

(案)

第4次千葉市消費生活基本計画



令和5年3月  
千葉市

#### 表紙のイラストについて

**【悪質商法ひっかからん蔵】**

千葉県消費生活センターが悪質商法に対する啓発を行うために、平成24年度に啓発グッズ用にデザインされたイラストです。平成26年度からは消費生活センターが発行する情報誌「暮らしの情報いずみ」のタイトルにも使用しています。

# 目次

<b>第1章 第4次千葉市消費生活基本計画とは</b>	<b>1</b>
1 計画策定の経緯	1
2 計画策定の目的	1
3 計画の位置づけ	1
4 計画の期間	2
<b>第2章 消費者を取り巻く現状</b>	<b>3</b>
1 高齢化の進行	3
2 世帯の単身化・地域コミュニティの衰退等	3
3 成年年齢の引き下げ	4
4 デジタル化の進展・電子商取引の拡大	5
5 自然災害	6
<b>第3章 取組みの方向性</b>	<b>7</b>
1 消費生活の安全・安心の確保	7
2 消費者被害の未然防止及び救済	7
3 ライフステージに対応した消費者教育の推進	7
<b>第4章 計画の基本理念・体系</b>	<b>8</b>
1 基本理念とは	8
2 計画の体系	8
<b>第5章 消費者行政の基本的方向（3つ）・重点項目</b>	<b>9</b>
1 基本的方向	9
2 重点課題	10

## 第6章 個別施策及び計画の点検・評価、公表について・・・11

- 1 消費者行政の基本的方向に基づく個別施策一覧・・・11
  - 基本的方向1 「消費生活の安全・安心の確保」・・・11
  - 基本的方向2 「相談による消費者被害の救済」・・・13
  - 基本的方向3 「自ら考え行動する自立した消費者の育成」（消費者教育推進計画）・・・14
- 2 計画の点検・評価・公表・・・24

## 第7章 参考資料・・・25

- 1 千葉市消費生活審議会・・・25
- 2 消費生活に関するWEBアンケート・・・27
- 3 消費生活相談概要・・・36
- 4 千葉市消費生活条例・・・41

# **第1章 第4次千葉市消費生活基本計画とは**

## **1 計画策定の経緯**

本市では、かねてより消費者施策を推進してきており、平成18年には千葉市消費者保護条例を全部改正し、現在の千葉市消費生活条例を施行しました。この条例の基本理念である、消費者の権利の確立及び自立支援による、安全で安心できる暮らしの実現に向けた消費者施策の推進のために、千葉市消費生活基本計画（第1次：平成20年度～22年度、第2次：平成24年度～28年度）を策定しました。

続く第3次千葉市消費生活基本計画（平成29年度～令和4年度）においては、第2次千葉市消費生活基本計画と「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。）に基づき策定した千葉市消費者教育推進計画を統合し、体系的に消費者施策を推進することとしました。

千葉市消費生活基本計画の上位計画となる千葉市基本計画が令和5年度より始まることから、新たな課題に対応し、より円滑な市政の運営につなげるため、第4次消費生活基本計画を策定するものです。

## **2 計画策定の目的**

高齢化の進行、成年年齢の引き下げ、デジタル化の進展など、経済社会が大きく構造変化していることから、消費者の脆弱性を招き、今後ますますトラブルの増加が懸念されます。第4次千葉市消費生活基本計画では、これらの懸念に対して適切に対応するため、SNS等を活用した相談による消費者被害の救済、自ら考え行動する自立した消費者の育成の強化など、これまで以上に千葉市に関わる全ての消費者が安全で安心できる暮らしの実現に向けた消費者施策を推進していきます。

## **3 計画の位置づけ**

本市では、100年先の未来を見据え、市民・団体・企業・大学等を含む教育機関及び行政などまちに関係する多様な主体がともに手を携えながら、より豊かなものとしていくためのまちづくりの方向性を明らかにする「千葉市基本計画（令和5年度～令和14年度）」があり、その政策の一つである「安全・安心な市民生活を守る」と連携した個別部門計画です。

また、地方公共団体における計画的・安定的な取り組みを期待する観点から、政策目標に地方版消費者基本計画の策定を掲げている消費者庁の「地方消費者行政強化作戦2020」に基づき作成した計画であり、「消費者教育推進法」第10条第2項に基く消費者教育推進計画としても位置付けられています。

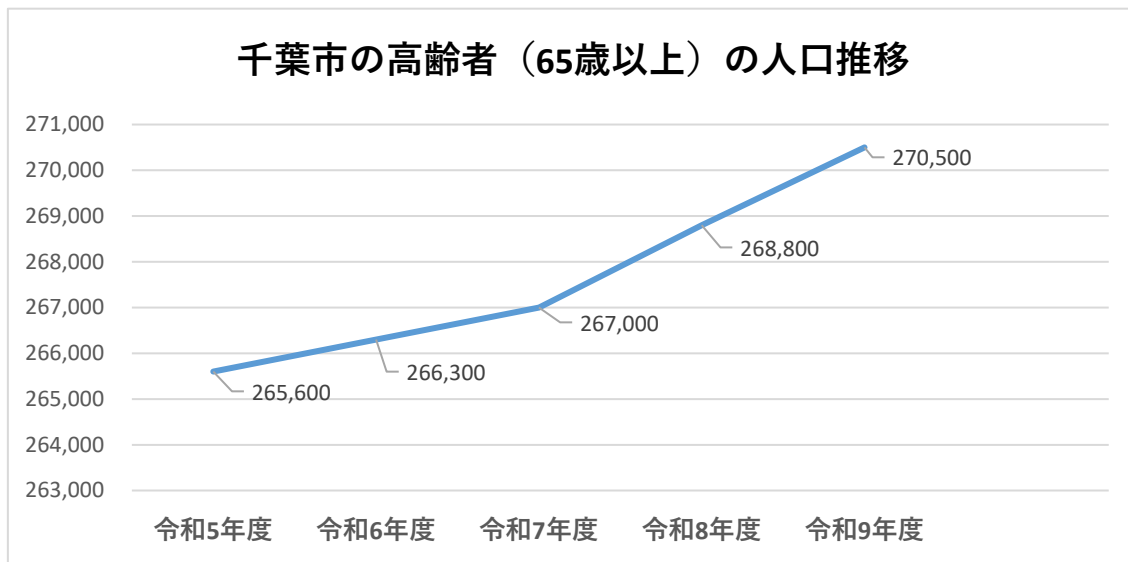
#### **4 計画の期間**

計画の実施期間については、令和5年度から令和9年度までの5年間です。

## 第2章 消費者を取り巻く現状

### 1 高齢化の進行

千葉市においては、人口減少だけではなく、平均寿命の延伸に伴い、高齢者の人口は増加傾向にあります。高齢者の人口増加に伴い、判断力等が不十分となった方も増加することで、電話勧誘販売や架空請求詐欺、還付金詐欺等の高齢者を狙った悪質商法等の消費者被害の増加が懸念されます。

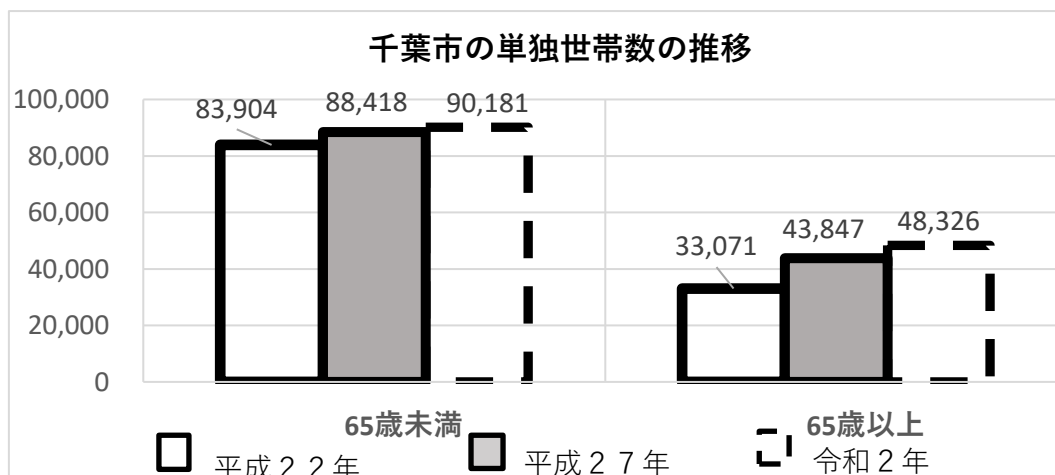


※出典/「将来人口統計」（千葉市総合政策局）

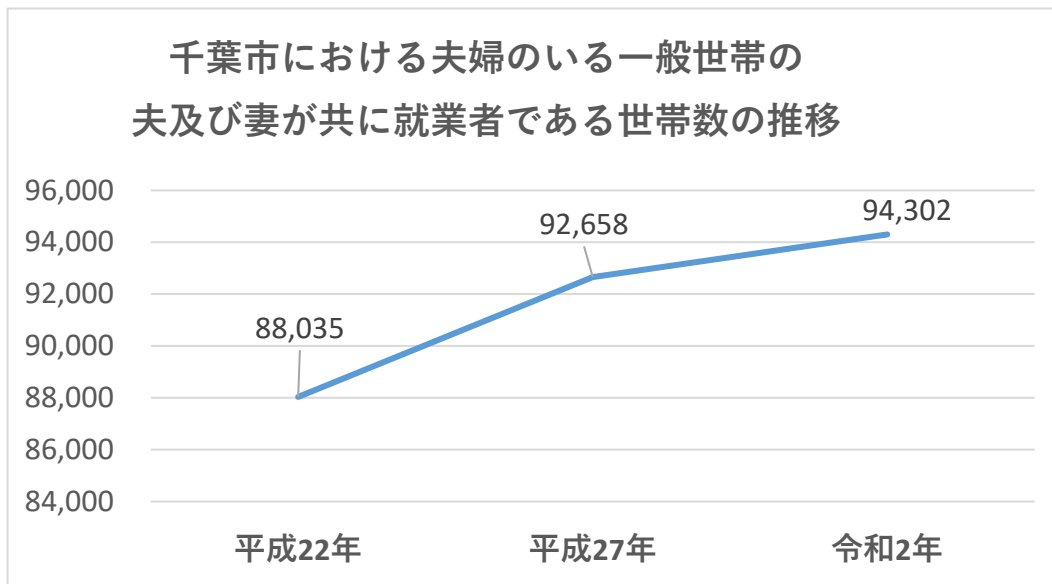
### 2 世帯の単身化・地域コミュニティの衰退等

高齢化等による単身世帯の増加や共働き世帯の増加により、昼間に生活エリアに勤労者世代がいない状況が増加することで、地域コミュニティの衰退等につながる可能性があります。

孤立化した単身の高齢者等は、家族や近隣に相談できる人もいないため、消費者被害が生じて一人でも抱え込んでしまい、被害の更なる増加や深刻化が懸念されます。



※出典/国勢調査（調査年：平成22年・平成27年・令和2年）

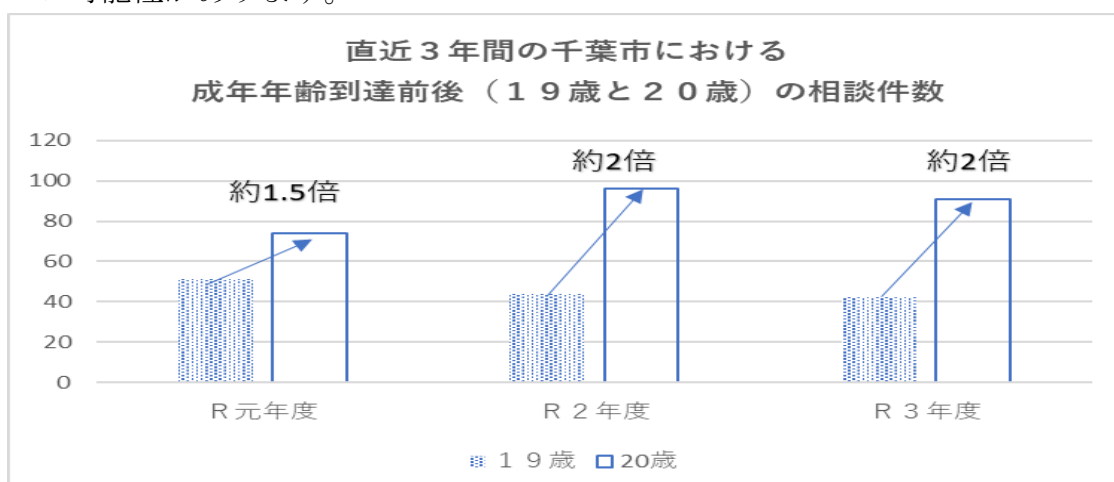


※出典/国勢調査（調査年：平成22年・平成27年・令和2年）

### 3 成年年齢の引き下げ

未成年者は、取引の知識や経験が不足しており、判断力も未熟であることから、<sup>1</sup>未成年者取消権で保護されています。しかし、成年に達すると同時に未成年者取消権は行使できなくなります。民法改正により、令和4年4月1日から成年年齢が20歳から18歳に引き下げられ、法律による保護がなくなる18歳・19歳が消費者被害に遭うおそれがあります。20歳以下の若者からの相談では、オンラインゲームの課金や賃貸アパートの契約・解約及び敷金・原状回復等に関する相談が多く寄せられています。若年層を中心に<sup>2</sup>SNSの利用が近年増加していることから、SNSをきっかけにした消費者被害が、更に増加することが考えられます。

また、SNSを利用する若年層は、普段の連絡手段として電話を使用しない傾向にあるため、電話や面談を基本とする消費生活相談をあまり利用しない可能性があります。



<sup>1</sup> 法定代理人（親権者または未成年後見人）の同意がなく未成年者が契約した場合に、一定の場合を除いて取り消すことができる権利のことを指す。

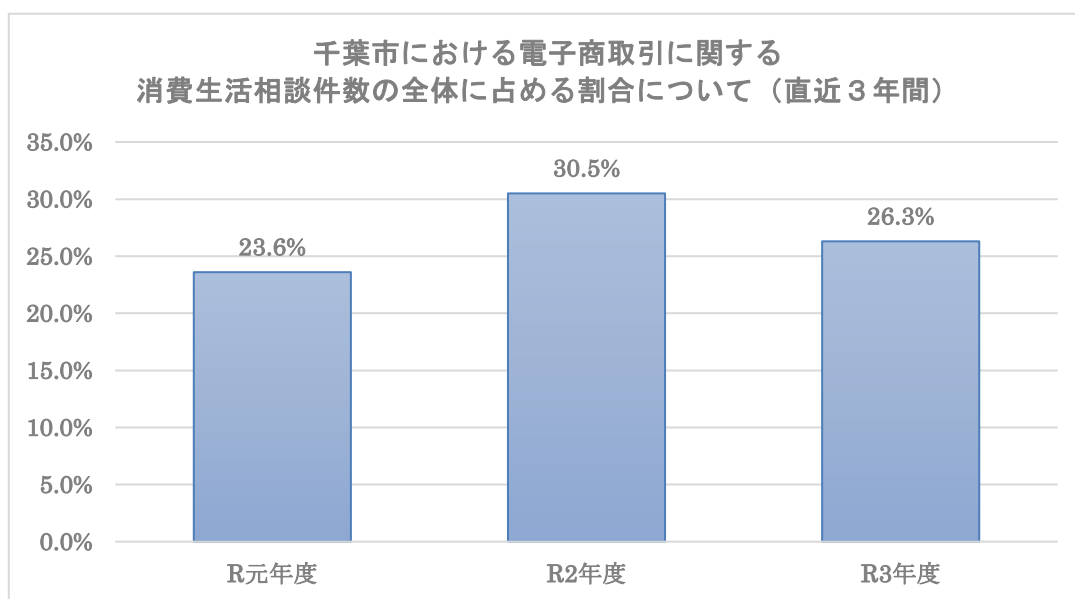
<sup>2</sup> ソーシャルネットワーキングサービス（Social Networking Service）の略で、登録された利用者同士が交流できるWebサイトの会員制サービスのことを指す。



#### 4 デジタル化の進展・<sup>3</sup>電子商取引の拡大

近年、<sup>4</sup>ICTの高度化により、スマートフォンやタブレット型端末が大きく普及しており、誰もが、どこでも、いつでも、手軽に、デジタル空間にアクセスし、商品やサービスを購入できるようになってきています。それに伴い、国内における<sup>5</sup>BtoC及び<sup>6</sup>CtoC間の電子商取引が拡大しています。

新型コロナウイルス感染症拡大防止対策の外出自粛の影響等に伴い、令和2年度における電子商取引の拡大は急速に進み、千葉市における電子商取引に関する消費生活相談件数の全体に占める割合は令和元年度に比べて増加しました。外出自粛要請の緩和が徐々に進み、電子商取引の急速な拡大が少し落ち着いた令和3年度では、令和2年度に比べてその割合は低下したものの、新型コロナウイルス感染症拡大が始まる前の令和元年度と比べると増加しており、今後も電子商取引は拡大し、電子商取引に関する相談件数の割合も増加していくことが予想されます。



<sup>3</sup> インターネットを介して行う売買や決済などの商取引のことを指す。

<sup>4</sup> 情報通信技術の略。

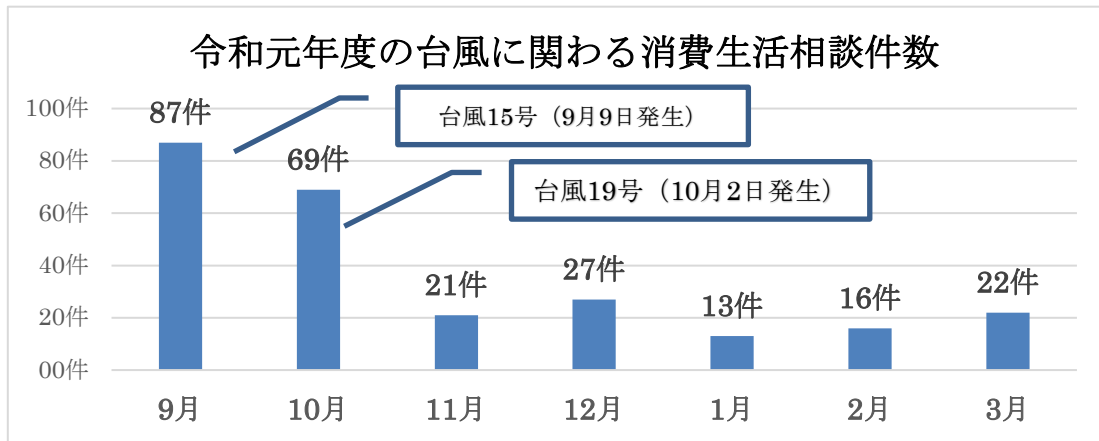
<sup>5</sup> 事業者・消費者間の取引のことを指す。

<sup>6</sup> 消費者間同士の取引のことを指す。

## 5 自然災害

令和元年東日本台風（台風第19号）や集中豪雨など、近年、自然災害が多発しています。自然災害に伴い、住宅の補修等の生活基盤の再建に乗じた悪質商法や義援金詐欺等の消費者被害が多発するおそれがあります。

また、今まで消費者被害に注意してきた消費者であっても、自然災害に伴う家屋の破損等により急な修繕が発生すると、普段にはない対応で、また生活基盤再建を急ぐ焦りなどから、悪質商法等の消費者被害に遭ってしまうおそれがあります。



## **第3章 取組みの方向性**

第2章の消費者を取り巻く状況に対し、取組みの方向性を3つ定めることとします。

### **1 消費生活の安全・安心の確保**

消費者が購入する商品やサービスには、生命・身体などに影響を及ぼすものや財産価値の高いものなどがある中、取引環境が多様化しているため、消費生活の安全・安心を確保することは、消費者が日常生活を送る上で、最も重要なことです。商品やサービスの安全性が確保されない場合、消費行動が滞る原因となり、それは経済にも悪影響を与えてしまうこととなります。

また、消費者が安全、安心に商品やサービスを購入するためには、それらの内容や量目等が正しく表示されることも重要となります。

### **2 消費者被害の未然防止及び救済**

近年のICTの高度化による電子商取引の拡大等に伴い、消費者の商品やサービスの選択肢が広がりかつ決済方法も多様化したことは、消費者にとっては利益の増進につながっています。

しかしその反面で、消費者トラブルの多様化・増加が懸念されます。これらの消費者トラブルは、BtoC間の取引のみならず、電子商取引の拡大によりCtoC間の取引においても同様に発生しており、今後増加していくことが懸念されます。

そのため、引き続き、被害の未然防止のための教育・啓発及び被害救済のための相談体制の強化、相談員の能力向上を図る必要があります。

### **3 ライフステージに対応した消費者教育の推進**

成年年齢の引き下げに伴う若年層の消費者トラブルや高齢者等を狙った訪問販売による消費者トラブルなど、消費者のライフスタイルやニーズに合わせた消費者被害防止のための教育を推進していく必要があります。

また、経済社会や環境に影響を与えるエンカル消費（人と社会、環境に配慮した消費行動）の実践として地元の製品の購入をしたり、地元で買い物をしたりするなどの消費行動は、SDGs（持続可能な開発目標）の達成への寄与につながるため、よりよい社会の発展に積極的に関わることのできる自立した消費者の育成を推進していくことも必要となります。これらの取り組みは、市内における消費を喚起し、地域経済循環を促進することにもつながるため重要です。

## 第4章 計画の基本理念・体系

第3章の取組みの方向性に対し、基本理念を基礎に消費者施策を体系的に展開し、取り組むこととします。

### 1 基本理念とは

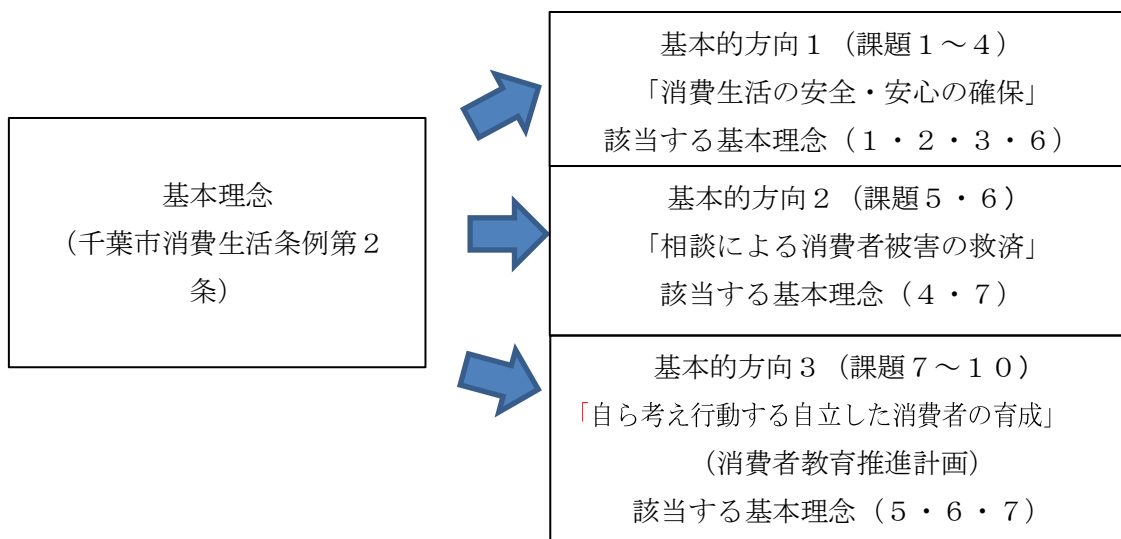
千葉県消費生活条例第2条に基づく7つの消費者の権利の確立が図られるとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援します。

- (1) 消費生活において生命、身体及び財産を侵されない権利
- (2) 商品及びサービスについて適正な表示等が行われることにより、適切な選択ができる権利
- (3) 適正な取引環境の下で取引を行う権利
- (4) 消費生活において不当に受けた被害から適切かつ迅速に救済される権利
- (5) 消費生活を自立して営む上で必要な知識について学習し、及び教育を受ける機会が提供される権利
- (6) 消費生活を営む上で、必要な情報を適切かつ迅速に知ることができる権利
- (7) 自らの意見が消費者施策に十分に反映される権利

### 2 計画の体系

基本理念を基礎として、具体的な消費者施策として3つの基本的方向を定めるとともに、3つの基本的方向に10の課題を定め、それぞれに掲げた個別施策を体系的に推進します。

なお、基本的方向3「自ら考え行動する自立した消費者の育成」（消費者教育推進計画）については施策数が多いことから、課題7・8についてはそれぞれの下に分類を定めることとします。



## **第5章 消費者行政の基本的方向（3つ）・重点課題**

### **1 基本的方向**

#### **◆基本的方向1「消費生活の安全・安心の確保」**

消費者は、生活の中で様々な商品やサービスを利用しています。そのうち、購入する機会の多いものや、生命・身体への影響が大きいもの、財産価値の高いものなどについては、特に安全性の確保が重要です。安全性が確保されない場合、消費者が安心して消費することができないため、消費行動が滞り、経済にも悪影響を与えます。

また、商品やサービスに関する内容や量目等の情報が、正しく表示されていることは、適正な取引環境を確保するための基礎となります。

- (1) 課題1「商品・サービスの安全性の確保」
- (2) 課題2「関係機関との連携」
- (3) 課題3「適正な表示の推進」
- (4) 課題4「適正な計量の推進」

#### **◆基本的方向2「相談による消費者被害の救済」**

消費者トラブル等に巻き込まれた消費者にとって、消費生活相談はこころのよりどころになります。消費生活相談は内容も様々であり、日々変化しているため、相談員には高い能力が求められます。

- (1) 課題5「相談体制の強化」【重点課題】
- (2) 課題6「関係機関との連携」

#### **◆基本的方向3「自ら考え行動する自立した消費者の育成」（消費者教育推進計画）**

平成24年12月に消費者教育推進法が施行され、市町村には消費者教育推進計画策定の努力義務が課せられました。消費者は消費者教育を受けることで成長し、消費者被害を防止できるようになるほか、社会や環境に対し積極的に行動することも期待できます。

- (1) 課題7「消費者被害防止のための教育」【重点課題】
  - ア 分類1「消費者被害防止に係る教育・啓発活動の促進」
  - イ 分類2「消費者被害防止のための見守り体制の強化」
- (2) 課題8「自立した消費者になるための教育」【重点課題】
  - ア 分類1「食に関する教育の推進」
  - イ 分類2「持続可能な開発のための教育の推進」
  - ウ 分類3「ライフステージや様々な状況に応じた消費者教育の推進」
- (3) 課題9「事業者及び事業所の教育」
- (4) 課題10「担い手の育成・支援」【重点課題】

## 2 重点課題

基本的方向や課題ごとに掲げた個別施策は、どれも千葉市に関わる全ての消費者が安全で安心できる暮らしを実現する上で、必要なものです。

その中でも、成年年齢の引き下げや近年のデジタル化の進展・電子商取引の拡大等により、消費者被害が多様化していることから、消費者教育や被害救済のための相談体制等に関する施策は、特に重要です。

このため、計画の実施にあたり、以下の4つの課題を重点課題として設定し、それぞれに掲げた個別施策を効果的に推進していきます。

### (1) 基本的方向2－課題5「相談体制の強化」

消費者と事業者の間には情報の質や量、そして交渉力等に格差があり、また、悪質商法等の手口は日々進化しています。消費生活相談を行うにあたり、相談員の資質向上やSNS等を活用し、より消費者にとって利用しやすい体制の整備、他の窓口との連携などについて配慮することが重要であるため、重点課題として設定します。

### (2) 基本的方向3－課題7「消費者被害防止のための教育」

消費者被害を防止するためには、消費者が事前に学び、被害を回避することが最も効果的であることから、取り組みを強化するため重点課題として設定します。

### (3) 基本的方向3－課題8「自立した消費者になるための教育」

消費者被害防止のための消費者教育のみにとどまらず、地域や社会に配慮した商品を購入するなど、自ら考え行動する自立した消費者の育成を推進していくことが重要であるため、重点課題として設定します。

### (4) 基本的方向3－課題10「担い手の育成・支援」

消費者教育は様々な分野に及ぶことから、行政以外にも事業者、消費者団体、NPO、地域団体等、様々な団体が関係しています。消費者教育を推進するためには、これらの団体の育成や、支援が必要不可欠であるため重点課題として設定します。

## 第6章 個別施策及び計画の点検・評価、公表について

### 1 消費者施策の基本的方向に基づく個別施策一覧

#### ◆基本的方向1「消費生活の安全・安心の確保」（基本理念：1・2・3・6）

##### (1) 課題1「商品・サービスの安全性の確保」

商品・サービスの安全性を確保することは、消費者が安心して消費生活を営む上で最も基本的なことであり、必要不可欠なことです。そのため、食品や住まい、生活用品等に係る事故を未然に防ぎ、また被害の拡大を防止するための必要な取り組みを継続していきます。

No	施策内容	所管課	備考
1	食中毒及びその疑いによる健康危機が生じた際は、食品衛生所管課等と迅速に連携を取り、健康被害の拡大防止等の対策を実施します。	保健所食品安全課 生活衛生課 消費生活センター	
2	食の安全性確保のため、食品衛生法に基づき、千葉市食品衛生監視指導計画を策定します。	生活衛生課	
3	食品衛生法に基づき食品営業施設等の監視指導を実施します。	保健所食品安全課	
4	地方卸売市場における食品営業施設等の監視指導、食品検査を実施します。	保健所食品安全課	
5	食鳥検査、食鳥処理場の監視指導を実施します。	保健所食品安全課	
6	木造住宅及び分譲マンションの耐震診断及び耐震改修に要する費用の一部を助成します。	建築指導課	
7	既存住宅の瓦屋根の耐風診断及び耐風改修に係る費用の一部を助成します。	建築指導課	新規
8	すまいのコンシェルジュ（千葉市住宅関連情報提供コーナー）において、住まいに関する情報提供などの相談業務を行います。	住宅政策課	
9	消費生活用製品安全法及び電気用品安全法に基づく立入検査の実施により、商品等の安全性に係る表示の確保を図ります。	消費生活センター	
10	市内に流通する家庭用品について、有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律に基づく監視指導を実施します。	保健所環境衛生課	
11	市民が家庭用品を安全に正しく使用できるよう、啓発を行います。	保健所環境衛生課	

No	施策内容	所管課	備考
12	災害時等、生活関連商品の円滑な流通を不当に妨げ、著しく不適正な価格で供給する事業者に対し、円滑な供給その他必要な措置を講ずるよう依頼します。	消費生活センター	
13	生活関連商品等の価格等について、必要に応じて調査を行い、市民に対し情報提供します。	消費生活センター	
14	事業者に対し条例に規定する不適正な取引行為を行わないよう、指導の強化を図ります。	消費生活センター	

## (2) 課題2 「関係機関との連携」

商品やサービスの安全性の確保にあたっては、関係機関との連携等を通じて、情報収集を行うことも重要です。

また、問題があると思われる商品・サービスについては、専門の機関での検査が必要となる場合があります。

No	施策内容	所管課	備考
15	消費者庁、国民生活センター、千葉県ほか近隣都県市等との間で消費生活の安全・安心の確保に関する情報交換を行います。	消費生活センター	
16	商品やクリーニングなどのサービスの安全・安心確保のため、関係機関等に対し必要な検査を依頼します。	消費生活センター	

## (3) 課題3 「適正な表示の推進」

事業者が適正な表示を行うよう、法や条例に基づき家庭用品や食品の検査等を実施します。

No	施策内容	所管課	備考
17	家庭用品品質表示法に基づく立入検査の実施により、適正な品質表示の確保を図ります。	消費生活センター	
18	消費者が商品の内容等を理解し、正しく選択できるよう、条例に規定する基準の遵守状況に関する調査を実施します。	消費生活センター	
19	食品衛生法及びその他関係に基づき、食品の名称、製造所所在地、製造者氏名、消費又は賞味期限、添加物等の表示の監視・指導を実施します。	保健所食品安全課	

## (4) 課題4 「適正な計量の推進」

商品の購入を決めるにあたり、量目は尺度の一つとなります。量目の正確性を確保するために、事業所等に立ち入り、調査を行います。

No	施策内容	所管課	備考
20	計量法に基づき、事業所で使用するはかりの定期検査を行います。	消費生活センター	



No	施策内容	所管課	備考
21	計量法に基づき、計量販売している商店・スーパー等へ立ち入り、商品の量目についての検査を行い、合わせて制度の意義の説明及び技術的な助言を行います。	消費生活センター	

## ◆基本的方向 2 「相談による消費者被害の救済」（基本理念：4・7）

### （1）課題 5 「相談体制の強化」【重点課題】

消費者被害を迅速に救済する役割を十分に果たすため、消費生活相談員の専門的知識の向上を図るとともに、SNS 等を活用し、消費者が相談しやすい体制を整備する必要があります。

No	施策内容	所管課	備考
22	消費生活センターへの来所が困難な相談者に対応するため、FAX及びインターネットによる相談を実施します。	消費生活センター	
23	研修や情報の共有等を通じて消費生活相談員の資質の向上を図り、適切な相談対応を行います。また働きやすい環境づくりに取り組み、消費生活相談員の裾野の拡大と優秀な人材確保を図ります。	消費生活センター	
24	SNS を活用した消費生活相談を実施し、消費者にとって利用しやすい環境を整え、消費生活相談体制の強化を目指します。	消費生活センター	新規
25	消費生活センターに寄せられた苦情相談の内容を分析し、消費者被害の未然防止・拡大防止などに関する施策へ反映させます。	消費生活センター	
26	弁護士会等との連携による多重債務問題等に関する特別相談を実施します。また、協定に基づき、弁護士会に所属する弁護士から、相談業務に係る指導・助言等を受け、より専門性の高い相談業務を実施します。	消費生活センター	
27	外国人や聴覚障害者等の消費生活相談において三者間通話等の活用を図ります。	消費生活センター	
28	消費生活相談窓口を周知し、相談者が自発的に消費生活相談を利用できる環境を整備します。	消費生活センター	

### （2）課題 6 「関係機関との連携」

庁内には多くの窓口があり、その中には相談業務を実施している課(所)もあります。庁内各課(所)が連携することで、消費生活相談窓口の利便性を高めることができます。

No	施策内容	所管課	備考
29	庁内関係課と連携し、消費生活相談窓口の利用促進を図ります。	消費生活センター	

No	施策内容	所管課	備考
30	千葉県多重債務者支援庁内連絡会議における多重債務者支援策を推進します。	消費生活センター	
31	庁外関係機関等と連携し、悪質な事業者に関する情報等を共有します。	消費生活センター	
32	男女共同参画センターにおいて、電話や面接により、各種相談を行い、相談内容により、消費生活センターほか各種機関と連携します。	男女共同参画課	

◆基本的方向3「自ら考え行動する自立した消費者の育成」（消費者教育推進計画）（基本理念：5・6・7）

（1）課題7「消費者被害防止のための教育」【重点課題】

消費者被害を防止するためには、消費者が事前に学び、被害を回避することが最も効果的です。消費者被害に関する教育としては、情報提供や、講座・講演会の開催、地域の見守り活動を行う団体との連携等が考えられます。

ア 分類1「消費者被害防止に係る教育・啓発活動の促進」

No	施策内容	所管課	備考
33	消費生活センターと連携し、公民館等において、消費者被害の防止に関する講座を開催します。	生涯学習振興課	
34	消費者被害の防止や消費生活に関するものなど、市民の要望に応じたくらしの巡回講座を開催します。 主な関係先：地域団体 対象年齢期：小学生期、成人期	消費生活センター	
35	地域での消費者被害防止のための活動を推進するため、警察や会場の貸出施設と連携して、消費者被害の防止のための講演会等を開催します。 主な関係先：警察、市内会場 対象年齢期：成人期	消費生活センター	
36	成年後見制度の利用を円滑に行えるよう、周知・啓発を行います。 主な関係先：千葉県成年後見支援センター 対象年齢期：高校生期～成人期	地域包括ケア推進課	
		消費生活センター	
37	高齢者等に対し悪質商法等の被害防止に関する周知・啓発を目的とした関東甲信越ブロック共同キャンペーンを実施します。 主な関係先：－ 対象年齢期：成人期（特に高齢者や障害者）	消費生活センター	

No	施策内容	所管課	備考
38	若者に対し悪質商法等の被害防止に関する周知・啓発を目的とした関東甲信越ブロック共同キャンペーンを実施します。 主な関係先：－ 対象年齢期：成人期（特に若者）	消費生活センター	

## イ 分類2「消費者被害防止のための見守り体制の強化」

No	施策内容	所管課	備考
39	地域や職域における認知症の方の見守り体制の構築のため、認知症サポーター養成講座を開催します。 主な関係先：学校、町内自治会、事業者 対象年齢期：小学生期～成人期	地域包括ケア推進課	
40	防犯意識の高揚を図るため、「防犯への協力に関する覚書」を締結します。また、市及び覚書締結事業者を構成員とする地域防犯連絡会議を開催し、情報を共有するとともに、協同して啓発活動を実施します。 主な関係先：事業者 対象年齢期：全世代	地域安全課	
41	行政、関係団体などによる千葉市高齢者等悪質商法被害防止ネットワーク会議を通じて連携の強化を図り、情報提供を行います。 主な関係先：委員、庁内関係課、社会福祉協議会 対象年齢期：高校生期、成人期	消費生活センター	
42	消費者や関係者に対し様々な媒体を活用して、消費者被害に関する情報提供を行います。 主な関係先：－ 対象年齢期：高校生期、成人期	消費生活センター	
43	地域における防犯体制を強化するため、講座や防犯パトロールを行う団体の支援、防犯アドバイザーの派遣を行います。 主な関係先：市民団体等、防犯パトロール隊 対象年齢期：高校生期、成人期	地域安全課	
44	電話勧誘等による消費者被害を未然に防止するために、迷惑電話防止機能付き電話機等を購入・設置する高齢者に助成をします。	消費生活センター	新規

## (2) 課題8「自立した消費者になるための教育」【重点課題】

消費者教育は食育、情報とメディアに関する教育、環境教育、国際理解教育等、様々な分野に及びます。消費者が充実した消費生活を送るために

も、消費者被害防止のための消費者教育を行うだけではなく、社会や環境に対して積極的に行動する自立した消費者を育成するための教育を推進していくことが重要です。

#### ア 分類1「食に関する教育の推進」

No	施策内容	所管課	備考
45	食品表示、健康や栄養に関する表示等についての知識の普及を図るため、情報紙やホームページにより情報提供を行うなど、各種啓発を行います。 主な関係先：－ 対象年齢期：全世代	消費生活センター	新規
46	食品ロス削減を啓発するため、事業者と協働で食べきりキャンペーンを実施するとともに、小・中学校と連携し、給食だよりや校内放送を活用した普及啓発を図ります。	廃棄物対策課	
47	関係機関と連携し、食に関する知識と食を選択する力を習得し、健全な食生活を実践できる人を育てる食育を推進します。	健康推進課	
48	パンフレットやホームページ等各種媒体を利用し、食育に関する様々な情報提供を行います。	健康推進課	
49	食を通じた健康づくりのボランティア活動を行う食生活改善推進員（ヘルスマイト）の養成・育成を行います。	健康推進課	
50	市内の飲食店等で、栄養成分表示を実施するなど、健康に関する情報を提供する事業者を「千葉市健康づくり応援店」として登録します。応援店証を掲示することにより、市民に周知し、市民自らの健康づくりを推進します。	健康推進課	
51	様々な年齢層を対象に食育に関する講座を開催します。	健康推進課	
52	地産地消に関する市民の理解を深めるため、啓発を行います。 主な関係先：－ 対象年齢期：全世代	農政課	
53	児童の「食」と『農』に対する関心と理解を深めるため、小学校で生産者による出張授業を実施します。 主な関係先：生産者、小学校 対象年齢期：小学生	農政課	
54	パンフレット、ホームページ等により、迅速かつわかりやすく食の安全確保に関する情報を提供します。 主な関係先：－ 対象年齢期：高校生期、成人期	生活衛生課	

No	施策内容	所管課	備考
55	食の安全に対する知識の普及を図るため、食の安全に関する講演会等を開催します。 主な関係先：消費者、食品等関係事業者 対象年齢期：高校生期、成人期	生活衛生課	
56	毎日の保育の中で、乳幼児が発達・発育に応じて食について学べるよう、各保育所・認定こども園において食育計画を策定し、取り組みを実施します。 主な関係先：保育所、認定こども園 対象年齢期：乳幼児期	幼保運営課	
57	食育だより等を通じ、乳幼児の保護者に対し健全な食生活に役立つ情報提供を行います。 主な関係先：保育所、認定こども園 対象年齢期：乳幼児期	幼保運営課	
58	食育だより等を通じ、小・中学生の保護者に対し健全な食生活に役立つ情報提供を行います。 主な関係先：学校 対象年齢期：小学生期、中学生期	保健体育課	
59	各小、中、特別支援学校において食に関する指導の全体計画を策定し、食に関する教育を推進します。 主な関係先：農業協同組合、卸売業者、農政課、学校 対象年齢期：小学生期、中学生期	保健体育課	

## イ 分類2「持続可能な開発のための教育の推進」

No	施策内容	所管課	備考
60	地元の産品を購入する（地産地消）、市内の店舗で購入する（地域活性化）など、持続可能な社会を目指して行動できる消費者の育成を図るため、人や社会、環境に配慮した消費行動に関する講座を開催するなど、各種啓発を行います。 主な関係先：－ 対象年齢期：全世代	消費生活センター	新規
61	エコライフカレンダーを作成・配布し、各月の記載事項により市民の環境保全に対する理解を深め、市民の具体的な行動につなげます。	環境総務課	
62	児童・生徒用に環境教育教材を作成し環境教育を推進します。	環境総務課	
63	環境学習重点実施校を指定し、環境保全活動を推進します。	環境総務課	

No	施策内容	所管課	備考
64	環境保全に向けた意識の高揚を図るため公民館で環境教育講座を実施します。	環境総務課	
65	大草谷津田いきものの里にて、環境学習活動として自然観察会を実施します。	環境保全課	
66	多様な生態系を有する谷津田や水辺において、啓発するとともに市民参加型の生き物調査を行います。	環境保全課	新規
67	市内小学生に対して、水環境の保全に関する出張事業を行います。	環境保全課	
68	ごみの減量やリサイクルに関する市民の意識高揚を図るため、ごみ減量広報紙を発行し、啓発を行います。	廃棄物対策課	
69	未就学児や小学生を対象に、ごみの分別や3Rについて体験学習する「へらそうくんルーム」や「ごみ分別スクール」を実施します。	廃棄物対策課	
70	高校生以上の学生を対象に、食品ロスやプラスチックごみ問題について学習し、ごみ減量の意識の醸成を図ります。	廃棄物対策課	新規
71	公共施設にボックスを設置し、回収した使用済小型家電や製品プラスチックを再資源化事業者へ引き渡し、有用な金属等やプラスチックのリサイクルを図ります。	廃棄物対策課	
72	廃食油を回収する地域団体等を募集し、事業者が収集・精製してバイオディーゼル燃料にリサイクルする取り組みを推進します。	廃棄物対策課	
73	生ごみの減量及び再資源化のため、研修を受講する等所定の要件を満たした者を生ごみ資源化アドバイザーとして登録します。	廃棄物対策課	
74	町内自治会・市民活動団体や事業者等が行う、生ごみの減量や再資源化推進を目的とした学習会・研修会などの活動に、生ごみ資源化アドバイザーを派遣し、適切な助言・技術指導等を行います。	廃棄物対策課	
75	自発的なごみ減量・再資源化活動を推進するため、生ごみ減量処理機等の購入費の助成を行います。	廃棄物対策課	
76	児童、生徒向け環境教育教材を作成するとともにこれを活用し、環境教育を推進します。 主な関係先：学校 対象年齢期：小学生期・中学生期	教育指導課	

No	施策内容	所管課	備考
77	環境学習モデル校を指定し、環境保全活動を推進します。 主な関係先：学校 対象年齢期：小学生期、中学生期	教育指導課	
78	友好親善や相互理解を深め、国際理解を推進するため、姉妹都市との青少年交流を実施します。 主な関係先：（公財）千葉市国際交流協会 対象年齢期：中学生期～成人期（特に若者）	国際交流課	
79	英語を母語とする外国人講師を市立小・中・高等学校に配置し、語学指導を充実させ、異文化理解を推進し、コミュニケーションを図る態度や能力を育成します。 主な関係先：学校 対象年齢期：小学生期、中学生期、高校生期	教育指導課	
80	小・中学校における、海外の姉妹校・交流校などとの継続的な国際交流活動により、児童生徒が国際的視野の中で物事を考え判断する態度を育成します。 主な関係先：学校 対象年齢期：小学生期、中学生期	教育指導課	
81	帰国児童生徒及び外国人児童生徒の特性を伸長させるための指導や適応指導を実施することで、帰国児童生徒等の学級への溶け込みを図り、児童生徒の身近な生活の場から国際理解を促進します。 主な関係先：学校 対象年齢期：小学生期、中学生期	教育指導課	
82	海外姉妹校・交流校などとの継続的な国際交流活動により、生徒が国際的視野の中で物事を考え判断する態度を育成します。 主な関係先：－ 対象年齢期：中学生期、高校生期	稲毛高等学校・ 附属中学校	

### ウ 分類3 「ライフステージや様々な状況に応じた消費者教育の推進」

No	施策内容	所管課	備考
83	消費者被害の防止や消費生活情報の普及啓発のため、庁内関係課やちばし消費者応援団等と連携し、各種イベントに参加して、消費生活センターの普及啓発を行います。 主な関係先：庁内関係課、ちばし消費者応援団、消費者関係団体等 対象年齢期：全世代	消費生活センター	

No	施策内容	所管課	備考
84	資料や情報を整理・収集し、消費生活情報の提供を充実します。 主な関係先：－ 対象年齢期：全世代	消費生活センター	
85	消費者被害の防止や自立した消費者の育成のために、様々な方法を用いて啓発事業を実施します。 主な関係先： 対象年齢期：全世代	消費生活センター	新規
86	若者に対する消費者教育の推進のため、教育現場への消費生活相談員の派遣、職場体験学習の実施等やその他啓発を行います。 主な関係先：学校、高校、大学 対象年齢期：小学校期、中学校期、高校生期、成人期（特に若者）	消費生活センター	
87	小・中学生を対象として年齢に応じた消費者教育を実施します。 主な関係先：－ 対象年齢期：小学校期、中学生期	消費生活センター	
88	障害のある方等に対し、消費者教育を受ける機会を提供します。 主な関係先：－ 対象年齢期：成人期	消費生活センター	新規
89	学ぶ機会の少ない児童・生徒に向けて、消費者教育を受ける機会を提供します。 主な関係先：－ 対象年齢期：小学生期～中学生期	消費生活センター	新規
90	デジタル社会へ対応できる消費者の育成を図ります。 主な関係先：－ 対象年齢期：全世代	消費生活センター	新規
91	様々な講座・講演会等でアンケートを実施し、消費者の要望に応じた講座等を実施します。 主な関係先：－ 対象年齢期：全世代	消費生活センター	
92	千葉県弁護士会と共催で市民法律講座を開催します。 主な関係先：千葉県弁護士会	広報広聴課	



No	施策内容	所管課	備考
93	実行委員会事務局として、事業者やボランティアと連携し、こどもが仕事や買い物、市長選挙などを疑似体験することにより社会へ参加することなどを学ぶ「こどものまち CBT (ChiBaTown)」を開催します。	こども企画課	
94	地震による住宅の倒壊等の被害から市民を守るため、耐震診断・耐震改修の重要性や助成制度を学ぶ「耐震診断・改修助成制度説明会」及び「市政出前講座」を開催します。	建築指導課	
95	マンションの適正管理の必要性等を啓発するため、マンションの管理組合役員や区分所有者などを対象として、セミナーを開催します。	住宅政策課	
96	消費者教育の推進のため、教員や学校に対し、情報提供や研修を行います。 主な関係先：学校 対象年齢期：小学生期～成人期（特に若者）	教育センター	
97	公民館において様々な年齢層が参加することができるよう、消費生活に関連する講座を開催します。	生涯学習振興課	
98	市職員に対し、退職後のライフプランに関する講座を開催します。 主な関係先：－ 対象年齢期：成人期	給与課	
99	「暮らしの情報いずみ」を発行し、情報提供を推進します。 主な関係先：ちばし消費者応援団、町内自治会、医療機関等 対象年齢期：高校生期、成人期	消費生活センター	
100	債務整理のための方法等に関する情報を提供します。 主な関係先：－ 対象年齢期：成人期	消費生活センター	
101	特殊詐欺被害防止のため、ちばし安全・安心メールで注意喚起を行います。 主な関係先：警察 対象年齢期：高校生期、成人期	地域安全課	
102	ちばし安全・安心メールで配信した犯罪発生状況と防犯対策情報をホームページに掲載し、情報提供を行います。 主な関係先：警察 対象年齢期：高校生期、成人期	地域安全課	

No	施策内容	所管課	備考
103	<p>千葉市小中学校版情報モラル教育カリキュラム及び情報モラルコンテンツの活用を支援する等、情報リテラシーの定着に向けた取り組みを進めます。</p> <p>主な関係先：学校 対象年齢期：小学生期、中学生期</p>	教育センター	
104	<p>インターネットにおける消費者トラブルに関する教育や情報通信技術を活用した授業の推進及び情報活用能力の育成のため、小・中・中等教育・特別支援学校の関係する教員に対し研修を行います。</p> <p>主な関係先：学校 対象年齢期：成人期</p>	教育センター	

### (3) 課題9「事業者及び事業所の教育」

事業者は、消費者にとって最も関係性の深い団体です。事業者に対する消費者教育は、消費者志向的経営など、消費者に寄り添った事業活動を促進させます。

また、消費者教育の担い手としての、従業員への研修や、地域に対する活動等にもつながっていきます。

No	施策内容	所管課	備考
105	<p>事業者・事業者団体と連携し、社員等に対し消費者トラブル防止のための講座を実施します。</p> <p>主な関係先：事業者、事業者団体 対象年齢期：成人期</p>	消費生活センター	
106	<p>消費者トラブル防止のため、事業者に対し、消費生活に関連のある法令や条例の周知啓発及び消費者志向的経営に関する意見交換を行います。</p> <p>主な関係先：－ 対象年齢期：成人期</p>	消費生活センター	
107	<p>千葉市の新規採用職員に対して、職員の消費者被害防止のための教育を実施します</p>	人材育成課 消費生活センター	
108	<p>すべての市民がデジタル化の恩恵を享受できる社会を実現するため、高齢者等のデジタル活用の不安解消に向けて、スマートフォン講座を実施します。</p>	スマートシティ推進課	新規

### (4) 課題10「担い手の育成・支援」【重点課題】

消費者教育は、様々な分野に及ぶことから、行政以外にも事業者、消費者団体、NPO、地域団体等、様々な団体に関係しています。消費者教育を推進するためには、これらの団体の育成や、支援が必要不可欠です。

No	施策内容	所管課	備考
109	消費者教育ワーキンググループ等を通して教育委員会と連携し、学校における消費者教育の推進を図ります。 主な関係先：教育委員会、学校 対象年齢期：小学生期、中学生期、成人期	消費生活センター	
110	市民、事業者、学識経験者等から構成されるちばし温暖化対策フォーラムを運営し、市民や事業者に対する啓発活動を行います。	環境保全課	
111	千葉市民活動支援センターを通じて、ボランティア活動やNPO活動に関する情報提供、活動場所の提供や活動に関する相談などを行います。 主な関係先：ボランティア団体、NPO 団体 対象年齢期：中学生期～成人期	市民自治推進課	
112	ごみ減量のための「ちばルール」の普及、定着に向け、「ちばルール」協定店の取り組みの周知を図ります。	廃棄物対策課	
113	消費者教育に関する活動を行う地域団体や事業者等を「ちばし消費者応援団」として登録し、その活動を支援することで、消費者教育を推進します。 主な関係先：地域団体、事業者 対象年齢期：全世代	消費生活センター	
114	見守り活動従事者向けの講座を実施し、消費者被害の防止を図るとともに、周囲への声掛けや被害に気付ける人材を育てます。 主な関係先：市民、見守り活動従事者事業者 対象年齢期：成人期	消費生活センター	
115	ちばし消費者応援団の活動を支援するため、登録者に対し消費生活センター内の諸室の貸し出し、消費生活に関連した学習や活動を支援します。 主な関係先：地域団体、事業者 対象年齢期：成人期	消費生活センター	
116	大草谷津田いきものの里等で自然保護活動を行っているボランティア団体の普及啓発などの活動を支援するとともに、団体と連携し谷津田の体験教室を実施する等市民のボランティア団体への参加を促進する取り組みを行います。	環境保全課	
117	地域等において食品ロスの削減を担う人材の育成に向け、「食品ロス削減推進サポーター」の周知及び普及を図ります。	廃棄物対策課	

No	施策内容	所管課	備考
118	<p>古紙・布類を回収する集団回収団体の支援を通じて、ごみ減量・再資源化活動を推進し、あわせてごみに対する市民の関心を高め、資源の有効利用に対する意識の向上を図ります。</p> <p>主な関係先：集団回収団体 対象年齢期：全世代</p>	収集業務課	

## 2 計画の点検・評価・公表

### (1) 計画点検・評価

年度ごとに実施予定（個別施策の数値目標など）を定め、年度終了後には実施状況の確認を行い、点検・評価を行います。

### (2) 個別施策等の見直し

点検・評価結果を元に個別施策等の見直しを行い、翌年度の実施予定に反映します。

### (3) 計画の実施状況の公表

計画の点検・評価を千葉市消費生活審議会に報告の上、市民に公表します。