

# IV 資 料 編

# 消費者基本法

消費者保護基本法（公布時）  
消費者基本法（平成16年法律第70号で改題）  
公布：昭和43年5月30日法律第78号  
施行：昭和43年5月30日  
改正：昭和58年12月2日法律第78号  
施行：昭和59年7月1日  
改正：平成11年7月16日法律第102号  
施行：平成13年1月6日  
改正：平成16年6月2日法律第70号  
施行：平成16年6月2日  
改正：平成20年5月2日法律第27号

## 目次

第1章 総則（第1条—第10条）

第2章 基本的施策（第11条—第23条）

第3章 行政機関等（第24条—第26条）

第4章 消費者政策会議等（第27条—第29条）

消費者保護基本法の一部を改正する法律（平成16年法律第70号） 附則

## 第1章 総則

### （目的）

第1条 この法律は、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もって国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

### （基本理念）

第2条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利である

ことを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

- 2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。
- 3 消費者政策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。
- 4 消費者政策の推進は、消費生活における国際化の進展にかんがみ、国際的な連携を確保しつつ行われなければならない。
- 5 消費者政策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

#### (国の責務)

第3条 国は、経済社会の発展に即応して、前条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、消費者政策を推進する責務を有する。

#### (地方公共団体の責務)

第4条 地方公共団体は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状况に応じた消費者政策を推進する責務を有する。

#### (事業者の責務等)

第5条 事業者は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- 一 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
  - 二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
  - 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
  - 四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
  - 五 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。
- 2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

第6条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

第7条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

- 2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

第8条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

(消費者基本計画)

第9条 政府は、消費者政策の計画的な推進を図るため、消費者政策の推進に関する基本的な計画(以下「消費者基本計画」という。)を定めなければならない。

2 消費者基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

一 長期的に講ずべき消費者政策の大綱

二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項

3 内閣総理大臣は、消費者基本計画の案につき閣議の決定を求めなければならない。

4 内閣総理大臣は、前項の規定による閣議の決定があつたときは、遅滞なく、消費者基本計画を公表しなければならない。

5 前二項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

(法制上の措置等)

第10条 国は、この法律の目的を達成するため、必要な関係法令の制定又は改正を行わなければならない。

2 政府は、この法律の目的を達成するため、必要な財政上の措置を講じなければならない。

## 第2章 基本的施策

(安全の確保)

第11条 国は、国民の消費生活における安全を確保するため、商品及び役務についての必要な基準の整備及び確保、安全を害するおそれがある商品の事業者による回収の促進、安全を害するおそれがある商品及び役務に関する情報の収集及び提供等必要な施策を講ずるものとする。

(消費者契約の適正化等)

第12条 国は、消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、消費者との間の契約の締結に際しての事業者による情報提供及び勧誘の適正化、公正な契約条項の確保等必要な施策を講ずるものとする。

(計量の適正化)

第13条 国は、消費者が事業者との間の取引に際し計量につき不利益をこうむることがないようにするため、商品及び役務について適正な計量の実施の確保を図るために必要な施策を講ずるものとする。

(規格の適正化)

第14条 国は、商品の品質の改善及び国民の消費生活の合理化に寄与するため、商品及び役務について、適正な規格を整備し、その普及を図る等必要な施策を講ずるものとする。

2 前項の規定による規格の整備は、技術の進歩、消費生活の向上等に応じて行なうものとする。

(広告その他の表示の適正化等)

第 15 条 国は、消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際しその選択等を誤ることがないようにするため、商品及び役務について、品質等に関する広告その他の表示に関する制度を整備し、虚偽又は誇大な広告その他の表示を規制する等必要な施策を講ずるものとする。

(公正自由な競争の促進等)

第 16 条 国は、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の拡大を図るため、公正かつ自由な競争を促進するために必要な施策を講ずるものとする。

2 国は、国民の消費生活において重要度の高い商品及び役務の価格等であつてその形成につき決定、認可その他の国の措置が必要とされるものについては、これらの措置を講ずるに当たり、消費者に与える影響を十分に考慮するよう努めるものとする。

(啓発活動及び教育の推進)

第 17 条 国は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたつて消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

2 地方公共団体は、前項の国の施策に準じて、当該地域の社会的、経済的状况に応じた施策を講ずるよう努めなければならない。

(意見の反映及び透明性の確保)

第 18 条 国は、適正な消費者政策の推進に資するため、消費生活に関する消費者等の意見を施策に反映し、当該施策の策定の過程の透明性を確保するための制度を整備する等必要な施策を講ずるものとする。

(苦情処理及び紛争解決の促進)

第 19 条 地方公共団体は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、苦情の処理のあつせん等に努めなければならない。この場合において、都道府県は、市町村（特別区を含む。）との連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあつせん等を行うものとするとともに、多様な苦情に柔軟かつ弾力的に対応するよう努めなければならない。

2 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策（都道府県にあつては、前項に規定するものを除く。）を講ずるよう努めなければならない。

3 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた紛争が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に解決されるようにするために必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

(高度情報通信社会の進展への的確な対応)

第 20 条 国は、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、消費者と事業者との間の適正な取引の確保、消費者に対する啓発活動及び教育の推進、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たって高度情報通信社会の進展に的確に対応するために必要な施策を講ずるものとする。

(国際的な連携の確保)

第 21 条 国は、消費生活における国際化の進展に的確に対応するため、国民の消費生活における安全及び消費者と事業者との間の適正な取引の確保、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たって国際的な連携を確保する等必要な施策を講ずるものとする。

(環境の保全への配慮)

第 22 条 国は、商品又は役務の品質等に関する広告その他の表示の適正化等、消費者に対する啓発活動及び教育の推進等に当たって環境の保全に配慮するために必要な施策を講ずるものとする。

(試験、検査等の施設の整備等)

第 23 条 国は、消費者政策の実効を確保するため、商品の試験、検査等を行う施設を整備し、役務についての調査研究等を行うとともに、必要に応じて試験、検査、調査研究等の結果を公表する等必要な施策を講ずるものとする。

### 第 3 章 行政機関等

(行政組織の整備及び行政運営の改善)

第 24 条 国及び地方公共団体は、消費者政策の推進につき、総合的見地に立つた行政組織の整備及び行政運営の改善に努めなければならない。

(国民生活センターの役割)

第 25 条 独立行政法人国民生活センターは、国及び地方公共団体の関係機関、消費者団体等と連携し、国民の消費生活に関する情報の収集及び提供、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあっせん及び当該苦情に係る相談、事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決、消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等及び役務についての調査研究等、消費者に対する啓発及び教育等における中核的な機関として積極的な役割を果たすものとする。

(消費者団体の自主的な活動の促進)

第 26 条 国は、国民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

## 第4章 消費者政策会議等

(消費者政策会議)

第27条 内閣府に、消費者政策会議（以下「会議」という。）を置く。

2 会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者基本計画の案を作成すること。

二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の推進に関する基本的事項の企画に関して審議するとともに、消費者政策の実施を推進し、並びにその実施の状況を検証し、評価し、及び監視すること。

3 会議は、消費者基本計画の案を作成しようとするときは、国民生活審議会の意見を聴かなければならない。

第28条 会議は、会長及び委員をもつて組織する。

2 会長は、内閣総理大臣をもつて充てる。

3 委員は、内閣官房長官、関係行政機関の長及び内閣府設置法（平成十一年法律第八十九号）第九条第一項に規定する特命担当大臣のうちから、内閣総理大臣が任命する。

4 会議に、幹事を置く。

5 幹事は、関係行政機関の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

6 幹事は、会議の所掌事務について、会長及び委員を助ける。

7 前各項に定めるもののほか、会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(国民生活審議会)

第29条 消費者政策の推進に関する基本的事項の調査審議については、この法律によるほか、内閣府設置法第三十八条の定めるところにより、国民生活審議会において行うものとする。

消費者保護基本法の一部を改正する法律（平成20年法律第27号） 附則

(施行期日)

1 この法律は、公布の日から起算して1年を超えない範囲内において政令で定める日から施行する。

# 被害にあわないために

## 1 家の中に入り込ませない

悪質業者は、家の中に入り込むスキをねらっています。うかつにセールスマンを家に入れないようにしましょう。

## 2 うますぎる話には乗らない

激安の広告などうまい話は、世の中にそんなにあるものではありません。それほどもうかるのであれば、業者は人に教えないで、自分でやるはずです。

うますぎる話は悪質商法と疑ってかかり、用心する必要があります。

## 3 毅然とした態度で断る

電話による勧誘などの場合、中途半端な態度、優柔不断な対応は、相手につけ込まれるスキをつくりません。断るなら、毅然とした態度と言葉で断ることが大切です。

断る場合「いいです」とか「結構です」などと返事をすると、相手に「OK」の意味に取られてつけ込まれたり、ますますしつこく勧誘されることになりかねません。

## 4 サインは契約書をよく読んでから

悪質業者は、口で言うことと契約書に書いてあることが全く違うことがあります。

サインは契約書をよく読んでからするようにしましょう。

## ～ 悪質商法の種類 ～

悪質商法とは、嘘やごまかし、脅かしなどの強引な方法で商品売りつけたり、金銭を騙し取ったりする商法のことをいいます。

種類	主な商品・サービス	特徴
アポイントメントセールス	絵画・宝石・パソコン・割引サービス会員権、ビデオソフト	電話や郵便、メールなどで「景品が当たった」「特別モニターに選ばれた」などと販売目的であることを隠して消費者を営業所へ呼び出し、商品やサービスを契約させる。20歳前後の若者がターゲットになりやすい。
SF商法 (催眠商法)	羽毛布団・磁気マットレス・電気治療器・健康食品	日用品の安売りや健康に関する講習会などと人を集め、密室状態の会場で日用品などを無料で配り、雰囲気盛り上げる。そして、消費者が冷静な判断をできない状態になったとき、高額な商品売りつける。主に高齢者がターゲットになりやすい。
かたり商法	消火器・浄水器・電話機	公的機関や有名な企業・団体などの名前を無断でかたって職員や関係者を装い、商品やサービスを売りつける
キャッチセールス	化粧品・エステ・アクセサリー・絵画	路上や繁華街などで「アンケート調査」などと消費者を呼び止め、販売目的であることを隠して喫茶店や営業所などに場所を移し、商品やサービスの契約を迫る。若者がターゲットになりやすい。
資格商法	行政書士や宅地建物取引主任者などの資格取得講座と教材	「簡単に資格が取れる」「国家資格になる」などと勧誘し、資格を取っておきたいといった心理につけこんで、高額な教材や講座の契約を迫る。 また、以前の契約者に対し「資格が取得できるまで契約は終わらない」と説明し、新たな契約を迫る二次被害も発生している。 勤務先へ勧誘電話がくることも多く、曖昧な返事をした結果トラブルになるケースも多い。
点検商法	浄水器・布団・屋根工事・床下換気扇・耐震診断	無料点検を口実に消費者宅を訪ね、点検後「床下の耐震工事をしないと危険だ」「ダニだらけの布団で寝ていたら病気になる」「こんな水を飲んでいたら病気になる」などと、事実とは異なる説明で消費者の不安をあおり、商品やサービスの契約を迫る。
内職商法	宛名書き・チラシ配り・データ入力・ホームページ作成・テープおこし	「簡単な作業で高収入」などと広告や電話で勧誘し、内職に必要な高額な教材や機材を売りつけたり、加盟料などの名目で金銭を騙し取ろうとする。

種 類	主な商品・サービス	特 徴
ネガティブ・ オプション (送りつけ商法)	本・雑誌・ビデオソフト	商品を一方的に送り付け、受け取った消費者が、購入しななければならないと勘違いして代金を支払うことを狙った商法。しかし、契約自体が成立していないため、支払義務はなく、商品が送付された日から14日間、相手の業者へ引き取りを請求した場合は7日間、開封せずに保管したあとは自由に処分が可能。 代金引換郵便はその場で料金を支払いがちだが、誰が注文したか確認することが重要。
マルチ・ マルチまがい商法	健康食品・浄水器・化粧品・ネットワーク端末機	商品やサービスを販売すると共に、新たな会員を勧誘し、組織を拡大していくと利益が得られるという商法。 商品などの購入により多額の借金が残ったり、強引な勧誘により人間関係が壊れたりする危険性がある。
驚感商法・開運商法	印鑑・仏像・宝塔・表札・数珠・除霊・供養	「先祖のたたりで不幸になる」「名前の画数が悪い」などと不安な心をあおり、「運が開ける」などといって、高価な商品やサービスの契約を迫る。 自分が被害者だという意識がなく、全財産をつぎ込み、家族や周りを巻き込んで騒ぎになることもある。
モニター商法	浄水器・和服・エステ・住居設備	「モニターに選ばれました」などと、商品・サービスを格安で提供すると思わせて、契約させる商法。

## ～ 通信販売・商品先物取引のトラブル ～

通信販売や商品先物取引自体は悪質商法ではありませんが、販売方法や勧誘方法に問題がある場合がみられます。

種 類	主な商品・サービス	特 徴
通信販売	健康機器・美容用具・パソコン・自動車など多数	自宅にいながら買い物が可能で非常に便利だが、実際に商品を確認することができないことからトラブルになるケースがあり、インターネットや携帯電話の普及にともない増加傾向にある。 クーリング・オフの対象外だが、広告に返品特約の表示がない場合は、8日間以内であれば返品可能。ただし、送料は、消費者負担となる。
商品先物取引	石油・金銀・小豆・コーヒーなど多数	ある商品を将来の一定期日に、現時点で取り決めた価格で取引するというもので、素人には非常にわかりにくく、プロの投資家や向けの投機的取引。取引金額が大きく、被害額が数千万円にのぼることもある。 必ず儲かるなどと勧誘方法に問題があるケースが多い。

## ～ ヤミ金融 ～

ヤミ金融とは、無登録または不当に高い金利を取る貸金業者のことです。延滞すると、借金をした本人だけではなく、家族や職場、隣人などを脅迫する場合があります。

種 類	特 徴
押し貸し	<p>勝手に他人の口座に数万円を振込み、気づかないでいたり、どこへ返していかかわからずに放っておくと、数日後に遅延金も含め、振込まれた額の何倍もの金額を返せと脅迫される。</p> <p>借金の申し込みをしていないのだから、このような請求に対して、利息や遅延金を支払う必要は一切ない。</p> <p>逆に支払ってしまうと、再度勝手に振込まれ、いつまで経っても関係が断ち切れなくなる。</p>
カラ貸し	<p>ありもしない架空の請求をでっち上げ、「返済がないときは法的手段をとる」「職場や自宅に回収に行く」などと脅し、振込ませようとする。</p> <p>借りたことがなければ、返済する必要は全くない。また、不用意に業者に連絡をすると、業者に個人情報を知られ、新たな請求がはじまる可能性がある。</p>
借金整理屋	<p>多重債務者に対し、借金を一本化しないかと架空の融資を持ちかけ、了承すると信用をみたいからと、数万から数十万円の振込みを請求し、金銭を騙し取る。</p> <p>この支払いのために、さらに借金をしてしまったり、何度も振込みをさせられる事例もある。ほとんど証拠が残らないため、一度振込むと取り戻すのは困難である。</p>
紹介屋	<p>多重債務者など、これ以上借金をすることが困難な人に対し、金融会社を紹介し、法外な紹介料を要求する。紹介する会社は紹介屋とは全く関係がなく、紹介されても借りられない場合もある。</p>
チケット金融	<p>金券ショップなどで割引購入したチケットを定価で売りつけ、後日代金を支払う契約をする手口。見た目にはチケット販売と同じだが、チケットの割引分が利息と同じなので、法外な利息を取っていることになる。</p>
アダルト情報料の請求	<p>アダルトサイトの利用料金が払われていないと、延滞料を含め法外な金額を請求し、「支払わない場合は自宅や勤務先に回収に行く。その場合はさらに高額な支払義務が生じる。」などと脅してくる。</p> <p>以前、サイトを利用したことがある場合はもちろん、全く利用したことのない人まで請求されることがある。</p>

## ～ 架空請求への対処方法 ～

利用した覚えのない「有料サイトの利用料」や「民事裁判通達書」などを電子メールやはがき、封書によって請求する架空請求に関する相談は、平成 21 年度の相談件数は 213 件となっており、全相談件数の 8.7%を占めています。

架空請求業者は公的機関や債権回収業者を装ったり、広く知られていない制度を用いたりして請求の信憑性を高め、金銭を騙し取ろうとします。最近では、裁判取り下げ最終期日を設定し、「訴訟内容や取り下げなどの相談については、ご本人から至急連絡ください。」と要求するものや、「本請求は架空請求ではありません。」と注意書きを添えるものまでみられます。

また、これまで請求書には送金先として銀行口座名が記載されていましたが、金融機関の対処が厳しくなるにつれて、現金書留での送金や振込先を電話で指示するなどの方法が考え出されており、手口は巧妙化・悪質化しています。

### (1) 利用していなければ連絡しない・払わない

業者は何らかの名簿を入手・利用し、根拠のない請求書を送付していると考えられます。

「自宅へ出向く」「差押え」「強制執行」「信用情報機関に登録」などと消費者の不安をあおり、金銭を要求しますが、身に覚えのない請求に応じる必要はありません。

請求に一度でも応じてしまうと、多額の被害になることもあります。業者に連絡することはせず、無視することが一番の対処方法です。

### (2) 消費生活センター等へ相談する

請求された内容に不明な点がある場合や不安を持った場合は、業者に連絡や支払いをする前に消費生活センターなどへ相談しましょう。裁判所からの支払督促や少額訴訟の書類と思われる場合は、真偽の判断が難しいので、所轄の裁判所に確認する必要があります。

### (3) 必要以上に個人情報を知らせない

郵送の場合は名前と住所、電子メールの場合はメールアドレスを業者に知られていることとなります。業者はそのほかの個人情報についても既に把握している、或いは容易に入手可能かのように思わせますが、実際には個人を特定する手段がないケースが多いため、消費者からの連絡があったときにはより多くの情報を聞きだそうとします。

このとき、必要以上に個人情報を知らせると、様々な手段で請求してくることが可能になりますので、業者から個人情報を求められても毅然と断ることが大切です。特に、電話番号や勤務先などの情報を知らせることは避けましょう。

### (4) 警察へ届出する

家族や職場への嫌がらせ、夜中まで何度も請求の電話をするなどの悪質な取立てに遭った場合は、警察に届け出ましょう。

## ～ クーリング・オフ制度 ～

- クーリング・オフとは、訪問販売などといった特定の取引方法で商品や役務・権利を購入した場合、それが本当に必要であるかどうか「頭を冷やして考え直す」期間を設け、期間内であれば無条件で申し込みの撤回や契約の解除ができるという制度です。
- クーリング・オフのできる主な取引と期間

取引内容	適用対象	期 間
訪問販売	店舗外での商品・権利・役務の契約。	8日間
電話勧誘販売	業者からの電話での商品・権利・役務の契約。	8日間
連鎖販売取引	マルチ商法による取引。店舗契約を含む。	20日間
特定継続的役務提供	外国語会話教室・学習塾・家庭教師・パソコン教室・エステ・結婚相手紹介サービスの継続的契約。店舗契約を含む。	8日間
業務提供誘引販売	内職商法による取引。店舗契約を含む。	20日間
クレジット契約	店舗外でのクレジット契約を利用した商品・権利・役務の契約。	8日間
海外商品先物取引	店舗外での指定市場・商品の海外商品先物取引。	14日間
生命・損害保険契約	店舗外での契約期間1年を超える生命保険契約、損害保険契約。	8日間

- クーリング・オフが適用されないケース
  - (1) 総額が3千円未満の現金取引の場合
  - (2) 消耗品を使用してしまった場合
  - (3) 購入商品が乗用車の場合
- クーリング・オフするためには、解約することを記載した通知書を業者に発送しなければいけません。はがき（特定記録郵便）でできますが、内容証明郵便が確実です。

## ～ 相談するときのポイント ～

- (1) 現物、領収書・契約書などの関係書類をすべて用意する。
- (2) 購入年月日・品名・内容・住所・氏名・職業・連絡先（電話）をはっきりさせる。
- (3) トラブルの経過を客観的に説明する。
- (4) どのような解決方法を望んでいるかをはっきりさせる。

### ◆◆◆ 八戸市商工労働部 商工政策課消費生活センター ◆◆◆

住 所：八戸市内丸1丁目1-1 市庁別館5階

電 話：0178-43-2111（内線225）、直通 0178-43-9216

開設日時：月曜日～金曜日 8：15～17：15（祝日、年末年始を除く）

U R L：八戸市ホームページ <http://www.city.hachinohe.aomori.jp>

トップページ → サービス・手続き → 市民相談・消費生活 → 消費生活

消費生活に関する相談はお気軽にどうぞ・・・