

令和7年度 消費者行政事業概要

—資料編 令和6年度消費生活相談年報—



川崎市



Colors, Future!
いろいろって、未来。

川崎市



川崎市は持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

はじめに

川崎市長

福田 紀彦



近年、消費生活のデジタル化やグローバル化の進展、高齢化等に伴い、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。

年齢を問わずインターネットや SNS の利用が日常的なものとなりつつあり、電子商取引の増加やキャッシュレス決済等の普及により、消費者の利便性や生活の質の向上に大きく寄与している反面、情報量や選択肢が過多となり、消費形態が複雑化し、年齢や教育水準等に関わりなく、全ての消費者がトラブルに遭うリスクにさらされています。

消費生活におけるトラブルや被害は多岐にわたり、多様化・複雑化するとともに、高齢化の進展に伴い認知症有病率や単独世帯割合の増加といった、社会情勢の変化に応じた実効性のある支援施策が求められています。こうした状況に対応するため、本市では、消費者の主体的な意思決定の支援を図り、消費生活の安全・安心や消費者トラブルの防止に向けた施策の推進のため「消費者行政推進計画」を策定しています。

また、毎年、事業の実施状況や実績評価を把握するとともに、適宜事業の見直しを行い、効果的な事業計画及び有効な消費者教育の推進を図るため、「消費者行政事業概要」を作成しております。

今後も、市民の皆様が安心して消費生活を送ることができるよう、消費生活相談体制の一層の充実と啓発活動の強化を進めながら、「対話」と「現場主義」の実践のもと、「全ては市民のために」を基本に、消費者施策の一つひとつに全力で取り組み、将来にわたって持続的に消費者行政を力強く推進してまいりますので、今後とも御理解、御協力をお願いいたします。

令和7年8月

目

次

◆ 事業概要及び実績等について…………… 1	◆ 令和6年度の実績……………30
◆ 消費者行政の施策体系…………… 2	I 安全の確保……………31
◆ 令和7年度の事業概要…………… 4	1 商品・サービスの安全性確保
I 安全の確保…………… 5	2 食の安全性確保
1 商品・サービスの安全性確保	3 監視指導
2 食の安全性確保	4 商品廃棄に係る汚染防止
3 監視指導	5 放射性物質等に対する安全性確保
4 商品廃棄に係る汚染防止	II 表示、計量等の適正化及び不適正な
5 放射性物質等に対する安全性確保	取引行為の禁止……………36
II 表示、計量等の適正化及び不適正な	1 表示・包装の適正化
取引行為の禁止……………10	2 計量の適正化
1 表示・包装の適正化	3 不適正な取引行為の禁止
2 計量の適正化	III 生活必需物資の確保及び価格の安定……………39
3 不適正な取引行為の禁止	1 生活必需物資の確保及び価格の安定
III 生活必需物資の確保及び価格の安定……………12	2 災害緊急対策
1 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……………41
2 災害緊急対策	1 消費生活相談機能の充実
IV 苦情の処理及び被害の救済……………15	2 被害の救済
1 消費生活相談機能の充実	V 消費者市民社会の形成に向けた
2 被害の救済	消費者教育の推進……………43
V 消費者市民社会の形成に向けた	1 市民に向けた効果的な情報発信
消費者教育の推進……………18	2 様々な場やライフステージに応じた
1 市民に向けた効果的な情報発信	消費者教育・啓発の推進
2 様々な場やライフステージに応じた	3 地域の消費者教育の担い手の育成
消費者教育・啓発の推進	及び多様な主体間の連携
3 地域の消費者教育の担い手の育成	VI 消費者支援協定……………56
及び多様な主体間の連携	1 消費者支援協定の締結
VI 消費者支援協定……………28	VII 施策推進のための行政体制の充実……………57
1 消費者支援協定の締結	1 消費者意見の反映
VII 施策推進のための行政体制の充実……………29	2 消費者行政の円滑な推進
1 消費者意見の反映	◆ 資料編 令和6年度消費生活相談年報……………60
2 消費者行政の円滑な推進	

事業概要及び実績等について

- 消費者行政推進計画を推進するための具体化した事業をとりまとめています。
- 地方消費者行政強化交付金を活用している事業については下線を引いています。
- 実績表にある“実績評価”項目は、担当部局の目標達成度と事業の成果・効果による総合評価となっています。

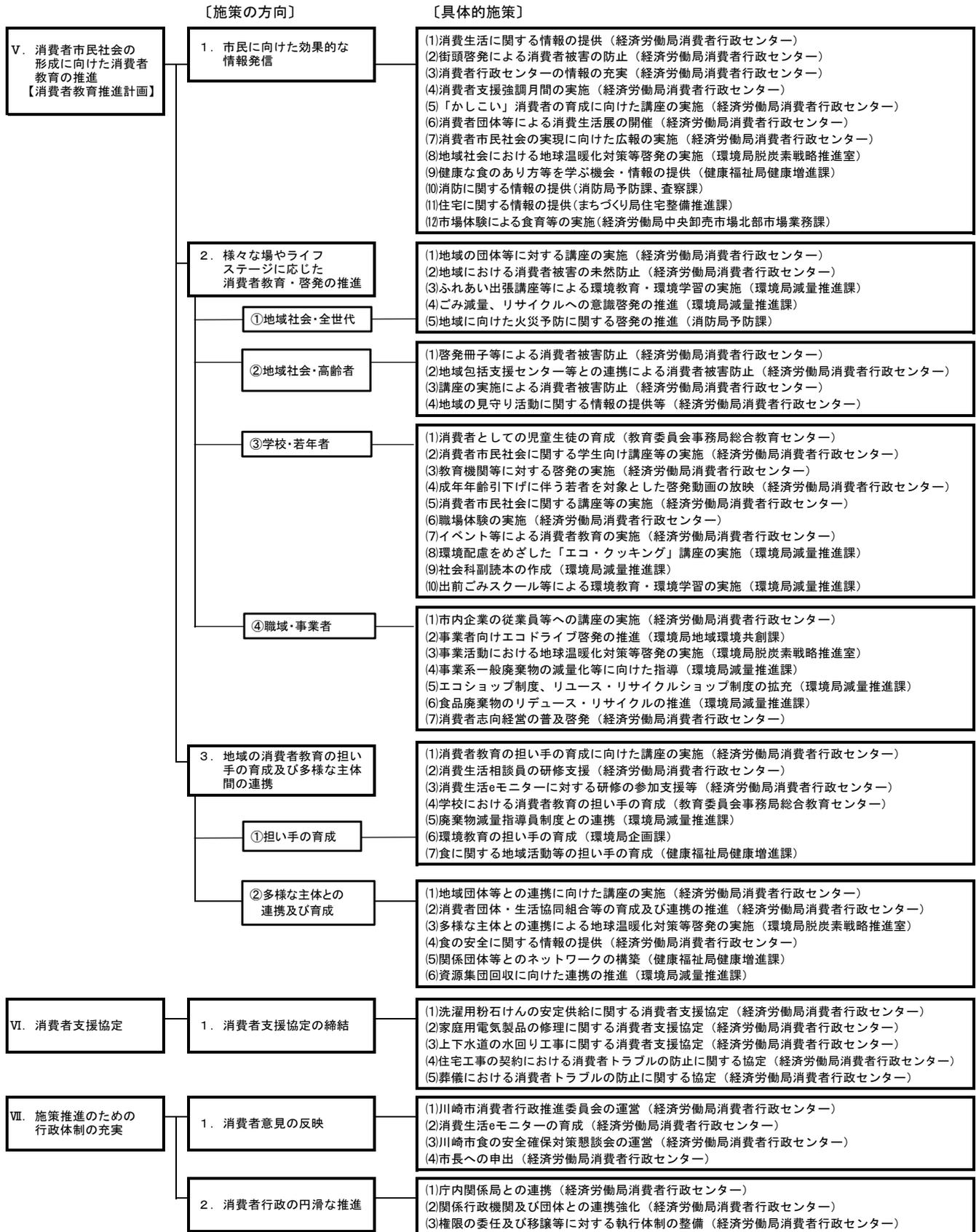
令和6年度の実績		実績評価
1 商品・サービスの安全性確保 (2)商品に関する各法に基づく立入検査(経済労働局消費者行政センター) ・ ・ ・ ア 消費生活用製品安全法に基づく立入検査等		◎

- 評価ランクは、前年度の実施計画に対する実績の評価を次の5段階による評価ランク表を基に表示しています。
 (表記方法)
 ①、②、③ …は事業担当部局による目標達成度評価と事業評価による総合評価
- 事業担当部局による目標達成評価と事業評価による総合評価の評価方法

①ランク	目標を大幅に上回った
②ランク	目標を上回った
③ランク (標準)	ほぼ目標どおりであった
④ランク	目標を下回った
⑤ランク	目標を大幅に下回った

消費者行政の施策体系

〔施策の柱〕	〔施策の方向〕	〔具体的施策〕
I. 安全の確保	1. 商品・サービスの安全性確保	(1)商品等の安全性の調査（経済労働局消費者行政センター） (2)商品に関する各法律に基づく立入検査（経済労働局消費者行政センター） (3)商品テストの実施（経済労働局消費者行政センター） (4)家庭用品安全対策（健康福祉局生活衛生課・区役所） (5)健康リビング対策（健康福祉局生活衛生課・区役所） (6)公園の遊具の安全点検（建設緑政局みどりの保全整備課、区役所）
	2. 食の安全性確保	(1)農作物の安全性確保（経済労働局農業技術支援センター） (2)食品衛生に関する監視指導・検査、食中毒等の調査、消費者への情報提供（健康福祉局生活衛生課・中央卸売市場食品衛生検査所、区役所） (3)学校給食の安全性確保（教育委員会事務局健康給食推進室） (4)保育所給食の安全性確保（こども未来局保育・子育て推進部） (5)水道水の安全性の確保（上下水道局水管理センター）
	3. 監視指導	(1)環境衛生関係営業施設に対する監視指導（健康福祉局生活衛生課、区役所） (2)専用水道及び簡易専用水道に対する監視指導（健康福祉局生活衛生課、区役所） (3)小規模水道及び小規模受水槽水道に対する監視指導（健康福祉局生活衛生課、区役所）
	4. 商品廃棄に係る汚染防止	(1)廃家電製品に関する汚染防止（環境局廃棄物政策担当） (2)使用済み乾電池に関する汚染防止（環境局廃棄物政策担当） (3)蛍光管に関する汚染防止（環境局廃棄物政策担当）
	5. 放射性物質等に対する安全性確保	(1)食品等の検査（健康福祉局生活衛生課・中央卸売市場食品衛生検査所、区役所） (2)学校給食用食材の安全性確保（教育委員会事務局健康給食推進室） (3)水道水中の放射性物質等検査（上下水道局水管理センター） (4)地下水中の有機フッ素化合物調査（環境局環境対策部環境保全課）
II. 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止	1. 表示・包装の適正化	(1)表示（単位価格）の基準の推進（経済労働局消費者行政センター） (2)包装（消費者包装）の基準の推進（経済労働局消費者行政センター） (3)過剰包装の自粛（環境局減量推進課） (4)食品表示の適正化の推進（健康福祉局生活衛生課・中央卸売市場食品衛生検査所・健康増進課、区役所） (5)包装食品の表示基準の推進（経済労働局消費者行政センター） (6)自動販売機の表示基準の推進（経済労働局消費者行政センター） (7)アフターサービスの基準の推進（経済労働局消費者行政センター） (8)家庭用品の品質表示の立入検査（経済労働局消費者行政センター）
	2. 計量の適正化	(1)特定計量器（はかり・分銅等）の定期検査（経済労働局消費者行政センター） (2)特定計量器（はかり・各種メーター類）の立入検査等（経済労働局消費者行政センター） (3)商品量目立入検査（経済労働局消費者行政センター） (4)商品量目試買検査（経済労働局消費者行政センター） (5)計量展示室の公開（経済労働局消費者行政センター） (6)適正計量の普及・啓発（経済労働局消費者行政センター）
	3. 不適正な取引行為の禁止	(1)事業者との情報交換及び改善の推進（経済労働局消費者行政センター） (2)不適正な取引行為の禁止（経済労働局消費者行政センター） (3)広域的な被害拡大防止及び未然防止（経済労働局消費者行政センター）
III. 生活必需物資の確保及び価格の安定	1. 生活必需物資の確保及び価格の安定	(1)生鮮品等の安定供給の確保（経済労働局中央卸売市場北部市場業務課） (2)新たな産地開拓や市場活性化に向けた取組（経済労働局中央卸売市場北部市場業務課） (3)市内産農産物の地産地消の推進（経済労働局農業振興課） (4)価格動向等の調査（経済労働局消費者行政センター）
	2. 災害緊急対策	(1)生活必需品の提供確保（経済労働局消費者行政センター） (2)飲料水の供給（上下水道局水道管理課） (3)備蓄物資等の整備（危機管理本部危機対策部） (4)防災に関する情報（危機管理本部危機管理部）
IV. 苦情の処理及び被害の救済	1. 消費生活相談機能の充実	(1)消費生活に関する相談窓口（経済労働局消費者行政センター） (2)消費生活相談員への助言等の充実（経済労働局消費者行政センター） (3)特別相談の実施（経済労働局消費者行政センター） (4)外国人市民等の被害救済に向けた関係機関との連携（経済労働局消費者行政センター） (5)緊急特別相談の実施（経済労働局消費者行政センター） (6)危害・危険情報の収集（経済労働局消費者行政センター） (7)重大事故等の通知（経済労働局消費者行政センター） (8)関係機関との連携（経済労働局消費者行政センター） (9)消費生活相談のデジタル化の推進（経済労働局消費者行政センター） (10)消費生活相談におけるデジタルトランスフォーメーション（DX）への対応（経済労働局消費者行政センター）
	2. 被害の救済	(1)苦情処理のあっせん・調停等（経済労働局消費者行政センター） (2)消費者訴訟の援助（経済労働局消費者行政センター） (3)被害の救済に向けた関係機関との連携（経済労働局消費者行政センター）



令和7年度の事業概要



令和7年度の事業概要



I 安全の確保



1 商品・サービスの安全性確保

(1) 商品等の安全性の調査（経済労働局消費者行政センター）

商品等の安全性確保

商品等の事故情報の収集に努めるとともに、社会的に安全性の問題が提起された商品等について実態調査を行い、必要な場合は公表する。

(2) 商品に関する各法律に基づく立入検査（経済労働局消費者行政センター）

ア 消費生活用製品安全法に基づく立入検査等

消費生活用製品の安全性については、消費生活用製品安全法に基づき、基準適合マーク（PSC）その他について、販売施設に立入検査等を行う。適宜、法の趣旨を説明し理解を求める。

- (ア) 立入店舗数 10店舗
- (イ) 検査機種数 50機種

イ 電気用品安全法に基づく立入検査等

電気用品の安全性については、電気用品安全法に基づき、基準適合マーク（PSE）その他について、販売施設に立入検査等を行う。適宜、法の趣旨を説明し理解を求める。

- (ア) 立入店舗数 5店舗
- (イ) 検査機種数 20機種

ウ ガス事業法に基づく立入検査等

ガス用品の安全性については、ガス事業法に基づき、基準適合マーク（PSTG）その他について、販売施設に立入検査等を行う。適宜、法の趣旨を説明し理解を求める。

- (ア) 立入店舗数 3店舗
- (イ) 検査機種数 7機種

エ 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立入検査等

液化石油ガス器具の安全性については、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き、基準適合マーク（PSLPG）その他について、販売施設に立入検査等を行う。適宜、法の趣旨を説明し理解を求める。

- (ア) 立入店舗数 5店舗
- (イ) 検査機種数 20機種

(3) 商品テストの実施（経済労働局消費者行政センター）

苦情相談の処理にあたって、当該苦情商品の原因究明調査を行う必要があると認めるときは、独立行政法人国民生活センター等の検査機関に苦情商品の調査を依頼する。

(4) 家庭用品安全対策（健康福祉局保健医療政策部生活衛生課・区役所）

広域販売網をもつ大型小売店舗やベビー用品販売店等を中心に、外国製の乳幼児用繊維製品に重点をおいた試買検査を実施し、安全性の確認と小売業者等に対する監視指導を行う。また、消費者への講話やパンフレットの配布などにより、家庭用品に関する正しい知識の普及啓発を図る。

I 安全の確保

令和7年度の事業概要

- (5) 健康リビング対策（健康福祉局保健医療政策部生活衛生課・区役所）
地域包括ケアシステムを推進し、地域住民の健康を支える快適で安全な居住環境の確保支援を目的に、健康リビングに関する情報提供、啓発活動を実施する。また、相談・要望に応じて居住環境の調査を行い、問題解決を支援する。
- (6) 公園の遊具の安全点検（建設緑政局みどりの保全整備課・区役所）
公園遊具の安全性確保のため、年2回の点検を行う。

2 食の安全性確保

- (1) 農作物の安全性確保（経済労働局農業技術支援センター）
生産段階における農産物の安全性確保のため、適正な農薬使用及び防除記録の作成を指導し、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る。

ア 農作物病害虫防除の手引きの作成
農業者に対し 2,000部配布 (3月)

イ 多摩川梨病害虫防除暦の作成
農業者に対し 160部配布 (3月)

- (2) 食品衛生に関する監視指導、HACCP（ハザップ：Hazard Analysis and Critical Control Pointの略、危害要因分析・重要管理点）の普及推進及び食品の検査、食中毒等の調査、消費者への情報提供（健康福祉局保健医療政策部生活衛生課・中央卸売市場食品衛生検査所・区役所）

※ HACCPとは、食品等事業者自らが食中毒菌汚染や異物混入等の危害要因（ハザード）を把握した上で、原材料の入荷から製品の出荷に至る全工程の中で、それらの危害要因を除去又は低減させるために特に重要な工程を管理し、製品の安全性を確保しようとする衛生管理の手法。

ア 食品営業施設・食鳥処理場への立入検査

- (ア) 「川崎市食品衛生監視指導計画」に基づく営業施設の監視指導を実施し、食中毒等による健康被害の防止を図る。
- (イ) 食鳥処理場の監視指導を行い、食鳥肉の安全性を確保する。

イ 食品等の監視及び検査

「川崎市食品衛生監視指導計画」に基づき、市内を流通する食品等について、微生物検査（食中毒菌等）及び理化学検査（残留農薬等）を実施するとともに表示の点検を行い、違反食品等の排除を図る。
また、輸入食品についても、検疫所における違反状況等を踏まえ、計画的な検査を実施する。

ウ 食中毒調査及び行政処分

食品衛生法に基づき迅速に調査を行い、原因食品、病因物質等を排除し、食中毒の拡大を防止するとともに、再発防止を図る。

エ 夏期及び年末の食品等一斉監視

夏期及び年末に消費される食品の検査やリスクの高い食品を取り扱う業種、大規模食品流通施設等の一斉監視を行い、食品等に起因する健康被害の防止を図る。

令和7年度の事業概要

オ HACCP に沿った衛生管理の推進

(ア) 食品等事業者に対する指導・研修

食品等事業者自らが実施する衛生管理の推進や HACCP に沿った衛生管理の導入に向け、個別に効果的な指導等を行うとともに、講習会を実施する。

(イ) 食品衛生推進員による活動

社会的信望があり、熱意と識見を有する者に、食品衛生推進員を委嘱し、食品等事業者による自主的な衛生管理の推進や市民への啓発活動の担い手としての人材育成も目指す。

カ 消費者への啓発

市民、地域での行事の主催団体、配食ボランティア活動団体等に対し、食中毒予防や食品の衛生的な取り扱い等の情報提供を行うとともに、ホームページやソーシャルメディア等を活用して食品衛生に関する正しい知識の普及を図る。

(3) 学校給食の安全性確保(教育委員会事務局健康教育課・健康給食推進室)

ア 給食用食材の検査

給食用食材を採取し、衛生検査を定期的実施し、安全性の確認を図る。

内容

(ア) 細菌検査

(イ) 食物アレルギー検査

(ウ) 残留農薬検査

(エ) 産地判別検査

イ 給食室の環境衛生検査

(ア) 外観検査(施設整備及び管理状況)

調理室、食品の取扱、排水及び周囲の状況、帳簿書類、その他

(イ) 給食室の環境検査(室温、湿度、照度)

(ウ) 食器具類の洗浄状況(デンブン、脂肪性残留物検査)

(エ) 食器具類の消毒状況(一般細菌及び大腸菌群検査)

(オ) 保存食の保存状況

ウ 配膳室の環境衛生検査

(ア) 外観検査(施設整備及び管理状況)

配膳室、食品の取扱、帳簿書類、その他

(イ) 配膳室の環境検査(室温、冷蔵庫の温度等)

エ 給食従事者等への啓発

研修会を開催し、食中毒発生防止や食品の安全に関する正しい知識について講習をする。

衛生管理研修会

(ア) 対象 学校給食調理員

栄養教諭・学校栄養職員

学校薬剤師

(イ) 内容 講演「学校給食調理場における衛生管理の実態」

令和7年度の事業概要

(4) 保育園給食の安全性確保(こども未来局保育・子育て推進部)

ア 調理従事者(子どもにかかわる保育者すべてを含む)の衛生管理

毎月定期的に検便による細菌検査(赤痢菌、サルモネラ菌、腸管出血性大腸菌O157、O26、O111)を実施し、衛生管理に努める。

※10月から3月までの間は、月に1回調理従事者を対象にノロウイルスの検査を追加する。

(ア) 月平均 968件

(イ) 年延件数 11,622件

イ 食品の安全衛生管理

(ア) 納品業者の衛生管理について確認する(従業員の検便、食材の自主検査等)。

(イ) 納品の際には検収を行い、品質及び鮮度の確認を行う。

(ウ) 食品の生産地、製造元、製造年月日等の情報については、入手できる限り記録し把握する。

ウ 給食施設・設備の衛生管理

年2回、業務委託による園舎内の害虫防除を実施するとともに、施設・設備の点検を行い、衛生管理に努める。

エ 給食担当者食品衛生研修会(6月18~30日)

保育園給食における食中毒防止と食品衛生に関する最新情報の提供のために、給食担当者を対象に食品衛生研修会を開催し、衛生管理に関する知識の向上を図る。食品衛生責任者実務講習会も兼ねる。

(ア) 内容 「食品衛生と衛生管理について」(70分程度の動画配信)

(イ) 講師 健康福祉局保健医療政策部生活衛生課所属食品衛生監視員

(ウ) 対象 市内保育所等施設給食担当者・その他受講を希望する市内保育所等施設関係職員500名

(5) 水道水の安全性の確保(上下水道局水管理センター)

「水質検査計画」を策定し、これに基づき水源から給水栓までの水質検査を実施し安全を確保する。

ア 水道水の毎日検査

水質自動測定装置により、水道水の色及び濁り並びに消毒の残留効果について検査を実施する。

イ 水道水の水質基準に係る検査

毎月、市内給水栓にて水道水が水質基準に適合していることを確認する。

3 監視指導(健康福祉局保健医療政策部生活衛生課・区役所)

(1) 環境衛生関係営業施設(旅館・公衆浴場等)に対する監視指導

施設の衛生水準の維持向上及び営業者による自主管理の支援、促進を目的として、科学的データを活用し、継続的な監視指導を行う。

(2) 専用水道及び簡易専用水道に対する監視指導

施設への立入検査等を行い、設置者に水道法に基づく施設の管理の徹底を指導する。

(3) 小規模水道及び小規模受水槽水道に対する監視指導

施設への立入検査等を行い、設置者に条例に基づく施設の管理の徹底を指導する。

令和7年度の事業概要

4 商品廃棄に係る汚染防止（環境局廃棄物政策担当）

(1) 廃家電製品に関する汚染防止

特定家庭用機器再商品化法（いわゆる家電リサイクル法）の対象品目（エアコン、テレビ、冷蔵庫・冷凍庫、洗濯機・衣類乾燥機）の処理方法については、本市のホームページやパンフレット等により広く周知し、適正処理を推進する。

また、それ以外の家電製品についても、適正処理を推進し、商品廃棄に係る環境汚染を防止する。

(2) 使用済み乾電池に関する汚染防止

使用済みの筒型乾電池は、引き続き資源物収集日に分別収集を実施していく。分別収集した使用済み乾電池は専門の処理業者に委託して再資源化または適正な処理・処分を実施する。

(3) 蛍光管に関する汚染防止

蛍光管は、普通ごみ収集日に収集を実施する。収集した蛍光管は専門の処理業者に委託して再資源化または適正な処理・処分を実施する。

5 放射性物質等に対する安全性確保

(1) 食品等の検査（健康福祉局保健医療政策部生活衛生課・中央卸売市場食品衛生検査所・区役所）

市内を流通する食品の放射性物質検査を行い、検査結果を速やかにホームページに掲載する。

(2) 学校給食用食材の安全性確保（教育委員会事務局健康給食推進室）

給食用食材の放射能検査及び検査結果の公表

給食で使用する予定の国内産食材を事前にサンプルとして抜き取り、放射性セシウム134・137について放射能検査を実施し、安全性の確認を図る。また、その結果を公表することにより、関係者への周知を図る。

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る。

(3) 水道水中の放射性物質等検査（上下水道局水管理センター）

福島第一原発事故発生以降、水道水及び水道原水の放射性セシウムの検査結果は、すべて不検出で、管理目標値（10Bq/kg）を十分下回ることを確認している。厚生労働省の通知に基づき、年間の検査回数は、3か月に1回で継続する。

また、平成22年度以降、水道水及び水道原水の有機フッ素化合物の検査結果は、暫定目標値（50ng/L）を下回ることを確認しており、今後も年間の検査回数を3か月に1回で継続する。

長沢浄水場の水道水及び水道原水の検査結果は、ホームページで公表する。

(4) 地下水中の有機フッ素化合物調査（環境局環境対策部環境保全課）

市内地下水について有機フッ素化合物の調査を行い、調査結果はホームページで公表する。

II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止

令和7年度の事業概要



II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止

1 表示・包装の適正化

- (1) 表示（単位価格）の基準の推進（経済労働局消費者行政センター）
基準で定めた対象店舗及び品目（加工食品・生鮮食品・日用品）について、法令遵守の状況調査やその公表、基準の内容の適正化を必要に応じて実施する。
- (2) 包装（消費者包装）の基準の推進（経済労働局消費者行政センター）
商品の中身と比較して、包装・容器の大きさや経費が過大であるものや無理な詰め合わせ・抱き合わせを規制した基準に基づき、法令遵守の状況調査やその公表、基準の内容の適正化を必要に応じて実施する。
- (3) 過剰包装の自粛（環境局減量推進課）
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贈答品における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、事業者と連携しながらごみの減量を推進する。
- (4) 食品表示の適正化の推進（健康福祉局保健医療政策部健康増進課・生活衛生課・中央卸売市場食品衛生検査所・区役所）
 - ア 食品表示法に基づく監視指導
食品表示法に基づき監視指導を実施し、食品表示の適正を確保する。特に、食品添加物、消費・賞味期限、原料原産地、組換えDNA技術応用食品、アレルギー物質を含む旨の表示等について重点的に監視指導を行う。
 - イ 健康増進法及び食品表示法に基づく適正化の推進
健康増進法及び食品表示法に基づき、栄養成分の表示、虚偽・誇大広告等について相談及び指導を実施する。また、必要に応じて特定保健用食品及び特別用途食品の監視指導業務を行う。
- (5) 包装食品の表示基準の推進（経済労働局消費者行政センター）
「調理冷凍食品」、「かまぼこ類」の2品目について、食品表示法で規定されている表示項目に加えて、「原材料配合割合」や「内容量」等を表示するよう事業者には義務づけている基準に基づき、法令遵守の状況調査やその公表、基準の内容の適正化を必要に応じて実施する。
- (6) 自動販売機の表示基準の推進（経済労働局消費者行政センター）
自動販売機で、めん類、ハンバーガー、弁当類等の食品を提供する事業者に対して、自動販売機に管理者の住所、氏名、電話番号等を表示することと定めている基準に基づき、法令遵守の状況調査やその公表、基準の内容の適正化を必要に応じて実施する。
- (7) アフターサービスの基準の推進（経済労働局消費者行政センター）
消費者が購入する家電製品、ガス及び石油機器、カメラ等の耐久消費財を対象に「保証書」に記載すべき内容等を定め、有料で修理した場合の修理内容等を記載した書面の発行を義務づけた基準に基づき、法令遵守の状況調査やその公表、基準の内容の適正化を必要に応じて実施する。
- (8) 家庭用品の品質表示の立入検査（経済労働局消費者行政センター）
家庭用品品質表示法で指定された繊維製品・合成樹脂加工品・雑貨工業品及び電気機械器具について、品目ごとに定められた適正な表示がなされているかの立入検査を実施する。
 - ア 立入店舗数 10店舗
 - イ 検査品目数 35品目

令和7年度の事業概要

2 計量の適正化（経済労働局消費者行政センター）

- (1) 特定計量器（はかり・分銅等）の定期検査
取引・証明に使用しているはかり・分銅等の性能・精度及び検定証印等について検査し、適正な計量の実施と消費者の利益を確保する。
- (2) 特定計量器（はかり・各種メーター類）の立入検査等
取引・証明に使用しているはかりや、市民の生活に深く関わりのある各種メーター類（電気・水道・ガス等）について、有効期間の確認や使用実態の把握のため立入検査等を行う。
- (3) 商品量目立入検査
食料品等の詰め込み販売をしているスーパーなどの事業所で、商品の量目、表示及びはかりの使用状況等の確認のため立入検査を行う。
また、商品の生産・加工をしている事業所に対して、量産された商品の量目検査及び計量管理の状況等の確認のため立入検査を行う。
- (4) 商品量目試買検査
仕入商品等、店頭での立入検査では対応できない商品については実際に商品を購入し、量目、表示等の検査を行う。
- (5) 計量展示室の公開
産業振興会館内の計量展示室に江戸時代のはかりから近・現代の歴史的な計量器を展示、公開する。
- (6) 適正計量の普及・啓発
正しい計量管理のための普及・啓発、情報提供を実施する。

- ア 計量管理強調月間運動
- イ 正量取引強調月間運動
- ウ 計量管理推進大会
- エ 計測技術講習会
- オ 計量教室
- カ 講演会
- キ 工場・施設見学会
- ク 機関誌「川崎計管」の発行



手動はかり
(計量資料展示室 展示品)

3 不適正な取引行為の禁止（経済労働局消費者行政センター）

- (1) 事業者との情報交換及び改善の推進
販売事業者等と情報交換を行うとともに、必要に応じて法令等の遵守を求める。
- (2) 不適正な取引行為の禁止
事業者と消費者との間の取引行為について、「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」及び「同条例施行規則」において規定している「不適切な行為」について、事業者がこれを行っている疑いがあると認めるときは実態を調査し、改善するよう指導する。
- (3) 広域的な被害拡大防止及び未然防止
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、近隣自治体や関係機関と協議し連携に努める。



Ⅲ 生活必需物資の確保及び価格の安定



1 生活必需物資の確保及び価格の安定

- (1) 生鮮品等の安定供給の確保（経済労働局中央卸売市場北部市場業務課）
市場間競争が激化するなかにあつて、一層の集荷の充実と強化を図るための事業を実施する。
- (2) 新たな産地開拓や市場活性化に向けた取組（経済労働局中央卸売市場北部市場業務課）
市場内事業者と協力し、産地開拓による集荷の向上と販路拡大に向けた集荷対策や市場の活性化を図る。
- (3) 市内産農産物の地産地消の推進（経済労働局農業振興課）
農産物直売や料理教室等のイベント、その他 PR 活動を通じて、市内産農産物「かわさきそだち」の PR を行い、地産地消の推進を図る。
- (4) 価格動向等の調査（経済労働局消費者行政センター）
価格が著しく高騰するなどの緊急時等においては、関係機関との連絡調整や情報収集等を必要に応じて実施する。

2 災害緊急対策

- (1) 生活必需品の提供確保（経済労働局消費者行政センター）
 - ア 市内のスーパー等小売店と締結している「災害時における生活必需物資の供給協力に関する協定」に基づき供給体制の充実を図る。
 - イ 生活協同組合と締結している「災害時における応急生活物資供給等の協力に関する協定」に基づき、応急生活物資等の供給に努める。
 - ウ 神奈川県牛乳流通改善協会と締結している「災害時における牛乳等の供給協力に関する協定」に基づき、供給体制の充実を図る。
 - エ 大手コンビニエンスストアと締結している「災害時における物資の供給に関する協定」に基づき、供給体制の充実を図る。
- (2) 飲料水の供給（上下水道局水道管理課）
 - ア 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、震災時の飲み水の確保のため、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、供給ルートの耐震化が完了した市立小中学校等へ開設不要な応急給水拠点の整備を行う。
 - イ 飲料水の備蓄促進、応急給水拠点の位置確認など、防災意識の高揚を図ることを目的とした応急給水訓練を実施する。
 - ウ 災害対策用貯水槽を活用した応急給水活動ができるよう、自主防災組織等を対象とした組立て・給水訓練を実施する。
 - エ 配水池・配水塔を活用した応急給水活動ができるよう、自主防災組織等を対象とした開設不要型応急給水訓練を実施する。

令和7年度の事業概要

(3) 備蓄物資等の整備（危機管理本部危機対策部）

ア 備蓄生活用品の購入等

耐用年数を迎えた哺乳瓶用乳首を更新するため、1,500個を購入する。

イ 備蓄食料品の購入

想定避難者数のうち、家屋が全壊。又は焼失した方を対象に、食料品を備蓄する必要がある。

そのため、更新分として57,600食のアルファ化米（わかめ御飯）と10,750食のアルファ化米（おかゆ）を購入する。

また、購入するアルファ化米については、アレルギーに配慮したものとする。

ウ 備蓄飲料水の購入

発災から災害用応急給水拠点が開設されるまでの応急対策として、家屋が全壊又は焼失した方を対象に、1人1本（500ml）を備蓄する必要がある。そのため、34,464本の飲料水を購入する。

エ 粉ミルク等の購入

想定避難者数のうち、家屋が全壊又は焼失した方で、0歳を対象とした粉ミルクを備蓄する必要がある。

そのため、通常の粉ミルクを258箱、アレルギー対応の粉ミルクを175缶、液体ミルクを1,344本購入する。

オ 防災資器材燃料の購入

停電時に各避難所の電気を確保するため、発電機を配備している。その燃料として1ℓ入りガソリン缶詰を704缶、ガスボンベを240本購入する。

カ 備蓄用おむつの購入

生活必需品として、避難所生活を行う上で、生活開始当初から必要不可欠と考えられるおむつを乳幼児用512パック、大人用372パック購入する。

キ 備蓄用トイレトペーパーの購入

生活必需品として、避難所生活を行う上で、生活開始当初から必要不可欠と考えられるトイレトペーパーを1,320パック購入する。

ク 備蓄用生理用品の購入

生活必需品として、避難所生活を行う上で、生活開始当初から必要不可欠と考えられる生理用品昼用2,088パック、夜用432パック購入する。

ケ 簡易食料（クッキー）の購入

災害当日の応急的食事用として、調理が不要な簡易食料を備蓄物資交付対象者（約138,000人）分、備蓄している。令和5年度からは6年間で充足していくことから、購入計画に基づき、23,000個のクッキーを購入する。

(4) 防災に関する情報（危機管理本部危機管理部）

ア ぼうさい出前講座

防災に対する理解と関心を深め、防災意識の高揚と地域の防災力向上を図ることを目的とし、ぼうさい出前講座を実施する。

イ 各種防災啓発冊子の発行

災害に対する日頃の備えなど、各個人、家庭での防災対策や、地域の防災を考える際に役立つ情報を掲載した「備える。かわさき」及び外国人市民などに向けた「備える。かわさき（やさしい日本語版及び外国語

Ⅲ 生活必需物資の確保及び価格の安定

令和7年度の事業概要

版（英語・中国語・韓国語・ポルトガル語・スペイン語及びタガログ語の6言語）」について、掲載内容及び在庫数を勘案し必要に応じて改訂し、発行する。

また、「備える。かわさきマガジン」など、防災情報をテーマに広報資料を時宜に応じて発行し、施設等を通じて幅広く市民に配布を行う。

さらに、災害時に重要な避難所や給水拠点等の防災拠点を示した「防災マップ」についても、日本語版及び外国語版（言語は同上）について、掲載内容及び在庫数を勘案し必要に応じて発行する。



「備える。かわさき」（保存版）
(川崎市ホームページでもご覧いただけます)



令和7年度の事業概要



IV 苦情の処理及び被害の救済



1 消費生活相談の充実（経済労働局消費者行政センター）

消費生活相談の内容が複雑化・高度化する中、被害の救済に向け迅速かつ的確に対応できるよう苦情処理機能の充実を図る。また、多様化する市民ニーズに対応するため、引き続き区役所出張相談、電子メール相談、金曜日の延長電話相談及び土曜日の電話相談を実施する。併せて、職員及び消費生活相談員に対し研修の機会を確保するなど相談体制の充実を図る。

独立行政法人 国民生活センターを中心とした全国消費生活情報ネットワークシステム(PIO-NET)を活用し、苦情処理に関する必要な情報を迅速に入手、活用する。また、関係機関とも協力し、消費者トラブル・危害防止等の情報収集を行うとともに消費者への情報提供に努める。

(1) 消費生活に関する相談窓口

ア 川崎市消費者行政センター

(ア) 相談電話番号 200-3030 (直通)

(イ) 相談時間 月～金曜日(祝日・年末年始を除く) 9:00～16:00

(金曜日は電話相談のみ 19:00 まで)

土曜日(祝日・年末年始を除く) 10:00～16:00 (電話相談のみ)

※来所相談は電話で予約が必要。

イ 区役所出張相談

(ア) 中原区役所 金曜日 (祝日・年末年始を除く)

(イ) 高津区役所 水曜日 (祝日・年末年始を除く)

(ウ) 多摩区役所 月曜日 (祝日・年末年始を除く)

(エ) 電話 200-3030 (相談予約)

(オ) 相談時間 9:00～16:00

※前日(土・日曜日・祝日の場合は、その前の平日) 16:00 までに消費者行政センターに電話で予約が必要。



消費者行政センターでの電話相談対応の状況

ウ 電子メール相談

消費者行政センターホームページの専用フォームで受付を実施

(2) 消費生活相談員への助言等の充実

弁護士等による専門的な助言を受け、また、効果的かつ効率的な研修の機会を確保する等、問題解決に向けた消費生活相談体制の高度化を図る。

ア 専門的アドバイス

(ア) 弁護士の来所による助言

36回

(イ) 弁護士による電話での簡易な助言

通年

IV 苦情の処理及び被害の救済

令和7年度の事業概要

イ レベルアップ研修

- | | |
|------------------|----|
| (ア) 弁護士を講師とする研修会 | 3回 |
| (イ) レベルアップ研修の実施 | 2回 |
| (ウ) 研修参加支援 | |

消費者庁、神奈川県、独立行政法人 国民生活センター等が開催する研修会への参加支援

(3) 特別相談の実施

「若者特別相談」、「高齢者被害特別相談」及び「多重債務者特別相談」を実施する。

(4) 外国人市民等の被害救済に向けた関係機関との連携

外国人市民等に係る関係機関との連携を強化しながら、状況の変化を踏まえた相談体制を確保する。

(5) 緊急特別相談の実施

企業の倒産等により相談の急増が見込まれるときに、相談窓口を臨時的に設置し、迅速・的確に対処する。

(6) 危害・危険情報の収集

独立行政法人 国民生活センター等の関係機関に危害情報を迅速に提供する。

(7) 重大事故等の通知

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通知する。

(8) 関係機関との連携

消費者被害救済に向けて、複雑化・高度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、関係機関、専門機関と連携を図る。

(9) 消費生活相談のデジタル化の推進

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、消費者のニーズに合わせた消費生活相談のデジタル化を推進する。

(10) 消費生活相談におけるデジタルトランスフォーメーション（DX）への対応

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る。

令和7年度の事業概要

2 被害の救済（経済労働局消費者行政センター）

(1) 苦情処理のあっせん・調停等

消費者の被害状況等により消費者行政推進委員会の部会として位置付けられている苦情処理部会があっせん・調停等を行い消費者の救済にあたる。

苦情処理部会委員9名の構成

ア 消費者行政推進委員	2名
イ 学識経験者	4名
ウ 消費者	2名
エ 事業者	1名

(2) 消費者訴訟の援助

引き続き消費者訴訟に要する費用の貸付を行い、消費者訴訟の援助を行う。

(3) 被害救済に向けた関係機関との連携

消費者の被害救済に向けて、神奈川県警察本部及び市内8警察署との連絡会議を開催する。また、関係機関との連絡会議に出席し、情報収集・情報交換を行い、連携の強化を図る。

V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進

令和7年度の事業概要



V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進



1 市民に向けた効果的な情報発信

(1) 消費生活に関する情報の提供（経済労働局消費者行政センター）

ア 消費生活相談や消費生活に関するリーフレット、冊子を作成し、配布する。

(ア) リーフレット

消費者行政センターしおり 1,000部

(イ) 冊子類

消費生活安心ガイド 10,000部

令和7年度版 消費者支援協定のご案内 1,300冊

イ 日常的に必要な生活情報や消費生活相談事例など時宜を得た情報を提供するため、「くらしの情報かわさき」を定期的に発行する。

発行部数・回数 各6,500部（カラー）・4回

ウ 「消費生活相談月報」などの発行・公表

(ア) 「消費生活相談月報」の公表

毎月の消費生活相談件数・内容について、ホームページに掲載する。

(イ) 「消費生活相談年報」の発行

前年度一年間における消費生活相談件数・内容を掲載し発行する。

エ 市内のデジタルサイネージや消費者行政センターのホームページ、メールマガジン配信サービス「かわさき消費生活メールマガジン」等により消費生活関連情報を適宜配信する。

(ア) 配信回数

定期配信（1か月に1回） 12回

号外配信 5回

(イ) 登録者目標数 2,800件



駅デジタルサイネージでの
広報動画発信

オ 悪質商法広報事業

靈感商法を含む悪質商法相談窓口について、広報動画等を作成し、ホームページや市内のデジタルサイネージ等で発信する。

カ 「消費者行政事業概要」を発行し、区役所や図書館に配布するとともに、消費者行政センターのホームページでも公表する。

キ 関係部局との連携を図り、会議等において、相談事例の紹介や講演会の案内等、消費生活情報の発信を推進する。

(2) 街頭啓発による消費者被害の防止（経済労働局消費者行政センター）

街頭啓発キャンペーンの実施や市主催行事への参画等により、市内主要駅周辺やイベント会場において、市民に対し啓発物等を配布し、悪質商法被害防止について呼びかける。

実施回数 25回

令和7年度の事業概要

- (3) 消費者行政センターの情報の充実（経済労働局消費者行政センター）
資料展示・閲覧コーナー
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コーナーを消費者行政センターに常設し、来所者への資料（リーフレット、パンフレット等）の展示や図書、DVDの貸出しを行う。
- (4) 消費者支援強調月間の実施（経済労働局消費者行政センター）
「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」を施行した11月を「消費者支援強調月間」とし、特別講演会やアゼリア地下街広報コーナーでの啓発等を集中して実施することで地域における効果的な消費者教育を推進する。
- (5) 「かしこい」消費者の育成に向けた講座の実施（経済労働局消費者行政センター）
消費生活に関する多様な分野を対象にした講座を3回実施し、地域における消費者教育を推進する。
- (6) 消費者団体等による消費生活展の開催（経済労働局消費者行政センター）
消費生活展において、市内で活動する消費者団体の日頃の研究成果や活動内容を発表、掲示し、消費者に対し消費生活に関する知識の普及を図ることで地域の消費者教育を推進する。
- (7) 消費者市民社会の実現に向けた広報の実施（経済労働局消費者行政センター）
消費者市民社会に関する動画を作成し、市内各所のデジタルサイネージ等で放映することで、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について、周知する。

● 消費者市民社会の普及・啓発

「消費者市民社会」とは、「消費者が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」を意味しており、消費者が自分たちのことだけでなく、地域の人々やこれから生まれてくる子どもたちのこと、社会、経済、地球環境のことを考え、よりよい社会をつくるために進んで行動することを推進するため、その概念の普及や啓発に取り組むこととしている。

- (8) 地域社会における地球温暖化対策等啓発の実施（環境局脱炭素戦略推進室）
「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、再生可能エネルギーの普及等、地球環境に配慮したエコ暮らしへの転換を促す取組を推進する。
地域の市民等への普及啓発や支援策などを引き続き実施し、市民一人ひとりの環境配慮型のライフスタイルへの行動変容を促進していくことで、脱炭素社会の実現を目指していく。
また、周辺自治体と連携し、啓発キャンペーンを実施する。
- (9) 健康な食のあり方を学ぶ機会・情報の提供（健康福祉局保健医療政策部健康増進課）
「かわさき健康づくり・食育プラン（令和6年3月策定）」に基づき、地域団体等との連携のもと、イベント、教室等の機会をとらえ、健康的な食のあり方等を啓発することにより、取組を推進する。
ア 健全な食生活や栄養等に関する情報をリーフレットやグッズ等により提供し、広く普及啓発を図る。
イ 食育の日キャンペーンを実施する。

V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進

令和7年度の事業概要

(10) 消防に関する情報の提供

ア 火災予防広報業務（消防局予防課）

春・秋の火災予防運動や各種予防行事の実施、火災予防広報ポスターの掲示、パンフレット・チラシの配布、ホームページにおける広報等を通じて火災予防を呼びかける。

イ 火災予防相談業務（消防局予防課）

火災予防業務全般、消防用設備等の設置、維持管理等についての相談業務を行う。

ウ 住宅防火対策の推進（消防局予防課）

住宅用火災警報器の設置及び維持管理について、防火指導員制度や各消防署に設置している住宅用火災警報器設置・維持管理対策連絡会等を活用し、普及啓発するとともに、他部局と連携して住宅防火対策普及啓発資料等を配布する等、住宅火災による死者のより一層の低減を図る。

エ 不適正販売等の防止対策（消防局査察課）

ホームページ等において、消火器等の不適正販売及び消防用設備等の不適正点検について注意喚起を図る。

(11) 住宅に関する情報の提供（まちづくり局住宅整備推進課）

ア 住宅相談窓口

市民が住宅及び分譲マンションの良質化や適切な維持管理に関して気軽に相談出来るよう、川崎市住宅供給公社が運営するハウジングサロンにおいて、専門の相談員による相談対応を実施する。

川崎市住宅供給公社ハウジングサロン

予約受付日時 毎週火～土曜日（祝日及び年末年始は休み） 9時～12時、13時～16時

電話 874-0180（問合せ・予約）

(7) (住宅相談) 要事前予約

相談日時 毎週火、土曜日（祝日及び年末年始は休み） 13時～16時

(4) (マンション管理相談) 要事前予約

相談日時 毎週火、木、土曜日（祝日及び年末年始は休み） 10時～12時、13時～16時

イ アドバイザー派遣制度（現地相談）

ハウジングサロンに相談したうえで、必要に応じて、専門家のアドバイザー派遣を実施する。

(7) (住宅現地相談) 相談日は相互調整

年度内1回限り

(4) (マンション管理現地相談) 相談日は相互調整

川崎市マンション管理組合登録・支援制度に登録しているマンションは年度内3回限り

未登録マンションは年度内1回限り

ウ マンション管理基礎セミナー（2回実施/年）

分譲マンションの管理組合役員等に、区分所有建物の維持、保全に必要な情報を提供することにより、良好な住環境の形成を図ることを目的として開催する。〔川崎市住宅供給公社主催〕

エ 住まい・まちづくり講習会（2回実施/年）

空家の管理や活用についての紹介、住宅の維持管理やリフォーム・リノベーションの際のポイント及び関連する税制・制度について、事例を紹介しながら講演を行う。

令和7年度の事業概要

(12) 市場体験による食育の実施（経済労働局中央卸売市場北部市場業務課）

市民の台所として生鮮食品等を安定供給している中央卸売市場北部市場から、食や花を中心とした市場の役割や機能等について、知識の啓発を行う。

ア 講習会・講座【北部市場】

- (ア) およこ花育教室 4回/年
(フラワーアレンジメント・模擬せり体験等)
- (イ) およこ食育講座 1回/年
(北部市場のプロから学ぶ・市場見学他)



花の模擬せり体験の様子

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) 地域の団体等に対する講座の実施（経済労働局消費者行政センター）

町内会等の地域団体、自主グループの集会、学習会等に講師を派遣するくらしのセミナー（出前講座）を開催し、地域の中で消費生活に関する多様な分野における消費者教育を推進する。また、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、講座や冊子等による啓発を実施する。

開催回数 75回
参加者 1,500人

(2) 地域における消費者被害の未然防止（経済労働局消費者行政センター）

地域における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、相談事例チラシの配布等による注意喚起を行う。

配布枚数 5,000部

(3) ふれあい出張講座等による環境教育・環境学習の実施（環境局減量推進課）

3Rの普及啓発に向けて、生活環境事業所職員が講師となり、ごみ処理の実情や資源物とごみの正しい出し方など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」を実施する。

(4) ごみ減量、リサイクルへの意識啓発の推進（環境局減量推進課）

循環型社会の構築に向け、ごみの減量やミックスペーパー、プラスチック製容器包装（中原区以南はプラスチック資源）をはじめとする資源物の分別排出の徹底など、市民の理解と協力を得ながら、3Rをより一層推進するため、環境配慮行動の実践を広く市民に呼び掛けるとともに、効果的・効率的な普及広報活動を実施する。

ア 施設見学会の開催

ごみ処理施設やリサイクル施設の見学会を開催し、ごみ処理事情の理解を図る。

イ 3R推進講演会の開催

3Rに関する話題をテーマに開催し、環境に配慮した行動の実践を促進する。

ウ ごみの出し方冊子の配布

資源物とごみの分別ルールと排出マナーを分かりやすく記載したリーフレットを配布する。

エ 春のポイ捨て禁止・路上喫煙防止キャンペーン

5月30日の「ごみゼロの日」にちなみ市内主要駅等において、環境美化、ポイ捨て禁止の普及啓発を行う。

V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進

令和7年度の事業概要

オ 分別排出の徹底

ミックスペーパー及びプラスチック製容器包装（中原区以南はプラスチック資源）等の資源物の分別排出について周知・徹底を図る。

カ 生ごみ処理機等購入費への助成

生ごみの減量化・リサイクルを推進するため、生ごみコンポスト化容器・電動生ごみ処理機などの機器及び容器の購入費の一部を助成する。

助成計画基数 約 500 基

助成額 購入金額の2分の1（限度額 10,000 円）

1世帯1基まで（ただしコンポスト化容器・密閉容器については1世帯4基まで）

(5) 地域に向けた火災予防に関する啓発の推進（消防局予防課）

各消防署に設置された放火火災防止対策協議会等を中心として、地域の特性に応じた放火対策を検討し、地域ぐるみで放火防止をめざすとともに、市内の町内会・自治会にチラシ等を配布するなど各種広報媒体を活用した放火防止対策の推進を図る。

② 地域社会・高齢者・障害者

(1) 啓発冊子等による消費者被害防止（経済労働局消費者行政センター）

「関東甲信越ブロック悪質商法被害防止共同キャンペーン」に参加し自治体間で連携することで、高齢者に向けた効果的な啓発を実施する。

ア ポスター 50 枚

イ リーフレット 1,500 部

(2) 地域包括支援センター等との連携による消費者被害防止（経済労働局消費者行政センター）

地域包括支援センター等、地域の見守り関係団体の会議等に、消費生活相談員を講師として派遣し、消費者トラブルの相談事例や対応方法の情報交換などを行う。

(3) 講座の実施による消費者被害防止（経済労働局消費者行政センター）

消費者被害の未然防止のため、高齢者や障害者、その見守り関係団体等に消費生活相談員を講師とした講座等を開催し、消費者教育を推進する。

(4) 地域の見守り活動に関する情報の提供等（経済労働局消費者行政センター）

ア 警察、市、消費生活相談員による「消費生活相談に関する連絡会議」を開催し、情報交換を行う。

イ 地域包括支援センターのセンター長会議や介護・福祉関係者の会合等において、見守り情報を提供する。

(5) 市内のデジタルサイネージや消費者行政センターのホームページ、メールマガジン配信サービス「かわさき消費生活メールマガジン」等により消費生活関連情報を適宜配信する。【再掲】（経済労働局消費者行政センター）

ア 配信回数

(ア) 定期配信（1か月に1回） 12 回

(イ) 号外配信 5 回

イ 登録者目標数 2,800 件

令和7年度の事業概要

③ 学校・若年者

(1) 消費者としての児童生徒の育成（教育委員会事務局総合教育センター）

消費者教育は、学習指導要領にも示されているとおり、社会において主体的に生きる消費者を育む視点から、児童生徒が、消費者として必要な知識や技能を身に付けるとともに、持続可能な社会を展望して、環境に配慮した生活の営みへの足掛かりとなる能力と態度を育てることをねらいとしている。そこで、各学校では、各教科、道徳、特別活動、総合的な学習の時間等での消費者教育の充実を図るとともに授業研究等に取り組む。

また、市内小学校・中学校・高等学校の家庭科の教員を中心に学習指導要領の小学校家庭科の「消費生活・環境」、中学校技術・家庭科（家庭分野）の「消費生活・環境」、高等学校家庭科「持続可能な消費生活・環境」において育成を目指す消費者教育について周知を図る。

(2) 消費者市民社会に関する学生向け講座等の実施（経済労働局消費者行政センター）

若年層を対象とした消費者啓発の強化のため引き続き、消費者としての自立に関する啓発と併せて、消費者意識の向上を図る若者向けの啓発事業を実施する。

ア 小中学生を対象とした親子向け講座の実施

小中学生を対象とし、エシカル消費や金融、経済等をテーマとした講座を3回開催し、消費者市民社会の形成に向けた消費者教育を実施する。

イ GIGA端末デジタル教材の利用促進

市内の小学5年生及び中学3年生に向けてGIGA端末に対応したデジタル教材を展開する。

(ア) 小学生向け教材 a 「小学生から！かしこい消費者になろう」（デジタル版）

(イ) 中学生向け教材 a 「かしこい消費者になろう」（デジタル版）

b 「カモ診断テスト」（デジタル版）

(3) 教育機関等に対する啓発の実施（経済労働局消費者行政センター）

市内の市立中学校に啓発物を配布し、成年年齢引下げに伴う契約の注意点や若年者に向けた消費者啓発を実施する。

(4) 成年年齢引下げに伴う若者を対象とした啓発動画の放映（経済労働局消費者行政センター）

ア 市内の映画館で動画広告を実施

イ 川崎市二十歳を祝うついでには、成年年齢引下げ広報動画を放映

(5) 消費者市民社会に関する講座等の実施（経済労働局消費者行政センター）

くらしのセミナーで、消費者市民社会やSDGsに関連したメニューを設置し、消費者市民社会の普及を促進する。

(6) 職場体験の実施（経済労働局消費者行政センター）

学生等に職場体験の機会を提供し、消費者行政センターの様々な業務を体験してもらうことで、消費者教育への理解を促進する。

(7) イベント等による消費者教育の実施（経済労働局消費者行政センター）

「関東甲信越ブロック悪質商法被害防止共同キャンペーン」に参加し、若者に対して被害の未然防止を呼び掛ける。

ア ポスター 200枚

イ リーフレット 電子データをホームページ掲載し、広報する

V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進

令和7年度の事業概要

- (8) 環境配慮を目指した「エコ・クッキング」講座の実施（環境局減量推進課）
地球においしい「エコ・クッキング」講座
小・中学校PTA等を対象に、「食」という身近な題材で体験的に環境の大切さを考える講座を通じ、環境配慮型ライフスタイルの普及を図る。
対 象 市内学校PTA等
- (9) 社会科副読本の作成（環境局減量推進課）
環境教育の一環として、児童期から廃棄物の収集・処理の過程及びごみ減量化・リサイクルの必要性等を理解してもらうため、小学校のGIGA 端末で閲覧できる社会科学習用補助教材を作成しており、適宜更新を行う。
- (10) 出前ごみスクール等による環境教育・環境学習の実施（環境局減量推進課）
3Rの普及啓発に向けて、生活環境事業所職員が講師となり、ごみ処理の実情や資源物とごみの正しい出し方などの説明を行う取組として、小学校を対象とした「出前ごみスクール」を実施する。

④ 職域・事業者

- (1) 市内企業の従業員等への講座の実施（経済労働局消費者行政センター）
企業の学習会及び研修会等に消費生活に関する専門家などを派遣することで、労働者への消費者教育を推進する。
- (2) 事業者向けエコドライブ啓発の推進（環境局地域環境共創課）
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することで、エコドライブを推進することにより、大気汚染防止対策及び地球温暖化対策を推進する。
- (3) 事業活動における地球温暖化対策等啓発の実施（環境局脱炭素戦略推進室）
脱炭素社会の構築を目指した取組として、省エネ・節電等をはじめとした環境配慮行動を実践する市内事業者等への表彰制度やこれらの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ていく。
- (4) 事業系一般廃棄物の減量化等に向けた指導（環境局減量推進課）
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（変更）届出書の提出、廃棄物管理票の使用を指導するとともに、同準多量排出事業者には、減量等計画書を提出させて、減量化・資源化の指導を実施していく。
- (5) エコショップ制度、リユース・リサイクルショップ制度の拡充（環境局減量推進課）
ア 川崎市エコショップ制度の拡充
廃棄物の減量化及び資源化等に関する本市の施策へ積極的に協力するお店や商店街などをエコショップに認定して当該店の利用を推奨する本制度を拡充する。
イ 川崎市リユース・リサイクルショップ制度の拡充
廃棄物のリユース（再利用）及びリサイクル（再生利用）等に関する本市の施策に協力するお店等をリユース・リサイクルショップに認定して当該店の利用を推奨する本制度を拡充する。

令和7年度の事業概要

(6) 食品廃棄物のリデュース・リサイクルの推進（環境局減量推進課）

ア 食品ロス削減協力店制度の拡充

飲食店による「食べきり」を促す取組や、食品小売店による小分け販売等の消費者が食べきりやすくする取組など、食品ロス削減に取り組んでいる店舗等を「食品ロス削減協力店」に認定して、当該店の利用を推奨する本制度を拡充する。

イ フードドライブの実施

フードバンク団体等と連携し、減量推進課や各生活環境事業所等を回収拠点とし、各家庭で使いきれなくなった食品を回収し、フードバンク団体等を通じて食料を必要とする世帯等へ届けるフードドライブを実施する。

(7) 消費者志向経営の普及啓発（経済労働局消費者行政センター）

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、イベント等で広く広報していく。

また、事業者向けに講師を派遣し、消費者志向経営の考え方を普及する。

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) 消費者教育の担い手の育成に向けた講座の実施（経済労働局消費者行政センター）

消費者問題の関心を高め、地域における見守りなどを行う消費者教育の担い手となる「消費生活サポーター」を育成するため、消費生活相談員等を講師とする消費生活サポーター養成講座を実施する。また、サポーター既登録者に向けて、最新の消費生活トラブル等の知識を向上させるため、消費生活サポーターフォローアップ講座を開催する。

● 消費生活サポーターに関する講座の実施

消費者トラブルの未然防止等に向けた消費者教育は、地域に密着し継続的に実施する必要がある。そのため、本市が発信する消費生活情報等を高齢者等に伝達し、消費者被害防止等と呼びかけ、地域の高齢者等が消費者トラブルに遭っていないか見守り、消費者行政につなぐ役割を担う消費生活サポーターの養成講座を実施することで地域の消費者教育の担い手を育成する。

(2) 消費生活相談員の研修支援（経済労働局消費者行政センター）

弁護士から専門的な助言を受けるため、研修会を定期的に開催する等、消費生活相談員の資質の向上に努める。

レベルアップ研修

ア 弁護士を講師とする研修会 3回

イ レベルアップ研修の実施 2回

ウ 研修参加支援

消費者庁、神奈川県、独立行政法人 国民生活センター等が開催する研修会への参加支援

(3) 消費生活eモニターに対する研修の実施（経済労働局消費者行政センター）

消費生活eモニターを公募し、消費生活に関する意見・提案、くらしの中の情報を聴取するため、アンケート調査を実施する。消費生活における各種知識の普及のため、各種の研修会等の案内に努める。

ア 募集人数 35名程度

イ 任期 約3年

V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進

令和7年度の事業概要

- (4) 学校における消費者教育の担い手の育成（教育委員会事務局総合教育センター）
要請訪問や教育課程研究会等において、消費者教育の課題と現状を共通理解することにより、学校における消費者教育の普及と充実を図る。
消費者庁「成年年齢引き下げ後の若年者への消費者教育推進方針—消費者教育の実践・定着プラン—」に基づき、「社会への扉」を活用した授業等、高等学校において消費者教育の一層の充実を図る。
- (5) 廃棄物減量指導員制度との連携（環境局減量推進課）
地域におけるボランティア・リーダーとして、また、本市と市民とのパイプ役として、ごみ減量化・リサイクルの一翼を担う廃棄物減量指導員の活動の活性化を図り、地域の環境美化及びごみの減量に取り組む。
また、廃棄物減量指導員連絡協議会の充実を図り、指導員相互の連携を強化する。
- (6) 環境教育の担い手の育成（環境局企画課）
地域環境リーダー育成講座を実施し、地域や職場で環境保全活動等を率先して行うことのできる人材の育成を図る。
ア 実施期間 6月～11月（全8回）
イ 定員 概ね20名
ウ 対象 市内在住、在勤又は在学の18歳以上の方
- (7) 食に関する地域活動等の担い手の育成（健康福祉局保健医療政策部健康増進課）
「かわさき健康づくり・食育プラン（令和6年3月策定）」推進のために、家庭、学校、地域等との連携のもと、食育を担う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することにより、幅広い食育推進体制の充実を図る。

② 多様な主体との連携及び育成

- (1) 地域団体等との連携に向けた講座等の実施（経済労働局消費者行政センター）
地域包括支援センター等、地域の見守りに関する団体の関係会議等の機会を活用し、消費生活相談員を講師として派遣し、消費者トラブルの相談実例や対応方法の情報交換などを行うことで地域における多様な団体との連携を強化する。
開催回数 10回
- (2) 消費者団体・生活協同組合等の育成及び連携の推進（経済労働局消費者行政センター）
ア 消費者団体の育成
消費者団体の自主的な活動を援助するとともに、各消費者団体間の連携を推進する。
ア 消費者団体の活動状況を発信
イ 消費者団体主催の講演会への講師派遣
ウ 市・消費者団体連絡会の開催
エ 消費者団体への情報の提供
オ 消費者団体への研修場所の提供
- イ 生活協同組合の育成
生活協同組合の実態把握のため、組合の存立及び本市施策に関係する生活協同組合事業に関わる書類及び店舗、医療施設、介護保険法等に伴う福祉施設の開設など本市の施策に関係する書類について県への経由事務を行う。

令和7年度の事業概要

- (3) 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（環境局脱炭素戦略推進室）
 市民、事業者、行政等多様な主体が連携し、「川崎温暖化対策推進会議（CC川崎エコ会議）」等を通じて、地球温暖化対策を推進する。
 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と連携・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く。
 再生可能エネルギーの普及促進やエネルギーに関する今後の進展等について、市民・事業者等への周知活動を推進していく。
- (4) 食の安全に関する情報の提供（経済労働局消費者行政センター）
 ア 冊子「食生活と安全」の発行
 食品の安全性に関する知識の普及のため冊子「食生活と安全」を発行する。
- (5) 関係団体等とのネットワークの構築（健康福祉局保健医療政策部健康増進課）
 ア 川崎市食育推進会議・食育推進会議部会
 食育関係団体や企業の代表等の委員により食育に関する審議を行い、食育の推進に関する施策の実施を推進する。
 イ 区食育推進分科会
 各区健康づくり推進連絡会議の分科会として設置した食育関係団体の代表を委員とする食育推進分科会において、団体等が連携して区の特性を活かした食育に取り組める体制づくりを図る。
- (6) 資源集団回収に向けた連携の推進（環境局減量推進課）
 町内会・自治会、PTA等の資源集団回収実施団体に対し、回収量1kgにつき、3円の奨励金を、また、回収業者には、回収量1kgにつき紙類は古紙市況に連動した額を、布類・びん類は1円の報償金を交付し、資源集団回収の促進を図る。
 また、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を運営し、回収業者等への支援・育成を図る。
 対象資源化物古紙類等
 古紙類、古布類、空きびん類
 計画回収量 30,781ト



消費生活展



かしこい消費者講座



VI 消費者支援協定



1 消費者支援協定の締結（経済労働局消費者行政センター）

(1) 洗濯用粉石けんの安定供給に関する消費者支援協定

洗濯用粉石けんの安定供給に関する消費者支援協定を事業者等と締結し、消費者が洗濯用粉石けんを選択、購入する際の機会の確保を図るとともに、協定内容の普及啓発を図る。

ア 協定先 市内スーパー、生活協同組合

8社 43店舗（令和7年4月現在）

イ 普及啓発 冊子を作成し、本市施設にて配布及び消費者行政センターホームページに掲載

(2) 家庭用電気製品の修理に関する消費者支援協定

家庭用電気製品の購入先に関係なく、事業者団体の加盟店で修理に応じるよう指導することを内容とした消費者支援協定を事業者団体と締結し、消費者の自立支援を図るとともに、協定内容の普及啓発を図る。

ア 協定先 川崎電機商業組合 北・中・南支部

53事業者（令和7年4月現在）

イ 普及啓発 冊子を作成し、本市施設にて配布及び消費者行政センターホームページに掲載

(3) 上下水道の水回り工事に関する消費者支援協定

上下水道の水回り工事において、消費者に対し工事内容の説明や見積書等の提出等を指導することについて定めた消費者支援協定を事業者団体と締結し、事業者と消費者間の契約トラブル等の未然防止を図るとともに、協定内容の普及啓発を図る。

ア 協定先 川崎市管工事業協同組合

109事業者（令和7年4月現在）

イ 普及啓発 冊子を作成し、本市施設にて配布及び消費者行政センターホームページに掲載

(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

住宅工事において、消費者に対し事前の工事内容の説明や見積書等の提出等を指導することについて定めた消費者支援協定を公募により選定した事業者と締結し、事業者と消費者間の契約トラブル等の未然防止を図るとともに、協定内容の普及啓発を図る。

ア 協定先 一般公募により選定した事業者

93事業者（令和7年4月現在）

イ 普及啓発 冊子を作成し、本市施設にて配布及び消費者行政センターホームページに掲載

(5) 葬儀における消費者トラブルの防止に関する協定

葬儀の契約において、消費者に対し事前に葬儀内容の説明や見積書等の提出等を指導することや、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などについて定めた消費者支援協定を公募により選定した事業者団体と締結し、事業者と消費者間の契約トラブル等の未然防止を図るとともに、協定内容の普及啓発を図る。

ア 協定先 一般公募により選定した事業者団体

3団体（令和7年4月現在）

イ 普及啓発 冊子を作成し、本市施設にて配布及び消費者行政センターホームページに掲載

令和7年度の事業概要



VII 施策推進のための行政体制の充実



1 消費者意見の反映（経済労働局消費者行政センター）

(1) 川崎市消費者行政推進委員会の運営

消費者行政推進委員会は市民の代表で構成され、「川崎市消費者行政推進計画」の策定、苦情の処理のあっせん・調停、訴訟の援助、消費者支援協定の施策について審議する。

委員の構成（9名以内）

ア 学識経験者	4名
イ 消費者	3名
ウ 事業者	2名



川崎市消費者行政推進委員会

(2) 消費生活eモニターの育成（再掲）

消費生活eモニターを公募し、消費生活に関する意見・提案、暮らしの中の情報を聴取するため、アンケート調査を実施する。消費生活における各種知識の普及のため、各種の研修会等の案内に努める。

ア 募集人数	35名程度
イ 任期	約3年

(3) 川崎市食の安全確保対策懇談会の運営

食の安全に関する知識の普及及び情報提供に関する事項について、専門知識の導入、市政に対する市民意見の反映等を目的として、川崎市の食の安全確保の充実に向けて意見を聴取し施策に反映する。

委員の構成（9名以内）

ア 学識経験者	2名
イ 消費者	4名
ウ 事業者	3名

(4) 市長への申出

川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例に定める市の措置がとられていないときや、同条例に違反する事業活動について、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、市民が、市長に条例で定めている措置をとるよう申し出ることにより、消費生活上の支障の拡大を防止する。

2 消費者行政の円滑な推進（経済労働局消費者行政センター）

(1) 庁内関係局との連携

消費者行政は広範囲に及ぶため、市全体で横断的な取組が必要となる。必要に応じて、消費者行政連絡調整会議、食の安全確保対策懇談会庁内連絡会議、多重債務者関係連絡会議等を開催し、庁内関係局と消費者行政を円滑に推進する。

(2) 関係行政機関及び団体との連携強化

国及び他の地方公共団体等との連携を強化し、引き続き情報交換などに努め円滑な消費者行政を推進する。

(3) 権限の委任及び移譲等に対する執行体制の整備

地方分権の推進に伴い、国や県からの事務権限の委任や委譲に対して、執行体制の整備を行い、円滑な消費者行政を推進する。

令和6年度の実績



◆令和6年度トピックス◆

令和6年度も引き続き、多様化・複雑化する消費者トラブルに対応するため、消費生活相談や啓発活動を通じて被害拡大防止を図りました。また、消費者市民社会の実現に向けて、食品ロスの削減やエシカル消費等、持続可能な社会を築くための消費行動について、広報を実施しました。

令和6年度の実績

実績
評価

I 安全の確保

1 商品・サービスの安全性確保

(1) 商品等の安全性の調査（経済労働局消費者行政センター）

特に実態調査すべきものはなかった。

◎

(2) 商品に関する各法に基づく立入検査（経済労働局消費者行政センター）

ア 消費生活用製品安全法に基づく立入検査等

立入検査を実施した結果、特に危害を及ぼす商品は販売されていなかった。

(ア) 立入検査 5回（9月1回・10月4回）

(イ) 立入店舗数 10店舗

(ウ) 検査機種数 58機種

◎

イ 電気用品安全法に基づく立入検査等

立入検査を実施した結果、特に危害を及ぼす商品は販売されていなかった。

(ア) 立入検査 4回（9月1回・10月3回）

(イ) 立入店舗数 8店舗

(ウ) 検査機種数 28機種

◎

ウ ガス事業法に基づく立入検査等

立入検査を実施した結果、特に危害を及ぼす商品は販売されていなかった。

(ア) 立入検査 3回（9月1回・10月2回）

(イ) 立入店舗数 4店舗

(ウ) 検査機種数 10機種

◎

エ 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立入検査等

立入検査を実施した結果、特に危害を及ぼす商品は販売されていなかった。

(ア) 立入検査 4回（9月1回・10月3回）

(イ) 立入店舗数 6店舗

(ウ) 検査機種数 20機種

◎

(3) 商品テストの実施（経済労働局消費者行政センター）

調査依頼先

ア 独立行政法人 国民生活センター 2件

イ 独立行政法人 製品評価技術基盤機構(NITE) 0件

◎

(4) 家庭用品安全対策（健康福祉局保健医療政策部生活衛生担当・区役所）

ア 試買検査数 110件

イ 規制対象外家庭用品検査 0件

◎

(5) 健康リビング対策（健康福祉局保健医療政策部生活衛生担当・区役所）

ア 相談・調査件数 508件

イ 衛生講習会 165件

ウ パンフレット作成 4,000部

◎

I 安全の確保

令和6年度の実績

実績
評価

- (6) 公園の遊具の安全点検（建設緑政局みどりの保全整備課・区役所）
約4,000基の公園遊具について年2回点検した。

◎

2 食の安全性確保

- (1) 農作物の安全性確保（経済労働局農業技術支援センター）

◎

ア 農作物病害虫防除の手引き作成

農業者に対し 3,000音配布 (3月)

イ 多摩川梨病害虫防除暦の作成

農業者に対し 160音配布 (3月)

◎

- (2) 食品衛生に関する監視指導・検査、食中毒等の調査、消費者への情報提供（健康福祉局保健医療政策部
食品安全担当・中央卸売市場食品衛生検査所・区役所）

ア 食品営業施設への立入検査

◎

(ア) 営業施設数 21,902 施設
監視指導件数 45,646 件

(イ) 食鳥処理場への立入検査

a 施設数 2 施設
b 監視指導件数 1 件

◎

イ 食品等の監視及び検査

(ア) 食品等官能検査件数 69,634 件

◎

(イ) 食品等検査検体数 1,098 検体

(ウ) 主な内訳

a 輸入食品 90 検体
b 残留農薬検査 41 検体
c 組換え DNA 技術応用食品検 21 検体

ウ 食中毒調査及び行政処分

(ア) 食中毒発生件数 11 件

(イ) 行政処分件数 3 件

◎

エ 夏期及び年末の食品等一斉監視

	夏期(7~8月)	年末(12月)
営業施設監視指導数	8,827 件	4,798 件
食品等収去検査	233 検体	129 検体

◎

オ HACCP に沿った衛生管理の推進

(ア) 食品等事業者に対する指導・研修

a 食品衛生責任者実務講習会	17 回	(受講者 5,605 名)
b その他の衛生教育(健康福祉局実施分を含む)	59 回	1,349 名
c 巡回指導実施状況(食品衛生指導員)	夏期(令和6年7月15日~8月31日)	
(a) 巡回施設数	2,215 施設	
(b) 指導員数	延べ 400 名	
	年末(令和6年12月1日~12月28日)	
(c) 巡回施設数	2,307 施設	
(d) 指導員数	延べ 414 名	

◎

令和6年度の実績

実績
評価

(イ) 食品衛生推進員による活動

食品衛生推進員の委嘱 308名

(令和6年度委嘱 任期：令和6年7月1日～令和8年6月30日)

カ 消費者への啓発

(ア) 各種講習会等の開催 28回 (参加者 1,341名)

(イ) 食品衛生思想の普及・啓発 (ポスター・ホームページ・デジタルサイネージ等による広報他)

a 食品衛生月間【厚生労働省】 (実施期間：8月1日～31日)

b ノロウイルス食中毒警戒情報【神奈川県】

(発令期間：令和6年12月23日～令和7年3月31日)

◎

(3) 学校給食の安全性確保(教育委員会事務局健康教育課・健康給食推進室)

ア 給食用食材の検査

検査項目件数 (以下項目内訳) 321件 (検査食品数 79件)

(ア) 細菌検査 198件

(イ) 食物アレルギー検査 3件

(ウ) 残留農薬検査 90件

(エ) 産地判別検査 30件

◎

イ 給食室の環境衛生検査 122校

(ア) 外観検査 (施設整備及び管理状況)

調理室、食品の取扱、排水及び周囲の状況、帳簿書類、その他

(イ) 給食室の環境検査 (室温、湿度、照度)

(ウ) 食器具類の洗浄状況 (デンブン、脂肪性残留物検査)

(エ) 食器具類の消毒状況 (一般細菌及び大腸菌群検査)

(オ) 保存食の保存状況

◎

ウ 配膳室の環境衛生検査 48校

(ア) 外観検査 (施設整備及び管理状況)

配膳室、食品の取扱、帳簿書類、その他

(イ) 配膳室の環境検査 (室温、冷蔵庫の温度等)

◎

エ 給食従事者等への啓発

研修会を開催し、食中毒発生防止や食品の安全に関する正しい知識について講習をする。

【衛生管理研修会】

(ア) 対象 学校給食調理員、栄養教諭・学校栄養職員

(イ) 内容 講演・学校給食における衛生管理について

◎

(4) 保育園給食の安全性確保(こども未来局保育・子育て推進部)

ア 調理従事者の衛生管理

調理従事者だけでなく、子どもにかかわる保育者すべて、毎月定期的に検便による細菌検査を実施。

(ア) 月平均 970件

(イ) 年延件数 11,634件

◎

イ 食品の安全衛生管理

保育園ごとに納品業者と年度分の請書を交わし、納入食材に関する仕様を確認。

事業者に対し従業員の検便や製品の自主検査を依頼し、提出のあった実施結果については各園にて保管。

食品の生産地、製造元、製造年月日等の情報を各園にて記録。

◎

ウ 給食施設・設備の衛生管理

業務委託による害虫防除の実施(2回)

(ア) 前期 6月中旬～7月下旬 保育園 21箇所

(イ) 後期 11月中旬～12月中旬 保育園 21箇所

◎

エ 給食担当者食品衛生研修会(食品衛生責任者実務講習会認定研修)

(ア) 実施月 6月18日(火)～29日(土)(動画配信期間)

(イ) 対象 市内保育所等施設給食担当者・その他受講を希望する市内保育所等施設関係職員

(ウ) 参加者 528名

(エ) 講師 川崎市健康福祉局保健医療政策部食品安全担当 食品衛生監視員

(オ) 内容 「食品衛生と衛生管理について」(70分程度の動画配信)

◎

(5) 水道水の安全性の確保(上下水道局水管理センター)

「水質検査計画」を策定し、これに基づき水源から給水栓までの水質検査を実施し安全を確保。

ア 水道水の毎日検査

水質自動測定装置により、水道水の色及び濁り並びに消毒の残留効果について検査を実施。

すべての検査地点(20か所)において色及び濁り並びに消毒の残留効果に異常は見られず良好。

イ 水道水の水質基準に係る検査

毎月、市内給水栓にて水道水が水質基準に適合していることを確認。

すべての検査地点(11か所)において水質基準の適合率100%。

◎

◎

3 監視指導(健康福祉局保健医療政策部生活衛生担当、区役所)

(1) 環境衛生関係営業施設に対する監視指導

旅館業、公衆浴場、興行場、理容所、美容所、クリーニング所、プール、温泉等の営業施設の監視指導を行い、衛生・安全の確保に努めた。

監視指導延べ施設数 2,710件

◎

(2) 専用水道及び簡易専用水道に対する監視指導

ア 専用水道

立入検査延べ施設数 26件

イ 簡易専用水道

立入検査延べ施設数 149件

◎

令和6年度の実績

実績
評価

(3) 小規模水道及び小規模受水槽水道に対する監視指導

ア 小規模水道

立入検査延べ施設数 14件

イ 小規模受水槽水道

立入検査延べ施設数 68件

◎

4 商品廃棄に係る汚染防止（環境局廃棄物政策担当）

(1) 廃家電製品に関する汚染防止

市内で排出される家電リサイクル法の対象品目（エアコン、テレビ、冷蔵庫・冷凍庫、洗濯機・衣類乾燥機）については、専門の処理業者による再商品化及び特定フロン回収を行い、それ以外の家電製品については、適正処理を推進することにより、商品廃棄に係る環境汚染を防止した。

◎

(2) 使用済み乾電池に関する汚染防止

処理量 291トン

◎

(3) 蛍光管に関する汚染防止

処理量 17トン

◎

5 放射性物質等に対する安全性確保

(1) 食品等の検査（健康福祉局保健医療政策部食品安全担当・中央卸売市場食品衛生検査所・区役所）

市内を流通する食品 23検体

◎

(2) 学校給食の安全性確保（教育委員会事務局健康給食推進室）

ア 給食用食材の放射能検査及び検査結果の公表

給食で使用する予定の国内産食材を事前にサンプルとして抜き取り、放射性セシウム134・137について放射能検査を実施し、その結果を本市のホームページに掲載。

検査食品数（国内産食材） 42件

◎

イ 給食の食材の産地公表

給食で使用する予定の食材の産地を使用する月の前月末までに、公益財団法人川崎市学校給食会のホームページに掲載。

◎

(3) 水道水中の放射性物質等検査（上下水道局水管理センター）

上下水道局長沢浄水場の水道水及び水道原水について、3か月に1回放射性セシウム及び有機フッ素化合物を検査して結果を本市のホームページに掲載。

ア 検査回数

4回

イ 検査結果

(ア) 放射性セシウム 全て不検出（1Bq/kg未満）

(イ) 有機フッ素化合物 定量下限値（5ng/L）未満※

※有機フッ素化合物（通称:PFAS）の代表的な物質である、ペルフルオロオクタンスルホン酸（PFOS）及びペルフルオロオクタン酸（PFOA）の合計値

◎

◎

(4) 地下水中の有機フッ素化合物調査（環境局環境保全課）

市内地下水について有機フッ素化合物の調査を行い、調査結果をホームページに掲載。

◎



II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止

1 表示・包装の適正化

- (1) 表示（単位価格）の基準の推進（経済労働局消費者行政センター） ◎
対象品目の表示（単位価格）について、特に問題が認められなかった。

- (2) 包装（消費者包装）の基準の推進（経済労働局消費者行政センター） ◎
対象品目の品質表示について、特に問題が認められなかった。

- (3) 過剰包装の自粛（環境局減量推進課） ◎
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、過剰包装自粛及びレジ袋削減の推進への協力を要請した。
実施件数 約 2,000件

- (4) 食品表示の適正化の推進（健康福祉局保健医療政策部健康増進担当・食品安全担当・中央卸売市場食品衛生検査所・区役所） ◎
ア 食品表示法に基づく監視指導
 - (ア) 表示検査件数 96,813件
 - (イ) 指導数（口頭説諭等） 316件
 - (ウ) 指示・命令 0件
 イ 健康増進法及び食品表示法に基づく適正化の推進 ◎
 - (ア) 栄養成分表示事前相談 16件
 - (イ) 栄養成分表示望ましい表示への助言 4件
 - (ウ) 栄養成分表示違反指導 1件
 - (エ) 虚偽・誇大広告事前相談 1件
 - (オ) 虚偽・誇大広告違反指導 0件

- (5) 包装食品の表示基準の推進（経済労働局消費者行政センター） ◎
対象品目の品質表示について、特に問題が認められなかった。

- (6) 自動販売機の表示基準の推進（経済労働局消費者行政センター） ◎
対象となる自動販売機の設置について、特に問題は認められなかった。

- (7) アフターサービスの基準の推進（経済労働局消費者行政センター） ◎
対象品目の保証表示について、特に問題が認められなかった。

令和6年度の実績

実績
評価

(8) 家庭用品の品質表示の立入検査（経済労働局消費者行政センター）

対象品目、93品目のうちの一部について立入検査を実施したが、特に注意が必要な店舗はなかった。

ア 立入検査	5回（9月1回・10月4回）
イ 立入店舗数	11店舗
ウ 検査品目数	40品目

◎

2 計量の適正化（経済労働局消費者行政センター）

(1) 特定計量器（はかり・分銅等）の定期検査

特定計量器定期検査実績

検査戸数	検査機器数	適正機器数	適正率(%)
961	2,446	2,404	98.3

◎

(2) 特定計量器（はかり・各種メーター類）の立入検査等

立入検査等実績

	事業者数	検査等件数	適正件数	適正率(%)
はかり	61	351	335	95.4
有効期間のある 特定計量器	53	807,152	805,856	99.8
合計	114	807,503	806,191	99.8

◎

※有効期間のある特定計量器：電気・水道・ガスメーター・燃料油メーターなど

(3) 商品量目立入検査

立入検査実績

事業者数	検査件数	適正件数	適正率(%)
60	1,732	1,725	99.6

◎

※全国一斉量目立入検査、大規模生産事業所立入検査、他（臨時）

(4) 商品量目試買検査

試買検査実績

事業者数	検査件数	適正件数	適正率(%)
3	75	75	100.0

◎

(5) 計量展示室の公開

来場者数 約 140人

◎

II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止

令和6年度の実績

実績
評価

(6) 適正計量の普及・啓発

市内事業所の計量管理及び品質管理の推進を図るため、計量管理強調月間運動の展開、講演会及び研究発表会等を実施した。

ア	計量管理強調月間運動	11月1日～30日
イ	正量取引強調月間運動	7月・12月
ウ	計量管理推進大会 受講者	25人
エ	計測技術講習会 受講者	16人
オ	計量教室	26人
カ	講演会	1回
キ	工場・施設見学会	1回
ク	機関誌「川崎計管」の発行	2回

◎

3 不適正な取引行為の禁止（経済労働局消費者行政センター）

(1) 事業者との情報交換及び改善の推進

事業活動の適正化に向けて、販売事業者等との情報交換を行うとともに必要に応じて法令等の遵守を求めた。

◎

(2) 不適正な取引行為の禁止

神奈川県・3政令市による事業者指導担当者会議に出席し、情報収集・情報交換や協議を行った。

◎

(3) 広域的な被害拡大防止及び未然防止

近隣自治体及び関係機関との連携により、広域的な消費者被害の未然防止及び拡大防止に努めた。

◎



Ⅲ 生活必需物資の確保及び価格の安定

1 生活必需物資の確保及び価格の安定

(1) 生鮮品等の安定供給の確保（経済労働局中央卸売市場北部市場業務課）

優良出荷者表彰

表彰者数	19 団体
ア 青果部	7 団体
イ 水産物部	6 団体
ウ 花き部	6 団体（個人を含む）

◎

(2) 新たな産地開拓や市場活性化に向けた取組（経済労働局中央卸売市場北部市場業務課）

産地開拓や市場の活性化に役立てることを目的として、市場内事業者と協力し、市場に関するPRパンフレットを作成した。

作成部数 5,000部

◎

(3) 市内産農産物の地産地消の推進（経済労働局農業振興課）

市内産農産物「かわさきそだち」を利用した料理教室や、イベント等における広報物の配布等によりPR活動を行い、地産地消の推進を図った。

◎

◎

(4) 価格動向等の調査（経済労働局消費者行政センター）

生活必需物資の価格動向及び需給状況について、特に問題は認められなかった。

◎

2 災害緊急対策

(1) 生活必需品の提供確保（経済労働局消費者行政センター）

ア 市内のスーパー等と締結している「災害時における生活必需物資の供給協力に関する協定」に基づき供給体制の確認を行った。

イ 生活協同組合の協力を得て「災害時における応急生活物資供給等の協力に関する協定」の実効性を高めるため、締結団体と情報伝達訓練を行った。

ウ 神奈川県牛乳流通改善協会と「災害時における牛乳等の供給協力に関する協定」に基づき、供給体制の確認を行った。

エ 大手コンビニエンスストアと締結している「災害時における物資の供給に関する協定」に基づき、供給体制の確認を行った。

◎

◎

◎

III 生活必需物資の確保及び価格の安定

令和 6 年度 の 実 績		実 績 評 価
(2) 飲料水の供給（上下水道局水道管理課）		
ア	震災時の飲み水の確保のため、地震に強い水道管の整備を進めるとともに、整備が完了した応急給水拠点に加え、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の開設不要な応急給水拠点を1箇所整備した。	◎
イ	地域住民参加による応急給水訓練を計23回実施し、訓練実施区の応急給水拠点の確認や給水タンク車等から応急給水資器材を立ち上げての給水訓練を行い、防災意識の高揚を促した。	
ウ	自主防災組織等が災害対策用貯水槽の設置されている応急給水拠点を開設するに当たり必要となる技能を修得・維持するため、組立て・給水研修を6回実施した。	
エ	自主防災組織等が配水池・配水塔を活用した応急給水拠点を開設するに当たり必要となる手順等を理解するため、開設不要型応急給水訓練を2回実施した。	
(3) 備蓄物資等の整備（危機管理本部危機対策部）		
ア	備蓄生活用品の購入等	
	哺乳瓶用乳首	1,500本
イ	備蓄食料品の購入	
	(ア) アルファ化米（わかめ御飯）	56,600食
	(イ) アルファ化米（おかゆ）	10,550食
ウ	備蓄飲料水の購入	
	飲料水（500ml）	34,680本
エ	粉ミルク等の購入	
	(ア) アレルギー対応粉ミルク（800g）	175缶
	(イ) 通常の粉ミルク	252箱
	(ウ) 液体ミルク	1,344本
オ	防災資器材燃料の購入	
	(ア) 1ℓ入りガソリン缶詰	0缶
	(イ) ガスボンベ	240本
(4) 防災に関する情報（危機管理本部危機管理部）		
ア	ぼうさい出前講座	
	防災に対する理解と関心を深め、防災意識の高揚と地域の防災力向上を図ることを目的とし、ぼうさい出前講座を実施した。	
	(ア) 実施回数	226回
イ	各種防災啓発冊子の発行	
	(ア) 備える。かわさき	29,900部
	(イ) 防災マップ	14,000部
	(ウ) 備える。かわさき（マガジン）	49,000部

令和 6 年度 の 実績



IV 苦情の処理及び被害の救済

1 消費生活相談の充実（経済労働局消費者行政センター）

消費生活相談については、消費生活相談員業務委託の安定した運営により効率的かつ的確な相談体制の充実を図った。

(1) 消費生活に関する相談窓口

	令和 6 年度	令和 5 年度
相談件数	10,548 件	11,011 件

◎

(2) 消費生活相談員への助言等の充実

法律的・専門的な知識が必要とされる消費生活相談に対して、弁護士のアドバイスを受けながら相談を実施できる体制を築くことにより、相談窓口の高度化を図った。また、消費生活相談に必要な知識習得や相談事案処理能力の向上のための研修を充実させ、消費生活相談員の資質の向上を図った。

◎

ア 専門的アドバイス

- | | |
|---------------------|------|
| (ア) 弁護士の来所による助言 | 36 回 |
| (イ) 弁護士による電話での簡易な助言 | 通 年 |

イ レベルアップ研修

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| (ア) 弁護士を講師とする苦情処理の研修会 | 3 回 |
| (イ) レベルアップ研修 | 2 回 |
| (ウ) 研修参加支援 | 109 回（延べ 301 人） |

(3) 特別相談の実施

ア 「若者特別相談(若者トラブル188)」の実施

「関東甲信越ブロック悪質商法被害防止共同キャンペーン」の開催中、「若者トラブル188」を実施し、2日間で13件(20歳～29歳13件、20歳未満0件)の相談を受け付けた。

◎

イ 「高齢者被害特別相談」の実施

関東甲信越ブロックの自治体・消費者団体・独立行政法人 国民生活センターで同時実施、2日間で22件の相談を受け付けた。

ウ 「多重債務者特別相談会」の実施

多重債務者相談強化キャンペーン 2024 の期間に合わせ、県・神奈川県弁護士会・県司法書士会と共催で実施し、弁護士による法律相談と生活再建支援相談員による生活再建支援相談を実施した。

(4) 外国人市民等の被害救済に向けた関係機関との連携

川崎市国際交流センター等の関係機関と連携して外国人市民等に係る相談に対応した。

◎

(5) 緊急特別相談の実施

緊急特別相談の必要性が認められなかったため、実施を見送った。

◎

IV 苦情の処理及び被害の救済

令和6年度の実績		実績 評価
(6) 危害・危険情報の収集 独立行政法人 国民生活センター等の関係機関に危害情報を迅速に提供した。		◎
(7) 重大事故等の通知 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13件通知した。		◎
(8) 関係機関との連携 多重債務相談担当者連絡会 1回		◎
(9) 消費生活相談のデジタル化の推進 LoGo フォーム（川崎市簡易版電子申請サービス）を活用した相談資料の受信件数 月平均約140件		◎
(10) 消費生活相談におけるデジタルトランスフォーメーション（DX）への対応 国のDXの進捗について状況把握を行い、基盤システム等の見直しに応じた本市システム化の調整・検討を行った。		◎
2 被害の救済（経済労働局消費者行政センター）		
(1) 苦情処理のあっせん・調停等 ア 苦情処理部会の開催 令和6年11月27日（水） イ 議 題 ・消費生活相談における解決苦慮事例について		◎
(2) 消費者訴訟の援助 消費者訴訟の費用援助の対象となる案件はなかった。		◎
(3) 被害の救済に向けた関係機関との連携 関係機関との連絡会議に出席し、情報収集・情報交換を行い、消費者の被害救済にむけて連携の強化を図った。 ア 消費生活相談担当者会議 8回 イ 消費者被害拡大防止連絡会議 4回 ウ 消費者問題懇談会 1回 エ 事業者団体等との懇談会 3回 オ 神奈川県警察本部及び市内8警察署との連絡会議 1回		◎



V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進

1 市民に向けた効果的な情報発信

(1) 消費生活に関する情報の提供（経済労働局消費者行政センター）

ア 消費生活相談や消費生活に関するリーフレット等の作成及び配布

リーフレット、冊子を作成し、市の施設、学校、地域団体及び企業に配布した。

(ア) リーフレット

a 消費者行政センターしおり 7,000部

(イ) 冊子類

a 消費生活安心ガイド 12,000部

b 令和6年度版 消費者支援協定のご案内 1,400冊

c 消費生活相談事例集 1,000冊

イ 「くらしの情報かわさき」の発行

(ア) 発行部数・回数 各7,000部 4回

(イ) 特集記事

a 春号 消費者行政センターのご案内

b 夏号 N I S Aでの資産形成とは？～金融商品との上手な付き合い方～

c 秋号 LPガスの利用に関する制度が変わります

d 冬号 サイバーセキュリティ月間

ウ 「消費生活相談月報」などの発行・公表

(ア) 「消費生活相談月報」の公表

毎月の消費生活相談件数・内容等について、ホームページに掲載した。

(イ) 「消費生活相談年報」の発行（「消費者行政事業概要」と合冊）

a 発行部数 146部

エ ホームページ、メールマガジン等による消費者被害防止啓発

消費者行政センターのホームページに適宜情報を掲載した他、「かわさき消費生活メールマガジン」により、消費生活相談事例、消費生活関連情報、講座やイベント等の情報を適宜配信した。

(ア) 配信回数

a 定期配信（1か月に1回） 12回

b 号外配信 14回

(イ) 登録者数（令和7年4月1日現在）

2,666件

オ 悪質商法広報事業

靈感商法を含めた悪質商法対策に係る15秒の啓発動画を作成し、JR南武線トレインチャンネル、Yahoo!ディスプレイ、YouTube エリア広告、ラジオCM、劇場広告、デジタルサイネージ掲出、啓発物配布等を実施。

令和6年度の実績

実績
評価

カ 消費者行政センターによる情報発信

「消費者行政事業概要」を発行し、区役所や図書館、市内消費者団体等へ配布するとともに消費者行政センターホームページでも公表した。

発行部数 146部

◎

キ 消費生活情報の発信

総務企画局シティプロモーション推進室（FM K-C i t y）と連携し、毎月1回、年間を通じて相談事例の紹介、イベントや講座等の案内をかわさきFMで放送した。

シティプロモーション推進室と連携し、「アゼリアビジョン」で情報提供を実施した。

健康福祉局地域包括ケア推進室と連携し、「川崎市地域包括ケアシステムポータルサイト」で情報提供を実施した。

公益財団法人川崎市生涯学習財団と連携し、「かわさきの生涯学習情報」で情報提供を実施した。

◎

(2) 街頭啓発による消費者被害の防止（経済労働局消費者行政センター）

街頭キャンペーンを実施し、市内主要駅周辺やイベント会場において、市民に対し啓発物等を配布し、悪質商法被害防止について呼びかけた。昨年度に引き続き、経済労働局労働雇用部が行う街頭労働相談、健康福祉局総合リハビリテーション推進センターが行う自殺予防キャンペーンの場、市主催行事等で啓発物の配布を行った。

ア 街頭キャンペーン	1回
イ 街頭労働相談	6回
ウ 自殺予防キャンペーン	1回
エ 市主催行事	9回
オ その他	8回

計 25回

◎

(3) 消費者行政センターの情報の充実（経済労働局消費者行政センター）

資料展示・閲覧コーナー

消費者行政センターに資料展示・閲覧コーナーを常設し、消費生活に関連する図書やDVDの収集に努め、来所者へ消費生活情報を提供できる体制を整備した。

◎

(4) 消費者支援強調月間の実施（経済労働局消費者行政センター）

消費者支援強調月間の11月に各種の行事を開催した。

ア 特別講演会

(ア) 開催日：令和6年11月20日（水）

(イ) テーマ：タイゾー流資産形成のすすめ お金のはなしを楽しく学ぶ

(ウ) 会場：川崎市総合福祉センター（エポックなかはら）ホール

(エ) 参加者：411名

イ アゼリア地下街広報コーナーでの啓発 15日間

◎

(5) 「かしこい」消費者の育成に向けた講座の実施（経済労働局消費者行政センター）

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、かしこい消費者講座を実施した。

ア かしこい消費者講座 3回

(ア) テーマ：a 相続・贈与、b ネット広告・表示の見方、c 生前整理・片付け

(イ) 会場：a b川崎市総合自治会館、c川崎市生活文化会館（てくのかわさき）

(ウ) 参加者：延べ 189名

◎

令和6年度の実績

実績
評価

(6) 消費者団体等による消費生活展の開催（経済労働局消費者行政センター）

◎

市内で活動する消費者団体の日頃の研究成果や活動内容を発表・掲示し、地域の消費者に対し消費生活に関する知識の普及を図るため、展示やクイズラリーを行った。

ア 開催日時：令和6年10月26日（土）10：30～15：30

イ 会場：JR武蔵溝ノ口駅南北自由通路

ウ テーマ：SDGs Action!～次の100年に向けてエシカル消費を考えよう～

エ 参加団体：消費者団体 7団体

(7) 消費者市民社会の実現に向けた広報の実施（経済労働局消費者行政センター）

◎

消費者市民社会・成年年齢下げに係る15秒の啓発動画を作成し、YouTube広告、Yahoo!ディスプレイ広告、Google広告での配信、市内の教育機関及び公共施設等でのポスター掲出、市内のデジタルサイネージ等を活用した広報を行い、持続可能な社会を築くための消費行動等について周知した。

動画放映場所

放映日程

市公式YouTubeにて公開

令和7年1月9日～

YouTube広告、Yahoo!ディスプレイ広告配信

令和7年1月10日～26日

Google広告

令和7年1月16日～26日

市内デジタルサイネージ（アゼリアビジョン、公共施設のサイネージ等）

随時

(8) 地域社会における地球温暖化対策等啓発の実施（環境局脱炭素戦略推進室）

◎

「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、再生可能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推進した。

地域の市民等への普及啓発や支援策などを引き続き実施し、「スマートライフスタイル」への転換を促進していくことで、地球温暖化対策へ繋げた。

また、周辺自治体と連携し、啓発キャンペーンを実施した。

ア 「第13回スマートライフスタイル大賞」表彰式

(ア) 開催日 令和7年2月7日（金）

(イ) 場所 川崎市役所本庁舎2階

(ウ) 内容 市民や事業者等の省エネ・節電等のCO2削減に貢献する優れた取組を表彰し、普及啓発を実施した。

(エ) 表彰数

a 最優秀賞 2件

b 優秀賞 3件

c 奨励賞 7件

イ 九都県市「エコなライフスタイルの実践・行動」キャンペーン

(ア) キャンペーンテーマ 「つづけよう」「ひろげよう」省エネ・節電

(イ) 期間 令和6年5月1日～令和7年4月30日（通年実施）

(ウ) 内容 省エネ・節電などを含めた地球温暖化対策の取組について、九都県市（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、横浜市、川崎市、千葉市、さいたま市、相模原市）が自ら率先して行動するとともに、広く住民や事業者の皆様に協力を呼びかけた。

令和6年度の実績

実績
評価

(イ) 令和6年度 第2回マンション管理基礎セミナー
「給排水設備の基礎知識と配管更新工事の進め方」～マンション管理センターに寄せられた相談事例から～ 申込人数 184人
事前申込制会場開催・YouTubeによる視聴期間限定での動画配信を実施
(令和7年2月3日～令和7年2月28日)

エ 住まい・まちづくり講習会(2回実施)

(ア) 第1回(令和6年12月15日実施)
各方面の専門家を講師に招き、将来、空家にしないためのポイントや戸建て住宅の維持管理における注意点などを紹介するセミナーを会場とオンラインを併用して実施
会場来場:13人 オンライン参加:18人
(イ) 第2回(令和7年1月19日実施)
各方面の専門家を講師に招き、マイホーム借上げ制度やシニアライフにおける住まいのチェックポイント、川崎市住まいの助成制度を紹介するセミナーを会場とオンラインを併用しての実施
会場来場:11人 オンライン参加:11人

(12) 市場体験による食育・花育の実施(経済労働局中央卸売市場北部市場業務課)

講習会・講座【北部市場】

ア およこ花育教室 4回/年 173人
(フラワーアレンジメント・模擬せり体験等)
令和6年7月27日(土)、令和6年11月16日(土)に午前午後の部で計4回開催した。
イ およこ食育講座 1回/年 19人
令和6年8月3日(土)に1回開催した。

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) 地域の団体等に対する講座の実施(経済労働局消費者行政センター)
地域の場で消費生活に関する多様な分野における消費者教育を推進するため、くらしのセミナー(出前講座)を開催した。

ア 開催回数	77回
イ 参加者	2,390人
(ア) 「落語」で学ぶ悪質商法	25回
(イ) 悪質商法に気をつけよう!	18回
(ウ) 安全ですか?あなたの食卓	6回 など

(2) 地域における消費者被害の未然防止(経済労働局消費者行政センター)

地域における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、相談事例チラシの配布等による注意喚起を行った。
配布枚数 5,650部

(3) ふれあい出張講座等による環境教育・環境学習の実施(環境局減量推進課)

ふれあい出張講座 151回

V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進

令和6年度の実績

実績
評価

(4) ごみ減量、リサイクルへの意識啓発の推進（環境局減量推進課）

ア ごみ減量化・リサイクルに向けた普及啓発活動の実施

- (ア) 3R推進講演会の開催
令和6年10月10日に高津市民館において講演会を実施
- (イ) ごみの出し方冊子の配布
140,000部
- (ウ) 「ごみゼロの日」啓発キャンペーン
令和6年5月30日に市内主要駅周辺において実施

◎

イ 分別排出の徹底

「資源物とごみの分け方・出し方」のパンフレットの配布に加え、「資源物のゆくえ」や「ミックスペーパー・プラスチック製容器包装の分別」等のチラシの作製、「川崎市ごみ分別アプリ」の分別データベースの適宜更新、「3R情報」を発信するX（旧ツイッター）を活用することで、市民に対して分別ルールの徹底及び排出マナーの向上について広報し意識の啓発を図った。

◎

ウ 生ごみ処理機等購入費への助成

助成基数 441基

◎

(5) 地域に向けた火災予防に関する啓発の推進（消防局予防課）

各消防署に設置された放火火災防止対策協議会等を活用し、地域ぐるみで放火防止に取り組むとともに、市内の町内会・自治会にポスター等を配布するなど、各種広報媒体を活用し、放火防止対策の推進を図った。

放火防止対策協議会等による活動 68回

◎

② 地域社会・高齢者・障害者

(1) 啓発冊子等による消費者被害防止（経済労働局消費者行政センター）

「関東甲信越ブロック悪質商法被害防止共同キャンペーン」に参加し、高齢者に対して被害の未然防止を呼び掛けた。

- ア ポスター 200枚
- イ リーフレット 3,500部

◎

(2) 地域包括支援センター等との連携による消費者被害防止（経済労働局消費者行政センター）

地域の高齢者等を消費者被害から守ることを目的に、地域包括支援センター等高齢者を見守る側を対象とした講座を実施し、消費者行政センターに寄せられた消費者相談の事例、問題点、課題について説明し、関係機関との連携を図った。

ア 開催実績

- (ア) 開催場所： 各区役所等
- (イ) 参加者： 各区職員、地域包括支援センター職員、警察官、民生委員、高齢者住宅相談員
- (ウ) 開催回数： 9回

◎

令和6年度の実績

実績
評価

(3) 講座の実施による消費者被害防止（経済労働局消費者行政センター）

市内の就労移行支援事務所及び就労継続支援B型事業所の通所者を対象に、障害者向け消費者教育講座を実施した。

ア 開催日：令和6年12月4日（水）／令和6年12月12日（木）／令和6年12月23日（月）
令和7年1月9日（木）／令和7年1月15日（水）

5事業所で実施

イ テーマ：知っておこう！消費者トラブル 消費者トラブルのよくある事例と対処法

ウ 実施方法：各事業所で対面実施

エ 参加者：11名／35名／20名／10名／13名

◎

(4) 高齢者や障害者等の見守り情報の提供（経済労働局消費者行政センター）

ア 警察、市、消費生活相談員による「消費生活相談に関する連絡会議」を開催し、情報交換を行った。

開催日：令和6年11月1日（金）

イ 地域包括支援センターのセンター長会議や介護・福祉関係者の会合等における見守り情報提供センター長会議（各区） 計7回

その他、介護・福祉関係者の会合等 2回

◎

(5) 高齢者や障害者等消費者被害防止を目的とした啓発物作成（経済労働局消費者行政センター）

消費者被害の未然防止・早期発見のため、高齢者や障害者、その見守り関係者と地域の高齢者に向けて、啓発物を作成、配布した。

ア 紙製クリアファイル	3,000枚
イ 海洋プラスチックボールペン	4,000本
ウ 除菌ティッシュ	6,000個
エ ポケットティッシュ	10,000個
オ エコバッグ	3,500個
カ 紙製うちわ	1,000枚

◎

(6) ホームページ、メールマガジン等による消費者被害防止啓発（再掲）

消費者行政センターのホームページに適宜情報を掲載した他、「かわさき消費生活メールマガジン」により、消費生活相談事例、消費生活関連情報、講座やイベント等の情報を適宜配信した。

ア 配信回数

(ア) 定期配信（1か月に1回）	12回
(イ) 号外配信	14回

イ 登録者数（令和7年4月1日現在）
2,666件



紙製クリアファイル

◎

③ 学校・若年者

◎

(1) 消費者としての児童生徒の育成（教育委員会事務局総合教育センター）

消費者教育の内容を各教科、道徳、特別活動、総合的な学習の時間の学習に取り入れ、実験・調査・ロールプレイングなどの実践的・体験的な活動を通して、物や資源を大切にすることでなく、有効に活用する方法やより望ましい価値判断をし、行動することができる児童生徒の育成を目指し、指導の充実に努めた。GIGA端末に対応した消費者教育のためのデジタル教材（消費者行政センター作成）の活用について小・中・高等学校の先生方へ周知した。

また、市内小学校では、教育課程研究会（参加者1回目 146名、2回目 129名）、中学校では家庭科の教員を中心に教育課程研究会（参加者1回目 46名、2回目 49名）や高等学校では各教科等研究協議会（参加者1回目 9名、2回目 9名）において、学習指導要領の小学校家庭科、中学校技術・家庭科（家庭分野）の「消費生活・環境」、高等学校家庭科「持続可能な消費生活・環境」の内容の周知を図った。

(2) 消費者市民社会に関する学生向け講座等の実施（経済労働局消費者行政センター）

◎

ア 夏休み親子向け消費者教育講座の実施

小学生を対象とし、エシカル消費や金融、経済等をテーマとした講座を3回開催し、消費者市民社会の形成に向けた消費者教育を実施した。

(ア) 開催日：a 令和6年8月8日（木）

b 令和6年8月19日（月）午前／午後

(イ) テーマ：a 「カレー作りゲーム」で楽しくお金のことを学ぼう&オリジナル貯金箱作り

b 川崎日航ホテルで「牛乳」について学ぼう&バター作り体験

(ウ) 会場：a 川崎市総合自治会館

b 川崎日航ホテル

(エ) 参加者：a 38名

b 47名／46名

イ GIGA端末に対応したデジタル教材の利用促進

令和3年度に市内の小学5年生及び中学3年生向けに作成したかわさきGIGA端末に対応した消費者教育のためのデジタル教材について、市内小中学校へのチラシ周知を行い、学校での利用を促進した。また、教材のコンテンツ改修を実施した。

(ア) 小学生向け教材 a 「小学生から！かしこい消費者になろう」（デジタル版）

(イ) 中学生向け教材 a 「かしこい消費者になろう」（デジタル版）

b 「カモ診断テスト」（デジタル版）

(3) 教育機関等に対する啓発の実施（経済労働局消費者行政センター）

◎

全中学校に「学生版消費生活安心ガイド」を配布した。

配布枚数 1,005部（市立中学校52校 1クラス1冊ずつ）

(4) 成年年齢引下げに伴う若者を対象とした啓発動画の放映（経済労働局消費者行政センター）

◎

ア 市内の映画館（2施設）で7月26日～3週間、動画広告を実施

イ 川崎市二十歳を祝うつどい（令和7年1月13日）では、令和5年度に作成した成年年齢引下げ広報動画を放映

令和6年度の実績

実績
評価

- (5) 消費者市民社会に関する講座の実施（経済労働局消費者行政センター）
 暮らしのセミナーで、消費者市民社会やSDGsに関連したメニューを設置し、消費者市民社会の普及を促進することとしている。
 ◎
- (6) 職場体験の実施（経済労働局消費者行政センター）
 明治学院大学とインターンシップ実施に関する協定を締結し、実習生2名に対し消費者行政に対する理解を深めてもらうことにより、消費者教育を推進した。
 ◎
- (7) イベント等による消費者教育の実施（経済労働局消費者行政センター）
 「関東甲信越ブロック悪質商法被害防止共同キャンペーン」に参加し、若者に対して被害の未然防止を呼び掛けた。
 ◎
 - ア ポスター 200枚
 - イ リーフレット データ作成のみ（HPでの広報）
- (8) 環境配慮を目指した「エコ・クッキング」講座の実施（環境局減量推進課）
 地球においしい「エコ・クッキング」講座
 開催 0校
 ◎
- (9) 社会科副読本の作成（環境局減量推進課）
 デジタル版「くらしとごみ」を更新し市内小学校等で閲覧できるようにした。
 ◎
- (10) 出前ごみスクール等による環境教育・環境学習の実施（環境局減量推進課）
 出前ごみスクール 146回
 ◎

④ 職域・事業者

- (1) 市内企業の従業員等への講座の実施（経済労働局消費者行政センター）
 企業の学習会及び研修会等に消費生活に関する専門家を講師として派遣し、労働者への消費者教育を推進した。
 実施回数 1回
 ◎
- (2) 事業者向けエコドライブ啓発の推進（環境局地域環境共創課）
 トラック向けエコドライブ講習会
 ◎
 - ア 対面開催 令和6年11月7日（木）
 - イ 動画配信 令和6年11月14日（木）～令和6年12月13日（金）
 - ウ 参加者 104人（対面、動画配信合計）
- (3) 事業活動における地球温暖化対策等啓発の実施（環境局脱炭素戦略推進室）
 脱炭素社会の構築を目指した取組として、省エネ・節電等をはじめとした環境配慮行動を实践する市内事業者等への表彰制度やこれらの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た。
 ◎
- (4) 事業系一般廃棄物の減量化等に向けた指導（環境局減量推進課）
 事業者への協力の要請（令和7年3月現在）
 ◎

	対象事業者数	減量等計画書提出事業所数
多量排出事業者	370	327
準多量排出事業者	881	581
計	1,251	908

V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進

令和6年度の実績

実績
評価

(5) エコショップ制度、リユース・リサイクルショップ制度の拡充（環境局減量推進課）

ア 川崎市エコショップ制度の拡充

エコショップ認定店

582店舗（3商店街含む）（令和7年3月現在）

イ 川崎市リユース・リサイクルショップ制度の拡充

リユース・リサイクルショップ認定店 56店舗（令和7年3月現在）

(6) 食品廃棄物のリデュース・リサイクルの推進（環境局減量推進課）

ア 食品ロス削減協力店制度の拡充

食品ロス削減協力認定店 685店舗（令和7年3月現在）

イ フードドライブ回収実績（件数、重さ） ※抜粋

回収場所	減量推進課	CCかわさき	ヨネッティ 王禅寺	生活環境 事業所	ごみ相談 窓口	イベント 回収	合計
R4 年度	131件 554kg	280件 825kg	130件 737kg	163件 1,036kg	246件 961kg	53件 66kg	1,003件 4,179kg
R5 年度	112件 227kg	298件 844kg	114件 524kg	155件 1,514kg	203件 824kg	19件 53kg	901件 3,986kg
R6 年度	152件 399kg	250件 606kg	107件 291kg	200件 861kg	163件 636kg	8件 16kg	880件 2,808kg

(7) 消費者志向経営の普及啓発（経済労働局消費者行政センター）

SDGsに貢献する消費者志向経営の考え方や事業者向けの講師派遣等の情報について、関係部局と連携し、事業者等に対しメールやイベント等で広く広報した。事業者向けの講師派遣について、関係各所へのヒアリング等を実施し、1件講師派遣を実施した。

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) 消費者教育の担い手の育成に向けた講座の実施（経済労働局消費者行政センター）

ア 消費者問題の関心を高め、地域における見守り等を行う消費者教育の担い手を育成するため、消費生活サポーター養成講座を2日程にわたり実施した。

(ア) 開催日：a 令和6年12月2日（月）／b 令和6年12月11日（水）

(イ) 会場：川崎市総合自治会館

(ウ) 実施方法：対面、後日YouTube配信

(エ) 参加者：25名（2日程参加で修了）

イ サポーター既登録者に向けて、最新の消費生活トラブル等の知識を向上させるため、消費生活サポーターフォローアップ講座を2回開催した。

(ア) 開催日：a 令和6年11月12日（火）／b 令和7年1月16日（木）

(イ) 会場：川崎市総合自治会館

(ウ) 実施方法：対面、オンライン、後日YouTube配信

(エ) 参加者：a 63名／b 50名

ウ 地域の高齢者等に対する見守り意識を喚起するため、紙製うちわ1,000枚を作成し、サポーター等を通じて配布した。

(2) 消費生活相談員の研修支援（経済労働局消費者行政センター）

弁護士から専門的な助言を受けるため、研修会を定期的で開催する等、消費生活相談員の資質の向上に努めた。

令和6年度の実績

実績
評価

ア レベルアップ研修 (※再掲)				
(ア) 弁護士を講師とする研修会	3回			
(イ) レベルアップ研修	2回			
(ウ) 研修参加支援	109回			
(3) 消費生活eモニターに対する研修の実施 (経済労働局消費者行政センター)				
消費生活eモニターを公募し、消費生活に関する意見・提案、くらしの中の情報を聴取するとともに、アンケート調査等を実施し、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を育成				◎
ア 登録人数	91名 (令和6年 消費生活eモニター45名)			
	(令和5年 消費生活eモニター23名)			
	(令和4年 消費生活eモニター23名)			
イ 任 期	約3年			
(4) 学校における消費者教育の担い手の育成 (教育委員会事務局総合教育センター)				
要請訪問や教育課程研究会等において、消費者教育の課題と現状を把握し、授業研究等の充実を図った。				◎
小学校では、各校で「めざそう買物名人 (物やお金の使い方)」という題材で商品の選び方や金銭の計画的な使い方を考え、消費者としての自覚をもてる児童の育成をめざした。				
中学校では、各校で消費者の権利と責任、消費者トラブル、情報の整理など実生活を想定した授業内容で消費生活に関心をもち、自立できる生徒の育成を目指し、授業を行った。				
高等学校では、「成年年齢引き下げ後の若年者への消費者教育推進方針—消費者教育の実践・定着プラン—」に基づき「社会への扉」を活用した消費者教育の推進を促した。				
(5) 廃棄物減量指導員制度との連携 (環境局減量推進課)				
ア 廃棄物減量指導員	1,841名	(令和7年3月現在)		◎
イ 活動状況実績				
(ア) ごみ減量に係る普及啓発活動				
(イ) 資源集団回収等のリサイクル活動への参加及び協力				
(ウ) ごみの分別排出方法や排出日の遵守指導				
(エ) 地域住民の廃棄物行政に関する意見、要望連絡等の情報提供及びアンケートへの協力				
(オ) 各区廃棄物減量指導員連絡協議会への出席				
(6) 環境教育の担い手の育成 (環境局企画課)				
地域環境リーダー育成講座				◎
地域や職場で環境保全活動等を率先して行うことのできる人材の育成				
ア 実施期間	6月～11月	(全8回)		
イ 講座修了者数	8名			
(7) 食に関する地域活動等の担い手の育成 (健康福祉局保健医療政策部健康増進担当)				
「第5期川崎市食育推進計画」目標達成のための取組				◎
ア 各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)、健康福祉局保健医療政策部健康増進担当等でバランスのよい食生活普及等のための講習会の開催				
イ 食に関するボランティア養成及び活動支援の実施				

② 多様な主体との連携及び育成

- (1) 地域団体等との連携に向けた講座等の実施（経済労働局消費者行政センター）【再掲】 ◎
 地域の高齢者等を消費者被害から守ることを目的に、地域包括支援センター等高齢者を見守る側を対象とした講座を実施し、消費者行政センターに寄せられた消費者相談の事例、問題点、課題について説明し、関係機関との連携を図った。
 開催実績
 ア 開催場所： 各区役所等
 イ 参加者： 各区職員、地域包括支援センター職員、警察官、民生委員、高齢者住宅相談員
 ウ 開催回数： 9回
- (2) 消費者団体・生活協同組合等の育成及び連携の推進（経済労働局消費者行政センター） ◎
 ア 消費者団体の育成
 (ア) 消費生活展での活動状況の紹介 7団体
 (イ) 講師派遣 8回
 (ウ) 消費者団体連絡会の開催 1回
 (エ) 消費者団体への情報提供 適宜
 (オ) 消費者行政センター研修室の貸出 3回
 イ 生活協同組合の育成
 届出・申請・総代会終了届 4件
- (3) 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（環境局脱炭素戦略推進室） ◎
 市民、事業者、行政等多様な主体が連携し、「川崎温暖化対策推進会議（CC川崎エコ会議）」等を通じて、地球温暖化対策を推進した。
 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と連携・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た。
 再生可能エネルギーの普及促進やエネルギーに関する今後の進展等について、市民・事業者等に周知活動を実施した。
 ア 出前講座の実施回数
 市内小学校 54回
 イ 多様な主体との連携による普及啓発活動
 普及啓発イベント等出展 12回
- (4) 食の安全に関する情報の提供（経済労働局消費者行政センター） ◎
 冊子「食生活と安全」の発行 650部
- (5) 関係団体等とのネットワークの構築（健康福祉局保健医療政策部健康増進担当） ◎
 ア 川崎市食育推進会議・食育推進会議部会
 (ア) 川崎市食育推進会議の開催 1回
 (イ) 川崎市食育推進会議部会の開催 2回
 イ 区食育推進分科会
 (ア) 区食育推進分科会 各区 2回

令和6年度の実績

◎

(6) 資源集団回収に向けた連携の推進（環境局減量推進課）

回収量

合計	30,781 トン
(内訳)	
古紙類	29,838 トン
古布類	943 トン
空びん類	1 トン



消費生活に関するリーフレット、冊子



悪質商法 注意喚起動画



冊子「食生活と安全」



各種イベント 案内チラシ



VI 消費者支援協定

1 消費者支援協定の締結（経済労働局消費者行政センター）

(1) 洗濯用粉石けんの安定供給に関する消費者支援協定

- ア 協定先 市内スーパー、生活協同組合
- イ 協定店舗 8社43店舗
- ウ 普及啓発 「消費者行政センターのしおり」や冊子、ホームページに掲載

項目	川崎	幸	中原	高津	宮前	多摩	麻生	市外
43店舗	6	6	7	6	8	5	4	1

◎

(2) 家庭用電気製品の修理に関する消費者支援協定

- ア 協定先 川崎電機商業組合 北・中・南支部
- イ 協定店舗 10社53店舗
- ウ 普及啓発 「消費者行政センターのしおり」や冊子、ホームページに掲載

項目	川崎	幸	中原	高津	宮前	多摩	麻生	市外
53店舗	14	7	12	3	5	3	2	7

◎

(3) 上下水道の水回り工事に関する消費者支援協定

- ア 協定先 川崎市管工事業協同組合
- イ 協定店舗 109事業者
- ウ 普及啓発 「消費者行政センターのしおり」や冊子、ホームページに掲載

項目	川崎	幸	中原	高津	宮前	多摩	麻生
109社	21	17	18	14	15	15	9

◎

(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

- ア 協定先 一般公募により選定した事業者
- イ 協定店舗 93事業者
- ウ 普及啓発 「消費者行政センターのしおり」や冊子、ホームページに掲載

項目	川崎	幸	中原	高津	宮前	多摩	麻生	市外
93店舗	18	17	19	13	10	9	5	2

◎

(5) 葬儀における消費者トラブルの防止に関する協定

- ア 協定先 3団体
 - (ア) 特定非営利活動法人 お葬式情報案内センター
 - (イ) 特定非営利活動法人 マイエリア あさがお葬儀社紹介センター
 - (ウ) 川崎葬祭具協同組合
- イ 普及啓発 「消費者行政センターのしおり」や冊子、ホームページに掲載



消費者支援協定締結店へ配布したステッカー

◎



VII 施策推進のための行政体制の充実

1 消費者意見の反映（経済労働局消費者行政センター）

(1) 川崎市消費者行政推進委員会

◎

ア 第1回 令和6年7月5日（金）

議 題

- (ア) 令和6年度消費者行政事業概要について
- (イ) 令和5年度消費生活相談年報について

イ 第2回 令和7年1月15日（水）

議 題

- (ア) 令和6年度啓発事業の報告及び令和7年度啓発事業の計画（案）について
- (イ) 令和6年度上半期消費生活相談の傾向について
- (ウ) 次期川崎市消費者行政推進計画の策定について

ウ 第3回 令和7年3月25日（火）

議 題

- (ア) 次期川崎市消費者行政推進計画の策定について
- (イ) 令和7年度予算について
- (ウ) 令和6年度苦情処理部会の報告について

◎

(2) 消費生活eモニターの育成

ア 令和4年度消費生活eモニター	23名
モニターアンケート	1回
イ 令和5年度消費者eモニター	23名
モニターアンケート	2回
ウ 令和6年度消費者eモニター	45名
モニターアンケート	5回

◎

(3) 川崎市食の安全確保対策懇談会の運営

令和7年2月5日（水）開催

議 題

- ア 「令和7年度川崎市食品衛生監視指導計画」（案）について
- イ 「食生活と安全」（案）について

◎

(4) 市長への申出

市長への申出はなかった。

令和 6 年度 の 実績		実績 評価
<p>2 消費者行政の円滑な推進（経済労働局消費者行政センター）</p> <p>(1) 庁内関係局との連携 多重債務者関係連絡会・研修会 令和7年2月4日（火）</p> <p>(2) 関係行政機関及び団体との連携強化 消費者行政担当省庁、都道府県、政令指定都市との情報交換会議に出席した。 主な会議 ア 消費者行政ブロック会議（関東ブロック） イ 全国消費生活センター所長会議 ウ 都道府県等消費者行政担当課長会議 エ 関東甲信越ブロック消費生活センター所長会議 オ 市町村消費生活行政担当課長会議 カ 大都市消費者行政担当部課長連絡会議 キ 南関東ブロック消費者センター商品テスト担当者会議 ク P I O－N E T運営連絡会議 ケ 関東電気通信消費者支援連絡会</p> <p>(3) 権限の委任及び移譲等に対する執行体制の整備 国からの事務権限の委任や委譲の調査に対し、庁内で調整した。</p>	<p>◎</p> <p>◎</p> <p>◎</p>	

消費者行政推進計画の成果指標

「消費者行政推進計画」により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

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。

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	目標値	実績値
① 消費生活相談の年度内完了率 ※1	98.2% (平成26(2014)年度)	99.0%以上 (令和7(2025)年度)	99.5% (令和6(2024)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)	92.0%以上 (令和7(2025)年度)	92.8% (令和6(2024)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。

令和6年度

消費生活相談年報



【利用上の注意】

- ① 本文及び統計表の“構成(比)”の数値は小数点第2位で四捨五入しているため、合計と内訳の計が一致しない場合があります。
 - ② 0.0% → 単位未満を示します。
 - ③ 契約購入金額・既支払額・救済金額・処理結果は、令和7年5月31日現在の数値を掲載しており、確定値ではありません。
- ※ 本統計は、消費生活相談情報が蓄積されている「PIO-NET(パイオネット:全国消費生活情報ネットワークシステム)のデータベースをもとに算出しています。

目 次

I 概 要	62
II 消費生活相談統計	
1 相談件数	63
2 契約当事者の年代別相談件数	64
3 商品・役務（サービス）の上位品目	65
4 販売購入形態	66
5 危害・危険の相談	67
6 インターネット通販やSNS等に関する相談	68
7 点検商法に関する相談	69
8 暮らしのレスキューサービスに関する相談	69
9 救済金額	70
10 処理結果	71
11 土曜日電話相談	71
12 電子メール相談	72
III 高齢者（契約当事者が65歳以上）の消費生活相談統計	73
IV 若者（契約当事者が29歳以下）の消費生活相談統計	75
V 障害者等の消費生活相談統計	76
VI 外国人の消費生活相談統計	77

商品・役務上位品目 用語について（PIO-NET分類・キーワードマニュアルより）

- ・消費生活相談は全国的に統一されたルールや用語で相談内容を全国消費生活情報ネットワークシステム（PIO-NET）に記録しています。
- ・相談の主体となる商品・サービス（役務）等をPIO-NET分類・キーワードマニュアルに定められている「商品・役務等別分類」によって分類しています。
- ・**商品一般** = 商品の相談であることが明確であるが、分類を特定できない、又は特定する必要のない相談。架空請求等の商品を特定できない相談や、クレジットカードの不正利用、身に覚えがなく債権の内容も不明な請求に関する相談など。
- ・**役務その他サービス** = 「他の役務」のうち弁護士、司法書士、行政書士、保証サービスなど個別に分類が定められているサービス以外のサービス。パソコンのウイルス除去サポート契約やビジネスコンサルティング、質問サイト等に関する相談など。
- ・**他の健康食品** = 「健康食品」のうち、高麗人参茶、ローヤルゼリー、酵母食品、ビタミン剤など個別に分類が定められている健康食品以外の健康食品。ダイエット食品など。
- ・**他の内職・副業** = 「内職・副業」のうち、販売業内職、モニター内職、タレント・モデル内職など個別に分類が定められている内職・副業以外の内職・副業。アフィリエイト内職など。
- ・**他の化粧品** = 「化粧品」のうち、基礎化粧品、メイクアップ化粧品、頭髪用化粧品など個別に分類が定められている化粧品以外の化粧品。化粧石鹸、歯磨き粉、制汗・消臭剤など。

I 概要

1 相談件数 (P63)

令和6年度の相談件数は10,548件で、前年度(11,011件)と比べて4.2%減少しましたが、7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年度に2,678件に達した後減少傾向にあり、3年連続で400件台となっています。

2 年代別の状況 (P64)

契約当事者の年代別では、多い順に70歳以上、50歳代、60歳代、20歳代、40歳代、30歳代、19歳以下となっています。前年度と比べて、70歳以上の世代が6.6%増加しました。

3 商品・役務(サービス)の上位品目 (P65)

相談件数の多い品目としては、1位は「商品一般」の989件で、スマホに不審な電話がかかってきた、クレジットカードの不正利用などのほか、不審な請求や心当たりのない荷物が届いたなどの相談が多く寄せられました。前年度と比べて増加率の高い品目としては、1位は「医療サービス」の324件で、前年度(200件)と比べて約1.6倍に増加し、中でも医療脱毛や脱毛クリニックの倒産に関する相談が多く寄せられました。

4 インターネット通販やSNS等に関する相談 (P68)

インターネット通販に関する相談件数は、令和2年度以降は3,000件台で高止まりしていますが、令和5年度以降は2年連続で減少しています。SNSをきっかけとした相談件数は、年々増加傾向で、令和5年度は1,040件で初めて1,000件を上回り、過去最多となりましたが、R6年度は前年度(1,040件)と比べて10.3%減少しています。

5 点検商法に関する相談 (P69)

点検商法に関する相談は令和5年度に急激に増加し(令和4年度138件の約2.7倍)、令和6年度も前年度(370件)の約1.1倍で増加しました。点検商法の相談に多い商品・役務の品目の1位は「役務その他サービス」の213件で、中でも「役務その他サービス」の約6割が給湯器に係る相談(130件)となっています。

6 暮らしのレスキューサービスに関する相談 (P69)

暮らしのレスキューサービスに関する相談は過去5年で増加傾向となっており、令和6年度の相談件数は172件で過去最多となりました。暮らしのレスキューサービスの相談に多い商品・役務の品目の1位は「修理サービス」の76件で、全体172件の44.2%を占めています。

7 救済金額 (P70)

令和6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5億6,717万円となりました。

8 処理結果 (P71)

受け付けた相談の結果については、「助言(自主交渉)」が7,580件(71.9%)、「その他情報提供」が1,731件(16.4%)、「あっせん解決」が868件(8.2%)、「あっせん不調」が242件(2.3%)となっています。また、解決までに時間を要している「継続処理中」は53件(0.5%)となっています。

9 高齢者(契約当事者が65歳以上)の相談 (P73)

令和6年度の高齢者の相談件数は3,068件で、前年度(2,944件)と比べて4.2%増加しました。

令和6年度の高齢者の相談件数は120件で過去最多となりました。

高齢者の本人から相談が寄せられる割合は78.5%ですが、認知症等の高齢者では3.3%となっています。認知症等の高齢者本人はトラブルに遭っているという認識が低いため、問題が顕在化しにくい傾向があり、特に周囲の見守りが必要です。

10 若者(契約当事者が29歳以下)の相談 (P75)

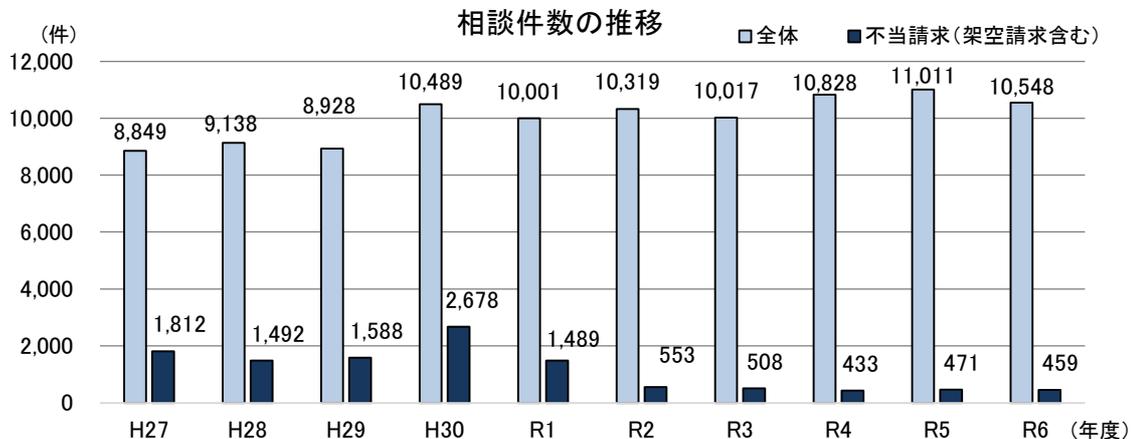
令和6年度の若者の相談件数は1,581件で、前年度(1,689件)と比べて6.4%減少しました。令和4年4月の改正民法施行により成年年齢が引き下げられたことに伴い、18歳及び19歳の消費者が消費者トラブルに遭った際に、「未成年者取消権」が行使できなくなりました。令和6年度の18～19歳の相談件数は116件で、前年度(131件)と比べて11.5%減少しました。

Ⅱ 消費生活相談統計

1 相談件数

令和6年度の相談件数は10,548件で、7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年度に2,678件に達した後、減少傾向にあり、3年連続で400件台となっています。



令和6年度の相談件数は、前年度(11,011件)と比べて4.2%減少しました。

相談の内訳は、苦情(*)が9,924件、問合せ(*)が624件でした。

*苦情:消費者苦情が発生している相談。

*問合せ:買物相談、生活知識、労働問題等消費者苦情が発生していない相談。

相談の内訳

(件)

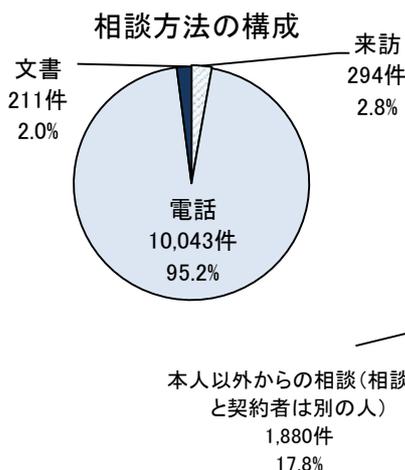
区分	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
苦情	9,600	9,336	10,137	10,337	9,924
問合せ	719	681	691	674	624
合計	10,319	10,017	10,828	11,011	10,548
前年度比	103.2%	97.1%	108.1%	101.7%	95.8%
人口	1,538,262	1,540,340	1,540,890	1,545,604	1,551,788
人口に占める割合	0.67%	0.65%	0.70%	0.71%	0.68%

※人口は各年度10月1日現在

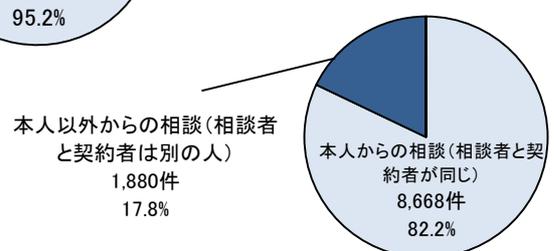
相談者を居住地別にみると、多い順に川崎区、宮前区、中原区となっています。

相談方法では、電話による相談が10,043件と最も多く、次いで来訪による相談が294件、文書(手紙・ファックス・電子メール(電話による回答希望))による相談が211件となっています。

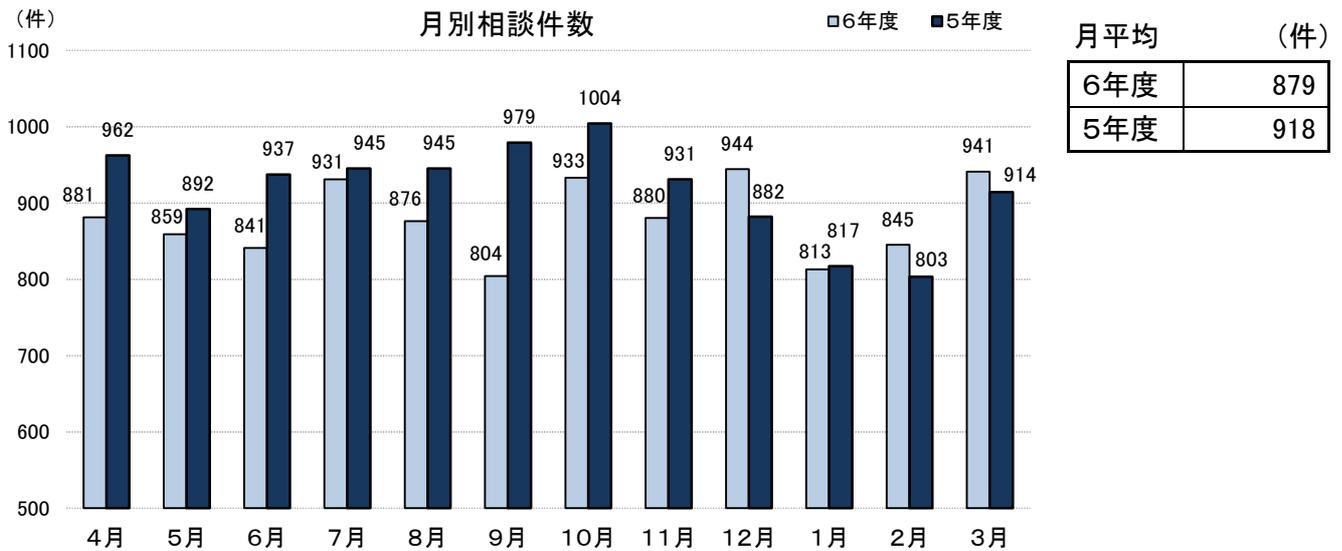
契約者本人から相談が寄せられる割合は82.2%となっています。



相談者と契約者の同異の構成



令和6年度の月別相談件数は、最も多かったのは12月で944件、最も少なかったのは9月で804件でした。前年度と比べて、減少した月が多い中、12月、2月、3月は増加しました。月平均では約879件の相談がありました。



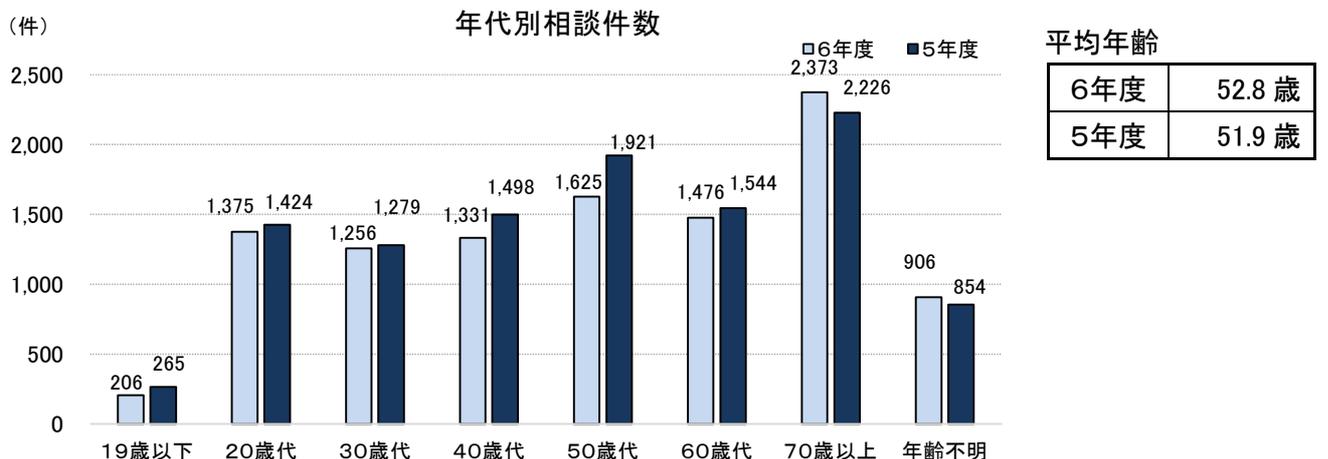
2 契約当事者の年代別相談件数

契約当事者の年代別では、多い順に70歳以上、50歳代、60歳代、20歳代、40歳代、30歳代、19歳以下となっています。前年度と比べて、70歳以上の世代が6.6%増加しました。また、平均年齢は52.8歳となっています。

契約当事者の年代別相談件数 (件)

区分	6年度		5年度		前年度比
	合計	構成比	合計	構成比	
19歳以下	206	2.0%	265	2.4%	77.7%
20歳代	1,375	13.0%	1,424	12.9%	96.6%
30歳代	1,256	11.9%	1,279	11.6%	98.2%
40歳代	1,331	12.6%	1,498	13.6%	88.9%
50歳代	1,625	15.4%	1,921	17.4%	84.6%
60歳代	1,476	14.0%	1,544	14.0%	95.6%
70歳以上	2,373	22.5%	2,226	20.2%	106.6%
年齢不明	906	8.6%	854	7.8%	106.1%
合計	10,548	100.0%	11,011	100.0%	95.8%

※年齢不明には団体(法人・事業者)を含む。(6年度:353件、5年度:384件)



3 商品・役務(サービス)の上位品目

相談件数の多い品目としては、1位は「商品一般」の989件で、スマホに不審な電話がかかってきた、クレジットカードの不正利用などのほか、不審な請求や心当たりのない荷物が届いたなどの相談が多く寄せられました。

2位は「不動産貸借」の627件で、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というような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というような原状回復トラブルに関する相談が多くを占めています。

前年度と比べて増加率の高い品目としては、1位は「医療サービス」の324件で、前年度(200件)と比べて約1.6倍に増加しました。中でも、医療脱毛に関する相談が全体の約4割を占めています。これは医療脱毛の一部の事業者で破産手続きを開始した等の報道があったことにより、解約・返金のトラブルの相談が増加したことが主な要因です。

増加率の高い品目の2位は「商品一般」の989件で、前年度(785件)と比べて約1.3倍に増加しました。

※脱毛に関して、医療脱毛は医療サービスに分類し、エステ脱毛はエステティックサービスに分類しています。

※商品・役務上位品目の用語説明については年報の目次頁参照

商品・役務の上位品目

(件)

順位	商品・役務	6年度	5年度	前年度比 (増加率 順位)	事例
1	商品一般	989	785	126.0% (2位)	国の機関を名乗る所から固定電話に着信があった。2時間後に通信が切れると留守番電話にメッセージがあり、不審だ。
2	不動産貸借	627	615	102.0%	長年住んだ賃貸アパートを退去したが、高額な原状回復費用を請求され納得できない。
3	役務その他 サービス	586	510	114.9%	「ガス給湯器の無料点検に行く」という電話があり了承したが不審なので断りたい。業者と連絡がつかず不安。
4	工事・建築	398	419	95.0%	分電盤無料点検に来た事業者から勧められ、分電盤取換え工事の契約をしたが、クーリング・オフしたい。
5	医療サービス	324	200	162.0% (1位)	クリニックで脱毛5回コースを契約し、代金をクレジットカード分割払いで支払中だ。クリニックが倒産したため、請求を止めてほしい。
6	他の健康食品	296	258	114.7%	定期購入のダイエットサプリメントを初回限りで解約しようとしたら、高額な解約料を請求され困惑。
7	修理サービス	233	277	84.1%	トイレが詰まり、ネットで検索したサイトに修理をしてもらったが、あまりにも高額で納得がいかない。減額希望。
8	インターネット 接続回線	193	208	92.8%	「光回線が今より安くなる」と電話勧誘を受けて申込みをしてしまったが、不審なのでキャンセルしたい。
9	携帯電話サービス	176	185	95.1%	高齢の母が携帯電話の契約をしてその後解約したが、端末に付与していた補償サービスが解約できていなかった。返金を求めたい。
10	基礎化粧品	171	277	61.7%	いつでも解約可能な美容液を契約していたが、効果が感じられず解約を申し出たら回数に縛りがある定期購入になっていた。解約希望。

契約当事者を年代別にみると、19歳以下では「インターネットゲーム」、20歳代、30歳代、40歳代では「不動産貸借」、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。

契約当事者年代別・商品等順位

(件)

年代	1位	2位	3位	4位	5位	総件数
19歳以下	インターネットゲーム 29	医療サービス 16	他の健康食品 13	商品一般 11	エステティックサービス 8	206
20歳代	不動産貸借 144	医療サービス 118	エステティックサービス 72	他の内職・副業 70	商品一般 63	1,375
30歳代	不動産貸借 187	医療サービス 69	商品一般 66	役務その他サービス 55	インターネット接続回線 37	1,256
40歳代	不動産貸借 92	商品一般 84	役務その他サービス 54	医療サービス 37	工事・建築修理サービス(同位) 29	1,331
50歳代	商品一般 157	不動産貸借 73	役務その他サービス 71	他の健康食品 58	修理サービス 47	1,625
60歳代	商品一般 170	役務その他サービス 84	他の健康食品 75	工事・建築 71	基礎化粧品 51	1,476
70歳以上	商品一般 256	役務その他サービス 210	工事・建築 179	他の健康食品 110	修理サービス 56	2,373
年代不明	商品一般 182	不動産貸借 51	役務その他サービス(同2位) 51	工事・建築 48	広告代理サービス 30	906
全体	商品一般 989	不動産貸借 627	役務その他サービス 586	工事・建築 398	医療サービス 324	10,548

4 販売購入形態

販売購入形態では、「店舗外購入(特殊販売)」の合計は5,529件で、全体の52.4%を占めており、高い水準となっています。

店舗外購入(特殊販売)の内訳では、1位「通信販売」、2位「訪問販売」、3位「電話勧誘販売」で前年度と同様の順位となっています。

前年度と比べて「その他無店舗」に関する相談が大きく増加しました。

※ 店舗外購入(特殊販売)のうち、訪問販売、通信販売、マルチ商法、電話勧誘販売、訪問購入については、消費者トラブルの多い特定の取引類型として、「特定商取引法」においてトラブル防止のルールが定められています。

- ・訪問販売 = 家庭・職場訪販、1日だけ開催する展示販売、SF商法、販売目的を隠した接触商法(キャッチセールス、アポイントメントセールス)等
- ・通信販売 = インターネット、電話、郵便等を用いて契約するもの
- ・マルチ商法 = 販売組織の加入者が次々に消費者を加入させ、ピラミッド式に組織を拡大していく商法
- ・電話勧誘販売 = 消費者に電話をかけ、または特定の 방법으로電話をかけさせ、その電話の勧誘により契約を締結するもの
- ・ネガティブ・オプション = 消費者から申込みがないのに商品を一方的に送りつけ、代金を請求する商法
- ・訪問購入 = 消費者の自宅等を訪問し、物品を買い取るいわゆる「押し買い」
- ・その他無店舗 = 露店、屋台や特設展示場での商品の販売等

区分	6年度		5年度		前年度比	特殊販売の主な商品・役務
	件数	構成比	件数	構成比		
店舗購入	1,855	17.6%	1,918	17.4%	96.7%	
店舗外購入(特殊販売)	(5,529)	(52.4%)	(6,040)	(54.9%)	(91.5%)	
訪問販売	1,063	10.1%	1,077	9.8%	98.7%	工事・建築 251 件、修理サービス 116 件、役務 その他サービス 89 件ほか
通信販売	3,662	34.7%	4,228	38.4%	86.6%	他の健康食品 259 件、商品一般 213 件、基礎化 粧品 160 件ほか
マルチ商法	58	0.5%	44	0.4%	131.8%	他の内職・副業 9 件、商品一般 7 件、他の健康 食品 4 件ほか
電話勧誘販売	563	5.3%	512	4.6%	110.0%	役務その他サービス 218 件、インターネット接続 回線 61 件、他の内職・副業 40 件ほか
ネガティブ・オプション	26	0.2%	32	0.3%	81.3%	商品一般 9 件、他の健康食品 3 件ほか
訪問購入	64	0.6%	83	0.8%	77.1%	商品一般 8 件、アクセサリ 7 件、食器 5 件ほか
その他無店舗	93	0.9%	64	0.6%	145.3%	冷凍冷蔵機器 8 件、ミネラルウォーター 7 件、パ ーキング 7 件ほか
不明・無関係	3,164	30.0%	3,053	27.7%	103.6%	
合計	10,548	100.0%	11,011	100.0%	95.8%	

5 危害・危険の相談

危害は「商品・役務等に関連して、身体にけが・病気等の疾病(危害)を受けた」という相談で、令和6年度の危害に関する相談件数は 152 件でした。危害の相談に多い商品・役務の品目の1位は同率で「医療サービス」「歯科治療」の 11 件でした。**危害内容の1位は「皮膚障害」の 31 件**でした。

危険は「危害を受けたわけではないが、そのおそれがある」相談で、令和6年度の危険に関する相談件数は 32 件でした。危険の相談に多い商品・役務の品目の1位は同率で「四輪自動車」「自転車」の 4 件でした。**危険内容の1位は「異物の混入」の 15 件**でした。

危害・危険の相談件数 (件)

区分	6年度	5年度	前年度比
危害	152	144	105.6%
危険	32	28	114.3%
合計	184	172	107.0%

危害相談に多い商品・役務の品目(件)

順位	商品・役務	件数
1	医療サービス	11
1	歯科治療	11

危険相談に多い商品・役務の品目(件)

順位	商品・役務	件数
1	四輪自動車	4
1	自転車	4

危害内容 (件)

順位	品目	件数
1	皮膚障害	31
2	消化器障害	16

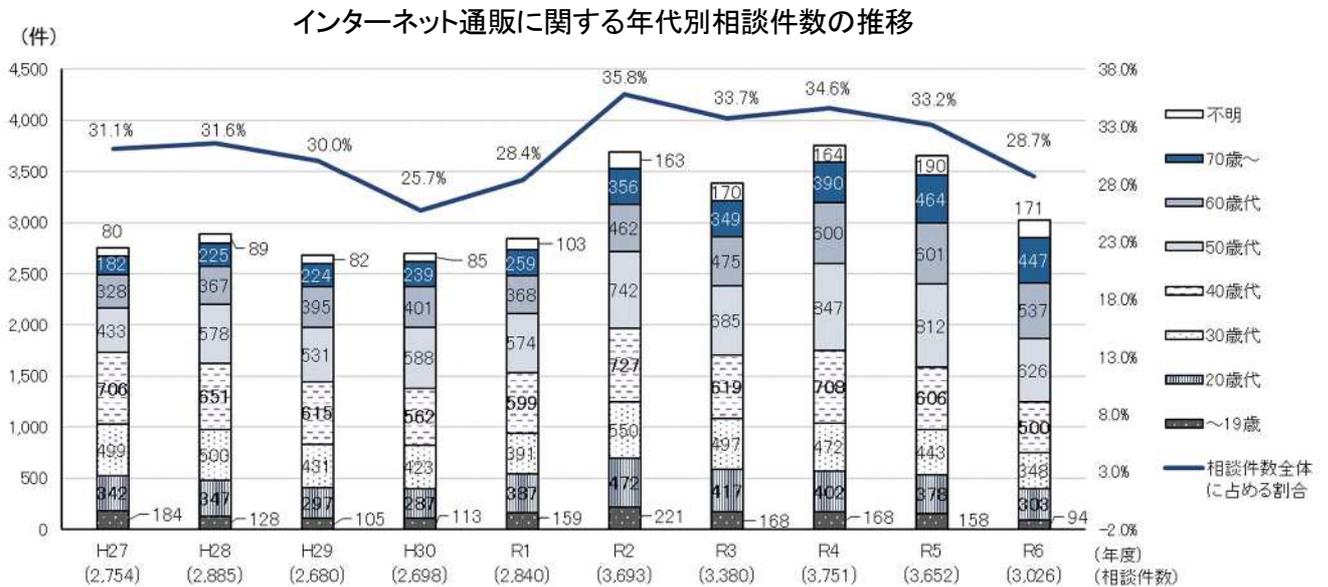
危険内容 (件)

順位	内容	件数
1	異物の混入	15
2	破損・折損	7

6 インターネット通販やSNS等に関する相談

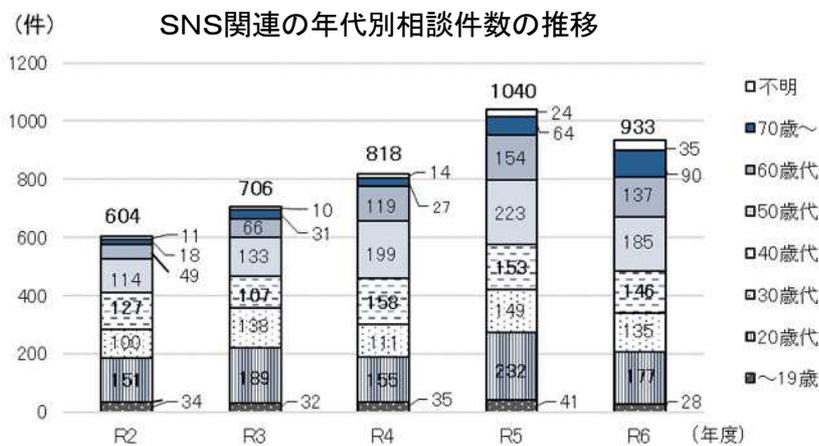
(1) インターネット通販に関する相談

インターネット通販に関する相談件数は、令和2年度以降は**3,000件台で高止まり**していますが、**令和5年度以降は2年連続で減少**しています。令和6年度の相談件数は3,026件で、前年度(3,652件)と比べ17.1%減少しました。



(2) SNS関連の相談

SNSをきっかけとした相談件数は、**年々増加傾向**で、令和5年度は1,040件で初めて1,000件を上回り、過去最多となりましたが、令和6年度は前年度(1,040件)と比べて10.3%減少しています。年代別で見ると、19歳以下を除く年代からの相談が満遍なく寄せられています。SNS関連の相談に多い商品・役務の品目の1位は「他の内職・副業」の71件、2位は「他の健康食品」の58件でした。



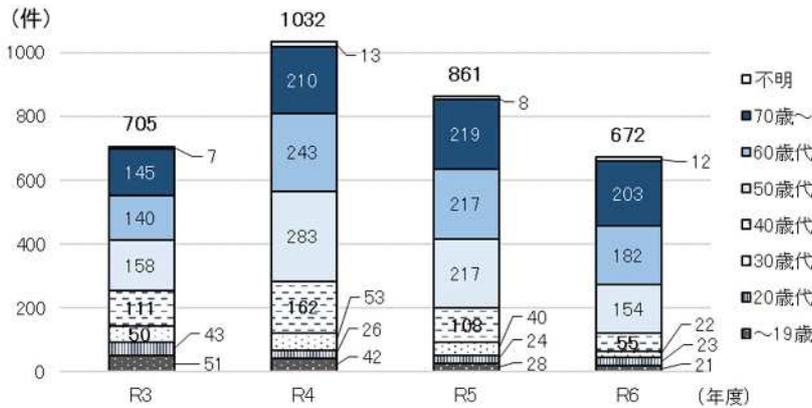
SNS関連の相談に多い商品・役務の品目(件)

順位	商品・役務	件数
1	他の内職・副業	71
2	他の健康食品	58
3	ファンド型投資商品	50
4	役務その他サービス	40
5	商品一般	39

(3)「定期購入」に関する相談

通信販売における「定期購入」に関する相談は、令和4年度に1,000件を超え、その後2年連続で減少しました。令和6年度の相談件数は672件で前年度(861件)と比べて22.0%減少しました。「定期購入」の相談に多い商品・役務の品目の1位は「他の健康食品」の234件でした。年代別で見ると令和6年度は、50歳代以上の年代で全体672件の約8割を占めています。

「定期購入」に関する年代別相談件数の推移



「定期購入」の相談に多い商品・役務の品目(件)

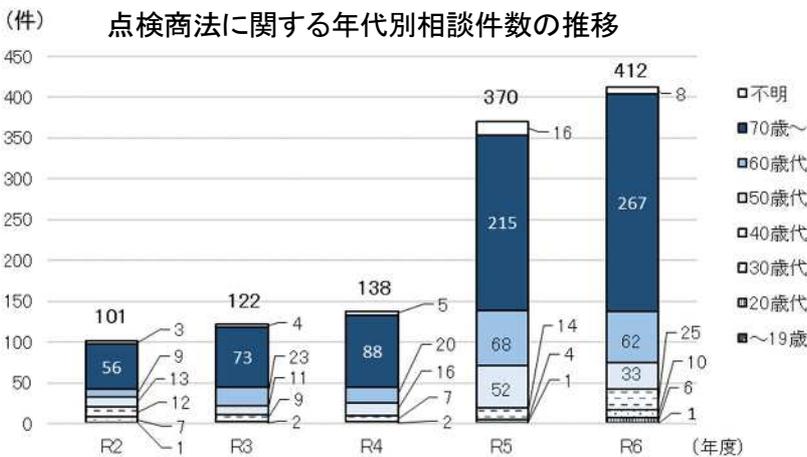
順位	商品・役務	件数
1	他の健康食品	234
2	基礎化粧品	139
3	頭髮用化粧品	79
4	他の化粧品	73
5	酵素食品	23

7 点検商法に関する相談

点検商法に関する相談は令和5年度に急激に増加し(令和4年度 138 件の約 2.7 倍)、令和6年度も前年度(370 件)の約 1.1 倍に増加しました。点検商法の相談に多い商品・役務の品目の1位は「役務その他サービス」の213件で、全体412件の51.7%を占めています。中でも「役務その他サービス」の約6割が給湯器に係る相談(130件)となっています。

年代別で見るとどの年度も 70歳以上の年代の相談が全体の半分以上を占めており、特に令和6年度は全体の64.8%を占めています。

点検商法に関する年代別相談件数の推移



点検商法の相談に多い商品・役務の品目(件)

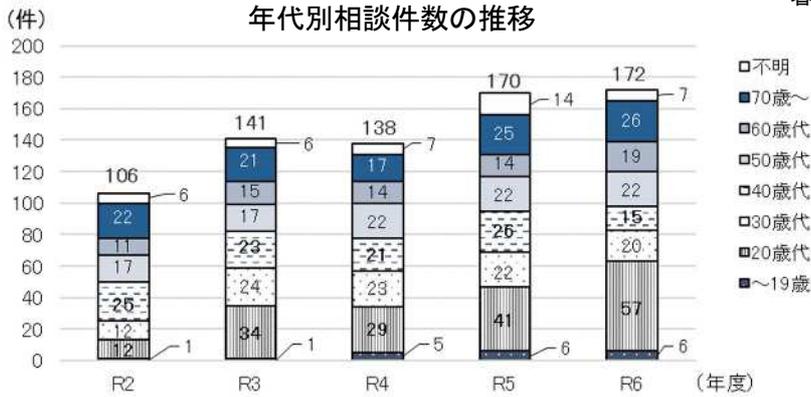
順位	商品・役務	件数
1	役務その他サービス	213
2	工事・建築	116
3	給湯システム	33
4	電気設備	16
5	修理サービス	7
	建物清掃サービス	7

8 暮らしのレスキューサービスに関する相談

暮らしのレスキューサービス(*)に関する相談は過去5年で増加傾向となっており、令和6年度の相談件数は172件で過去最多となりました。暮らしのレスキューサービスの相談に多い商品・役務の品目の1位は「修理サービス」の76件で、全体172件の44.2%を占めています。また、年代別にみると、幅広い年代から相談が寄せられていることがわかります。

*暮らしのレスキューサービス:トイレの修理、水漏れの修理(トイレの水漏れは含まない)、排水管等の詰まりの修理(トイレの排水管等の詰まりは含まない)、鍵の修理・交換、害虫・害獣等の駆除、冷暖房設備の修理等で、事業者が消費者の自宅等に訪問して対処するサービスのこと。(リフォーム工事は含まれていない。)

暮らしのレスキューサービスに関する
年代別相談件数の推移



暮らしのレスキューサービスの相談に多い商品・役務の品目(件)

順位	商品・役務	件数
1	修理サービス	76
2	駆除サービス	50
3	解錠サービス	39
4	防災・防犯用品	5
5	役務その他サービス	2

9 救済金額

令和6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5億6,717万円となりました。

救済金額

区分	6年度		5年度	
	金額	件数	金額	件数
契約購入金額	5,459,015,642 円	6,184	5,974,211,489 円	6,776
既支払額	2,253,590,618 円	2,586	2,211,431,695 円	2,823
救済金額	567,165,866 円	1,043	608,106,422 円	1,369
回復額(*1)	146,285,216 円	736	293,680,955 円	931
クーリング・オフ額(*2)	108,797,688 円	252	271,551,732 円	303
未然防止額(*3)	312,082,962 円	55	42,873,735 円	135

*1 回復額:既に契約・申込みをしてしまった金額の全部又は一部が相談者に返金された、または支払いを免除された金額。

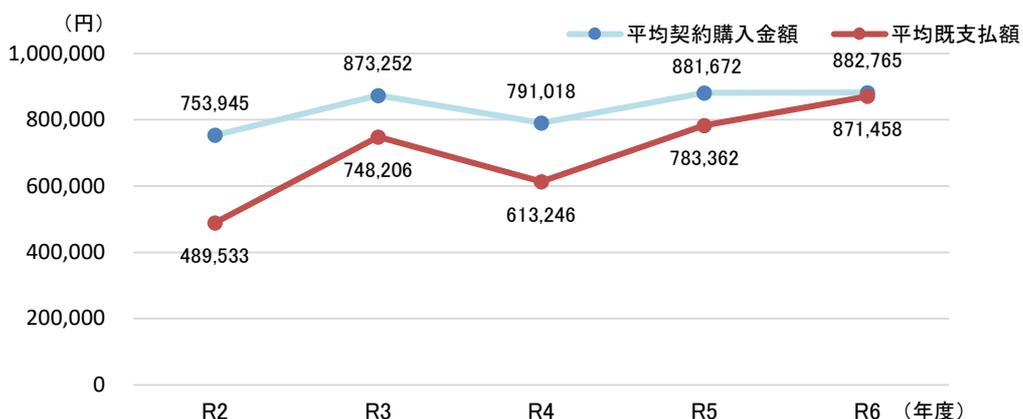
*2 クーリング・オフ額:クーリング・オフを根拠に返金、解約・取り消された金額(法律に基づくものだけでなく、業界や事業者が自主的に実施したものや、相談者から「クーリング・オフ」を実施する意思を確認できた場合を含む。)

*3 未然防止額:契約・申込みをする前にセンターに相談した結果、相談者が当該契約を締結せず、支払わずに済んだ金額(「架空請求」や「ワンクリック請求」に関するものを含む。)

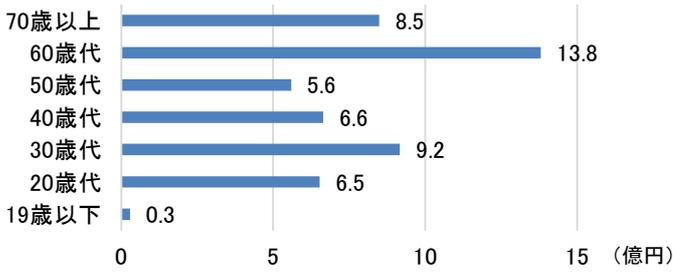
令和6年度に寄せられた相談1件当たりの平均金額をみると、請求された又は契約した金額である平均契約購入金額は88万2,765円、実際に支払った金額である平均既支払額は87万1,458円となり、いずれも前年度と比べて増加しました。

年代別にみると、契約購入金額も既支払額も60歳代が最も高額となりました。

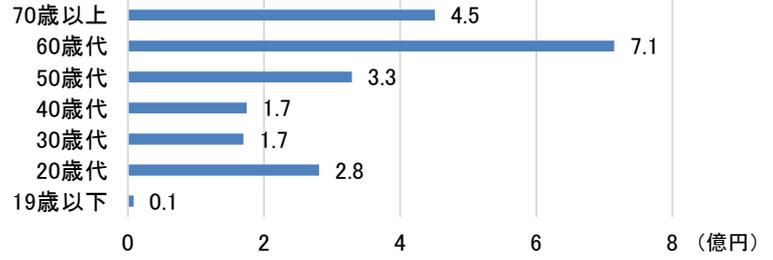
平均契約購入金額・平均既支払額の推移



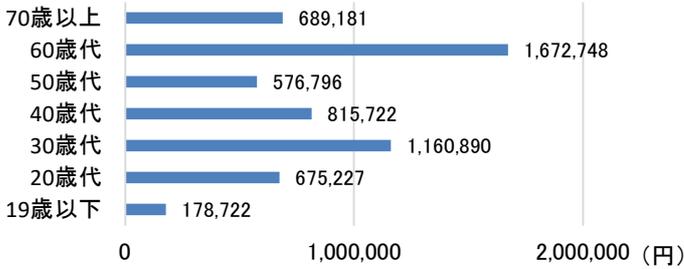
年代別・契約購入金額総額



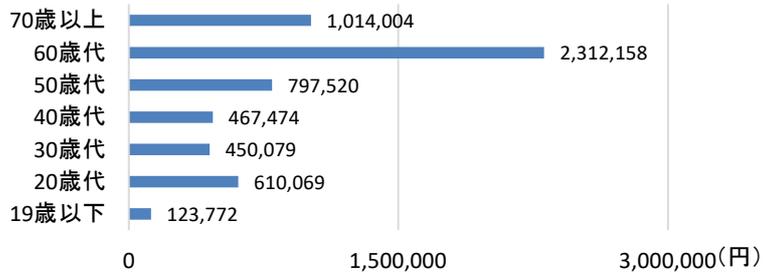
年代別・既支払額総額



年代別・1件当たりの平均契約購入金額



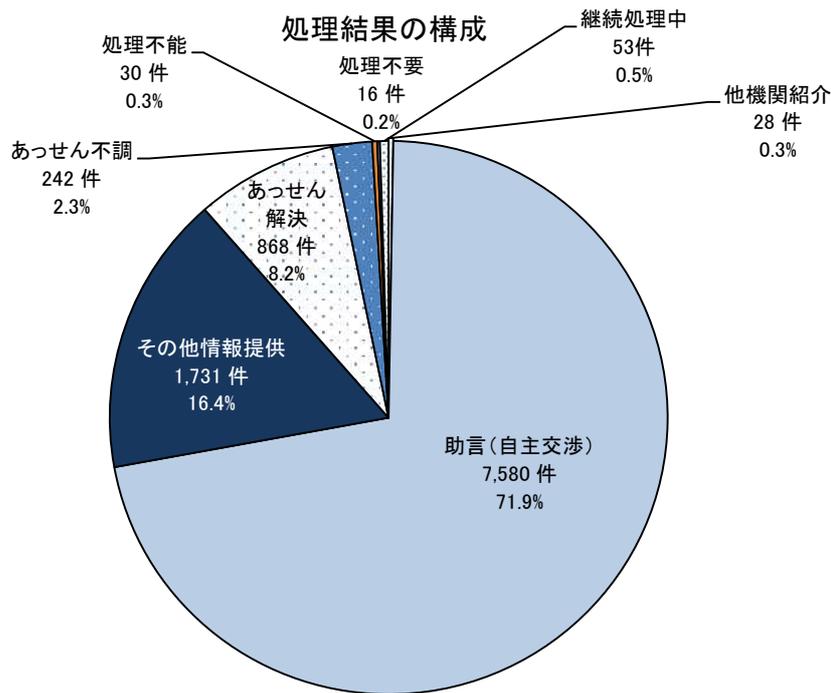
年代別・1件当たりの平均既支払額



10 処理結果

受け付けた相談の結果については、「助言(自主交渉)」が7,580件(71.9%)、「その他情報提供」が1,731件(16.4%)、「あっせん(*)解決」が868件(8.2%)、「あっせん不調」が242件(2.3%)となっています。また、解決までに時間を要している「継続処理中」は53件(0.5%)となっています。

*あっせん:事業者との間に入って話し合いを取り持つこと

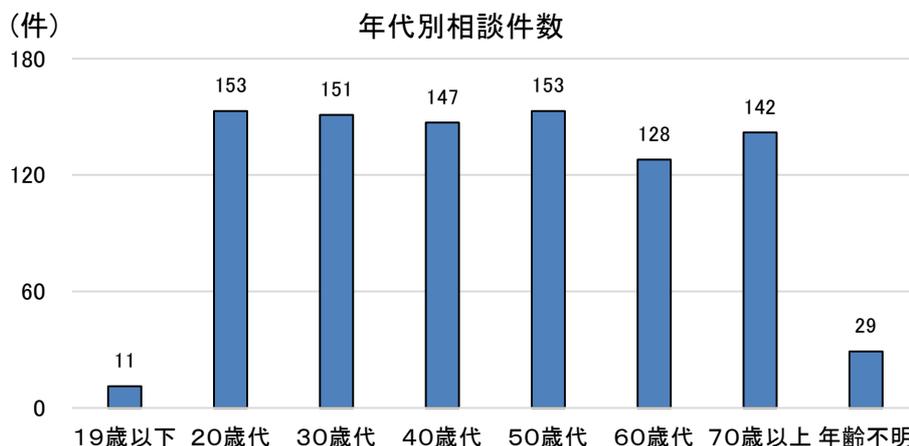


11 土曜日電話相談

平成28年度から土曜日の電話相談を実施しています。令和6年度の土曜日電話相談件数は914件でした。年代別では、20歳以上の年代はどの年代も120件を超えており、多くの年代に利用してもらっています。

平日と土曜日における相談件数 (件)

平日			土曜日		
日数	件数	1日平均	日数	件数	1日平均
243日	9,634	39.6	49日	914	18.7



相談者の職業等をみると「給与生活者」からの相談については、平日は、受け付けた相談 9,634 件の 50.1%だったのに対して、土曜日は、受け付けた相談 914 件の 58.8%となりました。このことから、「給与生活者」からの相談については、平日よりも土曜日の方が高い割合であることが分かり、平日に相談できない相談者の利便性が向上しているものと捉えられます。

「給与生活者」から受けた平日と土曜日の相談件数 (件)

平日			土曜日		
件数	給与生活者相談件数	構成比	件数	給与生活者相談件数	構成比
9,634	4,826	50.1%	914	537	58.8%

12 電子メール相談

平成20年4月から電子メールによる相談を受け付けています。専用フォームから入力、送信されたメールを受付日から5開所日以内に相談者の希望する回答方法(メール・電話・回答希望なし(情報提供として受付)のいずれかを選択)で回答しています。

メールによる回答は、相談内容をもとに示す一般的な見解で、回答は1回限りとしています。さらなる相談や事業者への申入れを希望する場合は、電話または来所に対応し、必要に応じてあっせんに入るなど解決に向けたサポートを行っています。

※電子メールによる相談受付後、電話でやり取りの上、あっせんや助言等を行った場合は消費生活相談件数に計上しています。

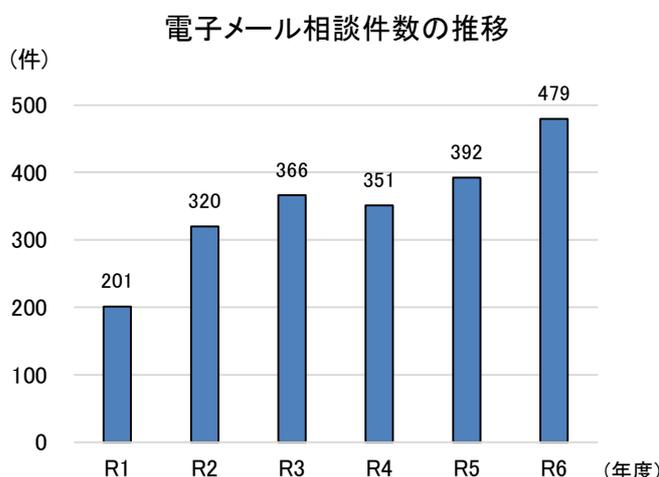
ただし、メールで回答したものについては、PIO-NET に登録する情報が不十分のため消費生活相談件数に計上していません。

(1)メール相談の現況

電子メール相談件数は令和2年度以降増加傾向となっており、令和6年度の相談件数は479件で、前年度(392件)の約1.2倍となり過去最多となりました。

送信時間は、センターの相談受付時間内(月～木9時～16時・金9時～19時・土10時～16時)が158件(33.0%)受付時間外が321件(67.0%)となっており受付時間外の有効な相談手段となっています。

販売購入形態は、1位「通信販売」177件、2位「店舗購入」101件、3位「訪問販売」21件となっています。



送信時間

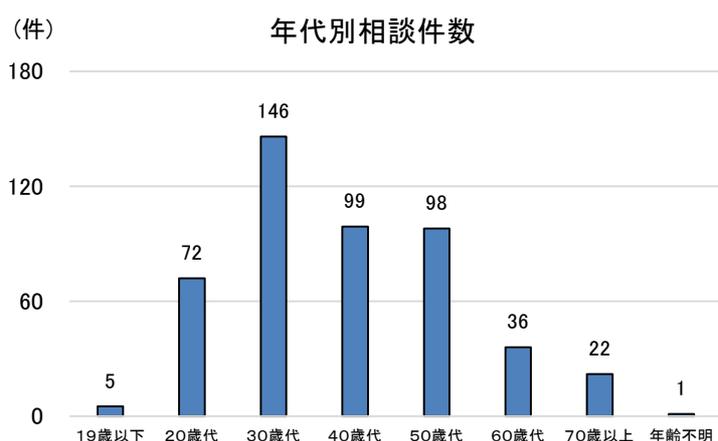
時間	件数	構成比
受付時間内	158	33.0%
受付時間外	321	67.0%
合計	479	100.0%

販売購入形態 (件)

順位	区分	件数
1	通信販売	177
2	店舗購入	101
3	訪問販売	21

(2)相談者の属性

年代別では、30歳代からの相談が最も多く、20歳代から50歳代は、どの年代も70件以上を超えており、合計すると全体の86.6%を占めます。職業別でみると、1位は「給与生活者」の367件となっています。



職業別相談件数 (件)

職業	件数
給与生活者	367
自営・自由業	40
家事従事者	17
学生	19
無職	33
その他	3
合計	479

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、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。

Ⅲ 高齢者（契約当事者が65歳以上）の消費生活相談統計

1 相談件数

令和6年度の高齢者の相談件数は3,068件で、前年度(2,944件)と比べて4.2%増加しました。相談件数全体(10,548件)に占める高齢者の割合は29.1%で、前年度(26.7%)と比べて増加しました。令和6年度の認知症等の高齢者(*)の相談件数は120件となり、過去最多となりました。

高齢者の相談件数

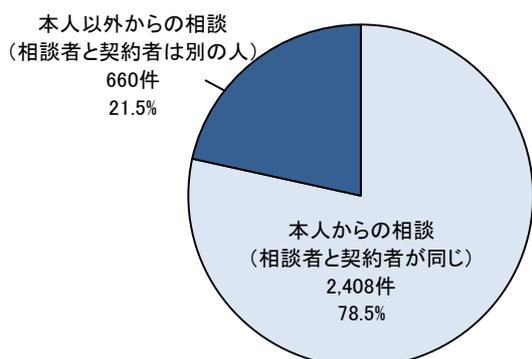
(件)

区分	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
高齢者の相談件数	2,488	2,543	2,646	2,944	3,068
認知症等の高齢者の相談件数	57	67	64	88	120
相談件数全体に占める高齢者の割合	24.1%	25.4%	24.4%	26.7%	29.1%
前年度比	89.6%	102.2%	104.1%	111.3%	104.2%

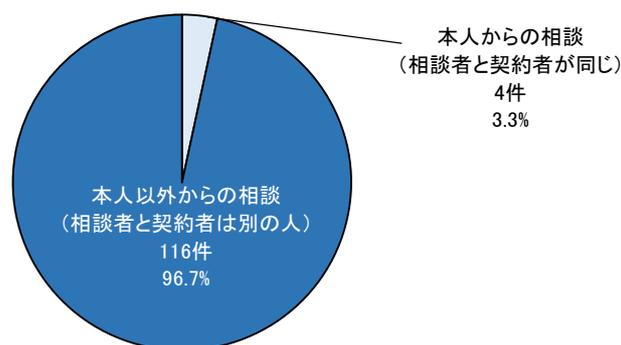
*認知症等の高齢者: 契約当事者が65歳以上で、精神障害や知的障害、認知症等の加齢に伴う疾病等、何らかの理由によって十分な判断ができない状態にあるとセンターが判断したものの。

高齢者の本人から相談が寄せられる割合は78.5%ですが、認知症等の高齢者では3.3%となっています。認知症等の高齢者本人はトラブルに遭っているという認識が低いため、問題が顕在化しにくい傾向があり、特に周囲の見守りが必要です。

高齢者の相談者と契約者の同異の構成



認知症高齢者の相談者と契約者の同異の構成



高齢者の年代別件数 (件)

区分	合計
65～69 歳	695
70～79 歳	1,340
80～89 歳	877
90～99 歳	155
100 歳以上	1
合計	3,068

2 商品・役務(サービス)の上位品目

相談件数の多い品目としては、**1位は「商品一般」の333件で、前年度(233件)と比べて42.9%増加**しました。2位は「役務その他サービス」の254件で、前年度(228件)と比べて約1.1倍に増加しました。

商品・役務の上位品目 (件)

順位	品目	6年度	5年度	前年度比
1	商品一般	333	233	142.9%
2	役務その他サービス	254	228	111.4%
3	工事・建築	215	211	101.9%
4	他の健康食品	147	88	167.0%
5	基礎化粧品	70	107	65.4%

3 販売購入形態(店舗外購入)

各販売購入形態(店舗外購入)について、高齢者の全体に占める割合を高い順にみると、「訪問購入」が約6割、「訪問販売」が約4割となっています。

店舗外購入の高齢者の全体に占める割合と件数 (件)

区分	割合	高齢者
訪問販売	43.4%	461
通信販売	25.5%	932
マルチ商法	12.1%	7
電話勧誘販売	38.2%	215
ネガティブ・オプション	26.9%	7
訪問購入	57.8%	37
その他無店舗	23.7%	22

4 平均契約購入金額及び平均既支払金額

高齢者の相談1件当たりの平均金額をみると、契約購入金額は1,054,014円となり、全体(882,765円)と比べて高くなっており、既支払額も全体(871,458円)と比べて高く、1,362,838円となっています。

平均契約購入金額及び平均既支払金額

区分	高齢者	全体
平均契約購入金額	1,054,014 円	882,765 円
平均既支払額	1,362,838 円	871,458 円

IV 若者（契約当事者が29歳以下）の消費生活相談統計

1 相談件数

令和6年度の若者の相談件数は1,581件で、前年度(1,689件)と比べて6.4%減少しました。
相談件数全体(10,548件)の若者が占める割合は15.0%で、前年度(15.3%)と比べて減少しました。

区分	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
若者の相談件数	1,609	1,541	1,839	1,689	1,581
相談件数全体に占める若者の割合	15.6%	15.4%	17.0%	15.3%	15.0%
前年度比	116.4%	95.8%	119.3%	91.8%	93.6%

令和4年4月の改正民法施行により成年年齢が引き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。令和4年度はエステティックサービスに関する相談の激増により一時的な増加が見られましたが、それ以降は減少傾向にあります。

令和6年度の18～19歳の相談件数は116件で、前年度(131件)と比べて11.5%減少しました。

区分	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
18～19歳の相談件数	138	89	146	131	116
前年度比	127.8%	64.5%	164.0%	89.7%	88.5%

2 商品・役務(サービス)の上位品目

若者の相談件数の多い品目としては、1位は「不動産貸借」の148件でしたが、前年度(149件)と比べて0.7%減少しました。前年度と比べて増加率の高い品目としては、1位は「医療サービス」の134件で、前年度と比べて約1.7倍に増加しました。

順位	商品・役務	6年度	5年度	前年度比
1	不動産貸借	148	149	99.3%
2	医療サービス	134	80	167.5%
3	エステティックサービス	80	179	44.7%
4	商品一般	74	52	142.3%
5	他の内職・副業	72	75	96.0%

3 販売購入形態(店舗外購入)

販売購入形態(店舗外購入)について、若者の全体に占める割合を高い順にみると、「マルチ商法」が約4割を占めています。

区分	割合	若者
訪問販売	23.5%	250
通信販売	12.3%	449
マルチ商法	41.4%	24
電話勧誘販売	17.9%	101
ネガティブ・オプション	11.5%	3
訪問購入	4.7%	3
その他無店舗	29.0%	27

4 平均契約購入金額及び平均既支払金額

若者の相談1件当たりの平均金額をみると、契約購入金額は602,483円となり、全体(882,765円)と比べて低くなっており、既支払額も全体(871,458円)と比べて低く、545,962円となっています。

平均契約購入金額及び平均既支払金額

区分	若者	全体
平均契約購入金額	602,483 円	882,765 円
平均既支払額	545,962 円	871,458 円

V 障害者等の消費生活相談統計

1 相談件数

令和6年度の障害者等(*)の相談件数は341件で、前年度(321件)と比べて6.2%増加しました。

相談件数全体(10,548件)に占める障害者等の割合は3.2%で、前年度(2.9%)と比べて増加しました。

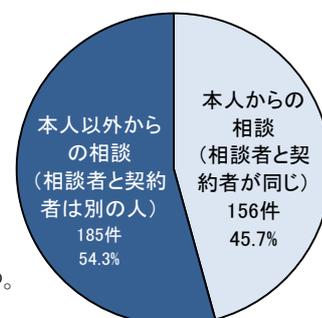
障害者等の本人から相談が寄せられる割合は45.7%となっており、全体(82.2%)と比べて割合が低くなっています。障害者等の消費者トラブルの被害防止には、家族のみならず、近隣住民や福祉事業者、行政機関等が協力して見守りをしていくことが必要です。

障害者等の相談者と契約者の同異の構成

障害者等の相談件数

(件)

区分	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
障害者等の相談件数	181	271	246	321	341
相談件数全体に占める障害者等の割合	1.8%	2.7%	2.3%	2.9%	3.2%
前年度比	113.8%	149.7%	90.8%	130.5%	106.2%



* 障害者等: 契約当事者に心身障害がある又は判断能力が不十分な方々であるとセンターが判断したものの。

2 商品・役務(サービス)の上位品目

相談件数の多い品目としては、1位は「商品一般」の26件で、前年度(33件)と比べて21.2%減少しました。

このうち、前年度と比べて増加率の高い品目としては、1位は「工事・建築」の24件で、前年度(11件)と比べて約2.2倍に増加しました。

商品・役務の上位品目

(件)

順位	商品・役務	6年度	5年度	前年度比
1	商品一般	26	33	78.8%
2	工事・建築	24	11	218.2%
3	携帯電話サービス	17	9	188.9%
4	他の健康食品	15	8	187.5%
4	役務その他サービス	15	8	187.5%

3 平均契約購入金額及び平均既支払金額

障害者等の相談1件当たりの平均金額をみると、契約購入金額は794,257円となり、全体(882,765円)と比べて低くなっておりませんが、既支払額は1,015,175円となり、全体(871,458円)と比べて高くなっています。

平均契約購入金額及び平均既支払金額

区分	障害者等	全体
平均契約購入金額	794,257 円	882,765 円
平均既支払額	1,015,175 円	871,458 円

VI 外国人の消費生活相談統計

1 相談件数

令和6年度の外国人(*)の相談件数は88件で、前年度(68件)と比べて29.4%増加しました。

相談件数全体(10,548件)に占める外国人の割合は0.83%で、前年度(0.62%)と比べて増加しました。

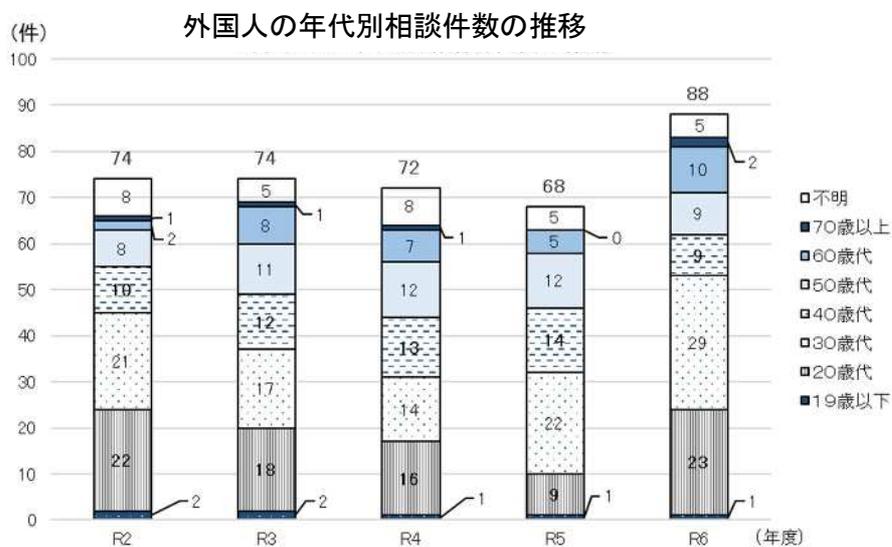
また、外国人の年代別相談件数の推移をみると、令和6年度は20歳代と30歳代が全体に占める割合が高く全体の半分以上を占めています。外国人は、言語や商慣習の違い等により消費者トラブルに遭いやすい傾向にあるため、多言語での情報共有や関係機関との連携が必要です。

外国人の相談件数

(件)

区分	2年度	3年度	4年度	5年度	6年度
外国人の相談件数	74	74	72	68	88
相談件数全体に占める外国人の割合	0.72%	0.74%	0.66%	0.62%	0.83%
外国人の前年度比	180.5%	100.0%	97.3%	94.4%	129.4%

*外国人: 契約当事者が外国人であると申し出たもの。



2 商品・役務(サービス)の上位品目

相談件数の多い品目としては、1位は「不動産貸借」の13件で、前年度(8件)と比べて約1.6倍となりました。

商品・役務の上位品目

(件)

順位	商品・役務	6年度	5年度	前年度比
1	不動産貸借	13	8	162.5%
2	商品一般	7	5	140.0%
3	携帯電話サービス	6	5	120.0%
4	修理サービス	4	2	200.0%
5	他の化粧品	3	0	-
5	携帯電話	3	1	300.0%

3 平均契約購入金額及び平均既支払金額

外国人の相談1件当たりの平均金額をみると、契約購入金額は342,382円となり、全体(882,765円)と比べて低くなっており、既支払額も全体(871,458円)と比べて低く、330,480円となっています。

平均契約購入金額及び平均既支払金額

区分	外国人	全体
平均契約購入金額	342,382 円	882,765 円
平均既支払額	330,480 円	871,458 円



川崎市は持続可能な開発目標(SDGs)を支援しています。

令和7年度 消費者行政事業概要

令和7(2025)年8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

〒210-0006
川崎市川崎区砂子1-8-9
川崎御幸ビル5階

電話:044-200-2262
FAX:044-244-6099

本冊子は下記ホームページでもご覧いただけます。

・川崎市消費者行政センター
[https://www.city.kawasaki.jp/
280/page/0000178274.html](https://www.city.kawasaki.jp/280/page/0000178274.html)



困ったときの相談窓口

川崎市消費者行政センター

相談時間 月曜日～金曜日 9:00～16:00

土曜日 10:00～16:00

(日曜・祝日・年末年始(12月29日～1月3日)を除く)

※来所相談は電話による事前予約が必要です。

※金曜日は電話相談のみ19:00まで受付

※土曜日は電話相談のみ受付

TEL 044-200-3030

電話、来所相談以外にもメール相談、
区役所(中原、高津、多摩)での予約出張相談を行なっています。

消費者ホットライン(全国統一番号)局番なし「188」

身近な消費生活相談窓口につながります。



区役所での予約出張相談

相談時間 9:00～16:00 (土曜・日曜・祝日・年末年始(12/29～1/3)を除く)

中原区役所: 金曜日 高津区役所: 水曜日 多摩区役所: 月曜日

※前日(開庁日)16:00までに御予約ください。

電子メール等による相談

専用フォームから電子メール等による相談をお受けします。詳細は、ホームページを御確認ください。

※回答は1回のみ。

※事業者へ申し入れをしてほしいなど、センターが間に入っただけの解決を望まれる場合や、お急ぎの場合は、電話または来所にて御相談ください。