

第 3 次千葉市消費生活基本計画



平成 2 9 年 3 月
千 葉 市

表紙のイラストについて

【左側】 悪質商法ひっかからん蔵

千葉市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。

【右側】 ちばし消費者応援団シンボルマーク

平成26年度に消費者教育推進を目的とした、「ちばし消費者応援団」の事業開始にあたりデザインされました。

シンボルマークは、Chiba city Consumer Cheering Partyの3つの「C」をガッツポーズのように配し、また応援の力強さや熱意を、燃えるような暖色で表しています。

ちばし消費者応援団の団体会員及び個人会員に対し、このシンボルマークを使用したステッカーやキーホルダーを配布しているほか、様々な消費者教育の啓発に使用しています。

千葉市に関わるすべての「消費者」が安全で安心

できる暮らしの実現のために



私たち消費者を取り巻く環境は、日々、目まぐるしく変化しています。

千葉市で実施している消費生活相談の件数は、高齢者を中心に増加傾向にあります。取引環境についても、インターネットを利用した商品やサービスに関する取引が増加し、また、決済手段も多様化しています。

商品やサービスに関する安全性の確保や取引環境の適正化のために、行政は市場を見守り、市場や事業者に対して適切に働きかける必要があります。良質な商品やサービスが数多く、かつ、円滑に流通することは消費者にとって有益であると同時に、消費者が安心して消費行動をとることができれば、持続的な経済成長にもつながっていきます。

また、消費者行政においては、消費者教育の重要性が増しつつあります。

一人ひとりの消費行動の積み重ねは、環境や社会に対して大きな影響を及ぼします。例えば、地産地消や、環境に配慮した商品・障害者福祉施設製品・フェアトレード商品の購入などは、社会や環境に良い影響を与える消費行動です。その他に、消費者が日常生活で何気なく行っていることの中にも、購入した商品を大切に使ったり、ゴミの減量や分別に気を配ったりすることなどが、同様の影響力を持っています。また、町内自治会やNPO法人、事業者等様々な団体の活動が、個々の消費者の意識の向上や、消費者トラブルの防止、環境や社会に役立つ行動の支援につながることもあります。

今回策定した第3次千葉市消費生活基本計画は、第2次千葉市消費生活基本計画と千葉市消費者教育推進計画を一本化したものです。本市におきましては、この計画に基づき、引き続き、千葉市に関わるすべての消費者が安全で安心できる暮らしの実現を目指してまいります。そのために、持続的かつ充実した消費者行政を推進し、市場や事業者への指導、検査など適切な働きかけや消費者教育の実施、消費者教育の担い手となる様々な団体との連携や支援等を通じて、持続可能な社会の実現に貢献していきたいと考えております。

おわりに、本計画の策定にあたり、多大なご尽力をいただきました千葉市消費生活審議会委員をはじめ、WEBアンケートにご回答いただいた皆様や、関係各位に心からお礼を申し上げます。

平成29年3月

千葉市長 熊谷俊人

目次

第1章 第3次千葉市消費生活基本計画とは	1
1 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	1
5 計画の点検・評価、実施状況の公表	2
6 計画の体系①（条例の基本理念と計画の基本的方向）	2
7 計画の体系②（基本的方向・課題・分類）	3
第2章 個別施策	7
基本的方向1 消費生活の安全・安心の確保	7
基本的方向2 適正な取引環境の確保	10
基本的方向3 相談による消費者被害の救済	12
基本的方向4 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
第3章 資料編	34
1 千葉市消費生活審議会	34
2 消費生活に関するWEBアンケート	35
3 消費生活相談概要	39
4 千葉市消費生活条例	43
5 消費生活関連用語集	53
6 消費生活関連年表	62

第1章 第3次千葉市消費生活基本計画とは

1 策定の経緯

本市では、平成2年に千葉市消費者保護条例を施行する以前から消費者施策を推進していたところですが、平成18年7月1日に条例を全部改正し、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。

また、平成24年12月に「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。市町村においては、消費者教育を総合的かつ一体的に推進するために、計画策定が努力義務として定められたことを受け、本市では消費者教育推進法第20条第1項に基づく「消費者教育推進地域協議会」の役割を兼ねている、千葉市消費生活審議会の審議を経て、平成27年度には第2次千葉市消費生活基本計画の下位計画にあたる千葉市消費者教育推進計画（平成27年度～28年度）を策定しました。

第3次千葉市消費生活基本計画は、千葉市消費者教育推進計画策定時に決められた方針に基づき、第2次千葉市消費生活基本計画と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を目的として策定したものです。なお、計画の策定にあたっては、平成28年8月に千葉市消費生活審議会に対し諮問を行い、その後、答申、パブリックコメントの実施を経ていきます。

2 計画策定の目的

千葉市消費生活条例に定める理念に基づき、消費者の権利を確立するとともに、自立を支援し、自ら考え行動する自立した消費者を育成し、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することを目的とします。

3 計画の位置づけ

10年・20年後を見据え、千葉市の未来を豊かなものとするため、市民・団体・企業・大学など、様々な主体と行政がともに取り組む「千葉市新基本計画（平成24年度～33年度）」の施策の方向性の一つである「ひと・モノ・情報がつながる、生活基盤の充実した安全で快適なまちへ」との整合性を考慮した個別計画です。

4 計画の期間

計画の実施期間については平成29年度から平成33年度までの5年間とします。

なお、社会経済情勢の変化や計画の進捗状況などに応じて必要な見直しを行うこととします。

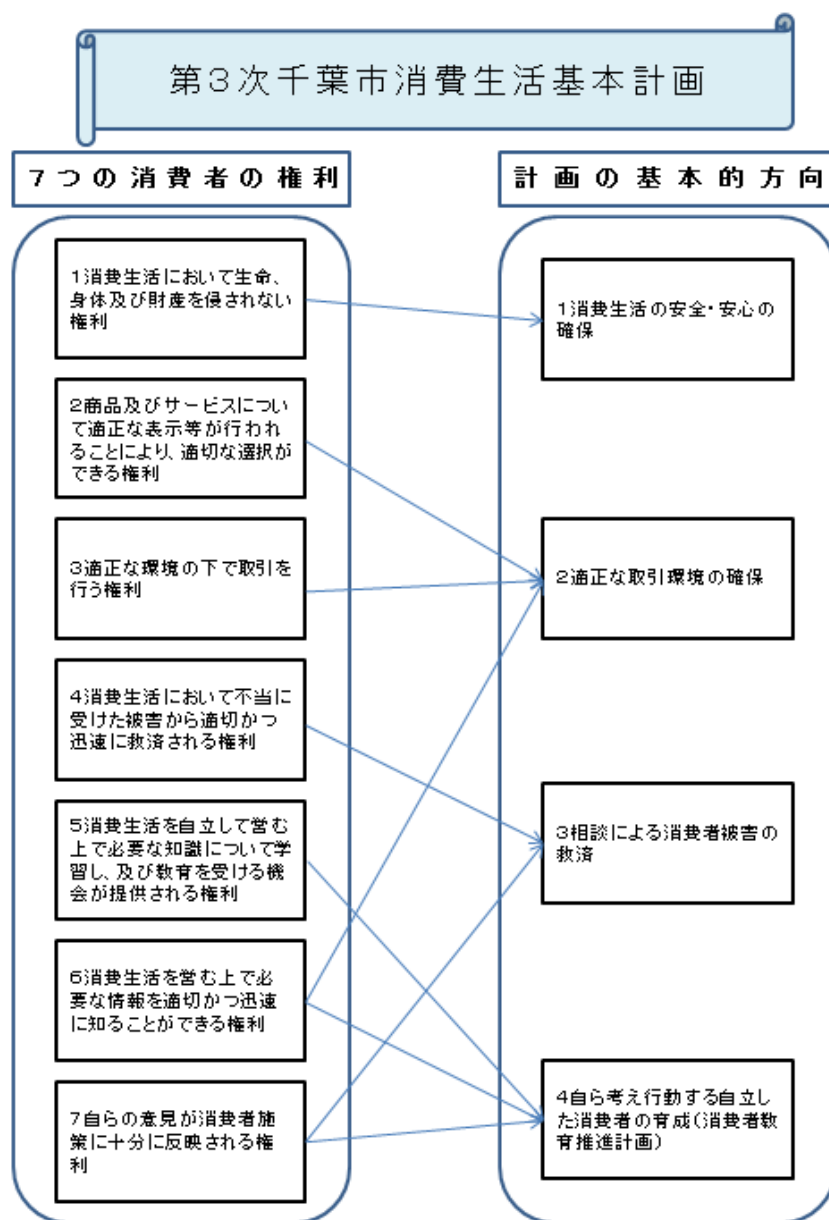
5 計画の点検・評価、実施状況の公表

年度当初に実施予定を定め、年度終了後には実施状況の確認を行います。

施策・事業の進捗状況については、年度ごとに様々な方向から点検・評価を行い、その結果を千葉県消費生活審議会に報告の上、市民に公表します。

6 計画の体系①（条例の基本理念と計画の基本的方向）

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するため、本計画では条例の基本理念に定めた7つの消費者の権利を基礎として、消費者の状況に適切に対応するために4つの計画の基本的方向を定め、個別・具体的な施策を体系的に展開します。



7 計画の体系②（基本的方向・課題・分類）

本計画では4つの基本的方向と14の課題を定め、それぞれに掲げた個別施策を効果的に推進します。なお、基本的方向4の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、課題の下に分類を定めることとします。

基本的方向1 消費生活の安全・安心の確保

【関連する7つの消費者の権利】

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

消費者が安全で安心できる暮らしを実現するためには、消費生活の安定及び向上が必要不可欠です。関係機関と連携しつつ、指導や検査、相談業務等を実施することで、市場で流通している商品・サービスに対する安全性の確保を図ります。

課題1 食品の安全性の確保

課題2 住まいの安全性の確保

課題3 生活用品の安全性の確保

課題4 関係機関との連携

基本的方向2 適正な取引環境の確保

【関連する7つの消費者の権利】

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 適正な環境の下で取引を行う権利

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

適正な取引環境においては、市場に流通する商品を、消費者が正しく選択し、消費します。そのためには商品の内容、品質や製造者の情報等が適切に表示されるとともに、その量目が正確であるよう、事業者に対する検査や指導が必要です。また、商品がいかなる場合も滞りなく流通するよう、事業者に対し必要な措置を行います。

課題1 適正な表示の推進

課題2 適正な計量の推進

課題3 生活関連商品の調査、安定供給

基本的方向3 相談による消費者被害の救済

【関連する7つの消費者の権利】

- 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
- 7 自らの意見が消費者施策に十分に反映される権利

平成27年度に千葉市消費生活センターには6,524件の相談が寄せられました。

消費者と事業者の間には情報の質・量や交渉力等に格差があり、また、悪質商法等の手法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消費者が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します。

課題1 消費者被害の救済

課題2 相談体制の強化

課題3 関係機関との連携

基本的方向4 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）

【関連する7つの消費者の権利】

- 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

消費者と事業者との間に生じる消費者トラブルは深刻な問題ですが、その一方で、消費者の行動が内外の社会経済情勢や地球環境に大きな影響を与えることも見過ごすことはできません。消費者が自ら考え行動する自立した消費者として成長できるよう、市は消費者教育を積極的に提供しつつ、事業者や消費者団体、地域団体等の様々な担い手と連携し、消費者教育の効果を相乗的に高める施策を進めていきます。

課題1 消費者被害防止のための教育

（分類1）消費者被害防止に係る教育の促進

（分類2）消費者被害防止に係る啓発の促進

（分類3）消費者被害防止のための見守り体制の強化

課題2 自立した消費者になるための教育

（分類1）食に関する教育の促進

（分類2）情報とメディアに関する教育の促進

（分類3）環境教育の促進（持続可能な開発のための教育①）

（分類4）国際理解教育の促進（持続可能な開発のための教育②）

（分類5）消費生活の様々な分野における教育の促進

（分類6）消費者教育を促進するための取り組み

課題3 事業者及び事業所への教育

（分類1）事業者への消費生活に係る啓発活動と教育の促進

（分類2）職域における消費者教育の促進

課題4 担い手の育成・支援

（分類1）関係機関との連携

（分類2）地域団体や事業者等の消費者教育活動支援

8 重点課題

本計画に掲載している、基本的方向や課題ごとに分類されている個別施策は、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。

しかし、近年、消費生活相談が千葉市を含め、全国的に増加傾向にあり、また、消費者教育の範囲が広く、幼児期以降の消費者全てを対象としており、消費者教育を進めていくためには、その担い手である地域団体、消費者や事業者等と連携が必要であることから、それらに関連する施策を推進するためには、特に注意が必要です。

このため、計画の実施にあたり、以下の3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。

【重点課題】

- 基本的方向 3__課題 1 消費者被害の救済
- 基本的方向 4__課題 1 消費者被害防止のための教育
- 基本的方向 4__課題 4 担い手の育成・支援

第2章 個別施策

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。その中でも、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ができないだけでなく、消費行動が滞ることで、経済にも悪影響を与えることになります。

課題1 食品の安全性の確保

食は生活に欠かせないものであり、消費者の健康に影響することから、商品・サービスの中でも、消費者は高い関心を持っています。食中毒や異物混入など、食に関する事故を未然に防ぎ、また被害の拡大を防ぐためには、継続的な取り組みが必要です。

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
1	消費生活センター	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。		食品に関する相談情報連絡票の送付件数
	生活衛生課			
	食品安全課			
2	生活衛生課	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。	新規	
3	食品安全課	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。		食品営業施設等の監視件数
4	食品安全課	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。		地方卸売市場における食品衛生施設等の監視件数
5	食品安全課	食鳥検査、食鳥処理場の監視指導を実施します。		食鳥処理場の監視指導実績
6	健康科学課	食品衛生法に基づく食品検査を実施します。		食品検査実績 食中毒・食品苦情検査実績
7	農政課	新鮮で安心な農産物の供給確保のため「千葉市産農産物生産者認証制度」を運用します。		千葉市産農産物生産者認証者数 ※平成29年度目標 200人

課題2 住まいの安全性の確保

1日のうち多くの時間を過ごす住宅は、生活の基礎となるものであり、世界の地震のおよそ2割が日本で発生していることを考えると、その安全性は、一般の商品・サービスよりも必然的に高いものが求められます。また、不動産の賃貸借や売買は、一生の中で機会が限られているにもかかわらず、取引が高額になることも忘れてはなりません。

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
8	環境衛生課	シックハウス対策や衛生害虫の自主的な駆除など、住居衛生に関する相談業務を行います。		
9	住宅政策課	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。		
10	住宅政策課	すまいアップコーナー(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。		
11	建築審査課	住宅の確認申請において、建築基準法等に基づく厳格な審査を行うとともに、中間検査及び完了検査での検査率の向上を目指し、法の的確な運用を図ります。		完了検査率 ※平成31年度末目標値 100%

課題3 生活用品の安全性の確保

生活用品は日々手に触れるものも多いことから、消費者の健康被害を防ぐため、有害物質の含有について様々な規制があります。また、使用にあたり危険のあるものについても、同様に様々な規制があります。

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
12	消費生活センター	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。		立入検査件数
13	環境衛生課	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。		
14	健康科学課	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定める規格基準に適合しているか検査を実施します。		家庭用品検査実績

課題4 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。

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
15	消費生活センター	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。		
16	消費生活センター	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。		

基本的方向2 適正な取引環境の確保

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。また、市場において、商品が円滑に流通できる体制を整備する必要もあります。

課題1 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するものです。

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
17	消費生活センター	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。		立入検査件数
18	消費生活センター	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。		調査店舗数
19	食品安全課	食品表示法に基づき、食品の名称、製造所所在地、製造者氏名、消費又は賞味期限、添加物等衛生及び保健事項に係る表示の監視・指導を実施します。		

課題2 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。

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
20	消費生活センター	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。		はかりの定期検査個数
21	消費生活センター	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。		立入検査件数

課題3 生活関連商品の調査、安定供給

品質が良く、安価な商品やサービスが供給されていても、市場が正常に機能していなければ消費者は入手することができません。消費者にとって、災害時を含め、市場における商品の円滑な流通体制を確保するための取り組みは重要です。

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
22	危機管理課	災害時において生活関連商品の円滑な流通を図るため必要があると判断したときは、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			
23	消費生活センター	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。		
24	消費生活センター	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。		
25	産業支援課	市民が身近に利用できるように商店街等活性化事業に対する支援を行い、地域商業の振興を図ります。		
26	地方卸売市場	地方卸売市場の適正な運営により、生活関連商品の安定的な供給を図ります。		

基本的方向3 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、消費生活相談は最後のよりどころとなります。消費生活相談は内容も様々であり、しかも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。また、中には一刻を争う案件もあることから、消費者が利用しやすい相談体制が構築されていなければなりません。

課題1 消費者被害の救済

消費生活相談は、利用方法が煩雑であれば、消費者被害を救済する役割を十分に果たせなくなります。消費生活相談員の能力の向上を図ると同時に、消費者が相談しやすいよう、様々な形の相談方法を実施する必要があります。

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
27	消費生活センター	消費生活センターに寄せられた消費生活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。		
28	消費生活センター	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。		多重債務者特別相談の件数
29	消費生活センター	区役所等における出張相談を実施します。		出張相談の実施回数
30	消費生活センター	インターネットによる消費生活相談を実施します。		インターネット相談の件数
31	消費生活センター	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や相談員の訪問による相談等、消費生活相談の拡充を図ります。	新規	
32	消費生活センター	消費生活相談の利便性向上のため、相談日及び時間の拡充を図ります。	新規	
33	消費生活センター	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。		研修の実施回数 ・国民生活センター等への研修参加 ・所内研修会
34	消費生活センター	若年者に対する特別相談を実施します。		実施回数

課題2 相談体制の強化

利用しやすい相談窓口にするため、消費生活相談窓口の周知や、外国人や障害者等への対応等、相談体制を整備します。

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
35	消費生活センター	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。		
36	消費生活センター	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。		

課題3 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もあります。庁内各課が連携することで、消費生活相談窓口の利便性を高めることができます。

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
37	男女共同参画課	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。	新規	
38	消費生活センター	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。		
39	消費生活センター	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。		

基本的方向4 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月に消費者教育の推進に関する法律が施行され、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、消費者トラブルに適切に対応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。

課題1 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。

（分類1 消費者被害防止に係る教育の促進）

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
40	消費生活センター	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：小学生期、中学生期、高校生期、成人期（特に若者）		教育現場における講座の実施回数・受講者数
41	消費生活センター	消費者被害の防止のため、庁内関係課やちばし消費者応援団等と連携し、市等が主催するイベントに参加して、最新の悪質商法と対処法等の啓発を行います。 主な関係先：庁内関係課、ちばし消費者応援団 対象年齢期：全世代		
42	消費生活センター	地域での消費者被害防止のための活動を推進するため、警察や区役所等と連携して、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、区役所 対象年齢期：高校生期、成人期		警察や区役所等と連携した講演会の実施回数・受講者数
43	消費生活センター	悪質商法に関する情報提供の機会を増やすため、消費生活講座やセンター主催の講演会に、悪質商法とその対処法に関する講座を加えます。 主な関係先：－ 対象年齢期：高校生期、成人期		実施回数・受講者数

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
44	消費生活センター	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		実施回数・受講者数
45	消費生活センター 高齢福祉課	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		
46	地域包括ケア推進課	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		実施回数・受講者数
47	高齢福祉課 高齢施設課	消費生活センター等と連携し、いきいきプラザ・いきいきセンターにおいて、高齢者を対象とした消費者被害の防止に関する講座を開催します。 主な関係先: 消費生活センター、いきいきプラザ、いきいきセンター 対象年齢期: 成人期(特に高齢者)		実施回数・受講者数 高齢福祉課 高齢施設課
48	生涯学習振興課	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。 主な関係先: 消費生活センター、公民館、生涯学習センター 対象年齢期: 成人期		実施回数・受講者数

(分類2 消費者被害防止に係る啓発の促進)

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
49	地域安全課	警察から情報提供を受けた、最近の犯罪発生状況や防犯対策情報を千葉市地域防犯ニュースとして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		
50	地域安全課 消費生活センター	消費者や関係者に対し、緊急性のある情報の注意喚起を迅速に行うため、ちばし安全・安心メールやホームページを活用した架空請求などに関する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		<ul style="list-style-type: none"> ・メール送付人数及び件数 ・ホームページ更新回数
51	消費生活センター	若年者に対し街頭キャンペーンなどを実施します。 主な関係先:ー 対象年齢期:高校生期、成人期(特に若者)		
52	消費生活センター	ホームページ、市政だより、啓発冊子など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:ー 対象年齢期:高校生期、成人期		

(分類3 消費者被害防止のための見守り体制の強化)

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
53	地域安全課	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		派遣回数
54	地域安全課	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		覚書締結事業者数・啓発実施回数
55	消費生活センター	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		消費者被害注意報送付回数
56	高齢福祉課	高齢者の見守り活動を実施する町内自治会等に対し、活動の初期費用の助成及び見守り活動ガイドブックの提供を行い、高齢者見守り活動を推進します。 主な関係先: 町内自治会、社会福祉法人 対象年齢期: 成人期		助成件数

課題2 自立した消費者になるための教育

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、また、社会や環境に対して積極的に行動する自立した消費者になるためにも、教育の機会の提供や、消費者教育を促進させるための取り組みは重要です。

(分類1 食に関する教育の促進)

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
57	健康支援課	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間を育てる食育を推進します。 主な関係先: 庁内関係課、関係行政機関、食品関係団体等 対象年齢期: 全世代		
58	健康支援課	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の提供を行います。 主な関係先: - 対象年齢期: 高校生期、成人期		
59	健康支援課	様々な年齢層を対象に、食育に関する講座を開催します。 主な関係先: 健康課、食生活改善推進員、食品関係団体 対象年齢期: 全世代		年代別講座受講者数 離乳食教室 食の実践教室 介護予防教室(食事セミナー)
60	健康支援課	食を通じた地域の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。 主な関係先: 健康課 対象年齢期: 成人期		講座実施回数・受講者数 食生活改善推進員数 ※平成30年度の目標値 330人
61	健康支援課	市内の飲食店等で、栄養成分表示を実施する等、健康に関する情報を提供する事業者を「健康づくり応援店」として募り、店頭健康づくり応援店証を掲示することにより、市民に周知し自らの健康づくりを推進します。 主な関係先: 食品安全課、事業者 対象年齢期: 全世代		健康づくり応援店件数

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
62	生活衛生課	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		
63	生活衛生課	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		講演会の実施回数、参加者数
64	幼保運営課	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：幼児期		
65	幼保運営課	食育だより等を通じ、乳幼児及び小・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：保育所、認定こども園、学校 対象年齢期：幼児期、小学生期、中学生期		配布先件数 ・保育所 ・計画策定認定こども園 ・学校
	保健体育課			
66	廃棄物対策課	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。 主な関係先：学校、事業者 対象年齢期：全世代	新規	
67	農政課	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	新規	キャンペーン実施回数

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
68	農政課	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:小学生期		実施校数
69	農政課	農業に親しむ機会を提供するため、市民農園・体験農園・観光農園等において農業体験活動の場を提供します。 主な関係先:市民農園園主、体験農園園主、観光農園園主、農業団体 対象年齢期:全世代		①市民農園数・参加者数 ②体験農園数・区画数 ③観光農園数・参加者数 ※平成29年度目標 市民農園・農業体験農園数 (44箇所)
	農業経営支援課			
70	指導課	農山村留学を実施し、児童の食に関する理解を進めます。 主な関係先:小学校 対象年齢期:小学生期		実施校数、参加児童数
71	保健体育課	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		

(分類2 情報とメディアに関する教育の促進)

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
72	消費生活センター	インターネットに関連する消費者トラブルとその対処法や機器の適切な利用等に関する講座を開催します。 主な関係先:ー 対象年齢期:高校生期、成人期		実施回数・受講者数
73	高齢福祉課	シルバー人材センターにおいて、高齢者が講師となりパソコンの活用に関する講座を開催します。 主な関係先:(公社)シルバー人材センター 対象年齢期:成人期		実施回数・受講者数
74	高齢施設課	いきいきプラザ・いきいきセンターにおいて、高齢者を対象としたパソコンの活用に関する講座を開催します。 主な関係先:いきいきプラザ、いきいきセンター 対象年齢期:成人期(特に高齢者)		実施回数・受講者数
75	教育センター	千葉県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。 主な関係先:学校 対象年齢期:小学生期、中学生期		情報モラルカリキュラム等の配信
76	教育センター	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・特別支援学校の関係する教員に対し研修を行います。 主な関係先:学校 対象年齢期:成人期		実施回数・受講者数

(分類3 環境教育の促進 (持続可能な開発のための教育①))

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
77	環境保全課	環境家計簿機能を付したエコライフカレンダーを作成・配布し、地球温暖化対策に関する啓発を行います。 主な関係先:庁内関係課 対象年齢期:高校生期、成人期		配布部数
78	環境保全課	ホームページを活用し、環境に関する啓発を行います。 主な関係先:— 対象年齢期:高校生期、成人期		ホームページ更新回数
79	環境保全課	大草谷津田いきものの里等を整備し、環境学習活動として自然観察会を実施します。 主な関係先:— 対象年齢期:全世代		実施回数・参加者数
80	環境保全課	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		
	指導課			
81	環境保全課	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		モデル校指定数
	指導課			
82	環境保全課	環境保全に向けた意識の高揚を図るため、環境問題関連の講演会やイベント等を開催します。 主な関係先:エコメッセ実行委員会、事業者、環境NPO 対象年齢期:全世代		実施回数、参加者数 (環境保全課) エコメッセ 講演会 (生涯学習振興課) 講演会
	生涯学習振興課			

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
83	廃棄物対策課	焼却ごみの削減のため、大学生ボランティアグループとの連携など、様々な啓発活動を行います。 主な関係先:大学生ごみ減量ボランティアグループ「ちばくりん」 対象年齢期:全世代		実施回数
84	廃棄物対策課	生ごみの減量のため、食材などの無駄を減らすエコレシピ料理の普及啓発活動を行います。 主な関係先:高校 対象年齢期:高校生期		実施回数、受講者数
85	廃棄物対策課	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。 主な関係先:— 対象年齢期:全世代		発行回数、部数 GO!GO!へらそうくん
86	廃棄物対策課	生ごみの減量及び資源化のため、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。 主な関係先:— 対象年齢期:成人期		登録者数
87	廃棄物対策課	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。 主な関係先:町内自治会、市民活動団体、事業者 対象年齢期:全世代		派遣回数、受講者数
88	廃棄物対策課	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。 主な関係先:— 対象年齢期:成人期		助成件数 ・生ごみ減量処理機 ・生ごみ肥料化容器

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
89	廃棄物対策課	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。 主な関係先: 保育所(園)、幼稚園、小学校 対象年齢期: 幼児期、小学生期		実施数 ・保育所、幼稚園、小学校
90	廃棄物対策課	公共施設に使用済み小型家電の回収ボックスを設置し、認定事業者を引き渡して有用な金属等のリサイクルを図るとともに、市民のリサイクル意識の向上を促進します。 主な関係先: - 対象年齢期: 全世代	新規	ボックス設置箇所
91	廃棄物対策課	地域団体等による廃食油の回収拠点の設置を推進し、市民のリサイクル意識の向上を図るとともに、事業者がこれを収集・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。 主な関係先: 地域団体、事業者 対象年齢期: 全世代	新規	回収団体数
92	廃棄物施設課	清掃工場や新浜リサイクルセンターにおいて、施設見学等環境教育に関する取組を行います。 主な関係先: - 対象年齢期: 小学生期、成人期		実施回数、参加者数
93	緑政課	ヒートアイランド現象や地球温暖化に対する緑化の取組みの一つである緑のカーテンについて、ゴーヤの種の配布や、ホームページでの紹介及び公共施設での緑のカーテン設置による啓発を行います。 主な関係先: 公共施設等 対象年齢期: 全世代		種配布数、苗配布数
94	動物公園	動物公園において開催している飼育員のガイドの中で、規格外の野菜をエサとして利用し、環境に配慮した飼育に努めていることなどを伝え、環境教育を推進します。 主な関係先: - 対象年齢期: 全世代		実施回数

(分類4 国際理解教育の促進 (持続可能な開発のための教育②))

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
95	国際交流課	(公財)千葉県国際交流協会を通じ、市内の国際交流・国際協力活動を行う団体を支援します。 主な関係先:(公財)千葉県国際交流協会 対象年齢期:全世代		助成件数
96	国際交流課	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)千葉県国際交流協会 対象年齢期:中学生期~成人期(特に若者)		参加者数
97	指導課	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、高校 対象年齢期:小学生期、中学生期、高校生期		外国人講師配置数 小学校 中学・高校
98	指導課	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		実施校数
99	指導課	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受け込みを図り、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		外国人児童指導教室設置数、協力員数
100	稲毛高等学校・附属中学校	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		留学生受入及び語学研修 ノースバンクーバー市 ヒューストン市 サウトラズ市

(分類5 消費生活の様々な分野における教育の促進)

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
101	給与課	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		講座実施回数、受講率
102	広報広聴課	市民の法知識向上のため、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 対象年齢期:高校生期、成人期		実施回数、受講者数
103	消費生活センター	「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		発行回数、配布先件数
104	消費生活センター	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		
105	消費生活センター	様々な年齢層が参加することができるよう消費者教育に関する講座を開催します。 主な関係先:— 対象年齢期:小学生期～成人期		巡回講座回数、受講者数
106	消費生活センター	消費生活センター資料情報コーナーの資料・掲示物・配架物等を充実させ、消費生活センター利用者の増加を図ります。 主な関係先:— 対象年齢期:全世代		利用者数

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
107	環境衛生課	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。 主な関係先：－ 対象年齢期：全世代	新規	
108	こども企画課	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などの疑似体験をして社会へ参加することなどを学ぶ「こどものまちCBT」を開催します。 主な関係先：事業者、ボランティア 対象年齢期：小学生期～高校生期	新規	参加者数
109	経済企画課	大学や地元商店・商業施設、企業等と連携し、起業体験などの実体験を通して経済の仕組みを学ぶ「ちばっ子商人育成スクール」(キッズ・アントレプレナーシップ教育の推進)を実施します。 主な関係先：大学、事業者 対象年齢期：小学生期、中学生期、高校生期		事業数、受講者数 ※平成29年度末目標 560人/年
110	住宅政策課	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。 主な関係先：－ 対象年齢期：成人期		実施回数、受講者数
111	住宅政策課	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出前講座を開催します。 主な関係先：－ 対象年齢期：成人期		実施回数、受講者数
112	生涯学習振興課	公民館や生涯学習センター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。 主な関係先：公民館、生涯学習センター、事業者、環境NPO 対象年齢期：全世代		実施回数、受講者数 (消費生活に関する講座)

(分類6 消費者教育を促進するための取り組み)

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
113	消費生活センター	消費者教育担当課やちばし消費者応援団等と連携し、消費者教育に関する啓発等を行います。 主な関係先:庁内関係課、ちばし消費者応援団 対象年齢期:全世代	新規	
114	消費生活センター	消費者教育を推進するため、個人を対象にちばし消費者応援団を募り、消費者教育の実践を支援します。 主な関係先:ー 対象年齢期:成人期	新規	個人会員数
115	消費生活センター	市が主催又は後援・共催する消費者教育に関連するイベントや啓発資料等の情報を一元化し、市民に情報提供します。 主な関係先:庁内関係課、消費者教育に関する活動を行っている団体及び事業者 対象年齢期:全世代	新規	
116	消費生活センター	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:ー 対象年齢期:小学生期～成人期		
117	消費生活センター	学ぶ時間をとることが困難な成人期の市民等に対し、ホームページの充実や託児付き講座等を実施することで、消費者教育を受ける機会を提供します。 主な関係先:ー 対象年齢期:成人期	新規	託児付き講座実施回数
118	指導課	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)		<ul style="list-style-type: none"> ・職場体験学習実施校数及び生徒数 ・教員向け研修の実施回数及び参加者数
	教育センター			

課題3 事業者及び事業所への教育

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。

(分類1 事業者への消費生活に係る啓発活動と教育の促進)

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
119	消費生活センター	消費者トラブル防止のため、事業者に対し、法令遵守や自主規制等に係る消費者志向的経営に関する研修及び支援を行います。 主な関係先:— 対象年齢期:成人期		実施回数、受講者数
120	消費生活センター	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。 主な関係先:— 対象年齢期:成人期		事業者数
121	廃棄物対策課	事業者のごみの減量やリサイクルに関する意識の高揚を図るため、事業所ごみ通信「リサイクルクリーンちば」を発行し、啓発を行います。 主な関係先:— 対象年齢期:成人期		配布部数
122	廃棄物対策課	事業者のごみの減量やリサイクルに関する意識高揚を図るため、講演会を開催し、啓発を行います。 主な関係先:— 対象年齢期:成人期	新規	実施回数、参加者数

(分類2 職域における消費者教育の促進)

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
123	人材育成課	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。 主な関係先：－ 対象年齢期：成人期(特に若者)		講座実施回数、受講者数
	消費生活センター			
124	消費生活センター	事業者・事業者団体と連携し、新入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。 主な関係先：事業者、事業者団体 対象年齢期：成人期		実施回数、受講者数
125	消費生活センター	消費者教育担当課が連携した取り組みを行えるよう、職員に対して消費者教育に関する研修を実施します。 主な関係先：庁内関係課 対象年齢期：成人期		実施回数、受講者数

課題4 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す。

(分類1 関係機関との連携)

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
126	消費生活センター	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		
127	環境保全課	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。 主な関係先:市民、事業者、学識経験者、学校関係者、環境NPO、地球温暖化防止活動推進員、千葉県地球温暖化防止活動推進センター 対象年齢期:全世代		実施回数、参加者数
128	生涯学習振興課	国際理解教育に係る取組みを行う千葉ユネスコ協会が実施する社会教育活動を支援します。 主な関係先:千葉ユネスコ協会 対象年齢期:全世代		

(分類2 地域団体や事業者等の消費者教育活動支援)

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
129	市民自治推進課	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		諸室の利用件数、利用者数 ・会議室利用件数 ・談話室利用件数 ・登録団体数 施設利用者数
130	消費生活センター	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		団体会員数
131	消費生活センター	千葉市民活動支援センターと連携し、消費者団体の活動促進を図ります。 主な関係先: 千葉市民活動支援センター 対象年齢期: 全世代		
132	消費生活センター	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、ポスター掲示や資料の配架等を行います。 主な関係先: ー 対象年齢期: 成人期	新規	貸出回数
133	地域福祉課	市及び各区のボランティアセンターにおいて、ボランティア活動を支援するための情報提供や講座の開催、活動施設及び書籍の貸出を行います。 主な関係先: ボランティア団体 対象年齢期: 小学生期～成人期		講座開催日数、受講者数

番号	所管課	施策の内容	備考	指標
134	環境保全課	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講習会や普及啓発などの活動を支援します。 主な関係先: ボランティア団体 対象年齢期: 高校生期、成人期		
135	廃棄物対策課	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」行動協定店の取り組みの周知を図ります。 主な関係先: 事業者 対象年齢期: 全世代		ちばルール協定店件数
136	収集業務課	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。 主な関係先: 集団回収団体 対象年齢期: 全世代		回収量
137	生涯学習振興課	ちば生涯学習ボランティアセンター(生涯学習センター内)において、ボランティアに関する情報提供や研修等を行い、消費者教育に関連する分野で活動するボランティア団体等を支援します。 主な関係先: ボランティア団体 対象年齢期: 高校生期、成人期		

第3章 資料編

1 千葉市消費生活審議会

千葉市消費生活審議会は消費者施策を推進するため、市長の附属機関として設置されており、学識経験者、消費者、事業者及び関係行政機関の職員により構成されています。また、消費者教育推進法第20条に規定されている消費者教育推進地域協議会としての役割も担っています。

第3次千葉市消費生活基本計画の策定においては、市長の諮問を受け、基本計画検討部会を設置の上、審議・答申を行いました。

(1) 千葉市消費生活審議会委員（任期：平成28年6月1日～平成30年5月31日）

※○がついている委員は基本計画検討部会の委員を兼務

①学識経験者

○飯森 幸弘（一般財団法人 千葉市教育会館 専務理事）※会長及び部会長

○石戸 光（国立大学法人 千葉大学法政経学部 教授）※副会長

○久保 桂子（国立大学法人 千葉大学教育学部 教授）

清水 佐和（千葉県弁護士会 弁護士）

②消費者

○大久保雄子（生活協同組合コープみらい 千葉県本部4区ブロック委員長）

○小川 善之（千葉市町内自治会連絡協議会 若葉区町内自治会連絡協議会 会長）

笹尾 京子（公募委員）

○余語 一晃（千葉市民生委員児童委員協議会 会長）

③事業者

○河野 功（千葉商工会議所 常務理事）

○谷一 暢樹（公益社団法人 消費者関連専門家会議 理事）

豊田 隆信（千葉市大型店会 代表幹事）

④関係行政機関の職員

鈴木 和幸（千葉県警察本部千葉市警察部総務課長兼企画調整課長）

善名 孝子（独立行政法人 国民生活センター 広報部 地方支援課長）

○高山 玲子（千葉市小学校長会 椎名小学校長）

○山岸 彰（千葉市中学校長会 誉田中学校長）

(2) 諮問から答申までの経緯

平成28年 8月 1日 審議会（第1回）、諮問

10月 4日 基本計画検討部会（第1回）

11月 4日 基本計画検討部会（第2回）

12月 5日 審議会（第2回）

12月 8日 答申

2 消費生活に関するWEBアンケート

第3次千葉市消費生活基本計画策定の参考にするために、市ホームページを通してWEBアンケートを実施しました。

(調査期間：平成28年6月1日(水)午前10時～6月10日(金)午後5時)

(1) 回答者属性

回答者数	561人
------	------

性別		
男	294	52.4%
女	244	43.5%
未回答	23	4.1%
計	561	100.0%

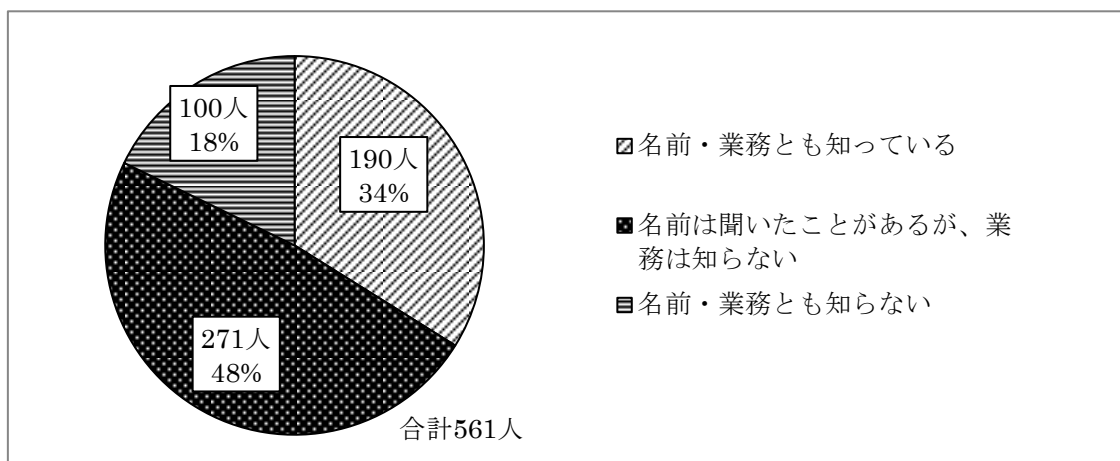
職業		
会社員	185	33.0%
自営・自由業	35	6.2%
パート・アルバイト	79	14.1%
公務員	28	5.0%
学生	3	0.5%
専業主婦・主夫	120	21.4%
無職	97	17.3%
その他	14	2.5%
計	561	100.0%

年代		
～10代	2	0.4%
20代	17	3.0%
30代	95	16.9%
40代	179	31.9%
50代	101	18.0%
60代	87	15.5%
70代以上	80	14.3%
計	561	100.0%

居住区		
中央区	131	23.4%
花見川区	83	14.8%
稲毛区	87	15.5%
若葉区	95	16.9%
緑区	58	10.3%
美浜区	107	19.1%
計	561	100.0%

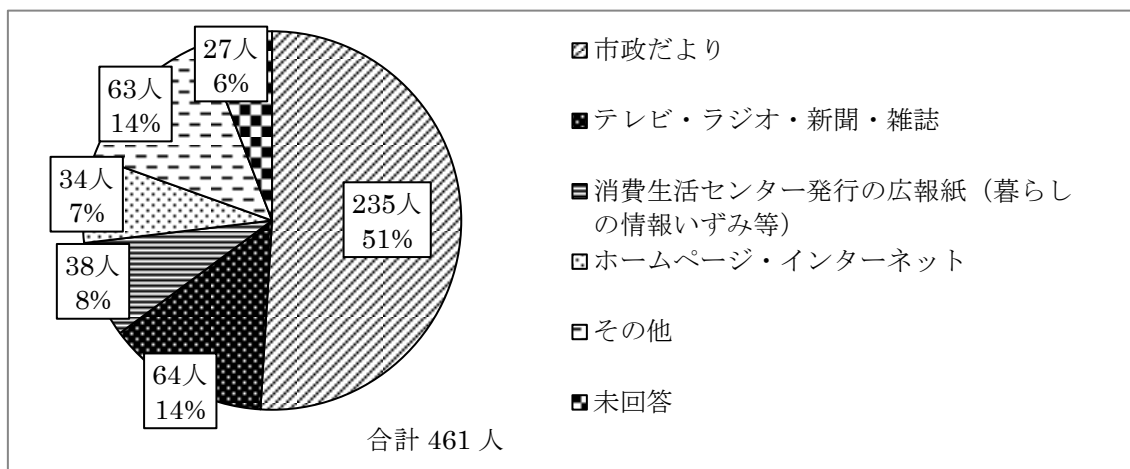
(2) 回答内容

Q1 消費生活センターを知っていますか。



7割近くの方が「消費生活センターの業務を知らない」と回答しました。消費者トラブルに陥った消費者の救済や、消費生活センターが主催する講座やイベントの参加者を増やすためにも、消費生活センターの認知度を高めるための啓発を、継続的に実施する必要があります。

Q2 (Q1で①名前・業務とも知っている②名前は聞いたことがあるが、業務は知らないと回答した方のみ) 消費生活センターを知ったきっかけは何ですか。(複数回答可)



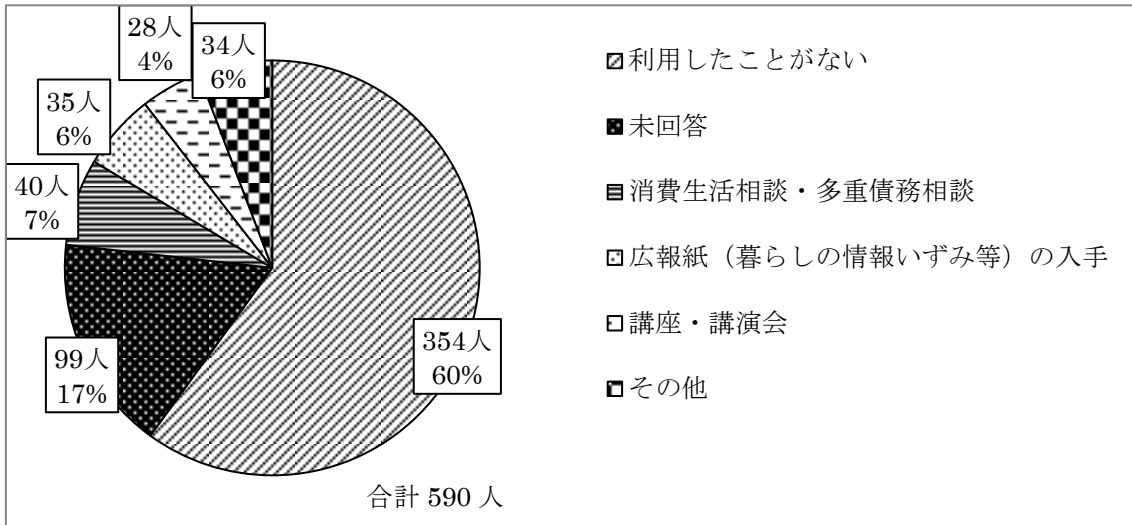
※その他(63人、14%)の回答は以下のとおり。

- ①消費生活センター主催の講座・講演会(16人) ②町内会の回覧(16人) ③家族(13人)
- ④友人・知人(10人) ⑤各種イベントにおける啓発(8人)

インターネットは広く普及していますが、消費生活センターを知ったきっかけとしては7%と低い割合でした。むしろ市政だより(51%)や消費生活センター発行の広報紙(8%)など、紙媒体の割合が高いという結果となりました。また、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌については、消費者庁の発表や、消費者トラブル等の報道に関連して消費生活センターを知ったものと考えられます。

Q 3 消費生活センターが行っている業務で、利用したことがあるものは何ですか。

(複数回答可)

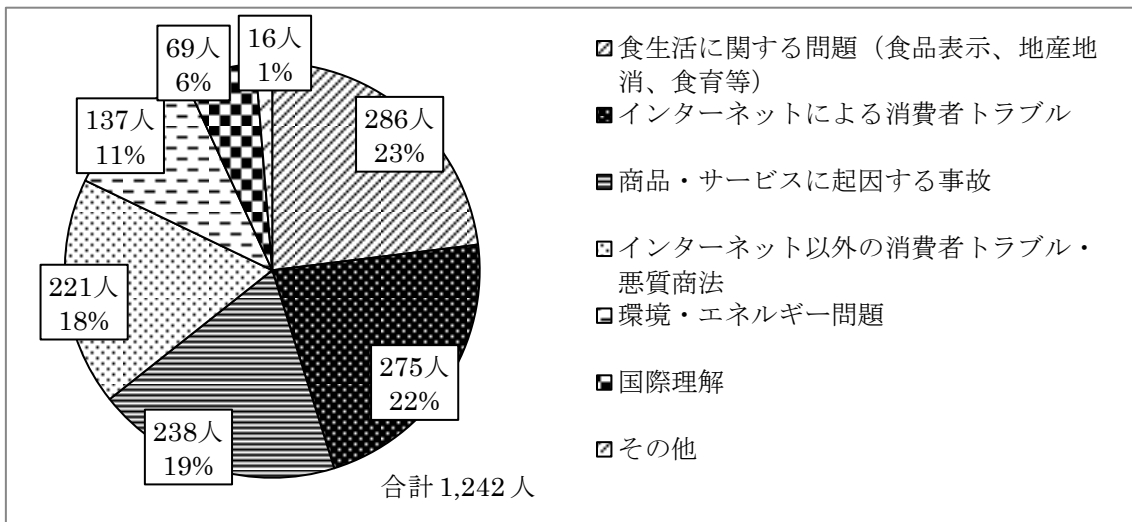


※その他（34人、6%）の回答は以下のとおり。

- ①資料情報コーナー（図書・DVD等資料の貸出）（13人）②消費生活・計量に関する展示物の見学（11人）③配架資料の入手（9人）④会議室（1人）

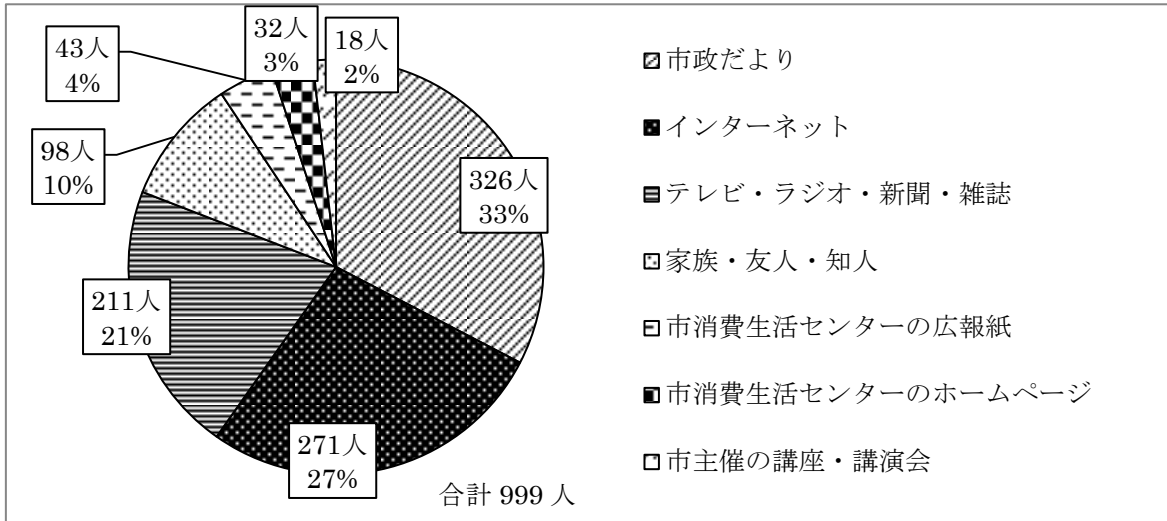
複数回答が可能な質問でしたが、利用したことがないとの回答が6割を占める結果となりました。消費生活相談・多重債務相談は、電話やインターネットによる相談を受け付けていることもあり、利用者の中で割合が1番でしたが、そのほかの来所が必要なものについては、利用者が少ないことがわかりました。

Q 4 消費者として関心のあるものは何ですか。（複数回答可）



食生活やインターネット等の割合が多く、消費者は身近な問題について関心が高いという結果になりました。環境・エネルギー問題や国際理解に関する関心は若干低い傾向にあります。 「自ら考え行動する自立した」消費者を育成のためには、こういった分野についても市民が興味を持つように、消費者教育を推進する必要があります。

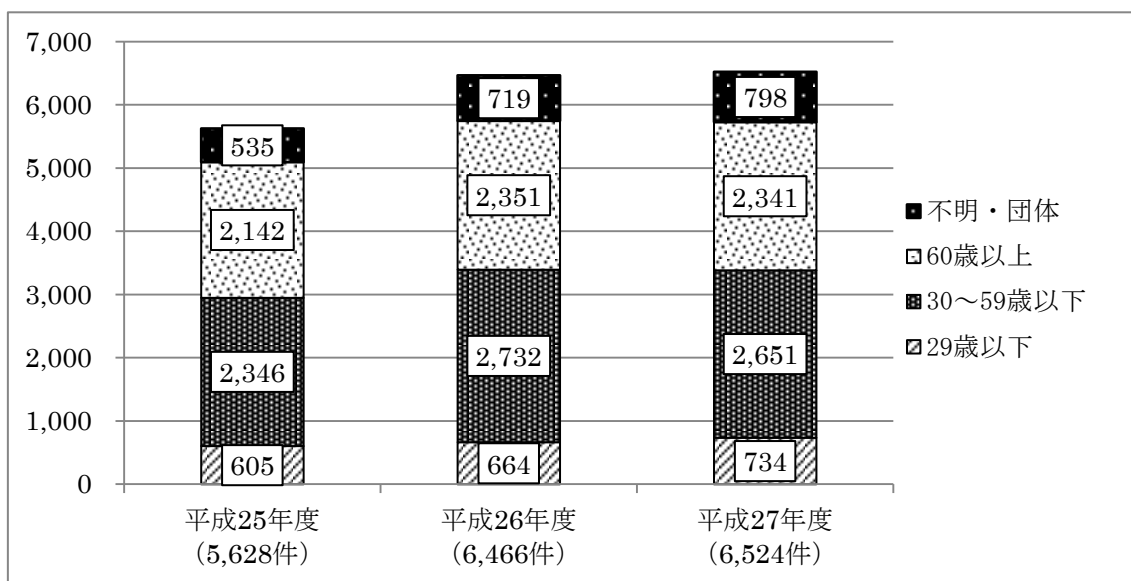
Q 5 消費生活に関する情報の入手先は何ですか。(複数回答可)



市政だよりやインターネット、テレビ等、消費者は様々な媒体から消費者情報を入手していることがわかりました。市政だよりを効果的に用いることで、効率的に消費者教育を推進することができますが、紙面が限られていることを考えると、市消費生活センターが独自に取り組んでいる、広報誌やホームページ等を充実させることも重要だと思われます。

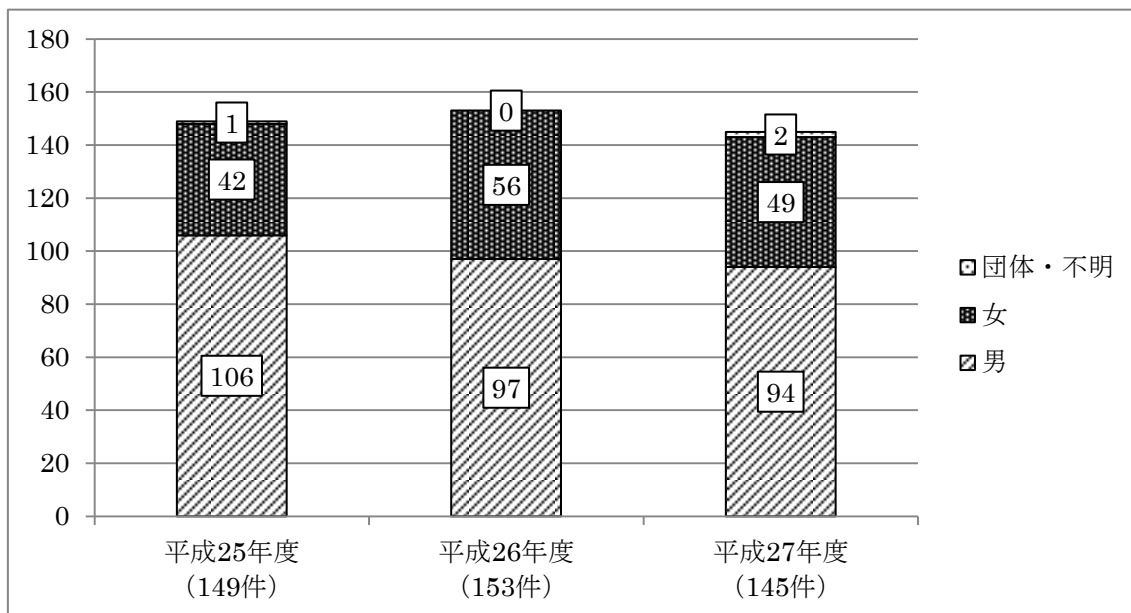
3 消費生活相談概要

(1) 消費生活相談の年度別総件数



平成25年度以降、全体の相談件数は増加しています。また、注目すべき点として、60歳以上の相談割合が高いことが挙げられます。平成27年度、千葉市の人口における60歳以上の高齢者の割合は約30%であるのに対し、60歳以上の相談件数の割合は全体の約36%を占めています。

(2) 多重債務相談の相談件数



多重債務相談件数は、各年度において消費生活相談の2~3%を占めており、件数は横ばいとなっています。男女の割合もほぼ変わりません。本市では、多重債務者を支援するため、多重債務者支援庁内連絡会議を開催し、情報共有や連携を図っています。

また、庁内各課において、来所者が多重債務の相談が必要な方である場合に、消費生活センターに誘導する取り組みを行っています。

(3) 年度別商品・役務上位10 (全体)

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
1位	アダルト情報サイト 457	アダルト情報サイト 759	アダルト情報サイト 712
2位	商品一般 267	商品一般 481	デジタルコンテンツ 393
3位	賃貸アパート 195	デジタルコンテンツ 245	商品一般 306
4位	デジタルコンテンツ 172	賃貸アパート 221	賃貸アパート 214
5位	ファンド型投資商品 137	ファンド型投資商品 181	他のデジタルコンテンツ ／光ファイバー 各 159
6位	フリーローン・サラ金/ 相談その他 各 135	フリーローン・サラ金 178	
7位		相談その他 175	フリーローン・サラ金 150
8位	他のデジタルコンテンツ 124	他のデジタルコンテンツ 148	相談その他 149
9位	健康食品 119	光ファイバー 99	役務その他サービス 115
10位	修理サービス 105	携帯電話サービス 93	携帯電話サービス 112

インターネットが普及し、また、取引においても大いに利用されていることを反映して、ここ数年は、全ての世代においてインターネットに関連した相談が上位になっています。

相談全体の集計において、アダルト情報サイト、デジタルコンテンツ関連の相談が各年度で10位以内に入っており、件数も増加傾向にあります。

用語解説

〈アダルト情報サイト〉 アダルトサイトの利用料等についての相談

(事例) 無料のアダルトサイトをクリックしたら、突然、登録請求画面になった。

〈デジタルコンテンツ〉 インターネットを通じて得られる情報で、内容の特定できないサイトに関する相談

(事例) 身に覚えのない複数のサイトから、未払金を支払うよう督促メールが届いた。

〈商品一般〉 商品が特定できない、または商品が複数の分類にまたがっている相談

(事例) 「複数の業者からダイレクトメールが送付されて困っている」「携帯電話に、身に覚えのない相手から未払金を請求する旨のメールが届く」「クレジットカード会社から身に覚えのない請求を受けた」「複数の業者から執拗に電話勧誘があり、困っている」

(4) 年度別商品・役務上位10（60歳以上）

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
1位	商品一般 118	商品一般 250	アダルト情報サイト 181
2位	ファンド型投資商品 116	アダルト情報サイト 180	デジタルコンテンツ 168
3位	アダルト情報サイト 111	ファンド型投資商品 154	商品一般 144
4位	健康食品 95	デジタルコンテンツ 69	冠婚葬祭互助会 62
5位	修理サービス 53	相談その他 66	相談その他 59
6位	役務その他サービス 52	光ファイバー 45	他のデジタルコンテンツ 53
7位	相談その他 47	修理サービス/他のデジタルコンテンツ 各42	光ファイバー 52
8位	賃貸アパート 37		修理サービス 41
9位	デジタルコンテンツ/ 公社債/新聞 各36	フリーローン・サラ金 35	新聞/賃貸アパート 各39
10位		ケーブルテレビ/携帯電話サービス/ 賃貸アパート 各34	

アダルト情報サイト、デジタルコンテンツ関連、光ファイバー等、インターネット関連の相談が増加傾向にあります。また、ファンド型投資商品や健康食品など、将来の生活設計や健康に対する不安を抱える高齢者特有の相談も、上位に入っています。

用語解説

〈ファンド型投資商品〉商品ファンド、預託商法など、事業への投資に関する相談

〈健康食品〉薬事的な効果、またはそれと類似の効果をうたって製造、販売される食料品に関する相談
 (事例) 「健康食品を1回だけ購入したつもりだったが、定期購入となっており、毎月商品が送られてくる」「新聞の折込チラシを見て購入したクロレラを服用したら、足に発疹が出た」「息子が友人に勧められ、健康食品のネットワークビジネスを始めたが、マルチ商法ではないかと思うので、止めさせたい」

(5) 年度別商品・役務上位10 (29歳以下)

	平成25年度	平成26年度	平成27年度
1位	アダルト情報サイト 124	アダルト情報サイト 150	アダルト情報サイト 158
2位	賃貸アパート 35	賃貸アパート 37	賃貸アパート 35
3位	オンラインゲーム 18	デジタルコンテンツ 24	出会い系サイト 26
4位	相談その他 17	出会い系サイト／商品 一般 各 19	デジタルコンテンツ 24
5位	他のデジタルコンテンツ 15		他のデジタルコンテンツ 22
6位	携帯電話 14	他のデジタルコンテンツ 18	役務その他サービス 20
7位	新聞／ 普通・小型自動車 各 13	脱毛エステ 17	商品一般／モバイルデ ータ通信 各 18
8位		携帯電話サービス 14	
9位	デジタルコンテンツ／ モバイルデータ通信／ 出会い系サイト 各 12	フリーローン・サラ金 13	普通・小型自動車／光 ファイバー 各 17
10位		新聞／相談その他／普 通・小型自動車 各 10	

アダルト情報サイト、デジタルコンテンツ関連、出会い系サイト等、インターネット関連の相談が毎年上位となっており、増加傾向にあります。また、賃貸アパートに関する相談が3年連続で2位になっています。

用語解説

〈賃貸アパート〉集合住宅の賃貸借・使用貸借、賃貸マンション・アパート、マンション・ウィークリーマンション等

(事例)「退去を申し出たところ、高額な修理代を請求されて、納得できない」「入居した部屋が汚く、入居前にクリーニングしたとは思えない。業者の対応も悪い」

〈出会い系サイト〉出会い系サイトの高額な料金請求などに関する相談

(事例) 出会い系サイトで知り合った異性と、サイトを通じて数回メール交換をしたら、多額の請求を受けた

4 千葉市消費生活条例

(平成 18 年 3 月 22 日条例第 10 号)

千葉市消費者保護条例(平成 2 年千葉市条例第 20 号)の全部を改正する。

目次

- 第 1 章 総則(第 1 条—第 7 条)
- 第 2 章 安全の確保(第 8 条—第 12 条)
- 第 3 章 表示、計量等の適正化
(第 13 条—第 17 条)
- 第 4 章 不適正な取引行為の禁止等
(第 18 条—第 21 条)
- 第 5 章 消費者被害の救済
(第 22 条—第 24 条)
- 第 6 章 消費者教育の推進等
(第 25 条・第 26 条)
- 第 7 章 情報提供の推進等
(第 27 条・第 28 条)
- 第 8 章 意見の反映(第 29 条・第 30 条)
- 第 9 章 消費者支援協定(第 31 条)
- 第 10 章 調査、指導、勧告及び公表
(第 32 条—第 35 条)
- 第 11 章 千葉市消費生活審議会(第 36 条)
- 第 12 章 雑則(第 37 条)

附則

第 1 章 総則

(目的)

第 1 条 この条例は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の確立及びその自立の支援その他の基本理念を定め、市及び事業者の責務並びに消費者の役割等を明らかにするとともに、市が実施すべき施策について必要な事項を定めることにより、市民の消費生活の安定及び向上を図り、もって市民の安全で安心できる暮らしの実現に資

することを目的とする。

(定義)

第 1 条の 2 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 消費者 事業者が供給する商品又はサービス(訪問購入(物品の購入を事業として行う者が、売買契約の申込みを受け、又は売買契約を締結して行う物品の購入(営業所等以外の場所において行うものに限る。)をいう。)を含む。以下同じ。)を使用し、又は利用して消費生活を営む者をいう。
- (2) 事業者 商業、工業、サービス業その他の事業を行う者をいう。

(基本理念)

第 2 条 消費者の利益の擁護及び増進に関する施策(以下「消費者施策」という。)の推進は、市民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、次に掲げる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することを基本として行われなければならない。

- (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 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

3 消費者施策の推進は、事業者による不適正な取引行為による消費者被害を防止するため、高齢者その他の取引上特に不利な立場に置かれやすい者に配慮して行われなければならない。

4 消費者施策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。

5 消費者施策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

(市の責務)

第3条 市は、前条の基本理念にのっとり、消費者施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

2 市は、消費者施策を実施するために必要があると認めるときは、国、他の地方公共団体、関係団体等に対して、情報の提供、調査の実施その他の協力を求め、又は必要な措置を講ずるよう要請するものとする。

3 市は、国又は他の地方公共団体が実施する消費者施策について情報の提供、調査の実施その他の協力を求められたときは、これに応ずるものとする。

(事業者の責務)

第4条 事業者は、第2条の基本理念にかんがみ、その供給する商品及びサービスについて、次に掲げる責務を有する。

(1) 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。

(2) 必要な情報を明確かつ平易に提供す

ること。

(3) 消費者との取引に際して、消費者の年齢、知識、経験、財産の状況等に配慮すること。

(4) 消費者との取引に際して生じた苦情を適切かつ迅速に処理すること。

2 事業者は、消費生活に関する法令(条例を含む。以下同じ。)を遵守するとともに、市が実施する消費者施策に積極的に協力しなければならない。

3 事業者は、事業活動において取得した消費者の個人に関する情報を適切に取り扱わなければならない。

4 事業者は、事業活動を行うに当たっては、環境の保全に配慮するよう努めなければならない。

5 事業者は、商品及びサービスの品質、技術等の向上を図ること、事業活動に関し自らが遵守すべき基準(次条において「遵守基準」という。)を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

(事業者団体の役割)

第5条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理に係る体制の整備、事業者の遵守基準の作成の支援その他の事業者が消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

(消費者の役割)

第6条 消費者は、自ら進んで消費生活に関して必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めるものとする。

2 消費者は、消費者の相互の連携を図るとともに、消費者の権利の確立に自ら努めることにより、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすよう努めるものとする。

3 消費者は、消費生活を営むに当たり、環境への負荷の低減に努めるものとする。

(消費者団体の役割)

第7条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

第2章 安全の確保

(危害を及ぼす商品又はサービスの供給の禁止)

第8条 事業者は、消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれのある商品又はサービスを消費者に供給してはならない。

2 事業者は、商品又はサービスについて危害の防止並びに品質及び技術の向上を図るために必要な措置を講じなければならない。

(危害を及ぼす商品の回収等)

第9条 事業者は、その商品又はサービスが消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼすものであることが明らかになったときは、直ちに当該商品又はサービスの発表又は供給の中止、当該商品の回収その他の危害の発生又は拡大の防止のために必要な措置を講じなければならない。

(危害に関する調査等)

第10条 市長は、商品又はサービスによる消費者の生命、身体又は財産に及ぼす危害の発生又は拡大を防止するために必要があると認めるときは、当該商品又はサービスの安全性について調査又は検査を行い、当該調査又は検査に関する情報を消費者に提供するものとする。

(立証等の要求)

第11条 市長は、事業者が第8条第1項の規定に違反する疑いがある場合において、第32条の規定により報告、説明若しくは資料の提出を求め、又は第33条第1項の規定により調査若しくは質問を行い、若しくは同条第2項の規定により同項に規定する商品等の提出を求めてもなお当該疑いを解消することが困難であると認めるときは、千葉県消費生活審議会(以下「審議会」という。)の意見を聴いて、当該事業者に対し、当該商品又はサービスが消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼすものでないことの立証又は資料等の提出を求めることができる。

2 市長は、事業者が前項の規定による立証又は資料等の提出の求めに応じないときは、これに応ずるよう勧告することができる。

(緊急危害防止措置)

第12条 市長は、商品又はサービスが消費者の生命、身体又は財産に重大な危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある場合において、第10条の調査又は検査を行った結果、当該危害の発生又は拡大を防止するために緊急の必要があると認めるときは、法令に定める措置が速やかに講じられる場合を除き、直ちに、次に掲げる事項のうち必要な事項を公表するものとする。

(1) 商品又はサービスの名称

(2) 危害の内容

(3) 事業者の氏名若しくは名称又は事業者の住所若しくは事務所若しくは事業所の所在地(以下これらを「事業者の氏名等」という。)

(4) 前3号に掲げるもののほか、市長が必要があると認める事項

2 前項の規定による公表があったときは、当該事業者は、直ちに当該商品又はサービスの供給の中止その他の当該危害の発生又

は拡大を防止するために必要な措置を講じなければならない。

第3章 表示、計量等の適正化

(表示の適正化)

第13条 事業者は、その供給する商品について、消費者が正しく選択し、使用し、保存し、若しくは廃棄し、又は再利用若しくは再生利用をすることができるようにするため、当該商品を供給する事業者の氏名等、当該商品の成分、性能、使用の方法、保証の期間及び内容その他必要な事項を適正に表示しなければならない。

2 事業者は、その供給するサービスについて、消費者が内容又は取引条件を容易に識別し、かつ、適正に利用することができるようにするため、当該サービスを供給する事業者の氏名等、当該サービスの内容又は取引条件その他必要な事項を適正に表示しなければならない。

3 事業者は、その供給する商品又はサービスの使用又は利用により消費者の生命、身体又は財産に対する危害が発生するおそれがある場合には、当該危害の具体的内容、危害を防止するための使用又は利用の方法その他危害を防止するために必要な事項を適正に表示しなければならない。

4 市長は、法令に定めがあるもののほか、規則で商品及びサービスの表示に関し事業者が遵守すべき基準を定めることができる。

5 市長は、前項の基準を定めようとするときは、審議会の意見を聴くものとする。これを変更し、又は廃止しようとするときも、同様とする。

(単位価格、販売価格等の表示)

第14条 事業者は、消費者が商品又はサービスの購入又は利用に際し、その選択を誤ることがないようにするため、見やすい箇所に商品及びサービスについて質量、長さ、

面積、容積、時間、回数等の単位当たりの価格及び販売又は提供の価格の表示(次項において「単位価格等の表示」という。)をするよう努めなければならない。

2 市長は、法令に定めがあるもののほか、規則で単位価格等の表示に関し事業者が遵守すべき基準を定めることができる。この場合においては、前条第5項の規定を準用する。

(計量の適正化)

第15条 事業者は、商品又はサービスの供給に当たり消費者が不利益を被ることがないように適正な計量の実施に努めなければならない。

2 市長は、消費者と事業者との間の取引に際し適正な計量の実施されるよう必要な措置を講ずるものとする。

(包装等の適正化)

第16条 事業者は、商品の内容を誇張する等過大な包装をし、又は容器を用いてはならない。

2 事業者は、環境への負荷の低減に配慮した包装をし、又は容器を用いるよう努めなければならない。

3 事業者は、消費者に危害が及ぶことがないようにするため、包装及び容器の安全性を確保しなければならない。

4 市長は、法令に定めがあるもののほか、規則で商品の包装及び容器に関し事業者が遵守すべき基準を定めることができる。この場合においては、第13条第5項の規定を準用する。

(広告宣伝の適正化)

第17条 事業者は、商品又はサービスについて、虚偽又は誇大な表現を用いる等消費者が選択を誤るおそれのある広告又は宣伝をしてはならない。

第4章 不適正な取引行為の禁止等

(不適正な取引行為の禁止)

第18条 事業者が消費者との間で行う取引に関する行為のうち、次の各号のいずれかに該当する行為であって規則で指定するものは、不適正な取引行為とする。

(1) 消費者に対して、商品の販売若しくはサービスの供給の意図を隠し、商品若しくはサービスに関する重要な情報であって事業者が保有し、若しくは保有し得るものを提供せず、契約締結の意思を形成する上で重要な事項について誤信を招く情報を提供し、又は将来における不確実な事項について断定的な判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

(2) 消費者の自発的な意思を待つことなく執ように説得し、当該消費者の取引に関する知識若しくは判断力の不足に乘じ、若しくは消費者を心理的に不安な状態に陥らせる等して、契約の締結を勧誘し、又はこれらにより消費者の十分な意思の形成がないまま契約を締結させること。

(3) 取引における信義誠実の原則に反し、消費者に不当な不利益をもたらすこととなる内容の契約を締結させること。

(4) 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等の不当な手段を用いて、消費者又はその関係人に契約(契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。)に基づく債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。

(5) 契約又は法令の規定に基づく債務について、正当な理由なく完全な履行をせず、消費者の正当な根拠に基づく履行の請求に対して適切な対応をすることなく履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させ、取引条件を一方的に変更し、又は消費者への事前の通知をすることなく履行を中止すること。

(6) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出又は契約の無効の主張(以下これらを「申込みの撤回等」という。)に際し、当該申込みの撤回等を妨げて契約の成立若しくは存続を強要し、又は申込みの撤回等が有効に行われたにもかかわらず、当該申込みの撤回等によって生じた債務の履行を不当に拒否し、若しくはいたずらに遅延させること。

(7) 消費者が他の事業者から商品を購入し、若しくはサービスの供給を受けることを条件又は原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約(以下これらを「与信契約等」という。)について、消費者の利益を不当に害することが明白であるにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくはそれを締結させ、又は不当な手段で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務の履行をさせること。

2 市長は、前項の規定により不適正な取引行為を指定しようとするときは、あらかじめ、審議会の意見を聴くものとする。これを変更しようとするときも、同様とする。

3 事業者は、消費者と取引を行うに当たり、第1項に規定する不適正な取引行為を行ってはならない。

(生活関連商品等の価格等の調査及び情報の提供)

第19条 市長は、日常生活と関連性の高い商品又はサービス(以下「生活関連商品等」という。)のうち必要があると認めるものについて、価格その他の必要な情報を収集し、必要に応じてこれを消費者に提供するものとする。

(特定生活関連商品等の指定)

第20条 市長は、生活関連商品等の供給量が不足し、若しくは価格が著しく高騰し、

又はこれらのおそれがあると認めるときは、規則で当該生活関連商品等を特定生活関連商品等として指定することができる。

(特定生活関連商品等の円滑な流通を不当に妨げる行為等の禁止)

第 21 条 事業者は、特定生活関連商品等の円滑な流通を不当に妨げ、又は著しく不適正な価格で供給する行為を行ってはならない。

第 5 章 消費者被害の救済 (苦情の処理)

第 22 条 市長は、消費者から事業者との間の取引に関して生じた苦情(以下「苦情」という。)の申出があったときは、速やかに当該苦情を解決するために必要な助言、あっせんその他の適切な措置を講ずるものとする。

2 市長は、前項に規定する措置を講ずるために必要があると認めるときは、当該苦情に係る事業者その他の関係人に対して、説明若しくは報告又は資料の提出を求めることができる。

(あっせん又は調停)

第 23 条 市長は、前条第 1 項の申出に係る苦情であって、市民の消費生活に著しく影響を及ぼし、若しくは及ぼすおそれがあると認めるもの又はその解決が著しく困難であると認めるもの(以下「紛争」という。)については、その公正かつ速やかな解決を図るため、審議会のあっせん又は調停(以下これらを「あっせん等」という。)に付することができる。

2 市長は、紛争を審議会のあっせん等に付したときは、その旨を当該紛争に係る申出者及び事業者(以下これらを「当事者」という。)に通知するものとする。

3 市長は、紛争を審議会のあっせん等に付

したときはその概要を公表し、審議会のあっせん等により当該紛争が解決したとき又は解決の見込みがないと認めるときは審議会のあっせん等の経過及び結果を公表し、同一又は同種の原因による被害の防止及び救済を図るものとする。

4 審議会は、あっせん等のため必要があると認めるときは、当事者に対し、審議会への出席又は資料の提出を求めることができる。

5 審議会は、事業者が前項の規定による出席又は資料の提出の求めに応じないときは、これに応ずるよう勧告することができる。

6 審議会は、調停を行う場合には、当事者の意見を聴いて、調停案を作成するものとする。

7 審議会は、前項の規定により調停案を作成したときは、当事者に対し、期限を定めて、その受諾を勧告するものとする。

8 前各項に定めるもののほか、審議会のあっせん等に関し必要な事項は、市長が定める。

(消費者訴訟の援助)

第 24 条 市長は、事業者との間の取引により被害を受けた消費者(以下「被害者」という。)が事業者を相手にして訴訟(民事訴訟法(平成 8 年法律第 109 号)第 275 条に規定する和解及び民事調停法(昭和 26 年法律第 222 号)による調停を含む。以下同じ。)を提起し、又は事業者に訴訟を提起された場合において、次の各号に掲げる要件のいずれにも該当すると認めるときは、被害者の申請により、当該被害者に対して、当該訴訟に要する費用(以下この条において「費用」という。)の貸付けその他訴訟活動に必要な援助を行うものとする。

(1) 当該被害者が受けた被害と同一又は同種の原因による被害が多数生じ、又は生ずるおそれがあること。

(2) 当該被害者が援助を受けなければ訴訟を提起し、又は応訴することが困難であること。

(3) 当該被害者の申請に係る紛争が審議会のある等々に付されていること。

2 市長は、前項の援助を行おうとするときは、あらかじめ、審議会の意見を聴くものとする。

3 第1項の規定により費用の貸付けを受けた者は、訴訟が終了したときは、速やかに当該貸付けを受けた費用の全額を市長に返還しなければならない。ただし、市長がやむを得ない事情があると認めるときは、貸付金の全部又は一部の返還を免除し、又は猶予することができる。

4 前3項に規定するもののほか、費用の貸付けその他の訴訟活動の援助に関し必要な事項は、規則で定める。

第6章 消費者教育の推進等

(消費者教育の推進)

第25条 市は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及、情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、学習の機会を提供し、学校、地域、家庭、職場等を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

(組織化の推進)

第26条 市長は、消費者の健全かつ自主的な組織活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

第7章 情報提供の推進等

(情報提供の推進)

第27条 市長は、この条例に定めるもののほか、消費者が安全で安心できる消費生活を営むために必要な情報を収集し、消費者に適切かつ迅速に提供するものとする。

(条例違反等の情報提供)

第28条 市長は、この条例に違反し、又は違反する疑いのある事業者の事業活動による消費者の被害の発生又は拡大を防止するために必要があると認める場合は、被害の概要その他の必要な情報を消費者に提供するものとする。

2 前項の場合において、市長は、広く消費者に被害が生じ、又は生ずるおそれがあると認めるときは、商品又はサービスの名称、事業者の氏名等その他の当該被害の発生又は拡大を防止するために必要な情報を消費者に提供することができる。

第8章 意見の反映

(意見の反映)

第29条 市長は、広く消費者の意見、要望等を把握し、消費者施策に反映させるよう努めるものとする。

(市長への申出)

第30条 市民は、この条例の規定に違反する事業者の事業活動が行われたとき、又はこの条例に定める市長の措置が講じられていないことにより、消費生活に支障が生じ、又は拡大するおそれがあると認めるときは、規則で定めるところにより、市長に対して、その旨を申し出て、適切な措置を講ずるよう求めることができる。

2 市長は、前項の規定による申出に係る支障が広く市民の消費生活に影響を与えるものであると認めるときは、適切な措置を講ずるものとする。

3 市長は、第1項の規定による申出があったときは、処理の経過及び結果を当該申出を行った者に通知するものとする。

4 市長は、必要があると認めるときは、第1項の規定による申出の内容並びにその処理の経過及び結果を公表するものとする。

第9章 消費者支援協定

第31条 市長は、市民の消費生活の安定及び向上を確保するため、必要があると認めるときは、事業者又は事業者団体との間で商品又はサービスの供給に関する協定(以下「消費者支援協定」という。)を締結することができる。

2 市長は、消費者支援協定を締結しようとするときは、あらかじめ、審議会の意見を聴くものとする。

3 市長は、消費者支援協定を締結し、変更し、又は解除したときは、その内容を公表するものとする。

第10章 調査、指導、勧告及び公表

(不適正な事業行為の調査)

第32条 市長は、法令に定めがあるもののほか、事業者が第8条第1項、第9条、第18条第3項若しくは第21条の規定に違反する事業行為又は第13条第4項、第14条第2項若しくは第16条第4項の規定により規則で定める基準に従わない事業行為(以下これらを「不適正な事業行為」という。)を行っている疑いがあると認めるときは、事業者に対して報告、説明又は資料の提出を求めることができる。

(立入調査等)

第33条 市長は、前条の規定により、報告、説明又は資料の提出を求める場合において必要があると認めるときは、この条例の施行に必要な限度において、その職員をして当該事業者の事務所、営業所その他の事業を行う場所に立ち入らせ、帳簿、書類、設備その他の物件を調査させ、又は関係人に質問させることができる。

2 市長は、事業者が第8条第1項の規定に違反する事業行為を行っているおそれがあると認めるときは、前項の規定によ

る調査を行うために必要があると認めるときは、当該事業者に対して、必要最小限度の数量の商品、サービスを提供するために使用する物又はサービスに関する資料(以下この条において「商品等」という。)の提出を求めることができる。

3 第1項の規定により立入調査を行う職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係人の請求があったときは、これを提示しなければならない。

4 市長は、第2項の規定により、事業者から商品等の提出を受けたときは、当該事業者に対し、正当な補償を行うものとする。

5 市長は、事業者が第1項の規定による調査若しくは質問又は第2項の規定による商品等の提出の求めに応じないときは、これに応ずるよう勧告するものとする。

(指導、勧告及び公表)

第34条 市長は、事業者が不適正な事業行為を行っているとき、当該事業者に対して、当該事業行為を是正するよう指導し、又は勧告することができる。

2 市長は、事業者が第11条第2項、第23条第5項若しくは第7項、前条第5項又は前項の規定による勧告に従わないときは、その経過(消費者の被害を防止するために特に必要があると認めるときは、その経過及び事業者の氏名等)を公表することができる。ただし、当該事業者に正当な理由がある場合は、この限りでない。

3 市長は、前項の規定により事業者の氏名等を公表しようとするときは、あらかじめ、審議会に諮るものとする。

(意見の聴取)

第35条 市長は、第28条第2項又は前条第2項の規定により、情報の提供又は公表をしようとするときは、当該情報の提供又は公表に係る事業者に対し、あらかじめ、

その旨を通知し、意見の聴取を行うものとする。ただし、当該事業者が正当な理由なく意見の聴取に応じないとき、又は当該事業者の所在が不明で通知できないときは、この限りでない。

第 11 章 千葉県消費生活審議会

第 36 条 消費者施策を推進するため、市長の附属機関として審議会を置く。

2 審議会は、次に掲げる事務をつかさどる。

(1) 市長の諮問に応じ、消費生活に関する重要な事項について調査審議し、その結果を市長に答申すること。

(2) 第 23 条第 1 項の規定により市長から付された紛争についてのあっせん等を行うこと。

(3) 消費生活に関する重要な事項について調査審議し、市長に意見を述べること。

(4) 前 3 号に掲げるもののほか、この条例の規定により審議会の権限に属することとされた事項

3 審議会は、委員 15 人以内で組織する。

4 委員は、次に掲げる者のうちから市長が任命する。

(1) 学識経験者

(2) 消費者

(3) 事業者

(4) 関係行政機関の職員

5 審議会の委員の任期は、2 年とし、再任を妨げない。ただし、委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

6 審議会は、第 2 項第 2 号に掲げる事務を行うため、苦情処理部会を置く。

7 前項の規定により苦情処理部会の所掌に属することとされた事務については、苦情処理部会の決定をもって審議会の決定とする。

8 審議会は、第 6 項に定めるもののほか、専門の事項を調査審議するため、部会を置

くことができる。

9 審議会は、苦情処理部会その他の部会に専門委員を置くことができる。

10 審議会は、その所掌事務に関し、必要があると認めるときは、関係人その他の者に対し、出席を求めてその意見若しくは説明を聴き、又は必要な資料の提出を求めることができる。

11 前各項に定めるもののほか、審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

第 12 章 雑則

(委任)

第 37 条 この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、平成 18 年 7 月 1 日から施行する。

(経過措置)

2 この条例の施行の際現にこの条例による改正前の千葉県消費者保護条例(以下「改正前の条例」という。)第 19 条第 1 項の規定により締結されている消費者保護協定は、この条例による改正後の千葉県消費生活条例(以下「改正後の条例」という。)第 31 条第 1 項の規定により締結されている消費者支援協定とみなす。

3 この条例の施行の際現に改正前の条例第 20 条第 2 項の規定による申出に係る苦情は、改正後の条例第 22 条第 1 項の規定による申出に係る苦情とみなす。

4 この条例の施行の日前に改正前の条例の規定によりした手続その他の行為で改正後の条例中相当する規定があるものは、改正後の条例によりした手続その他の行為とみなす。

5 この条例の施行の際現に改正前の条例

第28条第1項に規定する千葉市消費生活対策審議会の委員である者は、この条例の施行の日に改正後の条例第36条第4項の規定により審議会の委員に任命されたものとみなす。この場合において、その任命されたものとみなされる者の任期は、同条第5項の規定にかかわらず、平成20年5月13日までとする。

附 則(平成26年3月20日条例第19号)
この条例は、平成26年4月1日から施行する。

5 消費生活関連用語集

大草谷津田いきものの里

昔ながらの谷津の自然を守り育て次代の子どもたちに引き継ぎ、市民が自然とふれあい学ぶ場として利用するため、土地所有者の方々の善意により期間を定めた協力に基づき整備したもの。平成 18 年 5 月に若葉区大草町にて施設が開設された。

家庭用品品質表示法

消費者が日常使用する家庭用品について、商品を購入する際に適切な情報が提供されるよう、品質に関し表示すべき事項や表示の方法等を定めた法律。

環境学習モデル校

「千葉県環境保全・創造の意欲の増進及び環境教育の推進に関する基本方針」に基づき、環境学習の活性化を図り環境教育を推進することを目的として、環境保全課と教育委員会が千葉市立の小学校及び中学校の活動を支援する制度においてモデル校として指定を受けた学校。

環境教育

持続可能な社会の構築を目指して、家庭、学校、職場、地域その他のあらゆる場において、環境と社会、経済及び文化とのつながりその他環境の保全についての理解を深めるために行われる環境の保全に関する教育及び学習（環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律第 2 条）。

観光農園

観光客等を対象に、農家が生産した農産物の収穫を体験させる農園。

くらしの巡回講座

消費生活センターが実施している出前講座。地域の集まりや講座・講演会などに講師を派遣し、最新の悪質商法とその対処法やくらしに役立つ消費生活情報等の講座を実施する。

計量法

計量の基準を定め適正な計量の実施を確保し、経済の発展および文化の向上に寄与することを目的とする法律。

健康づくり応援店

外食や惣菜などを利用する際に、自分に合った食事を選ぶことができるよう、以下の取り組み内容を通し、市民の健康づくりを応援する店。

- 1 栄養成分表示
- 2 健康に関する情報提供
- 3 ヘルシーメニューの提供（健康に配慮した料理を提供するお店）
- 4 ヘルシーオーダーの提供（健康に配慮した量の調整が可能なお店）
- 5 禁煙又は禁煙タイムの実施

国際理解教育

国際的視野に立って主体的に行動するために必要と考えられる資質・能力の基礎を育成することを目的とし、「異文化と共生できる資質や能力」、「自己の確率」、「コミュニケーション能力」など、国際化対応への3つの視点から行われる教育活動。千葉市の学校教育では、「人間理解・人権尊重」、「自国文化の理解」、「他国の異文化理解」、「表現力・コミュニケーション能力」に重きをおき、「生きる力」の育成を行う教育。

国民生活センター

消費者庁所管の独立行政法人。国民生活の安定及び向上に寄与するため、総合的見地から国民生活に関する情報の提供及び調査研究を行うとともに、重要消費者紛争について法による解決のための手続を実施することを目的とする。（独立行政法人国民生活センター法第三条）

こどものまちCBT

開催前の企画段階から、子どもが主体的に関与し、子どもたちだけで市役所をはじめ、お店や会社などを運営する「ごっこ遊び」の集合体として“まち”を運営するプログラム。参加する子どもたちは、“まち”のお店や会社で働き、対価として“まち”の中だけで通用するお金“カフェ”を使った買い物やCBT市長選挙などの疑似社会体験をする中で、協同作業や協議による課題解決を通して、社会へ参加することを学ぶ。

ごみ減量のための「ちばルール」

市民、事業者、行政の三者が、それぞれの役割と責任のもとで、ごみの発生抑制、再資源化の促進及び環境負荷の低減に取り組むための行動指針。

ごみ分別スクール

ごみ減量意識の向上や分別の実践行動を促すため、小学4年生を対象に、千葉市のごみの現状や分別方法、ごみ出しルールについての体験学習を行う。

持続可能な開発のための教育 (ESD:Education for Sustainable Development)

次世代も含む地球に住む全ての人々に対して、環境的、経済的、社会・文化的視点から、より質の高い生活をもたらすことのできる開発や発展を目指した教育。持続可能な未来や社会の構築のために行動できる者の育成を目的とする。

市町村消費者教育推進計画

市町村が国の基本方針や県の消費者教育推進計画（千葉県は未作成のため、考慮の必要はない）を踏まえ策定する消費者教育の推進に関する施策についての計画（努力義務規定）。（消費者教育推進法第10条第2項）。

市民農園

市民が自家用野菜・花の栽培、高齢者の生きがいつくり等の目的で利用する、小面積の農園。

市民法律講座

市民の法知識向上の一助となるよう、千葉県弁護士会との共催で市民生活に身近な法律問題を題材として開催する講座。

消費者教育推進地域協議会

都道府県及び市町村が消費者教育を推進するために設置する、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体などで構成される協議会（努力義務規定）。協議会では構成員相互の情報交換や調整を行うほか、消費者教育推進計画の作成又は変更に対し意見を述べる等の事務を行う（消費者教育推進法第20条）。

消費者教育推進法

消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、国民の消費生活の安定及び向上に寄与することを目的とするため、定義や基本理念、国や地方公共団体の責務等を定めた法律。

平成24年12月に施行。

消費者教育の推進に関する基本的な方針

消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項、消費者教育の推進の内容に関する事項、関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項等、消費者教育の推進に関する基本的な方針を定めたもの（消費者教育推進法第9条）。

平成25年6月に閣議決定。

消費者志向経営

事業者が、顧客・社会からの信頼を獲得し維持するために、法令遵守の視点に加え、消費者の立場にたった事業行為を行うこと。具体的には、日頃から社内外のリスク情報を収集する手段を講じて、リスク情報への感度を上げ、迅速かつ適切な対応が図れる体制を構築する他、各々の消費者の立場にたった事業を展開すること。消費者の立場にたった事業とは、高齢者の特性に配慮した契約方法の導入や読みやすい契約書の作成などがあげられる。

消費者庁

従来の縦割りの体制に対する消費者行政の「一元化」を実現するため、消費者庁及び消費者委員会設置法に基づき、平成21年9月に発足した行政機関。消費者行政の「舵取り役」として、消費者が主役となって、安心して安全で豊かに暮らすことができる社会を実現することを使命としている。

消費生活センター情報プラザ

消費生活センターの1階にあり、食・暮らし・環境のほか、センターで発行している「暮らしの情報いずみ」や消費生活に関する講座・講演会のお知らせのチラシ等消費生活に役立つリーフレット、パンフレットを設置している。また、はかりに関する資料の展示も実施している。

消費生活センター資料情報コーナー

消費生活センターの2階にあり、千葉市在住・在勤・在学の方に対して、消費生活に関連する図書・雑誌・新聞をはじめ、ビデオ・DVDの貸し出しを行っている（貸出期間2週間）。

消費生活用製品安全法

一般消費者の利益の保護を目的として、消費生活用製品による一般消費者の生命又は身体に対する危害の発生の防止を図るため、特定製品の製造及び販売を規制するとともに、特定保守製品の適切な保守を促進し、併せて製品事故に関する情報の収集及び提供等の措置について定めた法律。

情報モラル教育

情報社会において互いが責任を持って、正しく安全に情報を利用し生活するための基となる考え方や態度を身につけさせる教育。

食育

生きる上での基本であって、知育・徳育・体育の基礎となるべきもの。様々な経験を通じて「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することができる人間を育てる食育の推進が求められている（食育基本法前文）。

食育のつどい

健康支援課が関係機関・団体と連携し、毎年6月に開催する食育に関するイベント。

食生活改善推進員（ヘルスマイト）

「私たちの健康は私たちの手で」をスローガンに、食を通して地域の健康づくりのためのボランティア活動を行う者。

職場体験学習

生徒が事業所などの職場で働くことを通じて、職業や仕事の実際について体験したり、働く人々と接したりする学習活動。

食品表示法

食品を摂取する際の安全性及び一般消費者の自主的かつ合理的な食品選択の機会確保を目的として、食品衛生法、JAS法（農林物資の規格化等に関する法律）及び健康増進法の食品の表示に関する規定を統合して食品の表示に関する包括的かつ一元的なものとするため制定された法律。

成年後見制度

認知症や知的障害、精神障害等の精神上の障害によって判断能力が十分でない方について、配偶者や親族などからの申し立てに基づき、家庭裁判所が、本人の権利を守る「成年後見人」等を選ぶことにより、本人を法律的に擁護する民法上の制度。

体験農園

講師の指導のもと、種まき、苗の植え付け、栽培管理、収穫など作物を作る過程も楽しめる農園。

第2次千葉市消費生活基本計画

本市において、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、取り組むべき施策の基本方針と具体的内容を明らかにしたもの。平成24年度から28年度までの5か年計画。

地域防犯連絡会

「千葉市内の防犯への協力に関する覚書」締結者、市、警察の情報交換の機会を設けることにより、協働して安全で安心なまちづくりを推進することを目的として開催するもの。

地産地消

地元で生産された農産物を地元で消費しようとする取り組み。農家とふれあう機会が増えるため、生産者と消費者を結ぶことにつながる。他にも環境保全に役立ち、食料自給率及び農家所得の向上が期待できる。

ちばくりん

ごみ減量に関する啓発を行うために、市内の各大学の学生が集まって結成されたボランティアグループ。

ちばし安全・安心メール

市民の防犯意識向上を図るとともに、災害に対する備え等を促すために、防犯・防災に関する情報を、電子メールにより市民に提供するサービス

千葉市高齢者等悪質商法被害防止ネットワーク会議

悪質商法による高齢者及び障害者の消費者被害の防止等を適切に実施するために、設置されたネットワーク会議。千葉市の関係機関及び団体が情報共有や意見交換を行う。

千葉市産農産物生産者（千葉市産農産物生産者認証制度）

地産地消の一環として、生産者の顔が見える農業の実現を目的に、消費者が一目で「千葉市産」を確認できるよう表示化を図る「千葉市産農産物生産者認証制度」において、新鮮で安心な千葉市産農産物を生産する生産者として認証を受けたもの。

ちばし消費者応援団

千葉市において消費者教育に関する活動を継続的に行っている団体が登録できる制度。消費生活センターの利用や、ステッカーの提供、市ホームページでの紹介の他、消費者教育に役立つ情報の提供を受けることができる。

千葉市消費生活審議会

消費者施策を推進するため、市長の附属機関として設置された審議会では、学識経験者、消費者、事業者及び関係行政機関の職員より構成される。市民の消費生活の安定と向上に関する重要な事項について調査審議等を行う（千葉市消費生活条例第36条）。

千葉県消費生活条例

市民の消費生活の安定と向上を図ることを目的として、消費者の利益の擁護と増進に関し、市が実施する施策について必要な事項を定めた条例。

千葉県食品衛生監視指導計画

飲食に起因する衛生上の危害の発生を防止し、市民の健康保護を図るため、平成 16 年度から毎年度策定している計画。計画に基づき、飲食店や食品製造施設、食鳥処理施設などの監視指導を行うほか、市内に流通する食品等の試験検査を実施する。

千葉県多重債務者支援庁内連絡会議

国が策定した「多重債務問題改善プログラム」を踏まえ、庁内関係各部署が共通の認識を持ち、連携して多重債務者の支援に取り組むことを目的とした会議体。

千葉県地域防犯ニュース

ちばし安全・安心メールで配信した一週間単位の犯罪発生件数や防犯対策に関する情報をホームページに掲載するもの。

千葉県地球温暖化対策地域協議会（ちばし温暖化対策フォーラム）

市民・事業者の地球温暖化対策を推進するため、平成 16 年 10 月に設立された協議会で、市民、事業者、学識経験者、学校関係者、環境 N P O、地球温暖化防止活動推進員、千葉県地球温暖化防止活動推進センターなどから構成される。

ちばし環境フェスティバルやちばし地球環境保全セミナー等を通して、市民・事業者への地球温暖化対策等に関する啓発や再生可能エネルギーに関する知識の普及を実施している。

千葉県防犯アドバイザー

防犯に関する専門的知識を有し、次に掲げるテーマのうち一つ以上について、市民団体等に対して講話及び指導を実施できる者として市の登録を受けている者。

- 1 住まいの防犯対策に関すること
- 2 公共空間における防犯対策に関すること
- 3 子どもの安全確保に関すること
- 4 その他防犯に関すること

ちばっ子商人育成スクール

地域産業の振興施策の一環として、産業人材の育成を図るため、特に、次世代を担う子ども達へのアントレプレナーシップ（起業家精神）の喚起・涵養を目的として、大学や地元商店、企業等と連携し、ものづくりの楽しさや先端科学に触れる機会の創出等、起業体験に関する教育を行うもの。

電気用品安全法

電気用品による危険及び障害の発生を防止することを目的として、電気用品の安全性の確保につき民間事業者の自主的な活動の促進、電気用品の製造、輸入、販売の規制について定めた法律

生ごみ資源化アドバイザー

千葉市において次に掲げる条件のいずれかを満たし、生ごみ資源化アドバイザーの登録手続きを行った者。登録者は町内自治会・学校・市民活動団体及び事業者等が行う、生ごみの減量及び資源化推進を目的とした活動を対象に適切な助言・技術指導等を行う。

- 1 生ごみ資源化アドバイザー養成講座の受講者
- 2 技術士法（昭和58年法律第25号）第32条第1項に規定する登録をした技術士
- 3 生ごみ減量処理機の製造又は維持管理に従事した期間が通算して3年以上ある者
- 4 その他市長が認める者

認知症サポーター養成講座

認知症の正しい知識と理解を広めるために、町内会、学校、商店会、職場、有志の集まりなどを対象として開催する講座。

農山村留学

農林漁業の体験活動や多くの人たちとの交流等を通して、自主性・社会性を養う目的で、小学6年生を対象に実施するもの。

ヒートアイランド現象

都市の中心部の気温が郊外に比べて島状に高くなる現象

フェアトレード

発展途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することを通じ、立場の弱い発展途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す貿易の仕組み。フェアトレード商品の購入は、児童労働の撲滅や低賃金の改善、農薬使用料の少ない原料を使った商品の流通につながります。

へらそうくんルーム

3R（リデュース、リユース、リサイクル）への興味・関心を高めるため、保育所（園）や幼稚園に通う未就学児を対象に、3R啓発紙芝居の読み聞かせや分別ゲーム等を実施する。

防犯パトロール隊

住民により構成され、定期的に防犯パトロール活動を行っている団体。

6 消費生活関連年表

西暦	昭和/平成	【千葉市のあゆみと消費者行政の沿革】 消費生活行政の沿革	【国の社会情勢・出来事】 消費者行政関連の出来事及び法施行等
1963	38	市庁舎完成（長洲一丁目）	
1964	39	人口30万人突破 経済部商工水産課に計量係が設置される。	東海道新幹線開通 東京オリンピック開催
1965	40	東千葉駅開業	日韓基本条約を締結
1966	41	経済部商工水産課に消費経済係が設置される。	日本の総人口が一億人突破 いざなぎ景気
1968	43	人口40万人突破	「消費者保護基本法」施行 カネミ油症事件
1969	44	土気町を編入（合併）	「地方自治法」改正（地方公共団体として消費者保護を明示）
1970	45	市庁舎が千葉港に移転、あわせて市制50周年記念式典を挙げる。 機構改革により、新たに経済部消費対策課が設置され、調査係・指導係・計量係が置かれる。	日本万国博覧会開催 国民生活センター設立
1971	46	人口50万人突破	
1972	47		札幌オリンピック開催 沖縄返還 日本国政府と中華人民共和国政府の共同声明調印
1973	48	第28回国民体育大会（若潮国体）夏季大会開催	第一次石油危機（物価の高騰、洗剤・トイレットペーパー等の物不足） 「生活関連物資等の買占め及び売り惜しみに対する緊急措置に関する法律」及び「国民生活安定緊急措置法」施行
1974	49	人口60万人突破	「消費生活用製品安全法」施行
1976	51	千葉開府850年式典挙行	「訪問販売等に関する法律」施行 サラ金被害が社会問題化
1977	52	人口70万人突破	
1978	53	機構改革による所管換え・名称変更により市民生活消費生活課になる。 同時に計量係が計量検査所となる（三類事業所）。	日本国と中華人民共和国との間の平和友好条約調印 消費者保護基本法施行十周年を記念して5月30日を「消費者の日」とする。
1979	54		第二次石油危機 金の先物取引で被害続出
1981	56	市制施行60周年記念式典挙行	
1983	58		「貸金業規制法」施行
1984	59		「割賦販売法」改正（抗弁権の接続）
1985	60	動物公園開園 消費生活課が市役所本庁舎から中央コミュニティセンター3階に移転する。 消費生活センターがオープン	日本電信電話公社・日本専売公社が民営化、日本電信電話（NTT）、日本たばこ産業（JT）の発足 豊田商事事件（金の「現物まがい商法」）が社会問題化
1986	61	国鉄京葉線（千葉みなと～西船橋間）開通（現JR京葉線）	若者、高齢者対象の悪質商法増加
1987	62	人口80万人突破 機構改革により、経済農政局経済部消費生活課に所管換えとなる。	国鉄分割民営化によるJRグループの発足 この年からバブル景気（平成景気）が始まる。 靈感商法横行
1988	63	千葉都市モノレール開業（スポーツセンター～千城台間） 消費生活課が中央コミュニティセンター1階に移転する。	
1989	元	「平和都市宣言」	昭和天皇、崩御 皇太子が天皇即位。元号が平成に改められる。 消費税3%導入
1990	2	市制施行70周年記念式典挙行 消費生活センターを設置（二類事業所）。 「千葉市消費者保護条例」を公布、施行する。	
1991	3	千葉都市モノレールがJR千葉駅に乗り入れ。	初の自衛隊海外派遣（海上自衛隊のベルシャ湾派遣） ソ連崩壊 牛肉・オレンジ輸入自由化スタート
1992	4	全国12番目の政令指定都市としてスタート、各区役所業務開始。	バブル崩壊
1993	5	人口85万人突破	コメ不足、コメ緊急輸入 マルチ、マルチまがい商法の被害増加
1994	6	「千葉市情報公開条例」施行	
1995	7	千葉都市モノレール、千葉みなと～千葉駅間開業 機構改革により、消費生活課が「市民局生活文化部」に所管換えとなる。	阪神・淡路大震災発生 地下鉄サリン事件発生 「製造物責任法」（PL法）施行
1996	8	「千葉市個人情報保護条例」施行 第一回市民の日記念式典開催	改正「訪問販売法」施行（電話勧誘販売、連鎖販売の取引ルール適正化のため）
1997	9		消費税5%に引き上げ
1998	10		長野オリンピック開催
1999	11	千葉都市モノレール千葉駅～県庁前駅間開通 機構改革により、消費生活課と消費生活センターが統合され、市民局生活文化部消費生活センターとなる。	
2000	12	「千葉市情報公開条例」全部改正 千葉市新総合ビジョン（ちば・ビジョン21）を策定	「地方分権一括法」施行

西暦	昭和/平成	【千葉市のあゆみと消費者行政の沿革】	【国の社会情勢・出来事】
		消費生活行政の沿革	消費者行政関連の出来事及び法施行等
2001	13		「消費者契約法」施行 「金融商品販売法」施行 改正「JAS法」施行（加工食品、遺伝子組換え、玄米・精米に関する表示の義務化） 「家電リサイクル法」施行 「特定商取引に関する法律」施行 「電子消費者契約法」施行 BSE問題発生
2002	14	人口90万人突破 「暮らしのプラザ」がオープン。消費生活センター・計量検査所が移転する。	日韓サッカーワールドカップを開催 食品偽装表示事件等の多発
2003	15		「食品安全基本法」施行 自動車メーカーによる虚偽報告、リコール隠し 米国でBSE感染牛の確認、同国からの牛肉等の輸入停止
2004	16		「消費者基本法」施行 架空請求・不当請求問題、振り込み詐欺被害の多発
2005	17	「千葉市個人情報保護条例」全部改正	日本の総人口の減少が始まる。 悪質な住宅リフォーム問題、耐震偽装問題、多重債務問題の深刻化 「個人情報の保護に関する法律」全面施行
2006	18	「千葉市消費者保護条例」を全部改正し、「千葉市消費生活条例」を公布、施行する。	「預金者保護法」施行 製品事故の顕在化、シュレッダーによる指切断事故、シンドラ-社エレベーター事故
2007	19	消費生活センターの内部組織の指導相談係を相談啓発係と変更する。	金融庁「多重債務問題改善プログラム」策定 改正「消費生活用製品安全法」施行 ミートホープ事件等の食品偽装表示事件の発覚、こんにやくゼリーによる窒息事故の顕在化
2008	20	千葉市消費生活基本計画を策定する。 多重債務者特別相談開始。	中国冷凍ギョウザ問題 事故米穀不正規流通問題
2009	21	人口95万人突破	「消費者安全法」施行 消費者行政活性化基金活用による消費生活相談窓口の機能強化のための各種事業実施 消費者庁・消費者委員会発足
2010	22	第65回国民体育大会（ゆめ半島千葉国体）及び第10回全国障害者スポーツ大会（ゆめ半島千葉大会）開催	改正「貸金業法」完全施行
2011	23	千葉市新基本計画策定	東日本大震災発生 生食用牛肉で集団食中毒発生
2012	24	市民局市民生活文化部が市民局生活文化スポーツ部に名称変更	「消費者教育の推進に関する法律」施行
2013	25	計量検査所が消費生活センターに統合される。	「特定商取引に関する法律」改正（訪問購入の追加） ホテル、百貨店、レストラン等における食品表示等の不正事案多発
2014	26	家庭用ごみ手数料徴収制度がスタート	消費税5%から8%に変更 中国の工場における使用期限切れ鶏肉加工食品問題が発覚
2015	27		「食品表示法」施行（新たな食品表示制度） 消費者ホットラインが3桁化し「188」になる 分譲マンションの基礎杭データ改ざんが発覚、大手企業への不信感高まる
2016	28	千葉開府890年式典挙行	改正「消費者安全法」施行（地域の見守りネットワークの構築等）

第3次千葉市消費生活基本計画

発行 平成29年 月

編集・発行 千葉市 市民局 生活文化スポーツ部 消費生活センター

〒260-0045 千葉市中央区弁天1-25-1

電話 043-207-3602

F A X 043-207-3111

電子メール shohi.CIL@city.chiba.lg.jp

