

総合的に取り組む課題

暮らしの安全・安心と、消費者の選択の機会の確保

総合的に取り組む5つの課題

- 1 食の安全・安心の確保
- 2 商品・サービスや契約・取引の安全・安心の確保
- 3 個人情報の保護
- 4 生活必需商品の安定供給
- 5 環境やユニバーサルデザインを意識した消費生活の促進

消費生活の安全・安心は、衣食住すべてにかかわる課題です。

食の安全はもとより、商品やサービスの安全や取引における公正の確保は、消費者の生命・身体・財産に大きな影響を与える重大な事項であり、消費者の権利擁護のための基本となるものです。また、消費生活における安全・安心が確保され、消費者に必要な情報を明確に分かりやすく提供されることにより、消費者の自主的な選択の機会が確保され、市場への信頼を高め、消費生活の向上につながります。

そこで、本基本計画において、広範な分野にわたる消費生活の安全・安心の確保と向上を図るための施策等について、既存の各種計画等を踏まえながら、消費者主役の視点から体系化し、施策推進の充実を図ります。

県は、各種法令等を踏まえ、事業者に対する監視・指導等を実施し、特に、悪質な事業者に対しては、迅速かつ適切な行政処分等を実施します。

併せて、事業者や事業者団体等の安全・安心に向けた自主的な取組を促進します。

さらに、行政の各機関、消費者・消費者団体、事業者・事業者団体等が連携・協働して取組を進めるための体制整備を図ります。

また、様々な取組の推進に当たり、高齢者や障害のある人、外国人等に配慮した取組を進めます。

事業者は、法令を遵守した事業活動を行い、消費者の安全及び取引における公正を確保することや、消費者に分かりやすい形で必要な情報を提供すること等に取り組むとともに、苦情処理体制の整備や自主行動基準の作成など、消費者の信頼を確保するよう努めます。

事業者団体には、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、苦情処理体制の整備、自主行動基準の作成支援、その他消費者の信頼を確保するための活動が求められます。

特に、悪質事業者の排除や、優良な事業活動を行う事業者についての情報提供等は、事業者団体にとっても、消費者の信頼を確保するうえでの重要事項として、自主的な取組を進めることが期待されます。

消費者は、「自立し、考え、行動する消費者」として行動し、自ら悪質商法等の被害にあわないようするだけでなく、市場を監視し、さらには経済環境等に良い影響を与えていくよう努めることが期待されます。

また、消費者・消費者団体が、自ら進んで、必要な知識を修得し、必要な情報を収集・提供し、さらには、意を表明することも重要です。

総合的課題 1

食の安全・安心の確保

取組の方針

食の安全・安心を揺るがす事件が続発していることなどにより、消費者の「食」への関心と不安が高まっています。

本基本計画策定に向けたタウンミーティング等でも、「食」をテーマとしたグループに一番多くの参加があり、たくさんのご意見をいただきました。

消費者から、事業者や表示への不信や、検査体制の強化等の意とともに、「千葉の農業者を応援したい」、「千産千消が大切」、「消費者も安全に関するコストを負担すべき」という意も出されました。

事業者から、消費者の「食」や「表示」に関する基本的な知識が不足している事例等の指摘もありました。

さらに、消費者と生産者、流通事業者、小売業者や飲食店等従事者との情報や意交換の場が必要との意も多くいただきました。

このような状況や食の安全確保の重要性を踏まえ、県として「食の安全・安心の確保」に向けた取組を、重点的に実施していきます。

なお、食の安全・安心については、「千葉県食品等の安全・安心の確保に関する条例」が平成18年に施行され、これに基づき、平成19年3月に、「千葉県食品等の安全・安心の確保に関する基本方針」を定めました。

また、食育についても、平成20年11月に「食育基本法」に基づく県食育推進計画である『元気な「ちば」を創る「ちばの豊かな食卓づくり」計画』を策定しました。

現在、これらに基づいて様々な施策が推進されており、この基本計画においては、これらの指針や計画とも連動を図り、消費者の安全・安心や多様な選択肢の確保に向けた施策を推進していきます。

また、高齢者や子ども、障害のある人、外国人、施設入所者等、消費者の特性に配慮した取組を促進していきます。

1 総合的な食の安全・安心の確保に関する取組の推進

□食の安全と安心の確保に向け、県、消費者、食品関連事業者などすべての関係者の協働による総合的な取組の推進

「千葉県食品等の安全・安心の確保に関する基本方針」に基づき、生産から消費者に至る各段階での施策を着実に実施し、消費者や食品関連事業者、県など、全ての関係者が協働して、食の安全と安心の確保を図ります。

2 監視指導の強化と自主管理体制の促進

□食品や飲料水等について、安全性を確保するための監視指導の実施

食品の安全の確保を図るため、本県の地域の実態を踏まえた「食品衛生監視指導計画」を毎年度作成し、食品衛生業施設等への効果的な監視指導を行うとともに、食品に含まれる添加物・残留農薬、遺伝子組換え食品、アレルギー物質等の検査を行い、違反食品等の排除に努め、その結果を公表します。

また、輸入食品については、第一義的には国が安全性を確保するものですが、輸入時に検疫所で行う検査に加え、県でも県内を流通する輸入食品について検査し、違反を発した場合には、国と連携し速やかに違反食品等の排除に努め、食品の安全・安心を確保します。

さらに、食肉として流通する家畜・家きん肉の衛生検査や牛のBSE検査等を的確に実施するとともに、と畜場及び食鳥処理場の衛生指導を行い、県内で処理される食肉・食鳥肉の安全確保に努めます。

また、専用水道・小規模専用水道等の水道施設に対して安全な飲料水の供給を確保するため、水質基準の適合、施設の維持管理等について計画的な監視指導を実施します。

併せて、「おいしい水づくり計画」に基づき、安全でおいしい水の供給を推進します。

さらに、飲用井戸の所有者に対して、定期的な水質検査の実施及び衛生管理の啓発を図ります。

□食品事業者に対する講習会の開催や情報の提供等

食品衛生の維持向上を図るためには、食品事業者自らの自主衛生管理の徹底が不可欠

であることから、講習会の開催や食品衛生に関する情報の提供等により自主衛生管理を促進します。

□食品の自主回収に関する情報提供の取組への支援

食品関連事業者が食品の自主回収を行う際、県民への情報提供の取組を支援し、その自主回収情報については、県ホームページに掲載するとともに、自主回収情報メール（チーバくん食の安全安心情報メール）で発信します。

3 食の安全・安心のための啓発と情報発信

□リスクコミュニケーションの推進

消費者や食品関連事業者、県等関係者が、食の安全・安心にかかわる取組を協働して進めていくため、分かりやすい情報の提供や意の交換を行うリスクコミュニケーションを推進します。

□食品の安全情報の発信や食の安全・安心に関する出前講座等の実施

「食の安全・安心に関する意交換会」等の開催、及び「食の安全安心レポート」の定期的な発行や、県ホームページに開設した「食の安全・安心電子館」を通じて、積極的に食品の安全情報を発信します。また、分かりやすく情報を提供するため、食の安全・安心に関する出前講座等を実施します。

□食中毒発生や有害物質に汚染された食品の流通があった場合等の迅速な注意喚起等の実施

食中毒の発生や有害物質に汚染された食品の流通があった場合は、マスコミ等を通じ迅速に消費者への注意喚起や情報提供に努め、併せて県ホームページにも掲載します。

4 食品表示の適正化の推進と分かりやすい表示についての検討

□食品の適正表示の指導徹底

食品販売店舗等の調査・検査の実施や、農林水産物表示セミナーの開催、千葉県食品表示ウォッチャーの設置等により、食品の適正表示の徹底を図ります。

また、健康食品についても、表示についての指導や啓発を行います。

□消費者にとって分かりやすい表示のあり方等についての調査・研究

消費者や事業者等と連携し、消費者にとって分かりやすい表示のあり方等について、調査・研究します。

5 千産千消と食育の推進

□「千産千消」・「旬産旬消」の推進

農林水産業全般にわたって優れた品質のものを十分な量供給できる本県の強みを最大限にいかし、新鮮でおいしい、安全・安心な県農林水産物を提供し、「千産千消」・「旬産旬消」を推進します。

□「ちばの食育推進県民運動」として、「ちばの豊かな食卓づくり」の推進

『元気な「ちば」を創る「ちばの豊かな食卓づくり」計画』に基づき、県民、食育活動者、企業、行政等の関係者が一体となった県民運動として「ちばの食育」を推進していきます。

【指標】

上位指標：食の安全・安心の確保

指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
食について、あまり不安を感じないという県民の割合	16.2% (21年度)	25% (25年度)

1 総合的な食の安全・安心の確保に関する取組の推進

	指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
i	チーバくん食の安全安心情報メール会員数	435 (20年度)	1,000 (25年度)

2 監視指導の強化と自主管理体制の促進

	指 標 項 目	現 状 (基準年)	目 標 (目標年度)
i	食品営業施設の監視指導実施件数	79,939 件 (19年度)	75,000 件 (25年度)
ii	食品検査による違反件数	国外産 0 件 国内産 11 件 (19年度)	国外産 0 件 国内産 8 件 (25年度)
iii	食品衛生関連講習会の出席者数	48,149 件 (19年度)	55,000 件 (25年度)

3 食の安全・安心のための啓発と情報発信

	指 標 項 目	現 状 (基準年)	目 標 (目標年度)
i	ホームページ「食の安全・安心電子館」へのアクセス数	18,000 件 (20年度)	25,000 件 (25年度)

4 食品表示の適正化の推進と分かりやすい表示についての検討

	指 標 項 目	現 状 (基準年)	目 標 (目標年度)
i	食品販売店等における食品品質適正化表示率 (JAS表示)	61% (19年度)	70%以上 (25年度)

5 千産千消と食育の推進

	指 標 項 目	現 状 (基準年)	目 標 (目標年度)
i	食育に関心のある県民の割合	76.2% (18年度)	90%以上を 目指します。 (22年度)

検討委員から一言

食品の偽装表示、中国産冷凍ギョウザ事件、食品への異物混入等、食の安全・安心を根本から揺るがすような事件・事故が昨今、頻繁に発生しております。

また、「少子・高齢化の急激な進展、携帯電話、パソコン等ITの一般家庭への普及、地球温暖化の問題」等、大きな社会環境の変化により、消費者問題は大変に複雑化しております。

わたしたち消費者基本計画策定検討委員会のメンバーは民生委員、消費生活相談員、司法書士、弁護士、学校教諭、事業者団体、商工団体等、様々な分野の方々に構成されました。

そして、委員会では各委員がそれぞれの立場で現状の消費者問題に関する問題点について発言を行い、限られた時間の中で活発な意見交換を行いました。

また、委員相互の意見交換だけではなく、県内各地の消費者とのタウンミーティングにおいて、消費者問題に関する地域の消費者の皆様の生の声を吸い上げることにより、貴重なご意見を多数いただきました。

タウンミーティングでは、それぞれの地域の消費者、団体、事業者、自治会等が連携してタウンミーティングの実行委員会を組織し、現在地域で問題となっている「消費者に関する諸問題」について、実行委員会メンバーと参加者間で活発な意見交換を行いました。

幾度のタウンミーティングを通して、「食の安全・安心」や「環境問題」についての消費者の問題意識の高さを非常に強く感じました。

事業者としても、この計画に従って、今後、着実な取組を行っていかねばならないと思っております。

尚、この計画の目標達成期間は5年間となっておりますが、この計画が出来たからといって、すぐに消費者問題が全て解決するわけではありません。県や行政の対応を待っているだけでは、計画は進みません。

消費者・地域・生産者・事業者がこの計画をきっかけにして、それぞれが、自らの責任として主体的に計画に取り組んでいかなければなりません。

計画された取組計画が一步一步、着実に実行され、より良い消費生活が営まれるようになることを祈念いたしております。

(柳 啓史)

総合的課題 2

商品・サービスや契約・取引の安全・安心の確保

取組の方針

「自立し、考え、行動する消費者」が、それぞれの価値観に基づいて、自主的な選択を行うためには、商品等が安全であることはもちろん、判断基準となる情報、つまり、商品等の規格や表示、広告などが適正に行われていることが前提となります。

また、契約・取引に当たっても、事業者が重要事項を告げない、脅しやその他様々な方法で消費者心理につけこむというようなことがあっては、消費者は、自主的かつ合理的な選択をすることができません。

しかし、虚偽の表示や不当な取引行為によるトラブルや被害が多く発生し、商品等の欠陥や誤使用により、消費者が危害を被る事故も起こっています。

そこで県では、適正な事業活動や情報提供の促進、さらには、消費者からの相談体制の整備など、消費者の権利が尊重され、消費者が安全に安心して、それぞれのライフスタイルや価値観に基づいた消費行動がとれるような環境整備に向けた取組を推進します。

また、県では、医療や福祉サービスについて、平成20年度に、「健康ちば21」、「千葉県保健医療計画」、「千葉県地域福祉支援計画」の直しを行い、健康づくりと、医療、福祉が連動する施策展開を図っています。

さらに、「次世代育成支援行動計画」や「第四次千葉県障害者計画」、「高齢者保健福祉計画」等に基づき、各種福祉サービスの量と質の充実に向けた施策を推進しています。

住生活についても、「千葉県住生活基本計画」を策定し、各種施策を推進しています。

本基本計画においては、これらの計画と連動し、医療や福祉サービスに関しても、消費者の安全・安心や選択肢の確保に向けた取組を進めます。

また、これら施策の推進に当たっては、高齢者や障害のある人、外国人等、商品やサービスについての情報が得にくく、取引等において特に不利な立場に置かれやすい人について配慮した取組を進めます。

施策展開の方向と具体的な取組

1 事業者に対する指導の充実・強化と、適正な事業活動を推進するための支援

□各種法令等に基づく関係事業者に対する指導等の充実・強化

消費者に被害を及ぼす悪質商法等に迅速に対応するため、情報の集約や提供を図るとともに、悪質事業者に対しては、特商法や消費生活条例などの関係法令を厳正に適用して、指導や行政処分、事業者名の公表等を行います。

また、消費者に身近な生活用品の安全確保のため、「消費生活用製品安全法」に基づく特定製品及び特定保守製品については、市町村と連携し、監視指導の状況を把握するとともに、安全性確保のために必要な事項等について、事業者や消費者に周知を図ります。

さらに、理容・美容、クリーニング等の役務についての安全性を確保するため、生活衛生施設の監視指導を行います。

取扱を誤ると大きな事故につながりかねない液化石油ガスについて、販売所の検査、指導など、保安対策を推進します。

さらに、知事登録の旅行業者等に対し、「旅行業法」の遵守についての啓発を行うとともに、苦情の多い旅行業者等に対しては、立入検査等により指導監督を行います。

□適正な事業活動の促進

事業者に対する啓発や情報提供等により、事業者の知識の向上や法令遵守への取組を図り、適切な事業活動を促進していきます。

2 商品・サービスの規格・表示・包装・計量等の適正化の推進

□各種法令に基づく商品・サービスの規格・表示・包装・計量等の適正化の推進

適正な商取引を確保し、消費者の適切な選択の確保を図るため、各種法令に基づき、商品・サービスの規格・表示・包装・計量等の適正化を推進します。

3 医療・福祉サービスに関する安全・安心の確保

□医療・福祉サービスについての安全・安心の確保

消費者の生命や健康にかかわる医療サービスや、措置からサービスへと転換した福祉サービスについては、特に安全・安心の確保が求められています。

そこで、地域における効率的な医療提供体制の整備を進めます。

また、医療施設の検査を実施するとともに、医療機関における医療安全管理のための委員会の設置や、職員研修など医療安全体制の整備を推進します。

さらに、院内感染に精通した医師などで構成される院内感染地域支援ネットワークを構築し、最新の科学的根拠に基づいた院内感染対策を実施します。

併せて、医療機関におけるインフォームドコンセントの実践や、患者の求めるセカンドオピニオンへの協力等を積極的に推進します。

加えて、医薬品の安全性の確保にも努めます。

また、健康危機管理体制を強化するとともに、発生が危惧されている新型インフルエンザ対策を強化するなど、健康危機対策の一層の整備を図ります。

さらに、福祉サービスについては、有料老人ホーム等福祉や介護施設などの安全・安心の確保のため、事業者への監査指導等を行います。

□関係団体等と連携した情報提供、相談体制の充実

「千葉県医療安全相談センター」や、「小児救急電話相談」など医療相談体制の充実を図ります。

また、関係団体と連携し、医療機関についての情報を分かりやすく提供していきます。

さらに、薬事アドバイザーによる医薬品等の相談や啓発を行います。

加えて、福祉サービスの第三者評価や介護情報サービス、地域密着型サービス外部評価等について、情報を提供していきます。

医療、福祉の相談体制については、特に、相談者の特性やニーズを踏まえ、充実を図っていきます。

4 住まいに関する安全・安心の確保

□住まいについての安全・安心の確保

住宅について、安心して良質な住宅の維持管理を促進する環境整備を推進します。

また、高齢者や、障害のある人、子育て世代や外国人等の区別なく、誰もが安心して住まうことのできる環境づくりについて検討し、推進します。

さらに、建築物の安全確保のため、関係機関・団体と協働で、建築主や建築技術者等に対して指導等を行います。

併せて、リフォーム業者や宅地建物取引業者の資質向上に向けた指導や啓発等を行います。

□事業者団体等と連携した情報提供、相談体制の充実

市町村や関係事業者団体等と連携し、相談窓口や広報を通じた情報提供を行うとともに、相談体制の充実を図ります。

5 危険な製品やサービス等についての情報提供

□国や市町村、関係機関と連携した迅速な情報提供

商品等の欠陥や誤使用により、消費者が危害を被る事故が発生していることから、商品等について消費者に危害が生じるおそれがある場合は、国や国民生活センター、製品評価技術基盤機構（NITE）など製品事故原因究明機関と連携し、速やかに調査を行い、迅速に情報を提供します。

□多様化・ハイリスク化する金融商品等についての消費者トラブル防止のための情報提供や啓発の推進

近年、新しいタイプの金融商品が続々と登場し、仕組みが複雑な取引やハイリスク・ハイリターンの商品なども増えています。

このようななかで、取引の知識や経験のない高齢者等を狙い、高額な被害を与える悪質な手口も目立ってきています。

こうした消費者被害を防止するための情報提供や啓発を推進していきます。

□IT化やグローバル化の進展などによる新たな消費者トラブル防止のための情報提供や啓発の推進

IT化やグローバル化の進展により、ワンクリック詐欺やフィッシング詐欺、ネットオークション等による消費者トラブルなどが発生しています。

また、携帯電話等により、子どもが消費者トラブルに巻き込まれることも少なくありません。

こうした社会の変化のなかで新たに生じる消費者被害を防止するため、情報提供や啓発を推進していきます。

6 多重債務問題対策の促進

□「千葉県多重債務問題対策本部」における多重債務問題対策への取組の充実

重篤な事態に陥ることが多く、社会問題となっている多重債務問題について、弁護

士会、司法書士会、支援団体や、国・市町村・警察等で構成する「千葉県多重債務問題対策本部」において、行政と関係団体が一体となって、対策を推進していきます。

□市町村や関係機関と連携・協働した多重債務者等への支援、多重債務の発生防止に向けた取組の推進

多重債務者の相談対応や生活再建に向けた支援や発生防止に向けた取組等について、市町村や関係機関と連携・協働して推進していきます。

□貸金業者への指導やヤミ金融の取締りの実施

多重債務問題の防止のため、警察と連携し、貸金業者の指導やヤミ金融の取締りを実施していきます。

7 成年後制度の活用等、権利擁護のための取組の促進

□相談窓口の連携強化

高齢者や障害のある人などが、判断能力が不十分なことにより、悪質事業者に標的にされるなどの被害が増えていることから、消費生活相談窓口と、地域包括支援センターや中核地域生活支援センター等との連携を強化し、成年後制度や福祉サービス等の円滑な活用につなげるなど、権利擁護のための取組を促進します。

□成年後制度等についての広報・啓発

高齢者等の権利を擁護し、消費者被害を防止するため、成年後制度についての広報・啓発を行います。

【指標】

上位指標：商品・サービスや契約・取引の安全・安心の確保

指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
契約や取引において、あまり不安を感じないという県民の割合	26.5% (21年度)	40% (25年度)

1 不当な取引を行う事業者に対する指導の強化

	指 標 項 目	現 状 (基準年)	目 標 (目標年度)
i	特商法及び条例に基づき行った事業者指導・行政処分件数	2 件 (20年度)	適正に実施します。 (25年度)

2 商品・サービスの規格・表示・包装・計量等の適正化の推進

	指 標 項 目	現 状 (基準年)	目 標 (目標年度)
i	精肉・鮮魚・青果等の計量販売を行う店舗並びに計量関係事業所へ立入検査実施件数	388 件 (20年度)	400 件 (25年度)

3 医療・福祉サービスに関する安全・安心の確保

	指 標 項 目	現 状 (基準年)	目 標 (目標年度)
ii	地域で安心して受診できる医療体制にあると感じている県民の割合	41.4% (20年度)	増加を目指します。 (25年度)

4 住まいに関する安全・安心の確保

	指 標 項 目	現 状 (基準年)	目 標 (目標年度)
i	住生活に関する県民の満足度	57.1% (19年度)	増加を目指します。 (25年度)

5 危険な製品等についての情報提供

	指 標 項 目	現 状 (基準年)	目 標 (目標年度)
i	必要に応じ、危険な製品等についての情報を得ることができると感じている県民の割合	15.3% (21年度)	40% (25年度)

6 多重債務問題対策の促進

	指 標 項 目	現 状 (基準年)	目 標 (目標年度)
i	多重債務相談件数	3,542 件 (19年度)	減少を目指します。 (25年度)

7 成年後制度の活用等、権利擁護のための取組の促進

	指 標 項 目	現 状 (基準年)	目 標 (目標年度)
i	成年後制度について知っている県民の割合	51.6% (21年度)	65% (25年度)

検討委員から一言

誰もが安心して消費できるように

消費者は賢く選べるために、自ら情報収集して学習するのが大事であるのはいうまでもない。しかしながらすべての人が同じ位置に立っているのではない、ということをおぼろげに忘れてはいけない。

高齢者が介護施設に入所したものの、自分で買い物が出来なく、ほしいものをリストに記載する。そうすると入所者全員の注文が近くのスーパーから配達される。請求書は本人の銀行通帳を預かっている親戚が支払うことになっている。一見便利のようであるが、その請求書は本人の目には触れないので、その内容が正しいかの確認は双方で出来ていない。

外国人がコインパーキングに車を駐車したものの、駐車料金を支払う段階になったら説明書が日本語のみ、しかも周囲に聞く人がいない。「日本にいたのであれば日本語を学ばばいいのに」、という言い分もあるが、話し言葉とちがって、読み書きできるのにはアルファベットの24文字とは異なり、漢字を習得するのに何年もかかる。

以上のように、社会には同じスタート地点にさえ立っていない人々がおり、しかも彼らも納税者であり、消費者でもある。皆が安心して消費できるような政策づくりが、いずれ年とって行く私たちひとり一人にとって暮しやすい社会をつくっていくであろう。

(田中 ネリ)

総合的課題 3

個人情報の保護

取組の方針

I T化の進展等により、コンピュータやインターネットを通じて大量の個人情報が処理されるようになりました。それにつれ、個人情報が流出し、悪用される被害が生じています。

個人情報については、個人情報保護法及び県個人情報保護条例で規定されていますが、消費生活条例においては、個人情報データを悪用した架空請求が多発したことを踏まえ、消費者問題における個人情報保護の重要性をあらためて確認するため、消費者の権利として明記しています。

個人情報に関するトラブルは、原則として、個人情報取扱事業者自身が解決することとなっていますが、県では県消費者センターで事業者との間に生じた個人情報のトラブルについて消費者からの相談を受けています。

個人情報の悪用を未然に防止するため、高齢者や子ども、障害のある人、外国人等に配慮し、消費者及び事業者に対し、個人情報の適正な取扱いについての周知と理解を図っていきます。

施策展開の方向と具体的な取組

1 個人情報の保護のための情報提供と啓発の推進

□消費者や事業者に対する個人情報の保護及び適正な取扱いについての情報提供と啓発の推進

個人情報の保護や適正な取扱いについて、消費者や事業者には情報提供するとともに、「消費者自立支援講座」等を実施します。

併せて、事業者に対し、個人情報保護に関する自主的な取組を促進していきます。

2 個人情報の保護に関する相談体制の充実

□市町村や事業者等個人情報に関する相談窓口との連携強化及び相談体制の充実

個人情報の保護に関する相談について、市町村や認定個人情報保護団体、事業者等他の相談窓口と連携し、消費者の相談に適切に対応できるような体制を整備します。

【指標】

上位指標：個人情報の保護

指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
個人情報適切に管理されていると感じる県民の割合	19.2% (21年度)	40% (25年度)

1 個人情報の保護のための情報提供と啓発の推進

	指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
i	県消費者センターにおける個人情報に関する「消費者自立支援講座」等実施件数と受講者数	8回 1,400人 (20年度)	増加を目指します。 (25年度)

2 個人情報の保護に関する相談体制の充実

	指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
i	個人情報に関する相談窓口が明示されている市町村数	全市町村 (21年度)	全市町村 (25年度)

総合的課題 4

生活必需商品の安定供給

取組の方針

昨年（平成20年）の原油価格の高騰は、記憶に新しいところですが、近年、物価は比較的安定し、消費者の日常生活に必要な生活必需商品については、簡単に手に入れることが当たり前となっています。

しかし、昨年のように、自然災害や、国際的な情勢、原油価格の高騰などにより、生活必需商品が値上がり、供給不足となるおそれもあります。

このような事態においては、消費生活条例に基づき、生活必需商品の安定供給を図るための措置を講じます。

また、災害発生時において、緊急に生じる生活必需品等の不足に対応するため、備蓄や調達体制を整備していきます。

さらに、緊急時における県の対応等について、積極的な情報の提供を行い、県民の安全・安心の確保に努めます。その際、特に、高齢者や障害のある人、外国人等についても、適切に情報が伝わるよう配慮します。

施策展開の方向と具体的な取組

1 生活必需商品の安定供給

□需給状況や価格の動向等に関する調査の適切な実施

生活必需商品について、必要に応じ、需給状況や価格の動向に関する調査を行い、情報提供します。

□事業者に対する円滑な供給等の措置の協力

生活必需商品の流通や価格の安定を図るため、必要があると判断した場合に、事業者に対し、生活必需商品の円滑な供給等のために必要な措置について協力を求めます。

2 緊急時における生活必需品の確保と供給

□災害時における生活必需品の確保のための体制整備

発災直後の生命維持や生活に最低限必要なものの備蓄等を行います。

また、被災者の生活必需品を確保するため、大手流通業者と調達確保に関する協定締結による流通備蓄等、安定供給体制を整備します。

併せて、家庭での備蓄についても、情報提供や啓発を行います。

【指標】

上位指標：生活必需商品の安定供給

指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
生活必需商品の安定供給に不安を感じている県民の割合	37.7% (21年度)	25% (25年度)

1 生活必需商品の安定供給

	指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
i	生活必需商品の安定供給	緊急時に安定供給を図ります。	

2 緊急時における生活必需品の確保と供給

	指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
i	緊急時における生活必需品の供給	緊急時に適切に対応します。	

総合的課題 5

環境やユニバーサルデザインを意識した消費生活の促進

取組の方針

現在、地球温暖化から身近な環境の悪化まで、地球環境は大きな危機に直面しています。

その原因の一つとして、大量生産・大量消費型の社会構造があげられます。

人の活動が環境に大きな負荷を加え続けていることを、一人ひとりが十分認識し、日々の暮らしや経済活動のあり方を直していく必要があります。

消費生活においても、便利さや効率だけではなく、環境への影響にも配慮することが求められています。

県では、平成20年3月に、「千葉県環境基本計画」を策定し、この計画に基づき様々な施策を推進しており、この基本計画においても連動した取組を進めます。

また、年齢や能力に関係なく誰もが利用しやすい製品やサービス等を目指すユニバーサルデザインの理念は、すべての人の暮らしやすさにつながるものです。

また、ユニバーサルデザインの普及により、多くの人にとって、より安心して使いやすい製品やサービスの選択が可能となります。

施策展開の方向と具体的な取組事例

1 環境問題に対する取組の推進

□消費者、事業者と連携・協働した環境問題に対する取組の推進

環境家計簿等の普及など、家庭生活における省エネルギーの取組を促進します。

また、マイバックの持参や、3Rの実践、環境にやさしい商品の選択など、資源循環型のライフスタイルへの移行を促進します。

併せて、リサイクルしやすい製品づくりや、環境にやさしい商品、レンタルによるサービスの提供など、消費者が環境への負荷の少ない商品・サービスを選択することを容易にするための事業者の取組を促進します。

2 環境学習・教育の促進

□環境学習・教育の促進

NPO等と協働して、環境に配慮したライフスタイルや取組が実践できるような環境学習・教育を推進していきます。

3 ユニバーサルデザインの普及促進

□ユニバーサルデザインの普及に向けた情報提供や啓発等の実施

年齢や能力に関係なく誰もが利用しやすい製品やサービス等を目指すユニバーサルデザインに対する理解の浸透や普及に向け、情報提供や啓発等を実施します。

【指標】

上位指標：環境やユニバーサルデザインを意識した消費生活の促進

指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
商品等の購入に当たり、環境に配慮したものであるかどうか確認したことがある県民の割合	67.3% (21年度)	80% (25年度)

1 環境問題に対する取組の推進

	指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
i	レジ袋（ポリ袋やビニール袋）をもらわない県民の割合	12.6% (18年度)	80% (30年度)

2 環境学習・教育の促進

	指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
i	県が主催・共催する環境学習への参加者数	16,841人 (17年度)	17,000人以上 (毎年度)

3 ユニバーサルデザインの普及促進

	指 標 項 目	現 状 (基準年)	目 標 (目標年度)
i	ユニバーサルデザインについて、知っている県民の割合	50.6% (21年度)	65% (25年度)

検討委員から一言

ゆとりある暮らしへ

アメリカのサブプライムローンに端を発した経済不況はまたたくまに世界中を駆けめぐり、日本にも100年に一度と言われる不況の波が押し寄せました。あらゆる面に影を落とし、末端の消費生活にも大きく影響を及ぼしています。

また、一方では、地球温暖化はまったなしの状況で、ここ100年間の気温上昇は日本全体で約1℃東京で3℃（ヒートアイランド）、北極は5℃、全世界で0.7℃との数値も出ていて、予想を超える早さ、と専門家は警鐘を鳴らしています。

言われるまでもなく最近の気候変動は2月に真夏日になったり、目に見えておかしくなっていることは誰もが気づいていると思います、このように、暮らしに密接に関わる、食や環境問題には消費者団体では長年事業として重点的に取り組み市民への啓発に努めておりますが、気掛かりなことは騒いでいるわりには何もしない人の多いこと、何をすればいいのか情報が伝わっていないように思います。

経済不況に見舞われた、この機会を節目として消費経済の動向やCO2の排出量がどのように変化するか注視し、社会全体が少しでもスローライフへと近づき健康でゆとりある暮らしを願っています。

(寺尾 よしみ)



県民との協働による基本計画の推進

この基本計画においては、行政と消費者・消費者団体、事業者・事業者団体等、多様な主体が連携・協働して取組を推進していくこととしています。

そこで、基本計画の進行管理についても、県民と協働で行う体制を整備します。

また、消費生活に関する施策は、県における様々な部署に関係するものであることから、庁内の連携を強化し、部局横断的に取組を推進します。

さらに、消費者被害の防止等については、県民にとってより身近な存在である市町村の果たす役割が重要であることから、市町村との連携を強化し、地域の実情に合わせた施策の推進を図ります。

また、国や他都道府県との連携も強化します。

併せて、消費者団体や事業者団体、福祉関係団体やNPO等、関係機関・団体との連携・協働の強化を図り、効果的な取組の促進を図ります。

なお、今後、この基本計画に基づき、各施策を計画的に推進していきますが、緊急に発生する課題については、各関係機関と連携し、迅速で弾力的な対応を図ります。

1 県民との協働による推進体制の整備

□公募委員を含めた「千葉県消費生活基本計画推進委員会（仮称）」の設置

県民と協働して基本計画を推進するため、公募委員を含めた民間の委員による「千葉県消費生活基本計画推進委員会（仮称）」（以下「推進委員会」と言う。）を設置します。

推進委員会は、年度ごとに基本計画の進捗状況等を確認し、評価を行い、必要に応じ県に提言等を行います。

また、基本計画に盛り込まれた事項について、さらなる検討が必要な事項について検討を行い、県に報告します。

県は推進委員会の検討・提案を踏まえ、施策の充実及び効果的な推進を図ります。

□各年度における基本計画の進捗状況の公表

基本計画の進捗状況については、年度ごとに公表します。

□県民意の反映

基本計画の進捗状況等についての県民意を踏まえ、施策の充実及び効果的な推進を図ります。広く県民意を聴取するため、タウンミーティング等、様々な機会の積極的

な活用を図ります。

□消費生活に関する県民の意識調査の実施

本県における消費生活にかかわる現状や、県民の意識を把握するための調査を実施し、県民ニーズを踏まえた施策の充実及び効果的な推進を図ります。

□基本計画に関する広報の展開

基本計画及び基本計画に基づく取組状況について積極的な広報を展開し、県民の理解を深めるとともに、関心を高め、様々な取組への県民参画を促進します。

2 県における推進体制の充実・強化

□「千葉県消費者行政審議会」の充実

消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施に関する重要事項を調査審議するため設置されている「千葉県消費者行政審議会」を定期的開催し、基本計画の進捗状況や推進委員会における検討状況等について報告し、意をいただき、施策の充実及び効果的な推進を図ります。

また、「千葉県消費者行政審議会消費者苦情処理部会」の活性化を図ります。

□「千葉県消費者行政推進本部（仮称）」の設置

これまで消費者行政について関係各課の総合調整を図るために設置されていた「千葉県消費者行政連絡協議会」を廃止し、新たに副知事を本部長とし、各部局長等による「千葉県消費者行政推進本部（仮称）」及びその下に計画に位置づけられている事業の関係課長等で構成する幹事会を設置し、施策の総合的かつ効果的な推進を図ります。

3 市町村、国、他都道府県と連携した推進体制の充実・強化

□市町村における消費者行政推進体制等の整備促進

千葉県消費者行政活性化基金事業を活用し、市町村における消費者行政の推進体制の整備や、計画的な施策展開を促進します。

また、各種会議等を通じ、県と市町村及び市町村間の消費者問題に関する情報の共有や連携の強化を図り、市町村における消費者行政の充実を促進します。

□国、他都道府県との連携強化

各種会議等を通じ、国や他都道府県と積極的に情報や意交換を行い、消費者行政の円滑な推進を図ります。

また、他都道府県と連携し、広域的な対応が求められる課題等について取組を進めるとともに、法・制度の改正や全国的な取組が必要とされる事項等については、国に要望していくなど、実効性のある取組を図ります。

4 関係機関と連携した推進体制の充実・強化

□消費生活ネットワーク会議等の開催

新たに消費生活ネットワーク会議等を開催するなど、行政、消費者団体、事業者団体等が情報・意交換を行う場を設定し、参加者相互の連携強化と各主体における取組の促進を図ります。

検討委員から一言

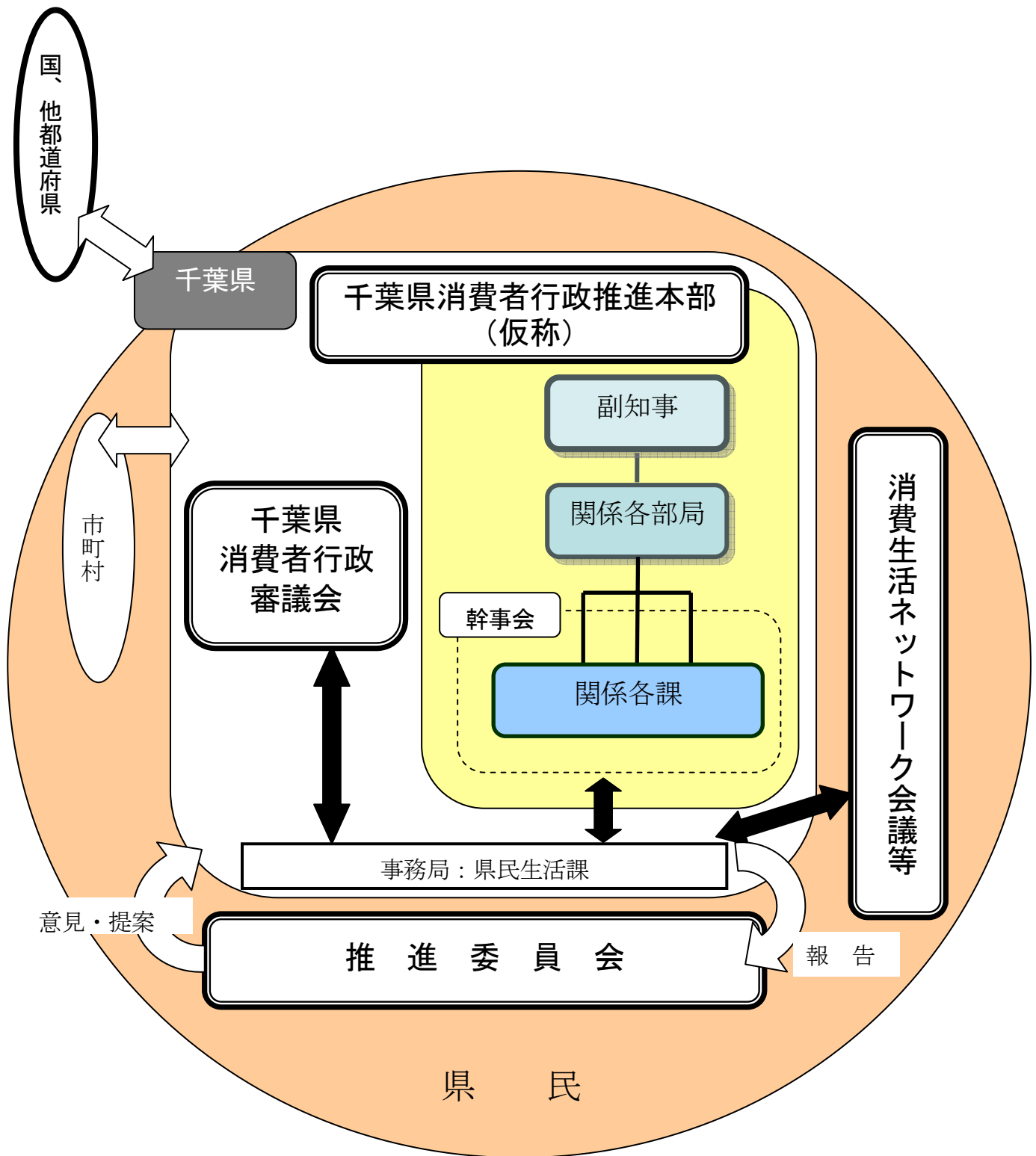
千葉県消費者基本計画（仮称）の推進に期待します！

この数年、私たち消費者の生活を脅かす事件の多発により被害者が続出し、市場に対する不安や不信が増大しました。また、消費者トラブルは複雑多様化し、解決困難な状況にあり、今までの私たちの「常識」からは想像もつかない状況にあることがわかりました。また、千葉県では平成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」が制定されました。これらの背景を経て、この度「千葉県消費者基本計画（仮称）」を官民協働で策定いたしました。

策定期間中も冷凍ギョーザによる中毒事件、こんにゃく入りゼリー事件の再発、あの手この手でだます詐欺事件等が発生し続けました。それなりに「かしこい」はずだった私たちも何が正しいのか、何を信じたらいいのか、どんな対策をとればいいのか…。これからの消費生活の見通しはどのようなのか、そのうえで計画の骨組みをどのようにしたらよいか、議論は尽きず、慌しい8ヶ月の策定期間でした。これまでの政治は事業者や生産者のために機能し、また日本経済の発展も事業者や生産者が主役であり、消費者の立場に立つという行政が全く欠けていました。多くの犠牲者のもとに遅ればせながらやっと消費者問題を扱う専門組織の設置について動きが出てきました。消費者と事業者、そして行政が対等に同じテーブルにつき連携し、消費者の意見を施策に反映することが急ぎ求められています。「信頼」を失い「疑惑と不安」が増大している今、誰もがその人らしく元気に安心して暮らせる千葉県、そして当たり前の日常生活が送れる暮らしやすい千葉県であるために、この「計画」が決して「絵に描いた餅」にならないように皆で関心をもってみていきたい、そして育てていきたいと思えます。

（有馬 和子）

基本計画推進のイメージ図



【指標】

上位指標：県民との協働による基本計画の推進

指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
消費生活の安定及び向上に向けた取組が進んでいると感じている県民の割合	10.1% (21年度)	40% (25年度)

1 県民との協働による推進体制の整備

	指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
i	推進委員会の設置及び開催	0 (21年度)	定期的に開催 します。 (25年度)

2 県における推進体制の充実・強化

	指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
i	「千葉県消費者行政推進本部（仮称）」の設置 及び開催	0 (21年度)	定期的に開催 します。 (25年度)
ii	「千葉県消費者行政審議会」の年度ごとの開催 数（「千葉県消費者行政審議会消費者苦情処理 部会」も含む。）	5回 (21年度)	6回 (25年度)

3 市町村、国、他都道府県と連携した推進体制の充実・強化

	指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
i	市町村会議の開催数	3回 (20年度)	7回 (25年度)

4 関係機関と連携した推進体制の充実・強化

	指標項目	現状 (基準年)	目標 (目標年度)
i	消費生活ネットワーク会議の開催数	0 (21年度)	増加を目指し ます。 (25年度)

検討委員から一言

基本計画策定に思う

「千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例」ができ初めての基本計画策定。

検討委員会に参加し、当初はあれもこれもとっていました。長く消費生活相談業務に携わり、日々感じるが多々あったからです。自分の熱い思いが適切に表現できない歯痒さもありましたが、タウンミーティングを始めとして、幅広い検討委員の皆さまと意見を出し合う中で、ここに基本計画が策定されたことに感慨深いものがあります。

消費者を取り巻く環境は日々変化しています。常に消費者と事業者は知識・情報・交渉力に格差があります。この基本計画が消費者の権利を確保し、県民の皆さまの安全・安心な生活につながるよう、生産者も事業者もみんな消費者、あらゆるネットワークと連携を持ち、私たち一人ひとりが自立した消費者を目指せるよう、そのためにも県民の皆さまと共にこの基本計画の実効性を見守っていきたいと思います。

(前野 春枝)

公募委員として、千葉県消費者基本計画（仮称）策定検討委員となり、計画策定に携わらせていただきました。本計画策定検討委員会は、千葉方式により組織され、幅広く関係各分野から委員が集結。多角的に多方面から検討することができたと思います。

25名の委員はそれぞれに立場や職が異なりますが、それだからこそ、多角的に多方面に耳を傾け、何が必要とされているのかを明らかにし、そこから問題の解決策を探る、多少時間はかかりますが、そのようにして進めてきました。現場の声、困っている人の声、こうあってほしいという願いをすくい上げてまとめられています。

現場が変わった、被害者が減った、困っている人が助かった、という現実を変える力を持った消費者基本計画として推進されることを期待します。

(宮木 裕一)

第4章

事業計画

(平成24年7月修正版)

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

1 市町村における相談窓口の設置及び充実

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
消費生活センターや消費生活相談窓口の増設や拡充に向けた支援	市町村消費者行政推進事業	市町村の消費生活相談員及び担当職員に対する研修や会議を実施し、市町村における消費生活相談体制の充実・強化を図ります。	県民生活課
	消費者行政活性化基金事業（市町村支援）	消費者行政活性化基金を活用し、市町村における消費者行政の活性化を図ります。	県民生活課
消費生活相談に関する研修の充実	市町村消費者行政推進事業（再掲）	市町村の消費生活相談員及び担当職員に対する研修や会議を実施し、市町村における消費生活相談体制の充実・強化を図ります。	県民生活課
	消費者行政活性化基金事業（市町村支援）（再掲）	消費者行政活性化基金を活用し、市町村における消費者行政の活性化を図ります。	県民生活課
	消費者行政活性化基金事業（消費生活相談員養成事業）	消費生活相談員の養成及び専門性向上のための研修を実施します。	県民生活課
消費生活相談にかかわる情報共有等、連携強化の促進	市町村消費者行政推進事業（再掲）	市町村の消費生活相談員及び担当職員に対する研修や会議を実施し、市町村における消費生活相談体制の充実・強化を図ります。	県民生活課
	千葉県消費生活安定向上推進本部の設置・運営 ※名称変更	副知事を本部長とし、各部局長等による「千葉県消費生活安定向上推進本部」及びその下に計画に位置づけられている事業の関係課長等で構成する幹事会を設置し、施策の総合的かつ効果的な推進を図ります。	県民生活課 関係各課
	消費生活問題関係機関連絡会議	消費生活問題（相談・教育その他）関係機関が、情報や意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課 関係各課
	ネットワーク強化事業（消費者団体連絡会議）	県と県内消費者団体が、情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課

消費生活相談にかかわる情報共有等、連携強化の促進	ネットワーク強化事業（消費生活ネットワーク会議）	行政（県及び市町村等）・消費者（団体）・事業者（団体）等が情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課
	ネットワーク強化事業（消費者行政推進ブロック会議）	各地域において、県・市町村・消費者（団体）・事業者（団体）・その他関係機関・団体が情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課
	外国人テレホン相談事業	県内在住の外国人が、安全で快適な生活をおくることができるよう、出入国関係から生活一般にかかわる電話相談を実施します。（英語・中国語・スペイン語）	国際室
	「ちば国際情報ひろば」等を通じた情報提供	国際に関する総合サイト「ちば国際情報ひろば」を通じて、県内に暮らす外国人へ生活情報等を提供します。 HP：日本語、英語、中国語、韓国語対応	国際室
	外国人学生住居アドバイザー事業	千葉県内で住居探しに苦慮している外国人学生を支援するため、千葉県から選任された住居アドバイザー（不動産事業者）が、住居に関する情報の提供及び助言を行います。アドバイザー選任時に、住居探しの基本事項や重要事項説明書・契約書の英語・中国語・韓国語版等を提供します。	国際室
	生活ガイドブック「ハローちば」	緊急事態や生活情報などを、PDFファイル形式でホームページに掲載し、市町村等の関係機関や在住外国人が必要に応じて取り出せるようにしています。 掲載内容：緊急事態、各種手続き、教育、労働、住宅等 言語：英語、中国語、スペイン語、ハングル語、ポルトガル語、タガログ語	国際室

2 県消費者センターにおける相談体制及び中核的機能の充実・強化

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
消費生活相談窓口の開設時間の拡大	県消費者センター運営事業	県消費者センターの施設の運営、及び消費生活や個人情報に関する相談及び苦情等の処理、商品テストを行います。	県民生活課
消費者被害情報等の積極的な収集と提供	県消費者センター運営事業（再掲）	県消費者センターの施設の運営、及び消費生活や個人情報に関する相談及び苦情等の処理、商品テストを行います。	県民生活課
	消費者行政ネットワーク事業	県消費者センターに、相談情報を管理するホストコンピュータを設置し、国民生活センターのホストコンピュータと県内端末機設置市とをオンラインで結び、地域ネットワークを構成します。	県民生活課
	消費者行政推進事業	「千葉県消費者行政審議会」の開催等、消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施について検討し、推進します。	県民生活課
	消費者問題調査・研究事業	消費者被害の防止や消費者教育・学習の推進等に向け必要な方策等についての調査・研究を行います。	県民生活課
	市町村消費者行政推進事業（再掲）	市町村の消費生活相談員及び担当職員に対する研修や会議を実施し、市町村における消費生活相談体制の充実・強化を図ります。	県民生活課
	消費生活問題関係機関連絡会議（再掲）	消費生活問題（相談・教育その他）関係機関が、情報や意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課 関係各課
市町村の相談窓口への助言・指導や情報提供、専用ホットラインの設置	県消費者センター運営事業（再掲）	県消費者センターの施設の運営、及び消費生活や個人情報に関する相談及び苦情等の処理、商品テストを行います。	県民生活課
商品事故に関する原因究明体制や情報提供の充実	県消費者センター運営事業（再掲）	県消費者センターの施設の運営、及び消費生活や個人情報に関する相談及び苦情等の処理、商品テストを行います。	県民生活課
	消費者行政活性化基金事業（消費センター機能強化事業）	県消費者センターの設備等の機能強化を図ります。	県民生活課

広域的な調整機能の充実	県消費者センター運営事業（再掲）	県消費者センター施設の運営及び、消費生活や個人情報に関する相談及び苦情等の処理、商品テストを行います。	県民生活課
	消費者行政推進事業（再掲）	「千葉県消費者行政審議会」の開催等、消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施について検討し、推進します。	県民生活課
	消費者行政ネットワーク事業（再掲）	県消費者センターに、相談情報を管理するホストコンピュータを設置し、国民生活センターのホストコンピュータと県内端末機設置市とをオンラインで結び、地域ネットワークを構成します。	県民生活課

3 的確かつ迅速な被害救済のための体制の整備

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
消費生活相談窓口の周知	消費者行政活性化基金事業（広報・啓発強化事業）	消費者問題の周知や消費者教育・学習等に使用する資材を作成し、活用します。	県民生活課
	消費者行政活性化基金事業（市町村支援）（再掲）	消費者行政活性化基金を活用し、市町村における消費者行政の活性化を図ります。	県民生活課
消費生活相談を担うことのできる人材の養成	消費者行政活性化基金事業（消費生活相談員養成事業）（再掲）	消費生活相談員の養成及び専門性向上のための研修を実施します。	県民生活課
	消費者行政活性化基金事業（消費生活専門研修）	消費生活相談や消費者教育・学習等を担うことのできる人材養成のための研修を実施します。	県民生活課
	消費者行政活性化基金事業（市町村支援）（再掲）	消費者行政活性化基金を活用し、市町村における消費者行政の活性化を図ります。	県民生活課
消費生活相談窓口の専門性向上のための体制強化	消費者行政活性化基金事業（市町村支援）（再掲）	消費者行政活性化基金を活用し、市町村における消費者行政の活性化を図ります。	県民生活課
	県消費者センター運営事業（再掲）	県消費者センターの施設の運営、及び消費生活や個人情報に関する相談及び苦情等の処理、商品テストを行います。	県民生活課

高齢者、障害のある人、外国人等に対する相談体制の強化	県消費者センター運営事業（再掲）	県消費者センターの施設の運営、及び消費生活や個人情報に関する相談及び苦情等の処理、商品テストを行います。	県民生活課
	消費生活問題関係機関連絡会議（再掲）	消費生活問題（相談・教育その他）関係機関が、情報や意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課 関係各課
	中核地域生活支援センター事業	24時間・365日体制での福祉の総合相談機能、権利擁護機能、地域総合コーディネーター機能を併せ持った、民間サイドの福祉の拠点となる中核地域生活支援センターを県内13カ所の健康福祉センター所管区域に設置しています。	健康福祉指導課
	認知症電話相談の実施	認知症高齢者を介護する家族の悩み事等の相談に適切に対応するため電話相談を実施していきます。	高齢者福祉課
	高齢者相談窓口の設置	県高齢者福祉課内に専門員を配置し、高齢者虐待、施設での介護、高齢者の悩み事等に関する電話相談を実施していきます。	高齢者福祉課
	高齢者の住まいの相談会の開催 (21年度で事業終了)	※ 通常法律相談や、住宅の耐震性能やリフォームについて、関係機関や市町村の相談事業が充実したことから、21年度で事業終了。	住宅課
	外国人テレホン相談事業（再掲）	県内在住の外国人が、安全で快適な生活をおくることができるよう、出入国関係から生活一般にかかわる電話相談を実施します。（英語・中国語・スペイン語）	国際室
	「ちば国際情報ひろば」等を通じた情報提供（再掲）	国際に関する総合サイト「ちば国際情報ひろば」を通じて、県内に暮らす外国人へ生活情報等を提供します。 HP：日本語、英語、中国語、韓国語対応	国際室

高齢者、障害のある人、外国人等に対する相談体制の強化	外国人学生住居アドバイザー事業（再掲）	千葉県内で住居探しに苦慮している外国人学生を支援するため、千葉県から選任された住居アドバイザー（不動産事業者）が、住居に関する情報の提供及び助言を実施します。 アドバイザー選任時に、住居探しの基本事項や重要事項説明書・契約書の英語・中国語・韓国語版等を提供します。	国際室
	生活ガイドブック「ハローちば」（再掲）	緊急事態や生活情報などを、PDFファイル形式でホームページに掲載し、市町村等の関係機関や在住外国人が必要に取り出せるようにしています。 掲載内容：緊急事態、各種手続き、教育、労働、住宅等 言語：英語、中国語、スペイン語、ハングル語、ポルトガル語、タガログ語	国際室
「千葉県消費者行政審議会苦情処理部会」の活用等、裁判外紛争解決体制の充実	消費者行政推進事業（再掲）	「千葉県消費者行政審議会」の開催等、消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施について検討し、推進します。	県民生活課
消費者団体訴訟制度の適切な活用に向けた支援	消費者問題調査・研究事業（再掲）	消費者被害の防止や消費者教育・学習の推進等に向け必要な方策等についての調査・研究を行います。	県民生活課
相談支援機関の連携・協働体制の整備・拡充	消費生活問題関係機関連絡会議（再掲）	消費生活問題（相談・教育その他）関係機関が、情報や意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課 関係各課
消費者被害未然防止に関する調査・研究	消費者問題調査・研究事業（再掲）	消費者被害の防止や消費者教育・学習の推進等に向け必要な方策等についての調査・研究を行います。	県民生活課

重点的課題2 「自立し、考え、行動する消費者」となるための教育・学習 機会の確保と情報提供

1 学校における消費者教育の推進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
学校等教育機関との連携強化	消費者教育啓発事業（学校における消費者教育）	教育現場で実践的な消費者教育を実施するため、会議や教員向け研修会を実施します。	県民生活課 指導課
	消費者教育に関する情報提供	関係機関と連携し、公立学校に対し、消費者教育にかかわる情報を提供し、推進を図ります。	指導課
	金融広報事業	「千葉県金融広報委員会」と連携して、金銭・金融教育・学習及び啓発を推進します。	県民生活課
学校における体系的・効果的な消費者教育についての調査・研究と情報提供	消費者教育・学習推進強化事業	消費者教育・学習に関する情報収集や調査・研究を行い、消費者教育・学習の効果的な推進を図ります。	県民生活課
	金融広報事業（再掲）	「千葉県金融広報委員会」と連携して、金銭・金融教育・学習及び啓発を推進します。	県民生活課
学校における消費者教育の充実	消費者教育・学習推進強化事業（再掲）	消費者教育・学習に関する情報収集や調査・研究を行い、消費者教育・学習の効果的な推進を図ります。	県民生活課
教職員に対する消費者教育推進のための研修の実施	消費者教育啓発事業（学校における消費者教育）（再掲）	教育現場で実践的な消費者教育を実施するため、会議や教員向け研修会を実施します。	県民生活課 指導課
	消費者教育啓発事業（県消費者センター）	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	県民生活課
	金融広報事業（再掲）	「千葉県金融広報委員会」と連携して、金銭・金融教育・学習及び啓発を推進します。	県民生活課

保護者に対する研修 機会の提供	消費者教育啓発事業(県消費者センター) (再掲)	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	県民生活課
	金融広報事業 (再掲)	「千葉県金融広報委員会」と連携して、金銭・金融教育・学習及び啓発を推進します。	県民生活課
教育機関と消費者教育関係者・団体等との連携強化の促進	消費者教育・学習関係者会議	消費者教育・学習の関係者が、情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課

2 様々な主体が参画する消費者教育・学習の促進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
消費者教育・学習に関するデータベースの整備についての調査・研究	消費者教育・学習推進強化事業 (再掲)	消費者教育・学習に関する情報収集や調査・研究を行い、消費者教育・学習の効果的な推進を図ります。	県民生活課
地域において様々な主体が協働し、ライフステージに応じた消費者教育・学習を推進する体制の整備	消費者教育・学習推進強化事業 (再掲)	消費者教育・学習に関する情報収集や調査・研究を行い、消費者教育・学習の効果的な推進を図ります。	県民生活課
	消費者教育・学習関係者会議 (再掲)	消費者教育・学習の関係者が、情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課
	消費者教育啓発事業(県消費者センター) (再掲)	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	県民生活課
	金融広報事業 (再掲)	「千葉県金融広報委員会」と連携して、金銭・金融教育・学習及び啓発を推進します。	県民生活課
	生涯大学校管理運営事業	高齢者に学習機会を提供している生涯大学校において、消費者教育等を実施します。	高齢者福祉課
	地域安全活動の円滑な推進	中高齢者を対象とした防犯講和を実施します。	警察本部 生活安全総務課

相談支援機関・権利擁護機関等との連携強化	消費者教育啓発事業(県消費者センター) (再掲)	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	県民生活課
	中核地域生活支援センター事業 (再掲)	24時間・365日体制での福祉の総合相談機能、権利擁護機能、地域総合コーディネート機能を併せ持った、民間サイドの福祉の拠点となる中核地域生活支援センターを県内13カ所の健康福祉センター所管区域に設置しています。	健康福祉指導課
	認知症サポーターの養成	認知症に対する正しい理解を深め、認知症の方やその家族を地域全体で支える環境づくりの一つとして、認知症の人やその家族を温かく見守る応援者となる「認知症サポーター」を市町村と連携して養成していきます。	高齢者福祉課
	キャラバン・メイトの養成	「認知症サポーター」を養成するための講師役であり、また、認知症の方を地域で支えるリーダーとしての役割を期待されている「キャラバン・メイト」を養成していきます。	高齢者福祉課
	認知症高齢者を介護する家族への支援	認知症高齢者を介護する家族に対し、認知症の知識、精神面での支援や認知症介護技術の向上を図るため、地域包括支援センターと連携した「家族交流会」や「家族のための研修会」を開催し、各地域における家族同士の話し合いの場づくりを働きかけていきます。	高齢者福祉課
	消費者教育・学習関係者会議 (再掲)	消費者教育・学習の関係者が、情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課
消費者教育・学習を行う消費者団体や事業者等の自主的な活動の促進	消費者教育・学習関係者会議 (再掲)	消費者教育・学習の関係者が、情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課
	消費者教育・学習推進強化事業 (再掲)	消費者教育・学習に関する情報収集や調査・研究を行い、消費者教育・学習の効果的な推進を図ります。	県民生活課
	「親力アップいきいき子育て広場」	子どもの発達の段階に応じた生活習慣、学習習慣、食育等も含めた家庭教育に関する知識や手立てを内容とする「親力アップいきいき子育て広場」をホームページ上に開設し、保護者がパソコンや携帯電話を利用してアクセスすることにより、家庭教育に関する知識や手立てを学び、家庭での悩みなどをメールで相談できようになります。	生涯学習課

3 消費者教育・学習の担い手の育成

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
消費者教育・学習の担い手育成のための研修の実施	消費者行政活性化基金事業（消費生活専門研修）（再掲）	消費生活相談や消費者教育・学習等を担うことのできる人材養成のための研修を実施します。	県民生活課
消費者教育・学習の担い手に対する情報の提供	消費者教育・学習推進強化事業（再掲）	消費者教育・学習に関する情報収集や調査・研究を行い、消費者教育・学習の効果的な推進を図ります。	県民生活課
消費者教育・学習の担い手人材リスト等の整備による活用の促進	消費者教育・学習推進強化事業（再掲）	消費者教育・学習に関する情報収集や調査・研究を行い、消費者教育・学習の効果的な推進を図ります。	県民生活課

4 必要な人に必要とされる情報を届ける体制の整備

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
多様な主体が連携・協働して消費生活にかかわる情報を届ける仕組みづくり	安全・安心ネットワーク会議	安全・安心ネットワークを構成する主な団体等が、情報や意見を交換するための会議を開催し、ネットワークの活性化を図ります。	県民生活課
	消費者問題調査・研究事業（再掲）	消費者被害の防止や消費者教育・学習の推進等に向け必要な方策等についての調査・研究を行います。	県民生活課
消費生活関連情報を一元的に管理し、提供する消費生活情報データベースについての調査・研究	消費者教育・学習推進強化事業（再掲）	消費者教育・学習に関する情報収集や調査・研究を行い、消費者教育・学習の効果的な推進を図ります。	県民生活課
消費者問題関連情報の集約と提供	消費生活問題関係機関連絡会議（再掲）	消費生活問題（相談・教育その他）関係機関が、情報や意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課 関係各課
	県消費者センター運営事業（再掲）	県消費者センター施設の運営、及び消費生活や個人情報に関する相談及び苦情等の処理、商品テストを行います。	県民生活課

重点的課題3 地域における安全・安心ネットワークの構築と強化

1 市町村と連携した安全・安心ネットワークの構築

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
市町村と連携し、地域の特徴をいかした安全・安心ネットワークの構築	安全・安心ネットワーク会議（再掲）	安全・安心ネットワークを構成する主な団体等が、情報や意見を交換するための会議を開催し、ネットワークの活性化を図ります。	県民生活課
安全・安心ネットワークのキーパーソンの育成や活用の支援	消費者教育啓発事業(県消費者センター)（再掲）	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	県民生活課
	消費者行政活性化基金事業（消費生活専門研修）（再掲）	消費生活相談や消費者教育・学習等を担うことのできる人材養成のための研修を実施します。	県民生活課
商店や病院等、安全・安心ネットワークの情報発信拠点の整備	安全・安心ネットワーク会議（再掲）	安全・安心ネットワークを構成する主な団体等が、情報や意見を交換するための会議を開催し、ネットワークの活性化を図ります。	県民生活課

2 安全・安心ネットワークの強化

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
市町村における安全・安心ネットワークの整備状況や活動状況等についての情報の把握と提供	消費者問題調査・研究事業（再掲）	消費者被害の防止や消費者教育・学習の推進等に向け必要な方策等についての調査・研究を行います。	県民生活課
安全・安心ネットワークどおしのネットワーク化の促進	安全・安心ネットワーク会議（再掲）	安全・安心ネットワークを構成する主な団体等が、情報や意見を交換するための会議を開催し、ネットワークの活性化を図ります。	県民生活課
安全・安心ネットワークに対する消費生活関連情報の提供や消費者教育・学習の実施	消費者教育・学習推進強化事業（再掲）	消費者教育・学習に関する情報収集や調査・研究を行い、消費者教育・学習の効果的な推進を図ります。	県民生活課
	消費者教育啓発事業(県消費者センター)（再掲）	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	県民生活課
安全・安心ネットワークの充実・強化に向けた調査・研究と情報提供	消費者問題調査・研究事業（再掲）	消費者被害の防止や消費者教育・学習の推進等に向け必要な方策等についての調査・研究を行います。	県民生活課

重点的課題 4 悪質事業者の指導強化と、事業者の自主的な取組の促進

1 不当な取引を行う事業者に対する指導の強化

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
法や条例に基づく事業者指導や調査体制の強化	事業者指導事業 (割取法、景表法、ゴルフ場等会員契約適正化法、特商法関係)	事業者指導に関する各法に基づき必要な現地調査、報告徴収、立入検査等を行い、事業者に関係法の趣旨を説明するなど違反行為の未然防止を図るとともに、事業者指導、処分を行い消費者被害の未然防止や拡大防止を図ります。	県民生活課
	犯罪抑止総合対策の推進	高齢者が被害にあいやすい悪質商法等に対する対策を推進します。	警察本部 生活経済課
	広域連携（特商法関係）の推進	五都県悪質事業者対策会議（東京都・埼玉県・神奈川県・静岡県・千葉県）を活用し、事業者指導における広域連携を推進します。	県民生活課
	広域連携（景表法関係）の推進	五都県広告表示等適正化推進協議会（東京都・埼玉県・神奈川県・静岡県・千葉県）を活用し、事業者指導における広域連携を推進します。	県民生活課
国や、他都道府県、市町村との悪質事業者に関する情報共有や連携体制の強化	消費者教育啓発事業(県消費者センター)（再掲）	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	県民生活課
	広域連携（特商法関係）の推進（再掲）	五都県悪質事業者対策会議（東京都・埼玉県・神奈川県・静岡県・千葉県）を活用し、事業者指導における広域連携を推進します。	県民生活課
	広域連携（景表法関係）の推進（再掲）	五都県広告表示等適正化推進協議会（東京都・埼玉県・神奈川県・静岡県・千葉県）を活用し、事業者指導における広域連携を推進します。	県民生活課
被害者を守るための仕組みについての検討	消費者問題調査・研究事業（再掲）	消費者被害の防止や消費者教育・学習の推進等に向け必要な方策等についての調査・研究を行います。	県民生活課
消費者に対する迅速な情報提供	消費者問題調査・研究事業（再掲）	消費者被害の防止や消費者教育・学習の推進等に向け必要な方策等についての調査・研究を行います。	県民生活課

2 事業者団体等と連携した消費者志向経営の促進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
事業者・事業者団体との連携体制の強化	ネットワーク強化事業（消費生活ネットワーク会議）（再掲）	行政（県及び市町村等）・消費者（団体）・事業者（団体）等が情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課
事業者・事業者団体の自主的取組を促進するための仕組みづくり	消費者行政活性化基金事業（消費者志向経営促進）	事業者（団体）に対し苦情処理体制の整備や自主行動基準の作成、社会貢献活動等を促進するための事業について検討し、実施します。	県民生活課
	地域貢献ガイドラインの運用	大型店や地域商業者が行う地域への貢献活動をきっかけとして、地域ぐるみの連携・協働を促進するため、「事業者の地域貢献に関するガイドライン」を策定し、事業者の地域貢献計画書等の提出・公表手続きや、大手企業との「地域振興・地域貢献に関する包括協定」の締結のほか、消費者を含む地域の関係者による「協議の場」づくりを提案しています。	経営支援課

重点的課題5 行政、消費者・消費者団体、事業者・事業者団体の連携・協働を進めるための基盤づくり

1 連携・協働体制の強化に向けた仕組づくり

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
消費生活ネットワーク会議等の開催	ネットワーク強化事業（消費者団体連絡会議）（再掲）	県と県内消費者団体が、情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課
	ネットワーク強化事業（消費生活ネットワーク会議）（再掲）	行政（県及び市町村等）・消費者（団体）・事業者（団体）等が情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課
	ネットワーク強化事業（消費者行政推進ブロック会議）（再掲）	各地域において、県・市町村・消費者（団体）・事業者（団体）・その他関係機関・団体が情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課
	地域貢献ガイドラインの運用（再掲）	大型店や地域商業者が行う地域への貢献活動をきっかけとして、地域ぐるみの連携・協働を促進するため、「商業者の地域貢献に関するガイドライン」を策定し、商業者の地域貢献計画書等の提出・公表手続きや、大手企業との「地域振興・地域貢献に関する包括協定」の締結のほか、消費者を含む地域の関係者による「協議の場」づくりを提案しています。	経営支援課

2 県民の声を施策に反映させる仕組みづくり

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
提案型協働事業の実施等の検討	協働事業の実施	民間団体・NPO等が企画・立案し、県の委託事業として実施する官民協働事業を実施します。	県民生活課
「知事への申し出」制度の活用	消費者行政活性化基金事業（広報・啓発強化事業）（再掲）	消費者問題の周知や消費者教育・学習等に使用する資材を作成し、活用します。	県民生活課
「できること」や「したいこと」を結びつける仕組みづくり	消費者問題調査・研究事業（再掲）	消費者被害の防止や消費者教育・学習の推進等に向け必要な方策等についての調査・研究を行います。	県民生活課

3 戦略的な広報の展開

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
戦略的な広報の実施	消費者行政活性化基金事業（広報・啓発強化事業）（再掲）	消費者問題の周知や消費者教育・学習等に使用する資材を作成し、活用します。	県民生活課

総合的課題 1 食の安全・安心の確保

※食の安全・安心については、「千葉県食品等の安全・安心の確保に関する基本方針」に基づき総合的な取組を推進しています。(方針事業)は「千葉県食品等の安全・安心の確保に関する基本方針」に係る事業

1 総合的な食の安全・安心の確保に関する取組の推進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
食の安全と安心の確保に向け、県、消費者、食品関連事業者などすべての関係者の協働による総合的な取組の推進	食品安全推進事業 (方針事業)	食の安全・安心に関する知事への提案や総合的な施策の推進について、「千葉県食品等安全・安心協議会」を開催し検討します。また、食品等の安全・安心に関する危機事案の発生に対し、県庁内各担当部局において、危機管理を行うとともに、複数の部局に関連する緊急を要する事案が発生した場合には、関係部局が連携し、迅速に対応します。	衛生指導課 関係各課
	千葉県食品等安全・安心協議会 (方針事業)	消費者、食品関連事業者、学識経験者を構成員とする協議会を開催し、食品等の安全・安心の確保に関する事項の調査審議を行います。	衛生指導課 関係各課
	庁内関係各課への情報共有 (方針事業)	「千葉県食の安全・安心対策会議」を通じ、情報の共有を図ります。	衛生指導課

2 監視指導の強化と自主管理体制の促進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
食品や飲料水等について、安全性を確保するための監視指導の実施	食品営業施設における監視指導 (方針事業)	食品営業施設に対する監視指導を実施します。	衛生指導課
	夏期、年末における食品営業施設の監視指導 (方針事業)	夏期及び年末において、食品営業施設に対し立入検査や、施設や取扱食品の衛生管理や食品表示に関する監視指導を実施します。	衛生指導課
	違反・不良食品の排除 (方針事業)	監視指導、検査、他自治体との連携により、違反・不良食品を排除します。	衛生指導課
	流通食品中の食品添加物、細菌の規格基準検査 (方針事業)	収去、買上げにより、県内に流通している食品について、検査を実施します。	衛生指導課
	輸入食品の検査 (方針事業)	収去、買上げにより、県内に流通している輸入食品検査を実施します。	衛生指導課

食品や飲料水等について、安全性を確保するための監視指導の実施	県産農畜水産物の残留物質検査（方針事業）	県産農畜水産物の残留農薬、動物用医薬品等の検査を実施します。	衛生指導課
	病原微生物による汚染実態調査（方針事業）	病原微生物による汚染実態調査のための食品検査を実施します。	衛生指導課
	食品残留農薬等一日摂取量実態調査（方針事業）	日常の食事を介する農薬等の摂取量の把握のための検査を実施します。	衛生指導課
	BSE スクリーニング検査（方針事業）	全頭を対象とした BSE スクリーニング検査を実施します。	衛生指導課
	各自治体との連携による食中毒拡大防止（方針事業）	各自治体との連携による食中毒（疑いを含む）にかかわる調査を実施します。	衛生指導課
	漁場環境総合監視推進（方針事業）	アサリ等の貝毒検査を実施し、貝毒の量が規制値を超えた場合には関係漁業協同組合に出荷の自主規制を要請します。	漁業資源課
	アレルギー物質検査（方針事業）	食品中に含まれるアレルギー物質の検査を実施します。	衛生指導課
	遺伝子組換え食品検査（方針事業）	遺伝子組換え食品の検査を実施します。	衛生指導課
	農薬使用者への立入検査（方針事業）	農薬取締法に基づき、生産者・農薬販売店への立入検査を実施します。	安全農業推進課
	「飼料の安全性の確保及び品質の改善に関する法律」の施行に関する業務（方針事業）	飼料及び飼料添加物の適正使用及び安全確保についての指導を行います。	畜産課
	動物用医薬品適正使用対策事業（方針事業）	動物用医薬品製造・販売施設への監視・指導や、不良動物用医薬品の有無についての検査を行います。	畜産課
	養殖魚に対する抗生物質等の残留検査（方針事業）	水産用医薬品（動物用医薬品）の適正使用を指導するとともに、出荷魚に対する医薬品の残留検査を実施します。	漁業資源課
学校給食用食材料安全点検	学校給食に使用する食材の安全性確保のため、県立学校（特別支援学校・定時制高等学校）の学校給食で使用している食材について抜き取り検査（細菌検査・理化学検査等）を実施します。	学校安全保健課	

食品や飲料水等について、安全性を確保するための監視指導の実施	学校給食用パンの品質調査（方針事業）	「財団法人千葉県学校給食会」と共催で、学校給食用パンの品質調査を行います。	学校安全保健課
	県立学校給食従事者等の腸内細菌検査（方針事業）	県立学校給食従事者等の腸内細菌検査を実施します。	学校安全保健課
	水道施設管理事業	飲料水の安全を確保するため、専用水道・小規模専用水道等の水道施設への監視指導を実施します。	薬務課
	飲用井戸等の衛生対策事業	飲用井戸の衛生管理について指導・啓発を行います。	薬務課
	おいしい水づくり計画	国の水質基準よりも高いレベルで、おいしさに関する県水道局独自の水質目標を設定し、水質目標の実現に向けた取組を実施しています。	水道局
食品事業者に対する講習会の開催や情報の提供等	HACCP の普及（方針事業）	監視指導や講習会等を通じ、営業者への HACCP 概念を取り入れた衛生管理手法の普及を図ります。	衛生指導課
	食品衛生推進員制度による衛生思想の普及（方針事業）	「食品衛生推進員」への講習会の実施、食品衛生推進により、各地域に対する衛生思想の普及を図ります。	衛生指導課
	食品等事業者の自主的衛生管理の促進（方針事業）	食品等事業者への監視指導、講習会を実施します。	衛生指導課
	食中毒予防対策（方針事業）	講習会等を通じた食中毒予防のための知識の普及・啓発を行います。	衛生指導課
	食中毒予防パレードによる啓発（方針事業）	食品衛生協会との協働による食中毒予防パレードによる食中毒予防の啓発を行います。	衛生指導課
	衛生管理普及啓発（方針事業）	水産業者へ衛生管理情報の情報を提供し、指導を行います。	水産課
	食品加工における衛生意識向上の普及・啓発（方針事業）	水産加工業者へ衛生管理情報の情報を提供し、指導を行います。	水産課
	衛生管理普及啓発	産地卸売市場関係者の衛生管理意識の向上を図ります。	水産課
	食品加工における衛生意識向上の普及・啓発	水産加工業者へ衛生管理情報の情報を提供し、指導を行います。	水産課 (重複による削除)

食品事業者に対する講習会の開催や情報の提供等	千葉県優良県産品の推奨（方針事業）	地場産業の振興と県民生活の向上を図るため、優良県産品の推奨及び普及宣伝を行う「千葉県優良県産品推奨協議会」が行う事業に対して、その経費の一部を負担します。	観光課
	学校栄養職員研修及び栄養教諭初任者研修（方針事業）	学校栄養職員及び栄養教諭初任者研修において、衛生管理を含めた講義・現場研修を行います。	学校安全保健課
	学校給食衛生管理指導（方針事業）	文書による通知や、学校給食調理場の視察及び衛生管理指導や各学校給食関係団体の研修会で指導助言を行います。	学校安全保健課
食品の自主回収に関する情報提供への支援	食品の自主回収情報の提供等の取組の促進	食品関連事業者が食品等の安全・安心確保に関する情報提供を行うことを支援するため、自主回収情報を県ホームページに掲載します。	衛生指導課

3 食の安全・安心のための啓発と情報発信

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
リスクコミュニケーションの推進	リスクコミュニケーションの開催（方針事業）	食の安全・安心に関する関係者間の情報や意見の交換を行うリスクコミュニケーションを開催します。	衛生指導課
食品の安全情報の発信や食の安全・安心に関する出前講座等の実施	パンフレット等による食品衛生の意識啓発（方針事業）	各種パンフレットを通じた食中毒予防等の食品衛生に関する知識の普及、意識の啓発を行います。	衛生指導課
	ちば食の安全・安心出前講座（方針事業）	食品衛生に関する講習会を希望する消費者等の依頼者に出向き講義を実施します。	衛生指導課
	食品衛生県民ダイヤル等による相談（方針事業）	「食品衛生県民ダイヤル」及びホームページ「食の安全・安心電子館」による県民からの相談等に対応します。	衛生指導課
	食品表示相談窓口の設置	県民からの相談等への対応を行います。	安全農業推進課
食中毒発生や有害物資に汚染された食品の流通があった場合等の迅速な注意喚起等の実施	食中毒注意報・警報の発令による注意喚起（方針事業）	プレス発表、保健所、関係団体等を通じた食中毒注意報・警報の発令の情報提供による食中毒予防のための注意喚起を行います。	衛生指導課
	重大な食中毒発生時の関係機関への情報提供	飲食を提供する観光関係施設及び観光関係団体への迅速な情報提供を行います。	観光課

4 食品表示の適正化の推進と分かりやすい表示についての検討

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
食品の適正表示の指導徹底	JAS 法に基づく食品表示巡回指導等 (方針事業)	生鮮食品販売店、直売所への適正表示の啓発・指導を行います。	安全農業推進課
	JAS 法巡回指導 (水産物・水産加工品の品質表示) (方針事業)	水産加工業者を対象に、JAS 法に基づく巡回指導を行います。	水産課
	事業者指導事業(景表法関係) (方針事業)	景表法に基づき、事業者に関係法の趣旨を説明するなど違反行為の未然防止を図るとともに、事業者指導を行います。	県民生活課
	食品販売業者等への啓発 (方針事業)	各種パンフレット配布やセミナーによる知識の普及・啓発を行います。	安全農業推進課
	千葉県食品表示ウォッチャーの設置 (方針事業)	<平成 22 年度で事業終了>	安全農業推進課
	米及び牛肉等の遺伝子識別分析の実施	米及び落花生、食肉及びその加工品の検査を実施します。	安全農業推進課
	健康食品等の表示指導 (方針事業)	健康増進法に基づく表示を行う者に対する適正表示の啓発、指導を実施します。	健康づくり支援課
消費者にとって分かりやすい表示のあり方等についての調査・研究	消費者問題調査・研究事業 (再掲)	消費者被害の防止や消費者教育・学習の推進等に向け必要な方策等についての調査・研究を行います。	県民生活課

5 千産千消と食育の推進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
「千産千消」・「旬産旬消」の推進	農薬の安全・適正使用指導 (方針事業)	農薬管理指導士の養成・認定、安全使用の啓発活動等を行います。	安全農業推進課
	農産物の流通前の残留農薬分析 (方針事業)	農協等で収集した県産農産物残留農薬の分析を実施します。	安全農業推進課
	肥料の適正使用の推進 (方針事業)	土づくりや肥料の適正使用の普及啓発等を行います。	安全農業推進課
	肉骨粉等を使用しない運動、飼料安全 (方針事業)	肉骨粉等を使用しないよう農家への確認・指導を実施します。	畜産課

「千産千消」・「旬産旬消」の推進	家畜防疫事業（方針事業）	家畜伝染病について、検査及び周知指導を行います。	畜産課
	養殖業者への巡回指導（方針事業）	生産に関する技術的な指導や水産用医薬品の適正使用等に関する指導を行います。	漁業資源課
	家畜個体識別情報活用促進事業（方針事業）	牛の個体識別のための情報の管理及び伝達に関する特別措置法の遵守のため、農家指導を行います。	畜産課
	GAP（農業生産工程管理）の推進（方針事業）	GAP（農業生産工程管理）について、生産者への啓発及び支援を行います。	安全農業推進課
	「ちばエコ農業」の推進（方針事業）	認証制度の運営、ホームページによる栽培情報の開示推進し、生産技術の確立、産地における普及活動を実施します。	安全農業推進課 担い手支援課
	「ちばエコ農産物」販売協力店設置促進事業（方針事業）	販売協力店へのカタログ作成、販促資材の提供を行います。	生産販売振興課
	千産千消・千産全消販売促進事業（方針事業）	消費者や実需者ニーズに沿った県産農産物の生産と有利販売を実現するため、県と生産者団体等が一体となって生産販売の協議を行うとともに、推進のための方策を展開・促進します。	生産販売振興課
	米飯給食及び県産品活用の推進（方針事業）	関係諸機関・部局との連携・協力により、米飯給食の推進、県産品食材の活用促進を図ります。	学校安全保健課
	優良県産品の推奨及び普及宣伝（千葉県優良県産品推奨協議会）	優良県産品の推奨認定、普及宣伝を行う「千葉県優良県産品推奨協議会」の事業を支援します。	観光課
「ちばの食育推進県民運動」として、「ちばの豊かな食卓づくり」の推進	ちば食育活動促進事業（方針事業）	「食育」の総合的・計画的な推進と市町村の食育推進計画の策定を促進するため、県食育推進計画「元気な『ちば』を創る『ちばの豊かな食卓づくり』計画」により、農業県ちばの特徴をいかした「ちばの食育」を地域に根ざした県民運動として「ちばの豊かな食卓づくり」の展開を図るとともに、千葉県が新たに提案する「ちば型食生活」の普及・啓発を図ります。	安全農業推進課

「ちばの食育推進県民運動」として、「ちばの豊かな食卓づくり」の推進	水産物販売流通消費総合対策事業 (水産物産地づくり対策事業)	特徴ある県産水産物を認定しPRすることにより、販売促進と県のイメージアップを図ることを目的とした千葉ブランド水産物の認定及びブランド化に向けた取組の支援を行います。	水産課
	水産物販売流通消費総合対策事業 (水産物消費・食育対策事業)	県民が「食」の大切さを実感し、食材の持つおいしさ・栄養とそれを供給する水産業に関する理解を深めるため、魚食普及及び「食育」を推進します。	水産課
	特用林産物食育推進モデル事業(方針事業)	食育を推進するため、小学生及び保護者を対象とした特用林産物の収穫体験、料理教室及び食事バランスガイドの啓発、意識調査を行います。	森林課
	「ちば・ふるさとの学び」テキストの活用推進	本県の生物多様性、歴史・文化、食育、防災、産業など、幅広い分野について、自ら学び考えることができる「ちば・ふるさとの学び」テキストを活用して、中学生が郷土を理解し、地域から世界に目を向けることのできる教育を推進します。	教育政策課
	いきいきちばっ子食育推進事業(方針事業)	県食育推進計画の策定を受け、「学校における食育の推進」のための施策を実践します。	学校安全保健課
	栄養教諭を中核とした食育推進事業(国庫支出金での事業)	<平成23年度事業なし>	学校安全保健課

総合的課題2 商品・サービスや契約・取引の安全・安心の確保

1 事業者に対する指導の充実・強化と、適正な事業活動を推進するための支援

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
各種法令等に基づく関係事業者に対する指導等の充実・強化	事業者指導事業(割 販法、景表法、ゴ ルフ場等会員契約 適正化法、特商引 法関係) (再掲)	事業者指導に関する各法に基づき必要な現地調査、報告徴収、立入検査等を行い、事業者に関係法の趣旨を説明するなど違反行為の未然防止を図るとともに、事業者指導、処分を行います。	県民生活課
	消費生活用製品安全法に基づく事業	市町村が実施した特定製品の表示についての検査状況を把握するとともに、長期使用製品安全点検制度についての周知を図ります。	県民生活課
	家庭用品安全対策事業	有害物質を含有する家庭用品による健康被害を防止するため、試買検査を実施します。	薬務課
	環境衛生施設等の監視・指導	理容・美容所やクリーニング店、公衆浴場等環境衛生施設の監視・指導を実施します。	衛生指導課
	液化石油ガス保安対策事業	液化石油ガスによる災害事故の防止と取引の適正化を図るため、販売事業者等へ立入検査を実施します。	保安課
	旅行者に対する立入検査	旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を図るため、必要な限度において、旅行者等へ立入検査を実施します。	観光課
適正な事業活動の促進	事業者団体等と連携した事業の適正化や活性化に対する情報提供	事業者団体等と連携し、各種会議等の機会を活用して、事業の適正化や活性化に向けた情報提供等を実施します。	県民生活課 関係各課
	「(財)千葉県生活衛生営業指導センター」や生活衛生同業組合と連携した取組	「財団法人千葉県生活衛生営業指導センター」や生活衛生同業組合と連携し、消費者サービスの向上や、衛生水準の確保等、生活衛生関係業者の取組を促進します。	衛生指導課
	液化石油ガス保安教育講習事業	販売事業者等を対象として、最近の法改正や事故の状況などLPガスの保安に関する知識の向上等、災害防止のために必要な事項を周知するため、液化石油ガス保安教育講習会を開催します。	保安課

2 商品・サービスの規格・表示・包装・計量等の適正化の推進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
各種法令に基づく商品・サービスの規格・表示・包装・計量等の適正化の推進	計量に係る立入検査事業	正確な計量及び消費者保護を目的として、精肉・鮮魚・青果等の計量販売を行う店舗並びに計量関係事業所へ立入検査を実施し、適正な計量を確保します。	保安課
	計量正確強調月間事業	適正な計量の確保を目的として、市町村と協力して消費者に対する計量思想の啓発を行うとともに、関係事業所等に対し表彰や講習会等を実施します。	保安課
	商品・サービスの規格・表示・包装・計量等の適正化の推進に向けた広報・啓発	市町村と連携し、商品・サービスの規格・表示・包装・計量等の適正化の推進に向けた広報・啓発を実施します。	県民生活課

3 医療・福祉サービスに関する安全・安心の確保

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
医療・福祉サービスについての安全・安心の確保	医療提供体制の整備	小児医療・周産期医療・救急医療等における体制整備を進めるとともに、病院と診療所の連携強化など、地域における医療提供体制の整備を図ります。	医療整備課
	医療監視事務	病院等の医療施設の検査を実施し、指導します。	医療整備課
	院内感染地域支援ネットワーク事業	院内感染地域支援ネットワークを構築し、医療機関内の院内感染の対策を推進します。	医療整備課
	災害発生時の健康危機管理体制強化推進事業	災害発生時の健康危機管理体制の強化を図ります。	健康福祉政策課
	新型インフルエンザ対策事業	発生が危惧されている新型インフルエンザ対策を行います。	健康福祉政策課 (H22～ 疾病対策課)
	介護老人保健施設の運営指導	介護老人保健施設に対し、指導、監督を行います。	医療整備課
	介護保険施設等の運営指導	介護保険施設及び介護保険サービス事業者に対し、指導・監査等を行います。	保険指導課

医療・福祉サービスについての安全・安心の確保	薬事監視指導事業	医薬品製造業等及び薬局等医薬品販売業の監視指導を行い、医薬品等の品質、有効性及び安全性の確保を図ります。	薬務課
	有料老人ホームの適正な運営指導	改正した「千葉県有料老人ホーム設置運営指導指針」に基づき、無届施設に対して有料老人ホームとして届出するよう指導の徹底を図っていきます。また、有料老人ホームに対する指導監査や立入検査を実施し、管理運営状況等について適切に指導していきます。	高齢者福祉課
	児童福祉施設の運営指導	保育所、助産施設、母子生活支援施設に対し、指導・監督を行います。	児童家庭課
	認可外保育施設の運営指導	「認可外保育施設指導監督基準」に基づき、指導・監督を行います。	児童家庭課
	高齢者福祉施設の巡回指導	特別養護老人ホーム、養護老人ホーム、軽費老人ホーム等に対して、必要に応じて県職員による巡回指導を実施し、運営状況を的確に把握するとともに、指導・助言等を行い、入所者や職員の処遇改善を図っていきます。	高齢者福祉課
	地域包括支援センター職員研修事業	地域住民の保健・福祉・医療の向上、増進のために必要な援助、支援を包括的に担う機関として市町村が設置する地域包括支援センターの業務が円滑に行われるよう地域包括支援センター職員（保健師・社会福祉士・主任介護支援専門員）を対象とした研修や介護予防給付のケアマネジメントを行う者を対象とする研修を行っていきます。	保険指導課
	中核地域生活支援センター事業（再掲）	24時間・365日体制での福祉の総合相談機能、権利擁護機能、地域総合コーディネート機能を併せ持った、民間サイドの福祉の拠点となる中核地域生活支援センターを県内13カ所の健康福祉センター所管区域に設置しています。	健康福祉指導課

医療・福祉サービスについての安全・安心の確保	日常生活自立支援事業	「社会福祉法人千葉県社会福祉協議会」が実施する、認知症高齢者等が自立した地域生活をおくれるよう福祉サービスの利用援助や日常的な金銭管理等を支援するための日常生活自立支援事業に対し、必要な経費を補助します。	健康福祉指導課
関係団体等と連携した情報提供、相談体制の充実	医療安全相談センターの運営	「千葉県医療安全相談センター」において、医療に関する相談に対応するほか、医療機能情報の提供や、研修を実施します。	医療整備課
	小児救急電話相談事業	小児救急に関する電話相談を365日体制で実施します。	医療整備課
	医療情報提供事業<新規> ※当初の「医療情報の開示の推進」に変えて	県民が適切に医療機関・薬局を選べるよう、医療機関・薬局の機能情報を県が集約してインターネットを通じて県民に公表します。	医療整備課
	指導監査・介護サービス情報の公表・第三者評価	社会福祉法人に対する指導結果や、福祉サービスの第三者評価や介護サービス情報を提供します。	健康福祉指導課
	介護保険のサービス提供事業者情報の提供	利用者及び事業者に対し、広く介護保険の情報を提供するため、「独立行政法人福祉医療機構」のインターネット「WAM NET (ワムネット)」により、介護保険のサービス提供事業者の情報を公表していきます。	保険指導課
	千葉県介護保険苦情処理業務支援事業費補助金	「介護保険法」上の苦情処理機関に位置づけられる「国民健康保険団体連合会」に対し、苦情処理に要する経費の一部を助成し、苦情や相談への対応の円滑化を図っていきます。	保険指導課
	地域包括支援センター職員研修事業(再掲)	地域住民の保健・福祉・医療の向上、増進のために必要な援助、支援を包括的に担う機関として市町村が設置する地域包括支援センターの業務が円滑に行われるよう地域包括支援センター職員(保健師・社会福祉士・主任介護支援専門員)を対象とした研修や介護予防給付のケアマネジメントを行う者を対象とする研修を行っていきます。	保険指導課
	薬事アドバイザー設置事業	薬事アドバイザーを設置し、医薬品等に関する相談や啓発を行います。	薬務課

関係団体等と連携した情報提供、相談体制の充実	医薬品等適正使用推進事業	医薬品等の適正使用を推進するため、医薬品等に関する情報の提供、医療情報提供事業における薬局の機能情報の提供等を適切に行うとともに、パンフレットや講習会等により県民に対して医薬品の正しい知識の普及啓発を図ります。	薬務課
------------------------	--------------	---	-----

4 住まいに関する安全・安心の確保

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
住まいについての安全・安心の確保	千葉県建築行政マネジメント計画<新規> (旧:千葉県建築物安全安心実施計画)	建築物の安全性を確保するため、県、特定行政庁、関係機関が連携して完成検査率の向上や、違反建築物対策などの施策の総合的かつ適確な推進を図ります。	建築指導課
	建設業者に対する指導	建設事業者に対し、建設業法の遵守徹底を図るため、立入検査や指導などを行います。	建設・不動産業課
	宅地建物取引業者に対する指導	宅地建物取引業者に対し、立入検査や指導などを行います。	建設・不動産業課
事業者団体等と連携した情報提供、相談体制の充実	住まい情報プラザ業務事業	住情報提供窓口「住まい情報プラザ」で県民の相談等に応じます。	住宅課
	市町村に対するリフォーム相談窓口の設置の促進	相談業務(窓口紹介業務含む)を行う(予定)職員を対象とした「リフォーム相談窓口担当者向け研修会」を実施します。 (財)住宅リフォーム・紛争処理支援センターと共催)	住宅課
	高齢者の住まいの相談会の開催(再掲) <21年度で事業終了>	※ 通常法律相談や、住宅の耐震性能やリフォームについて、関係機関や市町村の相談事業が充実したことから、21年度で事業終了。	住宅課

事業者団体等と連携した情報提供、相談体制の充実	<p>高齢者円滑入居賃貸住宅及び高齢者専用賃貸住宅の登録・閲覧 (23年9月まで)</p> <p>サービス付き高齢者向け住宅の登録・閲覧 (23年10月から)</p>	<p>高齢者であることのみを理由に入居を拒否しない賃貸住宅（高齢者円滑入居賃貸住宅）や、高齢者円滑入居賃貸住宅のうち、専ら高齢者を賃借人とする賃貸住宅（高齢者専用賃貸住宅）について登録し、登録情報をインターネット(高齢者住宅財団HP)等で広く提供していきます。</p>	住宅課
	<p>千葉県あんしん賃貸支援事業 (23年度から)</p> <p>(旧：あんしん賃貸支援事業)</p>	<p>高齢者等の住まい探しの相談に協力する不動産店（あんしん賃貸住宅協力店）や高齢者等を受け入れることとした住宅（あんしん賃貸住宅）及び高齢者等の入居を支援する市町村や民間団体（あんしん賃貸支援団体）についての情報を登録し、登録情報をインターネット（あんしん賃貸ネット）等で広く提供していきます。</p>	住宅課
	<p>建設工事紛争相談</p>	<p>建設工事の請負契約に関するトラブルについて、発注者、請負業者等の相談に応じ、トラブル解決の手法等について専門家（弁護士・建築士）によるアドバイスを提供します。</p>	建設・不動産業課
	<p>宅地建物取引相談トラブル未然防止対策</p>	<p>宅地建物取引業にかかわるトラブルについての相談を受け、トラブルの解決を図るための法律相談業務及び、契約をする前に消費者に不動産取引に対する知識を持ってもらい、トラブルにあわないようにするための冊子を作成します。（配布は無償）</p>	建設・不動産業課
	<p>福祉ふれあいプラザの運営（介護実習センター）</p>	<p>けやきプラザ内の「千葉県福祉ふれあいプラザ」では、</p> <ul style="list-style-type: none"> ○一般県民や介護専門職の資質向上のための実習会、講座、研修会等 ○高齢者の介護等に関する相談（介護ところの相談、住宅改修相談、福祉用具相談） ○福祉・介護分野への関心と理解を促し、高齢者等が暮らしやすい住環境の整備の促進に寄与することを目的とした福祉機器展示会等を実施していきます。 	高齢者福祉課

事業者団体等と連携した情報提供、相談体制の充実	外国人学生住居アドバイザー事業（再掲）	千葉県内で住居探しに苦慮している外国人学生を支援するため、千葉県から選任された住居アドバイザー（不動産事業者）が、住居に関する情報の提供及び助言を実施します。アドバイザー選任時に、住居探しの基本事項や重要事項説明書・契約書の英語・中国語・韓国語版等を提供します。	国際室
-------------------------	---------------------	---	-----

5 危険な製品・サービス等についての情報提供

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
国や市町村、関係機関と連携した迅速な情報提供	消費者教育啓発事業(県消費者センター)（再掲）	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	県民生活課
多様化・ハイリスク化する金融商品等についての消費者トラブル防止のための情報提供や啓発の推進	消費者教育啓発事業(県消費者センター)（再掲）	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	県民生活課
	金融広報事業（再掲）	「千葉県金融広報委員会」と連携して、金銭・金融教育・学習及び啓発を推進します。	県民生活課
IT化やグローバル化の進展などによる新たな消費者トラブル防止のための情報提供や啓発の推進	消費者教育啓発事業(県消費者センター)（再掲）	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	県民生活課
	青少年の社会環境づくり及び非行防止対策事業	青少年が携帯電話やインターネットを利用したことによるトラブルを防止し、適正な利用ができるよう広報・啓発を行います。	県民生活課 生涯学習課 指導課

6 多重債務問題対策の促進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
「千葉県多重債務問題対策本部」における多重債務問題対策への取組の充実	多重債務問題対策強化事業	「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の実施や広報紙を活用しての相談窓口等の啓発を行うとともに、個別の多重債務者対策として相談体制の強化及び無料相談会等を行います。	県民生活課 関係各課
市町村や関係機関と連携・協働した多重債務者等への支援、多重債務の発生防止に向けた取組の推進	多重債務問題対策強化事業（再掲）	「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の実施や広報紙を活用しての相談窓口等の啓発を行うとともに、個別の多重債務者対策として相談体制の強化及び無料相談会等を行います。	県民生活課 関係各課
貸金業者への指導やヤミ金の取締りの実施	貸金業指導事業	貸金業法に基づき、貸金業者の登録、指導・監督、債務者等からの苦情・相談、広報・啓発を実施します。	県民生活課
	ヤミ金融撲滅に向けた取締り	ヤミ金融に対する取締りを実施します。	警察本部

7 成年後見制度の活用等、権利擁護のための取組の促進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
相談窓口の連携強化	消費生活問題関係機関連絡会議（再掲）	消費生活問題（相談・教育その他）関係機関が、情報や意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課 関係各課
	中核地域生活支援センター事業（再掲）	24時間・365日体制での福祉の総合相談機能、権利擁護機能、地域総合コーディネート機能を併せ持った、民間サイドの福祉の拠点となる中核地域生活支援センターを県内13カ所の健康福祉センター所管区域に設置しています。	健康福祉指導課
	地域包括支援センター職員研修事業（再掲）	地域住民の保健・福祉・医療の向上、増進のために必要な援助、支援を包括的に担う機関として市町村が設置する地域包括支援センターの業務が円滑に行われるよう地域包括支援センター職員（保健師・社会福祉士・主任介護支援専門員）を対象とした研修や介護予防給付のケアマネジメントを行う者を対象とする研修を行っていきます。	保険指導課

相談窓口の連携強化	日常生活自立支援事業（再掲）	「(福) 千葉県社会福祉協議会」では、認知症高齢者等が自立した地域生活を送れるよう、福祉サービスの利用援助や日常的な金銭管理等を支援する日常生活自立支援事業を実施しており、県では、この事業の実施に必要な経費を、補助しています。	健康福祉指導課
成年後見制度等についての広報・啓発	消費者教育啓発事業(県消費者センター)（再掲）	関係機関と連携しながら、広報・啓発を行います。	県民生活課

総合的課題3 個人情報保護

1 個人情報の保護のための情報提供と啓発の推進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
消費者や事業者に対する個人情報の保護及び適正な取扱いについての情報提供と啓発の推進	消費者教育啓発事業(県消費者センター) (再掲)	消費者の自立を支援し、消費者トラブルを未然に防ぐため「消費者自立支援講座」、「サポーター養成講座」等、消費者教育・学習を実施します。また、被害の拡大防止のため、情報の提供や啓発を行います。	県民生活課
	県における個人情報の保護	県が保有する個人情報について、千葉県個人情報保護条例に基づき、適切に管理します。	政策法務課 関係各課

2 個人情報の保護に関する相談体制の充実

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
市町村や事業者等個人情報に関する相談窓口との連携強化及び相談体制の充実	県消費者センター運営事業(再掲)	県消費者センターの施設の運営、及び消費生活や個人情報に関する相談及び苦情等の処理、商品テストを行います。	県民生活課
	消費生活問題関係機関連絡会議(再掲)	消費生活問題(相談・教育その他)関係機関が、情報や意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課 関係各課

総合的課題 4 生活必需商品の安定供給

1 生活必需商品の安定供給

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
需給状況や価格の動向等に関する調査の適切な実施	消費者行政推進事業（再掲）	必要に応じ、適切な対応ができる体制の整備を図ります。	県民生活課
事業者に対する円滑な供給等の措置の協力	消費者行政推進事業（再掲）	必要に応じ、適切な対応ができる体制の整備を図ります。	県民生活課

2 緊急時における生活必需品の確保と供給

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
災害時における生活必需品の確保のための体制整備	「千葉県地域防災計画」に基づく事業	「千葉県地域防災計画」に基づき、食料、水、毛布、防水シート、トイレなどを備蓄し、また、大手流通業者と協定を結んで流通備蓄の確保に努めます。	防災危機 管理課 (旧:消防防災課)
	災害時における県民生活の安定を図るための基本協定書	応急生活物資の調達・安定供給等により、災害時における県民生活の安定を図るため、「千葉県生活協同組合連合会」と協定を締結しています。	県民生活課
	災害時における応急生活物資等の供給に関する協定書	県と「社団法人千葉県エルピーガス協会」で協定を締結し、県からの要請に応じ液化石油ガス、カセットコンロ、カセットコンロ用ガスボンベの供給可能な体制を整備しています。	保安課

総合的課題5 環境やユニバーサルデザインを意識した消費生活の促進

1 環境問題に対する取組の推進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
消費者、事業者と連携・協働した環境問題に対する取組の推進	ちばレジ袋削減エコスタイル（通称：ちばレジエコ）	使い捨てのライフスタイルを変換するため、県民が「誰でも・すぐに・簡単に」取り組めるレジ袋削減を全県的に推進します。	資源循環推進課
	ちば食べきりエコスタイル	一般家庭等から排出される「食品ごみ」を削減するため、食材を扱う事業者の協力を得て、外食時等における食べ残しを減らすための取組を実施するとともに、県民へのPRを通じて家庭での実践を促します。	資源循環推進課

2 環境学習・教育の促進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
環境学習・教育の促進	環境学習基本方針推進事業	地球温暖化防止、生物多様性の保全等、持続可能な社会づくりに向けて、豊かな感受性を育み、問題解決力を身につけ、主体的に行動できる人づくりのための環境学習を推進します。	環境政策課
	「ちば・ふるさとの学び」テキストの活用推進（再掲）	本県の生物多様性、歴史・文化、食育、防災、産業など、幅広い分野について、自ら学び考えることができる「ちば・ふるさとの学び」テキストを活用して、中学生が郷土を理解し、地域から世界に目を向けることのできる教育を推進します。	教育政策課

3 ユニバーサルデザインの普及促進

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
ユニバーサルデザインの普及に向けた情報提供や啓発等の実施	消費者教育啓発事業（県消費者センター）（再掲）	ユニバーサルデザインについての広報・啓発を実施します。	県民生活課
	誰にもやさしいまちづくりの推進	情報誌等により福祉のまちづくりの普及・啓発を図るとともに、「ちばバリアフリーマップシステム」の充実を図り、バリアフリー情報の提供に努めていきます。	健康福祉指導課
	誰でもつかえるホームページの普及・推進	<平成21年度で事業終了>	健康福祉指導課

ユニバーサルデザインの普及に向けた情報提供や啓発等の実施	「道路の移動等円滑化整備ガイドライン」等に基づくバリアフリー化の推進	「道路の移動等円滑化整備ガイドライン」等に基づき、歩道のバリアフリー化を進めます。	道路整備課 道路環境課
	建築物におけるユニバーサルデザインの推進	県民一人ひとりが快適で、安全・安心に暮らせるまちづくりを進めるため、「千葉県建築物ユニバーサルデザイン整備指針」を活用した普及啓発を行います。	建築指導課
	ユニバーサルツーリズム推進事業	<平成 21 年度で事業終了>	観光課

総合的課題6 災害時等における安全・安心の確保（24年度追加）

1 相談体制の確保

施策展開の方向	事業名	事業の内容	担当課名
災害時における相談体制の整備	災害発生時等の相談体制の構築（県センター）	職員及び消費生活相談員等の緊急時の情報連絡網を整備します。 また、災害時の相談体制の構築に努めます。	県民生活課
	市町村の相談体制の支援	被害を受けた市町村の相談体制のバックアップに努めます。	県民生活課
	停電時の電話回線の確保	県消費者センターの全ての電話回線を停電対応電話とし、相談者からの対応に備えます。	県民生活課

2 生活必需品の確保と供給（再掲）

施策展開の方向	事業名	事業の内容	担当課名
生活必需品確保のための体制の整備	「千葉県地域防災計画」に基づく事業（再掲）	「千葉県地域防災計画」に基づき、食料、水、毛布、防水シート、トイレなどを備蓄し、また、大手流通業者と協定を結んで流通備蓄の確保に努めます。	防災危機管理課
	災害時における県民生活の安定を図るための基本協定書（再掲）	応急生活物資の調達・安定供給等により、災害時における県民生活の安定を図るため、「千葉県生活協同組合連合会」と協定を締結します。	県民生活課
	災害時における応急生活物資等の供給に関する協定書（再掲）	県と「社団法人千葉県エルピーガス協会」で協定を締結し、県からの要請に応じ液化石油ガス、カセットコンロ、カセットコンロ用ガスボンベの供給可能な体制を整備します。	保安課

3 消費者の安全・安心の確保

施策展開の方向	事業名	事業の内容	担当課名
消費者の安全・安心の確保のための必要な情報の収集・発信	生活関連情報の収集と発信	災害時等において、正確な情報の収集を行うとともに、可能な通信手段を活用して、生活関連情報の迅速な発信に努めます。	県民生活課
	災害等に便乗した消費者被害の防止	災害後に起こり得る消費者トラブルや悪質商法の被害などに対して、県のHPや広報紙等を通じた注意喚起に努めます。	県民生活課
防災教育の充実	学校における消費者の防災教育の充実	「ちば・ふるさとの学び」テキストの防災分野において、平常時から防災教育の充実を図ります。	教育政策課

県民との協働による基本計画の推進

1 県民との協働による推進体制の整備

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
公募委員を含めた「千葉県消費生活基本計画推進委員会（仮称）」の設置	「千葉県消費生活基本計画推進委員会（仮称）」の設置	基本計画の効果的な推進を図るため、公募委員を含めた推進委員会を設置します。	県民生活課
各年度における基本計画の進捗状況の公表	消費者行政推進事業（再掲）	基本計画の効果的な推進を図るため、各年度における進捗状況を公表します。	県民生活課
県民意見の反映	消費者行政推進事業（再掲）	基本計画の効果的な推進を図るため、広く県民意見を聴取し、施策推進に反映していきます。	県民生活課
消費生活に関する県民の意識調査の実施	消費者問題調査・研究事業（再掲）	基本計画の効果的な推進を図るため、消費生活にかかわる県民意識調査を実施します。	県民生活課
基本計画に関する広報の展開	消費者行政活性化基金事業（広報・啓発強化事業）（再掲）	基本計画の効果的な推進を図るため、基本計画に関する広報・啓発を展開します。	県民生活課

2 県における推進体制の充実・強化

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
「千葉県消費者行政審議会」の充実	消費者行政推進事業（再掲）	「千葉県消費者行政審議会」の開催等、消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施について検討し、推進します。	県民生活課
「千葉県消費者行政推進本部（仮称）」の設置	消費者行政推進本部の設置・運営（再掲）	副知事を本部長とし、各部局長等による「千葉県消費者行政推進本部（仮称）」及びその下に計画に位置づけられている事業の関係課長等で構成する幹事会を設置し、施策の総合的かつ効果的な推進を図ります。	県民生活課 関係各課

3 市町村、国、他都道府県と連携した推進体制の充実・強化

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
市町村における消費者行政推進体制等の整備促進	市町村消費者行政推進事業（再掲）	市町村の消費生活相談員及び担当職員に対する研修や会議を実施し、市町村における消費生活相談体制の充実・強化を図ります。	県民生活課

市町村における消費者行政推進体制等の整備促進	消費者行政活性化基金事業（市町村支援）（再掲）	消費者行政活性化基金を活用し、市町村における消費者行政の活性化を図ります。	県民生活課
	ネットワーク強化事業（消費者行政推進ブロック会議）（再掲）	各地域において、県・市町村・消費者（団体）・事業者（団体）・その他関係機関・団体が情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課
国、他都道府県との連携強化	消費者行政担当課長会議等	「都道府県等消費者行政担当課長会議」や「14 大都道府県消費者行政担当課長会議」、「関東甲信越静地区消費者行政連絡会議」など各種会議等を活用し、連携の強化を図ります。	県民生活課

4 関係機関と連携した推進体制の充実・強化

施策展開の方向	事業名等	事業の内容	担当課名
消費生活ネットワーク会議等の開催	ネットワーク強化事業（消費生活ネットワーク会議）（再掲）	行政（県及び市町村等）・消費者（団体）・事業者（団体）等が情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課
	ネットワーク強化事業（消費者団体連絡会議）（再掲）	県と県内消費者団体が、情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課
	ネットワーク強化事業（消費者行政推進ブロック会議）（再掲）	各地域において、県・市町村・消費者（団体）・事業者（団体）・その他関係機関・団体が情報・意見交換を行うための会議を開催します。	県民生活課

參考資料

基本計画策定までの取組

時 期	検討委員会	県
H20 5月		○ミニタウンミーティングでの 意見聴取 ○検討委員公募
6月		
7月		○策定検討委員会設置
8月	○第1回委員会 8/1 (策定方針検討) ○第2回委員会 8/19 (現状と課題についての検討)	
9月	○第3回委員会 9/22 (現状と課題についての検討)	
10月	○第4回委員会 10/24 (課題の整理)	○千葉県消費者行政審議会 10/10
11月	○第5回委員会 11/18 (基本計画の柱立てに ついての検討) ○第6回委員会 11/26 (基本計画の柱立てに ついての 検討)	
12月	○第7回委員会 12/9 (基本計画の柱立てに ついての検討) ○第8回委員会 12/19 (基本計画の柱立てに ついての検討)	
H21 1月		
2月		○計画骨子(案) パブリックコメント実施 2/2~2/23
3月	○第9回委員会 3/13 (基本計画案に ついての検討)	○千葉県消費者行政審議会諮問 3/19 ○千葉県消費者行政審議会 3/23 ○千葉県消費者行政審議会答申 3/30 ○計画策定

千葉県消費者基本計画（仮称）策定検討委員会における検討状況

- 第1回委員会開催 平成20年8月1日
【主な検討事項】
 - ・千葉県消費者基本計画（仮称）の策定方針について
 - ・今後の策定スケジュールについて
- 第2回委員会開催 平成20年8月19日
【主な検討事項】
 - ・千葉県の消費生活に係る現状と課題について
- 第3回委員会開催 平成20年9月22日
【主な検討事項】
 - ・千葉県の消費生活に係る現状と課題について
 - ・検討すべき課題の整理
- 第4回委員会開催 平成20年10月24日
【主な検討事項】
 - ・ワーキンググループ別検討状況について
- 第5回委員会開催 平成20年11月18日
【主な検討事項】
 - 基本計画の柱立てについて
- 第6回委員会開催 平成20年11月26日
【主な検討事項】
 - 基本計画の柱立てについて
- 第7回委員会開催 平成20年12月9日
【主な検討事項】
 - 基本計画の柱立てについて
- 第8回委員会開催 平成20年12月19日
【主な検討事項】
 - 基本計画の柱立てについて
- 第9回委員会開催 平成21年3月13日
【主な検討事項】
 - 基本計画（案）について
- ワーキンググループ別検討 10月から12月まで

千葉県消費者基本計画（仮称）策定検討委員会委員名簿

（敬称略・50音順 所属等は就任当時）

No.	氏名	所属等	備考
1	粟生 雄四郎	塚本総業株式会社 千葉支社専務取締役副支社長	
2	◎ 有馬 和子	臨床心理士 (社)千葉犯罪被害者支援センター名誉会員	
3	池田 徹	NPO 法人コミュニティケア研究所理事長 社会福祉法人生活クラブ理事長	
4	伊藤 高照	千葉県中小企業団体中央会事務局長	
5	宇都宮 健児	弁護士	
6	大塚 節子	民生・児童委員	公募委員
7	小池 達	司法書士	公募委員
8	小樽 清	社会福祉士	公募委員
9	小嶋 英志	県農業協同組合中央会農業振興部長	
10	堺 次夫	悪徳商法被害者対策委員会会長	
11	○ 坂口 嘉一	日本経済新聞社友 前(財)新聞広告審査協会専務理事	公募委員
12	杉原 崇之	千葉大学環境 ISO 学生委員会委員長	公募委員
13	高木 美枝子	中核地域生活支援センター 香取ネットワーク所長	
14	高橋 好子	四街道市環境経済部産業振興課	
15	田中 ネリ	イベロアメリカこころの支援研究会 臨床心理士	公募委員
16	○ 谷 敬子	条例検討委員会副会長 民事調停委員・司法委員	
17	寺尾 よしみ	市原市消費者団体連絡協議会会長	公募委員
18	中川 三枝子	生活協同組合ちばコープ理事	公募委員
19	野水 俊夫	野水鋼業株式会社 代表取締役 千葉県中小企業家同友会常任理事	
20	広岡 成子	(社)認知症と家族の会千葉県支部副代表	公募委員
21	藤江 芳昭	県商工会連合会事務局次長	
22	前野 春枝	(社)全国消費生活相談員協会理事 千葉県消費生活指導員	
23	宮木 裕一	高校教諭	公募委員
24	柳 啓史 友村 自生	日本チェーンストア協会関東支部事務局長代理 日本チェーンストア協会関東支部事務局長	H21.9.18 から H21.9.17 まで
25	和田 文夫	八街市経済環境部商工課	

◎…委員長 ○…副委員長

ミニタウンミーティング、タウンミーティングの実施状況

○ミニタウンミーティングの概要

実施回数：50回 参加者数：1,404人

	開催月日	時間	主催（会議名）	開催場所	参加者数
1	5月12日（月）	13:30 ～15:00	我孫子市消費者の会	我孫子南近隣センター 第1会議室	20
2	5月19日（月）	12:00 ～12:30	連合婦人会	千葉県社会福祉センター	56
3	5月19日（月）	13:00 ～14:00	千葉県消費者団体連絡協議会	千葉県消費者センター	12
4	6月4日（水）	10:30 ～11:30	ちばコープ経営会	ちばコープ会議室	78
5	6月9日（月）	14:45 ～15:45	社会福祉施設経営者協議会 総会	ホテルグリーンタワー	77
6	6月13日（金）	10:45 ～11:45	千葉市大型店会	千葉商工会議所	12
7	6月13日（金）	16:00 ～16:30	平成20年度市町村社会福祉 協議会 新任貸付担当職員研修会	千葉県社会福祉センター5F 大会議室	35
8	6月14日（土）	15:00 ～16:40	千葉県消費生活相談員の会 研修	船橋市東部公民館	17
9	6月20日（金）	11:00 ～12:00	認知症の人と家族の会千葉 県支部 (世話人・相談業務担当者)	千葉県社会福祉センター	9
10	6月20日（金）	13:30 ～14:30	ちばコープ 理事協議会	ちばコープ会議室	22
11	6月20日（金）	15:30 ～16:30	オアシス談話室 (ベイトウンシニアクラブ)	ベイトウンコア	25
12	6月22日（日）	11:00 ～11:30	中核地域生活支援センター のだネット	野田市総合福祉会館3Fサ ポートセンター	30
13	7月7日（月）	14:00 ～15:00	消費者サポーター浦安	浦安市消費生活センター会 議室	8
14	7月8日（火）	13:00 ～14:30	松戸市消費者の会	京葉ガスF第2ビル 5F会議室	15
15	7月9日（水）	14:00 ～15:00	生活クラブ生活協同組合 京葉ブロック臨時ブロック 理事会	生活クラブ生協千葉本部 3Fホール	13
16	7月17日（木）	13:30 ～15:30	京葉ガス株式会社	京葉ガス株式会社本社	16

	開催月日	時間	主催（会議名）	開催場所	参加者数
17	7月23日（水）	11:45 ～12:00	身体障害者福祉協会研修会 （千葉）	市原勤労会館	50
18	7月23日（水）	12:30 ～13:20	認知症の人と家族の会千葉 県支部 （世話人・ボランティア）	千葉県社会福祉センター	20
19	7月23日（水）	16:10 ～16:40	ワーカーズコレクティブ 理事会	生活クラブ生活協同組合佐 倉センター	8
20	7月26日（土）	11:30 ～12:30	「ちば男女共同参画フォー ラム 2009」実行委員会 （主催：ちば菜の花会）	ステップならしの	20
21	7月28日（月）	13:30 ～15:00	市川市消費者団体連絡会	市川市職員研修室	13
22	7月29日（火）	11:45 ～12:00	身体障害者福祉協会研修会 （東葛飾）	柏市沼南千葉県社会福祉セ ンター	60
23	7月30日（水）	20:30 ～21:00	千教組船橋支部執行委員会	支部会議室（船橋市）	11
24	7月31日（木）	11:00 ～12:00	生活クラブ生活協同組合 下総ブロック	佐倉ミレニアムセンター	7
25	7月31日（木）	14:00 ～16:00	千葉県生活協同組合連合会	千葉県教育会館 403号	12
26	8月2日（土）	10:30 ～12:00	花のある街づくりの会	波岡公民館第3学習室	16
27	8月4日（月）	10:00 ～12:00	本一町会（習志野市）	本一・さつき・向ヶ丘共同集 会所	30
28	8月4日（月）	10:30 ～12:00	市原市消費者団体連絡協議 会	市原市市民活動センター	18
29	8月4日（月）	13:30 ～14:30	消費者団体千葉連絡会	生協連会議室（教育会館）	13
30	8月4日（月）	15:00 ～17:00	千葉県経営者協会	経営者会館	13
31	8月5日（火）	18:30 ～19:00	千教組東葛支部執行委員会	支部会議室	8
32	8月6日（水）	11:45 ～12:00	身体障害者福祉協会研修会 （印旛・山武）	四街道市社会福祉文化セン ター	60
33	8月7日（木）	14:40 ～15:00	若宮北地区民生児童委員協 議会	市川市東部公民館	28
34	8月8日（金）	11:45 ～12:00	身体障害者福祉協会研修会 （海匝・香取）	匝瑳ふれあい市民センター	60
35	8月19日（火）	16:00 ～16:30	千葉県養蜂協会	県庁会議室	12

	開催月日	時間	主催（会議名）	開催場所	参加者数
36	8月20日（水）	11:45 ～12:00	身体障害者福祉協会研修会 （夷隅・長生）	大原文化センター	72
37	8月22日（金）	13:30 ～14:00	千葉県漁協参事会通常総会	TOKYO-CONVENTION HALL	19
38	8月26日（火）	11:45 ～12:00	身体障害者福祉協会研修会 （安房・君津）	館山市コミュニティセンタ ー	67
39	8月27日（水）	13:30 ～14:30	視覚障害者交流会	視覚障害者福祉協会	15
40	8月30日（土）	17:00 ～18:00	ほっとの会	かがやきの館（いすみ市）	5
41	9月2日（火）	11:45 ～12:00	千葉県牛乳の安全・安心協議 会、良質乳生産推進協議会合 同会議	千葉県畜産会館 5F 会議室	30
42	9月7日（日）	17:00 ～18:00	市川教会 英語ミサ	市川教会	30
43	9月10日（水）	15:30 ～15:45	原油等資材高騰への対応研 修会	県印旛合同庁舎	130
44	9月12日（金）	11:00 ～11:40	木更津市消費者モニター	県庁本庁舎多目的ホール	8
45	9月12日（金）	13:30 ～16:00	農山漁村女性団体ネットワ ークリーダー会議	県庁本庁舎 16F 農林水産部 会議室	13
46	9月28日（日）	14:00 ～14:30	市川教会 スペイン語ミサ	市川教会	7
47	10月14日（火）	16:40 ～19:00	君津地域4市消費生活職員 情報交換会	木更津市消費生活センター	12
48	10月28日（火）	15:00 ～16:30	東京ガス(株)千葉支店	東京ガス(株)千葉支店会議室	6
49	10月29日（水）	11:00 ～11:30	柏人権擁護委員協議会	柏市南部老人福祉センター	25
50	12月19日（金）	15:40 ～16:30	住宅リフォーム相談窓口担 当者研修会	千葉県自治会館	61

○タウンミーティング（TM）の概要

	地域	日時・会場	内 容	参加者数
白紙段階でのTM	長生・山武・夷隅地域	11月7日（金） 13：00～15：40 茂原市役所市民室（茂原市）	テーマ：いっしょに考えてみませんか、安心な生活 基調講演：「次はあなたかも！～振り込め詐欺・悪質商法の新手口と防止策～」 テーマ別グループトーク	92名
	海匝・印旛・香取地域	11月13日（木） 13：30～15：30 いいおかユートピアセンター（旭市）	テーマ：いっしょに語り合ってみませんか、くらしの安心 内容：消費生活の現状等についてのパネルディスカッション 生産者や事業者、消費者、福祉関係者等が消費生活の現状や安全・安心に向けた取組等について発表、その後、参加者から意見発表。	170名
	東葛飾・千葉地域	11月22日（土） 13：30～16：00 松戸商工会館（松戸市）	テーマ：あなたの食 大丈夫？ ～生産者・販売者・消費者の連携は？～ 内容：生産者・販売者・生協・消費者が取組事例発表 グループトーク 食の安全や、環境問題等なんでもトーク	103名
	安房・君津地域	11月26日（水） 13：30～15：30 城西国際大学安房ラーニングセンター（鴨川市）	テーマ：ダイコン1つ、あなたはどこで買いますか？ ～1つのダイコンを通じて、くらしの安全をいっしょに考えませんか。～ 内容：生産者・販売者・生協・消費者の発表 グループトーク 食の安全や、環境問題等なんでもトーク	87名
	小 計			452名
骨子案に対するTM	県南地域	2月1日（日） 13：30～16：00 木更津市中央公民館（木更津市）	テーマ：消費生活ってどんなこと？消費者問題って何？ いっしょに考えてみませんか！暮らしの安全・安心 内容：基本計画骨子案説明 生産者・販売者・消費者の発表 グループトーク 食の安全や環境問題等テーマ別トーク	110名
	千葉地域	2月7日（土） 13：00～16：00 県青少年女性会館（千葉市）	テーマ：聞かせてください、あなたの声を。届けましょう、私たちの思いを！ 暮らしの安全・安心を実感するために 内容：基本計画骨子案説明 テーマ別グループトーク	98名
	小 計			208名
合 計			660名	

○ミニタウンミーティング・タウンミーティングでいただいた意見の概要

本基本計画の策定に当たっては、ミニタウンミーティング・タウンミーティングを通じて、県民の皆様から数多くの御意見をいただきました。

その、同じ趣旨のものが多かった御意見や、検討課題とした御意見などを、それぞれの課題ごとに紹介します。

なお、御意見につきましては、趣旨を変えない範囲でまとめさせていただきました。

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

ミニタウンミーティングでの意見・提案等

被害にあった時に、あそこに行けばいいということが明確になっていることが重要。
消費者センターなど、相談窓口についてもっと周知を図るべき。
消費者センターが普段から身近な存在となると相談しやすくなると思う。
全国共通の電話番号は、便利だと思う。皆が覚えやすい番号にして、相談を受けたら迅速に対応して情報公開をすることが重要だ。
年寄りや、連絡先をどこかにしまったと思っても、探してまで電話をしようとは思わないし、どこにしまったかも忘れてしまうので、電話番号が分かりやすくなっているといい。
外国人である私は、困ったことがあってもどこに聞いたらいいかわからない。仕事が忙しくて、相談場所を探している暇もない。
消費者が疑問に思ったら、何でもここに電話するという窓口が周知されていて、そこがたらいまわしにせず、しっかり受けとめて問題を整理してくれるという、そういう窓口があるといい。
消費者行政審議会の苦情処理の仕組みがきちんと動くようにしてほしい。
何かあったら苦情処理部会で解決するという仕組みがあって、このような事例を諮問しました、こういった解決をしましたというような情報が出ると、同じようなことをしている業者はここではこういうことをやってはいけないという抑止力になる。逆に、苦情処理部会が一度も開かれていないよ、ここではやっても大丈夫と言われてしまうと県民にとっては大きなダメージとなる。
あっせんから訴訟・判決に至るまで、非常に時間がかかり、心身ともに疲れ果てて結果あきらめてしまう消費者が現にいる。短期決着できる制度を望みたい。
土曜日や日曜日など、休みでないといくつと相談できない人も多いと思うので、消費者センターは、土日の半日でもいいから、休みのときも開所してほしい。
消費者センターは電話がつながりにくい。
消費生活相談が専門化してきているので、専門的なこと等について、市町村から直接県に相談できるような体制にしてほしい。
条例を運用するに当たって、消費者センターの役割は非常に重要だと思う。事業者の動きも早し、経済の流れも速いので、各市町村の窓口にできるだけ早い情報、確かな情報がほしい。
消費生活センターの無い町村ほど消費者被害が多いと感じる。地域ごとの格差が無いよう、相談の場を設けてもらいたい。
地元の市町村には相談しない。

<p>県内どこでも何かしらの消費者被害があり、すごく蔓延している。被害にあったとき、頼りになるのは消費者センターだが、郡部には相談窓口が無いところもある。警察署や消防署と同じくらいに、センターがあるといい。</p>
<p>地元で相談を受けていると、知り合いが来たり、あるいは事業者も相談者も地元の間人ということでやりにくい面もある。しかし、地元の相談窓口は、非常に重要だと感じている。</p>
<p>自宅に不正請求の電話がかかってきて、内容や連絡先を問い合わせたところ相手が逆上し、「これから行く」「毎日電話する」と脅され、つい「払います」と言ってしまった。電話を切った後冷静になり、市の消費生活センターに相談し、適切な対応をとることができたが、いざ自分が当事者となると、だまされやすいと分かった。また、地元の消費生活センターが大事と実感した。</p>
<p>センターの相談員のレベルアップが必要。センターに駆け込んで、安心・納得できる体制にするべきである。</p>
<p>月に1回くらい市町村の相談員を集め、困っている事例等を検討する機会を県が設けてほしい。</p>
<p>市の相談窓口において一人で相談を受けている。P I O-N E Tも無いので、何かあると県のセンターを頼っていて、助かっている。また、県の相談員に聞くようなケースについては、P I O-N E Tにデータを登録してくださいとお願いしている。そうしないと、相談がなんにも反映されない。</p>
<p>当市では相談が入れば、P I O-N E Tで確認して、事業者の情報や、他機関での事業者への対応が分かるが、P I O-N E Tが無くて、人もいないようなところで相談を受けている方は、何を聞けばよいかわからない、情報も無い、そういうところも多く、むしろそういうところこそP I O-N E Tが必要と思う。</p>
<p>週に1,2回の相談対応では、事業者とのあっせん等もできない。そういう市町村は、県が引き受けて対応して、市町村に情報提供するなどのシステムが必要と思う。</p>
<p>これまでは、P I O-N E Tが無い近隣の市町村の相談も引き受けていたが、今は、市民への対応だけで手一杯の状況であり、センターが無い市町村に関しては県が対応してほしい。</p>
<p>P I O-N E Tがある市と無い市で相談を受けている。P I O-N E Tがあると、相談が入っている間にP I O-N E Tを検索して、調べることができる。そのため、話を聴いて自分で考えることと、他のセンターがどのように対応したかという情報と、両方で客観的に判断できる。P I O-N E Tが無い市では、パソコンも無いので、自分が覚えている範囲で、いろいろなところに電話をかけて、聞いて、それで判断する。一人体制のところは、絶対P I O-N E Tが必要だと思う。</p>
<p>P I O-N E Tも無い、コンピューターも無いというところで相談を受けていたことがあるが、そこは都市部であるにもかかわらず、相談件数は少なかった。それは、問題が無いわけではなく、窓口があるという認知度が低い、行政は相談件数が少ないのだからこれ以上拡充する必要は無いと判断している、相談員は相談で手一杯で、啓発等はできない、という状況だった。市町村がどれだけ啓発活動をしているのかという調査もして、相談件数だけではなく、啓発活動についてもどの程度格差があるか調査して、なるべく均一化するようにしていただきたい。</p>
<p>相談員が複数体制であれば、相談員同士で相談したり、情報交換したり、一人が調べたことを共有したりできるが、一人体制ではそれができない。調べようと思っても、次の相談者が来てできないということもある。</p>
<p>市町村のレベルを超えて、協働して1箇所でも相談を受けるような体制を考える必要もあると思う。</p>
<p>消費生活相談員の育成が課題だと思う。人材の発掘を含め、県レベルで取り組んでほしい。</p>
<p>当市では、相談員を確保することが困難状況にある。相談員の公募などを県がまとめて実施するなどの方策をとってもらえるとありがたい。</p>
<p>センターでない市町村では、相談員は、研修の機会も無く、どこに何を聞いたらいいのかも分からないという現状である。若い相談員も多いので、研修の機会を与えてほしい。</p>

相談員を対象に、相談の受け方といった基本的な研修も実施してほしい。
P I O-N E Tは過去のデータであり、今現在の情報ではない。県から市町村に、タイムリーな情報を提供し、今必要な情報を各窓口が確実に見るような体制が必要である。
ある地域で架空請求が多発するなど、情報についても地域性がある。地域における特徴をできるだけ早く地域で共有する必要もあると思うが、そういう地域における体制づくりに関しても、県消費者センターが担う役割もあると思う。
長年相談を受けてきて、相談日を増やせば相談件数は増える、相談件数が少ないから相談日を増やさないと考えるのはおかしいと思う。
消費生活センターについては、独立した組織で、専任の所長がいて、専任の職員がいてということで、相談員も安心して仕事ができる。相談窓口は相談員だけで成り立つものではなく、全体としてのシステムを考える必要がある。
消費者被害を防ぐために必要なのは、情報の一元化と対応のスピードアップだと思う。

タウンミーティング(白紙段階)での意見・提案等

どこでも相談できるシステムが必要。
消費生活相談のできる窓口を増やすとともに、是非ワンストップの相談所にしていただきたい。
困ったことになる前に相談ができるといい。
身近な地元で相談できるところがあることが必要と実感した。
株や金の詐欺の被害にあいそうになったことがある。そのときはクーリング・オフの手続きをとった。地域の相談場所や電話番号が分かっていたら安心して生活できる。
相談員の教育・研修も必要
相談窓口の電話番号が分からない。どんなことを聞いていいのかわからない、たいしたことでもないのにと思われるかも・・・。
安全の権利を主張しても、後で被害を受けないようにしてほしい。

タウンミーティング Part2(骨子案への提案等)での意見・提案等

高齢者が相談する場所が近くに無い。
相談体制のない窓口こそP I O-N E T-N E Tの情報を知る必要がある。設置すべきである。
相談窓口の名称を同一にするとか、住民に分かりやすいものにしてほしい。
県消費者センターと市町村の窓口の連携が必要。
県消費者センターが電話で相談を受けても対応が困難な場合もある。地元の市町村との連携が必要。
トラブルにあったときの相談先としては、警察をあげる人が多い。県消費者センターを知らない人が多く、PRをして、相談に対応できる体制づくりをする必要がある。
市町村の窓口、特にセンターではないところは、認知度が少ない。
市町村の相談についても、県消費者センターが助言をすることがある。あっせん交渉についてのバックアップも必要である。
市町村の相談体制を充実させようにも、相談員がいない地域もある。
市が協力してセンターを設置し、県から相談員を派遣していく必要がある。
相談員の待遇改善もしっかりしてほしい。
相談員の設置は法定化すべき。市町村の規模で相談員の最低人数を定める法律をつくるべき。
消費者相談の体制についても情報提供すべきである。
全国の自治体に消費者センターを設置する必要があるのではないか。住民にとって、格差があることは問題。自治体の意識の向上が必要と思う。

重点的課題2 「自立し、考え、行動する消費者」となるための教育・学習機会の確保と
情報提供

ミニタウンミーティングでの意見・提案等

毎日消費者として行動しているのに、知らない、無関心ということがある。情報を受けると関心を持ち、知れば知るほど興味がわいてくる。逆に、関心が無い人には情報が伝わっていない。
ほとんどの人は「消費者」は自分のことという意識が無い。すべて消費者であっても、BSE やギョーザの事件であっても、ただのニュースという受け止め方しかできない。
消費者力セミナーに参加した際、「消費者力規範」というキーワードが出た。“食の安全に関して生産者・流通・加工者には規範があるが、消費者には規範がない。教育されていないし、昔ながらの生活の知恵を持たなくなっている。知識のある消費者が集まって消費者力という規範をつくり上げるべきでないか”という趣旨のもので、すごく重要と思う。消費者力を、子どもから大人までつけることが大事。特に、子どもに啓発すればそこから親に伝播する効果が期待できる。
消費者が消費者としての権利を学ぶ機会の確保が必要。
小さいときから死ぬまでの消費者学習の機会が必要。
小・中・高等学校において、消費生活や契約等についてしっかり教育し、意識を持たせることが大事。
消費生活について小・中・高等学校それぞれに対応した副読本が必要と思う。実際に教える場面では、消費者団体も協力できる。
今は、小・中学校でケータイの被害にあったりしているので、学校での授業の中に早いうちから消費者教育を取り入れてほしい。
学生時代にだまされて消火器を3万円で購入してしまった。「法律でこうなっている」とか言われると弱い。きちんとした知識を持っていることが重要。
小学校で、ケータイを持っている子どももいるが、買うのは子どもではない。親がしっかりするべき。
昔は、子どもをだますというようなことは、いくら悪い人でもしないということがあったが、今は子どもだと分かっても巻き込まれることがあり、小学校の教師として非常に気になっている。教師として、消費者教育もやっていきたいと言う気持ちはある。
学校教育に様々な問題が盛り込まれている現状では、消費者教育を、どの場面で、どのように時間を確保するか現実的には非常に困難と思われる。
オレオレ詐欺などの背景には親子のコミュニケーション不足などの問題がある。
単独で消費者問題だけを取り上げても対症療法にしかならないと思う。背景には寂しい、居場所がないなどの問題がある。ものづくりの大切さや、商品を買うことの喜びとかつらさ、基本的なことと結びつけて教育する必要がある。高齢者も一人で寂しい、生活に何か欠けている、そこにつけこまれるといったこともある。
消費者問題は、インターネットの活用など国際的なこともあり、親も、相談員も、教師も勉強しないと現状に追いつかない。
消費者団体が小学校で消費生活のことについて教えたいと思っても、教育委員会の理解が得られない。
学校では総合的な学習の時間が減ってきていて時間をとるのが困難な状況なので、PTAの研修会等に出前講座等の情報を提供して実施することが現実的ではないかと思う。保護者も若い人が多く、消費生活についての教育が必要と思う。
当市では、環境問題については、講座を実施できる団体を登録し学校に働きかけている。消費生活についても行政サイドから教育サイドへの働きかけが重要である。

<p>学校で消費者問題等について教育すれば、子どもたちが保護者に知らせるなどの効果もある。</p>
<p>インターネットリテラシーということで、ケータイを持ち始める年代、中学生頃に教育が必要と思う。併せて社会に出る前、高校生には全員に教育がいきわたるようにするべきと思う。</p>
<p>P T Aが、保護者向けに、子どもにケータイを持たせたときの対応などの研修も実施している。</p>
<p>消費者教育は、環境問題とも関連させて、体系的な学習の機会が必要。</p>
<p>消費生活に関するリテラシーを抜本的に見直し、強化することが必要だと思う。</p>
<p>教師の立場としては、目の前にいる子どもたちにしてあげられることは、何でもしたいが、やはり限界はあって、今やることで精一杯という状況で、新しいものが入ってくるのには、具体的な指導計画がはっきりしていないと、わけが分からないということで終わってしまう可能性がある。また、指導計画を立てるときには、学校現場が分かっている人が入っていないと、実効性が無いものになってしまう。</p>
<p>五感を働かすことのできる人たちが少なくなっていると思うので、商品一つ買うときにも、これ何なのと表示を見るというような意味で、小さいときから、高齢者までの年齢に応じて消費者の学ぶ機会が大切だと思う。学びの場がたくさんあったほうが良いと思う。</p>
<p>家庭のなかで、消費生活の問題に取り組むことは非常に少ない。一番大事なことなのに、家庭のなかで子どもたちにきちんと教えられていないと言うことを痛切に感じている。</p>
<p>家庭で物事を教えなくなっている。昔は祖母等が色々と教えてくれた。</p>
<p>社会人として働いているご主人が悪質商法に対する知識を持たず、電話など（振り込め詐欺・教材送りつけ）にまともに相手してしまうことがときどきあるようだ。会社内での研修なども必要なのではないか。</p>
<p>自治会や老人会でも、消費者問題について話す機会をつくることが必要と思う。</p>
<p>被害者の特性を考えた教育、啓発を行政がしていくことが非常に重要だと思う。</p>
<p>20代や30代の被害も結構ある、被害の体験談を話し合うと若い人たちも気をつけるようになる。</p>
<p>被害の防止のため、消費者団体にもっと危害情報等の情報提供をしてほしい。</p>
<p>クーリング・オフの制度を知らない人や、知っていても嫌がらせや逆恨みが怖くてできないこともあると思う。</p>
<p>食品の物価が安すぎる。「安くないと消費者は買わない」という事業者の考えがあり、コスト削減のため海外へ依存し、国内産業が衰退することとなっていると思う。このままでは国内の一次・二次産業は無くなってしまわないか。「ものに対して正当な対価を支払う」という意識啓発が必要である。</p>
<p>講習会を受けて、多重債務など特別な人になると思っていたが、誰でも陥る可能性がある問題だとわかった。消費者として、万が一被害者となった場合の救済方法等を学ぶことも重要と思う。</p>
<p>わが社では、学校の総合的な学習の時間に、企業から職員を派遣して環境の話をしていただいている。行政が、企業と子どもたちを結ぶ橋渡しをしてくれれば、食育や消費者教育などについてもお手伝いができると思う。</p>
<p>わが社では、約10万人の方々が工場見学に来ている。そういう場を使つての消費者教育ということもできるのかなと思うので、行政から県内で工場見学をやっている企業等に呼びかけるなどの検討をしてはどうか。</p>
<p>エコクッキングや食育などに関する業務をしているが、生きる力を養うことや、五感を磨く、簡単でも自分で調理することなどは消費者教育ともつながる。</p>
<p>自治会員を対象に、3R、ゴミの排出方法、消費生活、裁判員制度 etc 学習会・講演会を公民館で開催している。情報交換の場をこまめに開かないと、特に高齢者の被害は防げないと思っている。</p>
<p>悪いことをしたほうが勝ちみたいな世の中だから、お互いに注意し合うしかない。</p>
<p>消費者教育と言うと誤解されやすく、契約のことだけやっけて、食育や環境はまた別と思われがちだが、消費者教育や、消費者団体の活動は全部包括したものだと思う。</p>

消費者が敏感になりすぎている。消費者の知識が少なくクレームになっているものもある。
いくら県とか市が情報を発信しても、受け手である私たちが、意識を持って、情報を得ようとしなければ情報は受け取れない。そこは消費者の課題である。
消費者自身、権利についての自覚が足りない。また、権利とともに義務もある、そのことに関する自覚も必要。そのためにも、情報が必要で、条例についても勉強会なども必要である。
消費者が判断するための情報をうまく出してもらえれば、消費者はきちんと判断する。
新しい情報が消費者に伝わるのが遅い。いろいろな手口などの情報を流すことが大事。
「どこの地域にどんな被害が多いのか」といったローカル情報がほしい。マンションに入居したての頃、訪問販売で2万円の消火器を購入してしまった。後で高額と知り、また、当時も警察に相談事例が寄せられていると知った。あらかじめ地域情報として周知されていれば良かった。
生まれてから死ぬまでずっと消費者問題だということをもっとアピールする必要がある。
食品に関する事件などの情報の公開、特にTVなどでの報道の仕方に関して、偏り・操作された感じを受ける。そういうことも考えていけると良いと思う。
不審な手紙に注意と言われても、「不審な手紙」というものがどういうものか分からないが、具体的にこういった文面の手紙が来て、こういうように対応するといいいという情報であれば分かりやすいし、記憶に残る。
消費者被害にあわれているのは、お年寄りの方が多いと思う。併せて、一人暮らしであるとか、相談しにくいとか、基本的に周りの人たちと接する機会が無いという人が多いと思う。そのような人たちに、被害を防ぐための情報をきちんと届けることが大切。
障害者や高齢者は、十分な判断能力に欠けるとされるケースが多い。一方、悪質事業者の手口は複雑化・巧妙化の傾向にある。障害者や高齢者の被害を未然に防止するため、きめ細やかな判りやすい情報提供をお願いしたい。
一人前に契約行為が可能となる点で、成人したての若者への啓発・情報提供も必要ではないか。
自治会未加入のマンションでは、ゴミステーションへの掲示が有効ではないか。
宅配をしている生協はお年寄りとの窓口になり得ると思う。
役所の啓発資料をしばしば回覧板等で見かけるのだが、どれも同じように広く薄く解説したものでばかりである。対象者などを選択し、情報の内容を絞り込むのも有用ではないか。
情報提供については、回覧板を利用するのが良い。
老人会・子ども会・婦人会など、それぞれにふさわしい発信の仕方があるだろう。
インターネットは、一番だまされる年寄りには、なかなか使えず、ほしい情報を得るのが大変。
悪質商法の手口や事業者名などが、ホームページに掲載されていても、今のお年寄りなど一番ひっかかりやすそうな人たちは見ないし、見られない。
市役所の不審者情報・防災情報メールのようなシステムがあると良い。ただ、システムがあることの広報が伝わらない住民が、例えば新聞を取らない世帯など、最近は多いように思う。
安心ファクスのような自動配信のようなものも、お年寄りにはいいかもしれない。
皆が顔を合わせて、事例を報告し合ったりすることで、警戒し、じゃ～気をつけようと言う気持ちになる。そういう情報が大切だと思う。
日常茶飯事のように起こっている消費者トラブルの状況を、町会などで、皆で話し合うことをしていけないと、いくら条例があっても被害はなくなる。悪質業者は新手新手を考えてくるから、私たちも自分たちを守るためにできることは何か考えていく必要がある。
新鮮見守り情報を最近良く見ているが、こういったものをATMのそばに貼っておくと分かりやすいと思う。お年寄りも「あれ、自分と同じかな」と思うのではないか。

新聞を取らない人もいますので、県民だよりや市政だよりでは情報が伝わらない人もいます。
県消費者センターの電話番号を大きく書いたものが各戸にあるといい。ぱっと目につくところに県消費者センターの電話番号を貼っておくなどのことができる。
市政だよりの方が県民だよりより、身近でよく見る。発行も月2回が多い。
情報の周知徹底をするためには、身近な市町村と連携して行う必要があると思う。
情報を伝えようと思っても、お年寄りには電話しない、回覧も見ない、しかし、外に出て、つながりができれば、見るようになる。出て行くようにすることが重要。そのためには、地域の、今ある組織に協力してもらうことが効果的と思う。
情報発信がホームページということでは、高齢者はあまり見ない。情報発信の仕方についても、消費者の立場で検討すべき。今後もっと高齢化していくので、高齢者にも届くようなシステムをつくってほしい。町会を活用するのも効果的だと思う。
フリーペーパーのように、駅とかに自由に取れる情報誌が置いてあるといいと思う。
地域のなかでいろいろな問題が起きているにもかかわらず、自分には関係ないとか、自分はひっかからないと思って、自分の問題として考えていなければ、どんな情報があっても右から左に抜けていってしまう。
パンフレットにはSPコードを印刷してほしい。
外国人は、情報が得にくいことを配慮して、必要な情報については、探して入手するのではなく、届けるようにしてほしい。

タウンミーティング(白紙段階)での意見・提案等

基本は消費者自身も賢くなり、自己責任を持つという意識が必要だと思う。
消費者は知識が乏しいので、県は、インターネットや携帯電話などに関して「こういうものが危ない」という事例をPRしてほしい。
消費者自身が予備知識をしっかりと身につけることが大事だと思う。
消費者は学習しなければならない。知ることは生きること!!
もっと、一般的にも、知識を得られるようにして頂きたい。知識があれば、振り込めサギ等にかかる事が、防げるのではないか?
いろいろなところで、例えば幼稚園や学校などの会などで、教える機会を持つようにするといい。
消費者被害を防ぐためには、情報を知らせることが大切。
自立した消費者は、だまされない消費者、学び、行動する消費者、責任を持つ消費者。
小学校の生徒に環境や消費者教育をしたいが、なかなか学校に受け入れてもらえない。
消費者の選択が販売者を変える。
県民一人ひとりが自ら注意することが基本だと思う。企業は情報開示に努めること。条例がすべてを防ぐことはできない。
学校教育の場で、消費生活についての指導をしてほしい。
消費者への家庭内教育も必要。
家庭・学校・地域社会の連携で教育も必要と思われる。
平素あまり関心を持っていなかったが、一人ひとりが考えを持って生活することが大切であると感じた。
情報の一元化が大切。

タウンミーティング Part2(骨子案への提案等)での意見・提案等

消費者が賢くなる仕組みを行政が考え、実施してほしい。
若い人は、悪質商法に対するクーリング・オフを知らない。
悪質事業者撃退のシールは電話機よりも玄関の見えるところに貼れるものの方が良いだろう。
私立は無理としても、県立高校だけでも、悪質商法や多重債務に関する最低限の知識について教育してほしい。就職や独り暮らしですぐに必要となる。
情報共有することが必要と思う。行政の取締りだけでは後手になる。インターネット通販の危険性や、こういった手口があるのかを情報発信を頻繁に行うべき。
自ら責任を持って契約するよう教育が必要。
インターネットについては子どもの方が親より詳しい。いつまで自分が保護する立場にいられるか。親と子の教育が必要。
広報・啓発は必要である。集いのなかにどんどん講師を派遣して、地域住民に積極的に広報・啓発をしていく。また、地域も行政の事業を利用する体制を整える。
県や市町村は広報紙をはじめあらゆる媒体を利用して、少人数でもよいから数多くの出前講座を行うべき。
各機関が情報交換し、協働しての啓発活動を行うことが必要。
県消費者センターや、(社)全国消費生活相談員協会の出前講座の活用を図る。
「私は大丈夫」という人への啓発や、独り暮らしの人はどう情報など届けるかが課題。
当市では、不当請求のことなど防災無線で注意喚起している。早めの情報提供が必要。
本来、家庭や地域でいろいろ教えていたが、今は無くなっているのではないかな。
学校で消費者教育を行うには、教育委員会の理解が必要。教育委員会を取り込む形で、実効性のある仕組みをつくってほしい。
消費者教育を学校に期待することはおかしい。地域や家庭ですべきと思う。
学校の教師に対する消費者問題の研修も必要。
保護者も、教師も被害事例を知らない。
学校の消費者教育に民間の力をいかすにしても、いろいろな事業者がいるなかでは、行政が音頭をとって、専門家が協議したうえで行わないとマイナスになる可能性もある。
教師がやりやすい消費者教育のプランを示すことが必要。
消費者は勉強する機会を得る権利がある。
必要性に気づいている人が自分で情報を探す方法はいくらでもある。
必要だと思っても、町会に入っていないと回覧板が届かない、新聞を取っていないと広報紙が見られない等で、情報が入らない人もいる。
一人暮らしのお年寄りが一番問題。
骨子案では学校のことは多いが、地域の具体例が少なく、バランスが悪い。
消費者が自立するには権利が尊重されることが前提だが、骨子案には書かれていない。きちんとした情報提供、環境整備が前提で消費者は自立できる。

重点的課題3 地域における安全・安心ネットワークの構築と強化

ミニタウンミーティングでの意見・提案等

様々な理由で孤立している人をどう支援するか、地域力が問われている。
高齢化の進む団地に住んでいる。高齢者が気軽に相談できる部署を役所に設けてもらいたい。
隣近所・地域の協力関係のなかで、消費者の自立を支援する仕組みや情報提供が必要である。
地元で相談員として講座等をしていると、民生委員の方が社会福祉協議会と連携して高齢者が集まる機会を多くつくっていることが分かった。これからは、民生委員や、社会福祉協議会、ヘルパーなど地域のなかでいろいろな人の間に立つ人に対して研修等を行うことが良いと思う。
お年寄りに情報を届けるには、郵便事業者とか、民生委員とか、高齢者相談委員とか言う人たちに、足しげく通ってもらわなければならないと思う。
必要な情報を本当に知らせようとしたら、市町村から、地域に浸透させることが必要。もっともっと地域におおして、身近な人が話を聞いたり、アドバイスをしたりしないと有効ではない。
市の企画で、視覚障害者の方のガイドヘルパーの方に悪質商法の話をした。きめ細かなことをやっていくのは市町村の役割だと思う。
被害を受けても外に発信できない高齢者等を救済する手立てを何とかできないか。何らかの方法を地域として考えられると良い。
地域の力が大切だと思う。あそこでこんなことがあったけれど今どうなっているのかというような、じゃあどうしようかというような地域の活動や会話を通して、消費被害を防ぐことが大事。
お年寄りには、こういうことに気をつけてといったばかりなのに、ひっかかってしまうということがある。むしろ、お年寄りが外に出て、集会所とかに出て、その場で被害状況等を話し合うのが一番いい。また、そういう場所があるということが良いと思う。
自治会や老人会でも、消費者問題について話す機会をつくる必要があると思う。
集会とかに来られないお年寄りが問題。ひきこもっているということが問題になっている。
家にいる人は様々な情報が得にくいということもあるが、病院に通うことはあるので、待合室などに、困ったらここに行くということを目立つように掲示するのもいいのではないかな。
高齢化がますます進むなかで、独居の人、夫婦二人世帯の人たちを救えるよう、できることがあれば積極的に参加したい。
消費者力も大事だが、地域で消費者同士がフォローし合うことも大事。近所づきあいが破綻している地域（マンション）など、コミュニティの再生から始める必要がある。地域再生が安全性の向上、消費者を守ることにつながると思う。
消費者問題について、回覧板などで広く広報しても、自分には関係無いと思って関心を持たれない。小さい自治会のブロックごとに、具体的な情報提供をするような場をしょっちゅう持つことができないか。
被害防止のために、身内や、近所の身近な人が被害情報などを直接伝えることが大切と思う。
高齢者の被害防止のためには、情報提供とともに、家族の見守りも大事。
消費生活相談は本人の来所が原則と言うが、高齢者はそれだけで「もういい」とってしまう。
団地の自治会で、営業妨害にならないよう気をつけながら消費者被害の情報等を提供している。
高齢者の相談が増えてきている。なかには、契約書を確認したい、書類の書き方が分からないと言っても、消費生活センターには来られない、FAXも無い、クーリングオフの期限は今日までというような場合もある。民生委員等との連携も重要だと思う。そういう人と連携して被害者救済を図るというようなことを、県の施策として進めてほしい。

介護事業所は、高齢者との接点、地域の拠点として情報の伝達などの役割を担うことができる。
サポーター養成講座など、民生委員やヘルパーなどを活用し、地域の気づきを促すことも被害防止のために重要。
コミュニティの再生は、自分たちから主体的には難しいだろうが、きっかけがあれば可能と思う。また、地域のつながりは母子ひきこもりの防止・生活の知恵の伝承に役立つと思う。ただ、特に地域参加の欲求が高まる子育て世帯には、「つながりたい。けれど強制されたくない。」という相反する気持ちがあると思う。
行政の指導には厳密な根拠が必要だろうが、住民の口コミで消費者被害を防止できることもある。
声を出すといっても、いきなりセンターに電話はしにくい。街中で、こんな問題があると言うのを受けとめてくれるような場所とか人を指定するなど、きめ細かい地域型相談窓口といったものをつくる必要があるのではないかと。身近な地域型の相談窓口のほうが情報は集まると思う。
防災運動と同じように（或いはそれを利用して）地域力を強めることが肝心。うまくいけばしめたものだが、そのスキームをどうすべきかが課題だろう。
成年後見人ほど難しくなく、割合簡便に取得できる後見アドバイザー制度などがあって、それによって地域の認識が底上げされるといいなと思う。

タウンミーティング(白紙段階)での意見・提案等

訪問型消費生活相談、民生委員と高齢者、障害者宅に伺う方法をとってほしい。
コンビニと連携して、ドナーカードのような形で相談連絡先を配ってほしい。
以前の「となり組」のような組織があって、周りに相談ができるといい。
一人暮らしの人も多く、安心できるようにしてほしい。

タウンミーティング Part2(骨子案への提案等)での意見・提案等

高齢者が振り込め詐欺の危険にさらされている。予防として、消費生活モニターの活用情報交換などがあると思う。
次々販売にあう人には、日頃の見守り・近所付き合いが大事。
見守りを行ううえで、自治会が中心となってやっていく方が良いのではないかと。自治会・民生委員・市役所がつながっていくようにしないといけない。
高齢者の見守りはやはり地域が中心で、地域の力が大事と考える。
高齢者や、外国人、悪質商法の被害者を支援するためのネットワークが重要。そのために、相談ができる人、気づく人などを掘り起こすことも必要。
聞いた人がセンターの相談につなげる、つなげる人たちをどのようにつくっていくかが重要。
住民とセンターをつなぐ機能を持った人々を育てることが重要。
被害にあっても相談しない若者や主婦等をどうやって救済するか。今後もネットワークづくりが大切と思う。
独居のお年寄りなど、これまでの近所やボランティアの善意に頼るのではなく、きちんと制度をつくる必要がある。
自立的行動が取れない消費者(ひとり暮らしの高齢者、障害者など) のサポート体制をつくる必要がある。

重点的課題4 悪質事業者の指導強化と、事業者の自主的な取組の促進

ミニタウンミーティングでの意見・提案等

事業者の処分をするまでに時間がかかると、事業者はその間に濡れ手に粟でもうけて、消費者の被害は大きくなってしまふ。行政がスピーディに厳しく処分することが必要だと思う。
悪質事業者は、交渉の場で開き直りするケースが多々ある。現状は罰則がゆるいように思う。消費者の被害防止にもっと努めてほしい。
事業者名の公表については、被害額とか件数など具体的に基準を決めておくと、迅速に対応でき、被害を未然に防ぐこともできる。
法の網の目をくぐって、規制の対象とはならないが、悪質な事業者はたくさんいる。法改正を含め、迅速に対応することが必要と思う。
悪質事業者は常習犯で、ごく限られた人がやっているのだから、排除するのは徹底的に排除した方がよい。クレームはあるかもしれないが、高齢者等良く分からないまま被害にあうことを防止するためにも、事業者を厳しく指導すべきと思う。
東京都の事業者指導は国よりも厳しい。センターの組織自体が違う。条例も厳しい。当市は東京から近いので、東京は厳しいからこっちに来るといふことがある。業者は情報を持っている。
行政の財政難で消費生活相談員が減少している一方、行政を使ってクーリング・オフをさせ、その後、自分の商品売り込むなど悪質業者もいる。
市内の事業者が県から口頭指導を受けたとたん、一気に事業者の動きが変わって相談件数がかなり減った。指導というのはいすごいということを実感した。これからもどんどん指導してほしいし、指導した後も事業者の見守りをしてほしい。その事業者もまた最近、相談件数が増えてきている。現場では指導を受けたということで、センターを利用すれば簡単に解約には応じるのだが、態度としては、解約すればいいんでしようという対応で、消費者の方が怖い思いをしているというのはい変わらない。これからも指導や事業者名の公表等積極的にやってほしい。
行政は自信を持って事業者の指導・是正に取り組んでもらいたい。それにより消費者は安心することができる。
悪質な業者に対しては、徹底して事業者を公開してほしい。
君津地域では、アクアラインができて悪質事業者が他県から入ってくるという事例が増えた。これからはますます厳しい状況になると考える。
警察との連携が重要。
東京が処分した事業者について、TV報道されたのか、市民から、処分は東京だけなのかという相談が入ったので、県に確認し対応したが、その後県から情報が来た。TV報道前に情報がほしい。情報の流れについても整理してほしい。
苦情処理は、消費者の権利として、事業者が受けとめるべき責務であると認識している。消費者主体という社会的なシステムの一部を業者も担っているものとしての苦情処理であれば、当然社会的な評価を受けるべきものとして位置づけ、単に消費者の権利を守る、自立を支援するためのそれぞれの企業の自主努力だということではないのではないか。
事業者に対しコンプライアンスプログラムと言ったようなものの要請をしっかりと行ってほしい。
各事業者は「お客様第一」で仕事してきている。かつては店とお客の相互コミュニケーションが成り立っていたが、現在では、マスコミの論調も含め、トラブルがあると即マーケットから退場させられてしまふ。消費者に顔を向け努力している企業に対しても同様である。本当に糾弾すべき悪質な事業者は違うところに隠れている。

<p>コールセンターなどで受けた苦情・意見・要望等のユーザーの声は分析・検討して、月1回の常勤役員会に報告し、結果を社内LANで公開している。改善すべき事項については改善を図る。サービス基準を明確にすることでユーザーとの信頼関係が持てるし、苦情処理のシステムは選択される事業者となる経営化全のために必要なものであり、これがないとつぶれてしまうという危機感がある。</p>
<p>事業者の自主行動基準について、条例・計画では「望ましい」と記載されていても具体的ではない。そこで優良企業の公表など、消費者に分かりやすく伝えてくれると判断基準となる。</p>
<p>風評被害が出た場合は、それにかかわる生産者や業者が終息をしなければならないが、ある程度の段階に入ったら、行政が終息するようにできないか。</p>
<p>事業者に対し、罰則だけでなく、自主努力を認める制度があると良いと思う。</p>
<p>優良企業を認め、モデル企業を育てていければいいように感じる。</p>
<p>事業者の責務に関する取組について、優れた事業者についての情報提供があると良いと思う。</p>
<p>条例の運用では、悪質事業者の公表だけでなく、優良企業の紹介もあった方が良い。それにより、公表された企業のサービス体制・ノウハウを他の企業が利用できるメリットもあるだろう。</p>
<p>事業者指導など、県の枠組みを超えて行政が連携して取り組む必要があると思う。</p>
<p>郡部だと中小の事業者が多く、意識も昔のまま。中小の事業者に対しても、できるだけ教育の場を設けていただきたい。</p>

タウンミーティング(白紙段階)での意見・提案等

<p>悪質業者は早く公表してほしい。</p>
<p>独居老人を狙った訪問販売は悪質だ。</p>
<p>被害防止のために情報交換を密にすることがいい。</p>
<p>市場のシステム等があって、生産者と市場の力が強く、規格品だけを求めたがる。</p>
<p>事故米の例など、転売のルートが分かるようにしてほしい。</p>
<p>消費者の選択が販売者を変える。</p>

タウンミーティング Part2(骨子案への提案等)での意見・提案等

<p>穏やかな千葉県に悪徳業者が入ってくる。事業者を指導する体制をしっかりとする必要がある。</p>
<p>悪質な訪問販売業者など、相談窓口の交渉では難しい。事業者指導の強化が必要である。事業者指導の職員を増やすなど、体制を強化してほしい。</p>
<p>千葉県としての機敏な行政指導をしっかりと行ってほしい。何よりも被害防止に効果がある。</p>
<p>事業者指導の担当は、法律を理解していないと指導ができないので、異動についても考慮してほしい。3年で異動では、短い。</p>
<p>悪質商法とはどんなものか。具体的なものが判らない。具体的にどんなものを「悪質商法」と言うかという情報も必要である。</p>
<p>悪質商法の言葉は聞くが、自分がそれにあっていることに気づかない人もいる。</p>
<p>高齢者が何故狙われるか。悪質事業者に優しくされるから。ほどほど年金等の蓄えがあり、孤独な場合、心の隙間が狙われる。</p>
<p>SF 商法の被害者には、高額商品売りつけられて意識があっても足を運んでしまう人がいる。それは販売会場の雰囲気楽しいから。こういった事業者の手口を啓発にいかすことも考慮するといいかもしれない。</p>

重点的課題5 行政、消費者・消費者団体、事業者・事業者団体の連携・協働を進めるための 基盤づくり

ミニタウンミーティングでの意見・提案等

毎日の生活のなかで、必要な情報が得られるよう、例えば、スーパーや小売店で、事業者と消費者が組んで、事業者が情報提供するような仕組みが必要だと思う。商品の情報の提供などでも、消費者が事業者とコミュニケーションができれば、良い方向にいくと思う。
年に一回、消費者と事業者と話し合う機会があるが、単発でお互いに言い合って終わり、話し合ったことをどうするのかというところまで行政も介入してほしい。計画的に、継続して会議を持ってほしい。
生産者と消費者のコミュニケーションが一番重要だと思う。これをもっと充実させてほしい。
事業者にとってはコールセンター以外に消費者・ユーザーの意見を聞く場がない。行政に対してユーザーとの橋渡し役など、場の設定を期待したい。
消費者の中には、「蜂蜜は甘いものだ」とばかり認識していて、いろいろとあることがわかっていない人もいるが、消費者が分からないのは、事業者である我々の宣伝不足によることもあるのではないか。
以前、わが社では、懇談会を行っていたが、事業者が集めると、なかなか本音が聞こえてこないという気がする。また、なかには、企業は悪だという感覚で、はなから対立の姿勢で来られる方がいる。それだと話し合いが同じベースにならない。企業と、消費者、行政が、緊張感を持ちながら協働していくのが大切だと思う。厳しい目で見ていただく、悪いことは悪いと言ってもらえることが、非常に重要で、そういう場を、行政がつくるということは、ありがたい。

タウンミーティング(白紙段階)での意見・提案等

消費者の声が届くようにしてほしい。そして、行政に反映してほしい。
生産者が消費者に情報を伝え、消費者が現状を知り、学習して実践していくことが重要と感じた。
タウンミーティングのように、今後もいろいろな立場の人の話し合いの場があるといい。
今回のように、生産者や事業者、消費者の話聞く機会は勉強になった。
消費者、生産・製造者、販売者、行政が常に語り合い、意見交換することを後押しする計画になれば良いと思う。
生産者・消費者と、役所(行政)の考えに差があるのは困ると思う。

タウンミーティング Part 2 (骨子案への提案等) での意見・提案等

消費者はひとくくりにはできない。消費者といっても多様な意見があることを認識したうえで、消費者と事業者の対立構造を助長するようなものではない視点が必要ではないか。
消費者に必要以上に権利意識を増幅するような施策を行うべきではなく、市民意識を育て健全な市民社会をつくることに重点を置くべき。
事業者は、消費者であるお客さまに理解していただくことに努めている。
事業者としても消費者の意見は知りたい、意見を吸い上げるような仕組みをみんなで作っていく必要がある。
スーパーなどに掲示板があるが、あのように、消費者・事業者がコミュニケーションをとる場を行政が側面から支援することが重要。

総合的課題1 食の安全・安心の確保

ミニタウンミーティングでの意見・提案等

食品について、何が「安全」なのかという観点で、表示をきちんとしてもらいたい。また、賞味期限等が適正であるよう心がけてもらいたいと訴えたい。
千産千消運動が行われる一方、市場には他県の安い産品が並んでいる。コストが一番の原因と思う。流通に行政が密接にかかわり、千葉県の産品を県民が食するようになるとすばらしいと思う。
賞味期限と消費期限という表示が必要なのか疑問に感じている。一般の消費者は良く分からないのではないかと。また、賞味期限が切れたからといって、まだ、食べられるものを大量に捨てて無駄にしているように思う。
千葉県が推奨している千産千消はすばらしい。
賞味期限も消費期限も、メーカーの判断任せというのは、不安だ。
賞味期限と消費期限が分かりにくい。
食品の表示などの検査など安全確保のためシステムをつくってほしい。
食材の安全性については、包み隠さず、企業と連絡を取り合い、偽装のような事件が無いようにしてほしいと思う。
食にかかわる企業にとって、食の安全・安心は最大の使命であり、トレーサビリティの仕組みをつくるなどの取組を進めている。
事業者として、どこまで消費者に情報提供すべきかで苦慮している。例えば複数の国の原材料を使用した惣菜の場合、どこまで厳密・細やかに表示していけば良いのか悩む。
わが社では、JAS法関連の食材を扱っていて、品質表示基準に従って表示している。法令に基づいて表示をしているが、だんだん字を小さくせざるを得なくなっていて、消費者の方々から、こんなに小さいと見えないというような苦情がある。しかし、表示しなければならぬ事項が増えると、どうしても字を小さくせざるを得ない。
値段は、安全には代えられない。でもそこにつけ入る業者がいる。
生産者としては、安心なものを食べたい、高くてもいいという人はいると思うので、そういう人に、身近なところで、顔を見て売りたい。
消費者としてもものを選ぶとき、何を基準にしたらいいのかわからない。値段ではなく表示を見て産地を確認して買っても、表示が信用できない場合もある。
消費者としても、安全にかかるコストは負担するべきと思っている。
食品の表示については、メーカーや原産地等を確認するようにしている。国産は高くても安心だから買っているが、最近の偽装表示でものを買う安心感が無くなっている。
JAS法も分かりやすい表示にならないか。加工食品など表示を読む気にならない。
表示を見て国産のものだけを買うようにしているが、加工品の表示は分かりにくい。
以前お店で売ってる牛肉について産地とかを質問したら、丁寧に固体識別番号のことまで説明してくれた。そして、翌日から、固体識別番号等の説明が表示されるようになった。
消費者も、鮮度を見極めるなどの力をつけることが大事だと思う。すごく賞味期限が長い食品に対し、便利ではあるけれども、何か保存のためのものを使っているのではないかと、おかしいのではないかと意識を持つことも大事だと思う。

タウンミーティング（白紙段階）での意見・提案等

安全・安心な商品を購入できるような最低限のレベルの印を押してある商品を紹介してほしい。
栄養価などを考え購入したいので、表示をはっきりしてほしい。
食品添加物の薬品情報を、混在したときの安全性などを含め、分かりやすくしてほしい。
生産者の顔が見える野菜は安心だと言われるが、顔だけで安心ができるのか。そうとも言えないのではないか。野菜であれば、種をまいた時期や育った場所などの情報も重要ではないだろうか。
残留しない農薬もあり、消費者のことを考えている農産者の方を信じなければいけないと思う。外国産は避け、近くの作物を信じて消費している。
JAS法に基づいた表示といってもどこまで信じられるのか不安だ。
日本の農産物をつくっている方は、努力している。消費者も生産者の方々の努力をくみ取り、自分の確かな目を持つことが大事。
空いている畑にいろいろつくって、輸入に頼らない食生活ができるようになりたい。
最近は規格外の安い商品も動きがあり、消費者も買うようになってきた。例えば、曲がりきゅうり等、そういう仕組みはほしい。
賞味期限、消費期限、日付けが過ぎてもまだ食べられる。もったいないので、そういうものから買うようにしている。
千産千消はすばらしい。近くの農家のものを食べるのは安全と思っている。
学校給食にも、千産千地消を取り入れてほしい。
消費者も、安全なものを求めるよう意識改革をする必要がある。
家庭での食事、食の安全や食育など、いろいろなことを伝えるという意味で大事と思う。

タウンミーティング Part 2（骨子案への提案等）での意見・提案等

千産千消が望ましい。
消費者が安心して食べられるよう、行政でも厳しくチェックしてもらいたい。
消費者は、安全な食品であることが理解できれば、高くとも買う。
大部分の消費者は、近所のスーパーの商品棚に並んでいる食料を購入する。そこから選ばざるを得ない。行政には、食品の安全が確保できるよう取り組んでもらいたい。
購入する食品は、どのような農薬が使用されているかわからない。これらの情報が分かると良い。
地元食材の使用は給食費の上昇につながるとも聞くが、学校給食の食材は地元産品を使用してもらいたい。
生産者としては地元の人に食べてもらいたいが、高く買ってくれる市場に売れば、生産者収入が増加するということを、消費者にも理解してもらいたい。
表示を分かりやすくしてほしい。遺伝子組換え等の情報も必要。
消費者も積極的に、地元のものを買うようにしないといけないと思う。
生産者と消費者の顔の見える関係が必要と思う。
食の安全について、農水等関係の部門に、消費者の意見を伝えてもらう必要がある、行政の連携が重要。

総合的課題2 商品・サービスや契約・取引の安全・安心の確保

ミニタウンミーティングでの意見・提案等

生産者や販売者の責任で、子どもが被害をうけるような危険性がある商品について、自主規制することはできないのか。
高齢者はハイリスクハイリターンを求めがちで、それゆえ損失額が千万円・億円単位の多額になることもある。しかし、事業者への規制は現状では甘いと思われる。罰則の強化が必要と思う。
新聞、マンション等の勧誘や、電話での勧誘に困ることがある。訪問で、玄関の中まで入ってこられてしまうと、なかなか追い出すということもできない。
ケアホームやグループホームに不当請求の電話がかかってくることもある。
消費者自身が自立するために情報を集めるにしても、判断するにしても、消費者は、チラシや広告、表示を見て行うしかない。消費者が安心して、表示を見て買えるという、安心できるシステムにしてほしい。
子どもから高齢者まで理解できるよう、事業者は商品表示をきちんとしてもらいたいし、行政は事業者への指導をしてもらいたい。
インターネットやクレジットカード使用による商品の購入の際には不安を感じる。手口も巧妙になってきているということなので、常に情報を取得するよう心がけたい。
マンションを購入したときに説明書がどっさりあって、それを全部読もうとして、うつになってしまった。すべてのものに、分かりやすく1枚程度に要約したものが付いているといい。
住宅リフォームに関して、建築士等や事業者などがかかわる協議会が必要ではないかと考えている。住宅リフォームでは、建設確認等が要らないということで、建築士等が絡んでこない、業者も登録が必要ではないので、悪質事業者が入り込みやすいという状況になっている。また、だからこそ業者全体としての質の向上が求められていると思う。県として、業者の質の向上を図るためのセンターといったものを設置することも必要であると思う。
商品購入の際、都合の悪いことが書いてなかったり、説明されなかったりということがある。
紹介制の商品販売（化粧品など）では、知らない間に自分が加害者になってしまうケースがある。
事業者名は伏せておいてもいいので、こんなことという事例を速やかに公表してほしい。
障害者が契約したケースにおいては、彼らの消費者としての立場等があまり考慮されず、「本人が契約した」とされてしまうことにある種の不合理を感じる。
日中一人である高齢者が心配。電話は留守電にしておけるが、訪問されると家に上げてしまう。
住宅の手抜き工事などのトラブルについての消費者への情報提供が不足している。また、「契約行為は大切」とよく言われるが、完全な契約社会のアメリカといっしょにするべきではない。
知的障害者施設では、入所者あてに若い女性の字で書かれたDM（「〇月〇日、どこどこに電話してください」のような）が届く。事務でいったん預かるので事なきを得ているが、直接手渡されたら、入所者はすぐ被害にあうと思う。また、入所者の使う携帯電話の料金が、何らかの原因で滞納になってしまった場合、債権取立て受託者を名乗るものから直接本人あてに督促電話がかかってくることもあるが、施設職員が間に入ることを頑なに拒否する。
視覚障害があるので、新製品情報などについての情報の入手には、音声対応のケータイや読み上げソフト入りのパソコンを利用している。あとはテレビ、ラジオ。また、新聞記事などが録音された視覚障害者向けの情報提供テープを利用。一方、企業の一部がCDカタログを発行している。

視覚障害者が商品の情報を入手するのに、音声読み上げでは、写真を読み上げないので、商品の形状などが分からないのが難点。
外国人だと、商品について母国語の説明が無いことが多く、困ることも多い。
病院へ行った時、外国人の私には先生の説明が分からない、医療通訳があれば助かる。
外国人には、日本語で記載されている薬に関する情報、効用、用法、副作用がわからない。
コインパーキングの支払機の説明が日本語のみ、分からなくても無人なので質問もできない。
リフォーム契約に伴う高齢者の被害など、消費者相談窓口と成年後見制度との連携も必要。
以前収税の職場にいた時、滞納者の中に多重債務なので払えないという方がたくさんいた。庁内で連携して多重債務者を救うような体制がとれたらいいと思っている。
消費者が強い、消費者センターが強いと言うところは、悪質業者は敬遠するし、そういった情報は業者間に広がって、防波堤になる。

タウンミーティング（白紙段階）での意見・提案等

悪質商法を断るときは、きっぱりした方がいい。ナンバーディスプレイも防衛になる。
トイレを直してもらいその日に5万円支払った。すると、再度電気器の購入の勧誘が来た。高齢者を狙った訪問販売のようだ。
この地域でも、振り込め詐欺や、催眠療法、金融商品の勧誘、オレンジなどを高い値段で売りつけたり、役所の職員を名乗って定額給付金のためと言い家族構成や口座などを聞き出そうとするなどのことがある。一人暮らしや高齢者だと怖い。
自宅にいと勧誘の電話が多い。普段は留守電にしているが、怖くて電話にも出られない。
都市部の業者のターゲットが、千葉県内の南部、高齢化の高い地域に向いているのではないかと非常に心配。
振り込め詐欺被害を防ぐために、ナンバーディスプレイの電話にする、暗号等確認すべきことを家族と話し合うといったことや、夢中になっているときにも相談できるよう日頃から相談場所を確認しておくことも大事。
消費者問題に医療問題を入れてほしい。
ジェネリック医薬品などの情報を高齢者等にも分かりやすく伝えてほしい。

タウンミーティング Part 2（骨子案への提案等）での意見・提案等

インターネット上のオークションやショップは、個人運営か事業者運営か分からず、信用ができない。
ネットショッピングは、時間に関係なく買い物ができるので良い。
ワンクリック詐欺や架空請求メールの類はどうかできないものか。
個々人でのトラブル対策には限界がある。行政は真剣に取り組むべきと考える。
事業者国・県・市町村その他の団体によるお墨付きを与えることで、信用性を確保できないか。
防犯・防災の分野で行政が実施している安全・安心メールのようなものがあると良いと思う。
あるスーパーでは、中国製品を別の商品棚に置いている。買うときに消費者が自分で判断できる。消費者だけが気をつけるのではなく、店側もそのような努力をしてほしい。
多重債務のきっかけは悪質商法もあるのではないか。
多重債務相談会の参加者は、県や市の広報を見て足を運ぶケースが多い。広報は重要である。

総合的課題3 個人情報保護

ミニタウンミーティングでの意見・提案等

振り込め詐欺や架空請求など、自分の情報がどのように扱われているのか心配だ。
電話での勧誘などは、名簿が流出していると思う。断ったら、「家も何もかも分かっているぞ、今から行くからな」と脅されたこともある。
マンションでは、名簿等も配れない状況で、近所のことを知らないと自分のことも守れない。
電話帳に記載するのをやめたら、勧誘の電話がかかってこなくなった。自治会の案内の地図からも名前を落としてもらっている。
マンション購入の電話はよくかかってくる。個人情報のデータ、名簿が売り買いされていると聞いた。
娘が20歳の誕生日を迎えたたん、個人名を名乗る電話が急増した。情報がどこかに流れているのも問題だし、自分はそれなりに知識があったものの、一般的な親・家族向けへは、正しい対応の啓発などをすべきだろう。
小学校だと、子どもから保護者やPTA役員の情報や名簿を引き出すというようなことで、個人情報が狙われやすい。小学校で、個人情報の防犯教室といったものも行っている。

タウンミーティング(白紙段階)での意見・提案等

個人情報が漏れているのではないかと不安。
トイレを直してもらいその日に5万円支払った。再度電気器の購入の勧誘が来た。高齢者を狙った訪問販売のようで、そういった情報が共有されているようだ。
ホームページ掲載の際には、個人情報に気をつけなければならないと思っている。
アンケートに答えたらメールが届くようになった。

タウンミーティング Part2(骨子案への提案等)での意見・提案等

個人情報が他人に渡り、高額な請求をされないかの不安がある。
個人情報が漏洩しないためのセキュリティ対策をもっと強化してほしい。
自宅へのDMがある時期から増えたが、個人情報が漏れているのではないかと思う。 (購入店とは違う事業者から届く)

総合的課題4 生活必需商品の安定供給

ミニタウンミーティングでの意見・提案等

消費生活の安全・安心は、物価の安定が一番基本と思う。
いざというときの供給体制がしっかりしていることが必要。

総合的課題5 環境やユニバーサルデザインを意識した消費生活の促進

ミニタウンミーティングでの意見・提案等

便利なものを切り捨てていかないと環境保全に取り組めないのが一般的。無洗米のような、環境負荷低減と利便性が両立できる状況が好ましい。
コンビニ弁当を飼料化するリサイクル施設を知っている。素晴らしいと思うが、経営者は経営が厳しいという。それは食料残渣の分別などがうまくできていない等、コスト高となる原因があるからだ。消費者一人ひとりがリサイクル意識を持ちサポートしていけば経営は十分成り立つと思う。それぞれに環境に対する意識が根づくまで、行政からも働きかけをしてもらいたい。
マイバッグも、販売店が有料化すると、消費者がようやく持ってくる。
レジ袋の問題等に関しては、消費者が率先して取り組まなくてはいけない。
企業では無駄と思いつつ商品を廃棄することもあり、環境とのバランスをとった施策が必要。
詰め替え用の物を買う方が環境にはいいと思うが、値段は同じでも詰め替え用の物の方が量が少ないなどということがあると、買うのに迷ってしまう。
過剰包装等は、文化の問題もある。自分が買うときに同じ値段であれば、どっちを買うだろうか。
事業者も環境学習等に取り組んでいる。行政と協働できると思う。

タウンミーティング（白紙段階）での意見・提案等

親に環境への関心がないと子どもも環境への意識が低くなる。
世代間で環境問題に関する意識の格差が大きいと思われ、年代別に意識調査を行う必要がある。
現代の若い世代は食べられる物でも簡単に廃棄してしまう。もったいないという意識が低い。
製造する側も、廃棄しなくてもいいような商品づくりを行う必要がある。
3Rなど実践しているが、まだまだ知らない人も多い。
消費者と製造者、販売者のネットワークをつくり、環境の取組を計画に組み込むことが有効。
学校における環境教育、地域における環境教育の強化、環境指導員の各地域への配置などを検討する必要がある。
環境負荷の低減などの取組が、目に見える形で評価されると励みになる。
揚げ物は何回も使用した油で揚げた方がおいしい。若い人は、油を一度の使用で捨ててしまう人もいる。そんなことを伝えていく必要がある。
環境にいいものは高い、買いやすい価格になれば・・・。
リサイクルできない容器を少なくしてほしい。

タウンミーティング Part 2（骨子案への提案等）での意見・提案等

事業者側でも、レジ袋削減に向けたスタンプカード、マイバッグ運動、コンテナ輸送によるダンボールの使用削減に取り組んでいる。また、市民向けの環境展を実施している。
商品の包装用紙の削減は大事だが、事業者としては、消費者の理解を得られるかが課題と考える。
環境問題は50年、100年の将来にまで続く問題。安い商品を大量に消費するやり方ではなく、根本的な構造改革も必要ではないか。
高齢化等に対応した小(個)包装などへの取組が必要。
現在の生活は環境への負荷が大きい。消費者自身の気づきと実行が重要。
学校で環境教育を行えば、子から親へ伝わることもある。行政と教育の連携が必要。

県民との協働による基本計画の推進

ミニタウンミーティングでの意見・提案等

計画で、具体的な方策をきちんと決めてないと意味がない。
条例の実効性が確保されるような計画ができることを希望する。
賢くなくとも、普通の消費者が安心してできるようにしてほしい。
県民の声を聴くのが、このごろは大体インターネット経由である。その環境に無いと利用できない。もう少し幅広く、高齢者向けの対応を願いたい。
条例とか計画とかができても、知られていないような状況では動かない。
消費者の権利が確立されることにより、安定した消費生活となるのではないかと思う。
消費者の権利の確保は、消費者の事業者に対する過剰・過大な申し入れとのバランスを考慮する必要があると思う。
実効性ある計画とするためには、地元にいちばん近い市町村の活動が重要と考える。
計画は、世界的な食糧問題や環境問題、日本の自給率の問題などに消費者の立場でコミットできるような社会システムをどうつくるかといった大きな構えで論議してほしい。
計画づくりに当たっては、総合的に連携をとって、広い視野で取り組んでほしい。
県の内部の横断的な取組体制を強化してほしい。
警察や、福祉関係団体との連携が必要。
県と市町村の連携のシステムを構築しないといけないと感じた。
専門的なNPOとか、高齢者ボランティアとか、外部に協力的な方はたくさんいる。基本計画のなかに、そういったNPOや団体との連携ということも盛り込んでほしい。
計画を、実効性の面から検証することも必要。
予算や人員の確保に力を入れてもらいたい。

タウンミーティング（白紙段階）での意見・提案等

計画は、インターネットをやっていない人も多いと思うので、広報誌などで知らせてほしい。
計画をつくるには、それぞれの専門家を入れてもらいたい。
タウンミーティングの参加者の声がいきる形で計画をつくってほしい。
消費者・生活者として、我々が取り組むべきことを計画に組み込むことを考える必要がある。

タウンミーティング Part 2（骨子案への提案等）での意見・提案等

基本計画は、わかりやすい内容で、誰もが見て、判断できるものとしてほしい。県民すべての人が、実行できるものであってほしい。
行政と事業者、消費者団体の協働とあるが、行政内部での協働が必要。
消費生活の課題は色々な分野にまたがっており、消費生活の部署が動くだけではだめ。
計画をつくるだけではダメで、その後の推進が重要。
担当の副知事において、その下に、局長級の推進会議をつくってほしい。
計画の実効性を担保するため、担当者制にして、第三者が監査するような仕組みが必要と思う。
市町村との連携が必要。
計画の名前も大事。消費者基本計画では固い。名称も募集してはどうか。

パブリックコメントの状況

パブリックコメントによる意見募集実施の概要

○意見募集期間

平成21年2月2日（月）から2月23日（月）まで

○寄せられた意見の状況

人数及び件数 12名・3団体、 82件

項目別意見の内訳

項目	件数	割合(%)
基本計画策定の趣旨	2	2.4
基本計画の目標	3	3.7
基本計画の基本理念	9	11.0
基本計画の構成	8	9.8
誰もが、どこでも安心して相談できる体制づくり	25	30.5
自立した賢い消費者となるための教育機会の確保と 情報提供	2	2.4
悪質事業者の取締り強化と、事業者の自主的な取組の促進	11	13.4
行政、消費者・消費者団体、事業者・事業者団体の連携・協働を進 めるための基盤づくり	1	1.2
総合的に取り組む5つの課題	1	1.2
食の安全・安心の確保	4	4.9
商品・サービスや契約・取引の安全・安心の確保	2	2.4
個人情報の保護	1	1.2
環境やユニバーサルデザインを意識した消費生活の促進	4	4.9
県民との協働による基本計画の推進	9	10.9

○項目別意見の内容

計画の趣旨

一人でも多くの県民に、消費者問題と消費者行政についての理解と、基本計画の必要性・重要性等を認識してもらう必要があると考える。それにより、多くの県民の関心が高まり協力が得られることになり、基本計画に掲げた具体的施策の実施が促進されると確信する。

そのためには、消費者問題とは何か、なぜ消費者問題が発生するのか、行政が消費者問題に取り組む意義、千葉県における消費者行政の現状と課題、消費者被害の実態と問題点などを、基本計画のはじめに、丁寧に分かりやすく示す必要がある。

骨子案の最初のページに「白紙の段階から」と書いてあるが、条例第10条に基づく基本計画策定の根拠と消費者の権利を入れてもらいたい。

目標

目標「暮らしやすさ いちばんの ちば 」は分かりやすく、しかし消費生活の本質をついたすばらしい標語である。

「生活者・事業者 みんな元気暮らしやすく やさしさ いちばんのちば」

目標「消費者 元気暮らしやすさ いちばんのちば」は、分かりやすい言葉として掲げられていると思うが、国においても全ての施策に消費者目線で行われるように動いているところ、漠然とした言葉でなく、「消費者主権の千葉県を目指して」など、基本理念を表すような言葉にしたらいいのではないか。

例「消費者主権の千葉県を目指して、暮らしやすさ、いちばんのちば」

基本理念

基本計画では、最初に「自立した賢い消費者」を基本理念として掲げているが、そのためには、事業者から正確な情報提供がされること、公正な取引が行われることや、消費者被害が発生した場合に事業者・行政により迅速な救済が行われることなどの環境整備が必要と考える。また、食品の偽装表示やサービスの安全性の問題等は、消費者の自立によっても解決しない問題である。基本計画には事業者と行政の責務も必要かと考える。

消費者支援行政を行う前提として、行政は、公正で自由な市場環境を整備するために事業者規制行政を講じ、住民の消費生活の安定と向上を目指した取組を行うという最も基本的で重要な責務がある。表示の適正化、不適正な取引行為への規制など既に様々な施策を講じている現況を示し、そのうえで、今後の千葉県の消費者行政を促進するために策定した基本計画であることを、明確かつ分かりやすく示すことが必要である。そのためにも、「千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例」(消費生活条例)及び消費者基本法に明確に示されている「行政の責務」を明確に示すことを求める。

骨子案の基本理念では、「消費者の自立」が強調されているが、昨今の消費者被害を見ると、販売業者の悪質性のため、自立した消費者であってもトラブルに巻き込まれ多額の被害を被っているケースが多くある。

消費者支援行政を促進するための基本計画であれば、骨子案において行政の責務を明確に示してもらいたい。

基本理念に「消費者の権利、自分の権利」とあるが、権利とは何か。誰にでも分かる形で明確にしていきたい。

<p>「消費者がトラブルに巻き込まれないように」自立するのが必要なのではなく「トラブルを起こさない」体制づくりが求められているのではないか。</p> <p>行政、事業者にも責務が求められると考える。また、それぞれの立場でそれぞれの責務があることを分かりやすくあげてほしい。</p>
<p>行政のベースとなる理念として、消費者重視の視点を持つ必要があることをもっと分かりやすくしてもらいたい。</p>
<p>基本理念が消費者のものだけに限られているのはなぜか。</p> <p>生産者、事業者との連携・協働を謳っているので、生産者、事業者としての取組の基本理念があってもよいのではないか。</p>
<p>基本理念に関する記述をみると、「消費者の自立」が過度に強調されているのではないかとの危惧を抱かざるを得ない。</p> <p>確かに消費者の自立は重要な課題だが、消費者は、商品等についての情報量・質や交渉ノウハウにおいて、当該商品等を扱うことで生業を立てている事業者に比べ、本質的・構造的に不利な立場にある。このような本質的な格差は、消費者が自立し賢くなったとしても、それだけで是正されるものではなく、消費者に対する行政による普遍的なサポートがあって初めて消費者と事業者とが対等な立場となり得ることを忘れてはならない。消費者行政のあり方を考える際、このような消費者と事業者との立場の明確な違いをはっきりと認識することは極めて重要であり、いたずらに消費者の自立を強調することは、消費者の権利の擁護という最も重要な行政の目的を見失うことになりかねない。</p> <p>したがって、基本理念については、消費者の権利をまず第一に掲げ、行政、事業者・事業者団体が消費者の権利を擁護するためにしっかりとその「責務」を果たすべきことを強調すべきである。</p>
<p>昨今の市場は昨年だけでも 81 件の表示偽装、振り込め詐欺、事故米、冷凍餃子事件などが起こり、消費者の不信と心配が増すばかりである。千葉県では 8 つの権利と 3 項が掲げられているが、権利の確立が保障されている状況には至っていない。基本計画骨子案では消費者の自立が強調され、消費者の権利の確立のための事業施策が弱いように思う。行政の責任や事業者・事業者団体の責任を全面に出すべきではないか。</p> <p>言葉として「自立した賢い消費者」を「自立し行動する消費者」へとしたらどうか。厳然たる構造的格差がある。</p>

計画の構成

<p>基本計画には、年度ごとに実施目標・数値目標を決め、毎年実施状況の確認や評価ができるようにし、計画の実効性を確保すべきである。</p>
<p>条例の基本理念を踏まえて基本計画を制定する（P2）とあるが、消費者の権利を尊重するための行政の責務と施策を、最初に示す必要があると考える。8 つの消費者の権利を確立するために、県が取り組んでいる施策を、行政の責務を踏まえて、分かりやすく明らかに示してほしい。</p>
<p>計画に明示すべき県の施策は、消費者行政担当部署の事業に限定せず、県政全般を調査すること、さらに、基本計画には、消費者・生活者重視の新たな視点を導入し、行政内部の連携を強化し横断的に取り組む施策を検討され、基本計画に盛り込むことを要望する。</p>

<p>行政が新たな視点を導入し、今後の消費者行政の方針を示したうえで、その実現のために具体的施策を計画し実施することを基本計画に盛り込むことは必須だが、各施策が内外に周知され計画的に執行されやすくなり、実効性が確保されるよう、具体的施策については、各々の数値目標・実施時期等を基本計画に盛り込むことを求める。</p>
<p>各施策の重要度・緊急性・最優先的取組の必要性などについて分類し明確に示してもらいたい。</p>
<p>消費者の権利を確立するために実施すべき総合的・包括的な消費者施策については、①従前の事業を見直して拡充・強化する事業か、②新設する事業か、③担当部署との連携や民間団体との協働で行う事業等について、分かりやすく示すとともに、実施年度や数値目標等を明記した分かりやすい基本計画を制定されることを求める。</p>
<p>各施策は、条例が掲げる8つの権利のどれに関するものであるかを明確に示す必要があると考える。</p>
<p>各種施策の推進に当たり、各施策の取組（ロードマップ）が、主体ごと（消費者、行政、事業者等別）に、各年度（ステップ）別に示されていると分かりやすい。</p>

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

<p>基本計画において緊急的に取り組む施策として、消費生活に関する情報の収集・分析・情報の発信元等の一元化を図る体制を創設し、消費者被害の拡大防止・未然防止策等を図ることを要望する。</p>
<p>このシステムは、消費生活センターを中心に、保健所や福祉機関、消防署、警察、区市町村等の行政内部組織を網羅した連携は当然のこと、消費者団体やNPO、専門家集団、事業者団体、病院等の民間の機関等との協働で取り組むことが必要である。</p>
<p>現在の千葉県は、身近に相談窓口が無い市町村も多く、仮にあったとしても相談窓口を知らない人もたくさんいるので、消費者が相談することに躊躇することなく気軽に相談できる体制をつくるべき。</p>
<p>相談窓口の充実のためには、現場の消費生活相談員の人たちが自分の生活の心配をすることなく相談業務に専念できるよう、様々な待遇の改善を行うことが不可欠と考える。</p>
<p>県民がどこにいても、同様の消費生活相談サービスを受けられることが基本になければならない。</p> <p>そのためには、自分たちの地域のサービスを検証する必要性を住民に働きかけることも必要である。地域の自治体に働きかけると同時に、サービスの向上は県民の利益の問題であると捉える意識改革が求められる。</p>
<p>相談員をそれぞれの自治体に必要不可欠なインフラとして捉え、待遇についても、仕事の内容にふさわしい待遇に改善することによって優れた人材が集まり、結果として県の消費者レベルの向上に寄与し、人々が安心して暮らせる千葉県となると考える。</p>
<p>消費生活相談窓口は、各市町村に設置されている。その窓口の「設置及び充実」のためには、行政との協働・連携は必須である。</p>
<p>千葉県内でも、相談体制には「相談員未配置」「相談日数が少ない」など、各市町村で大きな格差が生じている。県民が「どこでも安心して相談できる」ようになるためには、消費者からの相談に接する行政職員が適切に対応をすることが不可欠。「消費生活相談にかかわる研修等の充実」においては、行政職員にも研修の機会が大いに、且つ、具体的に確保され、「消費生活とは、どのようなものか」が理解されることが必要。</p>

<p>同じ県民でありながら相談体制に大きな格差がある。身近で頼れる相談窓口の存在は大変重要である。是非、相談体制の充実を目指してほしいと思う。国での地方行政活性化交付金等を活用し、地方の相談窓口の設置等につなげてもらいたい。</p>
<p>消費生活センターの1日当たりの相談員は3人以上とすること。人口の多い市についてはそれに応じた相談員の配置を推進すること。</p>
<p>消費生活センターの相談員の採用は5年更新とし、更新を原則とすること。</p>
<p>消費生活センターの相談員への相談業務のバックアップを行うアドバイザー制度を導入すること。</p>
<p>消費生活センターの相談員同士が互いの相談事例の情報を共有し、解決方法を検討したり、相談者からの感想・意見を積極的に受け付けるなどして、相談業務の質を維持する仕組みを導入すること。</p>
<p>相談業務の民間への委託は行わないこと。</p>
<p>消費生活センターの相談員については、相談業務だけでなく講師としてのスキルアップを目指した研修を行うこと。</p>
<p>消費生活センターの相談員の給与、休暇、交通費、社会保険等の待遇面について、十分に配慮すること。</p>
<p>消費者相談窓口は原則365日とすること。</p>
<p>消費生活相談時間は9:00から21:00とすること。</p>
<p>昼休みの相談受付も行うこと。</p>
<p>市への消費生活センター設置を早急に推進すること。</p>
<p>消費生活センター設置がすぐに難しいところについては県がセッティングして近隣地域に一つは設置させること（但しあくまで暫定的な措置である）。</p>
<p>県消費者センターは相談体制が不十分な市町村の相談についてフォローし、県は県消費者センターが十分対応できるだけの人員等の体制を整備すること。</p>
<p>県消費者センターは高度・専門的な相談に対応できるよう、弁護士・司法書士・医師・建築士等専門家との連携を図ること（モデル地区をつくって先行的に実施することも検討すること）。特に、相談窓口から専門家に対し、タイムリーに相談できる体制をつくること。</p>
<p>全市町村に相談窓口を配置し、相談窓口にはP I O - N E T 端末を設置すること。</p>
<p>本課職員との情報の共有を密にすること。特に、本課職員のスキルアップや相談業務に対する理解の向上を図ること。</p>
<p>市町村相互の連絡関係・相談受付についてのルールづくりを整備し、相談者のたらいまわしをさける工夫をすること。</p>

重点的課題2 自立した賢い消費者となるための教育機会の確保と情報提供

<p>安心して暮らしていけるために、学校、公民館、老人ホーム、自治会館ほかに</p> <ul style="list-style-type: none"> ・悪質商法被害にあわないために ・衣、食、住の安全・安心のために ・製品事故にあわないために ・環境悪化阻止のために <p>等の啓発、教育のための CD や DVD の貸出しやパンフレット配布をしてほしい。</p>

最も情報を届けたい年代、若い子育ての人たちは共稼ぎが多く、また、情報が届いていないと感じる。一方、彼らの子どもたちは 0 才から保育園に入り、小学校では学童に入る。通算すれば 12 年になる。

それを考慮すると P13 の整備図に「幼稚園・学校等」とあるが、そこに保育園・幼稚園・学校などを入れてはどうか。小さい組織の保育園の学集会や、祭事には、日ごろ忙しい保護者も必ず参加しているので、情報の伝達広報の役割は大きいと思う。

重点的課題4 悪質事業者の取締り強化と、事業者の自主的な取組の促進

振り込め詐欺や法や条例違反の事業者に対しては、警察当局との連携も必要と考える。

誰もが自立した消費者にというのは難しく、悪質業者の排除のためには、法令や条例に基づく事業者指導が迅速に行われることが重要と考える。県内で何件の苦情が入ったら検討し指導を行う等と数値で決めてほしい。

事業者指導を行った事業者について消費生活センターに情報提供が必要と考える。

貸金業者への指導やヤミ金の取締りの実施において、貸金業者の取締りは行われても、ヤミ金と分かると取締りが行われない。ヤミ金に関しては、警察当局との連携が必要と考える。

悪質業者の取締りに本腰で取り組んでもらいたい。そのためには、執行部門の人数を増やしたり、執行部門の人や警察への教育をきちんと行うことも重要。

悪質業者の取締りがきちんとなされているかどうか、県民にもはっきりチェックできるような仕組みをつくってもらいたい。

悪質業者の「やり得」を許さないために行政がきちんと摘発を行うことが何よりも大事だと思う。そのために事業者指導の体制を整え、被害が出た初期段階で業者を摘発するシステムを整えてもらいたい。

人員の確保、調査体制の整備など、不当な取引を行う悪質事業者に対する取締りの強化について、基本計画のなかで具体的な目標を定めてもらいたい。

消費者は衣食住など金融も含め、日々被害にあい、生命、財産等が脅かされている。悪質業者の取締りのために、体制の強化を要望する。執行部門の人数の増加、執行部門の人や警察への教育をきちんと行ってもらいたい。東京周辺から千葉へ悪質業者が移動してくることなどが無いよう、取締りの強化を目指してほしい。

悪質業者の取締りの強化。

各機関、行政（特に警察）など、あらゆる方法で対策を考えているが後がたたない。

詐欺グループはさらにその方法を研究し、手段を変えている。新しい手口で消費者、特に（高齢者の金持ち）独居老人等を狙う。

消費者被害をなくすためには、消費者教育・啓発もさることながら、執行部門が悪質事業者に対する行政処分権限を適時・適切に発動することが不可欠である。そのためには、被害情報がいち早く寄せられる相談窓口と執行部門との連携を強化するとともに、相談窓口・執行部門双方の人員の拡充が重要である。

この点、骨子案では、「悪質事業者の取締り強化と、事業者の自主的な取組の促進」を重点的に取り組む5つの課題の一つに掲げているが、取締り強化のためのより具体的な方策を基本計画に盛り込む必要があると考える。

また、取締りが適切になされているかどうかを客観的にチェックする仕組みの導入も不可欠である。

重点的課題5 行政、消費者・消費者団体、事業者・事業者団体の連携・協働を進めるための 基盤づくり

行政がコーディネートして、事業者団体や消費者団体等の各種民間団体と協働で取り組む施策も検討し、基本計画に盛り込むことを求める。

総合的に取り組む5つの課題

基本計画の骨子案には、「消費生活の安定及び向上に向けた総合的に取り組む課題」として、5つの課題が掲げられているが、これらは8つの消費者の権利を尊重した様々な施策を網羅したうえで、再検討されることを求める。

特に、総合的に取り組む施策のなかでは、現在の施策の課題、又は今後取り組むべき重要な施策、さらに創設することが必要な施策等を分けて明示し、それらの課題解決策を、メリハリをつけて、分かりやすく示されることを求める。

総合的課題1 食の安全・安心の確保

県内の生産者、販売者の商品であれば安心して買えると思えるように、千産千消運動はさらに進めてもらいたい。

生産者と消費者とのより一層の交流を進めていく事が必要。

食品の安全・安心に関するリスクコミュニケーションと法令化が必要。

耕作放棄されている畑、田んぼをよみがえらせることをぜひ部局横断で取り組んでもらいたい。荒れた畑に除草剤をまかずに、菜の花やヒマワリを咲かせて土を肥やし、農薬を使わない工夫で野菜を育てる。県が今進めているエコ農業生産、環境再生計画などみんな関連性があると思う。

総合的課題2 商品・サービスや契約・取引の安全・安心の確保

事故等の再発防止のために、警察署、消防署、保健所、病院、各業界、消費者相談室等から、事故等生じた場合の連絡先を決め、報道メディアを通して消費者に注意を促す、より一層の努力を頼みたい。

安全・安心な生活には、「有害メディアから青少年を守る」ことが必須だと考える。

総合的課題3 個人情報の保護

個人情報の取扱について、事業者、消費者ともにまだまだ理解の足りないところが多いと思うので、県内事業者、消費者へのより一層の啓発活動を望む。

総合的課題5 環境やユニバーサルデザインを意識した消費生活の促進

個別課題の最後に「環境やユニバーサルデザインを意識した消費生活の促進」を提示しているが、基本的課題ではないのか。そしてこれを実現せしめるパートナーに製造・生産者と、使用者・消費者をつなげる流通・サービス業者の位置づけと責務の文言がほしいものだ。

循環型社会の構築の視点が見えない。(消費者行動と直結しているのに)

安定供給のウラに廃棄・再使用の資源化は時代の要請でもある。

「環境やユニバーサルデザインを意識した消費生活の促進」(P24～P25)について。

「環境を意識した消費生活の促進」は、エネルギー供給事業者である弊社も大変重要なことと認識しており、お客さまの省エネ行動の促進に寄与する省エネ機器・システムの開発や省エネ行動の提案等の様々な取組を行っている。

環境に配慮した消費生活を促進するに当たっては、そうした事業者の持つ情報やノウハウを活用されることを要望するとともに、我々事業者も消費者の皆様とともに低炭素社会に向けた取組を一層強化していきたいと考えている。

県民との協働による基本計画の推進

基本計画のあり方、総合的・具体的な施策については、リアルタイムに消費者問題の実態を把握できる消費者行政担当部署が中心となり積極的に働きかけ、県政全体の各部署への調査・協議を図り、事業の見直し、新たな施策の検討・創設等を行い、その結果は、基本計画に明確に示し実施する必要があると考える。これにより、行政内部で消費者政策の進展が図られるとともに、民間の各種団体との協働で行う施策についても理解が深まり、協働施策の実効性が確保されると確信する。

重点的に取り組む具体的施策においては、実施年度・数値目標等に加え、地域社会・各種団体等と協働で、消費者問題の発生を抑制し、消費者被害の救済を迅速かつ適切に図ることが千葉県の特徴であることを踏まえ、各施策の必要性や特徴、協働で取り組む構成団体等を基本計画に明示することを求める。

本来であれば、消費者行政の司令塔としての役割を県行政が果たすべきと思うが、現実に検討に時間を要しているように見える。千葉県も、これまでの行政のあり方を180度転換し、消費者目線での行政に変わっていくために、県のなかに消費者行政を力強く推し進めていくための司令塔が必要と考える。

これまでの産業育成中心の視点から消費者重視の視点の転換を千葉県政においても取り入れてもらいたい。消費者被害は暮らしの全般で起きているので、各課における被害を収集し、分析し、実効性のある施策が出されるよう、強いイニシアチブを持って、消費者行政を推進できるよう、消費者行政担当副知事を設置し、新しい組織の責任者とすべきであると考えている。

消費者行政は、千葉県の行政すべてに関わる横断的な問題であるため、全庁的に連携しつつ取り組んでいく必要がある。かつ、これまでの産業育成中心の行政の限界が日々明らかとなっている今日においては、県の行政そのものを産業育成から消費者重視へと大きく方向転換する必要がある。

そこで、千葉県の行政を消費者目線の行政に実効的に変えていくため、消費者の目線で全庁を見渡し、各担当部署に適切な指示を出すことのできる新しい仕組み、いわば、「千葉県版消費者庁」の創設を導入すべきと考える。

さらに、この新しい組織が強いイニシアチブを持って消費者行政を推進できるよう、消費者行政担当副知事を設置し、新しい組織の責任者とすべきであると考えている。

<p>「県民との協働による基本計画の推進」(P26) について。</p> <p>基本計画の推進において、消費者・消費者団体、事業者・事業者団体等、多様な主体が連携・協働して取組を推進していくこととされている点について、大変有意義なことと考える。</p> <p>弊社は、「千葉県消費者基本計画(仮称)」の基本理念に掲げられている「自立した賢い消費者」の育成支援に貢献できるノウハウを環境と食育の2つの観点から提供することが可能である。</p> <p>「基本計画推進委員会(仮称)」や「千葉県消費者行政審議会」の開催等の基本計画の推進においては、事業者が積極的に参画できる体制を志向されることで、事業者の持つノウハウ等を有効に活用されることを要望する。</p>
<p>「行政、消費者・消費者団体、事業者、事業者団体の連携、協働を進めるための基盤づくり」について。</p> <p>今後の各種施策の策定に当たり、事業者の自主的な取組や様々な主体との十分な協働が行えるよう、県内の優良企業の表彰や優良企業の取組を紹介する仕組みの構築、P I O-N E Tなどの情報の共有化や様々な主体との情報交換の場の設定など、具体的なアクションプランの構築をお願いしたい。</p>
<p>消費生活にかかわる問題は、衣・食・住・環境問題など幅広く、社会経済状況の変化により常に変容している。このような状況を的確に捉えた基本計画であることを求める。</p>
<p>計画案のなかにも読み取れるが、全ての計画推進には楽しく集う場づくりが重要。</p> <p>他県では、県の施設で消費者が集う場があるが、千葉県は市町村に要請しかできないのか。県民センターのなかにも、少し(精神的に)県民に近い場があれば有効利用できるのではないかと。</p>

千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例

(平成十九年十二月二十一日千葉県条例第七十二号)

目次

前文

第一章 総則（第一条—第十条）

第二章 消費生活の安定及び向上に関する施策（第十一条—第十四条）

第三章 商品等の安全等に関する施策

第一節 危害の防止（第十五条—第十八条）

第二節 規格、表示、包装等の適正化（第十九条）

第三節 不当な取引行為の禁止等（第二十条—第二十五条）

第四章 苦情の処理及び被害の救済に関する施策（第二十六条—第二十九条）

第五章 生活必需商品に関する措置（第三十条—第三十三条）

第六章 雑則（第三十四条—第四十条）

附則

経済社会の発展は、多様な商品や役務を生み出し、生活の利便性を向上させ、選択の機会を拡大させている一方で、従来から存在する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を増大させ、消費者問題をより複雑化させ、かつ、多様化させている。また、事業活動や消費行動の変化は、廃棄物の増大などの環境問題も引き起こしている。

我が国最大の消費地である首都圏に位置する本県にあつては、このような問題が特に顕著となっている。

本来、消費者と事業者とは対等の立場に立つべきであるとの観点から、両者間の格差を是正するとともに、消費者の利益を擁護し、及び増進するために、行政、消費者、消費者団体、事業者及び事業者団体が、自ら又は連携して、消費者の権利を尊重すること、事業活動の適正化に向けた取組を推進すること及び生産から消費までの場面における環境への負荷の少ない持続的発展が可能な経済社会を目指すことの重要性をそれぞれ認識し、消費者問題に取り組んでいくことが強く求められている。

安全で安心な、かつ、豊かな消費生活を送ることは、県民が等しく望むところであり、共に力を合わせてその実現に取り組むことを決意し、ここに千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例を制定する。

第一章 総則

(目的)

第一条 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、基本理念を定め、県、事業者及び事業者団体の果たすべき責務並びに消費者及び消費者団体の果たすべき役割を明らかにするとともに、県の実施する施策について必要な事項を定めることにより、県民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

(基本理念)

第二条 前条の目的を達成するに当たっては、県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、県、市町村、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体の相互の信頼を基調とし、これらが相互に連携し、又は協働すること、次の各号に掲げる消費者の権利を尊重すること及び消費者が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が基本とされなければならない。

- 一 商品又は役務により、生命、身体及び財産が侵されない権利
 - 二 商品又は役務について、自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利
 - 三 商品又は役務の取引について、不当な方法から保護され、及び不当な条件を強制されない権利
 - 四 消費生活において個人情報 that 適正に取り扱われる権利
 - 五 商品又は役務及びこれらの取引行為により、不当に受けた被害から速やかに救済される権利
 - 六 消費生活において必要な情報を速やかに提供される権利
 - 七 消費生活に関し、必要な知識及び判断力を習得し、自主的かつ合理的に行動するための教育を受ける機会が提供される権利
 - 八 消費生活に関する意見が県の施策に適切に反映される権利
- 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なければならない。
- 3 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の年齢、障害の有無その他の特性が配慮されなければならない。
- 4 前条の目的を達成するに当たっては、高度情報通信社会の進展及び消費生活における国際化の進展に的確に対応するよう配慮されなければならない。

(県の責務)

第三条 県は、経済社会の発展に即応して、消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

- 2 県は、前項の施策の策定及び実施に当たっては、消費者、消費者団体、事業者及び事業者団体の意見を聴くことができるよう必要な措置を講ずるものとする。

(県と市町村との連携等)

第四条 県は、消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施に当たっては、必要に応じて市町村と連携して取り組むよう努めるものとする。

- 2 県は、市町村が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策について、その求めに応じて、情報の提供、技術的な助言その他の支援を行うものとする。

(事業者の責務)

第五条 事業者は、その供給する商品又は役務について、次の各号に掲げる責務を有する。

- 一 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。
- 二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- 四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- 五 品質その他の内容の向上、価格の安定及び流通の円滑化に努めること。

六 県が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策に協力すること。

- 2 事業者は、消費者の個人情報などを適正に取り扱う責務を有する。
- 3 事業者は、その事業活動に関し、自らが遵守すべき基準を作成することその他の必要な措置を自主的に講ずることにより、消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

(事業者団体の責務)

第六条 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の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の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。

- 2 事業者団体は、県が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策に協力する責務を有する。

(消費者の役割)

第七条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関し、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とともに、家庭、地域、学校、職域その他の様々な場を通じて情報を提供し合う等互いに協力するよう努めることによって、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。

- 2 消費者は、消費生活に関し、知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。
- 3 消費者は、県が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(消費者団体の役割)

第八条 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。

(環境への配慮)

第九条 県は、消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施に当たっては、消費生活が環境に及ぼす影響に配慮するものとする。

- 2 事業者は、商品又は役務の供給に当たっては、環境への負荷の低減に努めなければならない。
- 3 消費者は、商品の選択、使用及び廃棄並びに役務の選択及び利用に当たっては、環境への負荷の低減に配慮するよう努めなければならない。

(基本計画)

第十条 知事は、消費生活の安定及び向上に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、消費生活の安定及び向上に関する基本的な計画（以下「基本計画」という。）を定めなければならない。

- 2 基本計画は、次の各号に掲げる事項について定めるものとする。
 - 一 消費生活の安定及び向上に関する施策についての基本的な方針
 - 二 消費生活の安定及び向上に関し、総合的かつ計画的に講ずべき施策
 - 三 前各号に掲げるもののほか、消費生活の安定及び向上に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項
- 3 知事は、基本計画を定めるに当たっては、あらかじめ、その案を公表し、県民の意見を求めるとともに、千葉県消費者行政審議会（以下「審議会」という。）の意見を聴かななければならない。

- 4 知事は、基本計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。
- 5 前二項の規定は、基本計画の変更について準用する。

第二章 消費生活の安定及び向上に関する施策

(啓発活動及び教育の推進)

第十一条 知事は、消費者の自立を支援するため、市町村、消費者団体、事業者、事業者団体等と連携し、又は協働して、消費生活に関する知識の普及及び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、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場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。

(消費者団体の自主的な活動の促進)

第十二条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

(試験、検査等の実施等)

第十三条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、必要に応じて、商品の試験、検査等を行い、その結果についての情報を消費者に提供するものとする。

(施策等の公表)

第十四条 知事は、毎年度、消費生活に関する相談の状況及び県が講じた消費生活の安定及び向上に関する施策について公表するものとする。

第三章 商品等の安全等に関する施策

第一節 危害の防止

(危害の防止に関する調査等)

第十五条 知事は、事業者が供給する商品又は役務が消費者の生命、身体又は財産に対して危害を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認める場合は、速やかに必要な調査を行うものとする。

- 2 知事は、前項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該商品又は役務についてその安全性を明らかにするよう求めることができる。
- 3 知事は、必要があると認めるときは、第一項の調査の結果についての情報を県民に提供するものとする。

(危害の防止に関する勧告等)

第十六条 知事は、前条第一項に規定する場合において、危害を防止するために措置を講ずる必要があると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、当該事業者に対し、その措置を講ずるよう指導又は勧告をすることができる。

- 2 知事は、前項の指導又は勧告を行うに当たり、必要があると認めるときは、審議会の意見を聴くものとする。
- 3 知事は、第一項の規定により勧告をした場合において必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該勧告に基づいて講じた措置及びその結果について報告を求めることができる。

(重大緊急危害の情報提供)

第十七条 知事は、第十五条第一項に規定する場合において、その危害が重大であり、かつ、その危害を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令に特別の定めがある場合を除き、当該商品又は役務の名称、当該事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な情報を直ちに県民に提供するものとする。

(商品等の提出)

第十八条 知事は、前三条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し、必要な数量の商品又は当該事業者が役務を提供するために使用する物若しくは当該役務に関する資料の提出を求めることができる。

2 知事は、前項の規定による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。

第二節 規格、表示、包装等の適正化

(規格、表示、包装等の適正化)

第十九条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、事業者が供給する商品又は役務について、品質その他の内容の向上、消費生活の合理化及び流通の円滑化を図るため、特に必要があると認めるときは、規格、表示、包装等の基準を定めることができる。

2 知事は、前項の規定により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。

3 知事は、第一項の規定により基準を定めたときは、これを告示しなければならない。

4 前二項の規定は、第一項の規定による基準の変更又は廃止について準用する。

5 事業者は、その供給する商品又は役務について、第一項の規定による基準に適合させるよう努めなければならない。

第三節 不当な取引行為の禁止等

(不当な取引行為の指定)

第二十条 知事は、事業者が消費者との間で行う取引に関し、次の各号のいずれかに該当する行為を不当な取引行為として規則で定めることができる。

一 消費者を訪問し、又は電話機、ファクシミリ装置その他の通信機器若しくは情報処理の用に供する機器を利用することにより、消費者の意に反し、又は消費者に拒絶の意思表示の機会を明示的に与えることなく、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

二 消費者の知識、経験及び財産の状況等に照らして不適当な契約と認められるにもかかわらず、又は消費者の判断力の不足に乗じることにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

三 消費者に対し、販売の意図を隠して接近し、商品若しくは役務の品質等に関する重要な情報を提供せず、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。

四 消費者を威迫して困惑させ、若しくは迷惑を覚えさせるような方法で、又は消費者を心理的に不安な状態若しくは正常な判断ができない状態に陥らせ、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

五 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。

六 消費者又はその関係人を欺き、威迫して困惑させる等不当な手段を用いて、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

は当該債務の履行をさせること。

七 契約に基づく債務について、完全な履行がない旨の消費者からの苦情に対し適切な処理をせず、履行を不当に拒否し、若しくは履行をいたずらに遅延させ、又は継続的取引において、正当な理由なく取引条件を一方的に変更し、若しくは消費者への事前の通知をすることなく債務の履行を中止すること。

八 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若しくは契約の無効の主張に際し、これらを妨げて、契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し若しくは契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これら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。

九 商品若しくは役務を販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者からの商品又は役務の購入を条件又は原因として信用の供与をする契約若しくは保証を受託する契約（以下「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、若しくはこれを締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは当該債務の履行をさせること。

2 知事は、前項の規定により規則を定め、又は変更しようとするときは、審議会の意見を聴くものとする。

（不当な取引行為の禁止）

第二十一条 事業者は、消費者との取引に当たっては、前条第一項の規定により定められた不当な取引行為を行ってはならない。

（不当な取引行為に関する調査等）

第二十二条 知事は、事業者が不当な取引行為を行っている疑いがあると認める場合は、速やかに必要な調査を行うものとする。〔立入調査等 § 35〕

2 知事は、前項の調査を行うに当たり、必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該行為の正当性を示す資料の提出を求めることができる。〔公表 § 36〕

3 知事は、必要があると認めるときは、第一項の調査の結果についての情報を県民に提供するものとする。

（不当な取引行為に関する勧告等）

第二十三条 知事は、事業者が不当な取引行為を行っているとして認める場合は、法令に特別の定めがある場合を除き、当該事業者に対し、不当な取引行為の改善を行うよう指導又は勧告をすることができる。

2 知事は、前項の指導又は勧告を行うに当たり、必要があると認めるときは、審議会の意見を聴くものとする。

3 知事は、第一項の規定により勧告をした場合において必要があると認めるときは、当該事業者に対し、当該勧告に基づいて行った改善の内容について報告を求めることができる。

（重大な被害についての情報提供）

第二十四条 知事は、不当な取引行為により消費者に重大な被害が生じ、又は生じるおそれがある場合において、その被害の発生又は拡大を防止するため必要があると認めるときは、当該行為に係る事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な情報を県民に提供するものとする。

(架空請求についての情報提供)

第二十五条 知事は、架空請求（消費者に債務があるかのように偽り、その債務の履行を請求することをいう。）により消費者に重大な被害が生じ、又は生じるおそれがある場合において、その被害の発生又は拡大を防止するため緊急の必要があると認めるときは、当該架空請求に用いられた氏名又は名称及び住所並びに当該架空請求の内容その他必要な情報を直ちに県民に提供するものとする。

第四章 苦情の処理及び被害の救済に関する施策

(苦情の処理のあっせん等)

第二十六条 知事は、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あっせんその他の措置を講ずるものとする。この場合において、知事は、必要があると認めるときは、当該苦情に係る事業者に対し、必要な資料の提出又は説明を求めることができる。

2 知事は、県民の消費生活の安定及び向上に資するため必要があると認めるときは、苦情に関する情報を県民に提供するものとする。

(審議会の調停等)

第二十七条 知事は、前条第一項の規定により申出のあった苦情であって、県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もの又はその解決が著しく困難であると認めるものについては、審議会のあっせん又は調停に付すことができる。

2 審議会は、前項のあっせん又は調停のために必要があると認めるときは、当該あっせん又は調停に係る事業者、消費者その他の関係者に対し、その出席を求めて説明若しくは意見を聴き、又は資料の提出を求めることができる。

3 知事は、第一項の規定により苦情をあっせん又は調停に付したときは当該苦情についての情報を、当該苦情が解決し、又は解決の見込みがないと認めるときは当該あっせん又は調停の経過及び結果についての情報を県民に提供するものとする。

(訴訟の援助)

第二十八条 知事は、消費者が、事業者に対して提起する訴訟（民事訴訟法（平成八年法律第九号）第二百七十五条第一項の和解及び民事調停法（昭和二十六年法律第二百二十二号）による調停を含む。以下同じ。）又は事業者から提起された訴訟が次の各号のいずれにも該当する場合であって、審議会が適当と認めるときは、当該消費者に対し、規則で定めるところにより、当該訴訟に要する費用の貸付けその他の援助を行うことができる。

一 前条第一項のあっせん又は調停に付されている苦情に係るものであること。

二 同一又は同種の被害が多数発生し、又は発生するおそれがある商品若しくは役務又はこれらの取引行為に係るものであること。

三 一件当たりの被害額が規則で定める額以下の被害に係るものであること。

四 前各号に掲げるもののほか、規則で定める要件に該当するものであること。

(貸付金の返還等)

第二十九条 前条の規定により訴訟に要する費用の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したとき

は、規則で定める日までに、当該貸付金を返還しなければならない。ただし、知事は、災害その他やむを得ない事情があると認めるときは、相当の期間、貸付金の全部又は一部の返還を猶予することができる。

- 2 知事は、前項本文の規定にかかわらず、やむを得ない事情があると認めるときは、規則で定めるところにより、当該貸付金の全部又は一部の返還を免除することができる。

第五章 生活必需商品に関する措置

(需給状況等の調査等)

第三十条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、県民の消費生活に欠くことができないと認められる商品（以下「生活必需商品」という。）について、必要に応じて、需給の状況、価格の動向等を調査するものとする。

- 2 事業者及び事業者団体は、前項の調査に協力しなければならない。
- 3 知事は、必要があると認めるときは、第一項の調査の結果についての情報を県民に提供するものとする。

(特定生活必需商品の指定等)

第三十一条 知事は、法令に特別の定めがある場合を除き、生活必需商品の価格が異常に上昇し、又は上昇するおそれがある場合において、当該生活必需商品の買占め又は売惜しみが行われ、又は行われるおそれがあると認めるときは、当該生活必需商品を特定生活必需商品として指定することができる。

- 2 知事は、前項の事態が消滅したと認めるときは、同項の指定を解除するものとする。
- 3 知事は、前各項の規定により、特定生活必需商品を指定し、又はその指定を解除するときは、その旨を告示しなければならない。

(協力要請)

第三十二条 知事は、前条第一項の指定をしたときは、特定生活必需商品に係る事業者に対し、その供給について協力を求めるものとする。

(売渡勧告等)

第三十三条 知事は、事業者が前条の協力の要請にかかわらず、買占め又は売惜しみにより特定生活必需商品を多量に保有していると認めるときは、当該事業者に対し、当該特定生活必需商品を適正な価格で売り渡すよう指導又は勧告をすることができる。

第六章 雑則

(知事への申出)

第三十四条 この条例の規定により知事がとるべき措置を講じていないと認める者は、規則で定めるところにより、知事に対し、その旨を申し出て、当該措置を講ずるよう求めることができる。

- 2 知事は、前項の申出があったときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この条例に基づく措置その他適当な措置をとるものとする。
- 3 知事は、第一項の申出に対する処理の経過及び結果を当該申出をした者に通知するとともに、県民の消費生活の安定及び向上を図るため必要があると認めるときは、当該申出の内容並びに当

該申出に対する処理の経過及び結果についての情報を県民に提供するものとする。

(立入調査等)

- 第三十五条 知事は、第十五条第一項、第十六条第一項、第十七条、第二十二條第一項、第二十三条第一項、第二十四条、第二十五条及び第三十三条の規定の施行に必要な限度において、事業者（この項の規定により立入調査又は質問をした場合において、特に必要があると認めるときは、特定生活必需商品を保管していると認められる者を含む。次条において同じ。）に対し、その業務に関し報告を求め、又は当該職員に、その事務所、工場、事業所、店舗、倉庫その他の場所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。
- 2 前項の規定により、職員が立入調査又は質問をする場合には、その身分を示す証明書を携帯し、関係者の請求があったときは、これを提示しなければならない。
- 3 第一項の規定による立入調査及び質問の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

(公表)

- 第三十六条 知事は、事業者が次の各号のいずれかに該当すると認めるときは、当該事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な事項を公表することができる。
- 一 第十五条第二項の規定による求めに応じず、又は求めに応じるに当たり虚偽の資料の提出その他の虚偽の方法を用いたとき。
- 二 第十六条第一項、第二十三条第一項又は第三十三条の規定による勧告に従わなかったとき。
- 三 第十六条第三項又は第二十三条第三項の規定による報告をせず、又は虚偽の報告をしたとき。
- 四 第十八条第一項の規定による商品若しくは物若しくは資料の提出をせず、又は虚偽の商品若しくは物若しくは資料の提出をしたとき。
- 五 第二十二條第二項の規定による資料の提出をせず、又は虚偽の資料の提出をしたとき。
- 六 第二十六条第一項後段の規定による資料の提出をせず、若しくは虚偽の資料の提出をし、又は同項後段の規定による説明をせず、若しくは虚偽の説明をしたとき。
- 七 第二十七条第二項の規定による出席を拒み、同項の規定による説明をせず、若しくは虚偽の説明をし、又は同項の規定による資料の提出をせず、若しくは虚偽の資料の提出をしたとき。
- 八 前条第一項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、同項の規定による調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、又は同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。

(意見の聴取)

- 第三十七条 知事は、第二十四条の規定による情報の提供及び前条の規定による公表をする場合には、あらかじめ、期日、場所及び事案の内容を示して、当事者又はその代理人の出頭を求めて、意見の聴取を行わなければならない。ただし、これらの者が正当な理由がなくて意見の聴取に応じないときは、意見の聴取を行わないで情報の提供又は公表をすることができる。

(国の行政機関等との協力)

- 第三十八条 知事は、この条例の施行に関し必要があると認めるときは、国の行政機関、他の地方公共団体若しくは独立行政法人国民生活センターの長に対して、情報の提供、調査の依頼その他の協力を求め、又はこれらの者から協力を求められたときは、その求めに応ずるものとする。

(国に対する措置要請等)

第三十九条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を図るため必要があると認めるときは、国に対し、意見を述べ、又は必要な措置をとるよう求めるものとする。

(委任)

第四十条 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、平成二十年六月一日から施行する。ただし、附則第九項の規定は、公布の日から施行する。

(千葉県消費者保護条例の廃止)

2 千葉県消費者保護条例（昭和五十年千葉県条例第三十九号）は、廃止する。

(経過措置)

3 この条例の施行の日（以下「施行日」という。）前に前項の規定による廃止前の千葉県消費者保護条例（以下「旧条例」という。）第九条第一項及び第十三条第二項の規定によりなされた勧告については、なお従前の例による。

4 この条例の施行の際現に旧条例第九条第五項（旧条例第十三条第三項において準用する場合を含む。）の規定によりなされている申出は、第三十四条第一項の規定によりなされた申出とみなす。

5 施行日前に旧条例第十一条第一項の規定により定められた基準は、第十九条第一項の規定により定められた基準とみなす。

6 前三項に規定するもののほか、旧条例の規定によりなされた措置、手続その他の行為は、それぞれこの条例の相当規定によりなされたものとみなす。

7 附則第三項から前項までに規定するもののほか、この条例の施行に関し必要な経過措置は、規則で定める。

(千葉県行政組織条例の一部改正)

8 千葉県行政組織条例（昭和三十二年千葉県条例第三十一号）の一部を次のように改正する。

別表第二千葉県消費者行政審議会の項担任する事務の欄中「消費者の保護」を「消費生活の安定及び向上」に、「千葉県消費者保護条例（昭和五十年千葉県条例第三十九号）第十六条第一項」を「千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例（平成十九年千葉県条例第七十二号）第二十七条第一項」に、「第十七条」を「第二十八条」に改める。

(準備行為)

9 第十条第三項及び第二十条第二項の規定による意見の聴取並びにこれらに関し必要な手続その他の行為は、施行日前においても行うことができる。

千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例施行規則 (平成二十年三月三十一日千葉県規則第三十七号)

(趣旨)

第一条 この規則は、千葉県消費生活の安定及び向上に関する条例（平成十九年千葉県条例第七十二号。以下「条例」という。）の施行に関し必要な事項を定めるものとする。

(不当な取引行為)

第二条 条例第二十条第一項に規定する規則で定める不当な取引行為は、別表のとおりとする。

(訴訟援助の要件)

第三条 条例第二十八条第三号の規則で定める額は、百万円とする。

2 条例第二十八条第四号の規則で定める要件は、県内に住所を有している者が、事業者に対して提起する訴訟又は事業者から提起された訴訟であることとする。

(貸付金に係る利息)

第四条 条例第二十八条の規定による訴訟に要する費用に係る貸付金（以下「貸付金」という。）は、無利息とする。

(貸付けの申請)

第五条 貸付金の貸付けを受けようとする者は、消費者訴訟費用貸付申請書（別記第一号様式）に住民票の写しその他知事が必要と認める書類を添付して知事に提出しなければならない。

2 次条の規定により貸付金の貸付けの決定を受けた者で、特別の事情により追加して貸付金の貸付けを受けようとする者は、消費者訴訟費用追加貸付申請書（別記第二号様式）に住民票の写しその他知事が必要と認める書類を添付して知事に提出しなければならない。

(貸付けの決定)

第六条 知事は、前条に規定する申請書を受理したときは、当該申請に係る書類の審査及び必要な調査を行い、当該貸付金の貸付けの可否及び貸し付ける場合における貸付金の額を決定し、これらを当該申請者に通知するものとする。

(貸付けの条件)

第七条 知事は、前条の規定により貸付金の貸付けを決定する場合には、貸付金の貸付けに関し、必要な条件を付することができる。

(貸付金の交付)

第八条 第六条の規定により貸付金の貸付けの決定を受けた者は、消費者訴訟費用交付請求書（別記第三号様式）、消費者訴訟費用借用書（別記第四号様式）及び当該訴訟に係る訴え又は申立ての書類の写しを知事に提出して貸付金の交付を受けるものとする。

(貸付決定の取消し等)

第九条 知事は、第六条の規定により貸付金の貸付けの決定を受けた者が次の各号のいずれかに該当するときは、その者に対する貸付金の貸付けの決定の全部又は一部を取り消すことができる。

- 一 正当な理由なく、第六条の規定による貸付金の貸付決定の通知を受けた日から起算して三月以内に当該訴訟の提起がなされないとき。
- 二 貸付金を貸付けの目的以外の目的に使用したとき。
- 三 虚偽その他不正の手段により貸付金の貸付けを受けたとき。
- 四 県内に住所を有しないこととなったとき。
- 五 第七条に規定する貸付けの条件に違反したとき。

2 知事は、前項の規定により貸付金の貸付けの決定を取り消したときは、当該取消しに係る貸付金を交付せず、又は期限を定めて当該取消しに係る貸付金の額を返還させるものとする。

(返還の期日)

第十条 条例第二十九条第一項本文の規則で定める日は、当該訴訟が終了した日から起算して九十日を経過した日とする。

(返還の猶予)

第十一条 条例第二十九条第一項ただし書の規定により貸付金の返還の猶予を受けようとする者は、消費者訴訟費用返還猶予申請書（別記第五号様式）に知事が必要と認める書類を添付して知事に提出しなければならない。

2 知事は、前項に規定する申請書を受理したときは、当該申請に係る書類の審査及び必要な調査を行い、貸付金の返還の猶予の可否並びに猶予する場合における猶予の期間及び猶予に係る貸付金の額を決定し、これらを当該申請者に通知するものとする。

(返還の免除)

第十二条 知事は、第八条の規定により貸付金の交付を受けた者（以下「借受者」という。）が死亡し、当該訴訟を承継する者がいないときその他知事が特に必要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するものとする。

2 知事は、前項の貸付金の返還の免除をしようとするときは、必要に応じ、審議会の意見を聴くものとする。

(返還免除の申請)

第十三条 条例第二十九条第二項の規定により貸付金の返還の免除を受けようとする者は、消費者訴訟費用返還免除申請書（別記第六号様式）に知事が必要と認める書類を添付して知事に提出しなければならない。

2 知事は、前項に規定する申請書を受理したときは、当該申請に係る書類の審査及び必要な調査を行い、貸付金の返還の免除の可否及び返還を免除する額を決定し、その旨を当該申請者に通知するものとする。

(延滞利息)

第十四条 知事は、借受者が正当な理由なく貸付金を返還すべき日までに返還しなかったときは、当該返還すべき日の翌日から返還の日までの期間の日数に応じ、返還すべき額につき年十・七五パーセントの割合で計算した延滞利息を徴収するものとする。

(届出)

第十五条 借受者は、貸付金の返還が完了するまでの間に次の各号のいずれかに該当する事実が生じたときは、速やかに、その旨を知事に届け出なければならない。

- 一 借受者又は訴訟代理人の住所又は氏名に変更があったとき。
- 二 訴訟代理人に変更があったとき。
- 三 当該訴訟の承継があったとき。
- 四 当該訴訟が終了したとき。

(訴訟の経過等の報告)

第十六条 知事は、当該訴訟の経過及び結果について借受者に報告を求めることができる。

(知事に対する申出)

第十七条 条例第三十四条第一項の規定により知事に対して申出をしようとする者は、次の各号に掲げる事項を記載した申出書を提出しなければならない。

- 一 申出人の氏名又は名称及び住所
- 二 求める措置の内容
- 三 申出の趣旨
- 四 その他参考となる事項

(身分を示す証明書)

第十八条 条例第三十五条第二項に規定する身分を示す証明書は、身分証明書（別記第七号様式）とする。

附 則

(施行期日)

- 1 この規則は、平成二十年六月一日から施行する。
(千葉県消費者保護条例施行規則の廃止)
- 2 千葉県消費者保護条例施行規則（昭和五十年千葉県規則第六十六号）は、廃止する。
(経過措置)
- 3 この規則の施行の日前に前項の規定による廃止前の千葉県消費者保護条例施行規則の規定によりなされた申請、届出その他の行為は、それぞれこの規則の相当規定によりなされたものとみなす。

別表（第二条）

- 一 条例第二十条第一項第一号の規定に該当する不当な取引行為
 - イ 商品又は役務の販売に際し、消費者の拒絶の意思表示にもかかわらず、消費者を訪問することにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
 - ロ 商品又は役務の販売に際し、消費者の拒絶の意思表示にもかかわらず、又は消費者にその意思表示の機会を明示的に与えることなく、消費者に対し電話機、ファクシミリ装置その他の通信機器又は情報処理の用に供する機器を利用して一方的に広告等を行うことにより、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- 二 条例第二十条第一項第二号の規定に該当する不当な取引行為
 - イ 商品又は役務の販売に際し、消費者の知識、経験、財産、収入及び家族構成の状況に照ら

して不相当と認められる契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ロ 商品又は役務の販売に際し、年齢その他の要因による消費者の判断力の不足に乗じることにより、契約を締結させること。

三 条例第二十条第一項第三号の規定に該当する不当な取引行為

イ 商品若しくは役務の販売の意図を明らかにせず、若しくは商品若しくは役務の販売以外のことを主要な目的であるかのように告げて、又はそのような広告等で消費者を誘引して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ロ 商品又は役務に関し、その品質、安全性、内容、取引条件、取引の仕組みその他の取引に関する重要な情報であって、事業者が保有し、又は保有し得るものを提供しないで、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ハ 商品又は役務の販売に際し、消費者が契約を締結するかどうかを判断する上で重要な事項について事実と異なること若しくは誤信させるような事実を告げて、又は将来における不確実な事項について断定的判断を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ニ 商品又は役務の品質、内容又は取引条件が実際のものよりも著しく優良であり、又は有利であると誤信させるような表現を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ホ 商品又は役務の購入、利用又は設置が法令等により義務付けられているかのように説明して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ヘ 自らを官公署、公共的団体若しくは著名な法人等の職員と誤信させ、又は官公署、公共的団体若しくは著名な法人若しくは個人の許可、認可、後援その他の関与を得ていると誤信させるような言動等を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ト 商品又は役務の販売に際し、事業者の氏名若しくは名称又は住所を明らかにせず、又は偽って、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

四 条例第二十条第一項第四号の規定に該当する不当な取引行為

イ 路上その他の場所において消費者を呼び止め、消費者の意に反して、執ように説得し、又は消費者を威迫して困惑させ、その場で、又は営業所その他の場所へ誘引して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ロ 消費者の年齢、収入その他の契約を締結する上で重要な事項について、事実と異なる内容の契約書等を作成して、執ように契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ハ 消費者の意に反して、早朝若しくは深夜に、又は消費者が正常な判断をすることが困難な状態のときに、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ニ 商品又は役務の購入資金について、消費者からの要請がないにもかかわらず、貸金業者等からの借入れその他の信用の供与を受けることを勧めて、執ように契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ホ イからニまでに掲げるもののほか、消費者を威迫して困惑させ、又は迷惑を覚えさせるような方法で、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ヘ 消費者が依頼又は承諾をしていないにもかかわらず、消費者の住居等において商品又は役務の提供を一方的に行って、消費者を心理的に不安な状態若しくは正常な判断ができない状態に陥らせ、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ト 消費者を訪問し、消費者が拒絶の意思を表示することを妨げるような方法で契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

チ 商品又は役務を販売する目的で、親切行為その他の無償又は著しい廉価の役務又は商品の提供を行い、これにより生じた消費者の心理的な負担に乗じることにより、執ように契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

リ 消費者の不幸を予言し、消費者の健康又は老後の不安その他の生活上の不安をことさらにあおる等消費者を心理的に不安な状態に陥らせる言動等を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ヌ 商品又は役務の販売に際し、当該消費者に関する情報又は当該消費者が従前にかかわった取引に関する情報を利用して、消費者を心理的に不安な状態に陥らせ、過去の不利益が回復できるかのように告げ、又は現在被っている不利益が拡大すること若しくは新たな不利益を被ることを防止できるかのように告げて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

ル 主たる販売目的以外の商品又は役務を意図的に無償又は著しい廉価で提供すること等により、消費者を正常な判断ができない状態に陥れて、主たる販売目的の商品又は役務について契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

五 条例第二十条第一項第五号の規定に該当する不当な取引行為

イ 法律の規定が適用される場合に比し、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する条項であって、信義誠実の原則に反して消費者の利益を一方的に害するものを設けた契約を締結させること。

ロ 契約に係る損害賠償額の予定、違約金又は契約の解除に伴う清算金の定めにおいて、消費者に不当に高額又は高率な負担を求める条項を設けた契約を締結させること。

ハ 消費者の契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し又は契約の無効の主張をすることができる権利を制限する条項であって、消費者に不当な不利益をもたらすこととなるものを設けた契約を締結させること。

ニ 債務の不履行、債務の履行に伴う不法行為若しくは契約の目的物の瑕疵により生じた事業者の損害賠償責任の全部若しくは一部を不当に免除し、又は事業者の当該瑕疵を修補する責任を一方的に免除させる条項を設けた契約を締結させること。

ホ 当該契約に関する訴訟について、消費者に不当に不利な裁判管轄を定める条項を設けた契約を締結させること。

ヘ クレジットカード、会員証、パスワード等、商品を購入し、又は役務の提供を受ける際の資格を証するものが第三者によって不正に使用された場合に、消費者に不当に責任を負担させる条項を設けた契約を締結させること。

ト 消費者が購入の意思を表示した主たる商品又は役務と異なるものを記載することにより、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書等を作成し、契約を締結させること。

チ 消費者に対し名義の貸与を求め、これを使用して、その意に反する債務を負担させる内容の契約を締結させること。

リ 消費者にとって不当に過大な量の商品若しくは役務又は不当に長期にわたって供給される商品若しくは役務の購入を内容とする契約を締結させること。

ヌ 商品又は役務の販売に際し、消費者の返済能力を超えることが明白である信用の供与を伴った契約を締結させること。

六 条例第二十条第一項第六号の規定に該当する不当な取引行為

イ 消費者、その保証人等法律上支払義務のある者（以下「消費者等」という。）を欺き、威迫して困惑させ、又は正当な理由なく早朝若しくは深夜に電話をし、若しくは訪問する等の不当な手段を用いて、債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。

ロ 消費者等を欺き、威迫して困惑させ、又は迷惑を覚えさせるような方法で、預金の払戻し、借入れを受けること等により消費者等に金銭を調達させ、債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。

- ハ 消費者等に不利益となる情報を、正当な理由がないにもかかわらず、信用情報機関若しくは消費者等の関係人に通知し、又はインターネット等を用いて流布する旨の言動等を用い、心理的圧迫を与えて、債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。
 - ニ 契約の成立又はその内容について消費者等が争っているにもかかわらず、契約の成立又はその内容を一方的に主張して、強引に債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。
 - ホ 消費者の関係人で法律上支払義務のない者に、契約に基づく債務の履行への協力を執ように要求し、又は協力をさせること。
 - ヘ 事業者の氏名若しくは名称又は住所を明らかにせず、又は偽って、債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。
- 七 条例第二十条第一項第七号の規定に該当する不当な取引行為
- イ 契約に基づく債務について、その履行期限が到来しているにもかかわらず、完全な履行をせず、消費者からの履行の請求に対し適切な対応をせず、債務の履行を不当に拒否し、又はいたずらに遅延させること。
 - ロ 継続的に商品又は役務を供給する契約を締結した場合において、正当な理由なく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債務の履行を中止すること。
- 八 条例第二十条第一項第八号の規定に該当する不当な取引行為
- イ 消費者のクーリング・オフの権利の行使に際し、これを拒否し、若しくは黙殺し、威迫して困惑させ、又は術策、甘言等を用いて、当該権利の行使を妨げて、契約の成立又は存続を強要すること。
 - ロ 消費者のクーリング・オフの権利の行使に際し、口頭による行使を認めておきながら、後に書面によらないことを理由として、又は当該行使を妨げる目的で消費者の自発的な意思によることなく商品の使用若しくは役務の利用をさせて、契約の成立又は存続を強要すること。
 - ハ 消費者のクーリング・オフの権利の行使に際し、手数料、送料、役務の対価等の支払を要求をして、当該権利の行使を妨げて、契約の成立又は存続を強要すること。
 - ニ 継続的に商品又は役務を供給する契約を締結した場合において、消費者の正当な根拠に基づく解約の申出に対して、これを不当に拒否し、解約に伴う不当な違約金、損害賠償金等を要求し、又は威迫して困惑させる等して、契約の存続を強要すること。
 - ホ イからニまでに掲げるもののほか、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に際し、これらを不当に拒否し、不当な違約金、損害賠償金等を要求し、又は威迫して困惑させる等して、契約の成立又は存続を強要すること。
 - ヘ 消費者のクーリング・オフの権利の行使その他契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消し又は契約の無効の主張が有効に行われたにもかかわらず、これらの事由によって生じた返還義務、原状回復義務、損害賠償義務等の履行を不当に拒否し、又はいたずらに遅延させること。
- 九 条例第二十条第一項第九号の規定に該当する不当な取引行為
- イ 立替払、債務の保証その他の信用の供与に係る債権及び債務について、重要な情報を提供せず、又は誤信させるような表現を用いて、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等の締結をさせること。
 - ロ その信用の供与が消費者の返済能力を超えることが明白であるにもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等の締結をさせること。
 - ハ 販売業者等（商品若しくは役務を販売する事業者又はその取次店等実質的な販売行為を行う者をいう。以下同じ。）の行為が第一号から第五号までに規定する不当な取引行為のい

れかに該当することを知りながら、又は与信契約等に係る加盟店契約に基づく関係その他の提携関係にある販売業者等を適切に管理していれば、そのことを知ることもかかわらず、与信契約等の締結を勧誘し、又は与信契約等の締結をさせること。

- ニ 与信契約等において、販売業者等に対して生じている事由をもって消費者が法令の規定又は当該与信契約等に基づき支払を拒絶できる場合であるにもかかわらず、正当な理由なく電話をし、又は訪問する等の不当な手段を用いて、消費者若しくはその関係人に債務の履行を迫り、又は債務の履行をさせること。

備考 この表において「クーリング・オフの権利」とは、次に掲げる権利をいう。

- 一 割賦販売法(昭和三十六年法律第百五十九号)第四条の四第一項、第二十九条の三の三第一項及び第三十条の二の三第一項に規定する契約の申込みの撤回又は契約の解除を行う権利
- 二 特定商取引に関する法律(昭和三十五年法律第五十七号)第九条第一項、第二十四条第一項、第四十条第一項、第四十八条第一項及び第二項並びに第五十八条第一項に規定する契約の申込みの撤回又は契約の解除を行う権利
- 三 前各号に掲げるもののほか、法令の規定又は契約により認められた権利であつて前各号に掲げる権利に類するもの

別記様式 (略)

消費者基本法（昭和四十三年五月三十日法律第七十八号）

第一章 総則（第一条—第十条）

第二章 基本的施策（第十一条—第二十三条）

第三章 行政機関等（第二十四条—第二十六条）

第四章 消費者政策会議等（第二十七条—第二十九条）

附則

第一章 総則

（目的）

第一条 この法律は、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、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もつて国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

（基本理念）

第二条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国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、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、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。

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 消費者政策の推進は、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。

4 消費者政策の推進は、消費生活における国際化の進展にかんがみ、国際的な連携を確保しつつ行われなければならない。

5 消費者政策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

（国の責務）

第三条 国は、経済社会の発展に即応して、前条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、消費者政策を推進する責務を有する。

（地方公共団体の責務）

第四条 地方公共団体は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状况に応じた消費者政策を推進する責務を有する。

（事業者の責務等）

第五条 事業者は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、

その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- 一 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。
 - 二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
 - 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
 - 四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
 - 五 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。
- 2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準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。

第六条 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の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の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。

第七条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、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なければならない。

- 2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

第八条 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。

(消費者基本計画)

第九条 政府は、消費者政策の計画的な推進を図るため、消費者政策の推進に関する基本的な計画(以下「消費者基本計画」という。)を定めなければならない。

- 2 消費者基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。
 - 一 長期的に講ずべき消費者政策の大綱
 - 二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項
- 3 内閣総理大臣は、消費者基本計画の案につき閣議の決定を求めなければならない。
- 4 内閣総理大臣は、前項の規定による閣議の決定があつたときは、遅滞なく、消費者基本計画を公表しなければならない。
- 5 前二項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

(法制上の措置等)

第十条 国は、この法律の目的を達成するため、必要な関係法令の制定又は改正を行なわなければならない。

- 2 政府は、この法律の目的を達成するため、必要な財政上の措置を講じなければならない。

第二章 基本的施策

(安全の確保)

第十一条 国は、国民の消費生活における安全を確保するため、商品及び役務についての必要な基

準の整備及び確保、安全を害するおそれがある商品の事業者による回収の促進、安全を害するおそれがある商品及び役務に関する情報の収集及び提供等必要な施策を講ずるものとする。

(消費者契約の適正化等)

第十二条 国は、消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、消費者との間の契約の締結に際しての事業者による情報提供及び勧誘の適正化、公正な契約条項の確保等必要な施策を講ずるものとする。

(計量の適正化)

第十三条 国は、消費者が事業者との間の取引に際し計量につき不利益をこうむることがないようにするため、商品及び役務について適正な計量の実施の確保を図るために必要な施策を講ずるものとする。

(規格の適正化)

第十四条 国は、商品の品質の改善及び国民の消費生活の合理化に寄与するため、商品及び役務について、適正な規格を整備し、その普及を図る等必要な施策を講ずるものとする。

2 前項の規定による規格の整備は、技術の進歩、消費生活の向上等に応じて行なうものとする。

(広告その他の表示の適正化等)

第十五条 国は、消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際しその選択等を誤ることがないようにするため、商品及び役務について、品質等に関する広告その他の表示に関する制度を整備し、虚偽又は誇大な広告その他の表示を規制する等必要な施策を講ずるものとする。

(公正自由な競争の促進等)

第十六条 国は、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の拡大を図るため、公正かつ自由な競争を促進するために必要な施策を講ずるものとする。

2 国は、国民の消費生活において重要度の高い商品及び役務の価格等であつてその形成につき決定、認可その他の国の措置が必要とされるものについては、これらの措置を講ずるに当たり、消費者に与える影響を十分に考慮するよう努めるものとする。

(啓発活動及び教育の推進)

第十七条 国は、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及び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、消費者が生涯にわたつて消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場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。

2 地方公共団体は、前項の国の施策に準じて、当該地域の社会的、経済的状况に応じた施策を講ずるよう努めなければならない。

(意見の反映及び透明性の確保)

第十八条 国は、適正な消費者政策の推進に資するため、消費生活に関する消費者等の意見を施策に反映し、当該施策の策定の過程の透明性を確保するための制度を整備する等必要な施策を講ずるものとする。

(苦情処理及び紛争解決の促進)

第十九条 地方公共団体は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、苦情の処理のあつせん等に努めなければならない。この場合において、都道府県は、市町村（特別区を含む。）との連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあつせん等を行うものとするとともに、多様な苦情に柔軟かつ弾力的に対応するよう努めなければならない。

2 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策（都道府県にあつては、前項に規定するものを除く。）を講ずるよう努めなければならない。

3 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた紛争が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に解決されるようにするために必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(高度情報通信社会の進展への的確な対応)

第二十条 国は、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、消費者と事業者との間の適正な取引の確保、消費者に対する啓発活動及び教育の推進、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たって高度情報通信社会の進展に的確に対応するために必要な施策を講ずるものとする。

(国際的な連携の確保)

第二十一条 国は、消費生活における国際化の進展に的確に対応するため、国民の消費生活における安全及び消費者と事業者との間の適正な取引の確保、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たって国際的な連携を確保する等必要な施策を講ずるものとする。

(環境の保全への配慮)

第二十二条 国は、商品又は役務の品質等に関する広告その他の表示の適正化等、消費者に対する啓発活動及び教育の推進等に当たって環境の保全に配慮するために必要な施策を講ずるものとする。

(試験、検査等の施設の整備等)

第二十三条 国は、消費者政策の実効を確保するため、商品の試験、検査等を行う施設を整備し、役務についての調査研究等を行うとともに、必要に応じて試験、検査、調査研究等の結果を公表する等必要な施策を講ずるものとする。

第三章 行政機関等

(行政組織の整備及び行政運営の改善)

第二十四条 国及び地方公共団体は、消費者政策の推進につき、総合的見地に立つた行政組織の整備及び行政運営の改善に努めなければならない。

(国民生活センターの役割)

第二十五条 独立行政法人国民生活センターは、国及び地方公共団体の関係機関、消費者団体等と連携し、国民の消費生活に関する情報の収集及び提供、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあつせん及び当該苦情に係る相談、消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等及び役務についての調査研究等、消費者に対する啓発及び教育等における中核的な機関として

積極的な役割を果たすものとする。

(消費者団体の自主的な活動の促進)

第二十六条 国は、国民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

第四章 消費者政策会議等

(消費者政策会議)

第二十七条 内閣府に、消費者政策会議（以下「会議」という。）を置く。

2 会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者基本計画の案を作成すること。

二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の推進に関する基本的事項の企画に関して審議するとともに、消費者政策の実施を推進し、並びにその実施の状況を検証し、評価し、及び監視すること。

3 会議は、消費者基本計画の案を作成しようとするときは、国民生活審議会の意見を聴かなければならない。

第二十八条 会議は、会長及び委員をもつて組織する。

2 会長は、内閣総理大臣をもつて充てる。

3 委員は、内閣官房長官、関係行政機関の長及び内閣府設置法（平成十一年法律第八十九号）第九条第一項に規定する特命担当大臣のうちから、内閣総理大臣が任命する。

4 会議に、幹事を置く。

5 幹事は、関係行政機関の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

6 幹事は、会議の所掌事務について、会長及び委員を助ける。

7 前各項に定めるもののほか、会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(国民生活審議会)

第二十九条 消費者政策の推進に関する基本的事項の調査審議については、この法律によるほか、内閣府設置法第三十八条の定めるところにより、国民生活審議会において行うものとする。

附 則 （略）

用語の説明

【あ行】

医療安全相談センター

医療に関する患者の相談等に関するニーズの高まりに対応するために開設された。医療に関する相談を受け付け、医療上または医療内容、医療従事者等の対応等に関する相談、医療機関、他の相談窓口の案内等を行っている。

インフォームドコンセント

1980年代から日本でも使われるようになった語で、1990年に日本医師会が、日本の医療への導入と普及の必要性を指摘したことなどをきっかけに、一般に広まり始めた。「患者の納得に基づく診療行為」、「十分な説明を受けたうえでの同意」を意味する。

S F 商法（催眠商法）

宣伝や無料配布といって人を集め、閉め切った会場で日用品や雑貨を配り興奮状態にして高額な商品を売りつける。多い商品は磁気布団や健康器具など。「周りを囲まれて怖くなって契約した」「脅されて契約するまで帰れなかった」との相談も多く、このような状態で販売が行われるSF商法は、訪問販売法の適用を受けクーリング・オフができる。

NPO

「NPO(Nonprofit Organization)」とは、ボランティア活動などの社会貢献活動を行う、営利を目的としない団体の総称。このうち「NPO 法人」とは、特定非営利活動促進法(NPO 法)に基づき法人格を取得した「特定非営利活動法人」の一般的な総称である。

法人格の有無を問わず、様々な分野(福祉、教育・文化、まちづくり、環境、国際協力など)で、社会の多様化したニーズに応える重要な役割を果たすことが期待されている。

【か行】

海外商品市場における先物取引の受託等に関する法律

海外商品市場における先物取引の受託等を公正にし、及び当該先物取引の委託者が受けることのある損害の防止を図ることにより、当該先物取引の委託者の利益の保護を図ることを目的とする。顧客への書面の交付の義務づけ等の規定をしている。

化学物資の審査及び製造等の規制に関する法律

難分解性(バクテリア、菌類、そしてその他の自然の力で生分解されにくい)の性状を有し、かつ、人の健康を損なうおそれ又は動植物の生息若しくは生育に支障を及ぼすおそれがある化学物質による環境の汚染を防止するため、新規化学物質の製造又は輸入に際し事前にその化学物質が難分解性等の性状を有するかどうかを審査する制度を設けるとともに、その有する性状に応じ、化学物質の製造、輸入、使用等について必要な規制を行うことを目的とする。

貸金業法

貸金業を営む者について登録制度を実施し、規制する制度。平成18年の法改正を受け、「貸金業の規制等に関する法律」から名称が改められた。この法改正では、多重債務問題を抜本的に解決するために、貸金業の適正化、過剰貸付の抑制、金利体系の適正化等について、制度整備が行われた。

割賦販売法

割賦販売等のいわゆる消費者信用に関する取引秩序の維持、消費者の保護を目的とした法律。昭和36年に成立、その後、消費者信用を巡る状況の変化に対応して何度か改正され、現在に至っている。平成20年6月の改正では、1)個別クレジットを行う業者の登録制、2)加盟店調査の義務づけ、3)訪問販売等により不実による契約や過量販売が行われた場合の既払い金の返還、4)指定信用情報機関を利用した支払い能力調査の義務づけなどが規定された。

カネミ油症事件

カネミ倉庫株式会社で作られた食用油に、熱媒体として使用されていたPCB(ポリ塩化ビフェニル)が混入、これが加熱されて変化したダイオキシンを油を通して摂取した人々に、顔面などへの色素沈着や塩素痤疮(クロルアクネ)など肌の異常、頭痛、肝機能障害などを引き起こした。

カラーテレビ 二重価格問題

昭和45年8月、消費者団体が首都圏での家電製品の実売価格調査結果を発表、メーカーの表示価格と市場実売価格との差が著しくかけ離れているとして問題を投げかけ、これが二重価格問題の発端となった。

環境衛生関係営業

「環境衛生関係営業」の範囲は、「環境衛生関係営業の運営の適正化に関する法律」において定義されており、具体的には理容業、美容業、クリーニング業、旅館業、興行場営業、公衆浴場業、飲食店営業、喫茶店営業、食肉販売業等国民生活に密着したサービスを提供する広範な営業が含まれている。

金融商品の販売等に関する法律

金融商品販売業者等が金融商品の販売等に際し顧客に対して説明をすべき事項等及び金融商品販売業者等が顧客に対して当該事項について説明をしなかったこと等により当該顧客に損害が生じた場合における金融商品販売業者等の損害賠償の責任並びに金融商品販売業者等が行う金融商品の販売等に係る勧誘の適正の確保のための措置について定めることにより、顧客の保護を図り、もって国民経済の健全な発展に資することを目的とする。

グローバル化

グローバル【global】は、世界的な規模であるさま、地球全体にかかわるさまを意味する。国際社会における相互依存関係の緊密化、通信手段の発達による情報伝達の加速化などにより、これまでの国家や地域などの境界を越えて地球規模で複数の社会とその構成要素の間での結びつきが強くなることに伴う社会における変化やその過程をいう。

クーリング・オフ

法律や約款などに定めがある場合の取引について、契約後、一定期間であれば無条件で契約を解除できる制度。

消費者が自宅などに不意の訪問を受けて勧誘されるなど、自らの意思がはっきりしないままに契約の申し込みをしてしまうことがあるため、消費者が冷静に考え直す機会を与えるために導入された。特商法や割販法のほか、「特定商品等の預託等取引契約に関する法律」、「宅地建物取引業法」、「ゴルフ場等に係る会員契約の適正化に関する法律」、「有価証券に係る投資顧問業の規制等に関する法律」、「保険業法」等で規定されている。通信販売では、法的なクーリング・オフ制度はないが、販売者が独自に規定している場合がある。

元気な「ちば」を創る「千葉の豊かな食卓づくり」計画

「食育基本法」(平成 17 年 7 月施行)の規定による、千葉県の食育推進計画(平成 20 年度策定)。大地と海の恵み豊かな「ちばの食材・食品」をしっかり噛んで味わうことから始め、「ちばの食」を実感し、食を通して郷土意識を育みながら、健やかな体と豊かな心を持った人づくりを目指すこと、さらに、みんなで取り組む「ちばの豊かな食卓づくり」を県民運動として推進し、「ちば」に暮らす喜びと健康が実感できる「元気な『ちば』」を創ることを基本理念としている。

健康ちば21

平成 13 年度に、県民の総合的な健康づくりの指針となる「健康ちば21」を策定した。その後、少子高齢化の進展、個々の生活習慣の多様化等、社会環境が大きく変化するなかで、生活習慣病対策をはじめとした保健医療対策については、一人ひとりの健康観やライフスタイルを考慮したきめ細かな対策とすることが求められており、国においても、医療制度等の改革が行われた状況を踏まえ、平成 20 年に見直しをした。

公益通報者保護法

近年、事業者内部からの通報(いわゆる内部告発)を契機として、国民生活の安心や安全を損なうような企業不祥事が相次いで明らかになり、そうした法令違反行為を労働者が通報した場合、解雇等の不利益な取扱いから保護し、事業者のコンプライアンス(法令遵守)経営を強化するために制定された。

高度情報通信ネットワーク社会形成基本法

この法律は、情報通信技術の活用により世界的規模で生じている急激かつ大幅な社会経済構造の変化に適確に対応することの緊要性にかんがみ、高度情報通信ネットワーク社会の形成に関し、基本理念及び施策の策定に係る基本方針を定め、国及び地方公共団体の責務を明らかにし、並びに高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部を設置するとともに、高度情報通信ネットワーク社会の形成に関する重点計画の作成について定めることにより、高度情報通信ネットワーク社会の形成に関する施策を迅速かつ重点的に推進することを目的とする。

高齢者保健福祉計画

老人保健法、老人福祉法及び介護保険法に基づく法定計画であり、千葉県の高齢者施策の総合的、基本的計画。「このまちでずっと暮らし続けるために、もっと住みやすいまちにしたい」を基本理念とし、誰もが、ありのままに・その人らしく、たとえ、介護や支援が必要になっても、住み慣れた地域で安心して暮らし続けることができる地域社会を目指している。

国内総生産(GDP)

国内総生産(GDP)は、国(地域)内の生産活動による財貨・サービスの産出から原材料などの中間投入を控除した付加価値の総計である。

国民生活センター

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ことを目的として設立されている独立行政法人。

子どもサポート情報

国民生活センターが実施しているメールマガジン。子どもに関連する製品の事故情報やリコール情報、子育て世帯を狙った悪質商法などを収集・編集した「子どもサポート情報」が電子メールで配信されている。

【さ行】

サリドマイド事件

睡眠・鎮静剤サリドマイドを妊婦が服用することによって、胎児に奇形(特に上肢の短縮)を生じた世界的な薬害事件。

次世代育成支援行動計画

「千葉県次世代育成支援行動計画」は次世代育成支援対策推進法第9条の規定に基づく計画で、次世代育成支援に必要な「あるべき地域の姿」を明示して、その実現に向けて具体的な施策を盛り込んでいく。計画期間は、概ね10年後(平成27年度)の地域社会を見据えたうえで、平成17年度を初年度とする5か年の計画。

シティズンシップ

「市民としてよりよい地域や社会のあり方について考えようとする自覚」、あるいは「地域や社会に自主的、主体的にかかわろうとする意欲や意識」のこと。

シティズンシップの構成要素には「公共心、社会的・倫理的責任(コミュニティや社会にある問題を共有する意識)」「ローカルアイデンティティ(自分の住む地域を理解し愛着を持つこと)」「ボランティア(社会の共通善や発展のために、自分は何ができるかを考え、行動すること)」が挙げられる。

住宅の品質確保の推進等に関する法律

住宅の性能に関する表示基準及びこれに基づく評価の制度を設け、住宅に関する紛争の処理体制を整備するとともに、新築住宅の請負契約又は売買契約における瑕疵担保責任を定めることにより、住宅の品質確保の促進、住宅購入者等の利益の保護及び住宅に係る紛争の迅速かつ適正な解決を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

旬産旬消

旬の食材を旬の時期に消費すること。食料に対する安全志向、生産・流通に費やされるエネルギーへの疑問・批判などから、地産地消にちなんで言われるようになった。

小児救急電話相談

夜間に、急に子どもの具合が悪くなったとき、医療機関にすぐに受診させた方がよいか迷ったときの相談窓口。相談には看護師が応じて、アドバイスをし、必要な場合は、小児科医に電話を転送する。相談は無料であるが、通話料は利用者の負担。あくまでも電話によるアドバイスであり、診断や治療はできない。

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。

消費者教育支援センター

平成元年9月の国民生活審議会の総会において、消費者教育を支援していくための組織づくりが提案されたのを受け、平成2年2月23日に、消費者教育の総合的かつ効果的な推進を図るために、教育関係者、消費者団体、企業、行政の4者の協力により、経済企画庁（現内閣府）と文部省（現文部科学省）の共管法人として設立された。青少年等を対象とした消費者教育に関する調査研究及び各種事業を実施することにより、消費者教育の総合的かつ効果的な推進を支援することを目的とする。

消費者契約法

消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力の格差にかんがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができることとするとともに、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とするほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができることとするにより、消費者の利益の擁護を図り、もって国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

消費者庁関連3法案

消費者を主役とする政府の舵取り役となる消費者庁を設置するため、第170国会に提出された、「消費者庁設置法案」、「消費者庁設置法案の施行に伴う関係法律の整備に関する法律案」及び「消費者安全法案」の3つの法案。

消費者庁設置法案は、消費者の利益の擁護及び増進などに関する事務を一体的に行わせるため、内閣府の外局として、消費者庁長官をトップとする消費者庁を設置するもの。

消費者庁設置法案の施行に伴う関係法律の整備に関する法律案は、これまで各省が持っていた法律を消費者庁に移管又は共管とするためのもの。

消費者安全法案は、消費者被害を防止し、安全を確保するため、内閣総理大臣による基本方針の策定、都道府県及び市町村による消費生活相談等の事務の実施及び消費生活センターの設置、消費者事故に関する情報の集約、消費者事故の防止のための措置等を定めるもの。

消費者保護基本法

高度成長に伴い、消費者問題が社会問題として顕在化し、総合的な消費者保護施策の推進を図るため昭和43年5月に制定された。消費者保護のため「消費者の利益の擁護及び増進に関する対策の総合的推進を図り、もって国民の消費生活の安定及び向上を確保すること」を目的とした。

消費生活センター

消費生活センターは、都道府県・市町村の行政機関であり、国民生活センター等と連携して、消費者への情報提供、相談対応、商品テスト等を行っている。

消費生活センターは、地方公共団体が条例等によって独自に設置するものであることから、その名称も消費者センター・生活科学センター・県民生活センター等とさまざまなものがあり、また、その規模も地域の実情に応じて様々である。県は、「千葉県消費者センター」を設置している。

消費生活センターの基準(「地方消費者行政活性化基金管理運営要領」による)

- ・消費者からの苦情相談について専門的な知識及び経験を有する者を配置するものであること
- ・事務の効率的な実施のために適切な電子情報処理組織等(PIO-NET等)を備えているものであること
- ・事務を1週間につき4日以上行うことができるものであること

消費生活用製品安全法

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を防止を図るため、特定製品の製造、輸入及び販売を規制するとともに消費生活用製品の安全性の確保につき民間事業者の自主的な活動を促進し、もって一般消費者の利益を保護することを目的として、昭和48年に制定された。製品事故の報告及び公表に関する制度や、国による消費生活用製品の安全規則(PSCマーク制度)などが規定されている。

3R

3R(スリーアール)とは、ごみの排出抑制を意味する「リデュース」、製品や部品を再使用する「リユース」、新たな製品の原材料として再生利用する「リサイクル」。取組に当たっては、環境への負荷を低減するため、原則として、リデュース→リユース→リサイクルの優先順位で行う。なお、環境への負荷の低減にとって、より有効であると判断される場合は、必ずしも、この順位によらないことを考慮する必要がある。

製造物責任法

製品の欠陥によって生命、身体又は財産に損害を被ったことを証明した場合に、被害者は製造会社などに対して損害賠償を求めることができる法律。製造業者等が、自ら製造、加工、輸入又は一定の表示をし、引き渡した製造物の欠陥により他人の生命、身体又は財産を侵害したときは、過失の有無にかかわらず、これによって生じた損害を賠償する責任があること、製造業者等の免責事由や期間の制限についてなどを規定。

成年後見制度

認知症、知的障害、精神障害などの理由で判断能力の不十分な方々を保護し、支援する制度。大きく分けると、法定後見制度と任意後見制度の2つがある。また、法定後見制度は、「後見」「保佐」「補助」の3つに分かれており、判断能力の程度など本人の事情に応じて制度を選べるようになっている。

製品評価技術基盤機構(NITE)

生活用品の安全、化学物質の安全など、国民生活の安全・安心に深くかかわる各種製品やサービスの安全に関する情報を、基盤的技術をもとに解析し、広く社会、行政、産業界に発信している独立行政法人。

セカンドオピニオン

その病院では行っていない手術や治療法がある場合もあり、別の病院の医師など、初めに相談した専門家とは別の専門家の意見を聞くこと。

全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)

複雑化、多様化、広域化する消費者被害に迅速に対処するため、国民生活センターと全国の消費生活センターをオンラインネットワークで結び、消費生活に関する情報を蓄積・活用している。

【た行】

第169回国会における施政方針演説

平成20年1月18日の第169回国会における福田内閣総理大臣の施政方針演説抜粋。

「今年を『生活者や消費者が主役となる社会』へ向けたスタートの年と位置づけ、あらゆる制度を見直していきます。現在進めている法律や制度の『国民目線の総点検』に加えて、食品表示の偽装問題への対応など、各省庁縦割りになっている消費者行政を統一的・一元的に推進するための、強い権限を持つ新組織を発足させます。併せて消費者行政担当大臣を常設します。新組織は、国民の意見や苦情の窓口となり、政策に直結させ、消費者を主役とする政府の舵取り役になるものです。すでに検討を開始しており、なるべく早期に具体像を固める予定です。」

ダイヤルQ2

ダイヤルQ2とは、NTT地域会社(NTT東日本、NTT西日本)のサービスで、情報提供業者が電話網を介して有料情報サービスを提供し、NTT地域会社が情報料を情報提供業者に代わって回収するもので、電話番号の最初に「0990」が付いているという特徴がある。架空請求が多く、問題となった。

第四次千葉県障害者計画

障害者基本法に基づく法定計画であり、千葉県の障害者施策の総合基本計画。平成21年1月、誰もがその人らしく地域で暮らすことができる「新たな地域福祉像」の実現を基本理念とする、「第四次千葉県障害者計画(計画期間:平成21年度～26年度)」を策定し、障害のある人の地域社会のなかで生活できる環境の実現を目指し、各種の施策・事業を推進している。

宅地建物取引業法

宅地建物取引業を営む者について免許制度を実施し、その事業に対し必要な規制を行うことにより、その業務の適正な運営と宅地及び建物の取引の公正とを確保するとともに、宅地建物取引業の健全な発達を促進し、もって購入者等の利益の保護と宅地及び建物の流通の円滑化とを図ることを目的とする法律。

地域包括支援センター

地域住民の心身の健康の維持、生活の安定、保健・福祉・医療の向上と増進のため必要な援助、支援を包括的に担う地域の中核機関。①介護予防マネジメント、②総合相談・支援、③権利擁護事業、④包括的・継続的の4つの機能を持っている。

千産千消

千葉県産の新鮮でおいしい、安全、安心な農林水産物を、千葉県内で消費すること。一般的には「地産地消」と書くが、千葉県は「地」の部分で、同音で千葉を意味する「千」を使い、千葉県としての独自の取組を表現するために「千産千消」としている。

千産千消は、フードマイレージ(食料の輸送距離:重量×距離)で環境への負担を考えると、環境にやさしい取組と言われている。

千葉県環境基本計画

「環境自治」の考えのもと、豊かで安心して暮らしていける千葉の環境をみんなのちからで築き、次の世代に伝えていくため、平成20年3月に制定された千葉県の環境政策のマスタープラン(計画期間:20～30年度)。

千葉県金融広報委員会

金融広報中央委員会(日本銀行内)、千葉財務事務所、千葉県、金融機関等と協力して、中立・公正な立場から、暮らしに身近な金融に関する広報・消費者教育を行う団体。

千葉県住生活基本計画

平成18年6月に施行された「住生活基本法」第17条第1項に規定する法定計画。県民の豊かな住生活の実現を図るため、住生活の安定向上に関する施策を総合的かつ計画的に推進することを目的とし、計画期間を平成18年度～平成27年度としている。

千葉県消費者行政審議会

「千葉県行政組織条例」第28条の規定により設置された知事の附属機関。

担任する事務は、「消費生活の安定及び向上に関する施策の策定及び実施に関する重要事項を調査審議し、これに関し必要と認める事項を知事に答申し、又は建議すること並びに消費生活条例第27条第1項の規定によるあっせん及び調停を行い、並びに同条例第28条の規定による訴訟の援助について審議すること」である。

また、この審議会のもとに、消費生活条例第27条の規定による消費者からの苦情に係るあっせん及び調停や第28条の規定による訴訟の援助に関することなどについての事務を処理するため「消費者苦情処理部会」が置かれている。

千葉県消費者情報オンラインネットワークシステム(CCN)

国民生活センターと全国の消費生活センターをネットワークで結び、寄せられた相談情報を収集、分析、提供するオンラインネットワークシステム(PIO-NET)の千葉県内の地域版である。千葉県内の17市消費生活センター等と地域ネットワークを構成し、地域内の相談情報を蓄積し、相談等に活用している。

千葉県消費者保護条例

消費者の利益を擁護・増進し、県民の消費生活の安定及び向上を図るため、県の施策を体系化し県の基本姿勢を示すものとして、昭和50年10月に制定された。

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」の改正によりの確に対応するため、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。

千葉県食品等の安全・安心の確保に関する条例

食品等の安全性及び食品等に対する安心感(以下「食品等の安全・安心」という。)の確保について、基本理念を定め、県及び食品関連事業者の責務並びに消費者の役割を明らかにするとともに、食品等の安全・安心の確保に関する施策を総合的に推進することにより、基本理念にのっとり食品等の安全・安心

の確保が図られるようにし、もって県民の健康を保護し、及び県民の安心できる生活の確保に寄与することを目的とする。(平成18年4月施行)

千葉県地域福祉支援計画

「千葉県地域福祉支援計画」は、「社会福祉法」第108条に定められた法定の計画で、地域福祉推進支援に関する基本的方針を定めている。現計画は「新たな地域福祉像」の実現を目指し、平成16年3月に策定し、平成16年度から20年度を事業期間としていた「千葉県地域福祉支援計画」を、健康づくり・医療・福祉が連動する地域社会の実現を目指して、「健康ちば21(健康増進計画)」、「千葉県保健医療計画」とともに見直し作業を一体的に進め、平成20年に見直しをしたもの。

千葉県保健医療計画

「千葉県保健医療計画」は、医療法に基づく法定計画として、千葉県の医療提供体制の確保に関する事項等を定めるもの。

平成18年6月に平成18年度から平成22年度までを計画期間として全面的な改定を行ったが、国の医療制度改革の一環として、平成18年6月には医療制度改革関連法が成立したことから、①循環型地域医療連携システムの構築、②千葉県独自の数値目標の設定、③二次保健医療圏の見直し、④総合診療機能の充実・強化、⑤県立病院と県が担うべき政策医療等をポイントとして一部見直しを行った。

地方消費者行政活性化基金

平成20年度第2次補正予算において、21年度からの3年間相談窓口等の強化等に取り組む地方公共団体を集中的に支援するための交付金が措置された。この交付金をもとに、各都道府県は消費者行政活性化のための基金を造成し、市町村を含め消費生活センターの設置・拡充や相談員のレベルアップ等に取り組む。

中核地域生活支援センター

千葉県では対象者横断的な施策展開を図る健康福祉千葉方式を推進しており、その一環として、福祉サービスのコーディネート、福祉の総合相談、権利擁護等の機能を併せもち、24時間365日体制で行う機関。中核地域生活支援センターは、健康福祉センターの所管区域ごとに設置している。

適格消費者団体

消費者全体の利益擁護のために差止請求権を適切に行使することができる適格性を備えた消費者団体として、内閣総理大臣の認定を受けたもの。(消費者契約法第2条第4項)内閣総理大臣が、申請に基づき、適格要件を満たす消費者団体を認定している。

電子消費者契約法

正式には「電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律」と言い、(1)電子消費者契約における錯誤無効制度の特例 (2)電子契約の成立時期の明確化(発信主義から到達主義に転換)を定めた法律。インターネット通信販売でのトラブルが近年急増していることを踏まえ、平成13年12月25日に施行された。

独占禁止法

正式名称は、「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」。公正かつ自由な競争を促進し、事業者が自主的な判断で自由に活動できるようにすることを目的とする。

特定継続的役務

特商法において、特定継続的役務の定義は法第 41 条第 2 項で次のように規定されている。

役務の提供を受ける者の身体の美化又は知識若しくは技能の向上その他のその者の心身又は身上に関する目的を実現させることをもって誘引が行われるもの。役務の性質上、前号に規定する目的が実現するかどうかは確実でないもの。

この「特定継続的役務」は、美しくなる（「身体の美化」）、英語が上達する（「知識若しくは技能の向上」）といった役務サービスの提供を受ける者の目的（「心身又は身上に関する目的」）を達成するために、一定期間、継続的に役務提供を受ける必要があるものを指す。

このような契約では、中途解約を認めなかったり、高額な解約金を請求されたため解約できない、あるいは、事業倒産により、サービスが途中で受けられなくなったにもかかわらず、クレジット会社に支払い続けなければならないことがあり、このようなトラブルを防止するため、特商法では、現在、エステサロン、英会話スクールを含め6業種について事業者側に規制を設けている。

特定商取引に関する法律（特商法）

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。

【な行】

内職商法・モニター商法

自宅などで簡単な仕事をするだけで高収入が得られるなどと言って電話等で勧誘し、その仕事をするのに必要だと言って高額な商品を購入させる商法。結局仕事は提供されず、商品の代金支払だけが残るといった被害に陥ることがほとんど。この商法は、基本的に特商法の業務提供誘引販売取引に当たり、契約を結んでしまった消費者は、クーリング・オフすることができる。

にせ牛缶事件

昭和35年、牛肉缶詰にハエが入っていたという届出を受け、東京都の衛生局が調べたところ、缶詰の中身は牛肉ではなく鯨肉であることが判明した。

ネットオークション

インターネット上のオークション。各オークションサイトでは、取引するためのルールが細かく決められており、そのルールを守って参加、取引すること、取引には自己責任が伴うことを認識する必要がある。

農薬取締法

農薬について登録の制度を設け、販売及び規制等を行うことにより、農薬の品質の適正化とその安全かつ適正な使用の確保を図り、農業生産の安定と国民の健康の保護に資するとともに、国民の生活環境の保全に寄与することを目的とする法律。農薬の登録、使用の規制、立入検査、回収命令、行政処分等について規定している。

農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）

適正かつ合理的な農林物資の規格を制定し、これを普及させることによって、農林物資の品質の改善、生産の合理化、取引の単純公正化及び使用または消費の合理化を図るとともに、農林物資の品質に関する適正な表示を行わせることによって一般消費者の選択に資し、もって公共の福祉の増進に寄与することを目的とする。

通称「JAS法」と呼ばれ、JAS規格による格付検査に合格した飲食料品等にJASマークをつけることを認めるJAS規格制度と、品質表示基準制度の2つの制度からなる。

【は行】

HACCP

食品の衛生管理手法の一つ。危害分析重点管理点方式とも言う。

HACCPは、製造における重要な工程を連続的に監視することによって、一つひとつの製品の安全性を保障しようとする衛生管理法であり、わが国では、食肉製品、乳・乳製品、いわゆるレトルト食品などに対して、HACCP システムによる衛生管理の方法について厚生労働大臣が基準に適合することを個別に承認する制度が設けられている。

BSE検査

BSE（牛海面状脳症）の発生を受けて、平成13年10月から、食用として処理されるすべての牛を対象として、特定部位を除去・焼却することを義務化するとともに、BSEにかかった牛の食肉が市場に流通しないようにするための検査が全国一斉に開始された。

フィッシング詐欺

銀行等企業からのメールを装い、メールの受信者に実在する企業の偽ホームページにアクセスさせて、そのページにおいてクレジットカード番号やID、パスワード等を入力させるなどして不正に個人情報を入力しようとする行為をいう。ユーザーを誘導する「えさ」となるのは、特定企業から届いたように見せかけた電子メール。送信者名をその企業の名前にして本文には「下記の URL (<http://〇×△〇×△.com>) にアクセスして個人情報を入力しないと、あなたのアカウントは失効します」などというようにもっともらしく書かれており、その情報を元に金銭をだまし取られる。

不当景品類及び不当表示防止法（景表法）

不当な表示や過大な景品類の提供を制限又は禁止し、公正な競争を確保することにより、消費者が適正に商品・サービスを選択できる環境を守るための法律。

振り込め詐欺

「オレオレ詐欺」、「架空請求詐欺」及び、「融資保証金詐欺」の3つの詐欺に、平成19年10月から、「還付金等詐欺」を追加した、4つの詐欺の総称。「振り込め詐欺」の4つの詐欺は、いずれも電話や郵便などを利用して他人をだまし、高額な振込みを要求する手口である。

ポジティブリスト制度

平成15年に改正された「食品衛生法」に基づき、一定の量を超えて農薬等が残留する食品の販売等、食品に残留する農薬、飼料添加物及び動物用医薬品（以下「農薬等」という。）に関し、基準が設定されていない農薬等が一定量以上含まれる食品の流通を原則禁止する制度。

【ま行】

マルチ商法

販売組織の加盟者が消費者を組織に加入させ、さらにその消費者が別の消費者を組織に加入させることを次々に行うことにより組織をピラミッド式に拡大していく商法。自分の系列に加入者を増やせば儲かるが、実際には売れない商品や借金が残り、無理な勧誘から人間関係のトラブルを招くことがある。

マルチ商法に多い商品は、健康食品、化粧品、美容器具、補正下着、浄水器、ふとんなど。

見守り新鮮情報

消費生活相談の現場と高齢福祉の現場とをつなげ高齢者や障害者の消費者トラブルの予防、早期発見、拡大防止に当たることとするために悪質商法の新たな手口などを伝えるメールマガジン「見守り新鮮情報」の発行を平成 18 年度から内閣府で始めた。消費生活相談の現場でキャッチした警戒を要すると思われる悪質商法についての情報及び民生委員や訪問介護事業者が普段の見守りのなかでキャッチした悪質商法についての情報や悪質業者の手口などを全国の消費生活センターなどから収集し、編集し、電子メールで発行する。平成 20 年 4 月から独立行政法人国民生活センターに事業が移管された。

無限連鎖講の防止に関する法律

無限連鎖講(いわゆるねずみ講)を禁止する法律。

無限連鎖講が、終局において破たんすべき性質のものであるのかかわらず、いたずらに関係者の射幸心をあおり、加入者の相当部分の者に経済的な損失を与えるに至るものであることにかんがみ、これに関与する行為を禁止するとともに、その防止に関する調査及び啓もう活動について規定を設けることにより、無限連鎖講がもたらす社会的な害悪を防止することを目的とする。

メールマガジン

電子メールアドレス宛に届けられる“新聞”や“雑誌”のこと。発行者が購読者に定期的に登録したメールアドレス宛に情報を届けるシステム。

【ゆ行】

有害物資を含有する家庭用品の規制に関する法律

有害物資を含有する家庭用品について、保健衛生上の見地から必要な規制を行うことにより、国民の健康の保護に資することを目的とする。

有価証券に係る投資顧問業の規制に関する法律

有価証券に係る投資顧問業を営む者について登録制度を実施し、その事業に対し必要な規制を行うことにより、その業務の適正な運営を確保し、もって投資者の保護を図ることを目的として制定された法律。2006 年の改正により金融商品取引法に統合される形で 2007 年 9 月 30 日に廃止された。

ユニバーサルデザイン

年齢、国籍、性別、個人の能力を問わず、誰もが可能な限り利用しやすいように、特別仕様のデザインをすることなしに、製品、建築物、環境をデザインすること。

この言葉や考え方は、1980 年代にノースカロライナ州立大学(米)のロナルド・メイス氏によって明確にされ、7 つの原則が提唱されている。

ユニバーサルデザインの 7 つの原則

- ・誰でも公平に使えること(公平性)

- ・使ううえで自由度が高いこと(自由度)
- ・使い方が簡単で、すぐに分かること(単純性)
- ・使う人に必要な情報が簡単に伝わること(分かりやすさ)
- ・間違えても重大な結果にならないこと(安全性)
- ・少ない力で効率的に、楽に使えること(省体力)
- ・使うときに適当な広さがあること(スペースの確保)

預金者保護法

正式名は「偽造カード等及び盗難カード等を用いて行われる不正な機械式預貯金払戻し等からの預貯金者の保護等に関する法律」。別名(俗称)「偽造カード法」。

偽造カード等又は盗難カード等を用いて行われる不正な機械式預貯金払戻し等による被害が多数発生していることにかんがみ、これらのカード等を用いて行われる機械式預貯金払戻し等に関する民法(明治29年法律第89号)の特例等について定めるとともに、これらのカード等を用いて行われる不正な機械式預貯金払戻し等の防止のための措置等を講ずることにより、預貯金者の保護を図り、あわせて預貯金に対する信頼を確保し、もって国民経済の健全な発展及び国民生活の安定に資することを目的とする。

【ら行】

リスクコミュニケーション

リスク分析の全過程において、リスク評価者、リスク管理者、消費者、事業者、研究者、その他の関係者の中で、情報および意見を相互に交換すること。リスク評価の結果およびリスク管理の決定事項の説明を含む。

関係者が会場などに集まって行う意見交換会、新たな規制の設定などの際に行う意見聴取(いわゆるパブリック・コメント)が、双方向性のあるものだが、ホームページを通じた情報発信などの一方向的なものも広い意味でのリスクコミュニケーションに関する取組に含まれている。

旅行業法

旅行業等を営む者について登録制度を実施することにより、旅行業等を営む者の業務の適正な運営を確保するとともに、その組織する団体の適正な活動を促進することにより、旅行業務に関する取引の公正の維持、旅行の安全の確保及び旅行者の利便の増進を図ることを目的とする。

靈感商法

靈感があるかのようにふるまって、先祖の因縁や霊の祟りなどの話などを用いて、法外な値段で商品を売ったり、高額な金銭などを取る商法。

【わ行】

ワンクリック詐欺

電子メールや電話、はがきなどを利用して、架空または一度だけアクセスしたサイトから利用料金等を請求される手口。携帯電話のメールを手段とした料金請求が多く、出会い系サイトやアダルトサイトによく見られる。一方的に送られてくる勧誘メールに安易に登録したり、返信したりする行為が原因となる。パソコンに送られてきたメールに記載されているURLをクリックしただけで、料金請求画面が表示される場合もある。相手の連絡先が記載してあったとしても、自ら連絡せず、無視することが一番良い対処法。



千葉県消費生活基本計画

平成21年 3月 発行

平成22年10月 指標欄修正

平成24年 7月 課題6追加

編集・発行 千葉県環境生活部県民生活課

住 所 〒260-8667

千葉県千葉市中央区市場町1番1号

電 話 043(223)2292

FAX 043(201)2613

E-mail syouhisya@mz.pref.chiba.lg.jp

県ホームページ

http://www.pref.chiba.lg.jp/syozoku/b_kenmin/customer/index-s.html