

総務委員会資料

所管事務の調査（報告）

川崎市消費者行政推進計画（2017～2019年度）の
策定について

資料 1 「川崎市消費者行政推進計画（2017～2019年度）」（案）概要版

参考資料 1 「川崎市消費者行政推進計画（2017～2019年度）」（案）

参考資料 2 「川崎市消費者行政推進計画（2017～2019年度）」（案）に関する
意見募集について

経済労働局

平成28年12月9日

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

- 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」に基づいて本市の新たな消費者行政の方針を明確にした3か年の基本計画
- 2012(平成24)年12月に施行された「消費者教育の推進に関する法律」では、消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与する消費者の育成の必要性が定められており、併せて「消費者教育推進計画」の策定に努めることが定められたことを踏まえ、本計画の「V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進」を川崎市の消費者教育推進計画として位置付け

消費者市民社会とは：消費者一人ひとりが、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会経済情勢や地球環境にまで思いを馳せて生活し、社会の発展と改善に積極的に参画する社会

2. 経緯

昭和50年度から毎年度消費者行政推進計画を策定、平成20年度からは3か年計画として策定

II 計画の位置付け

川崎市総合計画の分野別計画として本計画を策定し、本計画の施策体系に位置付け

川崎市総合計画(2016(平成28)年度~2025(平成37)年度)



III 計画期間

2017(平成29)年度から2019(平成31)年度までの3か年

	2017年度 (平成29年度)	2018年度 (平成30年度)	2019年度 (平成31年度)
消費者行政推進計画	→	→	→
消費者行政事業概要	→	→	→

「消費者行政事業概要」については、「消費者行政推進計画」に基づき、毎年度作成し、当該年度の事業概要(目標)及び前年度の事業実績の評価を掲載

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

- 本市の消費生活相談件数は、ここ数年増加傾向(図1)
- 高齢化の進展に伴い、高齢者を狙った悪質商法によるトラブルのリスクが拡大(60歳以上が、契約の当事者となる相談件数が全体の約3割を占める。)(図2)
- 消費者トラブルの相談は幅広い年齢層から寄せられており、相談内容も年齢層によって相違(全ての世代で「デジタルコンテンツ」(注1)が多いが、その他若者では「不動産賃貸」や「エステティックサービス」、高齢者では、「工事・建築」が多い。)(図3)
- 商品・サービスの取引形態や販売方法が複雑化・多様化しており、消費者トラブルに陥るリスクが拡大(インターネット通販、ワンクリック請求等に関する消費者トラブルの相談も多い。)(図4)
- スマートフォンの急速な普及により、ウェブサイトへのアクセスが簡易化され、消費者トラブルに陥るリスクが拡大(図4)

(注1) 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の推移

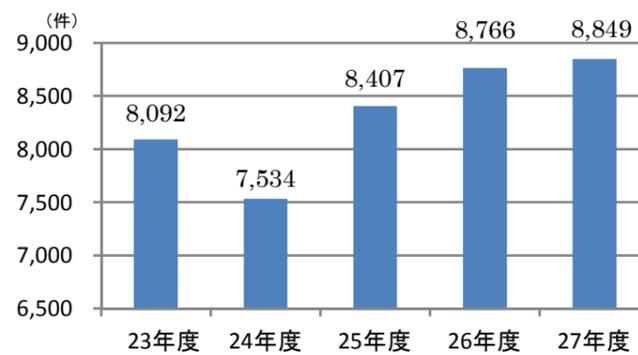


図2 平成27年度契約当事者の年代性別相談件数

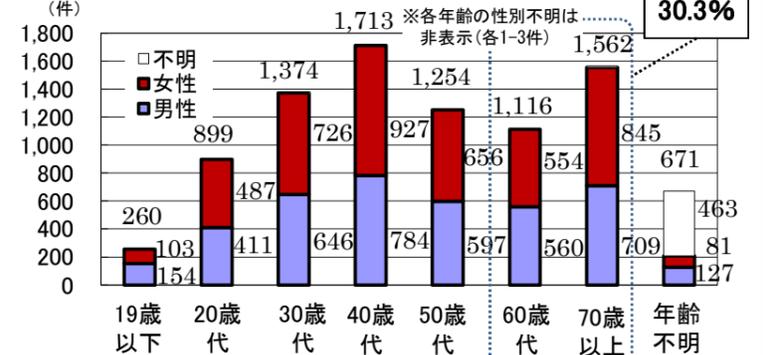
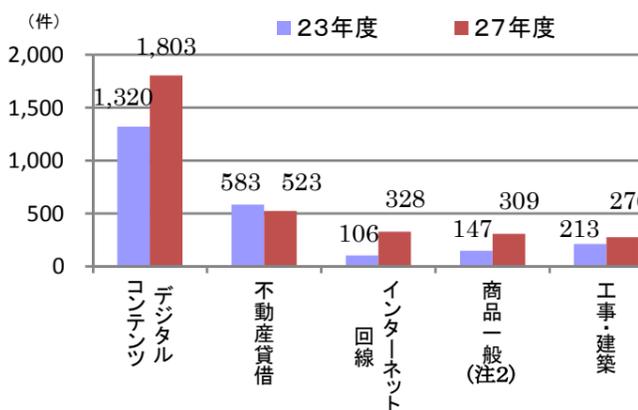
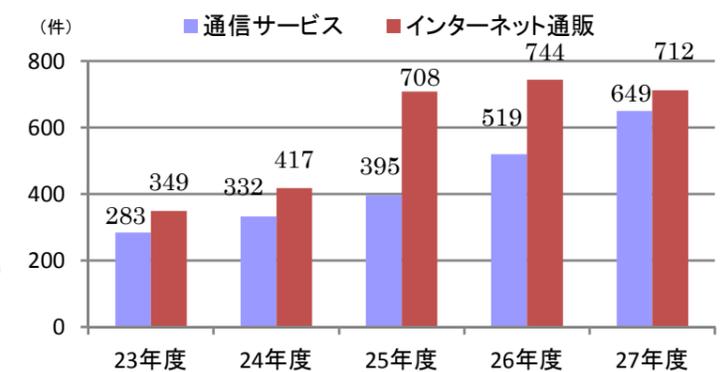


図3 平成27年度商品・役務別相談件数上位品目



(注2) 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。

図4 通信サービス及びインターネット通販に関する苦情相談件数



※「通信サービス」は、「インターネット接続回線」「モバイルデータ通信」「携帯電話サービス」「他のネット通信関連サービス」に関するもの、「インターネット通販」は、商品別分類が「商品」の範囲であり、分類表の改正に伴い、平成26年度までは「パソコンソフト」を除いたもの。

II 対応すべき課題

- 増加傾向にある、複雑化・多様化する消費生活相談への迅速かつ的確な対応
- 多種多様な商品・サービスの適正な取引環境の確保に努め、引き続き食の安全性の確保等を実施
- 消費者の自立支援による、「被害に遭わない消費者」・「合理的な意思決定ができる消費者」の育成
- 関係機関等と連携した高齢者等の消費者被害防止の取組の充実
- 「消費者市民社会」形成に向けた消費者の積極的な参画の促進 等

第3章 消費者行政施策の方向性

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 自主的な行動が保証される権利
- 6 必要な情報及び教育の機会が提供される権利
- 7 環境の保全への配慮

※川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例 第2条に基づく基本理念

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【消費者教育推進計画】
- VI 消費者支援協定
- VII 施策推進のための行政体制の充実

目指すべき姿

「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

成果指標	基準値	実績値	目標値
消費生活相談の年度内完了率※1	97.7% (平成26年度)	99.3% (平成27年度)	98.0%以上 (平成31年度)
「消費者市民社会」の考え方を意識して消費生活を送っている市民の割合(アンケート)	64.3%※2 (平成27年度)	—	70.0%以上 (平成31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。

※2 内閣府実施の「消費者行政の推進に関する世論調査」結果を参照。平成25年度は59.2%であり、この推移を参考に目標値を設定した。

I 安全の確保

安全で安心な暮らしの確保は、最も基本的かつ重要であることから、必要な調査・検査等実施し、身近な生活用品や食品の安全確保に努める。

施策の方向	主な具体的取組
1 商品等・サービスの安全性確保	商品等の安全性の調査、商品に関する各法に基づく立入検査の実施 等
2 食の安全性確保	農作物の安全性確保、食品衛生に関する監視指導・検査、食中毒等の調査 等
3 監視指導	法律等に基づく環境衛生関係営業施設や水道等の監視指導 等
4 商品廃棄に係る汚染防止	廃家電製品等に関する再資源化を含む適正な処理・処分の実施 等
5 放射性物質に対する安全性確保	食品、農産物、水道水等に係る放射性物質の検査 等

II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止

多種多様な商品・サービスから適切な選択を行うため、価格・量目等の表示や商品包装の適正化に努める。

1 表示・包装の適正化	表示基準等による適正化の実施、過剰包装の自粛に向けた取組 等
2 計量の適正化	特定計量器、商品量目等に関する検査及び適正計量の普及・啓発 等
3 不適正な取引行為の禁止	販売業者に対する法令の指導、近隣自治体や関係機関と連携した事業者指導 等

III 生活必需物資の確保及び価格の安定

安定した日常生活を送れるよう生活必需物資の安定供給及び価格の安定を図る他、災害時や異常な物価高騰等で消費生活の影響を及ぼさないように生活物資の調達・供給体制を整備する。

1 生活必需物資の確保及び価格の安定	市場における生鮮品等の安定供給、都市農業の優位性を活かした地産地消の推進 等
2 災害緊急対策	災害時における生活必需物資の供給協力協定に基づく生活必需物資の供給確保、災害時における水確保の体制整備 等

IV 苦情の処理及び被害の救済

* 下線部新規

社会経済情勢の目まぐるしい変化の中で、益々複雑化・多様化する消費生活相談の内容に対し、迅速かつ適切に対応する。

1 消費生活相談の充実	土曜日の電話相談の実施、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研修の充実 等
2 被害の救済	苦情処理のあっせん、被害救済に向けた関係機関との連携 等

V【拡充】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】* 下線部新規

消費者被害の未然防止のために消費者が自立した主体として、自主的かつ合理的に行動する力を身に付けることができるよう支援するとともに、「消費者市民社会」の形成に向けた教育を推進する。

1 効果的な情報発信の推進	消費者行政センターによる情報発信、食の安全に関する情報の提供 等
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	消費者被害防止等の講座の実施、啓発冊子による消費者被害防止 等
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～市内小中学校を中心とした児童生徒への消費者教育、消費者市民社会に関する講座の実施、職場体験の実施 等 ②地域社会～消費者市民社会に向けた講座等の実施、町内会等地域の団体等に対する講座の実施 等 ③職域～従業員等への講座の実施、循環型社会にむけた教育の実施 等
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～消費生活相談員・教員の研修支援、消費者市民社会の担い手の育成、環境教育を担う地域環境リーダーの育成 ②多様な主体との連携及び育成～地域団体等との連携講座、多様な主体との連携による地球温暖化対策等啓発の実施

VI 消費者支援協定

協定により、事業者の自主的改善の促進を図る。

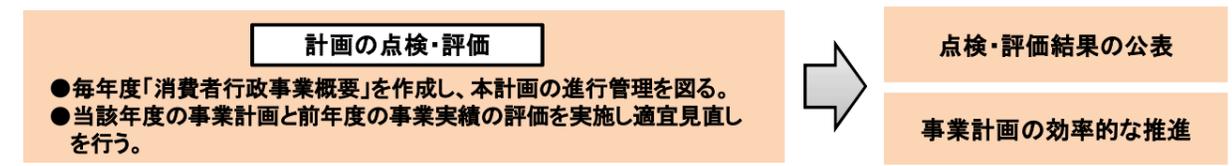
洗濯用粉石けんの安定供給、家庭用電気製品の修理、上下水道の水回り工事、住宅工事、葬儀に関する支援協定

VII 施策推進のための行政体制の充実

消費者問題は広範囲にわたり、市民意見を反映した総合的な取組と関係部署、関係機関との連携・強化に努める。

1 消費者意見の反映	消費者行政推進委員会、食の安全確保対策懇談会において審議及び協議 等
2 消費者行政の円滑な推進	消費者行政連絡調整会議等の開催、国や関係機関、消費者団体との連携

第4章 計画の推進



川崎市消費者行政推進計画(案) (2017～2019年度)

川崎市

平成28年12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	1
II 計画の位置付け	2
III 計画期間	2

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	3
II 対応すべき課題	5

第3章 消費者行政施策の方向性

I 安全の確保	8
1 商品等・サービスの安全性確保	8
2 食の安全性確保	9
3 監視指導	10
4 商品廃棄に係る汚染防止	10
5 放射性物質に対する安全性確保	10
II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止	12
1 表示・包装の適正化	12
2 計量の適正化	13
3 不適正な取引行為の禁止	14
III 生活必需物資の確保及び価格の安定	15
1 生活必需物資の確保及び価格の安定	15
2 災害緊急対策	15
IV 苦情の処理及び被害の救済	17

1	消費生活相談の充実	18
2	被害の救済	19
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】	20
1	効果的な情報発信の推進	20
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	21
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	22
	①学校	22
	②地域社会	22
	③職域	23
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	24
	①担い手の育成	24
	②多様な主体との連携及び育成	25
VI	消費者支援協定	27
1	消費者支援協定の締結	27
VII	施策推進のための行政体制の充実	28
1	消費者意見の反映	28
2	消費者行政の円滑な推進	29

第4章 計画の推進

I	計画の推進	30
II	計画の点検・評価・公表	30
III	施策体系図	31

(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	33
II	川崎市消費生活センター条例	43
III	川崎市の消費者行政の沿革	45

第1章 計画策定にあたって

I 計画の策定の趣旨と経緯

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、新たな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。

2012（平成24）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。）では、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を「消費者市民社会」とし、そのための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」（2015（平成27）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」を川崎市の消費者教育推進計画と位置付けています。

「消費者市民社会」とは、

『消費者一人ひとりが、自分だけでなく周りの人々や、将来生まれる人々の状況、内外の社会情勢や地球環境にまで思いを馳せて生活し、社会の発展と改善に積極的に参画する社会』

2 経 緯

消費者行政推進計画は、昭和50年度から毎年度策定し、平成20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、2016（平成28）年3月に「川崎市総合計画」を策定し、基本政策の「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」との整合を図り、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し、地域・学校・職域等の場において、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等、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により、「消費者市民社会」の形成を目指します。

III 計画期間

本計画の期間は、2017（平成29）年度から2019（平成31）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（31、32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

近年、消費者を取り巻く社会情勢は、超高齢社会の到来、高度情報化社会、国際化の進展等によって大きく変化しています。

また、総務省情報通信統計データベースによれば、2015（平成27）年度末時点での「携帯電話・PHSの加入契約数」は1億6,048万件近くにまで上っており、全国民に対する普及率は126.3%と一人2台の時代に突入しています。特にスマートフォンの急速な普及は、インターネットを活用した商取引の増加に拍車をかけ、消費者の利便性は飛躍的に向上し、様々な商品やサービスが提供され、その選択肢も大幅に拡大しています。

その一方で、商品やサービスの形態や販売方法が複雑かつ多様化しており、消費者がその取引に必要な知識を十分に持つことや、契約条件を十分理解することが困難になるなど消費者と事業者の間にある情報量・交渉力の格差が拡大し、消費者被害に陥るリスクが高まっています。

特に超高齢社会の到来に伴う高齢者世帯の増加等により、高齢者が複雑な内容を十分に理解できないまま契約したり、巧みな言葉につられ次々と必要以上に契約を繰り返してしまうという被害が発生しています。

また、若年層においてもスマートフォン等携帯端末の普及により、いつでもどこでもインターネットにアクセスが可能となり、ウェブコンテンツの増加に伴って、様々な場で消費者トラブルに巻き込まれるリスクが拡大しています。

「高齢者の家族と世帯」の現状

65歳以上の高齢者について子供との同居率をみると、昭和55（1980）年にほぼ7割であったものが、平成11（1999）年に50%を割り、平成26（2014）年には40.6%となっており、子供との同居の割合は大幅に減少している。一人暮らし又は夫婦のみの世帯については、ともに大幅に増加しており、昭和55（1980）年には合わせて3割弱であったものが、平成16（2004）年には過半数を超え、平成26（2014）年には55.4%まで増加している。

出典：『高齢社会白書（平成28年度版）』（内閣府）

このような背景の中で、本市の消費生活相談件数は、増加傾向にあり、2015（平成27）年度は前年度と比較して0.9%増の8,849件（図1）で、主な増加の要因としては、年代を問わず「デジタルコンテンツ」（注1）に関する相談が年々増え続けている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のリスクが年々拡大し、60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、1位の「デジタルコンテンツ」は、架空請求を含む不当請求に関するものが多く、平成21年度に定義付けをされて以来常に1位となっています。通信サービス及びインターネット通販に関する苦情相談件数（図4）も、携帯端末の普及やインターネット環境等の充実とともに増加しています。

（注1） 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の推移



図2 平成27年度 契約当事者の年代性別相談件数

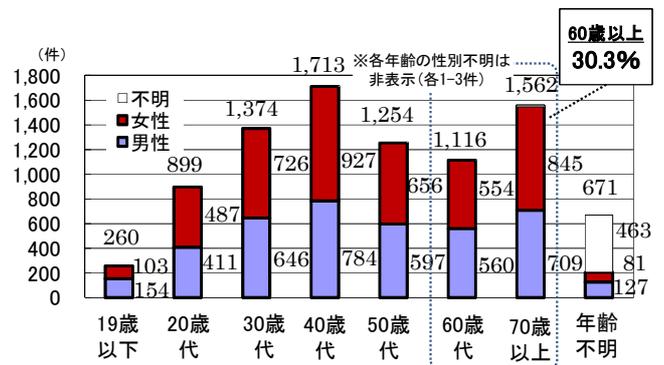
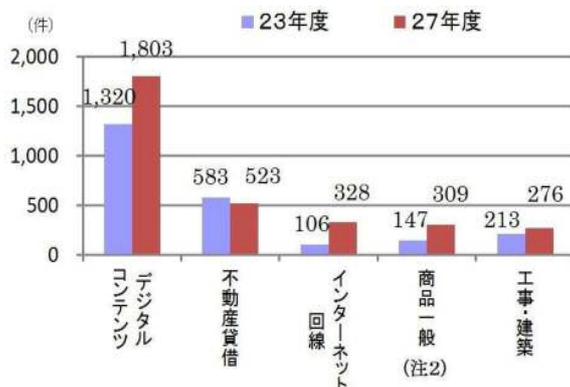
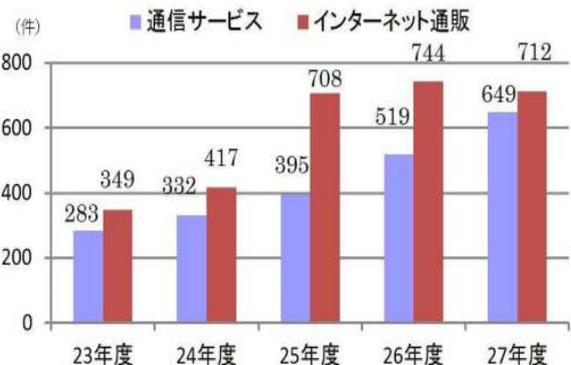


図3 平成27年度 商品・役務別相談件数上位品目



（注2） 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。

図4 通信サービス及びインターネット通販に関する苦情相談件数



※「通信サービス」は、「インターネット接続回線」「モバイルデータ通信」「携帯電話サービス」「他のネット通信関連サービス」に関するもの、「インターネット通販」は、商品別分類が「商品」の範囲であり、分類表の改正に伴い、平成26年度までは「パソコンソフト」を除いたもの。

II 対応すべき課題

国は、関係法令等の整備などにより消費者保護のルールを強化するための新たな制度等を導入し、消費者行政を推進しています。

本市としても、携帯端末の多機能化やインターネットの普及に伴う消費者トラブルや高齢者被害の増加等の状況を踏まえた取組が求められている中で、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必要があります。

また、商品やサービスの形態や販売方法などが複雑かつ多様化していることから、市民が安心して商取引ができる適切な環境の確保に努めるとともに、引き続き市民からの関心の高い「食の安全性」の確保等についても取り組んでいく必要があります。

さらに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れるよう、消費者の自立に向けた「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」を育成する取組も求められています。

特に、相談件数が多く被害が深刻化する可能性が高い高齢者等については、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や拡大防止に努める必要があります。

また、消費者教育の点からは、消費者が個人のことだけでなく、自らの消費行動が将来にわたって内外の社会、経済、環境に影響を及ぼしうることを自覚し、社会全体のことを考えて消費生活を送る「消費者市民社会」の形成に向けて、消費者の積極的な参画を促進するための消費者教育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）第2条において、消費者の権利として基本理念を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 自主的な行動が保証される権利
- 6 必要な情報及び教育の機会が提供される権利
- 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

目指すべき姿**「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、「目指すべき姿」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著しく変化しています。インターネットの普及など情報化の進展等により消費生活と社会との関わりが複雑化・多様化するのに伴い、消費者被害も一層多様化・深刻化しています。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・指導等により、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一層高めることを目指します。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 「消費者市民社会」の考え方を意識して消費生活を送っている市民の割合

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になっている一方で、消費者自身が合理的な意思決定を行い、被害に遭った場合には、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必要になっています。

また、公正かつ持続可能な社会を形成する上では、環境、資源エネルギー等に与える消費行動の影響を自覚する消費者が大きな役割を果たします。

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、関心・理解を深めるための消費者教育・啓発活動をより一層推進することにより、消費者市民社会の実現に向けて意識の高い市民を増やしていくことを目指します。

成果指標	基準値	実績値	目標値
① 消費生活相談の年度内完了率※1	97.7% (平成26年度)	99.3% (平成27年度)	98.0%以上 (平成31年度)
② 「消費者市民社会」の考え方を意識して消費生活を送っている市民の割合（アンケート）	64.3%※2 (平成27年度)	—	70.0%以上 (平成31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、2016（平成28）年度からスタートした「川崎市総合計画」において2014（平成26）年度の現状（基準値）を基に設定した。

※2 内閣府実施の「消費者行政の推進に関する世論調査」結果を参照。

平成25年度は59.2%であり、この推移を参考に目標値を設定した。

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。身近な生活用品の安全確保に関しては、思わぬ事故につながる可能性もあることから、必要な調査・検査等を実施します。

また、相次ぐ食品への異物混入や廃棄食品の不正流通事案の発生等により、食品に対して不安を感じる消費者が依然として多いことから、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 商品等・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商品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「消費者安全法」に基づく必要な立入検査等を実施します。

(2) 欠陥商品による身体等への危険や被害を未然に防止するため、「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、区保健福祉センター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や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。

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」や観光農園の農産物等の主たる市内産農産物について、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。

【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、定期的に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。万一、放射性物質が管理目標値を超えて検出した場合は、適切な対策を取るとともに、水道利用者に対する周知と原因究明を行います。

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あるいは過剰な包装を行う過大包装は、商品価格の上昇及びごみ処理問題や廃棄物量の増大、限りある資源の浪費をもたらすことから、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。

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に表示（単位価格）の基準を定めて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これに関する消費者への情報提供を実施します。
- (2) 必要以上の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）の包装経費の商品価値への転嫁による価格上昇や廃棄物増加に伴う環境への影響が大きくなるようにするため、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これに関する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・百貨店・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) 食品、加工食品の分野等で種類及び品質は多種多様化の傾向にあり品質表示が消費者の商品の選択に重要な要件となっていることから、消費者が正しく商品選択を行え

るようにするため、市で定めている包装食品の表示基準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これに関する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取扱商品は多種多様であり商品選択の適正化が求められていることから、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、必要に応じて遵守状況調査及びこれに関する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について、保証の範囲・期間や責任者等を明確にすることで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き、アフターサービスの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その結果を消費者への情報提供を実施します。
- (8) 「家庭用品品質表示法」に基づき表示の適正化を図るため、遵守状況調査を実施します。

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、法令遵守等の確認や適切な指導等を行います。
- (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拡大防止及び未然防止を図るために、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、地震等の災害時には、物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) 産地が卸売市場を選別する昨今の市場を取り巻く環境の中、消費者が求める安全・安心な生鮮品等を安定的に供給することが今まで以上に卸売市場に求められています。
このため、市場内事業者との情報交流を促進し、実需にあった生鮮品等の集荷対策につながる支援に努めます。
- (2) 生鮮品等の卸売市場を経由する割合が低下する中、産地開拓による集荷の強化に向け、生産者向けに市場の取引の内容を掲載したPRパンフレット等を作成することにより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、必要に応じて広範かつ迅速な情報を提供している国や関係機関と連携強化を図るなどにより情報収集等に努めます。

2 災害緊急対策

- (1) 災害時には、緊急措置として、飲料水・食料・生活必需品が必要となることから、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本市との間で締結している「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供給確保に努めます。
- (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。

また、備蓄物資の保管場所として、市立小中学校等の避難所に独立型備蓄倉庫を整備していきます。

- (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】

2014（平成26）年6月に「消費者安全法」が改正され、消費生活相談員資格試験制度の創設や、消費生活センターの「組織及び運営に関する事項」「情報の安全管理に関する事項」等について条例で定めるものとされ、地方公共団体における消費生活相談体制のより一層の強化が図られました。

本市におきましても、2016（平成28）年4月に「川崎市消費生活センター条例」を制定し「川崎市消費者行政センター」を「消費者安全法」上の消費生活センターとして位置付け、体制等の明確化、標準化された苦情処理体制の実現、消費者被害の未然防止と救済の促進等を図るとともに、この制定に合わせ消費者ニーズに対応し、土曜日の消費生活相談を開始しました。

また、2016（平成28）年5月に施行された改正「電気通信事業法」では、高齢者や障害者等配慮が必要となる利用者に対し、消費者保護のルールが強化されました。

さらに、2016（平成28）年6月に公布された「特定商取引法」の改正では、業務停止を命ぜられた事業者（法人）の取締役等に対し、停止の範囲内の業務について新たに法人を設立して継続すること等を禁止し、違反行為を行う事業者（法人）への取締役等強化が図られました。また、「消費者契約法」の改正では、制定後の情報通信技術の発達、高齢化の進展などの社会経済情勢の変化を受けて、契約の取消しと契約条項の無効等がそれぞれ規定されました。

2016（平成28）年10月に公布された「割賦販売法」の改正では、近年、クレジットカード番号等の漏えい事件や不正使用被害が増加するとともに、消費者トラブルが増加している現状への対応や、安全・安心なクレジットカードの利用環境の整備に向けた措置等が規定されました。

このように、消費者被害の未然防止と救済に関する法的な整備が進んでいる一方、インターネット利用の拡大やスマートフォンの急速な普及等を背景とした、不当請求や情報通信関連のトラブルの増加、特に高齢者をターゲットとした悪質商法等による被害は、後を絶たない状況です。

また、国は、2020（平成32）年「オリンピック・パラリンピック東京大会」の開催等を踏まえ、キャッシュレス決済の普及による決済の利便性・効率性の向上を図る等の方策を打ち出しており、今後も社会情勢の目まぐるしい変化を受けて、消費生活相談の内容も益々複雑化・多様化することが予想されます。

これらのことから、身近な消費生活相談においては、社会情勢に合わせ目まぐるしく改正される関係法令を熟知した上での迅速かつ適切な対応や、相談情報の的確な分析等による適切な情報提供等が求められていることから「消費者行政センター」が中心的な存在として、さらなる体制の充実・強化を図ります。

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適切な助言・指導やあっせん等により、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・強化を目指し、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主任相談員の設置により、組織としての相談体制を推進します。

(2) 本市では、2016（平成28）年4月に「川崎市消費生活センター条例」を制定し、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います。

具体的には、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、問題解決に向けた相談窓口の高度化を図ります。

また、近年の高齢化の進展を始めとした社会情勢の変化等への対応を目的とし、目まぐるしく関係法令等が整備されている状況下においては、正確な情報を速やかに習得し、消費生活相談に反映していくことが重要となることも踏まえ、ADR（裁判外紛争解決手続）機関等の専門機関と連携した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の多い若者や高齢者の救済と被害の未然防止・拡大防止を目的に、近隣都市と連携し、若者・高齢者向けの「特別相談」を実施します。

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

- (4) 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相談体制をとり迅速かつ的確に対応します。
- (5) 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（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トラブル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へ情報共有を行い、広域的な消費者被害の未然防止・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トラブル情報を把握することにより、質の高い助言・あっせん等を行います。
- (6) 「消費者安全法」に規定する重大事故等について、消費者庁に対し迅速に通知を行い、消費者被害の未然防止・拡大防止に寄与します。
- (7) 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、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にあっせん・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狙った新手の悪質商法等については、関係行政機関や警察等との連携を強化し、情報交換を密にして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】

2012（平成24）年12月に「消費者教育推進法」が施行されました。本章においては、この法律で、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して位置付けられている「消費者教育推進計画」を定めています。

「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求められており、本市においても学校・地域・職域等様々な場において推進していきます。

また、近年、高齢者人口の増加を上回る割合で高齢者からの消費生活相談が寄せられており、相談1件当たりの平均購入金額及び平均既支払額ともに他の年齢層と比較して高額となる傾向があります。今後、さらなる高齢化の進展により、高齢者の消費者被害が一層増加することが懸念されます。また、障害者においても、被害の発見が遅れること等により被害が拡大するおそれがありますので、これら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。

さらに、消費者の利益の擁護及び増進を推進し、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」の形成を目指します。

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るほか、地域においても消費者教育を行う町内会・自治会、NPO法人、事業者等の多様な団体が連携した活動を推進しています。消費者教育の担い手である様々な団体と連携し、また育成・支援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、閲覧及び貸し出しにより情報提供を行います。
- (3) 食の安全に関する情報提供等を行い、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NPO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・障害者の消費者被害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等を派遣する講座を開催します。
- (2) 高齢者・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・障害者や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) 鉄道の駅周辺や商店街・イベント会場での街頭キャンペーン等を実施し、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) 小中学生を対象とした講座等を夏休み等の機会を捉えて開催し、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。
- (3) 中学生等の職場体験の場を消費者行政センターで提供し、センターの様々な活動を身近で体験することで、消費者教育への理解を促進します。
- (4) 若年層への効果的な消費者教育を行うため、市内高校・大学・専門学校等との連携により、学園祭等多様な機会を通じて啓発活動を実施します。
- (5) 学校PTA等を対象に、身近な「食」を題材とした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。
- (6) 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を対象に社会科副読本を作成し環境教育を推進します。
- (7) 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小学校を対象とした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講師として町内会・自治会、民生委員等団体に派遣し、地域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「川崎市消費者強調月間」として、講演会や啓発事業を集中的に実施し、消費行動を通じて社会全体の改善や発展に積極的に参加する地域の消費者を育成します。

- (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学ぶ講座、講演会や啓発物等により、消費者市民社会に向けた教育を実施します。
- (4) 消費生活に関する知識を普及し、地域課題や消費者問題等に主体的に対応・活動できる消費者の育成を行うために、連続講座を実施します。
- (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) リサイクルコミュニティセンターの利用の推進を図り、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) 「川崎市地球温暖化対策推進基本計画」に基づき、地域社会において省エネの推進、自然エネルギーの普及やエコドライブの推進等、地球環境に配慮したライフスタイルへの転換を促す取組を進めます。
- (8) 消費者団体等に、消費生活展等で研究成果や活動内容の発表の場を提供し、市民が学ぶ機会を提供することで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」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) 企業等が行う講習・研修等に様々な分野の専門家を講師として派遣し、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) 低炭素社会の構築を目指した取組として、節電・省エネ等をはじめとした環境配慮行動を実践する事業活動の取組に対する市内事業者等への表彰制度やこれら優れた取組を発信すること等により、「スマートライフスタイル」への転換を促進し、CO₂削減、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っていきます。

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) 地域での消費生活の見守りの担い手を育成するため、消費生活相談員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、消費者教育の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、消費者市民社会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、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の活性化を図ります。
- (6) 環境問題の解決に向けて行動する人材を育成することが環境教育の重要な基盤整備となることから、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目指して、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、民生委員や町内会等地域団体へ啓発物等による情報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向上やさらなる連携強化による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派遣する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（C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ていきます。
- (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ていきます。
- (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
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
各協定店で取り扱う主要家電メーカーの商品を購入先に関係なく修理に応じることを定め、消費者が店舗を自由に選択できる機会を提供します。
- (3) 上下水道の水回り工事に関する消費者支援協定
事業者から消費者に対する工事内容の説明や見積書等の提出について定め、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
事業者から消費者に対する工事内容の説明や見積書等の提出について定め、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
事業者団体に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を義務付けるとともに、事業者から消費者に対する葬儀内容の説明や見積書等の提出について定め、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、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、啓発及び消費者リーダーの育成に努めます。
- (3) 食の安全に対する消費者の関心が高まる中、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場合は、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、県等他の関係機関や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

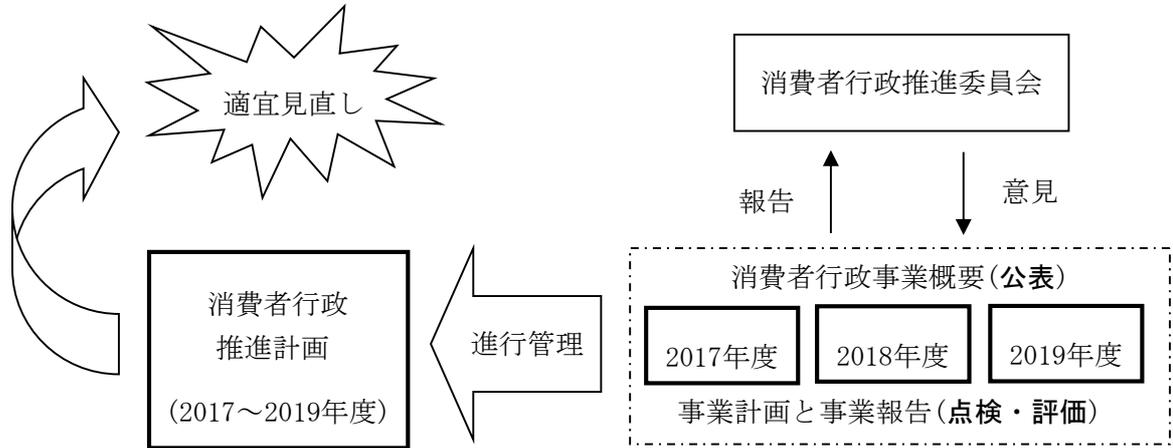
計画の推進にあたっては、総合的かつ円滑な施行を確保するため、関係局と連携し推進体制を強化する必要があります。そのため庁内の消費者行政関連部署で組織する「川崎市消費者行政連絡調整会議」において、総合的な調整及び推進を図ります。

【※施策体系図は31ページに掲載】

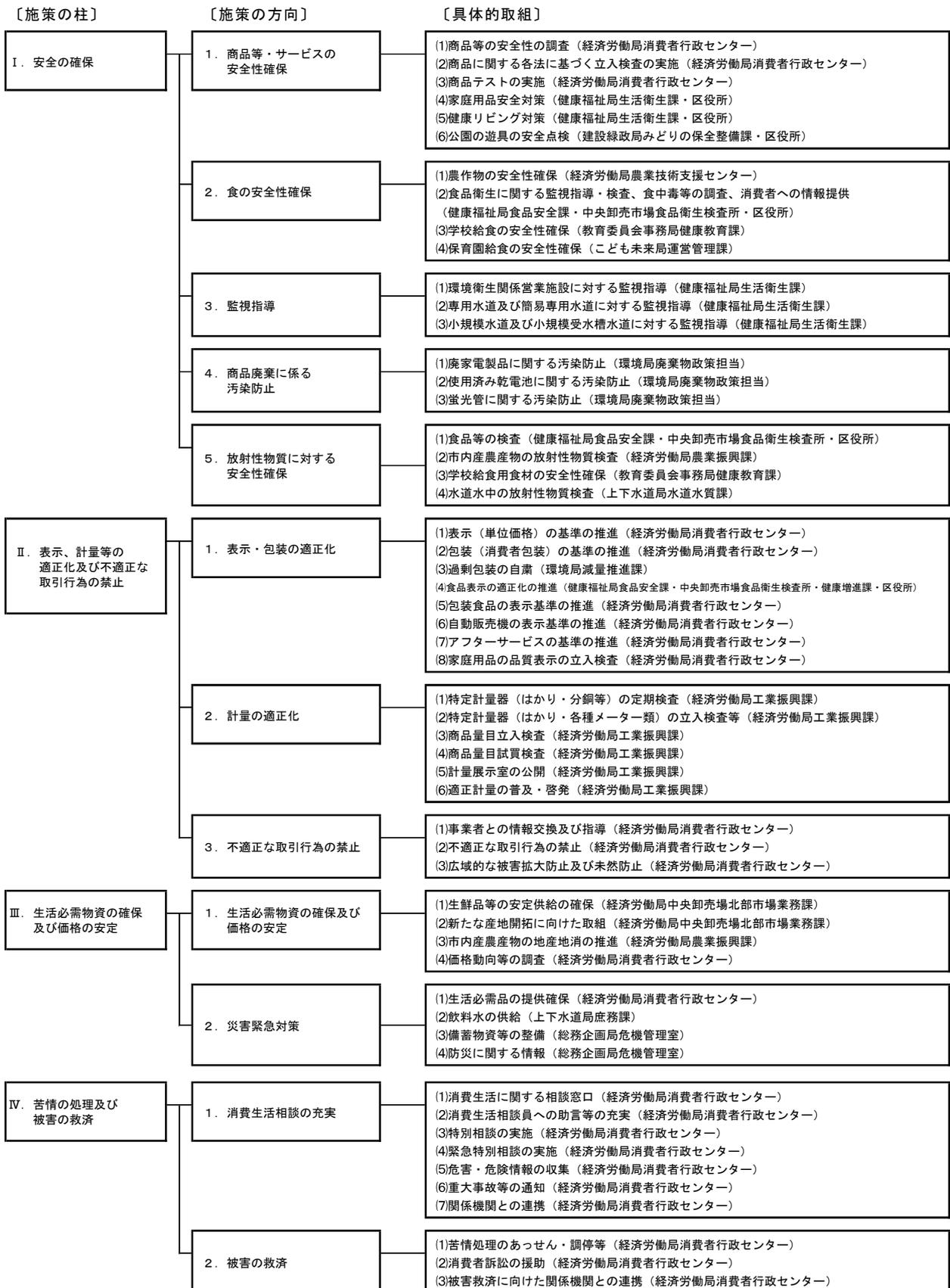
II 計画の点検・評価・公表

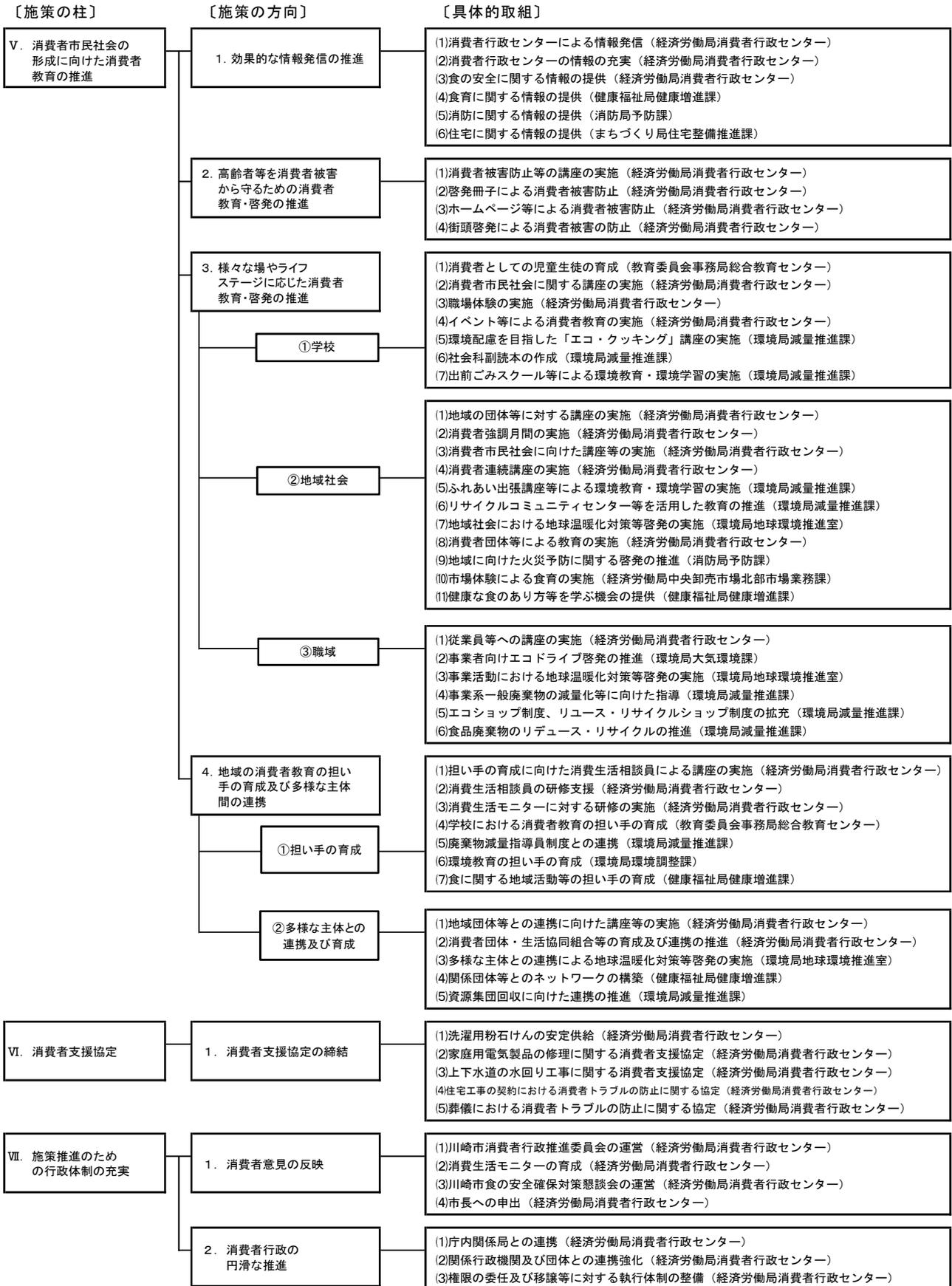
計画に位置付けられた事業が予定通り実施されているかどうか計画を点検し、その事業の成果・効果について評価し、その結果を今後の事業の取組に活かしていくことが重要となります。本計画においては、「消費者行政事業概要」を毎年作成し、当該年度の事業計画を掲載することで計画の進行管理を行うとともに、前年度の事業実施状況やその実績評価を公表しています。それにより、計画期間中に見直すべき必要が生じた時は適宜見直しを行い、効果的な事業計画の推進を図ります。

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當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、連帯共同し、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、単価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11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12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12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乘じ、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29年法律第89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つせん、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つせん、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き、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、事業者又は事業者団体との間に協定(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日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

川崎市消費生活センター条例

(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1-1-2 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

川崎市消費者行政推進計画（2017～2019年度）（案）

の策定について

～市民の皆様の御意見を募集します～

川崎市では、消費者行政施策に関して、市全体で取り組むべき中期的な課題、基本方針及び方向性を明確にするため、「川崎市消費者行政推進計画（案）」を取りまとめました。なお、本計画は2017（平成29）年度から2019（平成31）年度までの3年間の計画期間としています。

この計画については、皆様から寄せられた御意見等を踏まえ、2017（平成29）年3月に策定・公表する予定です。

ぜひ、皆様の御意見をお寄せください。

1 募集期間

平成28年12月12日（月）から平成29年1月10日（火）まで

2 閲覧場所

川崎市ホームページ、各区役所市政資料コーナー、情報プラザ（市役所第3庁舎2階）等

3 意見の提出方法

意見書には、必ず「題名」「氏名（法人又は団体の場合は名称及び代表者の氏名）」及び「連絡先（電話番号、FAX番号、メールアドレス又は住所）」を明記してください。

※意見を提出する様式は自由ですが、「意見書」も御活用いただけます。

(1) 電子メール

川崎市ホームページの「意見公募」にアクセスし、手順に従ってご提出ください。

(2) FAX

FAX番号：044-244-6099（経済労働局産業政策部消費者行政センター）

(3) 郵送または持参

あて先：〒210-0007 川崎市川崎区駅前本町11-2 川崎フロンティアビル10階
川崎市経済労働局産業政策部消費者行政センター

※持参の場合は、土日祝日及び12月29日から1月3日までを除く8時30分から12時、13時から17時15分の時間帯でお持ちください。

4 注意事項

(1) 御意見に対する個別回答はいたしませんので、御了承ください。

(2) 記載いただきました個人情報につきましては、提出された御意見の内容を確認する必要がある場合に利用します。個人情報は川崎市個人情報保護条例に基づき保護・管理されます。

(3) 御意見の概要等を公表する際に、個人情報を公開することはありません。

(4) お電話又は口頭での御意見の御提出は御遠慮願います。

5 お問合せ

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

意見書

題名	川崎市消費者行政推進計画（2017～2019年度） （案）の策定について		
氏名 （団体の場合は、 名称及び代表者名）			
電話番号		FAX番号	
住所 （又は所在地）*区名まで			
意見の提出日	平成 年 月 日	枚数	枚（本紙を含む）

政策等に対する意見

--	--	--	--

- ・ お寄せいただいた御意見に対する個別回答はいたしませんので御了承ください。
- ・ 記載していただいた個人情報は、提出された意見の内容を確認する場合に利用します。また、個人情報は川崎市個人情報保護条例に基づき厳重に保護・管理されます。
- ・ 御意見などの概要を公表する際は、個人情報は公開いたしません。

提出先

部署名	経済労働局産業政策部消費者行政センター		
電話番号	044-200-2262	FAX番号	044-244-6099
住所	〒210-0007 川崎市川崎区駅前本町11-2 川崎フロンティアビル10階		