

総務委員会資料

3 所管事務の調査（報告）

（1）「川崎市消費者行政推進計画」の策定について

資料1 「川崎市消費者行政推進計画」の策定に関するパブリックコメント結果について

参考資料1 「川崎市消費者行政推進計画」の概要

参考資料2 「川崎市消費者行政推進計画」

経済労働局

令和5年3月13日

「川崎市消費者行政推進計画」の策定に関するパブリックコメントの結果について

1 概要

川崎市では、消費者行政を推進するため「川崎市消費者行政推進計画」を令和2(2020)年2月に策定し、消費者行政の取組を進めてまいりました。

この度、令和5(2023)年度から令和7(2025)年度までの3年間を計画期間とする「川崎市消費者行政推進計画」(案)を令和4年11月に取りまとめ、広く市民の皆様から御意見を募集するため、パブリックコメントを実施いたしました。

その結果、4通(意見総数25件)の御意見をいただきましたので、御意見の内容と御意見に対する本市の考え方を、次のとおり公表いたします。

2 意見募集の概要

題名	「川崎市消費者行政推進計画」(案)に関する意見募集について
意見の募集	令和4年11月28日(月)から令和4年12月27日(火)まで
意見の提出方法	電子メール、郵送、持参、FAX
募集の周知方法	<ul style="list-style-type: none"> ・市政だより(12月1日号掲載) ・市ホームページ ・メールマガジン ・かわさき情報プラザ、各区役所・支所及び出張所の閲覧コーナー、各市民館、各図書館及び経済労働局産業政策部消費者行政センターでの資料設置 ・市内消費者団体等への説明等

3 結果の概要

意見提出数(意見総数)		4通(25件)
(内訳)	電子メール	3通(6件)
	FAX	0通
	郵送	0通
	持参	1通(19件)

4 御意見の内容と対応

「川崎市消費者行政推進計画」の策定に向けた意見として、エシカル消費への取組、消費生活の見守り担い手の取組、高齢者や障害者、若年者への消費者教育の取組、評価の公表などに対する意見や要望などが寄せられました。

寄せられた意見については、要望や今後の参考とするものであったことから、所要の整備を行った上で、令和4年11月に御説明いたしました案のとおり、「川崎市消費者行政推進計画」を策定いたしました。

【御意見の件数と対応区分】

項目	A	B	C	D	E	計
1 第1章 川崎市消費者行政推進計画策定にあたって	0	0	0	0	0	0
2 第2章 消費者行政推進計画（令和2年度から4年度まで）の主な取組の成果	0	0	0	0	0	0
3 第3章 消費者を取り巻く現状	0	0	0	0	0	0
4 第4章 評価と現状を踏まえた課題	0	0	0	0	0	0
5 第5章 基本的な考え方と施策の方向性	0	0	0	1	0	1
6 第6章 消費者行政推進計画における施策	0	4	13	5	0	22
7 第7章 消費者行政推進計画の実効性の確保	0	1	0	1	0	2
合計	0	5	13	7	0	25

【御意見に対する対応区分】

- A：意見を踏まえ、反映したもの
- B：意見の趣旨が案に沿ったもの
- C：今後の参考とするもの
- D：質問・要望で、案の内容を説明するもの
- E：その他

5 御意見の内容と市の考え方

「第5章 基本的な考え方と施策の方向性」に関すること

No.	御意見（要旨）	市の考え方	対応区分
1	市のイベントで配布される啓発品などは未だにプラスチック製品が多いと感じる。市が率先して「切り替える」を目に見える形で取り組んでいただきたい。エシカル消費に結びつく目に見える形での市の姿勢も必要だと感じる。	本市では、「地球温暖化対策推進計画」を策定しており、基本的方向に「市役所が自ら率先して脱炭素化にチャレンジしているまち」とともに、エシカル消費も含め「市民・事業者などあらゆる主体が脱炭素化に取り組んでいるまち」を掲げ、脱炭素社会を目指した取組を推進しております。 また、職員自らが先導的にプラスチックごみの削減に取り組み、率先行動を示すことで、市民、事業者等の同様の取組を促進していくことを目的として「市内率先行動指針」を定めており、事業運営における使い捨てプラスチック製品の使用削減等に取り組んでいるところです。 今後につきましても、環境に配慮した製品を選択するなど、消費者市民社会やエシカル消費の取組を推進してまいります。	D

「第6章 消費者行政推進計画における施策」に関すること

No.	御意見（要旨）	市の考え方	対応区分
1	<p>もっと消費者目線に注力し、相互に巻き込み合いながら共に歩んで行く仕組みが必要なのではないか。共に協働・協力して取り組んで欲しい。</p>	<p>市民との取組につきましては、消費生活eモニターやイベント参加者等から意見聴取を行うことで消費者ニーズの把握を行っております。また、消費生活サポーターを育成し、地域でボランティア活動を行っていくことで、消費者啓発活動のすそ野を広げていく取組を進めています。</p> <p>今後も、市民及び地域における様々な主体との連携を図りながら、消費者ニーズを踏まえた消費者行政を推進してまいります。</p>	B
2	<p>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、あっせん・調停の実施のため消費者行政推進委員会苦情処理部会を開催するとされているので、付託できる要件を明らかにして、苦情処理部会で困難案件が解決できることを望む。</p>	<p>あっせん・調停の実施につきましては、これまで消費生活相談員の適切な対応により、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とならないよう解決を図ってきているところでございます。</p> <p>今後は、付託基準を市ホームページ等で広く周知するとともに、該当する事案が発生した際は、迅速に消費者行政推進委員会苦情処理部会を開催できるよう取り組んでまいります。</p>	B
3	<p>成年年齢引き下げなど、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するとされている。学校の教員が、生徒に対して正しい消費者教育を行うための支援として、消費生活相談員の活用も必要だと思う。</p>	<p>消費者教育を推進するための出前講座につきましては、教員向けのみならず、要望に応じて、生徒向けに消費生活相談員等、専門家の派遣が可能でありますので、今後も、学校に対し、出前講座の活用について、周知してまいります。</p>	B
4	<p>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、消費生活相談員による講座等を開催するとされている。見守りの担い手の育成は、継続して行っていく必要があり、現在は「消費生活サポーター養成講座」が実施されて、修了生が地域の見守りの担い手となることが期待されるが、今後も継続して担い手育成を実施していくことが必要だと思う。</p>	<p>地域における消費生活の見守りについては、消費者トラブルの未然防止等に大変重要であるため、本市では、担い手の育成として、これまで5年間にわたって消費生活サポーター制度を実施しており、修了生においては、毎年フォローアップ講座を受講いただくことで、消費生活サポーターのスキルアップを図っているところです。</p> <p>引き続き、地域と本市を結ぶ橋渡し役として、地域における消費生活の見守り、消費者教育を行う担い手育成に取り組んでまいります。</p>	B
5	<p>消費者が事業者を相手に行う訴訟について、その費用の貸付やその他訴訟活動に必要な援助を行うとされているが、必ずしも積極的な取り組みが実施されているとは思えない。更なる実効性の確保を望む。</p>	<p>訴訟に発展するおそれがあり、条例等に該当する事案につきましては、訴訟に要する費用への支援等が有効であるものと考えております。今後も、被害の救済に向け適切に対応してまいります。</p>	C

No.	御意見（要旨）	市の考え方	対応区分
6	<p>コロナ禍でオンライン研修も含め、国、県、国民生活センター、業界団体で相談員研修が開催されている。相談の資質向上のため、研修に積極的に参加するためには、研修参加を可能とする行政の財政措置及び、行政担当職員の協力が必要である。</p>	<p>相談員や職員の資質向上に向けた研修につきましては、業界団体を含めた幅広い範囲での情報収集を行い、積極的に実施しております。引き続き、相談員や職員が研修に積極的に参加できる環境を整備してまいります。</p>	C
7	<p>市から送付される冊子類やチラシが多すぎると感じる。どれだけ活かされているか検証したうえで毎年の発行・送付をしていただきたい。</p>	<p>啓発冊子類やチラシ類の発行につきましては、内容や発行部数等について、啓発する対象者に応じた効果的かつ適切な情報を提供してまいります。また、持続可能な社会の実現に向けて、冊子の見直しや電子化等への対応を適宜検討してまいります。</p>	C
8	<p>町内会などでは、民生委員、社協運営委員、青少年指導員、スポーツ推進委員等の配置が要求されている。消費生活サポーターも同様に町内会などの構成要員として位置付けされれば組織として活動することができる。</p>	<p>消費生活サポーターにつきましては、地域における消費生活に関する知識の普及や見守りの担い手としてボランティアで活動いただいています。町内会・自治会は任意団体であることから、市が構成要員の配置等について要求するものではありませんが、町内会等を通じた消費者啓発について、消費生活サポーターの活動の重要性について周知を図るとともに、さらなる育成支援等に取り組むことにより、効果的な啓発を行ってまいります。</p>	C
9	<p>「消費者安全法」に基づく立入検査等を実施するとされているが、川崎市が立入検査等を実施する内容や基準が不明である。</p>	<p>立入検査を実施する基準につきましては、「消費者安全法」第 45 条第 1 項において、法律の施行に必要な限度における立入調査等の権限を規定しており、同法第 47 条第 2 項で当該権限は、都道府県知事又は消費生活センターを置く市町村長が当該権限に属する事務の一部を行うこととすることができるとしています。</p> <p>今後は、他都市の実施状況等を踏まえて、実施手法を検討するとともに、本市におきましても、法令等に基づき、必要に応じて立入検査等を実施してまいります。</p>	C
10	<p>耐久消費財の保証表示および修理明細の発行について、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するとされているが、実際、どのような基準が定められているのか、また遵守状況調査が行われた実績があるのか等も不明である。</p>	<p>耐久消費財の保証及び修理明細の発行につきましては、本市の「アフターサービスの基準実施要領」で、一般消費者が通常生活のうえで利用する耐久消費財であって、「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例施行規則」別表4に掲げるものに、その品質、性能等を保証する旨の表示をした書面（以下「保証表示」という。）を添付する場合、その保証表示に表示すべき事項を定めています。</p> <p>販売事業者の遵守状況調査の実施状況については、公表しておりませんが、今後は、基準に反する事例等を認知した際に、適宜調査を実施するとともに、消費者への情報提供の方法について検討してまいります。</p>	C

No.	御意見（要旨）	市の考え方	対応区分
11	<p>条例に基づき、事業者が不適切な事業行為を行っているおそれがあると認められるときは、その実態の調査及び改善指導等を行うとされているが、川崎市独自で改善指導された事案はないと思う。</p> <p>市に拠点を置く事業者のトラブルについては独自で、事業者の不適切な事業行為の改善指導が不可欠と思う。</p>	<p>改善指導につきましては、「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、悪質な事業者について、被害状況の把握に努めており、広範囲で効果的な指導を行うため、神奈川県や県内の政令指定都市と合同により指導を行っております。今後も、広域的な消費者被害を防止するため、関係機関と連携し推進してまいります。</p>	C
12	<p>高齢者や若者の「特別相談」を実施しても、広報の不足からか、「特別相談」の実施を知った消費者からの相談は少ないのが現状である。「特別相談」を有効にするためには、市のホームページだけでなく、区役所や高齢者施設、及び学校関係等にも「特別相談」の開催情報を提供する等の取り組みが必要である。</p>	<p>各特別相談につきましては、区役所や市の公共施設の他、老人福祉センター、地域包括支援センター、市内の大学など消費生活相談対象者に向けてチラシを配架するなどにより適切に広報しております。今後も、より情報が伝わるよう広く周知に取り組んでまいります。</p>	C
13	<p>高齢者の消費者被害の防止を図るため、地域包括支援センター等と連携し、高齢者本人に向けた消費者教育を行いますとされているが、高齢者本人に向けた消費者教育は、対面で行う必要があり、まだ不十分だと思う。</p>	<p>高齢者の消費者被害防止の取組につきましては、地域包括支援センターでの周知の他、市民を対象とした「かしこい消費者講座」の開催や、「くらしのセミナー（出前講座）」による、無料での講師派遣事業を行っております。今後も、地域包括支援センター等と連携しながら、対象者に応じた適切な講座を実施するとともに、より多くの方々に知っていただけるよう事業の広報に取り組んでまいります。</p>	C
14	<p>高齢や障害等、様々なハンディキャップをもつ方々の消費者被害の防止を図るため、高齢者施設や障害者施設等に講師を派遣し、当事者を対象とした消費者教育を行うとされているが、各施設に消費者教育の必要性を認識してもらう必要があり、まだ不十分だと思う。</p>	<p>高齢や障害等の方につきましては、それぞれの特性に応じた消費者教育が必要であると認識しております。引き続き、各施設への広報紙の配布等とともに、地域包括支援センターと連携し、施設関係者からのニーズを踏まえて消費者教育の講座を実施するなど、当事者により広く知っていただけるようさらなる事業の広報に取り組んでまいります。</p>	C

No.	御意見（要旨）	市の考え方	対応区分
15	<p>地域における高齢者や障害者等の見守り活動を推進するため、警察、介護・福祉関係者等の見守り関係者への情報提供を行うとされているが、情報提供する見守り関係者の範囲を広めることが必要である。</p> <p>また、連絡会議において地域包括支援センターの職員等に対して、消費生活相談員が参加し情報提供を行ってきた。しかし、川崎市の7区には、それぞれ複数の地域包括支援センターがあり、情報共有や連携の取り方がまだ不十分だと思う。</p>	<p>地域における見守り活動の推進のため関係機関との連携が重要であると認識している情報提供先につきましては、今後、さらなる拡充に向け、関係機関や地域の団体等に協力を呼びかけてまいります。</p> <p>また、地域包括支援センターは、地域の高齢者を見守り、消費者被害の防止のため、情報提供を行う役割があることから、円滑な情報共有や連携について、関係局と協議しながら進めてまいります。</p>	C
16	<p>若年者への効果的な消費者教育を行うため、学園祭等のイベントを通じて啓発活動を実施するとされている。しかし、学園祭等のイベントだけでなく、大学等の入学時のオリエンテーションなどでも、積極的に若年者の消費者トラブルの未然防止のための講座を行うことも効果的な消費者教育になると思う。また、学校等への消費者教育については、授業の一環として、消費生活相談員が講師として授業を行うことも必要だと思う。</p>	<p>若年者への消費者教育につきましては、大学の行事等での広報は効果的であると認識していることから、今後も様々な機会を通じた広報について、協力を呼びかけてまいります。また、生徒向けに消費生活相談員等、専門家の派遣が可能であることから、出前講座の活用についても周知してまいります。</p>	C
17	<p>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、高等学校における消費者教育の推進、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するとされている。しかし、学校における消費者教育の担い手となる教員は、高等学校だけでなく、小中学校の教員にも必要だと思う。</p> <p>小中高の教員が、適切な消費者教育の担い手となるように、教員のための講座を、積極的に消費生活相談員を活用して実施すべきと思う。</p>	<p>小中学校の教員に対しましては、教科主任会や教科研究会で消費者教育についての情報発信や講演会を行っております。今後も、小中学校の教科主任会などでの指導の好事例の紹介や、教員の研修参加、外部講師の活用促進など、消費者教育の指導ができるよう関係機関と連携して取り組んでまいります。</p>	C
18	<p>若年者が消費者トラブルに遭った時に、市のホームページの「よくある質問(FAQ)」で、自主解決が図られると思えば検索する若年者が多くいるとは思えない。若年者の特質を検証して、効果的な情報発信が必要だと思う。</p>	<p>若年者への情報発信につきましては、内容がより伝わるよう「よくある質問(FAQ)」(以下、FAQという)の他、電子メール相談及びメールマガジン等を実施しております。令和4年4月に施行された成年年齢引下げに伴う若年者層からの相談が増加しておりますので、今後も相談状況及び国の動向を確認しながら、FAQを充実させていくとともに、電子メール及びメールマガジン等で若者に対するより効果的な広報に取り組んでまいります。</p>	D

No.	御意見（要旨）	市の考え方	対応区分
19	<p>若年者が消費者被害に遭わないよう、また遭った時に救済されるように、消費者関連法が整備された上で、成年年齢引下げが行われるべきだったと思う。しかし、消費者関連法で若年者が救済される改正が整わない状況で、成年年齢引下げの民法が施行されたため、新たに成人となった若者も含め、若年者の消費者教育の具体的な取り組みが重要である。</p>	<p>成年年齢引下げへの対応につきましては、これから成年を迎える若者に対し、若者に多い消費者トラブルの事例を取り上げた広報や講座の実施等に取り組んでおります。</p> <p>また消費者への具体的な教育としては、学校現場において、学習指導要領に沿った指導やデジタル教材を活用等し、お金の使い方や商品の選び方など消費に関する基本的な知識を学べるようにするなど、体系的な消費者教育を進めております。今後につきましても、若年者の年齢や特性に応じた消費者教育を推進してまいります。</p>	D
20	<p>小中学校の生徒向けに、消費者市民社会の形成や消費者トラブルに関する知識の普及啓発を行う。また教育委員会と連携し、インターネット関連取引のリスクの理解など、デジタル教材の内容のさらなる充実に取り組むとされている。しかし、川崎市独自で作成するデジタル教材の内容の充実で、小中学校の生徒が消費者市民社会の理解や、消費者トラブルを未然防止するための知識が学べるのかは疑問である。</p>	<p>小中学校生向けの普及啓発につきましては、小中学校における消費者教育と併せて、デジタル教材に消費者市民社会の行動事例や最新のインターネット関連取引のトラブル事例などを盛り込むことにより、生徒にわかりやすい教材の作成に取り組んでおります。今後も、作成に当たっては、最新の事例を研究しつつ、教育現場の担当者とも連携し、取り組んでまいります。</p>	D
21	<p>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教育の充実に取り組むとされているが、各教科で実際にどのような消費者教育の充実に取り組むのかを示す必要があると思う。</p>	<p>各学校におきましては、「学習指導要領」に基づき、各教科で消費者教育に取り組んでおります。社会科において金融の仕組みと働きについて、家庭科において売買契約や計画的な金銭管理について指導しているなど各学校の特色を生かした教育課程の編成を図っております。「消費者に関する教育」で育成を目指す子どもたちの資質・能力を明確にし、教科間の横断的な視点で自立した消費者の育成をめざしてまいります。</p>	D
22	<p>「有害物質の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、試売等の監視指導、試売等の試験検査の実施が明記されているが、法律で規制される化学物質は現在 21 物資に限定されている。幅広い範囲をカバーする形で行われることが必要である。</p> <p>また、家庭用品の使用方法に関する啓発活動や健康被害に関する状況把握に努められているが、啓発活動は、さらに効率的な啓発が必要だと思う。</p>	<p>健康被害を起こす可能性が想定される「人の健康に係る被害を生ずるおそれがある物質として政令で定める物質」につきましては、「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」に基づき監視指導を行っております。また、家庭用品によるものと認められる人の健康に係る重大な被害が生じた場合は、政令で定める物質に係わらず、必要な応急の措置をとることとなります。</p> <p>市民の健康を保護することを目的とし、今後も、より効率的な啓発活動を検討し実施してまいります。</p>	D

「第7章 消費者行政推進計画の実効性の確保」に関すること

No.	御意見（要旨）	市の考え方	対応区分
1	政策内容、進捗過程や達成などが消費者に届き、伝わり、共感を得てもらうような広報活動の仕組み作りをしてほしい。	消費者行政施策の推進にあたりましては、3年度毎に消費者行政施策の方向性を取りまとめた、「消費者行政推進計画」を策定するとともに、単年度の事業計画、前年度の実績及び評価等を取りまとめた「消費者行政事業概要」を作成し、区役所等での配架や市ホームページ等により周知しております。 今後は、これまでの広報とともに、地域包括支援センターなどに配布するなど、広報に取り組んでまいります。	B
2	具体的な目標設定や事業内容、それがどのような方法や仕組みで実行され、成果はどのように評価するのかをきちんと公表してほしい。	消費者行政施策の推進にあたりましては、毎年度、各事業内容について、消費者行政推進委員会の意見を踏まえて、計画の立案、目標の設定を行うとともに、実施した事業につきましては、同委員会に報告を行い、そこからの意見をもって、点検・評価を実施しております。 また、評価手法については、「消費者行政推進計画」を、当該年度の事業計画、前年度の実績及び評価については、「消費者行政事業概要」を用いて、公表しているところです。 今後も、附属機関の意見を踏まえながら、事業計画等の立案や、実績及び評価等を実施し、「消費者行政事業概要」等により、市民の方への公表について、適切に取り組んでまいります。	D

6 案からの変更点

関連法令の改正等に関する内容の記述、用語・用字の修正、データの更新など、所要の整備を行っています。

【データの更新等に伴う修正箇所（記載のページは、資料1、参考資料1及び2の通し番号）】

修正箇所	修正内容
成果指標の更新	成果指標の実績値を最新に更新(P15、25、62)
関係法令の改正、制定に関する記載	いわゆる靈感商法や法人等からの不当な寄附の勧誘等による被害救済に関連した法律に関する内容を追記(P12、36、48、51)
各統計データの年度表記の統一	各グラフデータが年度である旨の記載(各グラフのページ)
年度表記の統一	年度表記を、和暦・西暦を並列して記載(各ページ)

1 川崎市消費者行政推進計画策定にあたって

(1) 消費者行政推進計画策定の趣旨と経緯

① 趣旨

「川崎市消費者行政推進計画（以下「消費者行政推進計画」という。）」は、消費者の権利の尊重と自立支援に向けた取組を行うとともに、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策定している。

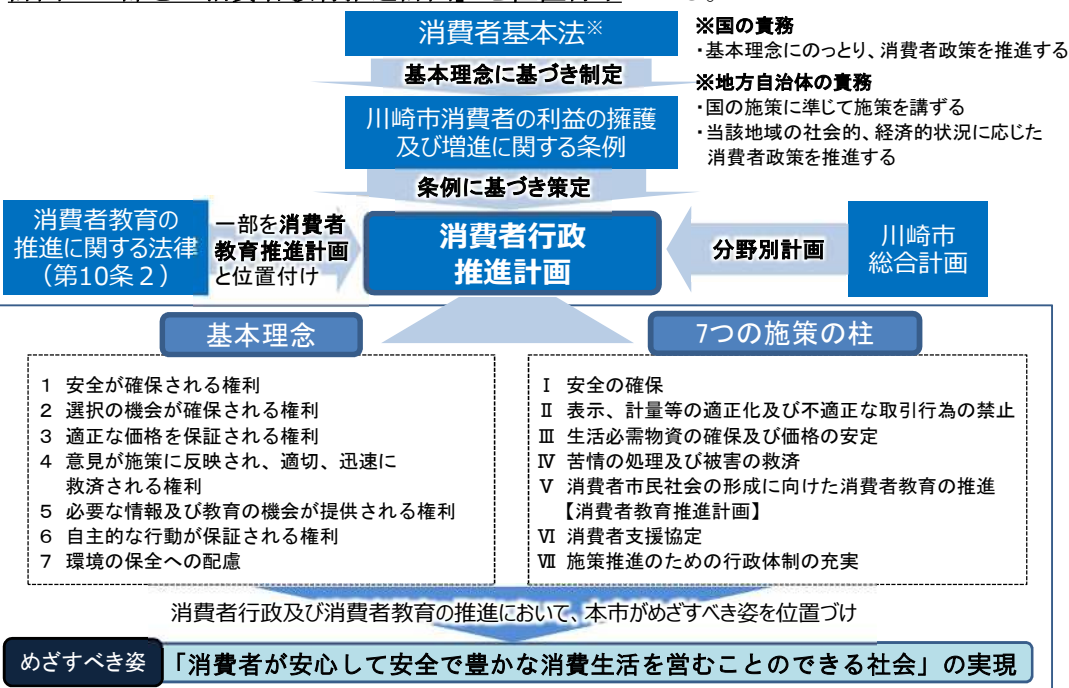
② 経緯

「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か年間の計画として策定している。このたび、新型コロナウイルス感染症の影響や消費生活のデジタル化、法改正など消費者を取り巻く状況が変化していることから、これらに的確に対応し消費者行政を推進するため、令和5(2023)年度からの計画を策定する。

(2) 消費者行政推進計画の位置付け

「消費者行政推進計画」は、川崎市総合計画を上位計画とした、消費者行政に関わる分野別計画であり、「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」に基づき策定している。

また、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」において、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としており、消費者行政推進計画に定める消費者教育の施策を拡充することで、消費者行政推進計画の一部を「消費者教育推進計画」と位置付けている。



(3) 消費者行政推進計画期間

本計画期間を令和5(2023)年度から令和7(2025)年度とする。

2 消費者行政推進計画（令和2～4年度）の主な取組の成果

I 安全の確保

・調査及び商品に関する各法に基づく立入検査、食品等の検査等を実施することにより、商品・サービス、食の安全性を図った。

II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止

・家庭用品の品質表示の立入検査及び特定計量器の定期検査、商品量目の立入検査等を実施することにより表示、計量等の適正化を推進した。

III 生活必需物資の確保及び価格の安定

・市内のスーパー及び大手コンビニエンスストア等と締結している協定に基づき、供給体制の確認を行った。また、協定の実効性を高めるため、生活協同組合の協力を得て、締結団体と情報伝達訓練を実施すること等により、供給体制の充実を図った。
・生鮮品等の集荷と充実を図り、安定供給を確保した。

IV 苦情の処理及び被害の救済

・土曜日電話相談を継続し、平日に相談できない相談者の利便性を向上させた。
・法改正等により新しい知識を吸収するため、相談員向けの研修を実施し、スキルアップを図るとともに、専門的アドバイスとして弁護士による助言により、相談体制の充実を図った。
・事前予約制等によりコロナ禍においても円滑な消費生活相談体制を構築した。
・外国人市民の消費者被害の拡大防止に向けて関係機関と連携を強化した。

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】

・障害者相談支援センターや地域活動支援センター等の職員を対象に、障害者の消費生活見守り講座を実施し、見守り関係者との連携を強化した。

・幅広い世代に対して、「消費者市民社会」の考え方の普及や消費を通じて持続可能な社会を築くための行動事例について、「消費者市民社会」のイメージ動画を作成し、YouTubeやSNS等での発信、デジタルサイネージによる広報を実施し、その概念の普及に取り組んだ。



- ・消費者教育のためのデジタル教材を作成し、小中学校に提供することにより消費者教育を推進した。
- ・成年年齢引下げに伴う啓発として、Webやパンフレット等により、若年者への消費者教育を推進した。



VI 消費者支援協定

- ・消費者支援協定店と連絡体制を確保し、協定店との協力体制を維持した。

VII 施策推進のための行政体制の充実

- ・附属機関等と協議を実施し、そこでの意見を反映させるとともに、モニターへのアンケート等の実施により市民意見の把握に努めた。

毎年度、消費者行政事業概要において、消費者行政推進委員から意見を聴取し、点検・評価を実施

令和2～4年度
消費者行政
推進計画
の主な評価

- ①土曜日電話相談の実施、相談員研修の充実及びコロナ禍における相談の事前予約制導入等により、円滑な消費生活相談体制を構築し、令和3(2021)年度において、**年度内完了率が99.4%となり目標を達成した。**
- ②動画作成及びYouTube等での発信により「消費者市民社会」の概念を**広報周知**することにより、消費者教育を推進した。

3 消費者を取り巻く現状

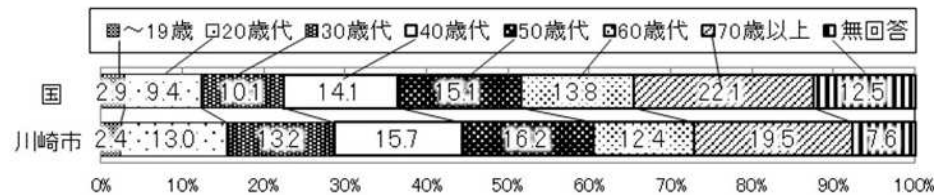
(1)消費者を取り巻く社会経済環境の変化等

近年、新型コロナウイルス感染症の影響やデジタル化の急速な進展、法改正等により、消費者を取り巻く社会経済環境は、大きく変化している。

① 相談者の属性

相談者の年代別割合をみると、国と比べ、本市は若い世代の相談割合が多く、また**20歳代から60歳代まで概ね同じ相談割合となっている。**(図1)

(図1)令和3(2021)年度 契約当事者の年代別割合



(資料)川崎市消費者行政センター調べ、消費者庁の資料から作成

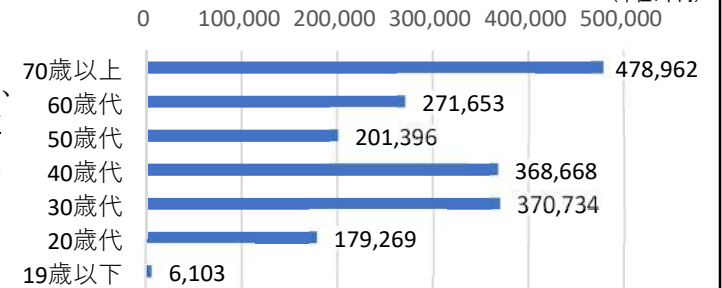
② 成年年齢引下げ

令和4(2022)年4月の改正民法施行に伴い、成年年齢が20歳から18歳に引下げられたことにより、**未成年者取消権の適用が17歳以下**となっている。

③ 高齢者の被害状況

本市の消費生活相談における年代別既支払額は、70歳以上が最も多く、**高齢者における被害総額は高額**である。(図2)

(図2)本市の令和3(2021)年度 年代別既支払総額 (単位:千円)

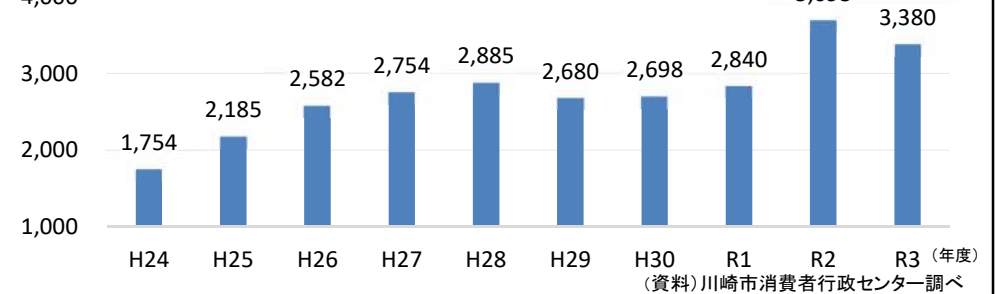


(資料)川崎市消費者行政センター調べ

④ 相談内容の複雑化

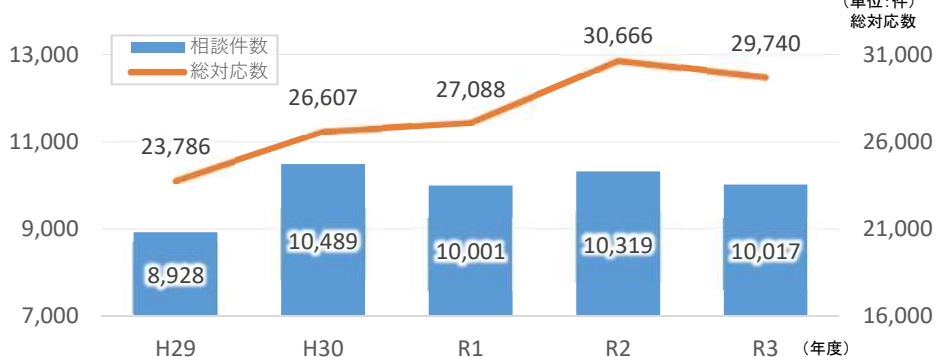
インターネットの普及や新型コロナウイルス感染症等の影響による電子商取引の増加やキャッシュレス決済の普及により、**インターネット関連のトラブルの増加**が見られる。また、介在している事業者が複数あることなどにより、解決に至るまでの対応時間・回数が増加しており、**相談内容が複雑化**している。(図3、4)

(図3)本市のインターネット通販に関する消費生活相談件数の推移 (単位:件)



(単位:件)
相談件数

(図4)本市の消費生活相談件数・総対応数の推移 (単位:件)

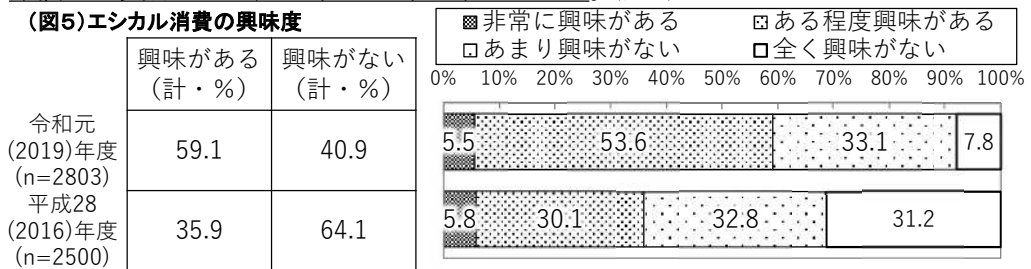


(資料)川崎市消費者行政センター調べ

⑤ SDGs

持続可能で多様性と包摂性のある社会に向け、消費生活において、エコ商品、サステナブルファッション等のエシカル消費の取組が進む中、**エシカル消費に関する消費者意識調査で興味がない人が未だに4割を占めている。**(図5)

(図5)エシカル消費の興味度



※消費者庁において、消費者市民社会を目指した消費者教育の推進は、エシカル消費の普及・啓発活動などと共に「持続可能な開発目標(SDGs)」の達成に貢献する施策としています。

(2) 国の動向

国は、消費者基本法第9条に基づき、消費者政策の推進に関する基本的な計画として「消費者基本計画」を策定し、令和3(2021)年度に、新型コロナウイルス感染症の影響等、社会経済環境の変化に対応するため改定を行った。

また、いわゆる靈感商法や法人等からの不当な寄附の勧誘等による被害の救済を図るため、令和4(2022)年12月に「消費者契約法」等の改正及び「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」が成立した。

◆令和4(2022)年度における消費者基本計画工程表改定の主なポイント

- ①消費者被害の防止の強化
【関連する対応】概要P5 本編P28, 31~33
- ②デジタル社会における消費者保護
【関連する対応】概要P5 本編P28, 29, 31, 33
- ③SDGsに貢献する消費者・事業者の取組・協働の推進
【関連する対応】概要P5.6 本編P31, 35
- ④成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育の推進
【関連する対応】概要P5 本編P28, 33

4 評価と現状を踏まえた課題

「消費者行政推進計画(令和2年~令和4年度)」において、消費生活相談体制の構築及び「消費者市民社会」の普及、成年年齢引下げに伴う若年者への消費者教育の実施等に取り組み、成果を上げており、引き続き消費者の安心・安全に向けた従来の取組を行う必要があるとともに、消費生活相談の利便性の更なる向上や「消費者市民社会」の考え方について行動変容につなげるための啓発、成年年齢引下げに伴う若年者への継続的な啓発等が課題としてあげられる。

これまでの**取組の成果や消費者を取り巻く社会経済環境の変化、国の動向等を踏まえ、今後、対応すべき課題を5つに整理**する。

- (1) **相談者の属性** 各年齢層に応じた消費生活相談の未然防止
- (2) **成年年齢引下げ** 成年年齢引下げによる若年者を狙った消費者被害拡大の懸念
- (3) **高齢者の被害状況** 消費者被害額が大きい高齢相談者への対応
- (4) **相談内容の複雑化** 社会のデジタル化等による相談内容の複雑化
- (5) **SDGs** 持続可能な開発目標に対応した消費者意識の醸成

5 基本的な考え方と主な施策の方向性

(1) 基本的な考え方

「消費者行政推進計画」において、各年齢層に応じた相談者への対応や、若年者・高齢者など、消費者被害の拡大が見込まれる年齢層の消費者被害の未然防止、社会のデジタル化やSDGsなどの社会経済環境の変化による課題に的確に対応するため、2つの本市の基本的な考え方を整理する。

- ①これまでの施策を着実に進め、消費生活の安定と消費者の自立を促進するためには、引き続き消費者行政施策に取り組む必要があることから、**条例に基づく基本理念及び7つの施策の柱は、継続**する。
- ②**これまでの取組及び消費者を取り巻く社会経済環境の変化、本市の現状、国の動向を踏まえた課題**への対応を整理し、**次の3つを主な施策の方向性**とする。

(2) 主な施策の方向性

めざすべき姿である「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことのできる社会」を実現するため、3つの主な施策の方向性を設定し、取組内容の充実を図り、「消費者行政推進計画」における施策に反映する。

① 若年者から高齢者までのライフステージに応じた消費者教育の推進 <4課題 (1) (2) (3) (4) への対応>

- ・若年者から高齢者までのライフステージに応じた消費者教育を推進することにより、消費者トラブルを未然に防止し、安全・安心な消費生活の確保を図る。

② 消費生活相談機能の更なる充実 <4課題 (1) (2) (3) (4) への対応>

- ・年々複雑化する消費者トラブルに適切かつ迅速に対応すべく、相談機能の更なる充実と利用者の利便性の向上を図る。

③ SDGsに貢献する消費者等を育てる消費者教育の推進 <4課題 (5) への対応>

- ・持続可能で多様性と包摂性のある社会を目指し、消費生活におけるSDGsの実現のため、エシカル消費等SDGsに貢献する消費者等への普及啓発を実施する。

6 消費者行政推進計画における施策

I 安全の確保



・安全で安心な暮らしの確保に向けた必要な調査・検査等の実施

施策	主な取組
1 商品・サービスの安全性確保	(1)商品等の安全性の調査 (2)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	(1)農作物の安全性確保 (2)食品衛生に関する監視指導・検査 (3)食中毒等の調査 等
3 監視指導	(1)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	(1)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	(1)食品、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



・消費者が適切な選択を行うための価格・量目の表示、計量の適正化
・消費者被害の未然防止等のための実態調査及び改善指導

1 表示・包装の適正化	(1)表示基準等による適正化の実施 (2)過大包装の適正化 等
2 計量の適正化	(1)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	(1)事業者との情報交換及び必要に応じた法令等の遵守 (2)近隣自治体や関係機関との連携 等

III 生活必需物資の確保及び価格の安定



・生活必需物資の安定供給
・災害時や異常な物価高騰時等に対応するための生活物資の調達、供給体制の整備

1 生活必需物資の確保及び価格の安定	(1)市場における生鮮品等の安定供給 (2)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	(1)災害時における協定に基づく生活必需物資の供給 (2)震災時における飲み水確保のための応急給水拠点の整備 等

6 消費者行政推進計画における施策



IV 苦情の処理及び被害の救済

- ・複雑化・多様化する消費者被害等への迅速かつ適切な対応
- ・市民の安全、安心な消費生活を営むための消費生活相談機能の充実、強化

＜施策の方向性②＞
『消費生活相談機能の更なる充実』
に向けた対応

◎重点取組

施策	主な取組
1 消費生活相談機能の充実	(1)全世代の多様なトラブルに対応した専門知識と経験を持つ消費生活相談員による相談の実施 (2)◎デジタル化の進展や国のいわゆる靈感商法等の悪質商法への対策など、社会経済環境の変化により整備された関連法令等に対応するため、職員及び消費生活相談員の資質の向上を図るための研修を実施（相談者の属性、相談内容の複雑化への対応） (3)◎高齢者・若年者等に向けた特別相談の実施に加え、悪質商法などに対する国の動向や法の改正等を踏まえ、必要に応じた特別相談等の検討（相談者の属性、成年年齢引下げ、高齢者の被害状況への対応） (4)◎【新規】消費生活相談のデジタル化の推進（相談内容の複雑化への対応） ①消費者ニーズに対応するWeb会議ツールを利用したオンライン相談の導入等 (5)◎国等が検討を進める消費生活相談サービスの業務・システム体系の進捗を踏まえた相談体制の構築（相談内容の複雑化への対応）
2 被害の救済	(1)悪質商法に対する被害救済に向けた関係機関との連携 等

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】



- ・消費者が自立し、自主的かつ合理的に行動する力を身に付けるための支援
- ・「消費者市民社会」の形成に向けた消費者教育の推進

＜施策の方向性①＞
『若年者から高齢者までのライフステージに応じた消費者教育の推進』
に向けた対応

＜施策の方向性③＞
『SDGsに貢献する消費者等を育てる消費者教育の推進』
に向けた対応

◎重点取組

1 市民に向けた効果的な情報発信	(1)◎リーフレットやデジタルサイネージなどによるインターネット関連などの時宜にかなった様々な消費者トラブル事例等の効果的な情報発信（相談内容の複雑化への対応） ①デジタル化の進展やコロナ禍によるインターネット関連の消費者トラブル事例を消費生活相談事例集やホームページ、メルマガ等により、重点的に広報 (2)消費者市民社会に向けた消費者教育講座の実施 等 ◎「消費者市民社会」の広報（SDGsへの対応） ①消費者の行動変容につなげる持続可能な社会を築くための行動事例の広報・啓発
2 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)地域社会／全世代への取組 ◎【新規】地域の団体等と連携した消費者被害注意喚起情報の発信（相談者の属性への対応） ①全世代の消費者被害未然防止のための町内会・自治会等への啓発チラシの配布等 (2)地域社会／高齢者／障害者への取組 ◎地域の高齢者等の見守りの担い手となっている関係者等への情報提供・情報共有（高齢者の被害状況への対応） ①地域包括支援センターや福祉関係者等との連携、消費者被害に関する情報提供・事例共有 (3)学校／若年者への取組 ◎GIGAスクール端末に対応したデジタル教材の活用促進と内容の充実（成年年齢引下げ、相談内容の複雑化への対応） ①小中学生に向け、消費者トラブルの知識の普及を図るため、デジタル教材による消費者教育を展開 ②若年者のインターネット関連の消費者トラブル等の未然防止を図るため、教育委員会と連携し、インターネット関連取引のリスクの理解など、デジタル教材等の内容のさらなる充実

6 消費者行政推進計画における施策

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】(続き)



- ・消費者が自立し、自主的かつ合理的に行動する力を身に付けるための支援
- ・「消費者市民社会」の形成に向けた消費者教育の推進

施策	主な取組
2 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	(4)職域／事業者への取組 ◎【新規】事業者への消費者志向経営の啓発 (SDGs 5-(2)-③への対応) ①事業者に向けた消費者市民社会の広報及び消費者志向経営に関する講座の実施
3 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消費生活相談員の研修支援 ②環境教育を推進する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 ①消費者団体との連携及び各消費者団体間の連携促進

＜施策の方向性③＞
『SDGsに貢献する消費者等を育てる消費者教育の推進』
に向けた対応

◎重点取組

VI 消費者支援協定



- ・事業者の自主的な改善の促進と冊子、ホームページ等による情報提供

1 消費者支援協定の締結	(1)家庭用電気製品の修理、上下水道の水回り工事、住宅工事、葬儀等に関する支援協定
--------------	---

VII 施策推進のための行政体制の充実



- ・市民意見を反映した総合的な消費者行政の推進と関係部署、関係機関との連携強化

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

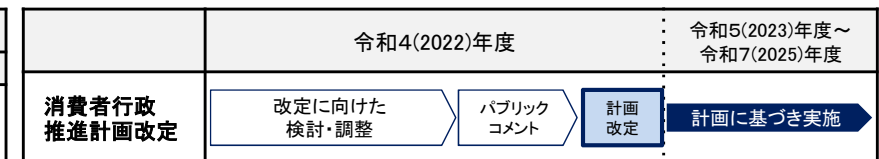
7 消費者行政推進計画の実効性の確保

毎年度「消費者行政事業概要」を作成し、消費者行政推進計画の進行管理及び事業実績の評価を実施し、適宜取組の見直しを行い、点検・評価結果を公表する。

成果指標による達成状況を把握し、消費者行政推進計画を効率的に推進する。

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	98.2% (平成26(2014)年度)	99.4% (令和3(2021)年度)	99.0%以上 (令和4(2022)年度)	99.0%以上 (令和7(2025)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)	64.3% (平成27(2015)年度)	88.7% (令和4(2022)年度)	92.0%以上 (令和4(2022)年度)	92.0%以上 (令和7(2025)年度)

8 今後のスケジュール



川崎市消費者行政推進計画

—令和 5（2023）年度～令和 7（2025）年度—

川崎市

令和 5（2023）年 3 月



はじめに

川崎市長

福田 紀彦



私達を取り巻く社会経済環境は、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する中、インターネット通販やキャッシュレス決済の急速な普及など、消費生活のデジタル化の進展や近年の新型コロナウイルス感染症の影響等により大きく変化しています。このように、消費者の利便性が向上する一方で、インターネット関連の悪質且つ巧妙な手口による新たな消費者トラブル、依然として絶えない高齢者の消費者被害等、消費者被害は複雑化及び深刻化しております。

一方、法改正の影響を見てみますと、令和4(2022)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、18歳及び19歳が消費者トラブルに遭った際に、「未成年者取消権」が行使できなくなりました。そのため、契約に関する知識や経験が不足している若年者をターゲットとした消費者被害の拡大が懸念されています。また、靈感商法を含む悪質商法の被害救済に向け、令和4(2022)年12月に「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」が制定され、今後の消費者行政としての対応が注目されております。

本市においては、適切な消費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「川崎市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を推進してまいりました。そのような中で、消費生活相談件数は4年連続で10,000件を上回り、相談内容も複雑化してきています。また、高齢者における被害総額も高額で深刻化してきているなど、若年者から高齢者まであらゆる年代から相談が寄せられている状況です。

このたび、こうした社会経済環境の変化による課題に的確に対応するため、「川崎市消費者行政推進計画—令和5(2023)年度～令和7(2025)年度—」を策定いたしました。

今回の計画では、今までの取組に加え、若年者から高齢者までのライフステージに応じた消費者教育の推進、消費生活相談機能の更なる充実及びSDGsに貢献する消費者等を育てる消費者教育の推進に取り組むこととしています。新しい取組を進めることで「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことのできる社会」の実現を目指してまいります。

計画期間内の令和6(2024)年には、市制100周年という大きな節目を迎えます。次の100年に向けて、引き続き、「SDGs未来都市」として「成長」と「成熟」の調和する「最幸のまちかわさき」を目指して取り組んでまいりますので、皆様の御理解と御協力をお願いいたします。

令和5年3月

目次

第1章 川崎市消費者行政推進計画策定にあたって	1
(1) 消費者行政推進計画策定の趣旨と経緯	1
①趣旨	1
②経緯	1
(2) 消費者行政推進計画の位置付け	1
(3) 消費者行政推進計画期間	2
第2章 消費者行政推進計画（令和2年度から4年度まで）の主な取組の成果	3
第3章 消費者を取り巻く現状	5
(1) 消費者を取り巻く社会経済環境の変化等	5
①相談者の属性	5
②成年年齢引下げ	9
③高齢者の被害状況	9
④相談内容の複雑化	10
⑤SDGs	12
(2) 国の動向	14
第4章 評価と現状を踏まえた課題	16
第5章 基本的な考え方と主な施策の方向性	17
(1) 基本的な考え方	17
(2) 主な施策の方向性	17
第6章 消費者行政推進計画における施策	18
I 安全の確保	19
1 商品・サービスの安全性確保	19
2 食の安全性確保	20
3 監視指導	20
4 商品廃棄に係る汚染防止	21
5 放射性物質に対する安全性確保	21

II	表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止	22
1	表示・包装の適正化.....	22
2	計量の適正化.....	23
3	不適正な取引行為の禁止	24
III	生活必需物資の確保及び価格の安定.....	25
1	生活必需物資の確保及び価格の安定	25
2	災害緊急対策.....	25
IV	苦情の処理及び被害の救済	27
1	消費生活相談機能の充実	28
2	被害の救済.....	29
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】	30
1	市民に向けた効果的な情報発信	31
2	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.....	32
3	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.....	35
VI	消費者支援協定	37
1	消費者支援協定の締結.....	37
VII	施策推進のための行政体制の充実	38
1	消費者意見の反映	38
2	消費者行政の円滑な推進	38
第7章	消費者行政推進計画の実効性の確保.....	40
(1)	計画の推進.....	40
(2)	計画の点検・評価・公表	40
(3)	消費者行政推進計画の成果指標	41
(4)	施策体系図.....	43
(参考資料)		
1	川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例.....	45
2	川崎市消費生活センター条例.....	55
3	川崎市消費者行政の沿革.....	56

第1章 川崎市消費者行政推進計画策定にあたって

(1) 消費者行政推進計画策定の趣旨と経緯

① 趣 旨

本市では「川崎市消費者行政推進計画（以下、「消費者行政推進計画」という。）」は、消費者の権利の尊重と自立支援に向けた取組を行うとともに、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策定しています。

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。

この度、新型コロナウイルス感染症の影響や消費生活のデジタル化、法改正など消費者を取り巻く状況が変化していることから、これらに的確に対応し消費者行政を推進するため、令和5（2023）年度からの計画を策定します。

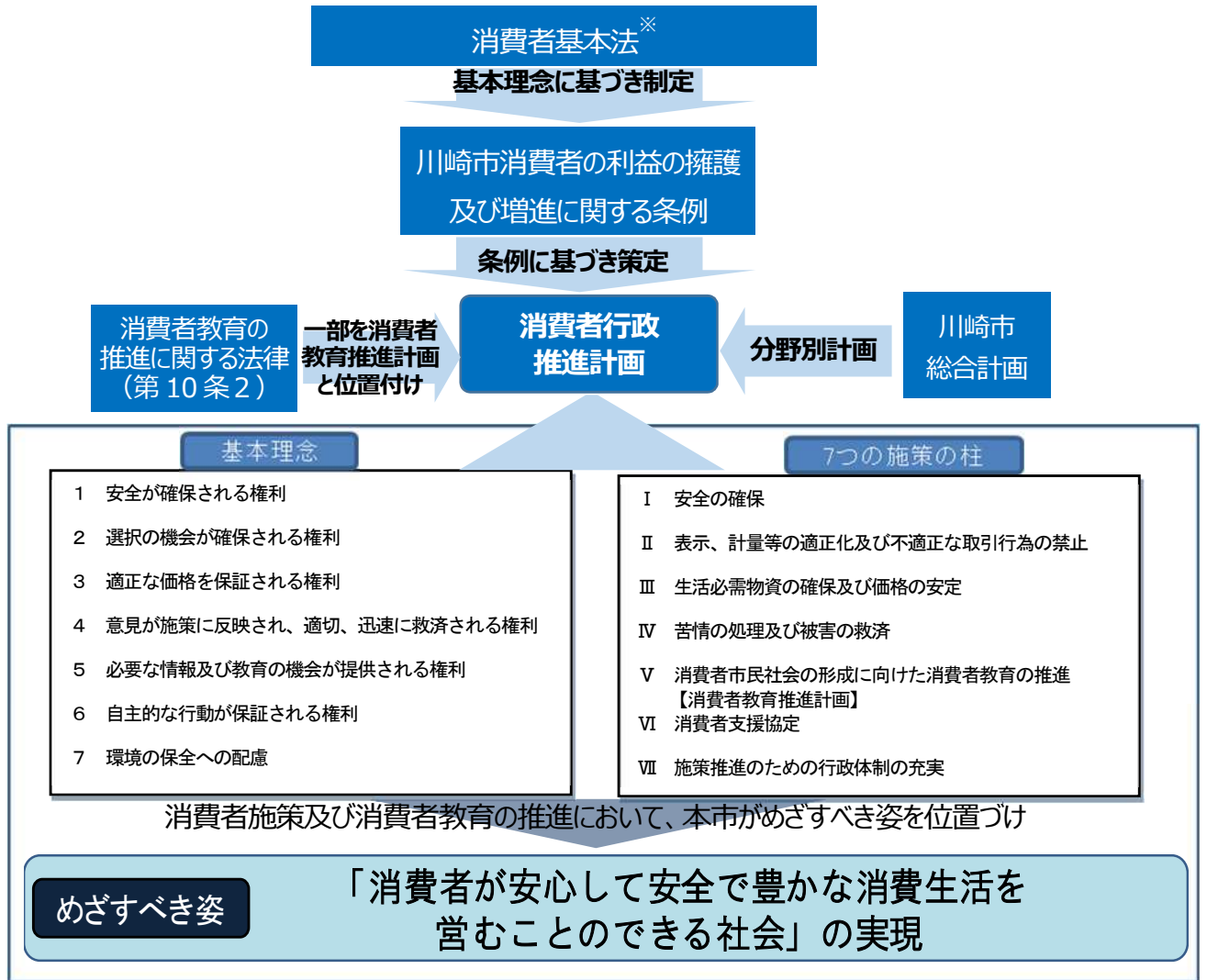
(2) 消費者行政推進計画の位置付け

本市では、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」の基本理念を基に制定した「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例（以下、「条例」という。）」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、「消費者行政推進計画」を策定します。

また、平成28（2016）年3月に策定した「川崎市総合計画（以下、「総合計画」という。）」を上位計画とした、消費者行政に関わる分野別計画として位置付けられ、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」の中で消費者行政を推進しています。

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、消費生活に関する教育を総合的かつ一体的に進めていくとしており、「消費者行政推進計画」に定める消費者教育の施策を拡充することで、「消費者行政推進計画」の一部を「消費者教育推進計画」と位置付けています。

【関係法令との体系図】



※「消費者基本法」において、国の責務とは、「基本理念にのっとり、消費者政策を推進する」とされています。また、地方自治体の責務とは、「国の施策に準じて施策を講じるとともに、当該地域の社会的、経済的状況に応じた消費者政策を推進する」とされています。その他の関係法令として、消費生活センターの設置等を定めた「消費者安全法」が制定されています。

(3) 消費者行政推進計画期間

本計画の期間は、令和5（2023）年度から令和7（2025）年度までの3か年とします。
 なお、本計画の消費者行政の施策体系（43、44 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、効果的な消費者行政の推進を図ります。

第2章 消費者行政推進計画（令和2年度から4年度まで）の主な取組の成果

本市における令和2（2020）年度から令和4（2022）年度までの「消費者行政推進計画」の期間内においては、以下のような取組成果を上げました。

I 安全の確保

調査及び商品に関する消費者安全法等に基づく立入検査、食品等の検査等を実施することにより、商品、サービス、食の安全性を図りました。

II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止

家庭用品の品質表示の立入検査及び特定計量器の定期検査、商品量目の立入り検査等を実施することにより表示、計量の適正化を推進しました。

III 生活必需物資の確保及び価格の安定

市内のスーパー及び大手コンビニエンスストア等と締結している協定に基づき、供給体制の確認を行いました。

また、協定の実効性を高めるため、生活協同組合の協力を得て、締結団体と情報伝達訓練を実施すること等により、供給体制の充実を図りました。

さらに、生鮮品等の集荷と充実を図り、安定供給を確保しました。

IV 苦情の処理及び被害の救済

土曜日の電話相談を継続し、平日に相談できない相談者の利便性を向上させました。

また、法改正等により新しい知識を習得するため、相談員向けの研修を実施し、スキルアップを図るとともに、専門的アドバイスとして弁護士による助言により相談体制の充実を図りました。

事前予約制等によりコロナ禍においても、円滑な消費生活相談体制を構築しました。

さらに、外国人市民の消費者被害の拡大防止に向けて関係機関と連携を強化しました。

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】

障害者相談支援センターや地域活動支援センター等の職員を対象に、障害者の消費生活見守り講座を実施し、見守り活動に対する関係者との連携を強化しました。

消費者啓発につきましては、講演会や町内会等地域の団体における出前講座の開催、情報誌の発行、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より消費生活相談の未然防止を図りました。

また、幅広い世代に対して、「消費者市民社会」の考え方の普及や消費を通じて持続可能な社会を築くための行動事例について、「消費者市民社会」のイメージ動画を作成し、

YouTube や SNS 等での発信、 デジタルサイネージによる広報を実施し、その概念の普及に取り組みました。



消費者教育のためのデジタル教材を作成し、小中学校に提供することにより消費者教育を推進しました。

さらに、成年年齢引下げに伴う啓発として、Web やパンフレット等により、若年者への消費者教育を実施しました。



VI 消費者支援協定

消費者支援協定店と連絡体制を確保し、協定店との協力体制を維持しました。

VII 施策推進のための行政体制の充実

附属機関等と協議を実施し、そこでの意見等を施策に反映させるとともに、モニターへのアンケート等の実施により市民意見の把握に努めました。

○主な評価

成果指標（41 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 99.0%以上【令和4（2022）年度】に対して実績値 99.4%【令和3（2021）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 92.0%以上【令和4（2022）年度】に対して実績値 88.7%【令和4（2022）年度】でした。

これらの取組を毎年度、消費者行政事業概要において、消費者行政推進委員から意見を聴取し、点検・評価を実施するとともに、翌年度以降の取組の見直しを行いました。

<p>令和2（2020）年度から4（2022）年度の消費者行政推進計画の主な評価</p>	<p>① 土曜日電話相談の実施、相談員研修の充実及びコロナ禍における相談の事前予約制導入等により、円滑な消費生活相談体制を構築し、令和3（2021）年度において、<u>年度内完了率が99.4%となり目標を達成</u>しました。</p> <p>② 動画作成及び YouTube 等での発信により「<u>消費者市民社会</u>」の概念を<u>広報周知</u>することにより、消費者教育を推進しました。</p>
--	--

第3章 消費者を取り巻く現状

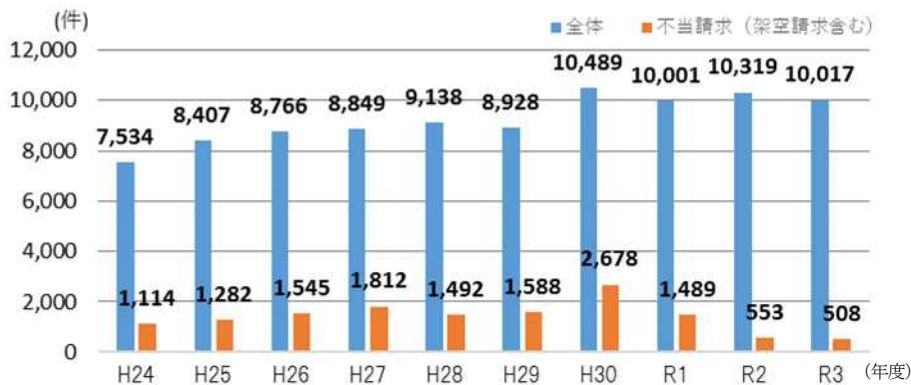
(1) 消費者を取り巻く社会経済環境の変化等

近年、新型コロナウイルス感染症の影響や消費生活のデジタル化、法改正等により、消費者を取り巻く社会経済環境は、大きく変化しています。

① 相談者の属性

本市の消費生活相談件数は、令和3（2021）年度は10,017件で、4年連続で10,000件を上回りました。不当請求（架空請求を含む）に関する相談は、平成30（2018）年度に2,678件に達しましたが、それ以降は減少し、令和3（2021）年度は508件となっています。

消費生活相談の年度別相談件数推移



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

令和3（2021）年度の消費生活相談について属性別にみると、年代別では70歳以上が最も多く、1,952件でした。男女別では、女性（5,091件）が男性（4,318件）を上回りました。

年代別割合を国と比較すると、本市は若い世代の相談割合が多く、また20歳代から60歳代まで概ね同じ相談割合となっています。

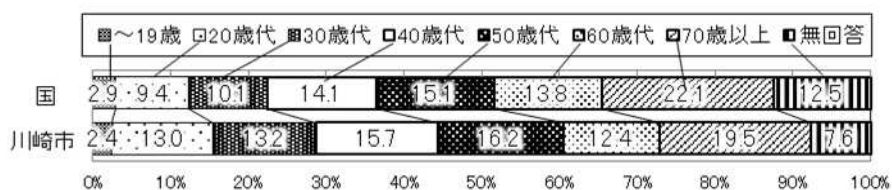
令和3(2021)年度 契約当事者の年代別・性別相談件数



	件数	構成比
男性	4,318	43%
女性	5,091	51%
不明	608	6%
合計	10,017	100%

(資料)川崎市消費者行政センター調べ

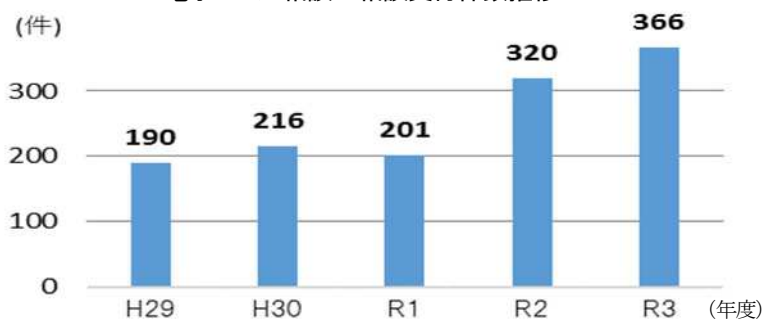
令和3(2021)年度 契約当事者の年代別割合



(資料)川崎市消費者行政センター調べ、消費者庁の資料から作成

相談方法では、デジタル化の進展等に伴い、電子メールによる相談が年々増加しています。電子メール相談は、インターネットに接続可能なパソコン、スマートフォン等があればいつでも相談できる便利なシステムであり、消費者行政センターの開所時間に相談できない消費者も手軽に利用できることが大きな利点となっています。

電子メール相談の相談受付件数推移



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

消費生活相談の内容を、商品や提供される役務(サービス)別に分類すると、令和3(2021)年度は、1位「商品一般」、2位「不動産貸借」となりました。

1位の「商品一般」は、心当たりのない荷物が届いた、メールで身に覚えのない料金を請求されたなどの相談のほか、フィッシング(注1)やクレジットカードの不正利用に関する相談が多く寄せられました。

2位の「不動産貸借」は、賃貸住宅の契約書に関して契約前に説明された条件と違う条件が書かれていた、重要事項説明書と契約書の内容が違っていたなどの契約トラブルに関する相談や、退去費用が高額で納得できないなどの原状回復トラブルに関する相談が多くを占めています。

(注1) フィッシング：偽の電子メールから偽のサイトに接続させたりする方法で、クレジットカード番号、アカウント情報といった重要な個人情報を盗み出す行為

令和3（2021）年度 商品・役務別相談件数上位品目

順位	商品・役務(サービス)	件数	構成比	事 例
1	商品一般	684	6.8%	いろんな事業者名のメールで「不正利用がある」「アカウントをブロックした」との連絡がある。放置してもいいものか。
2	不動産貸借	582	5.8%	賃貸マンションを退去予定の為に契約書面を確認したら、クロスや畳の交換の原状回復の特約があった。この特約は有効か。
3	工事・建築	344	3.4%	同居の父が昼間一人である時に塗装業者の訪問勧誘を受け契約した。クーリング・オフ通知を出したが、戻ってきてしまい困惑。
4	役務その他サービス	283	2.8%	パソコンについて「初回500円」の質問サイトに質問した。1回限りのつもりが、その後も4,500円の請求を受けている。解約したい。
5	修理サービス	251	2.5%	ネットの広告を見て事業者にトイレの詰まりの修理を要請したところ、高額な修理代を請求され支払った。減額希望。
6	他の健康食品	229	2.3%	1回限りの購入だと思って申し込んだ筋肉増強サプリメントが定期購入だと分かったので、2回目以降を解約したい。
7	インターネット接続回線	223	2.2%	月額料金が安くなると電話で勧誘され、光回線と光電話の契約をしたが、オプションが多数付く高額な契約だったので解約したい。
8	携帯電話サービス	200	2.0%	携帯電話ショップで機種変更しようとしたら、別の機種も勧められてスマートフォン2台を契約してしまったが、1台解約したい。
9	基礎化粧品	180	1.8%	電話勧誘を受けた定期購入の美容液を注文したが、肌がかゆくなったので解約、返品をした。2回目の商品が送られてきて不審だ。
10	異性交際関連サービス (出会い系サイト・アプリ)	175	1.7%	メールから誘導されて登録したサイトで支援金受取のために高額の費用を支払ったが、サクラサイトのような。返金してほしい。

(資料)川崎市「令和3年度消費生活相談年報」

消費生活相談の内容を年代別にみると、令和3（2021）年度は、19歳以下では「インターネットゲーム」が1位、20歳代、30歳代では「不動産貸借」が1位、40歳代、50歳代、60歳代、70歳以上では「商品一般」が1位となりました。

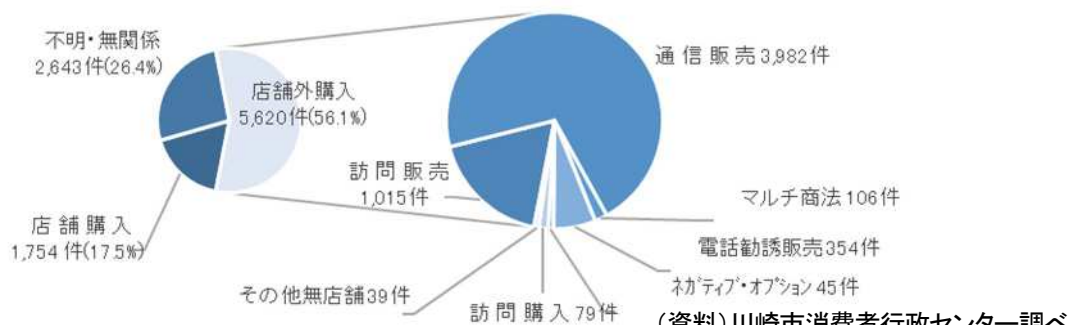
令和3（2021）年度 年代別・商品等順位

年代	1位	2位	3位	4位	5位	件数
19歳以下	インターネット ゲーム 61	他の化粧品 28	他の健康食品 16	異性交際関連 サービス (出会い系サイト・アプリ) 11	商品一般 10	240
20歳代	不動産貸借 136	他の内職・副業 70	電気 60	異性交際関連 サービス (出会い系サイト・アプリ) 52	エステティック サービス 48	1,302
30歳代	不動産貸借 167	商品一般 50	インターネット 接続回線 45	修理サービス 35	役務その他 サービス 27	1,327
40歳代	商品一般 113	不動産貸借 101	他の健康食品 43	工事・建築 35	修理サービス (同4位) 35	1,569
50歳代	商品一般 96	不動産貸借 61	携帯電話 サービス 53	他の健康食品 46	頭髮用化粧品 (同4位) 46	1,624
60歳代	商品一般 108	基礎化粧品 44	役務その他 サービス 41	工事・建築 39	他の健康食品 34	1,241
70歳以上	商品一般 168	工事・建築 155	役務その他 サービス 76	修理サービス 58	他の健康食品 53	1,952
年代不明	商品一般 104	不動産貸借 47	工事・建築 43	役務その他 サービス 32	広告代理 サービス 29	762
全体	商品一般 684	不動産貸借 582	工事・建築 344	役務その他 サービス 283	修理サービス 251	10,017

(資料)川崎市「令和3年度消費生活相談年報」

販売購入形態では、令和3（2021）年度は、店舗外購入（特殊販売）が5,620件と多く、全体の56.1%を占めており、内訳では、1位「通信販売」、2位「訪問販売」となっています。

令和3（2021）年度 販売購入形態



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

② 成年年齢引下げ

令和4（2022）年4月には改正民法の施行により、成年年齢が20歳から18歳に引き下げられました。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、これは未成年者を対象とする制度であることから、「未成年者取消権」の適用が17歳以下となっており、新たに成年となった18歳、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した。若年者は、契約に関する知識や経験が不足していることが多くあり、契約内容について十分に理解できないまま契約を交わしてしまう恐れがあります。

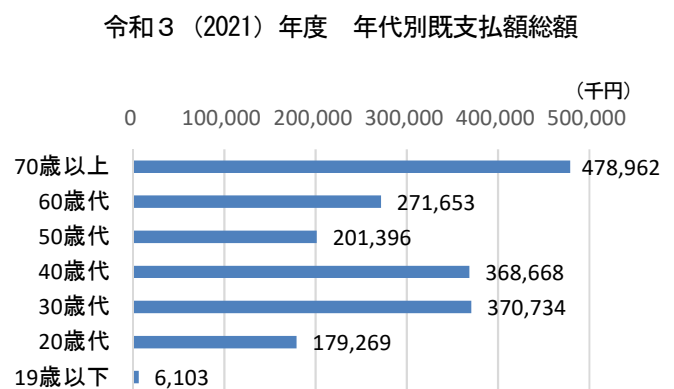
また、若年者は社会変化の影響を受けやすい傾向にあることから、今後、成年になったばかりの若年者をターゲットとした消費者トラブルが拡大する恐れがあります。

③ 高齢者の被害状況

令和3（2021）年度に寄せられた消費生活相談1件当たりの平均金額をみると、請求された又は契約した金額である平均契約購入金額は87万3,252円、実際に支払った金額である平均既支払額は74万8,206円となり、いずれも前年度と比べて増加しました。

消費生活相談全体の既支払額の総額を年代別にみると、令和3（2021）年度は「70歳以上」が約4億7,896万2千円となり、高齢者における被害総額が最も高額になっております。

本市の65歳以上の高齢者人口は、令和7（2025）年頃までの間に人口割合が21%を超え、超高齢社会が到来すると想定されるとともに、令和32（2050）年頃には約47.5万人に達すると想定されています。（「川崎市総合計画第3期実施計画の策定に向けた将来人口推計(更新版)」）今後、高齢者の増加に伴い、消費者トラブルの更なる増加や深刻化が懸念されます。



④ 相談内容の複雑化

ICTの高度化により、社会のデジタル化・グローバル化が進み、インターネット通販やキャッシュレス決済等が社会に浸透してきました。店舗で対面、現金決済が主流だった時代から、個人が海外から商品やサービスを直接購入できる時代となり、消費者にとっては、利便性が高まる一方で、消費形態が複雑化され、その中のトラブルの在り方も多岐にわたっています。

また、令和2（2020）年以降、新型コロナウイルス感染症の影響により、人との接触機会を減らすことが求められ、「新しい生活様式」が普及したことで、ライフスタイルは大きく変化しました。それに伴い、消費者の意識や消費行動も変化してきています。特に、インターネット通販に関する消費生活相談件数は、過去10年間で増加傾向にあります。

インターネットの普及や新型コロナウイルス感染症等の影響による電子商取引の増加やキャッシュレス決済の普及により、インターネット関連のトラブルの増加が見られます。



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

令和3（2021）年度に受け付けた相談の結果については、「助言（自主交渉）」が6,778件（67.7%）、「その他情報提供」が1,942件（19.4%）、あっせん（注2）解決が968件（9.7%）、あっせん不調が222件（2.2%）となっています。

〔（注2）あっせん：センターが相談者と事業者との間に入り、双方の意見を聞くなどして、話し合いによる解決を図るもの〕

令和3（2021）年度 処理結果

（令和4（2022）年5月31日現在）

	件数	内容
他機関紹介	18	消費生活センターの業務範囲ではない相談のため本来の相談機関を紹介したもの。
助言(自主交渉)	6,778	現に発生している消費者トラブルに対して、センターがあっせんの労をとらなくても相談者が自主交渉することで解決する可能性があり、かつ自主解決の努力がなされていない相談に対し、自主交渉の方法をアドバイスしたもの。
その他情報提供	1,942	まだ具体的なトラブルは発生しておらず「この事業者は信用できるか」といった相談に対応したもの。あるいは、具体的なトラブルが発生しており最終的に他機関を紹介しても業務範囲内としてアドバイスや情報提供したもの。（センターが相談者に代わって事業者に連絡をし、相談者の疑問点や苦情内容の単なる状況確認のみを行い、それを相談者に伝えるのみで相談が終了したものも含める。）もしくは、あっせん以外の処理で「助言(自主交渉)」に該当しないもの。
あっせん解決	968	あっせんにより、「契約どおり履行」「全面解約・取消」「返金」「交換・代替品」「修理・補修」「損害賠償・治療費」「解決・見舞金」「一部解約・取消」のほか、損害賠償が物品でなされた、謝罪の意味で物品が手渡された、解約交渉したところ当初の契約内容を変更して新たな契約をした、などの解決をみたもの。
あっせん不調	222	あっせんをしたにもかかわらず解決をみなかったもの。また、あっせんにより消費者被害の救済が十分なされても、解決案内容について消費者がそれ以上の解決の結果を望んだもの。
処理不能	23	相談者と連絡がとれなくなった、事業者と連絡がとれなくなったなどの理由で処理できなかったもの。
処理不要	6	相談者が単に情報提供だけで、処理を望んでいない、またセンターがあっせん等をする前に、相談者が相談を取下げたもの。
継続処理中	60	
合計	10,017	

（資料）川崎市「令和3年度消費生活相談年報」

消費生活相談の解決に至るまでの総対応数について過去5年間の推移をみると、本市は増加傾向にあります。介在している事業者が複数あることなどにより、解決に至るまでの対応時間・回数が増加しており、相談内容が複雑化しています。

消費生活相談件数・総対応数の推移



（資料）川崎市消費者行政センター調べ

令和3（2021）年度に被害の未然防止やその回復が図られた救済金額は約7億9百万円で、前年度と比べて約1.7倍に増加しました。

救済金額の推移

（令和4(2022)年5月31日現在）

年度	件数	救済金額
令和元(2019)年度	1,082件	674,073,417円
令和2(2020)年度	1,317件	423,282,512円
令和3(2021)年度	1,386件	709,358,378円

（資料）川崎市消費者行政センター調べ

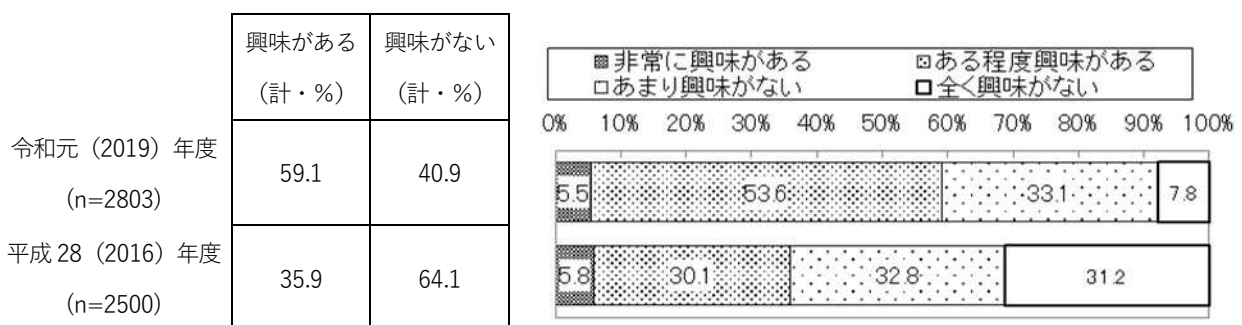
⑤ SDGs

国際社会に目をむけますと、平成27（2015）年9月、国際連合において「持続可能な開発のための2030アジェンダ」が全会一致で採択され、「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。この目標は先進国と途上国が共に取り組むべき国際目標とされています。本市も平成31（2019）年2月にSDGs推進に関する基本的な方針として「川崎市持続可能な開発目標（SDGs）推進方針」を策定し、同年7月には国から「SDGs未来都市」に選定されました。

消費生活においてもこのSDGsに貢献するため、消費者一人ひとりが今必要な消費だけではなく、未来を大切にする消費が求められています。持続可能で多様性と包摂性のある社会に向け、消費生活において、エコ商品、サステナブルファッション等のエシカル消費の取組が進んでいます。

しかし、エシカル消費に関する消費者意識調査で興味がない人が未だに4割を占めています。

エシカル消費の興味度



（資料）消費者庁「倫理的消費（エシカル消費）」に関する消費者意識調査報告書

「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を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。

具体的な消費生活行動としては、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】などがあります。

○消費者市民社会と持続可能な開発目標（SDGs）

国においては、「消費者市民社会」を目指し、ライフステージに応じた体系的な消費者教育の推進は、エシカル消費の普及・啓発活動や食品ロスの削減、消費者志向経営の推進などと共に「持続可能な開発目標（SDGs）」の達成に貢献する施策としています。

「持続可能な開発目標（SDGs）」の17のゴール（目標）のうち、消費者庁が推進する「消費者が主役となって選択・行動できる社会の形成」に関わる施策では、関連するSDGsを9つ挙げています。



(資料)消費者庁 HP

(2) 国の動向

① 国が定める消費者基本計画

国においては、「消費者基本法」第9条に基づき、消費者政策の推進に関する基本的な計画として「消費者基本計画」を策定しています。

「消費者基本計画」は、長期的に講ずべき消費者政策の大綱及び消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項を定めた計画です。

② 令和3（2021）年度における消費者基本計画の変更点

第1期の「消費者基本計画」は平成17（2005）年に策定され、令和元（2019）年度までに第3期15年間にわたり、本計画に基づいて消費者政策を展開してきました。そして、直近では、令和元（2019）年度に第4期として策定しました。

その後、新型コロナウイルス感染症の影響及びコロナ禍における「新しい生活様式」の実践に伴い、消費生活のデジタル化が加速するなど、消費者を取り巻く社会経済環境が大きく変化しました。これに的確に対応して消費者政策を推進するため、「新しい生活様式」の実践に関する記述を追加すべく、令和3（2021）年6月15日の閣議決定で「消費者基本計画」を変更しました。

◆変更点【「新しい生活様式」の実践に関する記述を追加】

- ア 消費者被害の防止
- イ 消費者による公正かつ持続可能な社会への参画等を通じた経済・社会構造の
変革促進
- ウ 「新しい生活様式」の実践その他多様な課題への機動的・集中的な対応
- エ 消費者教育の推進及び消費者への情報提供の実施
- オ 消費者行政を推進するための体制整備

③ 令和4（2022）年度における消費者基本計画工程表改定の主なポイント

国においては、「消費者基本計画」に基づき、消費者政策を検証可能な形で体系的・包括的に推進するため、具体的な施策の工程表を策定しています。

毎年度工程表を改定し、実績及びK P I（重要業績評価指標）の最新値の追加、今後の取組予定の時点更新、必要な施策の追加や充実強化等を実施しています。

◆改定の主なポイント

ア 消費者被害の防止の強化	<ul style="list-style-type: none"> ・「消費者契約法」、「消費者裁判手続特例法」による消費者被害の防止・救済の強化（改正法成立） ・消費者安全調査委員会の設置 10 周年を契機とした調査の拡充や発信強化
イ デジタル社会における消費者保護	<ul style="list-style-type: none"> ・消費生活相談のデジタル化の推進（P I O－N E T※改革）
ウ SDGs に貢献する消費者・事業者の取組・協働の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・エシカル消費の普及に係る取組強化 ・事業者が消費者と共創・協働して社会価値を向上させる消費者志向経営の推進
エ 成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・若年者主体活動の推進、親世代等への啓発 ・成年年齢引下げ後の若年者への消費者教育の推進

※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

④ 関係法令の改正及び成立

いわゆる靈感商法や法人等からの不当な寄附の勧誘等による被害の救済を図るため、令和 4（2022）年 12 月に「消費者契約法」及び「独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律」の改正、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」が成立しました。

◆改正、成立の主なポイント

ア 「消費者契約法」の改正	<ul style="list-style-type: none"> ・靈感等による告知を用いた勧誘に対する取消権の拡大 ・靈感等による告知を用いた勧誘に対する取消権の行使期間の伸長
イ 「独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律」の改正	<ul style="list-style-type: none"> ・独立行政法人国民生活センターの役割強化
ウ 「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」の成立	<ul style="list-style-type: none"> ・寄附の勧誘に関する規制等 ・違反に対する行政措置・罰則 ・寄附の意思表示の取消し ・債権者代位権の行使に関する特例 ・関係機関による支援等

第4章 評価と現状を踏まえた課題

「消費者行政推進計画（令和2（2020）年度～令和4（2022）年度）」において、消費生活相談体制の構築及び「消費者市民社会」の普及、成年年齢引下げに伴う若年者への消費者教育の実施等に取り組み、成果を上げています。引き続き消費者の安心・安全に向けた従来の取組を行う必要があるとともに、消費生活相談の利便性の更なる向上や「消費者市民社会」の考え方について行動変容につなげるための啓発、成年年齢引下げに伴う若年者への継続的な啓発等が課題としてあげられます。

これまでの取組の成果や消費者を取り巻く社会経済環境の変化、国の動向等を踏まえ、今後、対応すべき課題を5つに整理します。

(1) 相談者の属性	各年齢層に応じた消費生活相談の未然防止 相談者の年代別分布を国と比較すると、本市は若い世代の相談割合が多く、また、20歳代から60歳代まで概ね同じ相談割合となっています。
(2) 成年年齢引下げ	成年年齢引下げによる若年者を狙った消費者被害拡大の懸念 「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られていますが、これは未成年者を対象とする制度であることから、新たに成年となった18歳、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した。若年者は、契約に関する知識や経験が不足していることが多くあり、契約内容について十分に理解できないまま契約を交わしてしまう恐れがあります。
(3) 高齢者の被害状況	消費者被害額が大きい高齢相談者への対応 消費生活相談全体の既支払額の総額を年代別にみると、令和3（2021）年度は「70歳以上」が4億7,896万2千円となり、最も高額で、高齢者が消費生活において多大な被害を受けています。
(4) 相談内容の複雑化	社会のデジタル化等による相談内容の複雑化 インターネット通販に関する消費生活相談は、電子商取引の増加、キャッシュレス決済の普及に加え、新型コロナウイルス感染症等の影響により、過去10年間で増加傾向にあります。それに伴い消費生活相談の解決に至るまでの総対応数について過去5年間の推移をみると、本市は増加傾向にあることから、1件あたりにかかる相談対応が増えており、相談内容が複雑化しています。
(5) SDGs	持続可能な開発目標に対応した消費者意識の醸成 エシカル消費に関する消費者意識調査で興味がない人が未だに4割を占め、浸透されていない状況にあり、消費者の意識を醸成する必要があります。

第5章 基本的な考え方と主な施策の方向性

(1) 基本的な考え方

「消費者行政推進計画」において、各年齢層に応じた相談者への対応や、若年者・高齢者など、消費者被害の拡大が見込まれる年齢層の消費者被害の未然防止、社会のデジタル化やSDGsなどの社会経済環境の変化による課題に的確に対応するため、2つの本市の基本的な考え方を整理します。

- ① これまでの施策を着実に進め、消費生活の安定と消費者の自立を促進するためには、引き続き、消費者行政施策に取り組む必要があることから、条例に基づく基本理念及び7つの施策の柱は、継続する。
- ② これまでの取組及び消費者を取り巻く社会経済環境の変化、本市の現状、国の動向を踏まえた課題への対応を整理し、次の3つを主な施策の方向性とする。

(2) 主な施策の方向性

めざすべき姿である「消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことのできる社会」を実現するため、次の3つの主な施策の方向性を設定し、取組内容の充実を図り、「消費者行政推進計画」における施策に反映します。

<p>① 若年者から高齢者までのライフステージに応じた消費者教育の推進 <第4章 (1) (2) (3) (4) への対応></p>
<p>若年者から高齢者までのライフステージに応じた消費者教育を推進することにより、消費者トラブルを未然に防止し、安全・安心な消費生活の確保を図る。</p>
<p>② 消費生活相談機能の更なる充実 <第4章 (1) (2) (3) (4) への対応></p>
<p>年々複雑化する消費者トラブルに適切かつ迅速に対応すべく、相談機能の更なる充実と利用者の利便性の向上を図る。</p>
<p>③ SDGsに貢献する消費者等を育てる消費者教育の推進 <第4章 (5) への対応></p>
<p>持続可能で多様性と包摂性のある社会を目指し、消費生活におけるSDGsの実現のため、エシカル消費等SDGsに貢献する消費者等への普及啓発を実施する。</p>

第6章 消費者行政推進計画における施策

本市自らが積極的にSDGs達成に寄与する取組を進めていく必要があり、本消費者行政推進計画においてもSDGsのゴールやターゲットの考え方を取り入れながら、取組を推進します。



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。

資料：外務省「持続可能な開発のための2030アジェンダ(仮訳)」

I 安全の確保

【施策の考え方】



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必要に応じ実施します。

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、生産者に対して巡回指導や「農産物病害虫防除の手引き」の配布を行い、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ます。
- (2) 食品衛生に関する監視指導、HACCP(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、市ホームページ、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) 保育所給食においては、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・HACCPに沿った衛生管理の徹底、給食担当者対象の衛生研修を実施し、食の安全性の確保に努めます。
- (5) 水道水においては、「水安全計画」に基づき、水源から給水栓までの総合的な水質管理を実施するとともに検査の項目、地点、頻度などを示した「水質検査計画」に沿った水質検査を行い、水道水の安全性の確保に努めます。また、水質に関する情報は市ホームページ等で提供します。

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)市内を流通する食品の放射性物質検査を行い、結果を市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、関係機関と連携し放射性物質検査を実施してきましたが、結果はすべて「食品衛生法」上の基準値以下又は検出限界値未満となっているため、定期検査につきましては見直し、必要に応じて対応していきます。
- (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。
- (4)厚生労働省通知に基づき、浄水場の原水と水道水について放射性セシウムの検査を行い、結果を市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

【施策の考え方】



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、条例等に基づき、その実態の調査及び改善指導等を行います。

さらに、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 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) 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市ホームページや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の開催及び正量取引強調月間ポスターの掲示等により、市民、事業所等への普及啓発活動を実施します。

3 不適正な取引行為の禁止

- (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

【施策の考え方】



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、「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、小売店・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、応急給水袋への給水体験や応急給水拠点の位置確認、飲料水の備蓄啓発等、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。

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

【施策の考え方】



◎重点取組

消費者庁の設置とともに制定された「消費者安全法」が平成 26（2014）年 6 月に改正され、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、消費生活相談体制の充実・強化を図りました。

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は後を絶たず、社会の急速なデジタル化に伴い、消費者被害は複雑化しております。

このような中、オンラインモールなどを活用した電子商取引における消費者トラブルに対応するための新たな法律として「取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律」が令和 3（2021）年に制定されるなど、関係法令の整備が進んでいます。

一方、令和 4（2022）年 4 月の改正民法施行により成年年齢が引下げられたことに伴い、18 歳及び 19 歳の消費者が消費者トラブルに遭った際に、「未成年者取消権」が行使できなくなりました。そのため、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ます。

また、同年 12 月に「消費者契約法」及び「独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律」の改正、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」が成立しました。これに伴い、いわゆる靈感商法や法人等からの不当な寄附の勧誘等による被害の救済を図るため、迅速かつ適切に消費者相談を実施していく必要があります。

このように、社会経済環境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へ迅速かつ適切に対応していきます。

更に高齢者、障害者、若年者及び外国人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 消費生活相談機能の充実

(1)消費者行政センターには、商品などの契約や解約、品質や表示、サービスについてのトラブルなど、消費生活全般に関する様々な相談が寄せられます。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)年々、複雑化・多様化する消費生活相談に迅速かつ適切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、デジタル化の進展やいわゆる霊感商法等の悪質商法への対策など、社会経済環境の変化により整備された関係法令等に対応するため、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、職員及び消費生活相談員の資質の向上を図るため、効果的かつ効率的な研修を実施するとともに、国、県、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)いわゆる霊感商法などの悪質商法の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て実施することに加え、国の動向や法の改正等を踏まえ、必要に応じた特別相談等を検討します。

さらに、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)」など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、国の成年年齢引下げへの対応を踏まえ、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て実施します。

(4)ポストコロナを見据え、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、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、日頃から情報収集に努めるとともに、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。
- ◎ (9) 消費者がより相談しやすい環境の整備、効率的な相談業務の実施のため、国が検討を進めている「消費生活相談デジタル・トランスフォーメーション」の動向を踏まえ、消費者のニーズにより、W e b会議ツールを利用したオンライン相談を実施するなど、消費生活相談のデジタル化を推進します。
- ◎ (10) 消費者の視点を第一に、消費者被害の最小化に資するよう、国や関係機関が検討を進める消費生活相談サービスの業務・システム体系の進捗を踏まえ、相談員の働きやすさの向上なども含めて、効率的、効果的な相談体制の構築につなげます。

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・不当請求やいわゆる靈感商法などを含む悪質商法に対しては、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】

【施策の考え方】



◎重点取組

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、この第6章Vを同法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。

このような中、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。また、高齢者と同様に、認知症で判断能力が不十分な方や障害を持つ方々に対しても、特性に応じたきめ細やかな対応が必要であることから、地域の見守りを含め、高齢者及び障害者の消費者被害の未然防止に向けた消費者教育の取組を進めていきます。

また、令和4（2022）年4月の改正民法施行に伴う成年年齢引下げに対応し、若年者の消費者被害の防止に向けた消費者教育の更なる取組を進めていくとともに、同年12月に「消費者契約法」及び「独立行政法人国民生活センター法の一部を改正する法律」の改正、「法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律」が成立したことに伴い、いわゆる霊感商法や法人等からの不当な寄附の勧誘等による被害の防止を図るため、更なる消費生活相談窓口等の周知を実施してまいります。

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。

1 市民に向けた効果的な情報発信

- ◎ (1) 公共施設等でのポスター掲示・リーフレット等の配架、市内のデジタルサイネージやインターネット・メルマガ等を活用し、消費者行政センターの相談窓口等の案内やデジタル化の進展、コロナ禍によるインターネットに関連した消費者トラブル事例等、時宜にかなった効果的な情報を発信するとともに、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、広報を実施します。
- (2) 市内主要駅周辺やイベント会場等での街頭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) 消費者行政センターに設置している資料コーナーにおいて、消費生活や消費者問題に関する図書やDVD等の貸出し等により、情報提供を行います。
- (4) 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。
- (5) 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の講座を開催します。
- (6) 市民の消費生活に関する知識の普及・向上を図り、市内消費者団体等の研究成果や活動内容を発表する「消費生活展」を開催します。
- ◎ (7) 「消費者市民社会」の実現に向けた消費者教育を推進するため、「消費者市民社会」の考え方や持続可能な社会を築くための消費行動の実践事例等について、様々な媒体を活用し、広報を行います。
- (8) 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。
- (9) 「川崎市食育推進計画」等に基づき、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に関する講習会、教室等を実施するとともに、食育キャンペーンやイベント・市ホームページ・ポスター・リーフレット等を通して、市民に情報を提供します。
- (10) 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、市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。

- (11) 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・高齢者の住み替え及び空家に関する相談等の窓口運営、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。
- (12) 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。

2 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

地域社会

全世代

- (1) 地域における消費者教育の主体的な取組を支援するため、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する出前講座(くらしのセミナー)を実施します。また、世代を問わず、インターネット関連取引に関するトラブルが増加していることから、インターネット関連取引の注意点や最新のトラブル事例等について、出前講座や冊子等により広報を行います。
- ◎ (2) 地域における全世代の消費者被害を未然に防止するため、町内会・自治会等と連携し、時宜にかなった内容のチラシ配布等による注意喚起を行います。
- (3) 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「ふれあい出張講座」を実施します。
- (4) 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。
- (5) 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。

②

地域社会

高齢者

障害者

- (1) 高齢者の消費者被害未然防止を図るため、高齢者向けにチラシやポスター等の広報物を作成し、公共施設等で配布・掲示します。
- (2) 高齢者の消費者被害の防止を図るため、地域包括支援センター等と連携し、高齢者本人に向けた消費者教育を行います。
- (3) 高齢や障害等、様々なハンディキャップをもつ方々の消費者被害の防止を図るため、高齢者施設や障害者施設等に講師を派遣し、当事者を対象とした消費者教育を行います。
- ◎ (4) 地域における高齢者や障害者等の見守り活動を推進するため、警察、介護・福祉関係者等の見守り関係者への情報提供を行います。また、地域包括支援センターの職員等に対して、消費者行政センターの消費生活相談員による高齢者に多いトラブル事例の情報共有や見守りに必要な知識等の情報提供を行います。

③

学校

若年者

- (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) G I G Aスクール端末に対応したデジタル教材の活用を促進することにより、小中学校の生徒向けに消費者市民社会の形成や消費者トラブルに関する知識の普及啓発を行います。また、若年者のインターネット関連の消費者トラブル等の未然防止を図るため、教育委員会と連携し、インターネット関連取引のリスクの理解など、デジタル教材等の内容のさらなる充実に取り組みます。
- (3) 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。
- (4) 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。

- (5) 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。
- (6) 若年者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。
- (7) 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。
- (8) 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GIGAスクール端末に対応した社会科副読本デジタル版「くらしとごみ」を製作・提供し環境教育を推進します。
- (9) 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ごみスクールを実施します。

④

職 域

事業者

- (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について、取組店舗の登録促進や認知度向上等に向けて取り組みます。
- (6) 食品ロス削減協力店の認定など、飲食店や食品小売店等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。

- ◎ (7) 事業者に向けたSDGsに貢献する消費者志向経営に関する情報を関係部局と連携し広報するとともに、必要に応じ講師を派遣し、消費者志向経営の考え方の普及啓発を行います。

3 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、消費生活相談員によ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eモニター」に、消費者教育の担い手として参画できる人材となれるよう、消費生活に関する研修の参加支援等を行います。
- (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、高等学校における消費者教育の推進、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の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経由事務を行うことで活動内容等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 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ます。
- (4) 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。
- (5) 「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。
- (6) 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

【施策の考え方】



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サービスや取引の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

【施策の考え方】



消費者を取り巻く社会経済環境の変化に伴い、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に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、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 e 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、消費者教育の担い手として参画できる人材となれるよう、消費生活に関する研修の参加支援等を行います。
- (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」等の庁内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、迅速かつ的確に対応するため、国、県等他の関係機関、消費者団体及び適格消費者団体(注3)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う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。

(注3) 適格消費者団体：不特定かつ多数の消費者の利益を擁護するために差止請求権を行使するために必要な適格性を有する消費者団体として内閣総理大臣の認定を受けた法人

第7章 消費者行政推進計画の実効性の確保

(1) 計画の推進

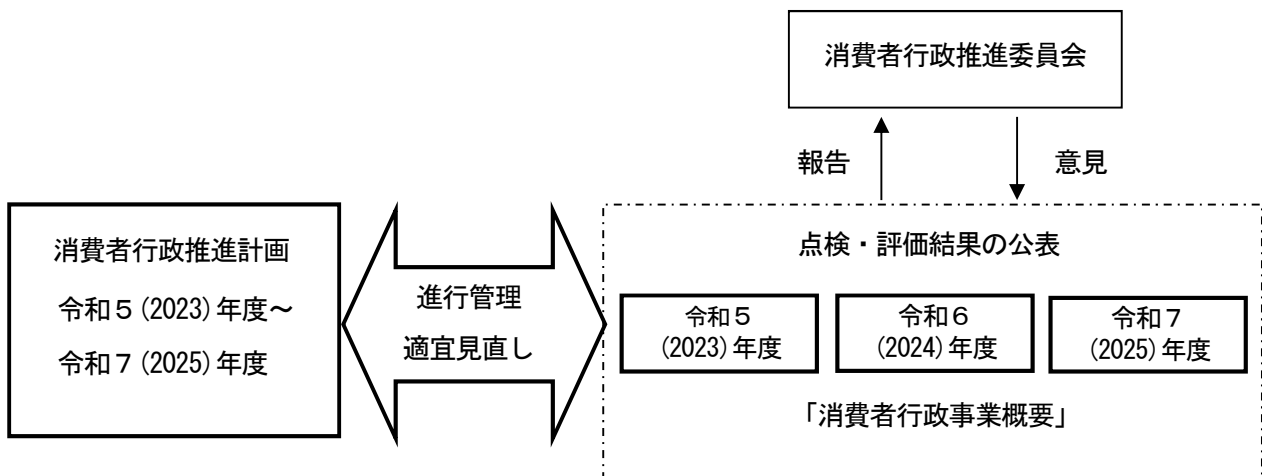
「消費者行政推進計画」の推進にあたっては、総合的かつ円滑な施行を確保するため、関係局と連携し、推進体制を強化することにより、施策体系図の各具体的施策の総合的な調整及び推進を図ります。

【※施策体系図は 43、44 ページに掲載】

(2) 計画の点検・評価・公表

「消費者行政推進計画」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、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、効果的な消費者行政の推進を図ります。

また、毎年度作成する「消費者行政事業概要」は、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。



(3) 消費者行政推進計画の成果指標

本市では、主な施策の方向性を踏まえて、「消費者行政推進計画」を推進していくことにより、「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、適切に対応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 (2014) 年度)	99.4% (令和3 (2021) 年度)	99.0%以上 (令和4 (2022) 年度)	99.0%以上 (令和7 (2025) 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 (2015) 年度)	88.7% (令和4 (2022) 年度)	92.0%以上 (令和4 (2022) 年度)	92.0%以上 (令和7 (2025) 年度)

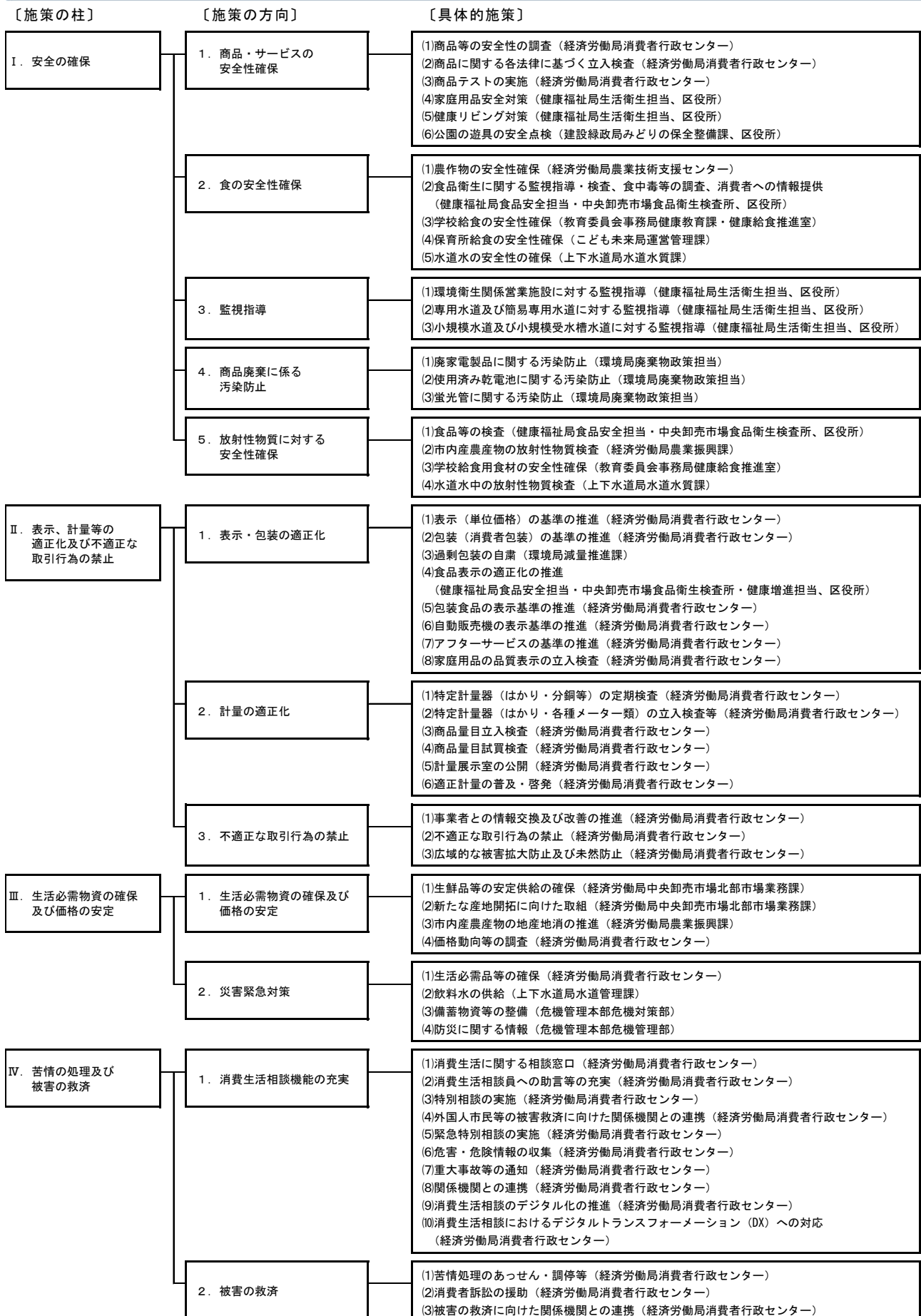
※1 「完了」とは、年度内に相談対応が完了したことを指す。

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掲示)を用いた、本市独自のアンケート調査で算出している。

(4) 施策体系図





(参考資料1) 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。

(参考資料2) 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。

(参考資料3) 川崎市消費者行政の沿革

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 ソシオ砂子ビル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1-6-12 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	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、区役所相談を開始(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
令和2年	2月		川崎市消費者行政推進計画令和2(2020)年度~令和4(2022)年度策定
令和2年	3月		国が新たな消費者基本計画(2020~2024年度)策定
令和3年	6月		国が消費者基本計画(2020~2024年度)を改定
令和4年	4月	1日	計量検査所が消費者行政センターに編成

川崎市消費者行政推進計画

—令和5（2023）年度～令和7（2025）年度—

令和5（2023）年3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