

第3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4年度）

最終目標 消費生活に関する満足度

【指標項目の状況】

指標項目	平成30年度の状況	令和元年度の状況	令和2年度の状況	令和3年度の状況	現況	目標値 (令和5年度)
「消費生活に関し、暮らしやすい」と感じている県民の割合	30.9% (第56回県政世論調査)	22.3% (第59回県政世論調査)	36.2% (第60回県政世論調査)	35.1% (第62回県政世論調査)	29.7% (第63回県政世論調査)	50.0%

- 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・・・・・・・・・・ 2
- 基本目標2 消費者市民を育む教育の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
- 基本目標3 気づき、つながり、守る地域の力の向上・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
- 基本目標4 取引の適正化と悪質事業者への指導の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
- 基本目標5 商品・サービスの安全・安心の推進・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8

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

【指標項目の状況】

指標項目	平成 30 年度の状況	令和元年度の状況	令和 2 年度の状況	令和 3 年度の状況	現況	目標値 (令和5年度)
消費生活センターについて、その機能も含め知っている人の割合	—	16.3% <small>(第 59 回県政世論調査)</small>	—	—	14.8% <small>(第 63 回県政世論調査)</small>	増加を目指します。
市町村における消費生活相談窓口の開設（週平均）	3.47 日	3.55 日 <small>(H31.4)</small>	3.42 日 <small>(R2.4)</small>	3.39 日 <small>(R3.4)</small>	3.33 日 <small>(R4.4)</small>	3.5 日

【主な取組状況】

○ 消費生活相談窓口の周知

県民だよりや千葉日報、bayfm 等の広報媒体を活用するとともに、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相談するよう周知を図っている。

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。

○ 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て助言等を行う「巡回訪問」を実施し、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 3 年度実績 レベルアップ研修：オンライン研修 1 回 41 人受講、巡回訪問：125 回)

また、県では、消費者庁において全国各地の消費生活センター等で相談業務を担う人材の育成・確保を目的に実施している「消費生活相談員担い手確保事業」について、県ホームページ等を通じた広報のほか、ハローワークや公民館、図書館などに募集チラシを送付し配架依頼を行うなど、県内各地における受講者の発掘に努めている。

さらに、市町村の消費生活相談員の募集情報について、県で開設しているウェブサイト「くらしのおまもり便利帳」に掲載するなど、引き続き、地域における相談員の担い手確保の支援に努めていく。

基本目標 2 消費者市民を育む教育の推進

【指標項目の状況】

指標項目	平成 30 年度 の状況	令和元年度 の状況	令和 2 年度 の状況	令和 3 年度 の状況	現況 (R4. 12. 31 時点)	目標値 (令和5年度)
消費者教育に関する研修を受講した教職員数（基準年からの延人数）	1,534 人	1,774 人	1,824 人	1,874 人	1,979 人	3,000 人
消費者教育・学習の担い手研修・受講者数（基準年からの延人数）	2,004 人	2,177 人	2,260 人	2,451 人	2,563 人	3,000 人

【主な取組状況】

○ ウェブサイトの充実

安全・安心な消費生活を応援するため平成 30 年 2 月に開設したウェブサイト「暮らしのおまもり便利帳」において、消費者庁や国民生活センターからの消費者被害に関する最新情報を掲載するなど県民に対し注意喚起を行っている。

○ 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

高校生向けの消費者教育教材「オトナ社会へのパスポート」及び指導者向け手引書等を県内高校及び特別支援学校等へ配布した。

また、県教育委員会等と連携して毎年夏に開催している教職員向けの実践的な消費者教育についての研修は、オンライン形式と集合対面形式を併用して実施した。

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講座を開催し、消費者教育の推進を図っている。

（令和 3 年度実績 オンライン講座(14.5 時間) 191 人受講）

○ 「成年年齢引き下げに伴う若者の消費者被害防止」をテーマとしたフォーラムの開催

令和 4 年 4 月 1 日から成年年齢が 18 歳に引き下げられたことに伴い、成年年齢引き下げに伴う若者の消費者被害防止をテーマに消費者フォーラムを開催し、165 名が参加した。

基本目標 3 気づき、つなぎ、守る地域の力の向上

【指標項目の状況】

指標項目	平成30年度の状況	令和元年度の状況	令和2年度の状況	令和3年度の状況	現況 (R4.12.1時点)	目標値 (令和5年度)
安全・安心ネットワークが整備された市町村数	25 市町村	26 市町村	29 市町村	30 市町村	34 市町村	全市町村
消費者教育担い手人材リストの登録人数	464 人	490 人	495 人	496 人	525 人	500 人

【主な取組状況】

○ 消費者安全確保地域協議会の設置促進

令和4年12月現在、34市町村において安全・安心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を設置している。

また、10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。

○ 消費者問題に取り組む団体等の活動の「見える化」

消費者団体等の活動を紹介しているウェブサイト「暮らしのおまもり便利帳」について、令和2年10月のリニューアル後の活用を促進するため、各団体等に操作マニュアルやガイドライン等を送付し情報提供を促すなど充実を進めている。

○ 消費者被害防止に向けた注意喚起情報等の提供

県民だよりや千葉日報、bayfm、千葉テレビ、千葉県広報ツイッターやLINEなどの広報媒体を活用し、「適格消費者団体への情報提供の呼びかけ」や「フィッシングメール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。

基本目標 4 取引の適正化と悪質事業者への指導の推進

【指標項目の状況】

指標項目	平成30年度 の状況	令和元年度 の状況	令和2年度 の状況	令和3年度 の状況	現況 (R5.1.31時点)	目標値 (令和5年度)
特商法及び条例 に基づく行政指 導・処分件数	24件	54件	32件	53件	27件	適正に実施 します。

【悪質事業者指導・処分実績】

		令和4年度		令和3年度		令和2年度		令和元年度		平成30年度	
		(※1)	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		うち合同 指導等
特 商 法	業務停止命令	1 (※2)	0	2 (※3)	0	0	0	1	0	0	0
	業務禁止命令	2	0	2	0	0	0	1	0	0	0
	指示処分	1 (※2)	0	2 (※3)	0	0	0	0	0	1	1
	指 導	24	9	48	17	28	9	50	14	23	8
条 例	勸 告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	指 導	24	9	47	17	29	13	42	16	19	6
事 業 者 数	処分・勧告	3	0	4	0	0	0	2	0	1	1
	指 導	24	9	49	18	32	13	52	16	23	8
	合 計	27	9	53	18	32	13	54	16	24	9

(※1) 令和4年度は令和5年1月末日までの実績

(※2) 1事業者に対する業務停止命令及び指示処分

(※3) 2事業者に対する業務停止命令及び指示処分

【直近の行政処分の概要】

○令和4年12月27日実施

事業者に対する業務停止命令3か月及び代表取締役等2名に対する業務禁止命令3か月

- ・事業者名：株式会社LLSクライアントパートナーズ
- ・代表者名：代表取締役 前原 香
- ・業務内容：屋根修理工事、水回り修理工事等の訪問販売
- ・認定した違反行為：

(1) 勧誘目的等不明示（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、「工事現場に行く途中でこの家の前を通りかかったんですけど、屋根の釘が浮いていますよ。」などと告げるだけで、事業者の名称、屋根修理工事等の役務提供契約の締結について勧誘する目的であること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1項及び第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未記載又は誤った記載があった。

(3) 不実告知（特定商取引法第6条第1項第4号、第5号及び第6号）

事業者は、訪問販売によって、屋根修理工事契約を結ぶために勧誘をするとき、実際は屋根修理をする必要がない状態であるにもかかわらず「瓦が欠けていますよ、早急に直した方がいい、早く直さないと雨漏りしてしまいます。周りの家に瓦が落ちたら大変なことになる。」などと不実のことを告げて、契約の締結を行っていた。

また、訪問販売によって結んだ契約について、クーリング・オフ期間内にクーリング・オフを申し出た消費者に対し、「工事は既に終わっているので支払いをお願いします。」「クーリング・オフには応じられない。料金は伝えているし、クーリング・オフできないことは経済産業省にも確認を取っている。」などと事実と異なることを告げて、契約の解除を妨げていた。

基本目標5 商品・サービスの安全・安心の推進

【指標項目の状況】

指標項目	平成30年度の状況	令和元年度の状況	令和2年度の状況	令和3年度の状況	現況	目標値 (令和5年度)
食品営業施設の監視指導実施件数	67,354件	54,816件	20,237件	24,239件	4,568件 (R4.9.30時点)	適正に実施します。
住生活に関する県民の満足度	67.1% (第56回県政世論調査)	72.6% (第58回県政世論調査)	71.9% (第60回県政世論調査)	60.6% (第62回県政世論調査)	69.8% (第63回県政世論調査)	増加を目指します。

【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などを通じて、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、実際のものよりも、又は事実に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、実際のものよりも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。

【行政指導実績】

	令和4年度	令和3年度	令和2年度	令和元年度	平成30年度
文書指導	1	0	0	2	3
口頭指導	4	12	21	22	15
計	5	12	21	24	18

※令和4年度は、令和5年1月末日までの実績