

平成15年度

消費生活相談のまとめ

八戸市 市民生活部 生活・交通安全課

は じ め に

最近の消費者を取り巻く状況は、流通の広域化・国際化、インターネット取引の普及、ライフスタイルの多様化などにより、急激に変化しています。

このような時代を反映し、市民の平穏な生活を直接侵害する悪質商法等は依然として後を絶たず急増しており、更に悪質化、巧妙化、広域化する傾向にあります。

これに対して、行政による法整備や業者規制等の対策には限界があり、消費者は自己の利益の確保・防衛のためには、従来の行政によって守られる「弱者」という立場から転換し、自立した主体としての積極的な行動と、さらにはその結果について責任を負うという、いわゆる「自己責任」の自覚を持つ必要あります。

本年6月2日に施行された、消費者基本法（改正消費者保護基本法）においても、旧法では消費者の保護を打ち出していたものが修正され、「消費者の自立を支援する」ことが新たな基本理念として位置付けられました。

生活・交通安全課では、今後とも消費者被害の救済・予防に努めるとともに、消費者の自立を支援するため、消費者啓発により一層力を注いで行きたいと考えております。

この冊子は、生活・交通安全課が平成15年4月1日から平成16年3月31日までに取り扱った、消費生活苦情相談のあらましをまとめたものです。

各種の統計や苦情相談の事例を掲載しましたので、「自立した消費者」、「賢い消費者」になるための情報源として、ご利用いただければ幸いです。

平成16年7月

八 戸 市 市 民 生 活 部
生 活 ・ 交 通 安 全 課

目 次

生活・交通安全課の苦情処理体制	
1	生活・交通安全課の役割 1
2	八戸市消費生活苦情処理体制機構図 1
3	苦情処理窓口開設場所及び開設日 2
4	苦情受付の範囲 2
5	苦情処理の斡旋と相談に対する回答 2
6	苦情相談員 2
平成15年度消費生活苦情相談の概要	
1	相談件数の年次推移 3
2	相談概要
(1)	相談方法別 3
(2)	相談内容別 3
(3)	相談者年代・性別 4
(4)	当事者年代・性別 4
(5)	当事者職業別 5
(6)	相談者市町村別 5
(7)	当事者市町村別 5
(8)	処理結果 6
(9)	契約・購入金額 6
3	相談内容
(1)	商品・役務別 7
	商品別 8
	役務別 8
	内容別 9
(2)	販売購入形態別 10
	訪問販売 10
	通信販売 11
	マルチ・マルチまがい商法 11
	電話勧誘販売 12
	ネガティブ・オプション 12
(3)	信用供与別 13
(4)	多重債務 13
苦情相談事例	
	苦情相談事例一覧 14
資 料 編	
	消費者保護基本法 26
	被害にあわないために 32
	悪質商法の種類 33
	通信販売・商品先物取引のトラブル 34
	ヤミ金融 35
	クーリング・オフ制度 36
	苦情を申し出る場合に用意するもの 36

生活・交通安全課の相談体制

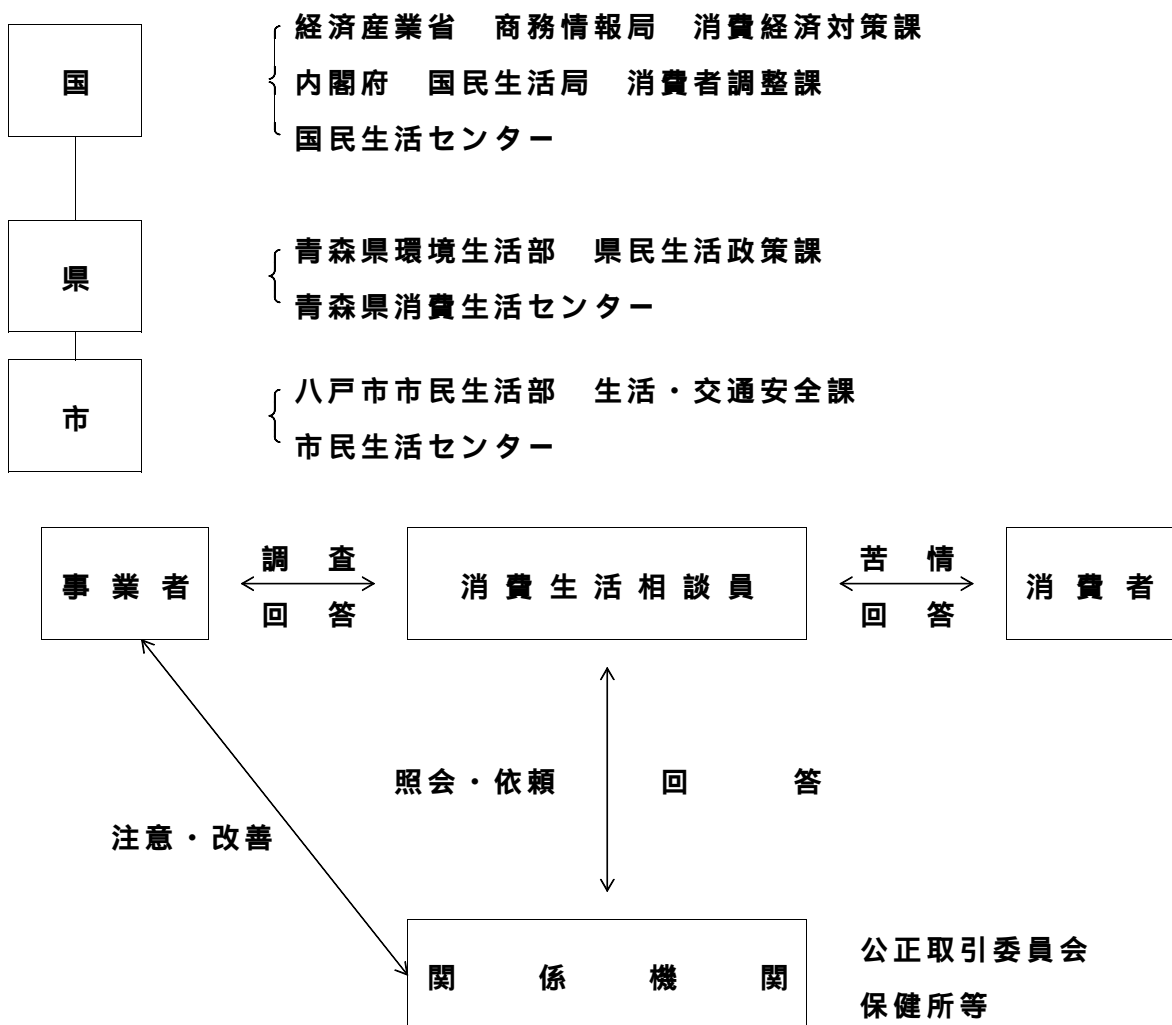
1 生活・交通安全課の役割

消費生活において、事業者と消費者の間の取り引きに関して生じたトラブルは、当事者どうしが直接話し合っ解決するのが望ましいことです。

しかし、実際には、お互いの話し合いで解決がつかないとか、法律的なことが判らないなどの理由で、あきらめてしまうことが多いと思われます。

このため、生活・交通安全課は、消費者の安全と利益を守るための相談窓口として、商品やサービスなど消費生活全般に関する苦情や問い合わせなどの処理を、公正な立場で行っています。

2 八戸市消費生活相談体制機構図



3 消費生活相談窓口開設場所及び開設日

- (1) 開設場所 八戸市庁別館 5 階生活・交通安全課
- (2) 開設日 毎週月曜日～金曜日（ただし、祝日、年末年始は休み）
- (3) 開設時間 午前 8 時 3 0 分～午後 5 時

4 受付の範囲

消費生活における事業者と消費者の間に生じた安全・衛生・品質・機能・価格・料金計量・量目・表示・広告・販売方法・契約（解約）等に関する相談に応じる。

5 斡旋と相談に対する回答

窓口で受け付けた相談は、単に相手方に取り次ぐだけでなく、解決に必要な情報を提供するなどして解決に努める。

受け付けた相談は、その場で回答を与えることが望ましいが、それが困難な場合は関係方面に照会のうえ回答する。

6 消費生活相談員

消費生活にかかわる相談及び苦情の処理に必要な専門知識を有する、消費生活相談員を 3 名配置し、指導及び助言を行っている。

平成15年度消費生活相談の概要

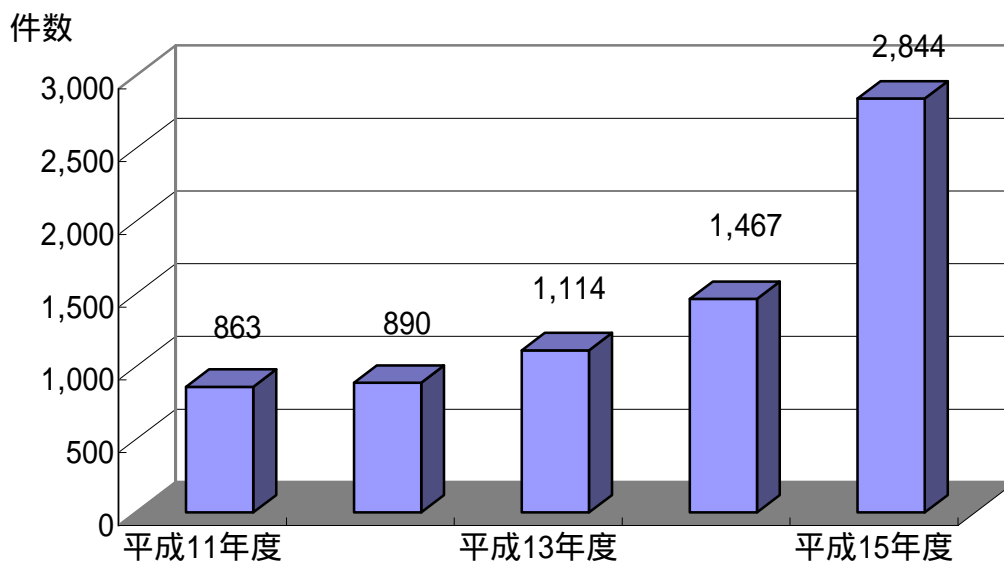
1 相談件数の年次推移

平成16年度の相談件数は、2,844件となり対前年度比1,377件(93.9%)増加した。

また、5年前の平成11年度と比較すると、1,981件の増加となる。

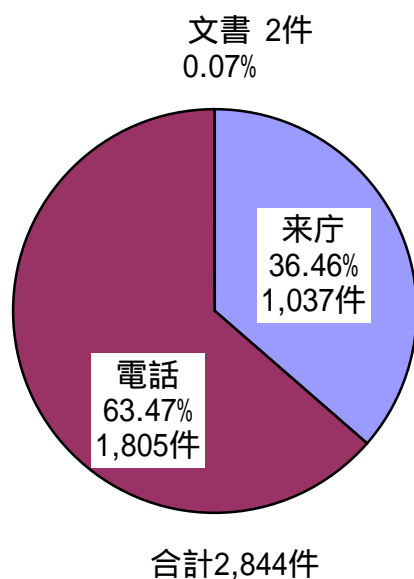
過去5年間の相談件数の推移を見ると年々確実に増加し、年平均増加率は34.7%大幅なものとなり、この傾向は経済の低迷による多重債務者の増加や悪質商法の巧妙化により、今後も続いてゆくものと予想される。

年次推移表



2 相談概要

(1) 相談方法別



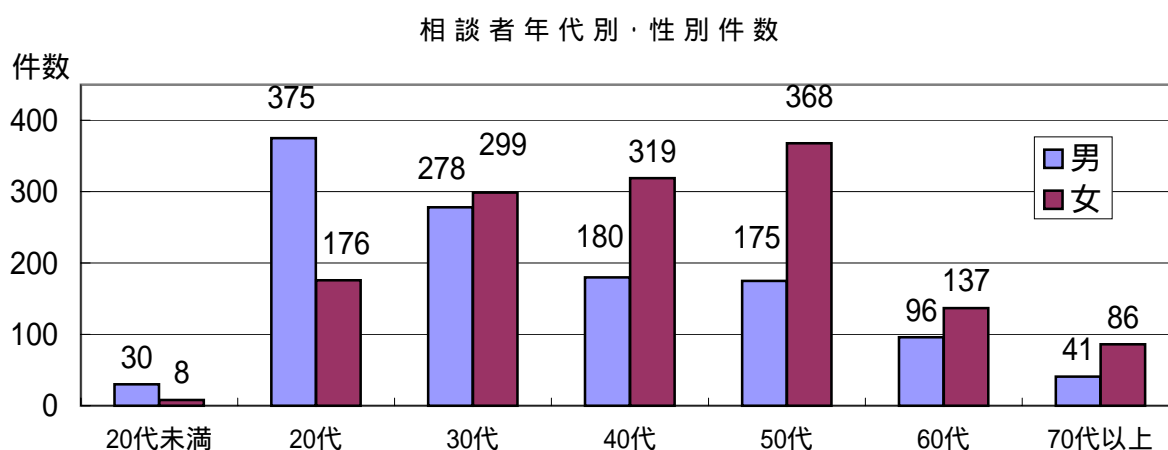
(2) 相談内容別



(3) 相談者年代別・性別

相談者の性別内訳は、男性 1,175 件（45.8%）、女性 1,393 件（54.2%）（不明・団体 276 件）であった。

前年度と比較すると、全ての年齢層で増加したが、特に 20代（306 件 124.9% 増）と 30代（292 件 102.5% 増）が激増した。

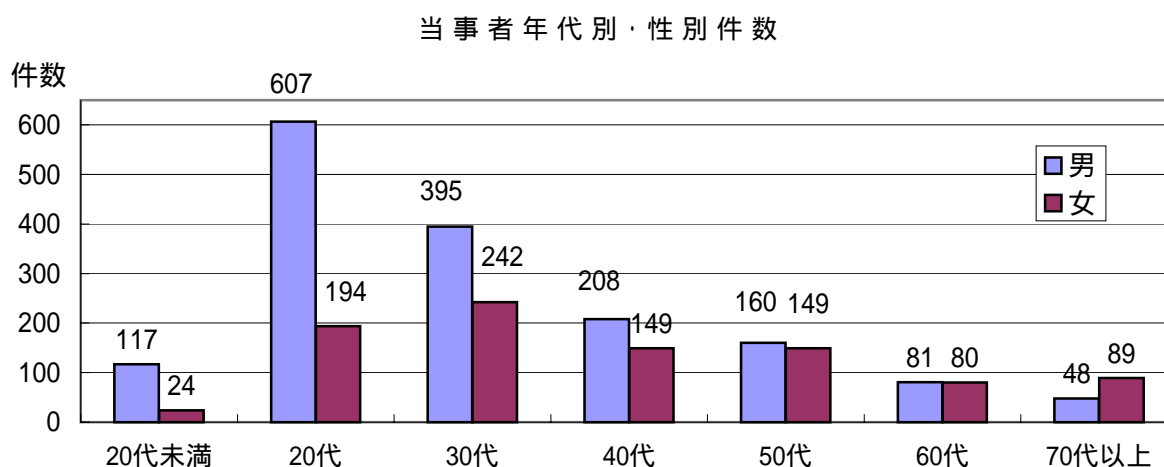


(4) 当事者年代別・性別

当事者の性別内訳は、男性 1,616 件（63.5%）、女性 927 件（36.5%）（不明・団体 301 件）であった。

年代別では、20代と30代の合計 1438 件で全体の 50.6% を占めた。

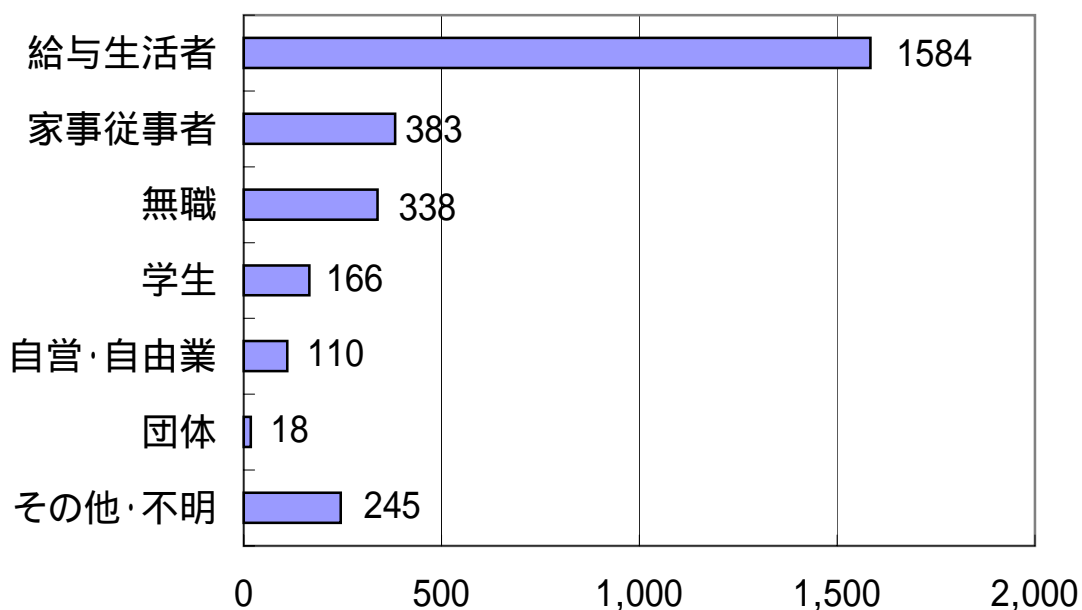
前年度と比較すると、全ての年齢層で増加したが特に 20代（462 件 136.3% 増）と 30代（337 件 112.3% 増）が激増した。



(5) 当事者職業別

給与生活者が全体の 55.7% を占め、家事従事者の13.5%、無職の 11.9% と続く。
前年度と比較すると、全ての職業で増加したが、給与生活者の 941 件 (246.3%) の増加と、学生の 105 件 (272.1%) が著しい。

当事者職業別件数



(6) 相談者市町村別

	市町村名	件数
1	八戸市	2,632
2	階上町	36
3	三沢市	21
4	五戸町	16
5	福地村	16
6	三戸町	14
7	百石町	13
8	名川町	11
	県内・その他	65
	県外	20
	不明	0
	合計	2,844

(7) 当事者市町村別

	市町村名	件数
1	八戸市	2,492
2	階上町	35
3	三沢市	18
4	五戸町	15
5	福地村	15
6	三戸町	12
7	百石町	12
8	名川町	10
	県内・その他	71
	県外	111
	不明	53
	合計	2,844

(8) 処理結果

		件 数	構成比(%)
処 理 結 果	他 機 関 紹 介	22	0.8
	助 言	2,633	93.4
	そ の 他 情 報 提 供	11	0.4
	幹 旋 解 決	106	3.8
	幹 旋 不 調	10	0.4
	幹 旋 不 能	3	0.1
	幹 旋 不 要	33	1.2
	合 計	2,818	100.0
処 理 期 間	即 日 処 理	2,733	97.0
	継 続 処 理	85	3.0

処理継続中26件を除く

(9) 契約・購入金額

		件 数	構成比(%)	
契 約 ・ 購 入 金 額	1 万 円 未 満	27	0.9	
	5 万 円 未 満	268	9.4	
	1 0 万 円 未 満	148	5.2	
	5 0 万 円 未 満	345	12.1	
	1 0 0 万 円 未 満	106	3.7	
	5 0 0 万 円 未 満	52	1.8	
	1 千 万 円 未 満	4	0.1	
	5 千 万 円 未 満	5	0.2	
	1 億 円 以 上	1	0.0	
	不 明	1,888	66.4	
	合 計	2,844	100.0	
		合 計 金 額 (円)		537,067,811
		平 均 金 額 (円)		561,786
既 払 金 額	合 計 金 額 (円)		86,261,005	
	平 均 金 額 (円)		102,084	

3 相談内容

(1) 商品・役務別

(単位：件)

内容別 商品・役務別	受付 件数	(うち 苦情件数)	内容別相談件数													計		
			安全・衛生	品質・機能	役務品質	法規・基準	価格・料金	計量・量目	表示・広告	販売方法	契約・解約	接客対応	包装・容器	施設・設備	買物相談		生活知識	その他
A. 商品一般	16	(14)	0	0	0	0	0	0	12	4	1	0	0	0	0	0	0	17
B. 食糧品	39	(36)	4	3	0	5	0	6	19	32	5	0	0	0	0	0	1	75
C. 住居品	64	(59)	2	9	0	12	0	1	46	55	4	0	0	1	1	1	1	132
D. 光熱水品	1	(1)	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
E. 被服品	38	(27)	0	1	0	4	0	2	11	29	2	0	0	0	0	0	5	54
F. 保健衛生品	53	(52)	0	2	1	6	0	1	39	46	5	0	0	0	0	0	0	100
G. 教養娯楽品	134	(127)	0	6	0	16	0	3	81	103	2	0	0	0	0	0	3	214
H. 車両・乗り物	26	(23)	2	4	0	1	0	1	4	23	2	0	0	0	0	0	0	37
I. 土地・建物・設備	21	(19)	0	3	1	0	0	0	7	16	3	0	0	0	0	0	0	30
J. 他の商品	0	(0)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
商品計	392	(358)	8	28	2	45	0	14	219	308	24	0	0	1	1	10	660	
K. クリーニング	16	(15)	0	11	0	0	0	1	1	10	4	0	0	0	0	0	0	27
L. レンタル・リース・貸借	41	(34)	0	7	0	9	0	0	6	35	3	0	0	0	0	0	0	60
M. 工事・建築・加工	38	(31)	0	8	1	9	0	1	13	35	4	0	0	0	0	0	0	71
N. 修理・補修	23	(18)	0	2	0	8	0	0	13	17	2	0	0	0	0	0	2	44
O. 管理・保管	0	(0)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
P. 役務一般	31	(30)	0	0	0	2	0	0	20	18	0	0	0	0	0	0	0	40
Q. 金融・保険サービス	995	(955)	0	1	25	45	0	50	35	976	8	0	0	0	0	0	1	1141
R. 運輸・通信サービス	1,054	(1,038)	0	1	1	148	0	102	21	1047	1	0	0	0	0	0	1	1322
S. 教育サービス	2	(2)	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	3
T. 教養娯楽サービス	67	(60)	0	0	0	8	0	12	45	37	1	0	0	0	0	0	3	106
U. 保健・福祉サービス	37	(28)	1	3	3	2	0	4	11	23	1	0	0	0	0	1	4	53
V. 他の役務	15	(9)	0	1	1	1	0	1	2	9	0	0	0	0	0	0	4	19
W. 内職・副業・相場一般	67	(64)	0	0	0	4	0	2	43	53	2	0	0	0	0	0	0	104
X. 他の行政サービス	5	(1)	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4	5
役務計	2,391	(2,285)	1	34	31	236	0	173	211	2263	26	0	0	0	1	19	2995	
Z. 他の相談	61	(27)																
合計	2,844	(2,670)	9	62	33	281	0	187	430	2571	50	0	0	1	2	29	3655	

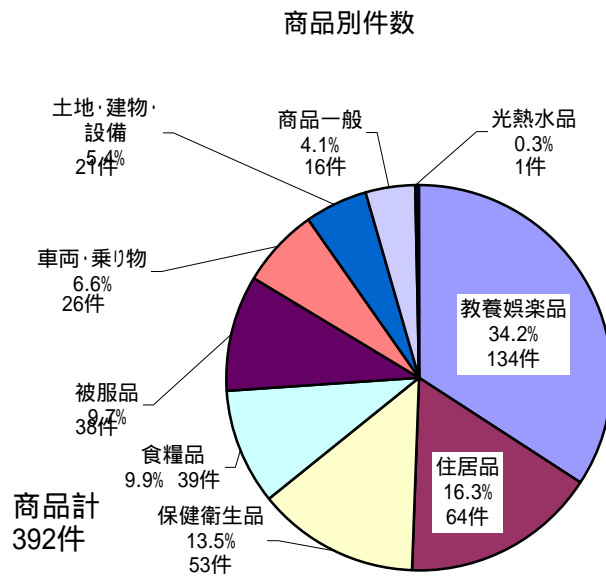
内容別相談件数は重複件数

商品別

商品の相談の合計は、392 件で、前年度と比較すると、30 件（7.1%）減少した。

前年度との比較では、保健衛生品 17 件（24.3%）、住居品 16 件（20.0%）、商品一般 15 件（48.4%）の減少が見られた。

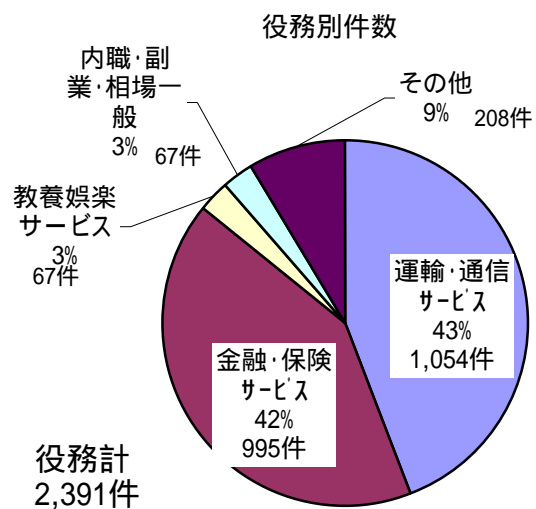
全体的には前年度とほぼ変わらない結果となった。



役務別

役務の合計は、2,391 件で、前年度と比較すると、1,390 件（138.9%）増加した。

特に携帯電話の普及による、運輸・通信サービスが 781 件（286.1%）の増加と、身に覚えのない請求がきたという、いわゆる架空請求に関連する、金融・保険サービスが 567 件（132.5%）の増加が顕著であった。



内容別

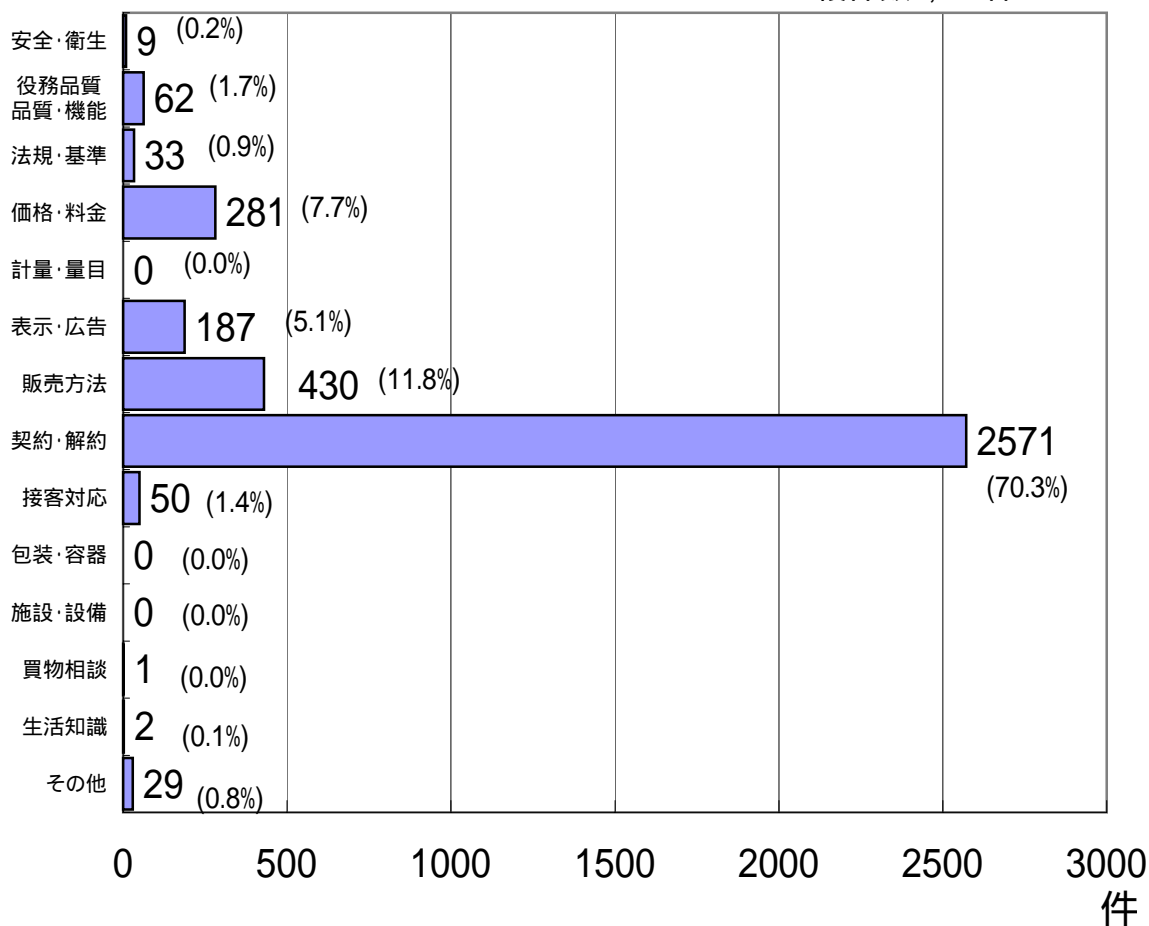
相談の受付件数は 2,844 件であるが、内容別の相談件数を見ると、分類項目の重複があるため 3,655 件となった。

前年度（2,193 件）と比較すると、1,462 件（66.6%）増加した。

分類別では「契約・解約」に関する相談が全体の 7（70.3%）を占めており、前年度からの増加件数でも 1,439 件と突出した。

内容別件数

重複件数3,655件=100%



(2) 販売購入形態別

販売形態別の相談状況を見ると、特殊販売（店舗購入以外）の割合が年々上昇しており、平成15年度では79.4%に達した。

前年度と比較すると、特殊販売:1,316件（139.7%）増加し、全体の件数の増加分のほとんどを特殊販売が押し上げた形となった。

販売購入形態別件数

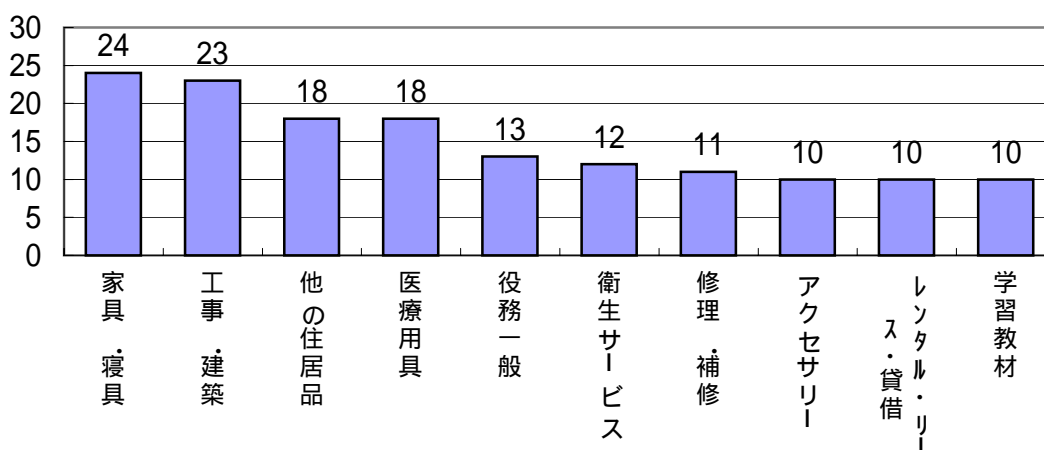
年度	平成15年度	平成14年度
店舗購入	410 (14.4%)	342 (23.3%)
特殊販売(店舗購入以外)	2,258 (79.4%)	942 (64.2%)
特訪問販売	229 (8.1%)	209 (14.2%)
殊通信販売	1,781 (62.6%)	496 (33.8%)
販マルチ商法	33 (1.2%)	36 (2.5%)
売電話勧誘販売	210 (7.4%)	185 (12.6%)
内ネガティブ・オプション	4 (0.1%)	5 (0.3%)
訳その他無店舗販売	1 (0.0%)	11 (0.7%)
不明・無関係	176 (6.2%)	183 (12.5%)
合計	2,844 (100.0%)	1,467 (100.0%)

訪問販売

訪問販売に関する相談件数は229件で、前年度と比較すると18件（13.7%）増加した。

増加の原因としては、前年度もワーストであった家具・布団11件（31.4%）減少したものの、リフォームや、外壁工事・屋根の塗装などが関連する工事・建築が9件（64.3%）、節電気や床下除湿剤が関連する他の住居品17件（1.700%）の増加があげられる。

訪問販売の商品分類別件数(上位10分類)



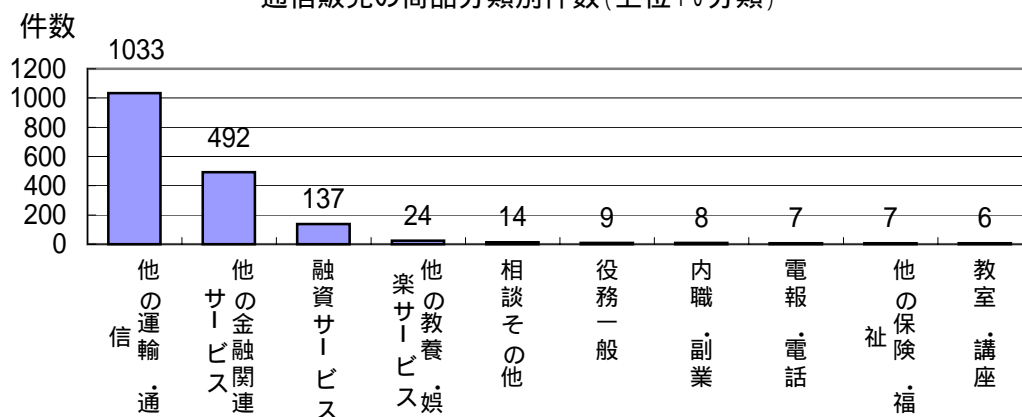
通信販売

通信販売に関する相談件数は1,781件で、特殊販売全体の78.9%を占めた。

前年度と比較すると1,285件（259.0%）の大幅な増加となった。

増加の要因としては、身に覚えのない有料サイト利用料や、利用料以外に高額な手数料（遅延損害金、解約手数料等）の請求に関連する、他の運輸・通信 790件（325.1%）と、債権回収代行を行っていると称する業者からの架空請求（覚えのないアダルトサイト・出会い系サイト利用料の請求）に関連する、他の金融関連サービス 485件（6928.6%）の顕著な増加があげられる。

通信販売の商品分類別件数(上位10分類)

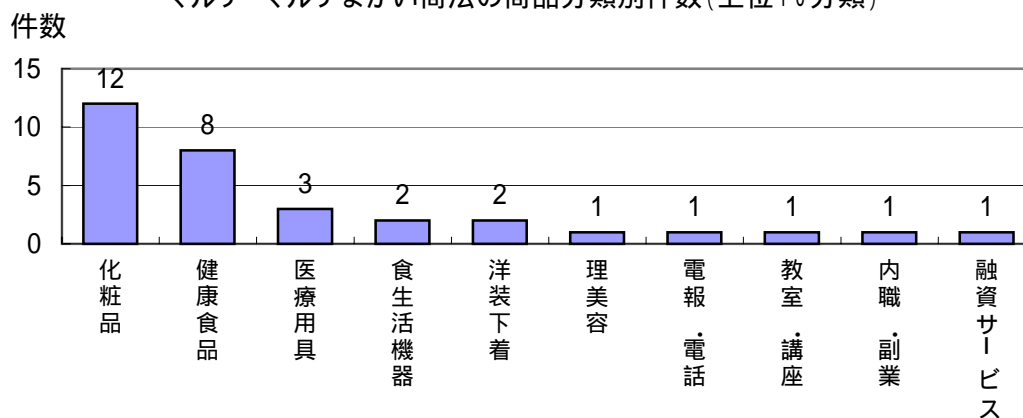


マルチ・マルチまがい商法

マルチ・マルチまがい商法に関する相談件数は33件で、前年度と比較すると3件（8.3%）減少した。

昨年までは増加傾向を示していたが、2年連続で減少している。

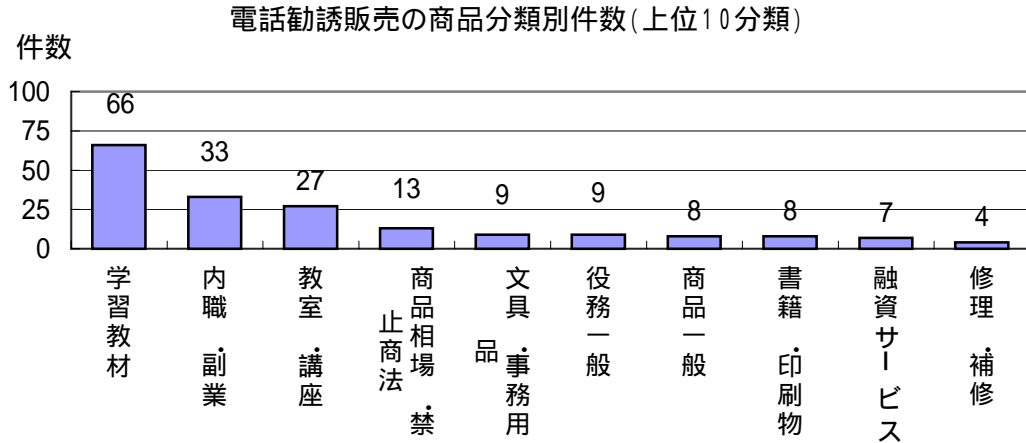
マルチ・マルチまがい商法の商品分類別件数(上位10分類)



電話勧誘販売

電話勧誘販売に関する相談は 210 件で、前年度と比較すると25件（13.5%）増加した。

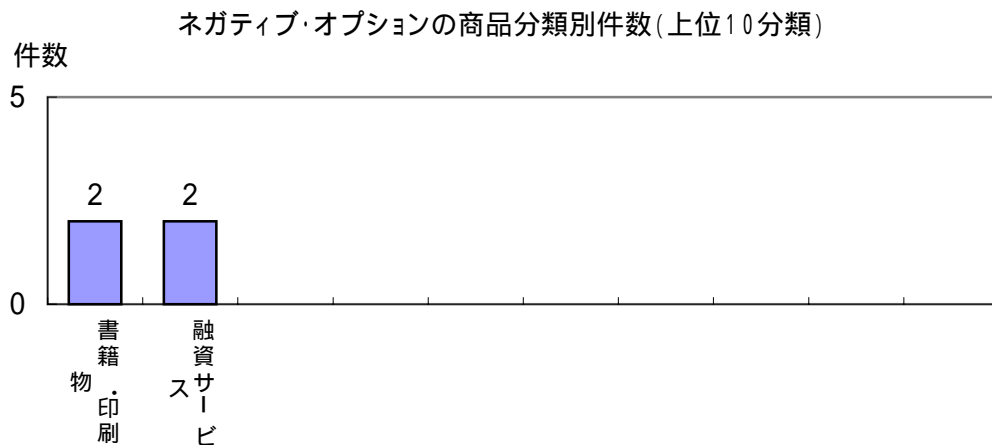
資格取得後の仕事の紹介を条件とした学習教材の販売が 28 件（73.7%）の著しい増加を示した。



ネガティブ・オプション

ネガティブ・オプション（送りつけ商法）に関する相談件数は 4 件で、前年度と比較すると、1 件減少した。

昨年にはなかった融資サービスが登場した。

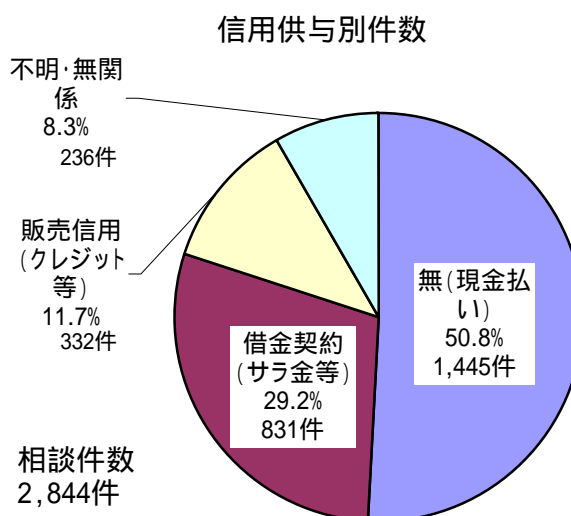


(3) 信用供与別

無（現金払い）の中に、架空請求が約70%含まれており、その数の多さが見て取れる。

借金契約は、約半数が架空請求であるが、いまだ高水準にある。

販売信用（クレジット等）と不明・無関係はほぼ前年度並みであったが、相対的に割合が下がった。



(4) 多重債務

多重債務を前年度と比較すると、件数は 173 件で前年度より 9 件（ 5.5% ）増加した。債務額の合計は約 4 億 6 8 2 4 万円で、前年度より 6 1 6 2 万円（ 1 1 . 6 % ）減少した。

この内、20代は件数で 1 2 . 7 %、債務額で 1 2 . 1 % を占め、いずれも前年度を下回った。

多重債務年次推移表

（金額 = 単位：万円）

年 度	11	12	13	14	15
区 分					
多重債務受付件数 （うち20代）	118 件 (26)	110 件 (40)	151 件 (35)	164 件 (31)	173 件 (22)
多重債務総額 （うち20代）	37,325 (7,266)	42,271 (10,266)	45,120 (6,558)	52,986 (7,625)	46,824 (5,705)
1件あたり多重債務額 （うち20代）	320 (279)	384 (257)	298 (187)	323 (246)	271 (260)

相 談 事 例

債権回収業者を装う不当請求

相談概要

債権回収業者から「返済について大至急連絡下さい」と電報が届いた。

詳細はなく、「連絡ない場合は返済の意思なしとみなし家財道具の差し押さえ、電気、ガス、水道の使用差し止め、身内への督促、強制執行を行う」といった内容である。

全く身に覚えはなく、業者に電話したところ「絶対払ってもらおう」と威圧的で詳細は一切話さない。どうしたらよいか。

処理概要

業者に電話をかけたことにより、今後は電話による請求が行われることが予想されるが、不当請求には絶対応じることなく、毅然とした態度で断るよう助言した。

ポイント

最近、身に覚えがないのに、いきなり請求を受ける事例が急増している。

これは、何らかの名簿を入手した悪質業者が、手当たり次第に請求していると思われる。

請求を受けた人の中には、家族が使ったものや、自分が使っている他の業者のものと勘違いしたり、業者と関わりたくないため、つい支払ってしまう例がある。

こういう勘違いや関わりたくない感情に付け込むのが、不当請求の手口である。

これに対して消費者ができる最善の対応策は、完全に無視することである。

また今回の事例で、相談者が業者に電話をしてしまったことは、新たな請求手段を業者に提供してしまうことになりかねないので、どうしても業者と接触しなければならない場合は、これ以上の個人情報を与えることのないよう、十分気を付ける必要がある。

また、請求方法があまりに脅迫的であるとか、強引で悪質性が高い場合などには、警察に届けておくことも大切である。

善意で名義を貸しただけなのに支払い請求がきた

相談概要

友人が車を購入する際に「絶対迷惑はかけないから」と頼まれ、しかたなく手数料8万円で名義貸しをした。

その友人が、2ヶ月程前から行方不明になり、クレジット会社から車の購入代金の請求の電話や封書が頻繁にくるようになった。

自分はただ善意で友人に名義を貸しただけなのに、支払わなければならないか。

処理概要

名義貸しの法律的な意味を説明し、支払い義務は名義を借りた友人ではなく、あくまで名義を貸した者（相談者）にあるため、代金は支払わなければならない旨を伝えた。

ポイント

名義貸しとは、自分の名前を、承知の上で他人に貸し、自分名義のクレジット契約を他人が行うことである。

相談例のように「迷惑はかけないから名義を貸してほしい」と頼まれ、しかたなく応じた場合でも原則として名義を貸した者に責任が生じることになる。

クレジット会社は、名義人である相談者にお金を貸したのであって、相談者は単にその借りたお金を友人にまた貸ししたことにしかないのである。

たとえ、「友人が自分の責任で返済する」という約束があったとしても、それは相談者と友人との間の約束にすぎず、この場合、クレジット会社と友人の間には、何の関係も、いかなる義務も発生していないのである。

したがって、友人がこの約束を実際に行わなかった場合でも、名義を貸した者（相談者）がすべての責任を負って返済しなければならないことになる。

たとえ大事な友人や親戚から名義貸しを頼まれたとしても「ノー」と言える勇気を持つことが必要である。

「ヤミ金融」による「押し貸し」

相談概要

ある業者から「スピード融資します」というダイレクトメールが届き、3万円を借金した。かなりの高金利で、翌週から5週間は、2万円ずつの利息返済で、6週目は元金含め5万円を返済し、元利総額15万円を完済した。

その後、申し込んでもいないのに、自分の銀行口座に1万円が勝手に振り込まれていた。銀行に事情を説明し、業者に返金してもらったが大丈夫だろうか。

処理概要

「ヤミ金融」と「押し貸し」について説明し、すぐに返金したことで、業者からはこれ以上の接触はないものと思われるが、また勝手に振り込まれる可能性があるので念のため口座を解約するよう助言した。

ポイント

「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ある。

支払いを延滞すると、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もある。

また、「押し貸し」とは、頼んでもいないのに無断で口座に入金し、後で法外な利息の取り立てを行うという、「ヤミ金融」による手口のひとつである。

主に借金経験者の口座情報を入手し、ターゲットにしているが、最近では過去に全く借金をしたことがない人でも、被害に遭ったという事例が増えつつある。

今回の相談事例では、入金に早期に気付き返金したため、大事にはいたらなかったが、もし気付くのが遅れ業者が請求してきたとしても、もともと契約が存在していないのに一方的に振り込まれたものなので、利息などの支払いには一切応じる必要はありません。（元金は返金してください）

また逆に、一度でも利息を支払ってしまった場合には、完済してもまたすぐ振り込まれ、いつまでたっても関係を断ち切れなくなるケースが多くみられるので、毅然とした態度で対処することが重要である。

「押し貸し」の被害に遭わないためには、こまめに通帳の記帳を行い、知らない人物からの振り込みがないかチェックすることをおすすめする。

高校生の息子が親に内緒で出会い系サイトを利用

相談概要

3日前、高校生の息子の携帯電話に、出会い系サイトの広告メールがあった。息子は興味本位に、そのサイトにアクセスして「未成年ではない」と嘘の申告で会員登録をし、さらに事前に、「情報提供料は1万2千円の後払い」という条件の説明も受けてたうえで、利用していた。

支払わずにいたところ、業者から、「支払わないならば、訪問集金する」と電話で請求があった。

自分（親）は承諾していないが、支払わなければならないか。

処理概要

未成年者が相手に対し年齢を偽って、あきらかに成年であるかのような誤解を招く言動をして行った場合の契約は、未成年者であることを理由とした、取消は認められず、支払わなければならない旨を説明した。

また、全く関係のない別の業者から請求されるといった、架空請求の被害が増えていることから、念のため電話会社から、利用日時、通話時間、料金等を確認してから支払うよう助言した。

ポイント

「出会い系サイト」とは、人と人の出会いを斡旋するインターネットサービスのことである。

同じ趣味を持つ仲間や結婚相手を探すなど、さまざまなサイトが開設されているが中には悪質なものも存在する。

全国的にも、相談が急増していて、「無料の表示を見て利用したが有料だった」、「高額な登録料を請求された」、「利用料が明示されないのに請求された」、「利用していないのに請求がきた」などのトラブルが多発している。

このような業者の広告方法のひとつが、携帯電話への広告メール（いわゆる迷惑メール）である。

無作為に大量のメールを送るため、必要のない人や事例のように高校生などの未成年者にも送られ問題になっている。

また、事例のように未成年者が親の承諾を得ないで利用したとしても、業者が登録の際に未成年かどうかの確認を行っていれば、未成年者の契約を理由とした取消しは困難と思われる。

未成年の子供に携帯電話を持たせる場合は、出会い系サイトには、絶対アクセスしないよう注意を促す必要がある。

「無料で日用品を配ります」と誘うSF商法業者

相談概要

一月程前に「日用品を無料で配ります」と路上で声をかけられ、近くのビルの一室に連れて行かれた。

業者は次々と日用品を配った後、いきなり高額な(40万円)羽毛布団を勧めてきた。「年金生活で支払いも大変だし、布団はたくさんあるから」と断ったが、業者は話を聞こうともせず、トイレにも行かせてもらえない状況で、「このままでは帰れない」と思い仕方なく買うことにした。

すぐに銀行に連れて行かれ、現金と引き換えに布団を受け取ったが、必要はないので返品したいがどうすればよいか。

処理概要

センターより業者に事情を説明し、相談者の要望を伝え、交渉した結果、布団は返品となり、半額の20万円が返金された。

ポイント

今回の相談事例は、「SF商法」または「催眠商法」と呼ばれ、会場に人を集め、日用品を無料や低価格で配るなどして雰囲気や序々に盛り上げ、最後に高額な商品売りつけるといふ、悪質商法の一つである。

高齢者が被害に遭う割合が圧倒的に高いという特徴がみられる。

突然訪問されたり普段から付き合いのない業者に無料で日用品を配布するからなどと誘われても、「ただより高いものはない」という言葉を思い出し、安易に会場にはついて行かないことがこの商法から身を守る一番の方法である。

しかし、何らかの事情で会場に行ってしまった場合は、会場の雰囲気や絶対飲まれずに、必要のない契約は毅然とした態度で拒否する姿勢が大切である。

また、もし不幸にも、SF商法の被害に遭ってしまったとしても、契約から8日以内であれば、クーリングオフの手続きをすることにより、無条件で契約を解除することができる。

しかし、事例では、購入から既に1ヶ月を経過していたため、クーリングオフは適用外で、解約するためには業者の了承が必要となる。

交渉の結果として、解約することはできたが、高額な違約金を支払うことになってしまったので、クーリングオフの期間にも注意する必要がある。

危険な先物取引

相談概要

2ヶ月前、兄が電話で「値上がり確実だから絶対儲かる、今が絶好のチャンスだ」と勧誘を受け石油の先物取引を契約した。

委託証拠金700万円を支払い取引を開始したが、損失が発生した。

その後、担当者の一方向的な判断で損を取り戻すためと、承諾をしていない売買を繰り返され、さらに損失が拡大していった。

儲からないのに、次々と追加の証拠金を請求されるため、辞めたいと思い、手仕舞いの申し出をしたが拒否された。どうしたら良いか。

処理概要

センターから業者の本社管理部へ経緯を伝え、手仕舞いの申し出をし、書面にて手仕舞いの通知と清算書を送ってもらうことになった。また、勧誘や取引のしかたにも問題があるため、納得がいかない場合は、弁護士に相談するよう助言した。

ポイント

商品先物取引とは、将来の約束の日に品物と代金を交換することを現時点で見越して、価格を決め契約する取引のことで、単に商品取引と言う場合もある。

一般的な日常生活で行われる、物を買ってその代金を支払うといった現物取引とは全く異なる取引方法で、総取引額の5～10パーセントの少額な資金（委託証拠金）を担保として取引が行われるといった特徴がある。

投資額の何倍もの取引を行うため、少しの相場変動で多額の利益となることもある反面、あっという間に証拠金以上の損失が発生する危険性も含んでいる。

市民生活センターに寄せられた相談事例の中には、数千万円の損失が発生した事例もある。

また、契約の時点で、取引の仕組みや委託注文の手順などを十分に理解したうえで契約者自身の判断において売買の指示を行うといった内容の約諾書が交わされ、常に自己責任がつきまとうことになるので、先物取引を行う場合、値動きを読むための幅広い知識や先見性が必要となる。

事例の場合は、先物取引は将来の予測が不確実であるにもかかわらず必ず儲かると勧められて契約をしているので、不当な勧誘行為として消費者契約法による取消しを主張することもできるが、一般消費者がそれを証明するのは難しく、多額の損失を取り戻すことは難しいと考えられる。

このように商品先物取引は極めてリスクの高い投機的取引であるので、仕組みが理解できない場合は、手をださない方が賢明である。

クリーニングの失敗で、大事な着物が台無しに

相談概要

近所の呉服店に着物のクリーニングを料金1万7千円で依頼した。

1ヶ月後にクリーニングされた着物を確認したところ、アイロン跡が残り、身頃と袖に色落ちと多数のシミを発見した。早急に修復依頼したところ、シミは消えたが、色落ちは元に戻っておらず、染め直しも不可能ということであった。

賠償を要求したが、お詫びにと店のオリジナルバックを持参して謝罪に来ただけで責任者の姿もなく納得がいかないが、どうしたら良いか。

処理概要

センターから業者に問い合わせ経緯を確認したところ、両者の言い分に食い違いがあったため、センターで三者面談を行った。

話し合いの結果、クリーニング代金を全額返還することで和解した。

ポイント

今回の事例では、色落ちがクリーニングする以前からあったのかどうかという点について、双方の言い分が平行線をたどったが、結局は原因を特定することができずにクリーニング料金の返還で和解した。

事例とは異なるが、もし、クリーニング店に過失があると確認できれば、業界団体で作成した「クリーニング事故賠償基準」による補償要求ができる。

この基準は、あくまでも業界内の自主的なものであり法律的な拘束力は全くないが一般的に交渉の目安になっている。

賠償の割合は、製品ごとに平均使用年数が定められ、購入時からの経過月数と使用状況により決定される。

ただし、品物を受け取ってから6ヶ月、又はクリーニング店が品物を受付けてから1年を過ぎてしまうと、原因究明が困難になるため、適用されないので注意が必要である。

また、ケースとしては少ないが、製造したメーカーに責任が生じることもある。

製品に付いている表示どおりにクリーニングをしたのに、色落ちや破損が発生した時は、メーカーにクリーニングや製品の代金などを請求できる場合がある。

クリーニングのトラブルを防ぐためには、依頼の時や受取りの時に、消費者とクリーニング店が一緒に、製品について確認をすることが大切である。

特に最近では、新素材で作られたものや海外製の表示が不十分なものが増えたり、一目見ただけでは気が付かなかったシミや虫食い穴などが、クリーニングによって目立ってくるような場合もあるので、大事な衣服は入念にチェックする必要がある。

クーリング・オフの事例

相談概要

格安で排水管を清掃すると訪れた業者と、床下換気扇の契約をしたが、高額なのと床下の状態を確認したら必要ないようなので解約したい。

3日前に訪問販売に来た業者から印鑑を買ったが、高額なので解約したい。

電話で旅行業務取扱主任者の資格取得を勧める電話があり契約したが、高額なので解約したい。

訪問販売で子供用の英会話教材を30万円で契約したが、後で考えてみたら必要ないので解約したい。

電話でクロレラを勧められ、元気になるならと思いを承したが、契約書を見たら大量の契約で、高額なので解約したい。

処理概要

すべての事例とも、センターから相談者にクーリング・オフの手続きの仕方を助言し解決（解約）した。

ポイント

私生活上の一般事項を定めている民法においては、契約は当事者の自由な意思によって結ばれるとされ、一度契約が成立すればその契約を守る義務が生じ、もし守らない場合は損害賠償等の責任が発生すると規定されている。

しかし、訪問販売や電話勧誘販売などでは不意打ち的に勧誘されるため、冷静に考える余裕がない場合が多く契約をした後で考えてみると、セールスマンの巧妙な話術に一時的に乗せられただけであったり、商品や契約についての情報が不足していたための勘違いがあったりと、トラブルが発生することが少なくない。

これは一般的に消費者と業者では、商品やサービスに対しての情報量や契約に関する知識という点で差があるためと考えられる。

クーリング・オフという制度は、このように当事者が対等な立場にないような状況で契約した場合、「頭を冷やして考える期間」を設け、消費者からの一方的な通知により無条件で解約ができる特別な制度である。法律上定められている事項が記載された契約書が交付された日から起算して8日以内であれば行使することができる。ただし、販売方法等により適用範囲や期間が異なるので、注意が必要である。

一般的に解約理由を大別すると「高額すぎる」と「必要ない」の二点に絞られる。

これは契約する段階で少し冷静になって考えれば、十分判断できる事項でもある。

契約する前には、この二点について再考し、要らない場合はキッパリ断ることが、問題を発生させない一番の方法である。

友人が勝手に布団を置いていった

相談概要

数ヶ月前、友人が自宅に高額な羽毛布団を売りに来た。

必要はなく、お金もないので断ったが、「ある時払いの催促なしで良いから」と契約書も作成せずに強引に置いて行った。布団は、現在まで使うこともなく、押し入れに放って置いている。

最近になって突然その友人から「近日中に布団の代金を支払ってくれ」と請求を受けた。代金を支払う金銭的余裕はなく、布団は置き場所を取り邪魔なので、できればすぐにでも引き取って欲しいが、どうしたら良いか。

処理概要

まずはじめに、友人が業者なのか個人なのかを、確認する必要がある。

この友人が、業者として布団販売を行っていたのであれば、まだ契約書が交付されていないため、クーリング・オフが可能であると助言した。

また、個人間の取引であった場合は、センターの介入は難しくお互いの話し合いで解決することになる旨を伝えた。

ポイント

この事例の場合、布団を売りに来た友人が、個人として売りに来たのか、業者として売りに来たのかで対処方法が全く異なる。

もし、業者との取引だということであれば、契約書が交付されるまではクーリング・オフの行使期間が開始しないため解約が可能である。

訪問販売などのトラブルにおいて、一番効果的な消費者の自衛策であるクーリング・オフを定めている特定商取引法は、業者と個人の取引の場合にのみ適用される法律である。

また、個人間の取引なのであれば、民法が適用されることになる。

民法では、契約の当事者同士は対等な立場であり、相談者だけを一方的保護する規定はない。

さらに、事例のように契約書などの証拠がない場合は、当事者間で言った言わないの水掛け論に終始する傾向があり、たとえセンターが仲裁したとしても、円満解決は困難である。

特に高額な取引の場合などは、たとえ親しい友人との契約だとしても、必ずお互いの合意内容を記載した契約書を作成しておくことが、こういったトラブルを回避するための最善の手段である。

学習塾と一緒に契約した教材を解約したい

相談概要

3年程前、学習塾の業者が子供の教育や受験のためにと、自宅に訪問してきた。授業料は1ヶ月2万円だったが、授業で使用する50万円の教材も一緒に購入することが条件だった。

高額過ぎると感じたが、子供の成績が上がるならと、思い切って契約した。

子供は真面目に通ったが成績は上がらず、授業方法も自習が多く、これ以上の成果を期待できないので、そろそろ辞めさせたいと考えている。

その場合、契約時に一括購入した教材の解約は可能か。

処理概要

学習塾の授業料と教材は一体の契約とみなされるため、未使用分についての中途解約は可能であり、返金を求めることが出来ることを助言した。

ポイント

学習塾との契約を解約する場合、授業料及び授業に使用するために購入した、教材費等の返還を巡って問題が発生するケースがある。

授業料は、月単位の契約で月謝制であれば問題ないが、長期契約により、一括納入している場合にトラブルが起こり易い。

特定商取引法では、契約期間が2年を超え金額が5万円を超える学習塾の契約は、特定継続的役務提供として、消費者の一方的な都合でいつでも中途解約をすることが出来るとされている。

ただし、授業を受ける前では1万1千円、授業開始後は2万円または授業料1ヶ月分のいずれか低い方の額が中途解約金として発生する。

また、教材についても、授業のために必要ということで購入したのであれば、たとえ形式上は別契約であっても、関連商品の一体契約として、未使用分については解約できる。

しかし、販売業者によっては、授業と教材は別であると主張して解約に応じなかったり、不当に高い解約料を請求することもあるので注意が必要である。

学習塾は実際に授業を受けないと内容がわからず、合う合わないは個人差もあるので、トラブルに遭わないためには長期間に渡る高額な契約は避けた方が無難である。

また、都合の悪い部分がかかれていないパンフレットやセールスマンの話だけで判断せずに、必ず契約書を基に、授業方法や内容についての説明を受け、教材の価格設定が妥当かどうかを確認することが大事である。

内職商法の業者が倒産、残ったクレジット

相談概要

1年前、パソコンを使用する在宅ワークを勧める電話があった。

パソコンを購入して勉強し、業者のレベルチェック（試験）に合格すると仕事を紹介するというもので、毎月5万円程度の収入になるという説明だった。金額は100万円と高額だったので不安も感じたが契約することにし、支払いはクレジット会社による分割払いにした。

勉強はほぼ順調に進み、半年後には業者のレベルチェックに合格した。

その後、文章作成の仕事を5ヶ月に渡ってこなしてきたが突然この業者が倒産し、仕事ができなくなった。クレジットの残金もまだ多く残っており、支払いの目処が立たないがどうしたら良いか。

処理概要

仕事の紹介が不可能なのであれば、クレジット会社に「支払い停止の抗弁書」を提出し、支払いを一時停止したうえで、クレジット会社と話し合うように助言した。

ポイント

今回の相談事例は、「内職商法」と呼ばれ、仕事を紹介する約束をして勧誘し、教材などを販売する取引方法である。特定商取引法では業務提供誘引販売として、クーリング・オフ期間も20日間と通常の訪問販売よりも長く設定されている。

分割払いの契約期間中に業者が倒産してしまった場合は、クレジット会社に対して支払停止の抗弁を行うことにより、口座からの引き落としを一時ストップできる。

支払い停止の抗弁とは、割賦販売法による割賦（分割払い）で購入した場合に、「商品が届かない」、「欠陥品が届いた」、「購入条件のサービスが受けられなくなった」などの問題が発生したとき、販売店などと解決するための交渉をする間、書面で通知することにより、クレジット会社に対する以後の支払いを停止する制度である。

ただし、必ず支払い停止が認められる訳ではなく、また認められたとしても即座に既払い金の返還や残金の支払免除になるということではないので、その後クレジット会社などの関係者と交渉することになり、場合によっては司法の判断が必要となる。

また、業者が倒産したとしても財産が残っていれば、破産管財人に対し債権者としての申し立てをすることにより、全額は無理だとしても、損害額の何割かの分配金を受け取れる可能性があるため、ねばり強く交渉して行くことが重要である。

「内職商法」の勧誘を受けたらセールスの話を鵜呑みにせず資料を良く読み、不明な点は何度も確認するなどして、業者の信頼性や業務形態、仕事の依頼元などの情報を総合判断し、目先のうまい話に乗せられないよう注意することが重要である。

携帯電話を紛失、誰かに使われ請求がきた

相談概要

一月程前に携帯電話を紛失した。心当たりを捜したが見つからなかったので、2日後に携帯電話会社に紛失届を出し電話番号が同じ携帯電話を購入（機種変更）した。

ところが昨日、携帯電話に全く利用した覚えのない、有料情報サイトの利用料を請求するメールがあった。

金額は利用料2万8千円に延滞料と手数料を含めて総額6万円の請求だった。

利用日時を確認したところ携帯電話を紛失していた時のもので、誰かに不正使用されたようだが支払わなければならないか。

処理概要

有料情報サイトの利用料は、実際に使用した者に支払い義務があるので支払う必要はなく、毅然とした態度で断るよう助言した。

ポイント

有料情報サイトの利用料は、一般的に携帯電話の持ち主ではなく、実際に利用した者に支払い義務があるとされている。たとえ紛失中に第三者により不正に利用されたとしても、手数料・延滞料を含め、持ち主だからという理由で支払う必要はない。

ただしこれはあくまで一般論であり、他人に使われる可能性が高い場所に放って置いた等の大きな過失がある場合には、持ち主が責任を問われることも考えられる。

携帯電話の紛失が判明したときは速やかに「携帯電話会社に利用停止の手続き」と「警察に紛失届の提出」を行う必要がある。これは有料サイトの業者と紛争に発展した場合に、未届けだとサイトを利用していないことを証明することが困難であり、業者につけ入る隙を与えることになりかねないからで、無用な紛争に巻き込まれないためには、届け出が重要なポイントとなる。

また、有料サイトの業者から請求がきた場合、支払い義務はないのだから、これ以上の関わりを持たないため、業者には氏名や住所などの個人情報を知らせないように注意する。

携帯電話の盗難や紛失は予期せず発生するものであるが、電話の中には仕事の関係者や友人などの情報が入っており、その人達にも迷惑が及ぶこともあるので、責任を持って管理し、万が一紛失した場合でも、あらかじめダイヤルロック（暗証番号による不正防止機能）などを利用して個人情報を守る心構えが必要である。

また、不正に使用された携帯電話の通話料に関しては電話会社との契約約款の中に「契約した電話から行った通話料金は契約者が支払う」という規定があるので、有料サイトの利用料とは異なり、支払いを免れることは難しい。

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

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、もつ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を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な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つせん及び当該苦情に係る相談、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16年法律第70号） 附則

（施行期日）

1 この法律は、公布の日から施行する。

（検討）

2 消費者政策の在り方については、この法律の施行後五年を目途として検討が加えられ、その結果に基づいて必要な措置が講ぜられるものとする。

3 （抄）

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。そんなにもうかれば、業者は教えないで、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、相手につけこまれるスキをつくります。断るなら毅然とした態度と言葉で断ること。断る場合「いいです」とか「結構です」と返事をする、相手に「OK」の意味に取られ、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然違っていることがあります。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、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	「景品が当たった」「旅行に安く行ける」などと販売目的を隠して電話で呼び出し、商品やサービスを契約させます。 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)	羽毛ふとん・磁気マットレス・電気治療器・健康食品	「新商品説明会」などと称して人を集め、閉め切った会場で台所用品などを無料で配り、得した気分させ、興奮状態にしておいて、最後に高額な商品売りつけます。主に高齢者が狙われています。
かたり商法	消火器、電話機、表札	消火器や電話など公的機関やそれに近い企業から来たふりをして商品売りつけます。一般家庭には消火器の取り付け義務はありません。
キャッチセールス	化粧品・エステティックサービス・絵画映画鑑賞券	路上で、アンケート調査などと称して呼び止め、喫茶店や営業所に連れて行き、断りきれない雰囲気にして、商品やサービスを契約させます。消耗品は封を切るとクーリング・オフ不可能になるので注意。
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	「受講するだけで資格がとれる」「もうすぐ国家資格になるのでとるなら今がチャンス」などと勧誘し、講座や教材を契約させます。 最近では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」と嘘をつき、新たに契約をせまる二次被害も出ています。 男性が被害に遭いやすく、会社などにも勧誘電話が来て、曖昧な返事をするとう承諾と見なされ契約してしまう事例もあります。
点検商法	羽毛ふとん・消火器・白アリ駆除・耐震診断・屋根工事	点検に来たと言って来訪し、「ふとんにダニがいる」「工事をしないと危険」などと、事実と異なることを言って新品や別の商品・サービスを契約させます。 点検後、「すぐに工事を」「今だけキャンペーン価格なので」などとその場で契約をせまる業者は疑いましょう。
内職商法	宛名書き・チラシ配り・データ入力・テープおこし	「在宅サイドビジネスで高収入確実」などと広告で勧誘し、材料や高い機械を売りつけたり、講習会と称して多額の受講料を取ったりします。まともに講習を受けられなかったり、ほとんどの場合、収入も得られません。

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)	雑誌・ビデオソフト・新聞・単行本	商品を一方的に送りつけ、家族が頼んだものと勘違いしたりして代金を支払うことを狙った商法です。福祉目的をうたい、寄付と勘違いさせて買わせることもあります。 送付元に「引き取ってほしい」と伝えてから7日間、または受け取って14日経過すると自由に処分できます。代金は支払う必要がありません。 代金引換郵便はその場で料金を支払ってしまいがちですが、誰が頼んだものか必ず確認しましょう。
マルチ・マルチまがい商法	健康食品・浄水器・化粧品・ファックスふとん	儲かるからと商品の販売組織に誘い商品を購入させ、友人などをつぎつぎに組織の加入者として増やしていくと、利益が得られるという商法。思うように入会者を増やせず、借金や在庫を抱えることが多い。また、自分も加害者になり、人間関係をこわす場合もあります。
モニター商法	浄水器・ふとん・和服・瘦身エステティックサービス・外壁サイディング	「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、契約させる商法です。
靈感商法	印鑑、仏像、宝塔、表札、数珠、除霊、供養	人の心の不安につけこみ、最終的には「布施」の名目で高価な物品を買わせます。自分が被害者だと言う意識がなく、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ります。

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、その販売方法や勧誘のしかた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	通信販売は、商品を実際に確かめる事ができないので、トラブルが発生することがあり、特に前払いと代金引換の場合には、クレームをつけようと思っても連絡が取れないこともあります。インターネットや携帯電話の急激な普及により増加傾向にあります。また、クーリング・オフの対象外です。
商品先物取引	砂糖、大豆、コーヒー、とうもろこし、小豆、金銀、プラチナ	「先物取引」とは、ある商品を、将来の一定の期日に、現時点で取り決めた価格で取引するという契約のことで、素人には仕組みがわかりにくく、プロの投資家や機関投資家向けの投機的取引です。「必ず儲かる」などと素人をだまし、取引に誘い込まれる場合があります。取引金額が大きく、数千円円の被害の相談例もあります。

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。

全国的にも相談件数が急増していて、自殺者がでるなど社会問題にもなっています。

種 類	特 徴
押し貸し	勝手に他人の口座に数万円振り込み、気付かないでいたり、どこへ返しているかわからずにいると、数日後に遅延金も含め、振り込まれた額の何倍もの金額を返せと脅迫されます。借金の申し込みをしていないのだから、利息や延滞金を支払う必要は一切ありません。また、逆に支払ってしまうと、再度勝手に振り込まれ、いつまでたっても関係が断ち切れなくなります。
カラ貸し	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、法的手続きを取るとか、職場や自宅に押しかけると脅し、お金を振り込ませようとしています。借りたことがなければ、返済する必要は全くなく、また、不用意に業者に連絡をすると業者側に個人情報を知られ、新たな請求がはじまる危険性があります。
借金整理屋	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、騙し取ります。支払いのために、さらに借金をしてしまったり、何度も振込みさせられる事例もあります。ほとんど、証拠も残らないため、一度振り込んだお金を取り戻すのは非常に困難です。
紹介屋	多重債務者などでこれ以上お金を借りることが困難な人に、金融会社を紹介し、法外な紹介料を要求してきます。紹介する会社は紹介者とはまったく関係がなく、紹介されても借りられない場合もあります。
チケット金融	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です。見た目にはチケット販売と同じですが、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となります。
アダルト情報料の請求	携帯電話のアダルトサイトの利用料が支払われていないと、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取りに行く、その場合はさらに高額な支払い義務が生じるなどと脅します。以前、使用したことがある場合はもちろん、全く利用したことがない人まで請求されることがあります。

クーリング・オフ制度

クーリング・オフとは、訪問販売等で商品や役務、権利を購入した場合、それが本当に必要かどうか「頭を冷やして考え直す」期間を設け、この期間内であれば無条件で解約できる制度です。

クーリング・オフ期間

- (1) 訪問販売、電話勧誘販売、特定継続的役務取引、割賦販売、クレジット契約、宅地建物取引、保険契約等は 8 日間以内。
- (2) 現物まがい商法、海外先物取引は 1 4 日間以内。
- (3) マルチ商法、内職・モニター商法は 2 0 日間以内。

クーリング・オフが適用されない場合

- (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

未成年者がした契約は、親の同意がない場合は、取り消しできます。

解約通知を作成し、業者に郵便で送らなければなりません。はがき（簡易書留）でもできますが、内容証明郵便が確実です。

相談する場合に用意するもの

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

消費生活に関する相談はお気軽にどうぞ・・・

八戸市市民生活部生活・交通安全課

八戸市内丸一丁目 1 - 1

（電話）0178-43-2111 内線 225