

## 川崎市消費者行政推進計画（案）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

本市では、令和5（2023）年3月に策定した川崎市消費者行政推進計画に基づく消費者行政の取組を進めてまいりました。

この度、令和8（2026）年度から令和11（2029）年度までの4年間の計画期間とする川崎市消費者行政推進計画（案）を令和7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、13通（意見総数32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7年12月1日（月）から令和8年1月5日（月）まで
意見の提出方法	電子メール（意見提出フォーム）、郵送、持参、FAX
募集の周知方法	<ul style="list-style-type: none"><li>・市政だより（12月1日号）</li><li>・市ホームページ</li><li>・かわさき情報プラザ</li><li>・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</li><li>・市内消費者団体等への説明</li><li>・メールマガジン 等</li></ul>

### 3 結果の概要

意見提出数（意見総数）		13通（32件）
（内訳）	電子メール（意見提出フォーム）	10通（23件）
	FAX	2通（3件）
	郵送	1通（6件）
	持参	0通（0件）

#### 4 意見の内容と対応

川崎市消費者行政推進計画（案）の策定に向けた意見として、デジタル化への対応、消費生活の見守りの担い手の取組、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。

寄せられた意見が、案に沿ったもの、今後の取組を進めていく上で参考とさせていただくもの、案に対する質問・要望などであったことから、所要の整備を行った上で、川崎市消費者行政推進計画を策定いたします。

##### 【意見に対する対応区分】

- A：御意見を踏まえ、反映したもの
- B：御意見の趣旨が案に沿ったものであり、御意見の趣旨を踏まえ取組を推進するもの
- C：今後の取組を進めていく上で参考とするもの
- D：案に対する質問・要望の御意見であり、案の内容を説明・確認するもの
- E：その他

##### 【御意見の件数と対応区分】

項目	A	B	C	D	E	計
(1) 川崎市消費者行政推進計画（案）全般に関すること	0	2	0	0	0	2
(2) 消費生活を取り巻く現状、これまでの取組、課題及び視点に関すること	0	2	3	1	0	6
(3) 消費者行政推進のための施策に関すること	0	6	11	7	0	24
合計	0	10	14	8	0	32

## 5 具体的な意見の内容と市の考え方

### (1) 川崎市消費者行政推進計画（案）全般に関すること（2件）

No.	御意見（要旨）	市の考え方	区分
1	推進計画における視点について、7つの施策の柱に沿って、今まで実施してきた施策をよりバージョンアップし、現実的な内容にまとめられた4項目であると思う。	「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」の実現に向けて、これまでの施策を着実に進め、さらに社会経済環境の変化等による課題に的確に対応した消費者行政施策に取り組んでまいります。	B
2	統計に基づき政策の理念、方針が取り組まれていると思う。消費者被害を未然に防ぐ方法の一つには、学校教育での周知は必須で、社会との関わりを持つ必要がある。また、シニア世代への周知は書面が有効と思われ、市政だより特集版など世代別に取り組まれると良いと思う。緻密な行政推進計画が多くの市民に届く事を願う。	消費者被害未然防止のための効果的な周知については、学校教育やシニア世代等、それぞれの特性やライフステージに応じた情報発信を実施することが重要と考えており、学校教育においては市内教育機関と連携した啓発リーフレット等の学校への配布や教育現場の担当者に向けた消費者教育デジタル教材の活用周知、高齢者については、デジタルデバインドを考慮し、チラシや市政だよりを通じた注意喚起情報の発信、講座、地域の見守り関係者と連携した啓発等を実施しております。今後もより多くの方々に情報が伝わるよう周知をはじめ消費者行政施策の推進に取り組んでまいります。	B

### (2) 消費生活を取り巻く現状、これまでの取組、課題及び視点に関すること（6件）

No.	御意見（要旨）	市の考え方	区分
1	令和5～7年度の実施結果、完了率がほぼ100パーセント達成されているのは携わるスタッフの努力の成果であり、大いに評価出来る。市民の意識も「消費者教育推進計画」の更なる充実により向上を期待したい。	今後も消費生活相談員に対する研修等による知識の向上に努め、相談対応等の業務に取り組んでまいります。また、多様な特性に応じた消費者教育に取り組み、市民の意識向上を目指してまいります。	B
2	デジタル取引の普及による消費者問題の複雑化・深刻化では、特に高齢者にとっては詐欺に巻き込まれる危険など極めて大きな問題だと考えられる。相談対応にAI、デジタル技術を活用するなど迅速な対応が必要と考える。	デジタル化の進展により消費者問題が複雑化・深刻化する中、消費生活相談に迅速かつ適切に対応するため、Logo フォーム等の活用による相談資料の受信やWeb 会議ツールを用いたオンライン相談等を実施しています。今後も、デジタル技術を活用して、市民がより相談しやすい環境の整備に取り組んでまいります。	D

No.	御意見（要旨）	市の考え方	区分
3	<p>従前から言われている「消費者と事業者との間の情報・交渉力の格差の是正」に加えて、消費者であれば誰もが多様な脆弱性を有するという視点を打ち出すべきだと考える。高齢者や若年者だけが消費者被害にあうわけではないのは、人は認知バイアスがあることにより限られた範囲でしか合理的な判断ができないという脆弱性を有していたり、誰もかが状況次第では合理的に考えることが難しくなるという脆弱性を有しているから、と言われている。このようなことを政策に盛り込んでいただければと思う。</p>	<p>消費者であれば誰もが多様な脆弱性を有するという視点については、消費者被害未然防止に向けた取組を推進する上で、重要と認識しており、計画(案)第3章-3 取り組むべき課題においても、「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」と位置付けております。御意見の趣旨を踏まえ、すべての消費者に対するライフステージごとに適した消費者教育や注意喚起等に引き続き取り組んでまいります。</p>	B
4	<p>第4章の2 施策を実施する上での視点として、全ての市民がデジタル時代に即した消費者力を身につける、という表現は現実からかけ離れすぎていると感じた。デジタル時代に対応できない市民に対しての支援の方法を充実させることも、誰一人取り残さないという目標につながっていくひとつになると思う。</p>	<p>計画(案)第3章-3に記載のとおり、デジタルリテラシーの向上に加え、デジタルデバイドを考慮した啓発活動が重要だと考えております。消費者力の向上を図るため、計画(案)第5章-V(3)エに記載の取組として、チラシや講座、地域の見守り関係者を通じた啓発等、関係者と連携し、多様な手法による啓発活動に取り組んでまいります。</p>	C
5	<p>少子高齢化社会の現状、デジタル社会への急速な変化、AI等の情報技術の開発による新たなビジネスの展開に伴い、今後は消費者行政も一般的な消費行動である「購入」への対応に限らず、AI、SNSによる詐欺まがいの情報提供・各種サービス、各種投資に関わるトラブルなどより高度で複雑な内容の案件が増加することが予想され、消費者行政もAIの活用、情報技術、システムを駆使し、より多くの情報収集、情報発信により柔軟な発想で迅速な対応が求められている。</p> <p>この点について、取り組むべき課題の4項目については、概ね網羅されていると思うが、特に、今後消費者教育については法律の制定により体制が強化されたことで時間と手間はかかると思うがその成果に期待したい。災害ではないが、「自分の身は自分で守る」事の意識の醸成は重要なポイントである。苦情処理、被害の救済は行政だけでは限界があると思う。</p> <p>(同趣旨他1件)</p>	<p>デジタル化の進展に伴い、多様・複雑かつ急激に変化する取引環境下においては、年齢等に関わりなく、誰もが消費者トラブルのリスクにさらされていることをすべての消費者が意識し、消費者力を身につけ、消費活動を行うことが重要であると考えております。消費者被害を未然に防止するため、消費者力の向上に向けて、いただいたご意見の視点も踏まえ、消費者教育や注意喚起に取り組んでまいります。</p>	C

(3) 消費者行政推進のための施策に関すること（24件）

No.	御意見（要旨）	市の考え方	区分
1	食品、環境、その他の問題に取り組んでほしい。	計画(案)第5章-I-2「食・環境の安全性確保」をはじめ、食品、環境、その他の問題を含む消費者行政推進のための各施策について、関係部署や地域との連携を深め、総合的に取り組んでまいります。	C
2	家庭用品の品質表示の適正化を図るため、「家庭用品品質表示法」に基づく調査及び立入検査とされているが、実際にどのような調査及び立入検査が実施されているのか。また調査及び立入検査を実施する内容や基準が不明確である。	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、「家庭用品品質表示法」に基づく調査及び立入検査を実施しています。店舗の下見等により対象品目の販売店等を調査した上で、対象品目の表示状況を確認する立入検査を行います。検査内容については、対象品目それぞれに表示すべき事項や表示方法が定められており、例えば、ティッシュペーパーでは、表示すべき事項は「寸法」・「枚数」・「表示者名等の付記」、表示方法は「寸法は縦○mm×横○mm」、「枚数は○○枚(○組)」、「表示者名等の付記は名称等及び住所又は電話番号」となっています。今後も品質表示の適正化を図ってまいります。	D
3	迷惑メールや詐欺電話が後を絶たない。事業者が消費者の「がま口」を開こうと躍起になっている。ノルマが厳しいのか押し込みの様子で消費者から金を引き出そうとする。説明も不十分でアフターケアもお粗末。犯罪者の特殊詐欺はもちろん多いが、信頼できる大企業がなくなってしまったというのが正直な印象である。	迷惑メール、詐欺行為、企業の対応に関する相談については、内容に応じて適宜、警察等の関係機関と連携しながら、消費生活相談員により適切に対応しています。今後も必要に応じて関係機関と連携し、適切な対応を進めてまいります。	D

No.	御意見（要旨）	市の考え方	区分
4	<p>関係行政機関や警察等との連携を強化し、情報の共有・交換を行うことによる被害の未然防止及び拡大防止とされている。特定商取引法や景品表示法等に基づく指導や処分権限は、川崎市の自治事務とされていないため、神奈川県内の政令指定都市で、連携して、県内の消費生活センターで被害が拡大している事業者指導を実施されていることは、評価したい。その上で、「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」でも、不適正な取引行為は禁止されており、具体的には「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います」とされている。しかし、これまで川崎市独自で、条例に基づく改善指導された事案はないと思う。川崎市に拠点を置く事業者のトラブルについては、早期に被害拡大しないように、川崎市独自で、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>（同趣旨他 1 件）</p>	<p>消費者が、安全に安心して消費生活を営むことができるよう神奈川県をはじめ近隣自治体、県警察との情報の共有を図り消費者被害の未然防止及び拡大防止に努めています。川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例において他自治体との連携を規定しており、特定商取引法等の法令に基づく行政処分の権限を有する神奈川県等と連携した改善指導は、抑止力等にもつながり、非常に効果的であると考えます。そのようなことから、現在、本市では、神奈川県や県内政令指定都市と合同での事業者指導を中心に行っております。今後もより迅速な改善指導のために、近隣自治体、県警察をはじめとする関係機関と連携し、情報の収集、共有化を図り効果的な改善指導を行うとともに、必要に応じて、本市独自での取組を進めてまいります。</p>	D
5	<p>「Ⅳ 苦情の処理及び被害の救済」のうち、1(1)の「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)等」が、実際どの程度機能しているのか、検証が必要であると思う。また、消費者被害を多発させている極悪な事業者については、業者名を Web・紙面等で公表することも、「等」に含めて、積極的に実施していただきたいと考える。このことは、事後的な救済と共に、未然に消費者被害を防ぐために必要と考える。</p>	<p>当センターにおいて、令和6年度にあっせんにより解決が図られた件数は868件、被害の未然防止やその回復が図られた救済金額は約5億6,717万円となっています。今後も専門知識と経験をもつ消費生活相談員による的確な助言・あっせん等により、消費者被害の救済を図ってまいります。</p> <p>また、悪質な事業者の対応にあたっては、条例等に基づく公表に加えて、特定商取引法等の法令に基づく行政処分の権限を有する神奈川県等との連携が、実効性も高く重要であると考えています。引き続き、神奈川県等の関係機関と連携し、悪質事業者への対策を進めてまいります。</p>	D
6	<p>社会経済環境の変化に対応した知識習得や消費生活相談に反映するための研修の充実による、職員及び消費生活相談員の資質向上とされている。相談員は、消費者問題に関する研修は、出来る限り受講して、どのような消費者の相談に対しても、最適な助言、情報提供、あっせん解決を目指したいと思っている。しかし、国民生活センターが実施する相談員向け研修を、相談員が年一回一人ずつ受ける以外は、相談業務時間内で受講できないのが現状である。</p>	<p>消費者を取り巻く環境の変化に伴い、消費者被害の未然防止及び拡大防止のための関係法令の整備が進んでいる状況の中、正確な情報を迅速かつ的確に習得し、消費生活相談に反映していくことが重要となることから、効果的かつ効率的な研修の実施、研修への参加は必要であると考えていますので、引き続き予算及び体制の確保に努めてまいります。</p>	C

No.	御意見（要旨）	市の考え方	区分
7	<p>消費生活相談員は、消費者と事業者の間に立ち、時に強い感情的対立や悪質事案に対応するなど、精神的・身体的に大きな負担を伴う業務を担っている。相談員が安心して職務を遂行できる環境が確保されなければ、相談対応の質の低下や人材確保の困難化につながり、結果として市民サービスの低下を招いてしまう。本計画案において、威圧的・迷惑行為への対応方針の整備、警察・関係部署との連携体制の明確化、非常通報手段等の安全確保により相談員への継続的な支援を進めてほしい。消費生活相談員の安全確保を重要項目として計画案に明記し、市としての責務を明確にすることを提案する。</p>	<p>対応困難事例等については、今後も対策マニュアルの活用、非常通報手段等の確保を行い、警察や関係部署等と連携して、消費生活相談員が安心して職務を遂行できるよう必要な取組を進めてまいります。</p> <p>相談者からの不当要求等への対応方針については、消費者行政センターのみではなく本市全体に係る課題であるため、令和8年3月に策定予定の本市職員を対象としたカスタマーハラスメント対策に関する方針の中で、適切に対応してまいります。また、消費者が意見を伝える際の適切な行動について認識を促すため、国とも連携しながら、各種リーフレットなども活用した消費者啓発等に取り組んでまいります。</p>	C
8	<p>被害に遭いやすい若年者及び高齢者を対象に、相談する機会の提供並びに被害救済、未然防止及び拡大防止を目的とした特別相談を実施とされている。しかし、これまでも若年者や高齢者の「特別相談」を実施しても、広報不足からか、「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、区役所や高齢者の見守り関係者（地域包括支援センターや民生委員、消費生活サポーター等）、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組が必要である。</p>	<p>若年者や高齢者を対象とした「特別相談」の実施にあたっては、引き続き区役所、地域包括支援センター等の見守り関係者、学校関係者等にも周知を行い、消費者被害の未然防止及び拡大防止の取組を進めてまいります。</p>	C
9	<p>市民の消費生活に著しく影響を及ぼす事案に関して解決を図るため、「消費者行政推進委員会・苦情処理部会」の設置とされている。「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」第 23 条に基づき、消費者行政推進委員会が、また下部組織として、第 23 条 6 項に基づき苦情処理部会が置かれ、毎年委員会が開催されている。この消費者行政を推進するために設置された「消費者行政推進委員会・苦情処理部会」だが、これまで苦情処理部会に付託された事案はない。政令指定都市の川崎市において、条例に基づき設置された苦情処理部会が有効に活用され、深刻な消費者被害が救済されることが必要だと思う。</p> <p>（同趣旨他 1 件）</p>	<p>苦情処理部会への付託の要件としては、多数の消費者が同一の被害を被っている等、市民の生活に著しく影響を及ぼす案件であり、かつ事業者があつせん・調停の参加に同意しなければならないなどとなっておりますが、要件を満たす案件がない場合でも、消費生活相談員が解決に苦慮する事案等について報告し、委員からの意見をいただいております。今後も引き続き着実な取組を推進してまいります。</p>	C

No.	御意見（要旨）	市の考え方	区分
10	<p>消費者が事業者に対して行う訴訟活動等への援助とされている、「川崎市消費者の利益の擁護及び増進に関する条例」において、「消費者訴訟の援助」が規定され、該当するための要件が定められている。要件の1つとして、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があり、現状では相談員が受けた相談で、あっ旋で解決困難となり、法律相談を紹介することも多くなっているが、この要件があるため、相談者に「消費者訴訟の援助」を伝えることもできない。</p>	<p>多数の消費者が同一の被害を被っており、消費者が自ら訴訟を提起することが困難な場合などは、川崎市消費者行政推進委員会のあっせん、調停等を経て、訴訟活動を援助する制度を設けております。本制度について引き続き周知を図ってまいります。</p>	C
11	<p>消費者行政推進計画を改正するにあたり、①消費者行政センターが作成する啓発チラシや注意喚起情報を、市の回覧物として定期的に町内会へ配送する仕組みを整えること、②特殊詐欺に関する連絡は警察署からのみ届いているが、訪問販売・点検商法などの被害防止についても、警察と市が連携し、町内会を通じて住民に情報提供する体制を構築することについて、明確に記載し、実現していただきたい。</p>	<p>町内会・自治会への情報提供については、計画(案)第5章-V1(1)1点目の「様々な媒体を活用した情報発信」の一環として取り組んでまいります。注意喚起情報については、市政だよりやホームページに掲載するほか各民生委員へもチラシ配布をしています。町内会・自治会に対しては町内会・自治会の負担軽減を考慮し一斉送付は行っていませんが、ホームページに記載のとおり、町内会・自治会からチラシ等のご要望があれば町内会・自治会へも送付しています。また、地域における被害防止に向け、計画(案)第5章IV2(3)のとおり、警察等の関係機関と、消費者トラブル事例について毎年、協議・共有を図っており、警察は犯罪・事故への対応、市は消費者トラブルへの対応、とそれぞれの役割で安心安全な市民生活の確保に取り組んでいます。また、警察と連携し、訪問販売お断りシールなど啓発物の周知・活用を図っております。今後も引き続き町内会・自治会等市民への情報提供を行ってまいります。</p>	D
12	<p>広範囲にわたる施策で難しい面がある。市民に伝えることが重要だと考え、昔ながらのアナログな伝え方について再検討してもよいと思う。</p>	<p>啓発事業におきまして、対面での情報提供等は重要であると考えています。消費生活サポーターや見守り関係者等との連携をさらに深めるとともに、市政だより等の広報媒体も活用しながら消費者被害防止に努めてまいります。</p>	B
13	<p>被害に遭いそうで自分では対応できない時、行政の窓口があれば相談が出来る。また、常に行政が色々な方法で被害の状況等発信すれば、未然に防げることも増えると思う。ただ、どうやれば多種多様な人達に沢山の情報を届けられるかは、難しい課題かもしれない。</p>	<p>消費者被害防止に向けて、消費生活に関する啓発物の配布や、相談事例のホームページ、市政だより等への掲載に加え、各種講座等を通じた啓発活動を行っており、今後も、消費者被害防止のため、より多くの方に情報を届けられるよう取り組んでまいります。</p>	B

No.	御意見（要旨）	市の考え方	区分
14	<p>相談完了率 99.5%と適切な対応に感心した。より相談しやすくなる環境作りのためデジタル化をすすめているが、年配者を中心としたデジタル化に遅れを取ってしまっている方々も漏らすことなく救えるように、日々の見守り活動や各種相談対応の拡充など、大変な手間がかかることと思うが、是非続けて欲しいと思う。相談に来た人を救うだけではなく、素振りのある人に手を差し伸べるような活動がトラブルの未然の防御に必要となってくるのではないか。</p>	<p>デジタルの活用が難しい方であっても、消費者トラブルに遭った際にすぐ相談できるように、引き続き電話や来所による相談を継続していくとともに、消費生活サポーターや見守り関係者等との連携をさらに深めることにより、高齢者等の消費者被害の救済・未然防止に努めてまいります。</p>	B
15	<p>消費者が、解決困難なケースや想定を超える高額な契約といった不本意な契約による被害を消費者自ら防止できるよう、全世代において消費者力（気づく力、断る力、相談する力、働きかける力）を身につけ、向上するための消費者教育や情報提供を行いますとされているが、ライフステージに応じた消費者教育は、未だ不十分だと思う。</p>	<p>若年者に対しては動画配信等を活用した啓発活動、高齢者に対しては直接対話ができるよう見守り関係者を通じての啓発など、ライフステージに応じた啓発を行っております。今後も更なる充実した消費者教育を推進してまいります。</p>	C
16	<p>小学校・中学校・高等学校・特別支援学校等との連携による消費者教育とされているが、学習指導要領における消費生活に関する内容について、教員への周知はまだまだ不十分だと思う。特に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は未だ緒に就いたばかりで、効果的な児童に対する消費者教育を検討する必要がある。</p>	<p>小中高等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 GIGA 端末に対応した消費者教育デジタル教材の活用周知を行っております。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。また、児童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>大学・専門学校等との連携による消費者教育とされているが、大学や専門学校の生徒の職場体験の提供は減少している状況である。特に大学生等への職場体験の提供等による消費者教育の機会は、更に検討が必要である。</p>	<p>若年者への消費者教育については、大学等との連携による広報が効果的であると認識していることから、インターンシップの機会を活用した啓発に努めているほか、入学ガイダンスやイベントでの広報活動に取り組んでおります。今後も、インターンシップ、入学ガイダンスや学内の様々な機会を活用した啓発活動など、大学生等への消費者教育の機会の充実に取り組んでまいります。</p>	D

No.	御意見（要旨）	市の考え方	区分
18	<p>高齢者及び障害者に対する消費者被害防止とされているが、地域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は、未だ不十分である。</p>	<p>高齢者及び障害者に対する消費者被害防止にあたっては、当事者にとって身近な存在である地域の見守り関係者への出前講座等を通じた情報提供が重要であると認識しております。今後は、さらなる充実に向け、福祉関連部署や地域包括支援センター等との連携を深め、関係機関や地域団体の掘り起こしを進めるなど、講座の周知と利用促進に取り組んでまいります。</p>	C
19	<p>消費者行政推進のための施策については、きめ細かい施策となっていると感じた。重点課題である地域での消費者教育を、一市民としても推進できるよう、出前講座などを利用し浸透を図ってほしいと思う。</p>	<p>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すため、計画(案)における7つの基本理念や7つの施策の柱に沿って、関連施策の取組を推進しながら、消費者被害の防止、救済に向けた取組を着実に推進してまいります。専門家の派遣による出前講座については、さらに多くの市民に活用していただけるよう、引き続き周知を進めてまいります。</p>	B
20	<p>消費がキャッシュレス支払いに移行し、60才台以降は若い方に教えて頂いたりして、なんとか過ごしている。最近、キャッシュレス決済を使ってみたら、ある日身に覚えのないクレジット払い請求がきたが、解約の手続にあたり、言葉の意味がわからないこと、インターネット経由でクレジットカード会社に連絡すること、その電話対応で多額の料金がかかること、聴力が弱くうまく聞き取れないこと等から、とても時間がかかり、話が伝わらず、結局、引き落とされた金額は戻らなかった。老人の方々の支援は、デジタル化の世の中に必須とを感じるが、どうすればいいのか。また、足・腰が悪く出歩くのも難しい方々は取り残されているのではないのか。そして、消費者行政の役割を知ってほしい。</p>	<p>高齢者については、デジタル格差などにより、情報が届きにくく消費者トラブルに巻き込まれやすい状況にあるため、地域包括支援センターや民生委員等、地域の見守り関係者との連携による相談事例チラシやリーフレットなどでの情報発信、消費生活相談窓口の周知が大変重要な取組であると考えています。誰一人取り残されることなく、安心して安全な消費生活を営むことができるよう、キャッシュレス化等、社会情勢の変化に対応した消費者行政を推進してまいります。</p>	C

No.	御意見（要旨）	市の考え方	区分
21	<p>消費生活の現状からするとデジタル化と高齢化に対応することは急務である。インターネットを入口とする取引環境の安全の確保は消費生活の基盤であるところ、かつて、対面でなされた欺瞞的な取引も、ネット上では、大量化、情報化されてより巧妙になり、個々の消費者の意識のみでは対応しきれない様子が、消費生活相談等の状況からも伺える。国の動向にもあるように、川崎市においても、多様な主体との連携の一環として、事業者との連携も深め、公正な取引の価値を共有することにより、取引環境そのものの安心安全の確保を図ってほしい。川崎市と事業者との協定や消費生活相談の斡旋の場において、事業者とコミュニケーションし、消費者被害の未然防止、被害回復に協働してほしい。</p>	<p>消費生活相談のあっせんにおいては、消費生活相談員が相談者と事業者の間に入り、双方の意見を聞くなどして、話し合いによる解決を図っています。また、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、住宅工事等、市内外の事業者及び事業者団体と5つの消費者支援協定を結んでいます。今後も、事業者等とコミュニケーションを図り、消費者被害の未然防止、被害回復に向けた取組を進めてまいります。</p>	B
22	<p>第5章消費者行政推進のための具体的施策は、重点取組、新規施策も含め、他機関との連携、活用を進め、着実に実施する事が重要である。</p>	<p>消費者行政の各施策について、関係部署や地域との連携を深め、総合的に着実に取り組んでまいります。</p>	B