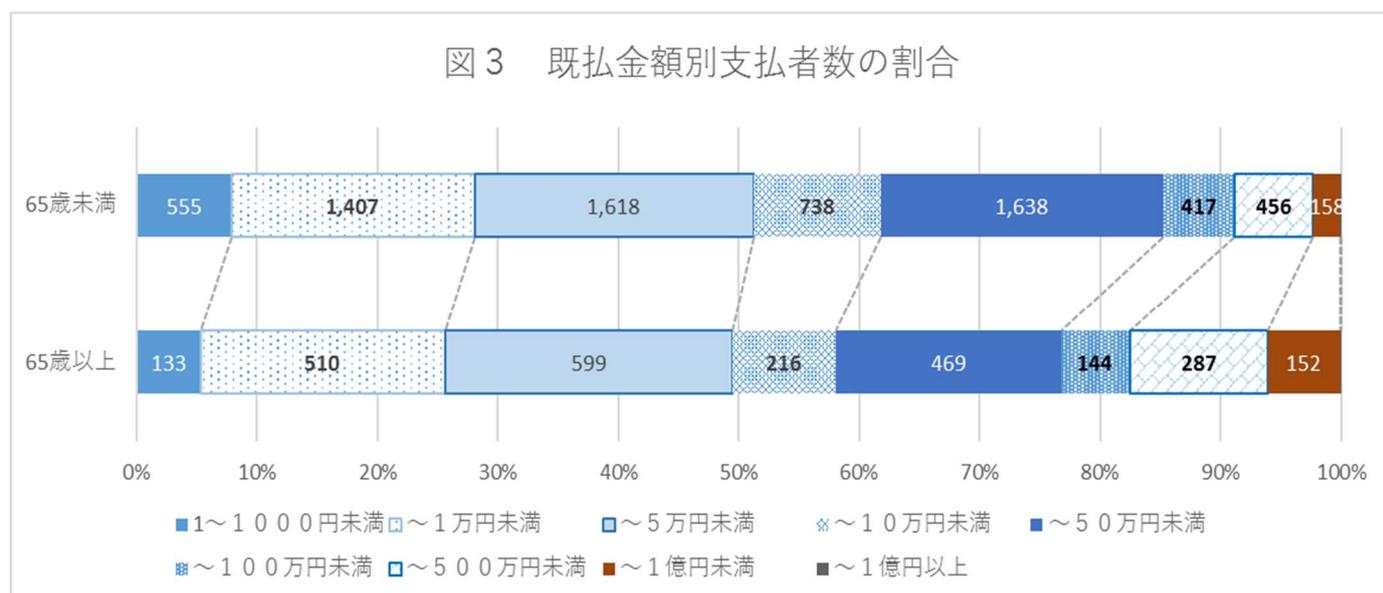
H29年度	既払者数（人）	既払額総額（円）	平均既払額（円）
65歳未満	6,988	4,411,233,985	631,258
65歳以上	2,511	3,205,319,490	1,276,511

表6 年齢層別既払者数（平成29年度）

（人）

	65歳以上	65歳未満
1～1000円未満	133	555
～1万円未満	510	1,407
～5万円未満	599	1,618
～10万円未満	216	738
～50万円未満	469	1,638
～100万円未満	144	417
～500万円未満	287	456
～1億円未満	152	158
～1億円以上	1	1
合計	2,511	6,988

図3 既払金額別支払者数の割合



カ 認知症等高齢者の相談状況

高齢者等の場合、契約当事者が被害等に気付かず、周囲の方が異変等に気付き、相談してくる場合もあります。

表7 認知症等高齢者に関する相談件数 (件)

		26年度	27年度	28年度	29年度
65歳以上		350	283	312	278
	契約者が相談者と同一	40	47	56	49
	契約者が相談者と異なる	310 (88.6%)	236 (83.4%)	256 (82.1%)	227 (81.7%)

キ 販売購入形態別相談状況

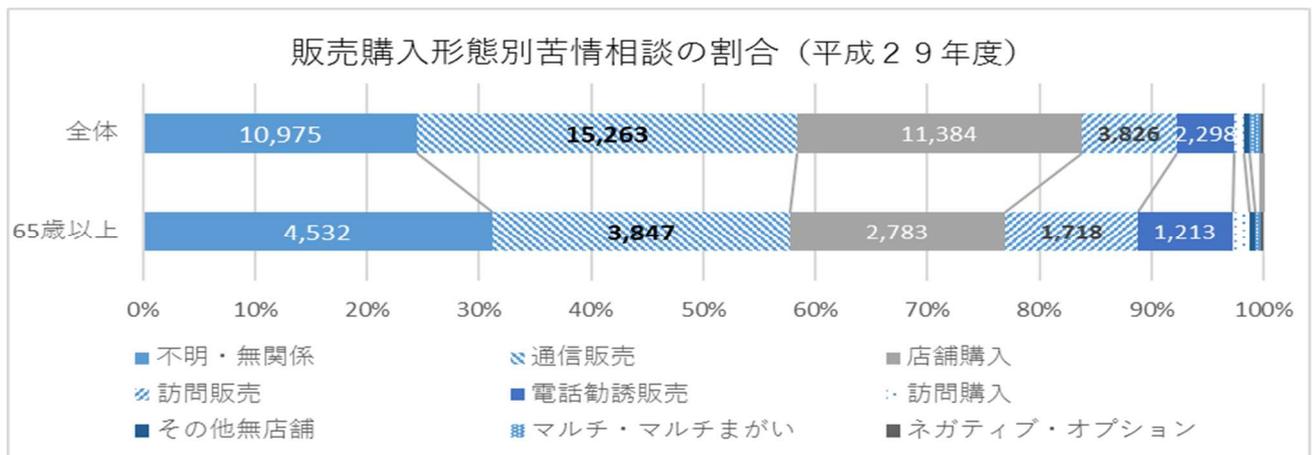
平成29年度の高齢者の苦情相談の状況については、他の年代と比べて販売購入形態が「不明・無関係」の割合が高くなっています。これは、架空請求に関する相談が、高齢者においても著しく増加したためとみられます。

また、引き続き訪問販売と電話相談勧誘の割合も、他の年代と比べ、高くなっています。

表8 販売購入形態別苦情相談件数 (平成29年度)

65歳以上(14,499件)			全体(44,921件)		
	件数	割合		件数	割合
不明・無関係	4,532	31.3%	総件数(苦情相談)		
通信販売	3,847	26.5%	通信販売	15,263	34.0%
店舗購入	2,783	19.2%	店舗購入	11,384	25.3%
訪問販売	1,718	11.8%	不明・無関係	10,975	24.4%
電話勧誘販売	1,213	8.4%	訪問販売	3,826	8.5%
訪問購入	221	1.5%	電話勧誘販売	2,298	5.1%
その他無店舗	77	0.5%	マルチ・マルチまがい	434	1.0%
マルチ・マルチまがい	67	0.5%	訪問購入	365	0.8%
ネガティブ・オプション	41	0.3%	その他無店舗	273	0.6%
			ネガティブ・オプション	103	0.2%

図4 販売購入形態別苦情相談の割合 (平成29年度)



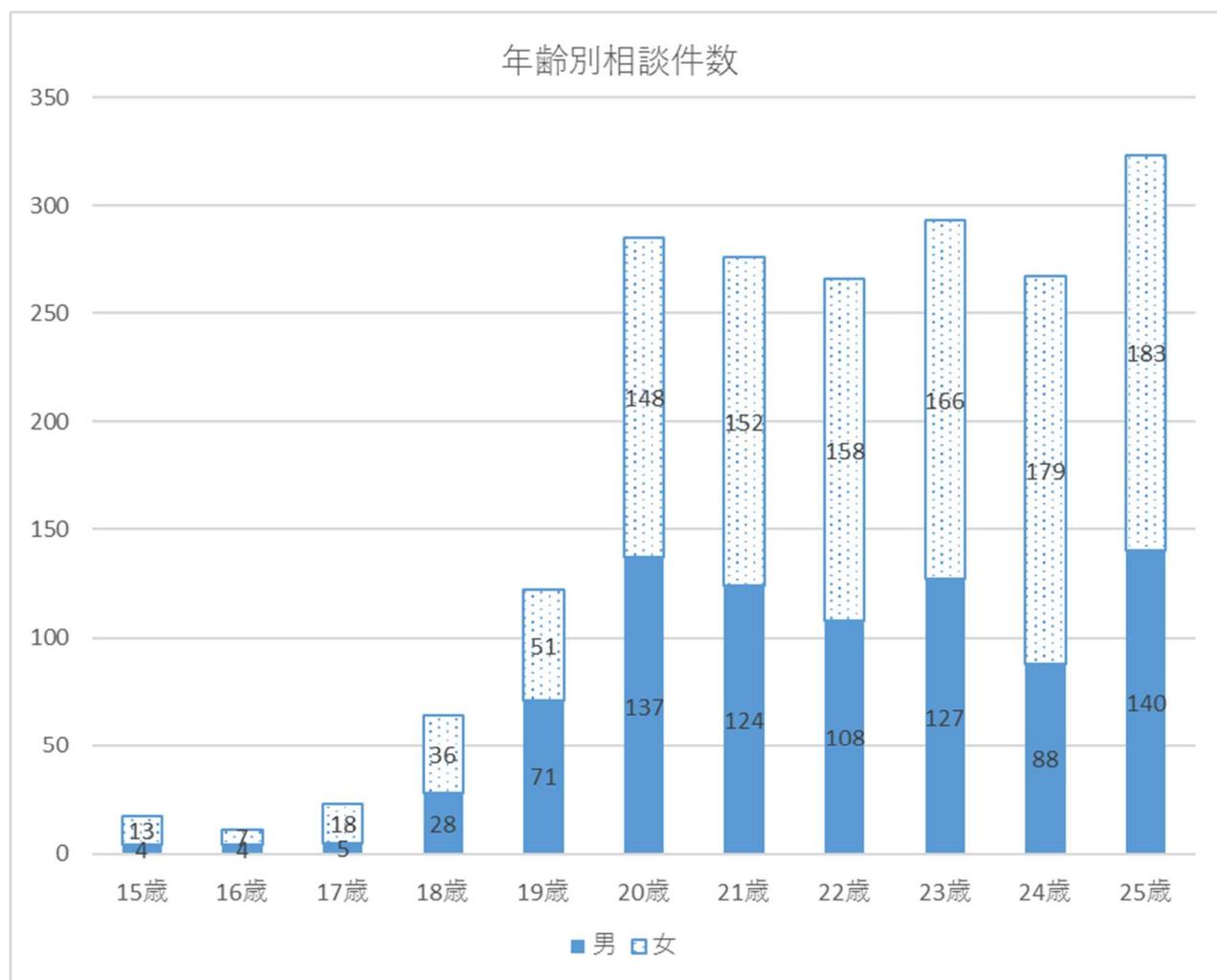
ク 若年者の相談状況

平成29年度における若年者からの相談件数についてみると、18歳から19歳でほぼ倍となり、さらに19歳から20歳で倍増しています。

表9 年齢別相談件数

	15歳	16歳	17歳	18歳	19歳	20歳	21歳	22歳	23歳	24歳	25歳
男	4	4	5	28	71	137	124	108	127	88	140
女	13	7	18	36	51	148	152	158	166	179	183
合計	17	11	23	64	122	285	276	266	293	267	323

図5 年齢別相談件数



3 県における消費者行政の現状と課題

県では、平成26年度に第2次の基本計画を策定し、消費者に関する各種施策を総合的かつ計画的に進めてきました。

また、平成29年度には、基本計画における消費者教育の取組に関し、当面重点的に取り組むべき事項を取りまとめ、平成30年度までを計画期間とする「千葉県消費者教育推進計画」を策定し、消費者教育を総合的・計画的に推進してきました。

第2次の基本計画においては、次の5つの重点的課題を設け、それぞれに、施策展開の方向と具体的な取組、目標とする指標を示し、事業を展開してきました。

【成果指標の状況】

	指標項目	20年度の状況	24年度の状況	現況	目標値(30年度)
最終目標	消費生活に関する満足度 「消費生活に関し、暮らしやすい」と感じている県民の割合	10.1% (H21)	34.5%	調査中	50.0%

重点的課題1 誰もが、どこでも安心して相談できる体制づくり

【成果指標の状況】

	指標項目	20年度の状況	24年度の状況	現況	目標値(30年度)
	消費者トラブルにあったときに、「安心して相談できる場所がある」と思う県民の割合※	51.8% (H21)	47.6%	58.6% (H29)	60.0%
補助指標	消費生活センター設置市町村数	17市	26市	31市	37市
	市町村における消費生活相談窓口の開設(週平均)	2.1日	3.28日	3.47日 (H29)	3.5日

※21年度及び24年度は「消費生活に関する県民意識調査」結果、平成29年度は「県政の世論調査」による結果であり、調査方法が異なる。

取組状況と課題

- 県では、地方消費者行政推進交付金の活用等を通じ各市町村における消費生活相談窓口の整備・充実を促進してきたところであり、市町村における消費生活センターの設置や相談窓口の開設の拡充等が進んでいます。
- 県消費者センターにおいては、研修等を通じ消費生活相談員の資質の向上を図るとともに、市町村相談員専用電話（ヘルプデスク）等による助言や、巡回訪問・出前相談・電話相談研修、レベルアップ研修等、市町村の相談員の支援をしてきました。

【研修参加人数】

(人)

年度	H25	H26	H27	H28	H29	計
巡回訪問	125	297	269	267	158	1,116
出前相談	40	33	31	28	0	132
電話相談研修	10	14	9	7	7	47

※巡回訪問:希望する市町村の消費生活相談窓口を定期的に巡回し、相談担当者に対し、直接助言等を行う。

出前相談:主として相談体制が整っていない市町村に出向き、相談担当者や職員を対象に事例検討等を通じ情報提供や助言を行う。

電話相談研修:県消費者センターにおける実地研修として、1日の相談業務を通じて助言指導を行う。

《消費生活相談体制の一層の充実》

- 地域における消費生活相談体制については、相談員の配置や開設時間等、格差は依然として残っており、さらに、今後、交付金の削減等による相談体制の後退も懸念されます。
- 県では、地域において消費生活相談を担うことのできる人材の育成に努めてきましたが、未だ、消費生活相談員の確保が困難な地域もあります。

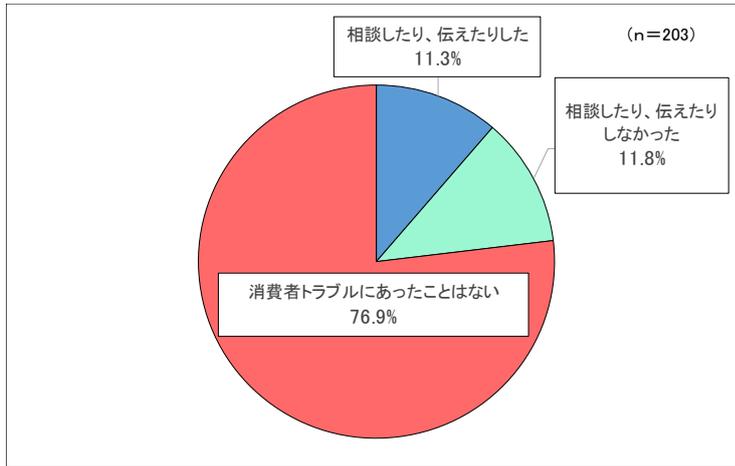
《消費生活相談窓口の周知》

- 消費生活相談窓口については、十分に周知されているとは言えず、その機能も含め周知を図る必要があります。
- 消費生活相談については、助言やあっせん・調停等による問題解決と併せ、消費者被害の未然防止や拡大防止にもつながるということについても、理解を広めていく必要があります。

【消費者相談窓口の利用や周知の状況】

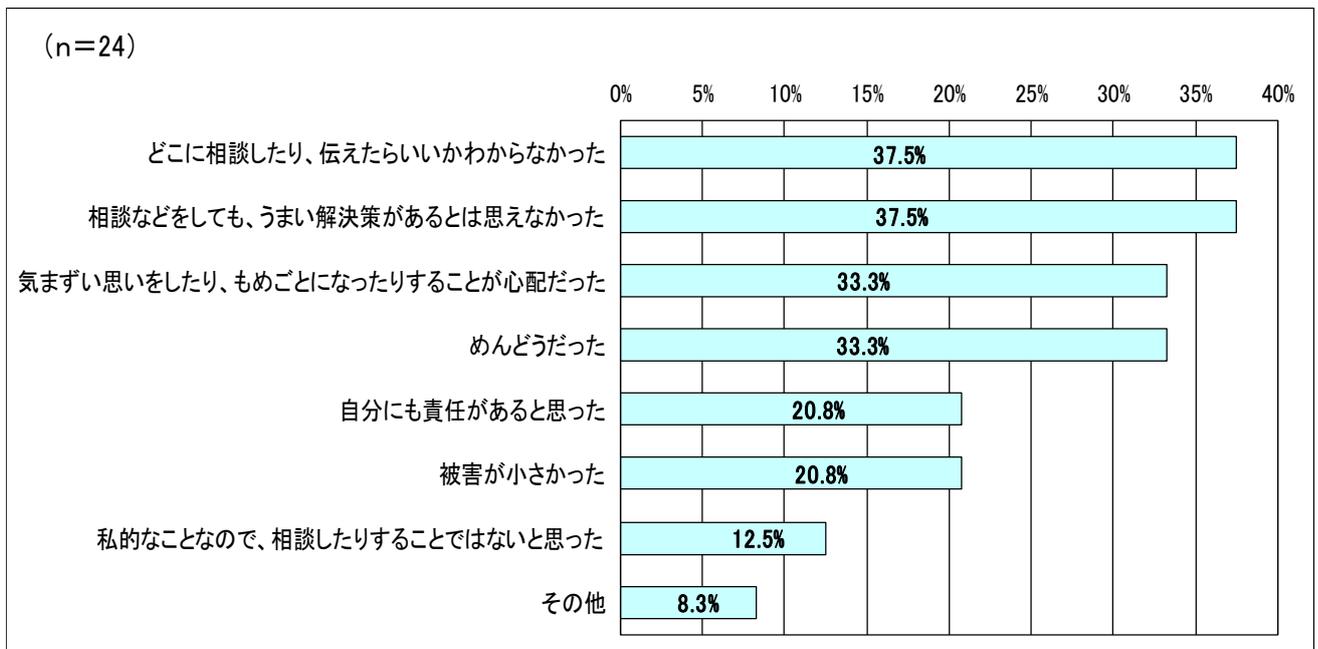
～平成 29 年度 インターネットアンケート調査結果～

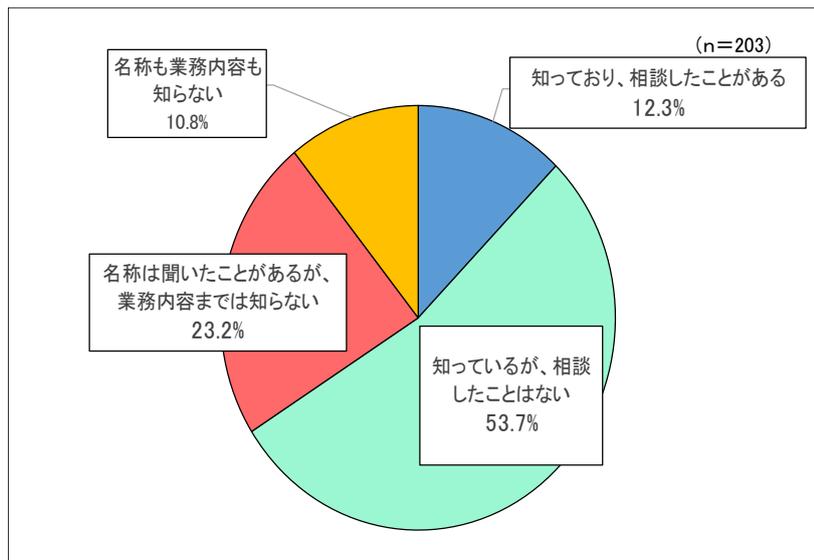
平成 29 年度に実施したインターネットアンケートにおける、消費生活相談窓口の利用や周知の状況は、下記のとおりでした。



・過去に消費者トラブルにあった際、どこかへ（誰かへ）相談したり、伝えたりしたかたずねたところ、『消費者トラブルにあったことはない』が 76.9%と最も多く、次いで『相談したり、伝えたりしなかった』が 11.8%、『相談したり、伝えたりした』が 11.3%。

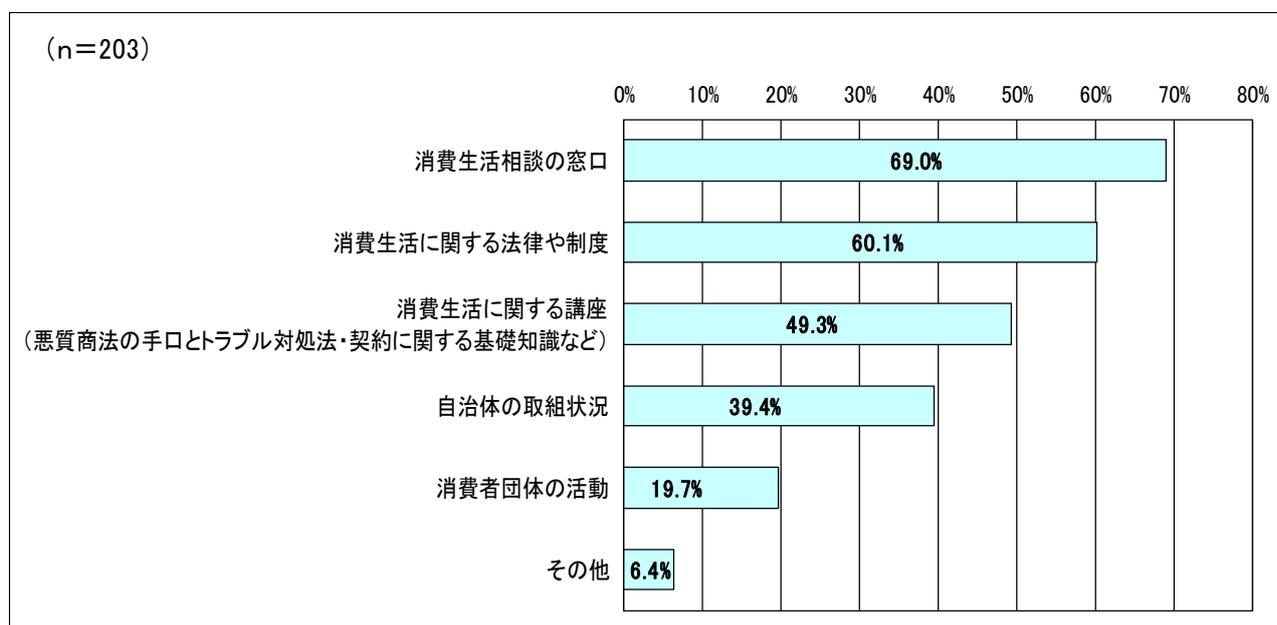
- ・相談したり、伝えたりしなかった理由は、『どこに相談したり、伝えたらいいかわからなかった』と『相談などをしても、うまい解決策があるとは思えなかった』が共に 37.5%、次いで『気まずい思いをしたり、もめごとになったりすることが心配だった』と『めんどろだった』が 33.3%。





・ 県消費者センターや市町村の消費生活センター等の周知度については、『知っているが、相談したことはない』が 53.7%と最も多く、『知っているが、相談したことがある』と合わせると 66.0%の人が『知っている』と回答した。一方、『名称は聞いたことがあるが、業務内容までは知らない』が 23.2%、『名称も業務内容も知らない』が 10.8%。

・ 消費生活全般に関して欲しい情報は、『消費生活相談の窓口』が 69.0%と最も多く、次いで『消費生活に関する法律や制度』が 60.1%。『その他』の答えの中には、「高齢者や未成年者が被害に遭う消費者トラブルの情報」や「トラブルの実例、内容と業者情報」など。



重点的課題 2 消費者被害の防止と安全・安心ネットワークづくり

【成果指標の状況】

指標項目		20年度の 状況	24年度の 状況	現況	目標値 (30年度)
いつでも相談できる人がいると思う 県民の割合※		53.1% (H21)	48.2%	78.9% (H29)	60.0%
補助 指標	安全・安心ネットワークが整備 された市町村数	1 (H21)	29	調査中	全市町村
	消費者教育担い手人材リストの 新規登録人数	0	0	415人 (H30.9.30)	300人

※21年度及び24年度は「消費生活に関する県民意識調査」結果、平成29年度は「県政の世論調査」による結果であり、調査方法が異なる。

取組状況と課題

- 県では、サポーター養成講座等を実施し、地域において消費者に啓発活動等ができる人材の養成を進めてきました。

【消費生活サポーター養成講座の受講者数】 (人)

年度	H25	H26	H27	H28	H29	計
受講者数	65	104	109	159	123	560

- 県民提案事業等の実施により、地域において消費者団体等が消費者被害の防止に向け実践的な活動を展開しています。

【「県民提案事業」実施状況】

年度	団体数	事業数	年度	団体数	事業数
H21	19	25	H26	16	16
H22	21	23	H27	14	14
H23	17	17	H28	12	13
H24	14	13	H29	11	12
H25	17	17	合計	141	150

- 県では、安全・安心ネットワークの構築に向け、ネットワークの核となるような人材の育成を図ってきました。

- 身近に相談できる人がいると思う県民の割合は増加しています。
- 県では、高齢者等の消費者被害防止に向け、高齢者のみならず、日ごろ高齢者等に接する様々な立場の方々に消費者問題についての啓発等を実施してきました。

《見守り体制の強化》

- 高齢者からの相談は、依然として相対的に高い水準で推移しており、高齢者等の被害の防止に向け、地域の様々な主体との見守り体制の一層の充実・強化が必要です。

【「消費者安全確保地域協議会」の設置状況】

- 富里市：平成 28 年 4 月設置（消費者教育推進地域協議会を兼ねる。）
- 船橋市：平成 28 年 10 月設置
- 白井市：平成 30 年 4 月設置

《消費生活情報提供方法の工夫》

- 県では、消費者フォーラムの開催や、広報啓発資料の配布、県や市町村のホームページや広報紙の活用、さらにはマスコミや事業者団体等への協力等を通じ、消費者が必要とする消費者問題に係る情報が行き渡るような広報の展開に努めてきましたが、必要な情報が、地域の一人ひとりに十分行き渡るようにするためには、引き続き、取組を進めていく必要があります。

【消費者フォーラム参加者数】 (人)

年度	H25	H26	H27	H28	H29	H30	計
参加数	395	421	383	334	287	305	2,125

《消費者団体等が十分に活動できる環境の充実》

- 消費者被害の防止に向けて、引き続き、地域において消費生活問題に係る啓発活動等を実施できる人材や団体等が、十分に活動できる環境の整備を進める必要があります。

重点的課題3 ライフステージに応じた学習機会の確保と消費者教育の推進

【成果指標の状況】

指標項目	20年度の状況	24年度の状況	現況	目標値(30年度)
消費者教育・学習の機会が提供されていると思う県民の割合※	8.6% (H21)	9.0%	16.9% (H29)	20.0%
補助指標 消費者教育に関する研修を受講した教職員数(基準年からの述べ人数)	130人	799人	1,534人 (H30.9.30)	2,000人
消費者教育・学習の担い手研修・受講者数(基準年からの述べ人数)	0	956人	1,734人 (H30.9.30)	2,000人

※21年度及び24年度は「消費生活に関する県民意識調査」結果、平成29年度は「県政の世論調査」による結果であり、調査方法が異なる。

取組状況と課題

- 県では、平成29年度に「千葉県消費者教育推進計画」を策定し、学校を始めとして、様々な場面で、ライフステージに応じ、消費者それぞれの特性に配慮した消費者教育を推進してきました。
- 平成29年度には、県消費者センターに、消費者教育コーディネーターの役割も担う消費生活相談員2名を配置し、消費者教育推進体制の強化を図りました。
- 「学校における消費者教育推進連絡会」等を通じ、学校等教育機関との連携を図るとともに、教員対象研修会を実施し、学校における実践的な消費者教育を促進してきました。
- 県では、消費者教育の担い手を育成し、人材リストの整備等により活用を図ってきました。
- 県消費者センターでは、学校や公民館、職場等に消費生活相談員を派遣する自立支援講座を実施しています。

【自立支援講座受講者数】 (人)

年度	H25	H26	H27	H28	H29	計
受講者数	8,474	4,438	5,257	4,423	4,882	27,474

- 県民提案事業等も活用し、消費生活問題に係る啓発・教育資材の作成・活用を進めてきました。

- ・ 高校生向け教材
「オトナ社会へのパスポート～知っておきたいこれだけは～」
県民提案事業で作成した高校生向け消費者教育教材「オトナ社会へのパスポート～知っておきたいこれだけは～」を県内すべての高校や特別支援学校に配布し、併せて、指導者向け手引書の配布、さらにそれを用いた授業の実践等を行っています。
- ・ 若者向けDVD
「インターネット×リアル」
インターネットトラブルの低年齢化の傾向を踏まえ、若者を対象とした啓発資材としてDVD「インターネット×リアル」の貸し出しを行っています。
- ・ 小学生向けボードゲーム
「しっかりさんになろう」
すごろくゲームで楽しみながら消費生活についての知識を身に付けるボードゲーム「しっかりさんになろう」の実施や貸し出しを行っています。

《消費者教育についての認識の深化》

- 消費者の消費者教育についての認識は、広まってはきているものの、未だ十分とは言えない状況にあります。
- 消費者教育については、消費者トラブルへの対処のみならず、消費行動が社会へ与える影響等についても自覚し、持続可能な社会づくりに積極的に参画する消費者市民の育成を目指していることについて、認識して進める必要があります。

《消費者教育の担い手等の育成と活用の促進》

- 消費者教育の担い手については、増加はしていますが、十分とはいえない状況にあります。
- 消費者教育コーディネーターについては、活動が軌道に乗り出したところであり、今後、さらに、戦略的な活用を図っていく必要があります。

《消費者教育に係る人材や教材等の情報提供の充実》

- 出前講座や消費者教育教材等について、さらなる活用が図られるよう情報提供等を進める必要があります。

重点的課題 4 取引の適正化と悪質事業者に対する指導強化

【成果指標の状況】

指標項目		20年度の 状況	24年度の 状況	現況	目標値 (30年度)
悪質商法が減ってきたと思う県民の割合		8.1% (H21)	6.1%	10.2% (H29)	20.0%
補助 指標	特商法及び条例に基づく行政 処分件数	2件	24件	27件 (H29)	適正に 実施します

※21年度及び24年度は「消費生活に関する県民意識調査」結果、平成29年度は「県政の世論調査」による結果であり、調査方法が異なる。

取組状況と課題

- 県では、違法・悪質な事業者に対して、「特定商取引法」及び「消費生活条例」に基づき、行政指導や業務停止命令などの行政処分を行い、消費者被害の未然防止、拡大防止を図っています。
- 広域的に事業活動を行う違法・悪質な事業者に対しては、「五都県悪質事業者対策会議」を設置し、連携して行政指導等を実施しているところです。
- 悪質なケースに対応するため、警察本部や県消費者センターによる情報交換会等を開催し、連携の強化を図っています。
また、県消費者センターに詐欺的商法の相談があった場合は、相談者の同意を得て、速やかに警察への情報提供等を行っています。
- 消費者被害の拡大防止に向けて、PIO-NETに蓄積された消費生活相談情報の活用と併せ、県内の消費生活相談窓口とも連携し、情報収集するとともに、必要な情報について、迅速な情報提供を図っています。

《事業者への適正な指導等の実施》

- 悪質商法が減ったと思う県民の割合は増加しているものの、未だ一割を超える程度に留まっており、引き続き、適正な指導等を実施していく必要があります。

《法制度等についての分かりやすい情報提供》

- 消費者関連法案については、改正等も相次いでいるため、事業者及び消費者に対して、分かりやすく情報提供していく必要があります。

【事業者指導の実績】

区 分		20年度		21年度		22年度		23年度		24年度	
			うち合同 指導等								
特 商 法	業務停止命令	1	1	2	2	4	4	1	1	0	0
	指示処分	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0
	指 導	1	1	7	7	6	5	14	7	19	11
条 例	勸 告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	指 導	0	0	10	9	7	6	14	7	23	15
事 業 者 数	処分・勧告	1	1	2	2	4	4	2	2	1	0
	指 導	1	1	11	10	7	6	14	7	23	15
	合 計	2	2	13	12	11	10	16	9	24	15

区 分		25年度		26年度		27年度		28年度		29年度	
			うち合同 指導等								
特 商 法	業務停止命令	3	2	2	2	1	0	0	0	1	0
	指示処分	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0
	指 導	21	12	28	14	32	13	21	14	26	12
条 例	勸 告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	指 導	22	12	30	15	29	10	20	13	21	9
事 業 者 数	処分・勧告	3	2	2	2	1	0	0	0	1	0
	指 導	22	12	30	15	33	13	24	16	26	12
	合 計	25	14	32	17	34	13	24	16	27	12

重点的課題5 生活関連物資の安定供給と消費生活の安全・安心の確保

【成果指標の状況】

指標項目		20年度の 状況	24年度の 状況	現況	目標値 (30年度)
生活関連物資の安定供給と安全性の確保について不安を感じる県民の割合		37.7% (H21)	29.0%	調査中	20.0%
補助 指標	食品営業施設の監視指導実施件数	79,939件 (H19)	70,968件	68,846件 (H29)	72,000件
	住生活に関する県民の満足度	57.1% (H19)	60.0%	調査中	増加を目指します。

※21年度及び24年度は「消費生活に関する県民意識調査」結果、平成29年度は「県政の世論調査」による結果であり、調査方法が異なる。

取組状況と課題

- 県では、生活必需品の安定供給のため、必要に応じて調査や情報提供、事業者への協力要請等を行う体制の整備を図っています。
- 県では、消費者事故が発生した場合には、迅速に情報提供を行うなど、被害防止に向け、消費者の安全・安心の確保に努めています。
- 県では、食の安全をはじめ、衣食住様々な分野で、各種法令等に基づき、立ち入り検査を実施するなど、消費者の安全・安心の確保のための取組を進めています。
 - ・ 食品衛生に関しては、本県の地域の実情や過去における食中毒の発生状況等を踏まえて、毎年度「千葉県食品衛生監視指導計画」を作成し、食品営業施設の監視指導を実施しています。
平成29年度の同計画における監視指導予定件数は、67,400件で、実施件数が68,846件でした。
 - ・ 医療機関や児童福祉施設、高齢者福祉施設、介護老人保健施設等についても、監視指導を実施しています。
- 食品や景品の表示について、関係部局が連携して事業者に対する講習会等を実施しています。
- 貸金事業者への指導監督を実施するとともに、債務者からの相談にも応じ

ています。

- 多重債務問題については、「千葉県多重債務問題対策本部」を中心としてキャンペーン等の啓発活動や、県内各地における無料相談会を実施しています。
- 災害時における消費者の安全・安心の確保に向け、生活必需品の確保や正確な情報提供のための体制の整備等を進めてきました。
- 県では、市町村の備蓄を補完し、災害応急活動を円滑に実施するため、避難生活に必要な物資を防災センターをはじめ、県内各地の倉庫に備蓄しています。

《消費者の安全安心の確保》

- 食の安全をはじめ、衣食住すべての分野で、引き続き、消費者が安全で安心して生活するための取組を推進していく必要があります。

《災害発生時における消費者の安全安心の確保》

- 特に、災害発生時においては、生活必需品の確保とともに、商品やサービス等生活関連情報を提供することが、消費者の安全安心につながります。