

川崎市消費者行政推進計画(案)〔概要版〕

1 川崎市消費者行政推進計画の趣旨と位置付け

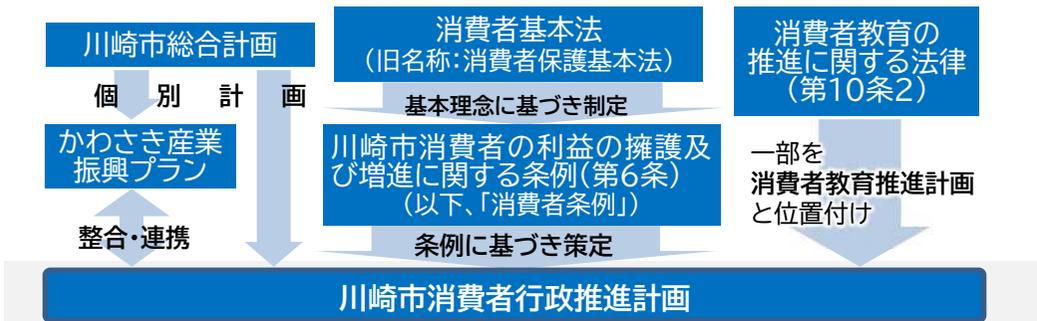
(1) 趣旨

「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、市民の消費生活の安定と向上を図るため、「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」(以下「消費者条例」という。))に基づき策定し、消費者行政を推進してきた。消費生活のデジタル化など消費者を取り巻く環境変化に的確に対応し、他の施策との整合・連携を図りながら消費者行政を推進するため、市全体で取り組む課題や方向性を明確にし、令和8(2026)年度からの計画を策定するものである。

(2) 位置付け

「消費者行政推進計画」は、「川崎市総合計画」を上位計画とする、消費者行政に関する個別計画である。また、平成24(2012)年12月施行「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推進すると定められており、「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。

消費者施策は広範な分野にわたることから、庁内の様々な関係部署と連携しながら、全庁的に施策を展開し、計画期間は、「川崎市総合計画第4期実施計画」、「かわさき産業振興プラン」と合わせ、4年間とする。



めざすべき姿 「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

基本理念

7つの施策の柱

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

- 消費者条例第3章第1節～第5節、第4・5章
- I 安全の確保
 - II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止
 - III 生活必需物資の確保及び価格の安定
 - IV 苦情の処理及び被害の救済
 - V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進【消費者教育推進計画】
 - VI 消費者支援協定
 - VII 施策推進のための行政体制の充実

2 消費生活相談等の状況

(1) 相談件数の推移

本市における令和6(2024)年度の消費生活相談件数は10,548件で、平成30(2018)年度以降、7年連続で1万件を上回る水準で推移している。



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

(2) 相談内容

令和6年度の相談内容については以下のとおりで、スマホに不審な電話がかかってきた、クレジットカードが不正に利用されたなどの相談が多く寄せられた。

令和6年度の相談内容(商品・役務の上位品目)

順位	商品・役務	件数	事例
1	商品一般	989	クレジットカードの明細に、利用した覚えのない決済がある。利用していないので請求を取り消してほしい。
2	不動産貸借	627	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	「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	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	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	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	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	「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	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	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。

(資料)川崎市消費者行政センター調べ

川崎市消費者行政推進計画(案)〔概要版〕

(3) 販売購入形態別の相談件数

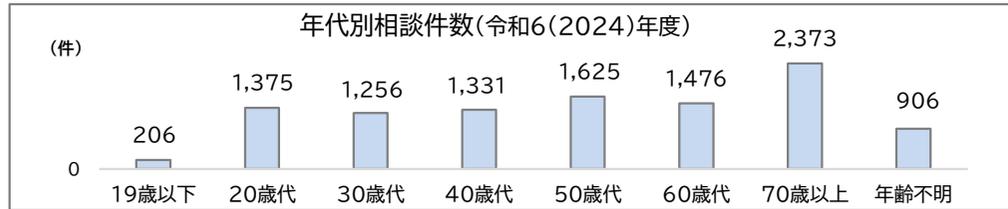
令和6(2024)年度の「店舗外購入」は、全体の52.4%を占めており、「店舗外購入」の内訳では、「通信販売」、「訪問販売」、「電話勧誘販売」の順が多い。



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

(4) 年代ごとの相談件数

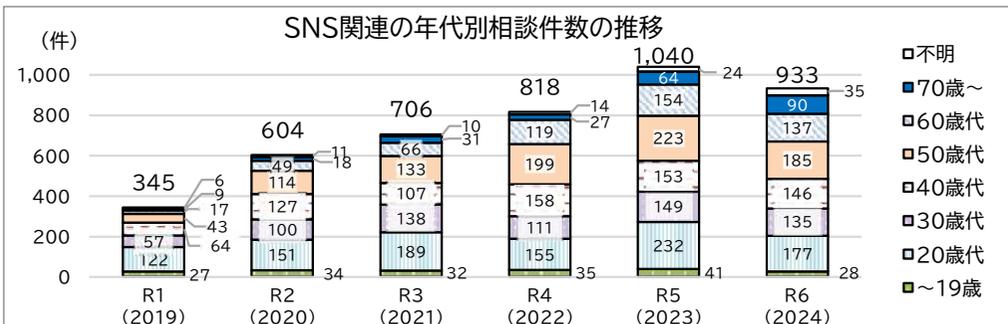
本市の高齢者人口及び高齢者世帯数は、いずれも年々増加を続けており、高齢者の相談件数は全体の約3割となっている。こうした高齢者のなかには、認知機能の低下等によりトラブルに遭っている認識が低く、問題が顕在化していないケースが推測される。また、若年者は社会生活上の経験不足等からトラブルに遭いやすい傾向があり、一定数の相談が寄せられている。



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

(5) デジタル取引の普及による消費者問題の複雑化・深刻化

デジタル取引の活発化に伴い、SNSをきっかけとした相談は全世代で年々増加傾向で、全ての世代の誰もが消費者トラブルに遭遇する可能性がある。こうしたSNS関連の相談には、定期購入への自動移行や、わかりづらい解約方法などの相談が含まれる。



(資料)川崎市消費者行政センター調べ

3 消費者行政推進計画の主な取組と課題

(1) 7つの施策の柱における主な取組

令和5(2023)年度～令和7(2025)年度の計画期間における主な取組は以下のとおり。

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る、商品・サービス、食の安全性の確保

II 表示、計量等の適正化及び不適正な取引行為の禁止

・家庭用品の品質表示の立入検査、特定計量器の定期検査及び商品量目の立入検査等による、表示、計量等の適正化の推進

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災害時における物資の供給に関する協定に基づく、供給体制の確認と協定の実効性の確保

IV 苦情の処理及び被害の救済

・LoGoフォーム活用による相談資料の送付や、Web会議ツールを利用したオンライン相談の導入など、デジタル技術を活用した、消費者がより相談しやすい環境の整備

・社会経済環境の変化により整備された法改正への対応研修等の相談員のスキルアップや、弁護士による特別相談会の実施などの相談体制の充実

V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進

・地域包括支援センター等見守り関係者との情報交換や相談事例チラシの作成・配布

・消費者被害の防止や「消費者市民社会」の普及啓発を目的とした動画の作成と、YouTubeやSNS等での発信、デジタルサイネージを活用した広報の実施

・成年年齢引下げに伴い、Webやパンフレット等による、若年者への啓発の推進

VI 消費者支援協定

・消費者支援協定店との協力体制の維持など取組の推進

VII 施策推進のための行政体制の充実

・消費者意見を反映させる附属機関等や庁内関係部署、関係機関、消費者団体等と連携した、横断的な消費者行政の推進



消費者行政推進委員会に報告し、意見聴取を行い、点検・評価を実施

R5～7年度
消費者行政
推進計画の
評価

①土曜電話相談の実施や相談員研修の充実等、複雑化・深刻化する消費生活相談に迅速かつ適切に対応したことにより、消費生活相談のR6年度内完了率99.5%(目標99.0%)を達成した。
②YouTube等での発信により消費者教育を推進し、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は、R6年度92.8%(目標92.0%)を達成した。

川崎市消費者行政推進計画(案)〔概要版〕

(2) 取り組むべき課題

消費生活を取り巻く経済・社会環境の変化やこれまでの取組を踏まえ、本計画における取り組むべき主な課題を以下のとおり整理する。

①消費者被害の拡大防止・救済に向けた相談体制の推進

②デジタル化の進展に伴いすべての消費者が被害に遭うリスクを踏まえた、多様な特性に合わせた啓発

③見守り等の配慮を要する消費者への対応

④持続可能な社会形成に貢献する消費行動の実践

4 消費者行政推進計画における視点

3(2)①～④の「取り組むべき課題」を踏まえ、具体的な施策を実施するうえで、以下の4つの視点を設定し、施策の重点取組とする。

(1) 消費生活の安全・安心の確保

デジタル時代にも対応し、消費生活相談機能を維持・強化することで、多様化・複雑化する消費者トラブルの解決が図られ、消費者は誰一人取り残されることがなく、安心して安全な消費生活を営むことができるよう消費者行政の推進

(2) すべての世代における消費者力の向上

ライフステージに応じた継続的な消費者教育と情報提供により、すべての市民がデジタル時代に即した消費者力を身につけ、消費者トラブルに遭いにくくなるとともに、万が一、消費者トラブルに遭った場合に適切に相談できるよう啓発の取組の推進

(3) 多様な主体との連携の強化

高齢者等の見守りを行う方への情報提供など、関係機関や団体、事業者、地域等、様々な主体と連携することで、被害の深刻化や潜在化を防ぎ、見守り活動等を通して消費者被害の防止や救済を図るなど、各施策の効果的な推進

(4) 持続可能な社会に向けた消費行動の推進

消費者市民社会の一員として、自身の消費生活が地球環境や経済社会の形成に影響を与えていることを一人一人が認識して消費行動を行える消費者教育の推進

5 消費者行政推進のための施策

消費者条例の規定に合わせ、7つの施策の柱に基づく施策を実施する。

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・検査等の推進

1 商品・サービスの安全性確保

(1)商品に関する各法に基づく立入検査や商品テスト 他

・各種法令に基づく立入検査等による商品・サービスの安全性の確保、消費者事故等の未然防止対策等の推進

2 食・環境の安全性確保

(1)農作物の安全性確保 (2)食品衛生に関する監視指導

(3)学校・保育園給食の安全性確保 (4)水道水の安全性確保 他

3 商品廃棄に係る汚染防止

(1)適正処理の推進

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)食品表示の適正化の推進

(2)表示、包装及びアフターサービスの適正化

(3)家庭用品の品質表示の適正化の推進

2 計量の適正化

(1)特定計量器(はかり・分銅等)の定期検査

(2)特定計量器(はかり・各種メーター類)の調査及び立入検査

・取引・証明に使用しているはかり等の性能や使用状態等の確認及び指導

(3)商品量目立入検査

・内容量表記商品の量目及び表示等を確認するための試買検査

(4)商品量目試買検査 (5)適正計量の普及・啓発

3 不適正な取引行為の禁止

(1)事業者との情報交換 他

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)生活必需物資の確保 他

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 他

川崎市消費者行政推進計画(案)〔概要版〕

IV 苦情の処理及び被害の救済

- ・複雑化・深刻化する消費者被害等への迅速かつ適切な対応
- ・すべての市民が安全・安心な消費生活を営むための消費生活相談体制の確保

1 消費生活相談の推進

重点取組(◎)

(1) 相談の実施(◎)

- ・多様な消費者トラブルに関する専門知識と経験を持つ消費生活相談員による、的確な助言・あっせん等の相談の実施

(2) 相談体制の推進

(3) 特別相談の実施

(4) 消費生活相談のデジタル化の推進(◎)

- ・国等が進めている全国消費生活情報ネットワークシステムの新システム移行への円滑な対応や、デジタル技術の活用による効率的な相談の実施

2 被害の救済

(1) 苦情処理のあっせん・調停等 他

V 消費者市民社会の形成に向けた消費者教育の推進

- ・全世代において消費者力を身につけ、向上するための消費者教育や情報提供
- ・「消費者市民社会」の形成に向けた消費者教育の推進
- ・被害防止に向けた見守り体制を支援・強化するため、地域の見守り活動と連携した情報提供や消費者教育の担い手育成

1 市民への効果的な情報発信

重点取組(◎)

(1) 消費生活に関する情報提供(◎)

- ・相談窓口や消費者トラブル事例等、消費者被害防止及び消費者市民社会の形成に向けた、街頭キャンペーン、市主催行事等への参画、様々な媒体を活用した効果的な情報発信
- ・エシカル消費等、持続可能な消費行動の実践事例の広報などによる「消費者市民社会」の実現に向けた消費者教育の推進

(2) 地域社会における地球温暖化対策等の啓発

(3) 健康な食のあり方を学ぶ機会・情報の提供

(4) 消防に関する情報の提供

(5) 住宅に関する情報の提供

(6) 市場体験による食育・花育の実施

2 全世代におけるライフステージに応じた教育・啓発の推進

(1) 学校・若年者に向けた消費者教育(◎)

- ・消費者教育デジタル教材(GIGA端末対応)の活用等による自立した消費者としての児童生徒の育成
- ・児童生徒を対象とした講座等による、消費者市民社会の形成に向けた消費者教育

(2) 家庭における消費者教育

(3) 地域社会における消費者教育(◎)

- ・消費者被害の未然防止のため、点検商法等、時宜に合った内容のチラシ配布等による注意喚起
- ・高齢者や障害者における消費者被害の未然防止のため、チラシ配布や障害者施設等への出前講座など、関係部署と連携した、当事者を対象とした消費者教育
- ・地域の高齢者や障害者等の見守り関係者に対する消費者トラブル事例や見守りに必要な知識等の講座や情報提供

(4) 職域における消費者教育

3 多様な主体との連携による消費者行政の推進

(1) 消費者教育の担い手の育成(◎)

- ・最新の消費者トラブル等の知識習得により消費者問題に関心を高め、地域での見守り等に役立てるための、消費生活サポーター養成・フォローアップ講座の実施など、地域における消費者教育の担い手の育成

(2) 多様な主体との連携及び育成(◎)

- ・エシカル消費等、市民の消費生活に関する知識の普及・意識向上を目的とした、消費者団体等との連携による啓発イベント等の開催

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

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における審議

(2) 川崎市食の安全確保対策懇談会における協議

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、消費者団体等との連携

6 消費者行政推進計画の進行管理

関係部署との連携を深め、総合的かつ円滑に実施する。計画の進捗状況について、指標の設定により、達成状況の確認を行う。

R8~11年度 消費者行政推進 計画の評価	①消費生活相談のうち2か月以内に完了した案件の割合 (目標:毎年度 97%以上) ②消費者教育に関する講座等の実施回数 (目標:毎年度 22回以上)
-----------------------------	---