

資料編

一人で悩まずに、
ご相談ください。



1 平成24年度消費生活相談状況

(1) 相談区分と相談方法

(件数)

| 区 分 | 来 訪 | 電 話 | 文 書 | 合 計 |
|---------|-------------|----------------|------------|-----------------|
| 苦 情 | 456 | 6,423 | 129 | 7,008 (93.0 %) |
| 問 合 せ 等 | 33 | 491 | 2 | 526 (7.0 %) |
| 合 計 | 489 (6.5 %) | 6,914 (91.8 %) | 96 (1.7 %) | 7,534 (100.0 %) |

(2) 当事者性別・年齢状況

(件数)

| 性 別 | 19歳以下 | 20歳代 | 30歳代 | 40歳代 | 50歳代 | 60歳代 | 70歳以上 | 不明等 | 合 計 |
|-------|-------|------|-------|-------|------|------|-------|-----|-------|
| 男 性 | 149 | 429 | 622 | 682 | 499 | 471 | 554 | 87 | 3,493 |
| 女 性 | 60 | 416 | 627 | 794 | 483 | 505 | 651 | 55 | 3,591 |
| 不明・団体 | 2 | | | 2 | | 1 | 1 | 444 | 450 |
| 合 計 | 211 | 845 | 1,249 | 1,478 | 982 | 977 | 1,206 | 586 | 7,534 |
| 構成比% | 2.8 | 11.2 | 16.6 | 19.6 | 13.0 | 13.0 | 16.0 | 7.8 | 100.0 |

※「構成比」の数値は単位未満を四捨五入しているため、合計と内訳の計が一致しない。

(3) 相談内容別

(件数)

| 契約・解約 | 販売方法 | 品質・機能 | 接客対応 | 価格・料金 | 表示・広告 | 法規・基準 | 安全・衛生 |
|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|-------------|-------------|-------------|
| 4,971 66.0% | 3,495 46.4% | 1,700 22.6% | 1,584 21.0% | 998 13.2% | 556 7.4% | 180 2.4% | 163 2.2% |
| 買物相談 | 軽量・量目 | 包装・容器 | 生活知識 | 施設・設備 | その他 | 不 明 | |
| 42 0.6% | 22 0.3% | 17 0.2% | 11 0.1% | 6 0.1% | 31 0.4% | 245 3.3% | |

(内容は複数項目にまたがるため相談件数と合致しない。)

(4) 商品・サービス上位品目

| 順位 | 商品・サービス | 24年度相談件数 | 構成比 | 23年度相談件数 | 構成比 | (順位) | 備 考 |
|----|-------------|----------|-------|----------|-------|------|---------------|
| 1 | デジタルコンテンツ | 1,199 | 15.9% | 1,320 | 16.3% | (1) | 不当請求923件他 |
| 2 | 不動産貸借 | 483 | 6.4% | 583 | 7.2% | (2) | 賃貸アパート438件他 |
| 3 | 工事・建築 | 239 | 3.2% | 213 | 2.6% | (4) | 新築工事48件他 |
| 4 | 役務その他サービス | 225 | 3.0% | 111 | 1.4% | (11) | |
| 5 | 商品一般 | 217 | 2.9% | 147 | 1.8% | (7) | |
| 6 | フリーローン・サラ金 | 157 | 2.1% | 220 | 2.7% | (3) | 多重債務に関する相談79件 |
| 7 | 携帯電話サービス | 148 | 2.0% | 122 | 1.5% | (8) | |
| 8 | 新聞 | 129 | 1.7% | 153 | 1.9% | (6) | |
| 9 | インターネット接続回線 | 118 | 1.6% | 106 | 1.3% | (12) | |
| 10 | 修理サービス | 109 | 1.4% | 120 | 1.5% | (9) | |

(5) 販売及び購入の方法

(件数)

| 形態 | 24年度相談件数 | 構成比 (%) | 23年度相談件数 | 構成比 (%) |
|-------------|----------|---------|----------|---------|
| 店舗購入 | 2,314 | 30.7 | 2,605 | 32.2 |
| 店舗外購入(特殊販売) | 3,821 | 50.7 | 4,069 | 50.3 |
| 不明・無関係 | 1,399 | 18.6 | 1,418 | 17.5 |
| 合計 | 7,534 | 100.0 | 8,092 | 100.0 |

※「構成比」の数値は単位未満を四捨五入しているため、合計と内訳の計が一致しない。

<店舗外購入の内訳>

(件数)

| 形態 | 24年度店舗外購入 | 構成比 (%) | 23年度店舗外購入 | 構成比 (%) |
|-------------|-----------|---------|-----------|---------|
| 訪問販売 | 781 | 20.4 | 914 | 22.5 |
| 通信販売 | 2,440 | 63.9 | 2,507 | 61.6 |
| マルチ・マルチまがい | 65 | 1.7 | 72 | 1.8 |
| 電話勧誘販売 | 413 | 10.8 | 481 | 11.8 |
| ネガティブ・オプション | 7 | 0.2 | 7 | 0.2 |
| 訪問購入 | 5 | 0.1 | | |
| その他無店舗 | 110 | 2.9 | 88 | 2.2 |
| 合計 | 3,821 | 100.0 | 3,720 | 100.0 |

※「構成比」の数値は単位未満を四捨五入しているため、合計と内訳の計が一致しない。

「訪問購入」については、改正特定商取引法施行日(H25.2.21)から計上。施行日より前の相談については、便宜上「訪問販売」に計上。

(6) 当事者年代別・商品等順位

(件数)

| 年代 | 1位 | 2位 | 3位 | 4位 | 5位 | 総件数 |
|-------|------------------------|-------------------|-----------------------|----------------------|------------------------------|-------|
| 19歳以下 | デジタル コンテンツ 137 | 携帯電話 サービス 6 | テレビ放送 サービス 5 | 音響・映像 機器 3 | (4位) 四輪自動車、 自動二輪車 3 | 211 |
| 20歳代 | デジタル コンテンツ 164 | 不動産貸借 81 | エステティック サービス 47 | ミネラル ウォーター 23 | フリーローン・ サラ金 22 | 845 |
| 30歳代 | デジタル コンテンツ 235 | 不動産貸借 127 | 商品一般 31 | フリーローン・ サラ金 26 | 新築分譲 マンション 22 | 1,249 |
| 40歳代 | デジタル コンテンツ 311 | 不動産貸借 93 | 携帯電話 サービス 47 | 商品一般 40 | フリーローン・ サラ金 39 | 1,478 |
| 50歳代 | デジタル コンテンツ 167 | 不動産貸借 45 | 商品一般 33 | 工事・建築 31 | 携帯電話 サービス 28 | 982 |
| 60歳代 | デジタル コンテンツ 107 | 工事・建築 47 | 不動産貸借 45 | 役務その他 サービス 42 | 修理サービス、 商品一般 28 | 977 |
| 70歳以上 | 役務その他 サービス 103 | 工事・建築 66 | デジタル コンテンツ 64 | 商品一般 46 | 新聞 45 | 1,206 |
| 合計 | デジタル コンテンツ 1,199 | 不動産貸借 483 | 工事・建築 239 | 役務その他 サービス 225 | 商品一般 217 | 7,534 |

※合計には年代不明及び団体(法人・事業者)の件数を含めている。

2 平成24年度くらしのセミナー実施状況

| 分野 | テーマ | 回数 | 参加人数 |
|-----------|------------------------------|-----|-------|
| 消費者被害の防止 | 悪質商法に気をつけよう！ | 13 | 495 |
| | 「寸劇」で学ぶ悪質商法 | 11 | 365 |
| | 「落語」で学ぶ悪質商法 | 37 | 2,093 |
| | 気をつけて！キャッシング・クレジットのトラブル | 0 | 0 |
| | ネット社会の落とし穴 | 0 | 0 |
| | 製品事故にあわないために | 1 | 21 |
| 資産について学ぼう | ファイナンシャルプランナーによる金銭教育プログラム | 0 | 0 |
| | シェア先生と楽しく学ぼう「私達のくらしと経済のかかわり」 | 0 | 0 |
| | ライフプランと資産形成 | 1 | 17 |
| | 資産運用について学ぼう（入門編） | 0 | 0 |
| | どう伝える？子供達へ教える大切な「お金」の話 | 0 | 0 |
| | 不動産鑑定士による知って得する「土地・建物」の話 | 0 | 0 |
| 食生活 | 安全ですか？あなたの食卓 | 3 | 70 |
| | 食と健康・食べることの大切さを考える | 6 | 124 |
| | かわさきロコベジライフを愉しもう | 2 | 79 |
| 衣・住生活 | 見直してみませんか？衣類の手入れ・保管の方法 | 0 | 0 |
| | 知って納得！家電製品の省エネのすすめ | 0 | 0 |
| | 人と地球にやさしいあかりのお話 | 0 | 0 |
| | 住まいの防災対策～地震・台風・雷・火災に備えて～ | 2 | 60 |
| | 住まいの安全対策～意外と多い家の中の危険～ | 1 | 15 |
| | 住まいの防犯対策～あなたの家は大丈夫～ | 0 | 0 |
| | 快適な住まいで快適な暮らしを！ | 0 | 0 |
| 薬の話 | 知っておきたい薬の知識 | 9 | 273 |
| | サプリメントの選び方 | 0 | 0 |
| | 化粧品との上手なつきあい方 | 0 | 0 |
| 環境問題 | 私たちに身近な環境問題 | 2 | 59 |
| | 牛乳パックで手すきハガキを作ろう！ | 0 | 0 |
| | グリーンコンシューマーになろう | 2 | 64 |
| 将来に備えて | 明るい老後生活をめざして | 11 | 314 |
| | 遺言と相続 | 5 | 127 |
| | 成年後見制度について知ろう！ | 0 | 0 |
| | いざという時のために（葬式編） | 2 | 75 |
| くらしの中で | くらしのマナー | 0 | 0 |
| 合 計 | | 108 | 4,251 |

3 平成24年度かしこい消費者連続講座実施状況

| 開催日時 | テーマ：目からウロコの知っとく情報！ | 講師 | 参加人数 |
|------------------------------|--------------------|------------------------------------|------|
| | 内容 | | |
| 平成25年1月24日（木） 10:30～13:30 | 環境に優しい「エコ・クッキング講座」 | 東京ガス調理インストラクター エコ・クッキングインストラクター | 23 |
| 平成25年1月31日（木） 10:00～11:50 | 将来に備えて～終活を考える～ | 特定非営利活動法人 お葬式情報案内センター 千葉 新也氏 | 79 |
| 平成25年2月7日（木） 10:00～11:50 | 病気を防ぐ「健康な食生活」とは | NR（栄養情報担当者） 管理栄養士 志賀 美知子氏 | 65 |

4 川崎市の消費者行政の沿革

| | | | |
|-------|-----|-----|--|
| 昭和40年 | 4月 | 1日 | 経済局商政課消費経済係設置 |
| 昭和44年 | 4月 | 1日 | 経済局消費経済課（消費経済係、指導相談係）新設 |
| 昭和46年 | 10月 | 15日 | 指定都市移行に備えた機構改革により、新設された市民局に移管 市民局市民部消費生活課と名称変更（消費生活係、指導相談係） |
| 昭和47年 | 4月 | 1日 | 政令指定都市施行 |
| 昭和49年 | 10月 | 8日 | 「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」を制定 消費生活課に物価係を新設（消費生活係、指導相談係、物価係） |
| 昭和50年 | 3月 | 20日 | 川崎市消費者保護委員会発足 |
| 昭和58年 | 9月 | 1日 | 消費生活課を消費生活係と調査係の2係に編成 消費生活センターを新設（中原区新丸子東3-473-2 中小企業・婦人会館内） |
| 平成7年 | 4月 | 1日 | 消費生活課と消費生活センターを統合 消費者行政センター（消費生活係、相談検査係、調査係、企画班）と名称変更 （川崎市川崎区東田町6-2 ミヤダイビル2階に移転） |
| 平成9年 | 4月 | 28日 | 消費者行政の充実を図るため移転（川崎区砂子1-10-2 ソシオ砂子ビル6階） |
| 平成12年 | 4月 | 1日 | 消費者行政センターを3担当制に変更（庶務・企画担当、啓発・調査担当、相談・検査担当） 北部消費者センター（高津区溝口1-6-12神奈川県高津合同庁舎3階）を設置 |
| 平成13年 | 4月 | 1日 | 「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」を一部改正 |
| 平成16年 | 6月 | 2日 | 消費者基本法施行 |
| 平成17年 | 9月 | 30日 | 「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」を一部改正 消費者保護委員会を消費者行政推進委員会へ名称変更 |
| 平成20年 | 3月 | | 川崎市消費者行政推進基本計画(2008～2010年度)策定 |
| | 4月 | 1日 | 機構改革により、経済労働局に移管 消費者行政センターに北部消費者センターを統合 新たに中原・高津・多摩区役所出張相談、電子メール相談を開始 |
| 平成21年 | 4月 | | 毎週金曜日の電話相談を19時まで延長 |
| | 9月 | 1日 | 消費者庁・消費者委員会の設立、消費者安全法施行 |
| 平成22年 | 4月 | | 消費者行政センターを3係制に変更（企画係、啓発係、相談係） |
| 平成23年 | 3月 | | 川崎市消費者行政推進計画(2011～2013年度)策定 |
| 平成23年 | 10月 | 3日 | 市役所周辺民間ビル入居の事務所再編のため移転（川崎区砂子1-8-9 川崎御幸ビル5階） |

川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例

昭和49年10月 8 日条例第53号

改正

平成13年 3 月29日条例第 5 号

平成17年 9 月30日条例第69号

川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例

目次

第1章 総則（第1条～第5条）

第2章 消費者行政推進計画（第6条）

第3章 基本的施策

第1節 安全の確保（第7条・第8条）

第2節 表示、計量等の適正化（第9条～第12条）

第2節の2 不適正な取引行為の禁止（第12条の2）

第3節 生活必需物資の確保及び価格の安定（第13条～第15条）

第4節 苦情の処理及び被害の救済（第16条・第17条）

第5節 消費者啓発及び組織化の推進（第18条・第19条）

第4章 消費者支援協定（第20条）

第5章 施策推進のための行政体制の充実

第1節 消費者行政の総合的推進（第21条・第22条）

第2節 消費者行政推進委員会（第23条）

第6章 勧告及び公表等（第24条～第29条）

第6章の2 市長への申出（第29条の2）

第7章 雑則（第30条）

附則

第1章 総則

（目的）

第1条 この条例は、市民の基本的権利としての生存生活権を守るうえにおいて消費者としての利益の擁護及び増進を図ることが極めて重要であること並びに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において格差があることにかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、市及び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、その基本的施策その他必要な事項を定めることにより、施策の総合的推進を図り、もって市民の消費者としての主権を確立し、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2条 消費者の利益の擁護及び増進に関する施策（以下「消費者行政」という。）の推進は、次に掲げる事項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。

- （1）消費者が商品（包装を含む。以下同じ。）及びサービス（以下「商品等」という。）の提供を受ける際、その生命、身体及び財産の安全が確保されること。
- （2）消費者が詐欺的又は不当な取引方法を回避することができ、適正な表示により、自主的かつ合理的な選択が確保されること。
- （3）消費者が常に種々の商品等に適正な価格で接することを保証されること。
- （4）消費者の意見があらゆる面で十分反映されるとともに、苦情の処理及び被害の救済が正当かつ迅速に保証されること。
- （5）消費者が健全な消費生活を営むため、必要な情報及び教育の機会が提供されること。
- （6）消費者の自主的な組織化及び行動が保証されるよう、環境条件が確保されること。

2 消費者行政の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

(市の基本的責務)

第3条 市は、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、消費者行政の推進に努めなければならない。

2 市長は、消費者行政の推進に当たって必要があると認めるときは、国、県、関係業界等に対し、適切な措置をとるよう、要請しなければならない。

(事業者の基本的責務)

第4条 事業者は、第2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、消費者に対する商品等の提供において、安全の確保、表示、計量、取引行為等の適正化及び公正な競争に努めるとともに、市長が実施する施策に積極的に協力しなければならない。

2 事業者は、消費者に対する商品等の提供において、環境の保全に配慮するとともに、商品等について品質等を向上させ、消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

(消費者の役割)

第5条 消費者は、自ら進んで消費生活についての知識を深め、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とともに、連帯協同し、組織化を進め、消費者運動の発展に努めることなどによって、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、環境の保全に配慮するよう努めなければならない。

第2章 消費者行政推進計画

(消費者行政推進計画の策定等)

第6条 市長は、消費者行政の計画的な推進を図るための総合的な計画（以下「消費者行政推進計画」という。）を策定し、実施しなければならない。

2 市長は、前項の消費者行政推進計画を策定しようとするときは、川崎市消費者行政推進委員会の意見を聴かななければならない。

第3章 基本的施策

第1節 安全の確保

(危険商品等の禁止等)

第7条 事業者は、消費者の生命、身体若しくは財産の安全を害し、又は害するおそれのある商品等（以下「危険商品等」という。）を提供してはならない。

2 事業者は、商品等について品質の保持その他安全の確保のために必要な措置を講じなければならない。

3 事業者は、その商品等が危険商品等であることが明らかになったときは、直ちにその危険商品等の発表、回収、改善その他安全の確保のために必要な措置を講じなければならない。

(安全性の確認等)

第8条 市長は、商品等について社会的に安全性が問題となったときは、事業者に対しその安全性の根拠となる資料等の提供を要請するなどその実態を調査しなければならない。

2 市長は、消費者の安全を確保するために必要があると認めるときは、商品について必要な検査を行うものとする。

3 市長は、必要に応じて前2項の結果を公表するものとする。

4 市長は、法令に定めがあるもののほか、規則で商品等及びその表示について安全の確保のために事業者が遵守すべき基準を定めることができる。

第2節 表示、計量等の適正化

(表示の適正化等)

第9条 事業者は、商品等の提供において、消費者に誤解を生じさせるおそれのある表示、広告若しくは宣伝又は消費を過度に刺激する取引方法を行ってはならない。

2 事業者は、消費者が商品等を正しく認識し、その購入、使用又は利用に際し選択を誤ることがないように、品質、取扱方法、単位価格その他商品等の内容及び取引方法（以下「商品等の内容及び取引方法」という。）に関し必要な事項を適正かつわかりやすく表示しなければならない。

3 市長は、法令に定めがあるもののほか、規則で商品等の内容及び取引方法に関し表示すべき事