

川崎市消費者行政推進計画

— 令和 2（2020）年度～令和 4（2022）年度 —

令和 2（2020）年 2 月



川崎市は持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

はじめに

川崎市長

福田 紀彦



私達を取り巻く消費生活環境は、高齢化の進行、高度情報化やグローバル化の進展等により、大きく変化しています。

消費者ニーズに対応した商品・サービスが提供され選択幅が拡大している一方、消費者被害は複雑化・多様化しており、高度情報通信社会の進展を背景とした通信関連のトラブルや、高齢者を標的とした不当請求等の悪質商法による被害は後を絶たない状況です。

また、平成31（2019）年4月に外国人労働者の受入を拡大する改正「出入国管理及び難民認定法」が施行されたことや、令和2（2020）年に「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」が日本で開催されること等により、外国人市民、外国人観光客の消費者トラブルの増加が予想されます。

さらに、令和4（2022）年4月には、民法の改正により、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられることに伴い、若年者の消費者被害の拡大が懸念されております。

そのような中、国においては、消費者利益の保護のため、「消費者契約法」、「特定商取引法」及び「電気通信事業法」等の関係法令の整備を行い、消費者行政を推進しております。

本市においても、消費者が主体的に意思決定を行い、適切な消費者行動を実現できるよう消費者の権利の尊重と自立支援に向けた取組を行うため、「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」に基づき、消費者行政の方針を明確にした3か年の消費者施策の総合計画として「消費者行政推進計画」を策定し、消費生活の安定及び向上に向けた施策の推進に取り組んでまいりました。

そしてこのたび、令和2（2020）年度から令和4（2022）年度までの消費者行政を推進するにあたり、「消費者行政推進計画—令和2（2020）年度～令和4（2022）年度—」を策定しました。

今回の計画では、これまでの高齢化や消費者被害の複雑化・多様化への対応等に加え、消費者を取り巻く現状と課題等から抽出した新たに反映すべき視点を踏まえた改定を行うこととしました。

本計画に基づき、「すべての消費者が安全に安心して暮らせる社会」と「消費者市民社会」の実現に向け、持続可能な開発目標（SDGs）の理念を踏まえた取組を進めることは、「成長と成熟の調和」による持続可能な「最幸のまち かわさき」の実現に結びつくものと考えております。

結びに、本計画の策定にあたり、御尽力いただいた「川崎市消費者行政推進委員会」の各委員の皆様にご心からお礼申し上げますとともに、市民の皆様や関係団体の皆様から貴重な御意見をいただいたことに心から感謝申し上げます。

今後とも消費者行政の推進に、御理解と御協力を賜りますようお願い申し上げます。

令和2年2月

【 目 次 】

第1章 計画策定にあたって

I 計画策定の趣旨と経緯	1
1 趣旨	1
2 経緯	2
II 計画の位置付け	2
III 計画期間	3

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

I 消費者を取り巻く現状	4
1 消費者を取り巻く社会情勢の変化	4
2 本市における消費生活相談の現状	5
3 川崎市消費者行政推進計画(2017～2019年度)に基づく主な取組の状況 ...	6
II 対応すべき課題	7

第3章 消費者行政施策の方向性

I 安全の確保	12
1 商品・サービスの安全性確保	12
2 食の安全性確保	13
3 監視指導	13
4 商品廃棄に係る汚染防止	14
5 放射性物質に対する安全性確保	14
II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止	15
1 表示・包装の適正化	15
2 計量の適正化	16
3 不適正な取引行為の禁止	17
III 生活必需物資の確保及び価格の安定	18
1 生活必需物資の確保及び価格の安定	18
2 災害緊急対策	18
IV 苦情の処理及び被害の救済	20
1 消費生活相談の充実	21
2 被害の救済	22

V	消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進【消費者教育推進計画】	23
1	効果的な情報発信の推進	24
2	高齢者等を消費者被害から守るための消費者教育・啓発の推進	24
3	様々な場やライフステージに応じた消費者教育・啓発の推進	25
①	学校	25
②	地域社会	25
③	職域	27
4	地域の消費者教育の担い手の育成及び多様な主体間の連携	27
①	担い手の育成	27
②	多様な主体との連携及び育成	28
VI	消費者支援協定	30
1	消費者支援協定の締結	30
VII	施策推進のための行政体制の充実	31
1	消費者意見の反映	31
2	消費者行政の円滑な推進	32
第4章 計画の推進		
I	計画の推進	33
II	計画の点検・評価・公表	33
III	施策体系図	34
(参考資料)		
I	川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例	36
II	川崎市消費生活センター条例	46
III	川崎市の消費者行政の沿革	48

第1章 計画策定にあたって

I 計画策定の趣旨と経緯

1 趣 旨

本市では、消費者が主体的に意思決定を行い、適切な消費者行動を実現できるよう消費者の権利の尊重と自立支援に向けた取組を行うため、「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」に基づき、消費者行政の方針を明確にした3か年の総合的な計画として「消費者行政推進計画」を策定しています。

平成21（2009）年9月に消費者庁設置によって消費者行政の一元化が図られ、併せて施行された「消費者安全法」には、消費生活相談業務等における役割分担が明記され、本市においても消費生活相談体制の整備及び強化を図ってきました。

さらに、平成24（2012）年12月に施行された「消費者教育の推進に関する法律」（以下「消費者教育推進法」という。）において、消費者が個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会のことを「消費者市民社会」と定義付けており、「消費者市民社会」への計画の重要性を含め消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育を総合的かつ一体的に進めていくこととされています。

また、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」（平成27（2015）年6月閣議決定）により、市町村は区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画を定めるよう努めなければならないとされていることから、第3章「V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進」を本市の「消費者教育推進計画」と位置付け、消費者教育の推進についても併せて取り組んでまいりました。

Topics! 「消費者市民社会」とは

『消費者一人ひとりが、消費を自分の満足のためだけでなく、周りの人々や将来生まれる世代、社会や経済情勢、地球環境などに広く影響を及ぼすということ認識して消費生活を行い、社会の発展と改善に積極的に参加する社会』を意味します。具体的には、環境負荷ができる限り少ない商品を選んで購入する【エシカル消費】、発展途上国で生産されたもので、適正な価格で公正に取引された商品を購入する【フェアトレード商品の選択】、地域の経済や伝統文化を支える商品を購入する【地産地消】、余分なモノを購入しない（サービスを断る）【大量消費・破棄の是正】などの行動をさします。

今回は、基本理念や7つの施策の柱は維持しながら、これまでの取組や新たな課題に対応する消費者施策をさらに推進するため、消費者を取り巻く現状・課題及び消費者庁から公表された「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会報告書」等に基づいて、新たに反映すべき視点を踏まえた改定を行うこととしました。

2 経 緯

消費者行政推進計画は、昭和50（1975）年度から毎年度策定し、平成20（2008）年度からは、中期的な視点から市全体で取り組む課題や方向性を明確にするため、3か年計画として策定しています。

II 計画の位置付け

本市では、平成28（2016）年3月に「川崎市総合計画」を策定し、基本政策の「1 生命を守り生き生きと暮らすことができるまちづくり」の中で消費者行政が位置付けられています。

「川崎市総合計画」と連携する分野別計画として、また「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」第6条に規定する消費者行政の計画的な推進を図るための総合的な計画として、本計画を策定しました。

また、本計画の策定にあたっては、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「消費者基本法」との整合を図るとともに、本計画を「消費者教育推進法」第10条の「市町村消費者教育推進計画」として位置付けています。

消費者教育については、これまでも消費者被害未然防止のため消費者教育・啓発を推進してきましたが、本市の「消費者教育推進計画」では、消費者の自主的・合理的な消費行動を支援するとともに、学校・地域・職域等の様々な場において、対象者の年齢や特性に応じたライフステージ別の体系的な消費者教育を推進することで、「消費者市民社会」の形成をめざします。

III 計画期間

本計画の期間は、令和2（2020）年度から令和4（2022）年度までの3か年とします。

なお、本計画とは別に、消費者行政の施策体系（34、35ページ参照）における各事業の具体的取組の進行管理を行うとともに、事業実施状況やその実績評価を公表するため、毎年度「消費者行政事業概要」を作成し、効果的な事業計画の推進を図ります。

第2章 消費者を取り巻く現状と課題

I 消費者を取り巻く現状

1 消費者を取り巻く社会情勢の変化

近年、高齢化の進行、高度情報化や消費生活におけるグローバル化の進展等により、消費者を取り巻く環境は、大きく変化しています。

そのような環境の変化の中、消費者ニーズに対応した商品・サービスが提供され選択幅が拡大している一方、消費者被害が複雑化・多様化しています。

高齢化の進行に伴い、本市に寄せられた消費生活相談件数に占める、契約当事者が65歳以上の高齢者の割合も年々増加傾向にあります。

特に判断能力が不十分な状態にある認知症等の高齢者は消費者被害に遭いやすい状況にあり、また、消費者被害に遭っているという認識が薄く、問題が潜在化しやすい傾向にあります。

また、高度情報通信社会の進展により、スマートフォンや光回線など電気通信サービスの契約に関するものを始め、インターネット通販での商品・サービスの購入やキャッシュレス化に伴い多様化する決済手段に関するもの等消費者被害も複雑化するとともに、多岐にわたっているのが現状です。

さらに、消費生活におけるグローバル化の進展に伴い、日常購入する様々な商品が広く国境を越えて流通しているほか、インターネット等を通じて消費者が自ら海外から商品等を直接購入することが容易になったことによるトラブルも見受けられます。

また、平成31（2019）年4月に外国人労働者の受入を拡大する改正「出入国管理及び難民認定法」が施行されたこと等により、今後、本市に居住する外国人市民の増加が見込まれます。

令和2（2020）年には「東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会」が日本で開催されることにより、外国人観光客等が訪れ、外国人市民、外国人観光客等ともに消費者被害に遭うことが予想されます。

加えて、民法の改正により、令和4（2022）年4月には、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられます。民法では、未成年者が法定代理人の同意を得ずに行った法律行為については、「未成年者取消権」により取り消すことができると定めていますが、未成

年者を対象とする制度であることから、成年年齢が引き下げられた場合、特段の措置がなされない限り、新たに成年となる18、19歳は、この「未成年者取消権」を行使することができなくなります。

契約には様々なルールがあり、十分に理解できないまま安易に契約を交わすことにより18歳、19歳の若年者に消費者被害が拡大するおそれがあります。

一方、国際社会に目を向けますと、地球規模で人やモノ、資本が移動するグローバル経済のもと、新たな課題の解決に向けて、国際連合が平成27（2015）年9月、先進国と開発途上国が共に取り組むべき国際社会全体の普遍的な目標として、「持続可能な開発のための2030アジェンダ」を採択し、「持続可能な開発目標（SDGs）」として17のゴール（目標）が掲げられました。この採択を受け、国が平成28（2016）年12月に「持続可能な開発目標（SDGs）実施指針」を策定しており、本市も平成31（2019）年2月に「川崎市持続可能な開発目標（SDGs）推進方針」を策定し、また、同年7月に国から「SDGs未来都市」の選定を受けたところです。

このような背景から、人や環境にやさしい商品やサービスを選択する消費者が増加するなど、SDGsや消費者市民社会についての考え方が広がりつつあります。

2 本市における消費生活相談の現状

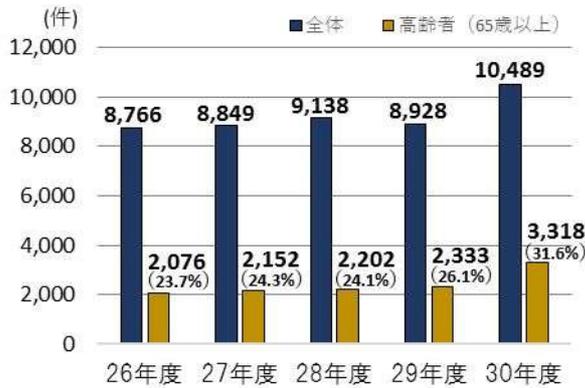
本市の消費生活相談件数は、増加傾向にあり、平成30（2018）度は前年度と比較して17.5%増の10,489件（図1）で、14年ぶりに10,000件を上回りました。主な増加の要因としては、「訴訟」や「差押え」をほのめかす架空請求はがき等の「商品一般」（注1）に関する相談が増加したことなどが考えられます。また、高齢者を狙った悪質商法によるトラブルが年々増加し、65歳以上が契約の当事者となる相談件数が全体の約3割（図2）を占めています。

商品や提供される役務（サービス）別に消費生活相談の内容を分類（図3）すると、上位にある「商品一般」や「デジタルコンテンツ」（注2）は、架空請求を含む不当請求に関するものが多く、平成30（2018）年度は不当請求に関する相談が全体の約3割近く寄せられています。

（注1）商品一般：その商品が何なのか消費者が把握できず、商品分類が特定できないもの。「内容は不明だが、身に覚えのない請求書が届いた」「郵便物が届いたが、怪しいので開封していない」など。

（注2）デジタルコンテンツ：インターネットを通じて得られる情報に限る。情報を得る媒体は、パソコン、携帯電話、スマートフォン、タブレットなど端末の種類は問わない。アダルト情報サイト、出会い系サイト、オンラインゲーム、その他情報サイト、内容の特定できないサイト利用料についてなど。

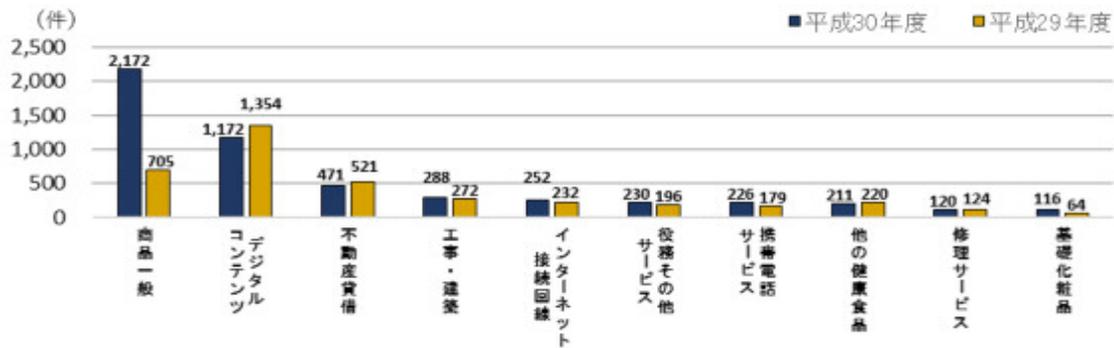
（図1）消費生活相談の取扱件数及び高齢者からの相談件数



（図2）平成30年度 契約当事者の年代性別相談件数



（図3）商品・役務別相談件数上位品目



3 川崎市消費者行政推進計画（2017～2019年度）に基づく主な取組の状況

「すべての消費者が安全に安心して暮らせる社会」の実現に向け、年々増加傾向にある消費生活相談に対応するため、消費生活相談員の研修の充実や平成30（2018）年度から土曜日の電話相談の本格実施など、相談体制の充実・強化を図り、新たに発生する高度化・複雑化した消費者トラブルへの対応に取り組みました。

また、情報誌の発行、講演会や町内会等地域の団体における出前講座の開催、ホームページ・メールマガジンによる最新の消費者トラブル事例や消費生活情報等の発信に加え、消費者が多く集まるイベントや商店街等での街頭キャンペーンによる注意喚起により啓発を行いました。

さらに、消費者である市民の自立を支援するため、地域包括支援センターや学校等との連携により、高齢者や若年者に対する消費者教育を実施するとともに、第3章で位置付けた「消費者教育推進計画」に基づき、「消費者市民社会」の実現に向けた消費者教育のため、講演会や講座を開催する等施策の展開を図りました。

成果指標（10ページ参照）については、①消費生活相談の年度内完了率目標値98.0%

以上（令和元年度）に対して実績値99.5%（平成30年度）、②消費行動の中で「消費者市民社会」の考え方を意識している市民の割合（アンケート）目標値70.0%以上（令和元年度）に対して実績値89.2%（平成30年度）でいずれも目標値を上回りました。

II 対応すべき課題

国は、消費者利益の保護のため、「消費者契約法」、「特定商取引法」及び「電気通信事業法」等の関係法令の整備を行い、消費者行政を推進しています。

そうした中、多方面の有識者等からなる「第4期消費者基本計画のあり方に関する検討会」から、「消費者教育の戦略的推進」、「消費者問題のグローバル化への対応」、「消費者政策によるSDGs実現への貢献」等のこれからの消費者政策に求められる視点に基づく提言を受け、次期基本計画の策定が行われています。

本市においても、特に、スマートフォンやインターネットの普及に伴う消費者トラブルの急増や高齢化の進行により、相談件数が増加傾向にある高齢者層や、令和4（2022）年4月の改正民法の施行により、成年年齢引下げになる若年者層については、これまで以上に関係機関との連携を図り被害の未然防止及び拡大防止に努める必要があります。

消費者教育の点からは、「消費者市民社会」の形成に向けて、消費者の積極的な参画への促進が求められています。

また、消費者が自ら考え適切に判断することにより、安全・安心な消費生活を送ることができるよう、若年者から高齢者までのライフステージに応じながら、消費者の自立に向けた「被害に遭わない消費者」や「合理的に意思決定し対処できる消費者」を育成する取組も求められています。

さらに、法改正による外国人市民の増加が見込まれる中、消費者トラブルに遭うことが予想されることから、安心して消費生活を送れるよう、外国人市民一人ひとりの状況に応じた対応を行うなど、外国人市民に開かれた消費者行政の推進が求められています。

そして、国は「誰一人取り残さない」という理念の下、令和12（2030）年までに持続可能な社会の実現をめざしています。本市においても平成31（2019）年2月に「川崎市持続可能な開発目標（SDGs）推進方針」を定め、同年7月に「SDGs未来都市」の選定を受けたところであり、消費者行政においてもSDGsの理念を踏まえた取組が求められています。

第3章 消費者行政施策の方向性

本市では、国の「消費者基本法」（昭和43年5月30日法律第78号）第2条の基本理念を踏まえ、「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）（以下「条例」という。）第2条において、消費者の権利及び本市が配慮すべき取組を基本理念として次のとおり定めています。

基本理念

- 1 安全が確保される権利
- 2 選択の機会が確保される権利
- 3 適正な価格を保証される権利
- 4 意見が政策に反映され、適切、迅速に救済される権利
- 5 必要な情報及び教育の機会が提供される権利
- 6 自主的な行動が保証される権利
- 7 環境の保全への配慮

また、消費者を取り巻く社会経済環境の変化や国の消費者行政の動向に合わせ、次のとおり、条例に沿って具体的な7つの施策の柱を定め、この柱に基づき、安全で安心な消費生活を確保するとともに、自立した消費者市民を育成することなどにより、消費者市民社会の実現に向けて総合的かつ計画的に取り組めます。

7つの施策の柱

- I 安全の確保
- II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止
- III 生活必需物資の確保及び価格の安定
- IV 苦情の処理及び被害の救済
- V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進
- VI 消費者支援協定
- VII 施策推進のための行政体制の充実

めざすべき姿

**「すべての消費者が安全に安心して暮らせる社会」と
「消費者市民社会」の実現**

本市では、7つの施策の柱に基づく取組を推進することにより、「めざすべき姿」を実現していきます。また、達成状況を客観的に把握するため、成果指標として次の2指標を設定します。

① 消費生活相談の年度内完了率

消費者を取り巻く環境は大きく変化しています。高齢化の進行、インターネットの普及など情報化の進展、消費生活におけるグローバル化の進展等により、消費者被害も一層複雑化・多様化しています。

そのような状況の中、専門的知識を持ち経験豊富な消費生活相談員による助言・あっせん等により、消費者の権利の回復、救済を図るため、より質が高く効率的な消費生活相談窓口の充実・強化を図り、高水準にある年度内における消費生活相談の完了率を維持することをめざします。

また、相談者一人ひとりの状況に応じて、迅速かつ的確に対応し、きめ細かな消費生活相談に努めます。

② 消費行動の中で「消費者市民社会」の考え方を意識している市民の割合

消費者が安全に安心して暮らせる社会を実現するために、被害救済等の法制度の整備が重要である一方で、被害に遭わない消費者や合理的な意思決定ができる消費者の育成、また、被害に遭った際に、適切に対処することができる自立した消費者の育成がこれまで以上に重要になっています。

さらに、公正かつ持続可能な社会を形成するためには、消費者一人ひとりが自身の消費行動が環境や経済に与える影響を自覚することが大きな役割を果たします。

消費者教育・啓発活動をより一層推進することで、「消費者市民社会」の形成に参画することの重要性について理解を深め、消費者市民社会を意識し、その実現に向けて行動する市民を増やしていくことをめざします。

成果指標	基準値	実績値	目標値	
			前回	今回
① 消費生活相談の年度内完了率 ※1	98.2% (平成26年度)	99.5% (平成30年度)	98.0%以上 (令和元年度)	99.0%以上 (令和4年度)
② 消費行動の中で「消費者市民社会」の考え方を意識している市民の割合 (アンケート) ※2	64.3% (平成27年度)	89.2% (平成30年度)	70.0%以上 (令和元年度)	92.0%以上 (令和4年度)

※1 「完了」とは、年度内に相談対応が完了したことを指す。

①の目標値は、平成28(2016)年度からスタートした「川崎市総合計画」において平成26(2014)年度の現状(基準値)を基に設定し、令和7(2025)年度までの目標値である。

※2 基準値については、内閣府実施の「消費者行政の推進に関する世論調査」(平成27(2015)年9月調査)結果を参照。平成26(2014)年調査では59.2%であり、この推移を参考に目標値を設定した。

実績値については、講座やイベントなどの本市主催事業の参加者に対し、内閣府と同趣旨の設問(環境負荷への配慮や食品ロス削減、地産地消などの具体例を提示)を用いた、本市独自のアンケート調査で算出している。

これまでの高齢化や消費者被害の複雑化・多様化への対応等に加え、現在の対応すべき課題から求められる新たに反映すべき視点として次の3つの視点を掲げ、これらの視点を踏まえた時点修正を行い施策に反映していきます。

新たに反映すべき視点

① 成年年齢引下げを踏まえた若年者層への消費者教育の充実

※主な取組内容に◎を示します。

② 外国人市民の消費者被害の未然防止・拡大防止に向けた関係機関との連携強化

※主な取組内容に◎を示します。

③ 川崎市持続可能な開発目標(SDGs)推進方針に基づく17のゴールの見える化

※SDGs達成に寄与する取組を着実に進めるために、7つの施策の柱にSDGsの17のゴールを示します。



ロゴ：国連広報センター作成

【持続可能な開発目標（17のゴール）】

ゴール1	あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる。
ゴール2	飢餓を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する。
ゴール3	あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する。
ゴール4	すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する。
ゴール5	ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う。
ゴール6	すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する。
ゴール7	すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する。
ゴール8	包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用(ディーセント・ワーク)を促進する。
ゴール9	強靱(レジリエント)なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る。
ゴール10	各国内及び各国間の不平等を是正する。
ゴール11	包摂的で安全かつ強靱(レジリエント)で持続可能な都市及び人間居住を実現する。
ゴール12	持続可能な生産消費形態を確保する。
ゴール13	気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる。
ゴール14	持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する。
ゴール15	陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する。
ゴール16	持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する。
ゴール17	持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する。

(外務省「持続可能な開発のための2030アジェンダ(仮訳)」より)

I 安全の確保

【基本的な考え方】



消費者にとって、安全で安心な暮らしが確保されることは、日常生活を営むうえで最も基本的かつ重要な事項です。身近な生活用品に関しては、思わぬ事故につながる可能性もあることから、消費者の安全を確保するため必要な調査・検査等を実施します。

また、より安全で安心な食生活を重視する消費者が増えていることから、監視・指導、食品の検査を実施し、食品の安全確保に努め、放射性物質に対する安全の確保についても引き続き実施します。

1 商品・サービスの安全性確保

- (1) 事業者の提供した商品・サービスが危険性の高いものであることが明らかになった場合において、安全確保のため緊急の措置が必要であると認めるときは、その商品・サービスの名称や事業者の氏名、その他必要な事項を公表します。

また、消費者の消費生活における被害を防止し、その安全を確保するため、必要に応じ「消費者安全法」に基づく立入検査等を実施します。

- (2) 欠陥商品による身体への危険や被害等の未然防止を図るため、「消費生活用製品安全法」・「電気用品安全法」・「ガス事業法」・「液化石油ガスの保安の確保及び取引の適正化に関する法律」に基づく必要な調査及び立入検査を実施します。
- (3) 苦情相談の処理にあたって、苦情の原因となった商品の調査を行う必要があると認めるときは、専門の検査機関等に調査を依頼します。
- (4) 有害物質を含有する家庭用品による健康被害を未然に防止するため、「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」に基づき販売店等の監視指導、試買等の試験検査を実施します。

また、市民に対しては、家庭用品の使用方法等に関する啓発活動を行うとともに、健康被害に関する状況把握に努めます。

- (5) 健康を支える居住環境づくりを推進するため、区役所地域みまもり支援センター(福祉事務所・保健所支所)を中心とした啓発活動の実施、また、相談内容や要望事項に応じて居住環境の実態調査を行い、望ましい居住環境の整備を支援します。

- (6) 公園で子どもが安全に遊具で遊べるようにするため、定期的に遊具の安全点検を行います。

2 食の安全性確保

- (1) 生産段階における農産物の安全性確保のため、生産者に対して「農産物病害虫防除の手引き」を配布し、適正な農薬使用及び防除記録の作成を指導します。

また、環境にやさしい環境保全型農業の推進に努め、安全・安心な農作物の安定供給を図ります。

- (2) 食品衛生に関する監視指導、H A C C P（ハサップ：Hazard Analysis and Critical Control Pointの略、危害要因分析・重要管理点）の普及推進及び食品の検査等を行います。また、食中毒等の健康被害が発生した場合は、健康被害の拡大防止を図るとともに、原因究明の調査を行います。

加えて、ホームページ、SNS等を通じて食品衛生に関する情報を提供するとともに、市民との意見交換等を実施します。

- (3) 学校給食においては、年間計画に基づき、使用する食材等の細菌検査、残留農薬検査、理化学検査等の衛生検査や、調理従事者や施設の衛生状態等の検査を適宜実施することで、食の安全性の確保に努めます。

- (4) 保育園給食においては、調理従事者及び子どもに関わる全ての保育者の定期的な細菌検査、食材の検収等による食品の安全・衛生管理、給食施設・設備の衛生管理、担当職員の衛生研修を実施し、食の安全性の確保に努めます。

- (5) 毎年度「水質検査計画」を策定し、これに基づき水源から給水栓までの水質管理を実施して安全を確保します。法令で義務付けられている水道水の毎日検査については、市内に水質自動測定装置を設置し、水道水の色及び濁り並びに消毒の残留効果について連続監視します。

また、水道水の水質基準に係る検査については、市内の給水栓で毎月実施し、水道水が水質基準に適合していることを確認することで、水道水の安全性の確保に努めます。

3 監視指導

- (1) 旅館業・公衆浴場等の環境衛生関係営業施設については、消費者が安心して利用で

きるよう、施設の監視指導等を行い、衛生水準の維持・向上を図ります。

- (2) 専用水道・簡易専用水道については、「水道法」に基づき、施設及び管理に関する監視指導を行い、衛生水準の維持を図ります。
- (3) 「水道法」の規制対象外となっている小規模水道及び小規模受水槽水道については、「川崎市小規模水道及び小規模受水槽水道における安全で衛生的な飲料水の確保に関する条例」に基づく適切な指導を実施し、利用者に対し安全な飲料水の確保に努めます。

4 商品廃棄に係る汚染防止

- (1) 生活環境の保全の観点から、「家電リサイクル法」に基づいた適正処理が図れるよう、市民、事業者への普及啓発等を行います。また、環境負荷の低減のため、フロンを含む不法投棄された家電製品等について、適正な処理を行います。
- (2) 収集した乾電池は、専門の処理業者に委託して再資源化を含む適正な処理・処分を行います。また、製造事業者が回収しているボタン型電池等については、店頭回収を促進します。
- (3) 収集した蛍光管は、専門の処理業者に委託して再資源化を含む適正な処理・処分を行います。

5 放射性物質に対する安全性確保

- (1) 市内で生産された食品や市内を流通する食品の放射性物質検査を行い、結果をホームページで公表します。
- (2) 市内産農産物の安全・安心を確保するため、関係機関と連携し「かわさき農産物ブランド品」等について、必要性を精査のうえ、放射性物質検査を実施します。
- (3) 学校給食で使用する予定の国内産食材を事前にサンプル的に抜き取り、放射能検査を実施することで安全性を確認し、その結果を市のホームページで公表することにより、関係者への周知を図ります。

また、学校給食で使用する予定の食材の産地を公益財団法人川崎市学校給食会のホームページで公表することにより、関係者への周知を図ります。

【内容】・放射性セシウム134・137

- (4) 浄水場の原水と配水池水について厚生労働省通知に基づき、放射性セシウムの検査を行いホームページ上で公表します。

II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止

【基本的な考え方】



多種多様な商品やサービスが流通している現在では、適正な表示や計量がなければ、消費者が適切な選択を行うことは極めて困難であることから、価格・量目の表示及び計量について適正化を図り、消費者の選択の機会を確保します。

また、商品包装については、必要以上に経費をかけた包装容器や過剰な包装は、商品価格の上昇や廃棄物量の増大、限りある資源の浪費につながることから、これらを是正するとともに、商品包装の適正化を図ることにより、環境の保全を推進します。

不適正な事業行為等による消費者被害の未然防止及び拡大防止のため、その行為を行っているおそれがあると認める事業者に対しては、条例に基づき、その実態の調査及び改善指導等を行います。

1 表示・包装の適正化

- (1) 包装された各種商品等の価格と量目との関係を明確にすることで、消費者が正しく判断、商品選択ができるよう表示（単位価格）の基準を定め、単位価格表示の適正化を図るとともに、必要に応じて遵守状況調査及び消費者への情報提供を実施します。
- (2) 過大包装により消費者包装（消費者の手もとにわたる包装・容器）の包装経費の商品への転嫁による価格上昇や廃棄物増加に伴う環境負荷を抑えるため、包装（消費者包装）の基準を定め、その適正化を図るとともに、必要に応じて遵守状況調査及び消費者への情報提供を実施します。
- (3) 製品の適正包装を推進するため、市内の大手スーパー・ショッピングセンター・商店街等の店舗に対し、過剰包装となりがちな中元・歳暮時期を重点的に、簡易包装及びレジ袋削減の推進について協力要請を行い、事業者との連携を通じたごみ減量を推進します。
- (4) 食品に関する表示及び標ぼうの内容は、食品を摂取する際の安全性の確保や市民による商品選択の重要な判断材料となるので、「食品衛生法」・「食品表示法」・「健康増進法」等に基づく監視指導を実施するとともに、関係機関と連携を図りながら適正表示の啓発を行うなど、適正化の推進に努めます。

- (5) 適切な品質表示は、食品、加工食品の分野等で消費者の商品の選択に重要な要件であることから、消費者が正しく商品選択を行えるよう包装食品の表示基準を定め、適正化を図るとともに、必要に応じて遵守状況調査及び消費者への情報提供を実施します。
- (6) 自動販売機における商品選択の自由を確保するため、自動販売機により食品を提供する事業者が当該自動販売機に表示すべき事項等を自動販売機の表示基準として定め、適正化を図るとともに、必要に応じて遵守状況調査及び消費者への情報提供を実施します。
- (7) 家電製品等の耐久消費財の、保証の範囲・期間や責任者等を明確にし、購入後も適正なサービスを受けることができるようにするため、耐久消費財の保証表示及び修理明細書の発行について、アフターサービスの基準として定め、適正化を図るとともに、必要に応じて遵守状況調査及び消費者への情報提供を実施します。
- (8) 消費者が家庭用品の購入の際に適切な情報提供を受けることができるよう、品質表示の適正化を図るため、「家庭用品品質表示法」に基づく必要な調査及び立入検査を実施します。

2 計量の適正化

- (1) 事業所で使用されている「はかり」について、「計量法」に基づく定期検査を指定定期検査機関を指定して実施します。
- (2) 電気・ガス・水道等の生活に密着した各種メーターの立入検査を実施します。
- (3) 商店・スーパー・詰込事業所等の商品量目、表示及び「はかり」の使用状態等について立入検査を実施します。
- (4) 包装を開封しなければ正確な量目検査ができない内容量表記商品について試買検査を実施します。
- (5) 計量に関する情報をホームページや計量検査所の計量資料展示室などを通して、市民に提供します。
- (6) 計量の安全・安心の確保を図るため、夏休み計量教室・計量管理講演会・計測技術講習会・計量管理推進発表会等を開催し、市民、事業所等への普及啓発活動を充実させます。

3 不適正な取引行為の禁止

消費者と事業者間の情報量・交渉力の格差があるため、不適正な取引行為によるトラブルは後を絶たないことから、消費者にとって適切な判断と選択ができるよう格差是正に努めます。

- (1) 事業者や業界団体等と情報交換を行い、必要に応じて法令等の遵守など改善を推進します。
- (2) 条例に基づき、事業者が不適正な事業行為等を行っているおそれがあると認めるときは、その実態の調査及び改善指導等を行います。
- (3) 広域的な消費者被害の未然防止及び拡大防止を図るために、県、県内政令指定都市、県警察で構成された「神奈川県消費者被害拡大防止連絡会議」等を通じて、近隣自治体や関係機関との連携を推進します。

III 生活必需物資の確保及び価格の安定

【基本的な考え方】



消費者が安定した日常生活を送ることができるよう、生活必需物資の安定供給及び価格の安定を図ります。また、地震等の災害時に、物資不足や異常な物価の高騰等により、消費生活に重大な影響を及ぼすことがないように、必要な生活物資の調達・供給体制整備を推進します。

1 生活必需物資の確保及び価格の安定

- (1) 消費者が求める安全・安心な生鮮食料品等を安定的に供給することが求められていることから、大幅な「卸売市場法」の改正を受けて策定した「川崎市卸売市場経営プラン改訂版」を踏まえ、引き続き卸売市場施設の維持管理や市場内事業者の監督指導を行い、生鮮食料品の安定供給に努めます。
- (2) 産地が出荷先を選別し卸売市場を経由する割合が低下する中、市場内事業者との情報交流の促進や生産者向けの産地開拓による集荷の強化を支援し、卸売市場の振興を図ります。
- (3) 消費者が身近に存在する都市農業の優位性を活かし地産地消を推進することにより、付加価値の高い農業経営を実現し、安定した生産と消費者への供給を図ります。
- (4) 生活必需物資等の価格動向及び需給状況について、必要に応じて国や関係機関と連携強化を図り情報収集等に努めます。

2 災害緊急対策

- (1) 災害時の緊急物資として、飲料水・食料・生活必需品等を確保するため、大規模小売店・生活協同組合・大手コンビニエンスストア・神奈川県牛乳流通改善協会等と締結している「災害時における生活必需物資の供給協力に関する協定」等に基づき、協定先と連携を図り物資の供給に努めます。
- (2) 水道は、ライフラインとして市民生活にとって不可欠なことから、震災時の飲み水確保のため、施設や管路の耐震化を計画的に推進するとともに、整備が完了した応急給水拠点に加え、応急給水拠点の確実性・利便性を高めるため、配水池、配水塔や供給ルートの耐震化が完了した市立小中学校等において、給水器具の設置等の作業なく

利用できる開設不要な応急給水拠点の整備を進めます。

また、飲料水の備蓄啓発、応急給水拠点の位置確認等、防災意識の高揚を図ることを目的とした応急給水訓練や地域住民による応急給水拠点開設を目的とした組立て・給水研修及び開設不要型応急給水訓練を実施していきます。

- (3) 災害時には、多くの方が避難者となることが想定されることから、「川崎市備蓄計画」に基づき、自助・共助（互助）を基本としつつ、食料、生活必需品及び災害応急対策に必要な資器材等を備蓄します。
- (4) 災害による被害を少しでも軽減するためには、一人ひとりの日頃からの災害に対する備えに加え、地域ぐるみの防災対策が重要であるため、今後も、「ぼうさい出前講座」や防災啓発冊子の配布等、あらゆる機会を活用して、防災意識の高揚と地域防災体制の強化に向けて普及啓発に努めます。

IV 苦情の処理及び被害の救済

【基本的な考え方】



平成21（2009）年9月、消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことができる社会の実現に向けて、消費者行政を統一的・一元的に推進する司令塔として、消費者庁が設置されました。

また、平成26（2014）年6月には、消費者庁の設置とともに制定された「消費者安全法」が改正され消費生活相談体制の充実・強化が図られました。

本市においても、平成28（2016）年4月に「川崎市消費生活センター条例」を制定するとともに土曜日の消費生活相談を開始し、消費者の安全・安心を確保するため、更なる消費生活相談体制の充実・強化を図りました。

そのような中、平成28（2016）年6月に訪問販売など消費者トラブルが生じやすい特定の取引類型を対象にトラブル防止のためのルールを定めている「特定商取引法」が改正されました。

さらに、平成28（2016）年及び平成30（2018）年には、高齢化の進行を始めとした社会経済情勢の変化等に対応すべく「消費者契約法」が、令和元（2019）年10月には「電気通信事業法」の改正が行われました。

このように消費者を取り巻く環境の変化に伴い、消費者被害の未然防止及び拡大防止のための関係法令の整備は進んでいます。

しかし、インターネット・スマートフォン等の普及を背景とした通信関連のトラブルや、高齢者を標的とした不当請求等の悪質商法による被害等は、後を絶たない状況です。

社会経済情勢が大きく変化する中で、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はますます拡大し、消費者が自らの力のみで被害の回復を図ることは困難であるという状況を踏まえ、本市では、消費者の利益を守るため改正が行われた関係法令の理解を深め複雑化・多様化する消費者被害等に迅速かつ的確に対応します。

また、令和4（2022）年4月から成年年齢が18歳に引き下げられることに伴い、若年者の悪質商法などによる消費者被害の拡大が懸念されることから、国の動向に注視しながら、若年者の特性に配慮した相談体制・情報提供を充実させます。

また、外国人市民等に対しては、消費生活相談を安心して受けられることができるよう関係機関との連携を図ります。

高齢者、障害者、若年者、外国人市民などの、すべての市民が、安全に安心して消費生活を営むことができるよう消費生活相談体制の更なる充実・強化を図り、消費者行政を推進していきます。

1 消費生活相談の充実

- (1) 消費生活相談については、専門的知識と経験を持つ消費生活相談員による的確な助言・あっせん等により、消費者の権利の回復・救済を図るため、より質が高く効率的で利用しやすい相談窓口の充実・強化をめざし、優秀かつ経験豊富な消費生活相談員の継続的確保と、消費生活相談員の指導にあたる統括管理相談員及び統括管理相談員を補佐する役割の主任相談員を引き続き設置し、組織としての相談体制を推進します。
- (2) 平成28（2016）年4月に制定した「川崎市消費生活センター条例」には、市長の責務として、消費者行政センターの事務に従事する職員及び消費生活相談員の資質の向上を図ることを規定しており、年々、複雑化・多様化する消費生活相談に迅速かつ的確に対応していくため、弁護士等による専門的な助言を受け、問題解決に向けた消費生活相談体制の高度化を図ります。

また、近年の高齢化の進行、高度情報化や消費生活におけるグローバル化の進展等社会情勢の変化等への対応を目的とした関係法令等が整備されている状況の中、正確な情報を迅速かつ的確に習得し、消費生活相談に反映していくことが重要となることから、効果的かつ効率的な研修を実施するとともに、国、県、独立行政法人国民生活センター等が実施する研修への参加を促進します。

- (3) 悪質商法による被害に遭いやすい高齢者や若年者の被害の救済と未然防止及び拡大防止を目的とした「特別相談」を近隣都市と連携し実施します。

また、若年者が被害に遭ったときに気軽に利用し自主解決につながるよう、市のホームページの「よくある質問(FAQ)」に相談事例と一般的な解決方法の記載を拡充させるとともに、国の成年年齢の引下げに向けた環境整備の取組等を注視しながら相談体制の充実を図ります。

潜在的な多重債務者に対しては、相談窓口を訪れる契機を提供することを目的とした「多重債務者特別相談会」を関係機関と連携し実施します。

- ◎ (4) 今後、外国人市民の増加が見込まれることから、外国人市民等が消費者トラブルに遭った場合に安心して消費生活相談ができるよう、本市の「多文化共生総合相談ワンストップセンター」や独立行政法人国民生活センターの「訪日観光客消費者ホットライン」など関係機関と連携強化を図るとともに、状況の変化を踏まえた相談体制を検討します。
- (5) 企業の倒産等により、一時的に急増する相談に対しては、「緊急特別相談窓口」を設置する等柔軟な消費生活相談体制を取り、迅速かつ的確に対応します。
- (6) 全国の消費生活センターに寄せられる消費生活相談情報を一元的に管理するP I O - N E T (パイオネット: Practical Living Information Online Network Systemの略、全国消費生活情報ネットワークシステム) を活用し、時宜にかなった消費者被害情報を市民に提供するとともに、独立行政法人国民生活センターや消費者庁等と情報共有を行い、広域的な消費者被害の未然防止及び拡大防止を図ります。
- 加えて、P I O - N E Tに登録されている全国の消費生活相談情報から最新の消費者被害情報を把握し、より質の高い助言・あっせん等を行います。
- (7) 「消費者安全法」に規定する重大事故等について、消費者庁に対し速やかに通知を行い、消費者被害の未然防止及び拡大防止に寄与します。
- (8) 複雑化・多様化している消費生活相談に、迅速かつ的確に対応するため、庁内関係部局、関係行政機関、専門機関と連携を図り、消費者被害の救済・防止に努めます。

2 被害の救済

- (1) 市民の消費生活に著しく影響を及ぼし、または及ぼすおそれのある事案について、公正かつ速やかな解決を図るためのあっせん・調停の実施や消費生活相談における悪質事例等についての意見交換を行うために、「消費者行政推進委員会苦情処理部会」を開催します。
- (2) 消費者が事業者を相手にして行う訴訟について、条例等で定める要件に該当するときは、その費用の貸付けやその他訴訟活動に必要な援助を行います。
- (3) 年々手口が巧妙化している架空請求・不当請求や高齢者を標的にした悪質商法等に対しては、関係行政機関や警察等との連携を強化し、情報の共有・交換を緊密に行い未然防止及び被害防止に努めます。

V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進【消費者教育推進計画】

【基本的な考え方】



平成24（2012）年12月に「消費者教育推進法」が施行されたことに伴い、第3章Vを同法律で地方公共団体の消費者教育の推進に関する施策についての計画と位置付けられている「消費者教育推進計画」として定めています。

「消費者教育推進法」では、対象者の年齢や特性に応じたライフステージ別の体系的な消費者教育・啓発活動を推進していくことが定められており、本市においても「消費者教育推進計画」に基づき、学校・地域・職域等の様々な場において推進していきます。

近年、高齢者からの消費生活相談が増加傾向にあり、また、相談内容における購入金額や平均既支払額も他の年齢層と比較して高額となる傾向にあります。

本市においても令和2（2020）年度には「超高齢社会」の到来が見込まれており、今後、高齢者の消費者被害が一層増加することが懸念されるため、高齢者の周辺の方などによる地域の見守りも含めた、高齢者層への消費者被害の防止に向けた消費者教育を進めていきます。

また、令和4（2022）年4月から、18歳からが成年となる成年年齢引下げなどを含めた改正民法が施行となるため、若年者層の消費者被害の防止に向けた消費者教育も進めていきます。

さらに、消費者の利益の擁護及び増進を図り、消費者が自立した主体として、自主的かつ合理的に行動していく力を身に付けることができるよう支援するとともに、消費者が自らの消費行動を通じて公正かつ持続可能な社会の発展に積極的に参画する「消費者市民社会」の形成をめざします。

本市では、消費者行政センターをはじめとする多くの部署において、環境や食の分野等の個別の計画があり、消費生活に関する様々な分野の教育が実施されています。

また、地域においても町内会・自治会、特定非営利活動法人、事業者等の多様な団体が消費者教育も含めた様々な活動を推進しており、これら様々な団体と連携するとともに、消費者教育の担い手の育成及び支援をすることで消費者教育を推進します。

1 効果的な情報発信の推進

- (1) 「くらしの情報かわさき」、「消費生活相談月報」等の刊行物やホームページにより総合的な消費生活情報を提供するとともに、関係部局との連携等により必要な知識と情報を市民に提供します。
- (2) 消費生活情報や消費者問題についての最新情報を自由に閲覧できる資料コーナーを消費者行政センター内に常設し、コーナー内の消費生活に関連する図書やDVD等を充実させ、市民への閲覧及び貸出しを行うことにより情報提供を行います。
- (3) 食の安全に関する施策体系の充実を図ることを目的として「川崎市食の安全確保対策懇談会」を設置し意見交換等を行い、冊子・パンフレット等の発行を通して情報提供や啓発を図ります。
- (4) 食育キャンペーンやイベント・ホームページ・ポスター・リーフレット等を通して、健全な食生活等に関する情報を市民に提供します。
- (5) 関係機関、消防関係団体等と連携して、火災予防運動等における街頭広報、防火講話、ホームページ等で住宅用火災警報器、消防用設備等の消防に関する情報の提供を行います。
- (6) 関係機関や特定非営利活動法人と連携して、耐震化やバリアフリー化などの住宅相談・マンション管理に関する相談・高齢者の住み替え相談等の窓口運営、アドバイザーの派遣、講習会の開催等により、住まいに関する情報の提供を行います。

2 高齢者等を消費者被害から守るための消費者教育・啓発の推進

- (1) 高齢者や障害者等の消費者被害の防止や地域での見守り活動を推進するため、消費者行政センターの消費生活相談員を派遣する講座等を実施します。
- (2) 高齢者や障害者の消費者被害等に関するパンフレット・リーフレット等を作成し、警察、介護・福祉関係者等の見守り関係者に提供することにより、消費者被害の未然防止を推進します。
- (3) ホームページやメールマガジン等を活用し、緊急性の高い情報を高齢者や障害者、見守り関係者にも速やかに提供する等により、消費者被害の未然防止を図ります。

- (4) 市内主要駅周辺やイベント会場等での街頭で啓発キャンペーンを実施し、消費者被害防止を広く呼びかける啓発活動を実施します。

3 様々な場やライフステージに応じた消費者教育・啓発の推進

① 学 校

- ◎ (1) 各学校において、児童生徒が各教科・道徳・特別活動・総合的な学習の時間等で消費者として必要な知識や技能を身に付けるとともに、社会において主体的に生きる消費者としての態度をはぐくむために、消費者教育の充実に取り組みます。
- ◎ (2) 成年年齢引下げなど、市内教育機関等のニーズに応じた様々なテーマの専門家を教員の会合等の際に講師として派遣し、教育現場での消費者教育の主体的な取組を支援します。
- (3) 小・中学生を対象とした親子向け講座等を実施し、消費者市民社会の形成に向けた消費者教育を実施します。
- (4) 学生等の職場体験の場を消費者行政センターで提供し、様々な業務を身近で体験させることで、消費者教育への理解を促進します。
- ◎ (5) 若年者層への効果的な消費者教育を行うため、市内教育機関との連携により、学園祭等のイベントを通じて啓発活動を実施します。
- (6) 学校PTA等を対象に、身近な「食」を題材として講座等を通じて環境配慮型ライフスタイルの普及を図ります。
- (7) ごみ減量化・リサイクルの必要性等を理解してもらうために市内小学校等の4年生を対象に社会科副読本を作成・配布し環境教育を推進します。
- (8) 3Rの普及啓発に向けて、小学校へ赴きごみ処理の実情や資源物とごみの正しい出し方等の説明・実演を行う取組である出前講座を実施します。

② 地域社会

- (1) 地域住民のニーズ等に応じた様々なテーマの専門家を町内会・自治会、子ども

会、民生委員等団体に講師として派遣し、地域での若年者や高齢者への消費者教育の主体的な取組を支援します。

- (2) 「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」が施行された11月を「川崎市消費者支援強調月間」として、講演会や啓発事業を集中的に実施することで、消費者被害の未然防止や消費者の意識の向上を図ります。
- (3) 消費者市民社会の概念や持続可能な社会を築くための消費行動の実践等について動画を活用した普及・啓発を図り、消費者市民社会の実現に向けた教育を実施します。
- (4) 消費生活に関する知識の普及・向上を図り、消費者問題等に主体的に対応・活動できる「かしこい」消費者の育成を行うために、講座を実施します。
- (5) 3Rの普及啓発に向けて、ごみ処理の実情や資源物とごみの正しい出し方等の説明を行う取組として、町内会・自治会等の集会や地域のイベントなどを対象とした出張講座を実施します。
- (6) 廃棄物の再利用、再生利用等に係る講演会・学習会の開催や、市民による自主的活動・学習活動への支援、廃棄物に係る再生品の提供等を行うことにより、ごみ減量・リサイクルへの意識啓発を推進します。
- (7) 市民や事業者の節電・省エネなどの環境配慮行動を実践する「エコ暮らし」を広く発信する等の取組により、地域社会における温室効果ガス排出量削減を推進します。
- (8) 市内消費者団体等と連携し、研究成果や活動内容を消費生活展で発表・掲示することで、市民の消費生活に関する知識の普及・向上を図り、地域における消費者教育を推進します。
- (9) 地域の特性に応じた火災予防対策を検討し、地域ぐるみでその推進を図るため、市内の町内会・自治会等に啓発活動を行います。
- (10) 卸売市場の役割を広く市民にPRするとともに、親子を対象とした市場体験教室を開催する等、「食」や「花」等に関する教育を行います。
- (11) 「川崎市食育推進計画」に基づき、市民一人ひとりが「食」に関する知識と「食」を選択する力を養い健全な食生活を実践していけるよう食育の講習会、教室等を実施します。

③ 職 域

- (1) 市内企業等が行う講習・研修等へニーズに応じた様々な分野の専門家を講師として派遣し、若年労働者、外国人労働者を含めた幅広い労働者層への消費者教育を推進します。
- (2) 大気汚染防止対策及び地球温暖化防止対策として、企業の環境部門の担当者、運行管理者等を対象としたエコドライブ講習会を開催し、エコドライブを推進します。
- (3) 市内事業者等の節電・省エネ等をはじめとしたCO₂削減に貢献する環境配慮行動を実践する事業活動の中での優れた取組を表彰するとともに、これを発信し広げていくこと等により、「スマートライフスタイル」への転換を促進し、CO₂削減及び地球温暖化対策を推進します。
- (4) 事業系一般廃棄物多量排出事業者に対し、減量等計画書及び一般廃棄物管理責任者選任等の指導を通じて減量化・資源化を推進します。
- (5) 廃棄物の再利用・再生利用等に積極的に取り組む商店等を認定し、その利用を推奨するエコショップ制度、リユース・リサイクルショップ制度を拡充し、循環型社会の構築を推進します。
- (6) 食べきり協力店の設定など、外食産業と連携した食品ロス対策について取り組みます。

また、食品廃棄物を多く排出する多量排出事業者等の排出実態を把握し、食品廃棄物のリサイクル推進に向け、対象事業者へ普及啓発を行います。

4 地域の消費者教育の担い手の育成及び多様な主体間の連携

① 担い手の育成

- (1) 地域と消費者行政センターを結ぶ橋渡し役として、地域における消費生活の見守りや消費者教育を行う担い手を育成・強化するため、消費生活相談員等を派遣する講座等を開催します。

- (2) 専門的な知識及び経験を有する消費生活相談員がその経験を活かして消費者教育を推進していくことが効果的であるため、消費者教育を行う担い手となるための研修の参加支援等を行います。
- (3) 消費生活モニターが、消費者教育の担い手として参画できるような人材となれるよう、消費生活に関する研修等を実施します。
- ◎ (4) 学校における消費者教育の担い手となる教員の資質や指導力の向上を図るため、高等学校において「社会への扉」を活用した消費者教育の推進、各教科における授業の工夫等により消費生活の現状と課題の共通理解を促進します。
- (5) 地域におけるごみ減量化・リサイクル等地域の環境美化及びごみの減量の取組の担い手となる廃棄物減量指導員の活動を支援します。
- (6) 地域における環境教育・環境学習を推進していくため、川崎市地域環境リーダー育成講座の実施等により環境教育、学習を継続的かつ効果的に行う担い手を育成します。
- (7) 幅広い食育の普及啓発をめざして、地域における食育の担い手を育成するために、栄養士等専門職や地域ボランティアへの講習会等を実施します。

② 多様な主体との連携及び育成

- (1) 福祉関係者、民生委員や町内会などの地域団体への啓発物の提供や講座等の実施により、高齢者等を見守る地域の人々の知識の普及・向上や更なる連携強化を図り、消費者教育を推進します。
- (2) 消費者団体等に対し、研修の場や情報の提供、消費者団体主催の講演会へ講師の派遣等により自主的な活動を支援します。併せて「市・消費者団体連絡会」を開催し、消費者団体との連携及び各消費者団体間の連携促進を図ります。
また、市内に主たる事務所を持つ生活協同組合が県に提出する各種届出の經由事務を行うことでその実態把握に努めます。
- (3) 市民、事業者、行政等多様な主体が連携し、「川崎温暖化対策推進会議（CC川崎エコ会議）」等を通じて、地球温暖化対策を推進します。
また、川崎市地球温暖化防止活動推進センター・地球温暖化防止活動推進員が

連携・協働して、グリーンコンシューマー活動、省エネの推進、再生可能エネルギーの普及等に関する実践活動を推進します。

- (4) 「川崎市食育推進会議」及び部会、各区食育推進分科会を開催し、継続的な食育推進運動を展開する中で「食」に関する情報を共有するため、関係機関・団体等の連携・協力体制を確立できるよう支援します。
- (5) 資源回収業者等で組織される「川崎市資源集団回収事業連絡協議会」の運営等を通じて、回収業者等と連携し資源集団回収の推進を図ります。

VI 消費者支援協定

【基本的な考え方】



消費者行政の推進にあたっては、消費者と行政以外にも事業者の自主的な努力による改善を促進することも重要です。そのため、消費者保護に特に配慮した事業者の振興を図る目的で、事業者及び事業者団体と本市の間に5つの消費者支援協定を締結しており、既存の消費者支援協定締結先の拡大を図るとともに、多くの市民に協定店を利用してもらうため、冊子や本市ホームページ等での情報提供に努めます。

1 消費者支援協定の締結

- (1) 「洗濯用粉石けんの安定供給に関する消費者支援協定」により、洗濯用粉石けんを消費者が選択し、安定購入する機会の確保を図ります。
- (2) 「家庭用電気製品の修理に関する消費者支援協定」により、各協定団体において、団体の組合員店舗で取り扱う主要家電メーカーの家庭用電気製品を購入先に関係なく修理に応じるよう指導することを定め、消費者が店舗を自由に選択できる機会の提供を図ります。
- (3) 「上下水道の水回り工事に関する消費者支援協定」により、協定団体において、団体の組合員店舗から消費者に対し、事前の工事内容の説明や見積書の提出等を指導することについて定め、事業者と消費者間の契約トラブルの未然防止を図ります。
- (4) 「住宅工事の契約における消費者トラブルの防止に関する協定」により、事業者から消費者に対し、事前の工事内容の説明や見積書の提出等について定め、事業者と消費者間の契約トラブルの未然防止を図ります。
- (5) 「葬儀における消費者トラブルの防止に関する協定」により、各協定団体において、消費者からの葬儀に関する相談窓口及び加盟事業者に対する苦情相談窓口の設置や、加盟事業者から消費者に対し、事前に葬儀内容の説明や見積書の提出等を指導することについて定め、事業者と消費者間の契約トラブルの未然防止を図ります。

VII 施策推進のための行政体制の充実

【基本的な考え方】



消費者を取り巻く社会情勢の変化に伴い、個人の価値観や生活志向も多様化・個性化しています。消費者問題は、広範囲に及ぶことから市民意見を反映した総合的な消費者行政の推進が求められています。

消費者問題は年々複雑化かつ巧妙化してきているため、本市はこれまで以上に消費者行政を横断的に取り組む必要があり、迅速かつ的確に対応するため、関係部署、関係機関との連携・強化に努めます。

1 消費者意見の反映

- (1) 学識経験者、消費者代表、事業者代表で構成されている「川崎市消費者行政推進委員会」は、市長の附属機関として消費生活全般にわたる問題について意見を述べるとともに、不適正な取引行為の禁止、消費者教育の推進、消費者啓発の充実、商品等の安全性の確保、消費者行政センターの役割と機能の充実等の諸施策を推進するために取り組むべき課題について審議します。
- (2) 消費生活モニターを公募し、消費生活の動向や意識を調査するとともに、消費生活に関する提案、要望等、市民意見の把握に努め、効果的な消費者行政を推進します。
また、研修会等を実施し、消費生活における各種知識の普及、啓発及び消費者教育の担い手として消費者リーダーの育成に努めます。
- (3) 学識経験者、消費者代表、事業者代表で構成されている「川崎市食の安全確保対策懇談会」では、情報提供や情報交換を行い、食の安全確保に関する施策体系の充実に関し協議します。
- (4) 市民の申し出により、条例に定める本市の措置がとられていない場合及び条例に違反する不適正な事業活動によって広く市民の消費生活に支障が生じるおそれがあると認めるときは、必要に応じて条例に基づく措置をとります。

2 消費者行政の円滑な推進

- (1) 「川崎市消費者行政連絡調整会議」、「川崎市食の安全確保対策懇談会庁内連絡会議」、「川崎市多重債務者関係連絡会議」等庁内の関係局で会議を構成し、広範囲に及ぶ消費者行政を市全体で横断的に取り組むことにより消費者行政を円滑に推進します。
- (2) 複雑化・多様化する消費者問題に、迅速かつ的確に対処するため、国、県等他の関係機関、消費者団体及び適格消費者団体等と連携し、消費者行政の円滑な推進を図ります。
- (3) 地方分権の推進に伴い国や県からの事務権限の委任や移譲に対して、執行体制の整備を行い消費者行政の円滑な推進を図ります。

第4章 計画の推進

I 計画の推進

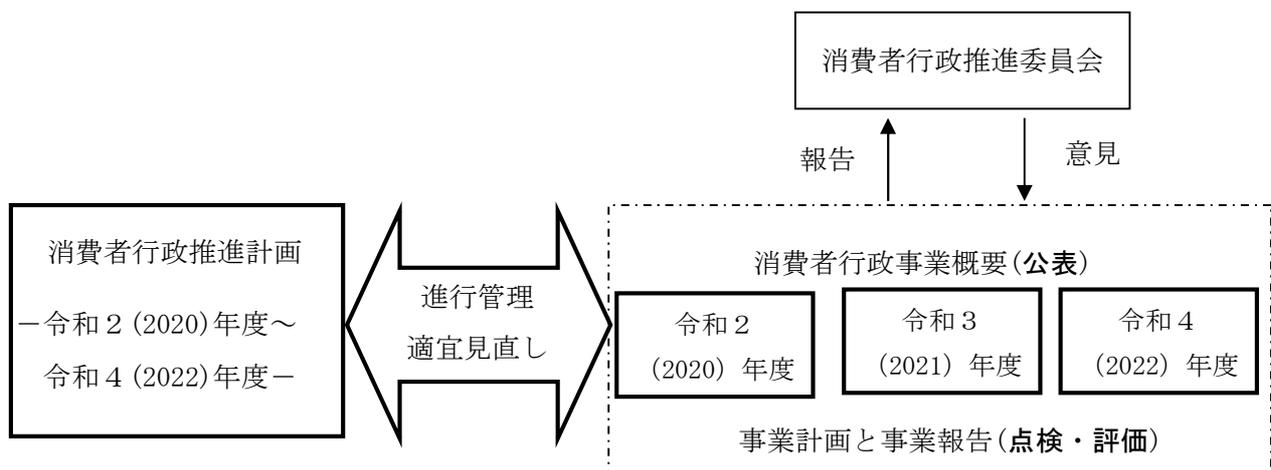
計画の推進にあたっては、総合的かつ円滑な施行を確保するため、関係局と連携し推進体制を強化する必要があります。そのため庁内の消費者行政関連部署で組織する「川崎市消費者行政連絡調整会議」において、総合的な調整及び推進を図ります。

【※施策体系図は34ページに掲載】

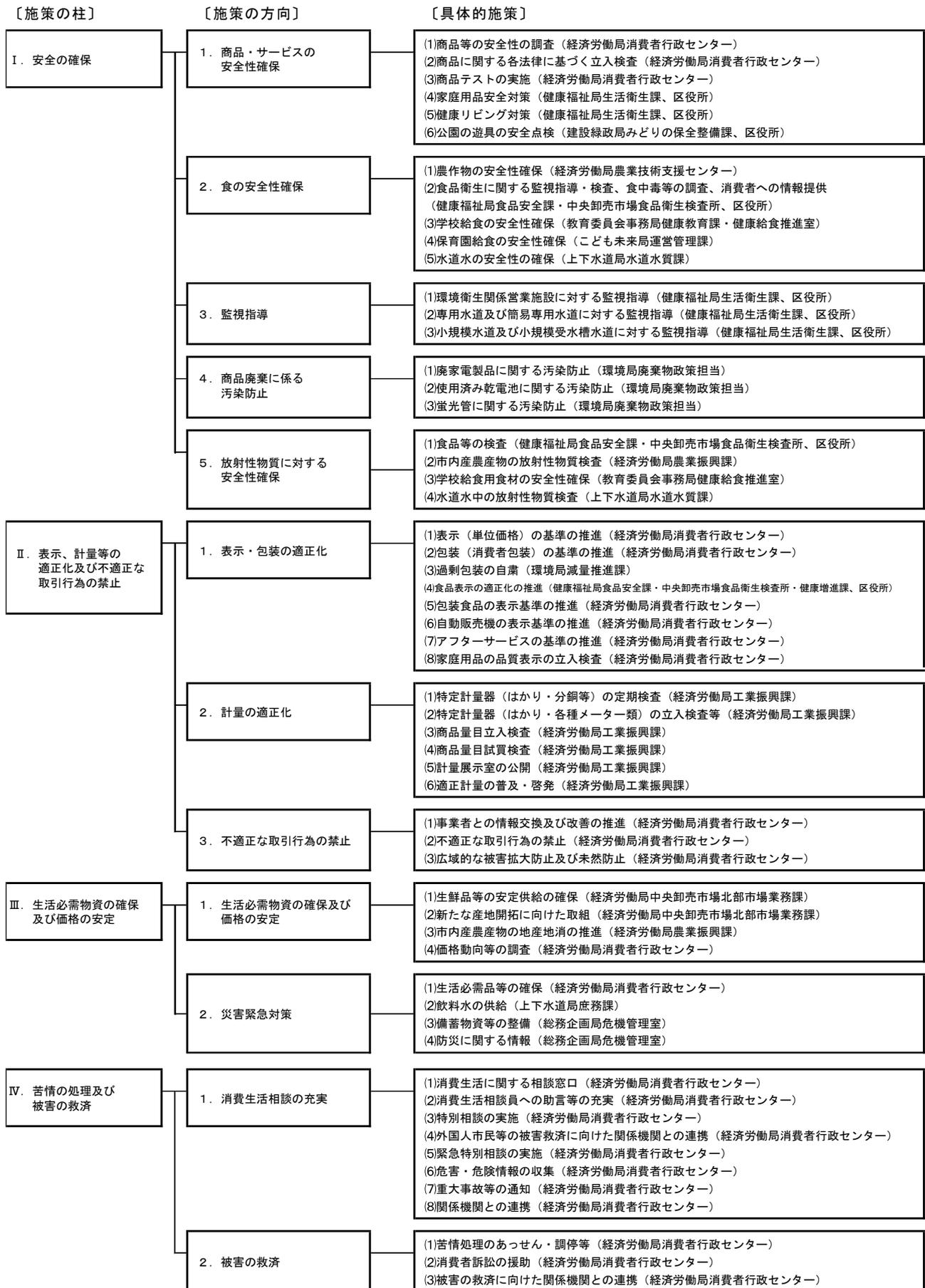
II 計画の点検・評価・公表

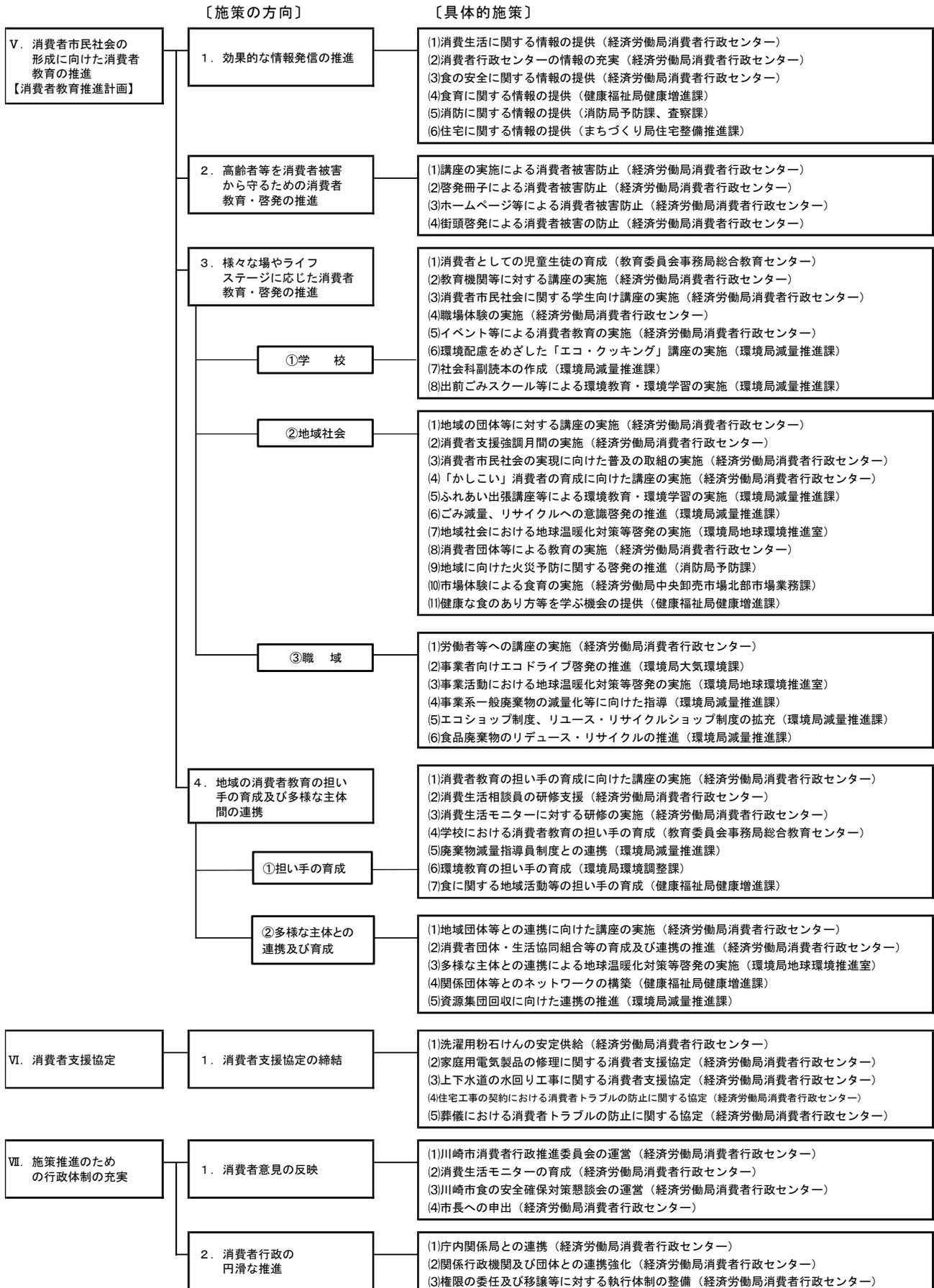
計画に位置付けられた事業が予定どおり実施されているかどうかを点検し、その事業の成果・効果について評価し、その結果を今後の事業の取組に活かしていくことが重要となります。本計画においては、「消費者行政事業概要」を毎年度作成し、当該年度の事業計画を掲載することで計画の進行管理を行うとともに、前年度の事業実施状況やその実績を評価し公表します。それにより、計画期間中に見直すべき必要が生じたときは適宜見直しを行い、効果的な事業計画の推進を図ります。

また、作成した「消費者行政事業概要」は、市長の附属機関である「川崎市消費者行政推進委員会」に報告し意見を求めます。



III 施策体系図





I 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

最終改正 平成17年9月30日

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項並びに表示の方法その他表示に際し事業者が遵守すべき基準を定めることができる。

(計量の適正化)

第10条 事業者は、消費者に対する商品の提供において消費者の不利益となるような計量を行ってはならない。

2 市長は、消費者と事業者との間の取引に際し適正な計量が確保されるよう、必要な施策を講じなければならない。

(包装の適正化等)

第 1 1 条 事業者は、商品の内容を誇張し、廃棄物の量を増大させるなど必要以上の過大な包装をしてはならない。

2 市長は、規則で包装に関し事業者が遵守すべき基準を定めることができる。

(アフターサービスの徹底等)

第 1 2 条 事業者は、商品等について消費者への提供後の保証、修理、回収等のサービス（以下「アフターサービス」という。）の内容を明示するとともに、その徹底を図らなければならない。

2 市長は、規則でアフターサービスに関し事業者が遵守すべき基準を定めることができる。

第 2 節の 2 不適正な取引行為の禁止

(不適正な取引行為の禁止)

第 1 2 条の 2 市長は、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適正な取引行為として規則で定めることができる。

(1) 消費者に対し、取引の意図を隠して接近し、又は商品等の契約に関し、重要な情報（これに関連する情報を含む。）を故意に提供せず、若しくは消費者に誤解を生じさせるおそれのある情報を提供して、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

(2) 消費者の自発的意思を待つことなく執ように説得し、消費者の知識若しくは判断力の不足に乗じ、若しくは消費者を心理的に不安な状態に陥らせる方法等を用いて、契約の締結を勧誘し、又はこれらにより消費者の十分な意思形成のないまま契約を締結させる行為

(3) 民法（明治 2 9 年法律第 8 9 号）第 1 条第 2 項に規定する基本原則に反し、消費者に不利益をもたらすことが明白な事項を内容とする契約を締結させる行為

(4) 消費者又はその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等の手段を用いて、当該消費者又はその関係人に契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を請求し、又は債務を履行させる行為

(5) 契約に基づく債務の完全な履行がない旨の消費者からの苦情に対して、適切な処理をせず、履行をいたずらに遅延し、又は正当な理由なく拒否する行為

(6) 消費者の正当な根拠に基づく契約の申込みの撤回、契約の解除若しくは取消しの申出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いたずらに遅延し、若しくは正当な理由なく拒否する行為

(7) 消費者が他の事業者から商品等を購入することを条件又は原因として、当該消費者に対して、当該商品等の購入に要する資金の貸付けその他の信用の供与をする契約における次に掲げる行為

ア 商品等の購入に係る他の事業者の行為が第 1 号から第 3 号までに規定するいずれかの行

為に該当することを知りながら、又は知り得べきであるにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

イ 商品等の購入に係る他の事業者に対して生じている事由をもってする消費者の正当な根拠に基づく対抗にもかかわらず、当該消費者又はその関係人を欺き、威迫し、困惑させる等の手段を用いて、当該消費者又はその関係人に契約に基づく債務の履行を請求し、又は債務を履行させる行為

2 事業者は、消費者と取引を行うに当たり、前項の規定により定められた不適正な取引行為を行ってはならない。

第3節 生活必需物資の確保及び価格の安定

(流通機構の整備等)

第13条 市長は、消費者の日常生活に必要な物資（以下「生活必需物資」という。）の安定供給の確保及び価格の安定を図るため、流通機構の整備に努めるほか、他の地方公共団体等との連携強化を図るなど必要な施策の推進に努めなければならない。

2 市長は、必要と認める生活必需物資の価格、需給等に関する情報を収集し、必要に応じてその結果を公表するものとする。

(不適正な販売行為の禁止等)

第14条 事業者は、商品について円滑な流通を不当に妨げ、又は標準的な利得を著しく超える価格で販売する行為を行ってはならない。

2 事業者は、生活必需物資について生産、流通等の円滑化及び価格の適正化に努めなければならない。

(緊急時対策)

第15条 市長は、生活必需物資の供給量が不足し、又は価格が著しく高騰し、若しくはそのおそれがあると認めるときは、事業者に対し当該生活必需物資の供給を要請するなどその確保等に必要措置を講じなければならない。

第4節 苦情の処理及び被害の救済

(苦情の処理等)

第16条 事業者は、消費者との間の取引に関して生じた苦情について、必要な体制の整備等に努め、その適切かつ迅速な処理を行わなければならない。

2 市長は、消費者と事業者との間の取引に関して生じた苦情の処理のあっせん、調停等に努めるとともに、必要に応じてその結果を公表するものとする。

3 市長は、前項の規定による苦情の処理のあっせん、調停等が専門的知見に基づいて適切かつ迅速にな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を講じなければな

らない。

(消費者訴訟の援助)

第17条 市長は、消費者が事業者を相手にして行う訴訟（以下「消費者訴訟」という。）について、次に掲げる要件に該当するときは、消費者訴訟に要する費用の貸付けその他訴訟活動に必要な援助を行うものとする。

- (1) 多数の消費者が消費生活上同一かつ少額の被害を被っていること。
- (2) 消費者が自ら事業者を相手に訴訟を提起することが困難なこと。
- (3) 川崎市消費者行政推進委員会のあっせん、調停等を経ていること。

2 前項に規定する消費者訴訟に要する費用として貸し付ける資金（以下「資金」という。）は無利息とし、貸付期間は市長が定める日までとする。

3 資金の貸付けを受けた者が当該消費者訴訟の結果、訴訟に要した費用を得ることができなかつたとき、その他市長が償還させることが適当でないとするときは、資金の全部又は一部の償還を免除することができる。

4 前3項に定めるもののほか、資金の貸付けその他消費者訴訟の援助に関し必要な事項は、規則で定める。

第5節 消費者啓発及び組織化の推進

(啓発活動及び教育の推進)

第18条 市長は、消費者の権利を尊重し、その自立を支援し、及びその環境の保全への配慮を高めるため、消費生活に関する知識の普及、情報の提供その他の啓発活動を推進するとともに、消費者団体及び事業者団体との連携を図りつつ、学校、地域、家庭、職域その他のさまざまな場を通じて、消費者教育の充実等の施策を講じなければならない。

(組織化の推進)

第19条 市長は、消費者の自主的な組織化及び行動が確保されるよう、必要な環境条件の整備に努めなければならない。

2 消費者は、相互に連携し、組織化を進めるとともに、その意見、要望等を集約し、国、県、関係業界等に反映させるように努めなければならない。

第4章 消費者支援協定

(消費者支援協定の締結等)

第20条 市は、消費者行政の推進に当たって、業界の自主的な努力による改善を促進するとともに、消費者の自立の支援及び物価の安定並びに良心的な経営に努める事業者の振興を図るため、事業者又は事業団体との間に協定（以下「消費者支援協定」という。）を締結することができる。

2 消費者支援協定を締結した事業者及び事業者団体は、当該消費者支援協定を遵守しなければな

らない。

- 3 市は、消費者支援協定の締結の拡大を図らなければならない。
- 4 市長は、消費者支援協定を締結し、変更し、又は解除したときは、その内容を公表するものとする。

第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

(意見の反映及び透明性の確保)

第21条 市長は、消費者行政の推進に当たって、消費者としての市民の参加、モニター制度の活用等消費者の意見の反映及び施策の策定の過程の透明性の確保に努めなければならない。

(行政体制の強化充実等)

第22条 市長は、消費者の要求に対応し消費者行政の推進及びその実効を確保するため、商品の品質、価格及び量目、サービスの内容等について調査、検査、試験等を行うための行政体制の強化充実を努めなければならない。

- 2 市長は、前項の調査、検査等を行うため、消費生活調査員を置くことができる。

第2節 消費者行政推進委員会

(消費者行政推進委員会)

第23条 消費者行政を推進するため、市長の附属機関として川崎市消費者行政推進委員会（以下「委員会」という。）を置く。

- 2 委員会は、次に掲げる事項をつかさどる。
 - (1) 第6条第1項に規定する消費者行政推進計画について意見を述べること。
 - (2) 第8条第4項、第9条第3項、第11条第2項及び第12条第2項に規定する基準の設定に関し意見を述べること。
 - (3) 第12条の2第1項に規定する規則の改正に関し意見を述べること。
 - (4) 第16条第2項に規定する苦情の処理のあっせん、調停等を行うこと。
 - (5) 第17条に規定する消費者訴訟の援助に関し意見を述べること。
 - (6) 第20条に規定する消費者支援協定の締結、変更又は解除に関し意見を述べること。
 - (7) 次条に規定する不適正な事業行為等及び第26条に規定する公表に関し意見を述べること。
 - (8) その他消費者行政に関する重要事項を調査審議すること。
- 3 委員会は、委員9人以内をもって組織する。
- 4 委員は、議会の同意を得て市長が委嘱する。

- 5 委員の任期は2年とし、補欠の委員の任期は前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。
- 6 市長は、委員会に苦情処理部会その他必要な部会を置くことができる。
- 7 市長は、前項の部会に臨時委員を置くことができる。
- 8 前各項に定めるもののほか、委員会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

第6章 勧告及び公表等

(不適正な事業行為等の調査又は指導)

第24条 市長は、法令に定めがあるもののほか、事業者が第7条、第9条第1項及び第2項、第10条第1項、第11条第1項、第12条第1項、第12条の2第2項若しくは第14条の規定に違反する事業行為又は第8条第4項、第9条第3項、第11条第2項若しくは第12条第2項の規定により市長の定めた基準に従わない事業行為（以下「不適正な事業行為等」という。）を行っているおそれがあると認めるときは、その実態を調査し、又は改善を指導することができる。

(調査の協力要請等)

第25条 市長は、不適正な事業行為等のおそれがある場合、又は苦情の処理のあつせん、調停等を行う場合において、調査のために必要があると認めるときは、当該事業者に対し、関係資料の提出を求め、又はその職員をして当該事業者の事務所、営業所その他の事業所に立ち入らせ、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（以下「立入調査」という。）について協力を求めることができる。

- 2 市長は、前項の協力要請に対し、事業者が資料を提出しないとき、又は立入調査への協力を拒んだときは、協力要請の理由を付した書面により改めて資料の提出又は立入調査について協力を求めるものとする。
- 3 市長は、事業者が前項の要請を拒んだときは、これに応ずるよう勧告し、必要に応じてその経過を公表することができる。
- 4 市長は、前項の規定により公表しようとするときは、あらかじめ、同項の事業者に意見を述べる機会を与えるものとする。

(是正等の勧告及び公表)

第26条 市長は、不適正な事業行為等が行われたと認めるとき、又は苦情の処理のあつせん、調停等が不調のときは、当該事業者に対し、不適正な事業行為等を是正するよう、又は苦情の処理のあつせん、調停等に応ずるよう勧告しなければならない。

- 2 市長は、事業者が前項の勧告を拒んだときは、事実を公表することができる。
- 3 前条第4項の規定は、前項の規定による公表について準用する。

(関係行政機関等への要請)

第27条 市長は、事業者が不適正な事業行為等の是正の勧告を拒んだときは、関係行政機関等の長に対し、必要な措置をとるべきことを要請するものとする。

(危険商品等の公表)

第28条 市長は、事業者の提供した商品等が危険商品等であることが明らかになった場合において、安全を確保するため緊急の必要があると認めるときは、その商品等の名称、事業者の氏名その他必要な事項を公表することができる。

(他の地方公共団体との協力)

第29条 市長は、不適正な事業行為等を行っていると思われる事業者の事務所等の所在地が市の区域外にあるときは、当該区域を所管する地方公共団体の長に対し、必要に応じてその状況を通知し、是正の協力を要請するものとする。

2 市長は、他の地方公共団体の長から、市内に事務所等を有する事業者について、不適正な事業行為等の是正の協力又は情報の提供を求められたときは、速やかにその要請に応ずるものとする。

第6章の2 市長への申出

(市長への申出)

第29条の2 市民は、この条例に定める市若しくは市長の措置がとられていないこと又は不適正な事業行為等その他この条例に違反する事業行為により、広く市民の消費生活に支障が生じるおそれがあると認めるときは、規則で定めるところにより、市長にその旨を申し出ることができる。

2 市長は、前項の規定による申出の内容が事実であると認めるときは、必要に応じて、この条例に基づく措置をとるものとする。

3 市長は、必要に応じて、第1項の規定による申出の内容及び処理の経過に関する情報を公表するものとする。

第7章 雑則

(委任)

第30条 この条例の施行について必要な事項は、市長が定める。

附 則 (抄)

(施行期日)

1 この条例は、公布の日から起算して6月を超えない範囲内において規則で定める日から施行する。(昭和49年10月31日規則第122号で、第1章の規定、第3章第1節(第8条第4項の規定を除く。)、第2節(第9条第3項、第11条第2項及び第12条第2項の規定を除く。)、第3節、第4節(第16条第2項及び第17条の規定を除く。))及び第5節の規定、第5章第1節の規定、第6章中第28条の規定及び第7章の規定は、昭和49年11月1日から施行)(昭和49年12月24日規則第140号で、附則第2項の規定は、昭和49年12月25日から施行)(昭和50年2月27日規則第11号で昭和50年3月1日から施行)

附 則 (平成13年3月29日条例第5号)

(施行期日)

- 1 この条例は、平成13年4月1日から施行する。ただし、第23条第3項の改正規定及び附則第3項の規定は市長が定める日から、次項の規定は公布の日から施行する。(平成13年6月4日規則第61号で、第23条第3項の改正規定及び同条例附則第3項の規定は、平成13年8月1日から施行)

(経過措置)

- 2 第23条第3項の改正規定の施行に伴い新たに委嘱されることとなる委員については、同条第4項に規定する委員の委嘱のために必要な行為は、同条第3項の改正規定の施行の前においても行うことができる。
- 3 第23条第3項の改正規定の施行に伴い新たに委嘱される委員の任期は、同条第5項の規定にかかわらず、平成15年3月31日までとする。

附 則 (平成17年9月30日条例第69号)

(施行期日)

- 1 この条例は、公布の日から施行する。

(経過措置)

- 2 この条例の施行の際現に改正前の条例(以下「旧条例」という。)第20条第1項の規定により締結されている消費者保護協定は、改正後の条例(以下「新条例」という。)第20条第1項の規定により締結された消費者支援協定とみなす。
- 3 この条例の施行の際現に旧条例第22条第2項の規定により置かれている消費者保護調査員は、新条例第22条第2項の規定により置かれた消費生活調査員とみなす。
- 4 この条例の施行の際現に旧条例第23条第4項の規定により委嘱された川崎市消費者保護委員会(以下「旧委員会」という。)の委員である者は、この条例の施行の日(以下「施行日」という。)に新条例第23条第4項の規定により川崎市消費者行政推進委員会の委員として委嘱されたものとみなし、その任期は、同条第5項の規定にかかわらず、施行日における旧委員会の委員としての任期の残任期間と同一の期間とする。

II 川崎市消費生活センター条例

平成28年3月24日条例第21号

(趣旨)

第1条 この条例は、消費者安全法（平成21年法律第50号。以下「法」という。）第10条第2項及び第10条の2第1項の規定に基づき、消費生活センター（以下「センター」という。）の設置並びに組織及び運営等について必要な事項を定めるものとする。

(設置等)

第2条 センターを設置し、その名称、位置及び所管区域は、次のとおりとする。

名称	位置	所管区域
川崎市消費者行政センター	川崎市川崎区駅前本町11番地2	川崎市全域

(センターの事務)

第3条 センターは、法第8条第2項各号に掲げる事務（以下「センターの事務」という。）を行う。

(消費生活相談の事務を行う日及び時間)

第4条 市長は、センターにおいて法第10条の3第2項に規定する消費生活相談の事務を行う日及び時間を定め、これらを公示するものとする。これらを変更したときも、同様とする。

(センターの長及び職員)

第5条 センターには、センターの事務を掌理するセンターの長及びセンターの事務を行うために必要な職員を置く。

(試験に合格した消費生活相談員の配置)

第6条 センターには、法第10条の3第1項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者（不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律（平成26年法律第71号）附則第3条の規定により合格した者とみなされた者を含む。）を消費生活相談員として置く。

(消費生活相談員の人材及び処遇の確保)

第7条 市長は、消費生活相談員の専門性に鑑み、その適切な人材及び処遇の確保に必要な措置を講ずるものとする。

(研修の機会の確保)

第8条 市長は、センターの事務に従事する職員に対し、その資質の向上のための研修の機会を確保するものとする。

(情報の管理)

第9条 市長は、センターの事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報の適切な管理のために必要な措置を講ずるものとする。

(委任)

第10条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が定める。

附 則

この条例は、平成28年4月1日から施行する。

Ⅲ 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	政令指定都市移行	
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」を公布 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	機構改革により消費生活課は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	3年	4月	1日	消費生活課に経済局商政課物価対策班を編入
平成	7年	4月	1日	機構改革により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 ソンオ砂子ビル6階）
平成	12年	4月	1日	川崎市北部消費者センター（高津区溝口1-6-1 2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	4月		国が消費者施策推進のための消費者基本計画(2005～2009年度)策定
		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 電子メール相談を開始 区役所相談開始(中原区、高津区、多摩区)
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	3月		国が新たな消費者基本計画(2010～2014年度)策定
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	24年	12月		「消費者教育の推進に関する法律」施行

平成26年 3月 川崎市消費者行政推進計画(2014～2016年度)策定

平成26年 8月18日 市役所本庁舎建替工事のため移転
(川崎市川崎区駅前本町11-2 川崎フロンティアビル10階)

平成27年 3月 国が新たな消費者基本計画(2015～2019年度)策定

平成28年 3月24日 「川崎市消費生活センター条例」公布

平成28年 4月 1日 毎週土曜日電話相談(10時から16時まで)を開始

平成29年 3月 川崎市消費者行政推進計画(2017～2019年度)策定

平成30年 4月 1日 毎週土曜日電話相談(10時から16時まで)を本格実施

川崎市消費者行政推進計画

—令和2（2020）年度～令和4（2022）年度—

令和2（2020）年2月発行

川崎市経済労働局産業政策部

消費者行政センター

電 話：044-200-2262

FAX：044-244-6099

消費者トラブルで困った時は...



川崎市
消費者行政センター
044-200-3030