

# 第4次千葉県消費生活基本計画に基づく 主な事業の取組状況について（令和7年度審議会）

計画全体の指標 消費生活全般について満足している県民の割合

## 【指標項目の状況】

指標項目	令和4年度の状況	令和5年度の状況	令和6年度の状況	現況	目標値 (令和10年度)
消費生活全般についての、 県民の満足度	29.7% (第63回県政 世論調査)	28.4% (第65回県政 世論調査)	28.3% (第67回県政 世論調査)	(第69回県政 世論調査)	50%

基本施策1 消費者被害の防止、救済とネットワーク強化 . . . . . 2

基本施策2 消費者市民を育む教育の推進 . . . . . 5

基本施策3 安全安心な消費生活の確保 . . . . . 7

## 基本施策 1 消費者被害の防止、救済とネットワーク強化

指標項目	令和4年度の状況	令和5年度の状況	令和6年度の状況	現況	目標値 (令和10年度)
消費者トラブルにあった時に市町村の窓口など「安心して相談できる」と思う県民の割合	57.5% (第64回県政世論調査)	79.6% (令和5年度第2回インターネットアンケート調査)	48.3% (第68回県政世論調査)	48.4% (令和7年度第2回インターネットアンケート調査)	70%

\* 以下、補助目標

指標項目	令和4年度の状況	令和5年度の状況	令和6年度の状況	現況	目標値 (令和10年度)
消費者センターについて、その機能も含め知っている人の割合	14.8% (第63回県政世論調査)	14.4% (第65回県政世論調査)	13.6% (第67回県政世論調査)	(第69回県政世論調査)	30%

指標項目	令和4年度の状況	令和5年度の状況	令和6年度の状況	現況	目標値 (令和10年度)
消費者トラブルにあった時、地域や身近なところで、家族や知人など「いつでも相談できる人」がいると思う県民の割合	73.4% (第64回県政世論調査)	76.2% (令和5年度第2回インターネットアンケート調査)	72.8% (第68回県政世論調査)	74.4% (令和7年度第2回インターネットアンケート調査)	70%

指標項目	令和4年度の状況	令和5年度の状況	令和6年度の状況	現況	目標値 (令和10年度)
見守りネットワークが整備されている市町村数	34 市町村 (千葉県くらし安全推進課調べ)	36 市町村 (千葉県くらし安全推進課調べ)	40 市町村 (千葉県くらし安全推進課調べ)	45 市町村 (千葉県くらし安全推進課調べ)	全市町村

指標項目	令和４年度 の状況	令和５年度 の状況	令和６年度 の状況	現況	目標値 (令和10年度)
消費者安全確保 地域協議会が設 置されている市 町村数	４市 (消費者庁への設 置報告による)	４市 (消費者庁への設 置報告による)	４市 (消費者庁への設 置報告による)	４市 (消費者庁への設 置報告による)	増加を 目指します

## 【主な取組状況】

### ○ 消費生活相談窓口の周知、消費者被害防止に向けた情報提供等

県民だよりや千葉テレビ、BayFM、千葉県広報X（旧ツイッター）、YouTubeなどの広報媒体を活用するとともに、

1. 最寄りの相談窓口につながる、全国共通の局番無し電話番号『188』を含めた消費相談窓口の周知については、消費者自立支援講座等の講座や研修会の場において、商品やサービスの契約などの消費生活や多重債務などに関して、困ったときには消費生活相談窓口に相談するよう周知を図っている。
2. 消費者被害防止に向けた情報提供については、「適格消費者団体への情報提供の呼びかけ」や「インターネット通販や若者に向けた消費者トラブルなどに関する注意喚起」等を行うなどの広報に努めている。
3. 新たに令和7年度は、消費者ホットライン（188）等についてバナー広告を作成し、併せて多様化する悪質商法の手口・対策等を周知することで、被害の未然防止、及び被害に遭ってしまった際の相談窓口の更なる周知を図る。

また、県内の市町村や高等学校、特別支援学校等への消費者啓発冊子等の配付による周知啓発も行っている。

なお、令和5年度から開始した電子メールによる消費生活相談の本年度実績は、令和7年12月18日現在で518件となっている。

(R5 実績＝270件、R6 実績＝378件)

### ○ 消費者センター等による市町村支援

消費者センターでは、市町村の相談員等に、相談対応に必要な基礎知識や実践的技法を習得するための「レベルアップ研修」や、同センターの相談員が市町村を定期的に訪問し、あるいはZoom等を活用して助言等を行う「巡回訪問」、さらにコロナ禍の影響等で実施を見送ってきた「電話相談体験研修」を6年ぶりに実施する等、市町村の相談員の質の向上を図るなど、相談体制の充実に向けた支援を行っている。

〔令和6年度実績 レベルアップ研修：オンライン・113人受講、巡回訪問：182回〕

また消費者庁が、消費生活相談員資格の実践的な試験対策として講座を開催する「消費生活相談員担い手確保事業」について、全国12都県で行われた対面講座会場の一つとして、千葉県消費者センターの研修ホールを令和5年度・6年度と提供した。

## ○ 消費者安全確保地域協議会の設置促進

令和7年10月現在、45市町村において見守りネットワークが整備されているところであり、このうち富里市（平成28年4月設置）、船橋市（平成28年10月設置）、白井市（平成30年4月設置）、印西市（令和3年11月設置）において、消費者安全確保地域協議会が設置されている。

また、9市町で協議会の設置の検討をしており、県においても引き続き、設置を促進していく。

## 基本施策 2 消費者市民を育む教育の推進

指標項目	令和4年度の状況	令和5年度の状況	令和6年度の状況	現況	目標値 (令和10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	14.7% (第64回県政世論調査)	24.2% (令和5年度第2回インターネットアンケート調査)	15.4% (第68回県政世論調査)	20.9% (令和7年度第2回インターネットアンケート調査)	30%

\* 以下、補助目標

指標項目	令和4年度の状況	令和5年度の状況	令和6年度の状況	現況	目標値 (令和10年度)
消費者教育に関する研修を受講した教職員数	105人 (千葉県消費者センター事業実績)	73人 (千葉県消費者センター事業実績)	108人 (千葉県消費者センター事業実績)	111人 (千葉県消費者センター事業実績)	各年度 150人

指標項目	令和4年度の状況	令和5年度の状況	令和6年度の状況	現況	目標値 (令和10年度)
※消費者教育コーディネーター育成講座受講者数	112人 (千葉県消費者センター事業実績)	188人 (千葉県消費者センター事業実績)	173人 (千葉県消費者センター事業実績)	※40人 (見込み：千葉県消費者センター調べ)	各年度 200人

指標項目	令和4年度の状況	令和5年度の状況	令和6年度の状況	現況	目標値 (令和10年度)
消費者教育担い手人材リストの登録人数	79人 (千葉県消費者センター事業実績)	96人 (千葉県消費者センター事業実績)	141人 (千葉県消費者センター事業実績)	※40人 (見込み：千葉県消費者センター調べ)	各年度 80人

※ 消費者教育コーディネーター育成講座については、令和7年度から実施方法を見直し、受講定員を従前の200人から40人に絞り込む一方、

- ① オンライン講座完結方式から、事後、新たに対面講座を実施する。
- ② 受講条件として、上記表・下の「消費者教育担い手人材リスト」への登録を義務付ける

ことで、「地域における消費者教育の講師」を務めることも可能な、即戦力となる人材の育成を目指す。

なお、オンライン講座は令和8年1月20日(火)まで配信し、対面講座は令和8年2月7日・28日(いずれも土曜日)に、千葉県消費者センターにて実施する予定。

## 【主な取組状況】

### ○ 教職員に対する消費者教育推進のための研修や情報提供の充実

令和7年度は、高校生向けの消費者教育教材「社会への扉～12のクイズで学ぶ自立した消費者～」を県内高校及び特別支援学校等へ配布した。

また、千葉県と千葉市の、それぞれ消費者行政担当部局と教育委員会職員から構成される「学校における消費者教育推進連絡会」を開催したほか、県教育委員会等と連携して、毎年夏に開催している、実践的な教職員向けの消費者教育に関する研修を、オンライン形式と集合対面形式を併用して実施した。

〔令和7年度実績 オンライン研修：95人、対面研修：16人 計111人受講〕

引き続き、学校における消費者教育の充実の支援に取り組んでいく。

### ○ 地域における消費者教育の担い手の育成

消費者問題や消費者教育に関する知識を習得し、消費生活に必要な知識や情報の普及啓発を担うなど、地域等において効果的な消費者教育をコーディネートすることができる人材を育成する『消費者教育コーディネーター育成講座』を開催し、地域の実情を踏まえた、消費者教育等を推進できる人材の養成を図っている。

〔令和7年度実績見込み オンライン講座(11.5時間)＋対面講座(2日間・6時間) 40人受講予定〕

### ○ 若者の消費者被害防止のためのSNS等を活用した取組

令和4年4月から成年年齢が18歳に引き下げられたことを契機に、若年層の消費者被害の拡大が懸念されるため、若者に良くある、最新のトラブル事例をテーマとした映像教材を、吉本興業㈱へ委託して製作し、令和5年度から千葉県や吉本興業の公式 You - Tube 等で公開したほか、令和6年度はこの映像教材を紹介する広告のYouTube 掲出事業を行った。

なお令和7年度は、主に小学生を子に持つ親世代を対象とした、消費生活相談窓口の周知啓発のためのイベント開催を進めている。

### ○ 高齢者の消費者被害防止のための取組

県内の消費生活相談の約4割を、60歳以上の高齢者が占めている現状に鑑み、

1. 市町村や各種団体が開催する講座に講師を派遣し、高齢者へ消費者被害の現状や勧誘方法、被害から身を守る方法等を啓発する「消費者自立支援講座」

〔令和6年度実績 14回・509人受講（高齢者対象の講座を抜粋）〕

2. 関東甲信越の16都県市と連携して行う「高齢者被害特別相談（電話・面談）」

〔令和7年度実績 令和7年9月9日（火）～11日（木） 相談件数38件〕

3. 日常的に高齢者に接する民生委員や、訪問介護従事者などを対象に、消費者被害の現状や気づきのポイントなどを学ぶ「高齢者等見守り講座」

〔令和6年度実績 5回・85人受講 〕

などの取り組みを実施している。

### 基本施策3 安全安心な消費生活の確保

指標項目	令和4年度の状況	令和5年度の状況	令和6年度の状況	現況	目標値 (令和10年度)
悪質商法が減ってきたと思う県民の割合	6.9% (第64回県政世論調査)	5.3% (令和5年度第2回インターネットアンケート調査)	2.2% (第68回県政世論調査)	4.3% (令和7年度第2回インターネットアンケート調査)	20%

指標項目	令和4年度の状況	令和5年度の状況	令和6年度の状況	現況	目標値 (令和10年度)
生活必需品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	29.7% (第64回県政世論調査)	27.1% (令和5年度第2回インターネットアンケート調査)	53.0% (第68回県政世論調査)	33.3% (令和7年度第2回インターネットアンケート調査)	減少を目指します

#### 【悪質事業者指導・処分実績】

			令和4年度		令和5年度		令和6年度		令和7年度 (R7.10.31時点)	
				うち合同 指導等		うち合同 指導等		うち合同 指導等		うち合同 指導等
特 商 法	処 分	業務停止命令	1	0	1	1	※ 1	0	0	0
		業務禁止命令	2	0	1	1	1	0	0	0
		指示処分	1	0	1	1	※ 1	0	0	0
	指 導		3 8	1 3	3 7	1 1	4 1	1 4	2 3	9
条 例	勸 告		0	0	0	0	0	0	0	0
	指 導		3 7	1 3	3 5	1 0	4 1	1 4	2 2	8
件 数	処分・勧告		3	0	2	2	2	0	0	0
	指 導		3 8	1 3	4 0	1 3	4 2	1 5	2 3	9
	合 計		4 1	1 3	4 2	1 5	4 4	1 5	2 3	9

※ 1事業者に対する「業務停止命令」及び「指示処分」

## 【直近の行政処分概要】

### ○令和6年12月18日実施

事業者〔個人事業主〕に対する業務停止命令9か月、及び代表者個人に対する業務禁止命令9か月

- ・事業者名：ジャパンロードアシスタンスこと犬飼慎太郎
- ・代表者：犬飼 慎太郎
- ・業務内容：故障車両修理等の訪問販売
- ・認定した違反行為：

#### (1) 氏名等不明示（特定商取引法第3条）

事業者は、訪問販売をしようとするとき、その勧誘に先立って消費者に対し、事業者の氏名又は名称を明らかにしていなかった。

#### (2) 契約書面記載不備（特定商取引法第5条第2項）

事業者は、消費者宅において、消費者と契約を締結したとき又は契約を締結した際に、役務を提供し、料金の全額を受領したときに、契約書面を交付していたが、当該書面には法定記載事項について不備があった。

#### (3) 重要事項不告知（特定商取引法第6条第2項）

事業者は、訪問販売によって、故障車両工事契約を結ぶために勧誘をするとき、役務の内容及び役務の対価について、故意に事実を告げていなかった。

## 【その他の主な取組状況】

### ○ 災害時等における消費者の安全・安心の推進

千葉日報、bayfm、千葉県広報X（旧ツイッター）などを通して、災害に便乗した悪質商法の注意喚起を行うなど、消費者被害の防止に努めた。

### ○ 商品やサービスの規格、表示等の適正化の推進

不当景品類及び不当表示防止法（景表法）に基づき、事業者が、自己の供給する商品及び役務の取引に関連して、

①品質や規格その他の内容について、一般消費者に対し、実際のもの、又は事実と相違して競合事業者に係る同種、類似のものよりも、著しく優良であると示す表示＜優良誤認表示＞

②価格や取引条件について、実際のもの、又は競合事業者に係る同種、類似のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認される表示＜有利誤認表示＞等を行っていた場合、当該事業者に対し、行政指導等を行っている。



【景表法に関する行政指導実績】

	令和４年度	令和５年度	令和６年度	令和７年度 ※注１
文書指導	３	０	０	０
口頭指導	５	１０	１４	１５
公正取引協議会 への通知	※注２ ２	０	０	０
違反事実なし・打切り	０	０	２	３
計	１０	１０	１６	１８

※注１ 令和７年度は、令和７年１１月１９日までの実績

※注２ 通知先は、①不動産 ②自動車（販売）の各公正取引協議会