

行政院及所屬各機關出國人員報告書

(出國類別：考察)

行政院消費者保護委員會九十一年度
日本消費者行政業務訪察報告

服務機關：行政院消費者保護委員會

出國人 職 稱：消費者保護官

姓 名：邱惠美

出國地區：日本

出國時間：91.12.10-91.12.14

報告日期：92.2.18

E11/c09-00772

摘要

由於日本在最近一、二年內，有關消費者法之相關法制，變動相當大，有新訂有新修，包括消費者契約法（2001年4月1日施行）、金融商品買賣法（2001年4月1日施行）、電子署名認證法（IT關聯包括法）（2001年4月1日施行）、出資法及貸款業法之修正（2001年1月1日施行）、獨占禁止法之修正（2001年1月6日施行）、民事再生法之修正（2001年4月6日施行）、特定商業交易法（2001年6月1日施行）、分期付款買賣法之修正（2001年6月1日施行）等。而在昭和43（1968）年5月30日公布之消費者保護基本法，雖有二十條條文，然與我國之消費者保護法不同，僅屬一架構性之法律，內容多為政策性之宣示，無法產生任何具體之法律效果。以往，日本消費者在遇有消費糾紛時，一般多由消費問題發生之企業之主管機關加以處理。對該發生問題的企業，主管機關基本上都會依該相關之事業監督規範給予必要之處置，但許多消費糾紛的事件卻無從規範。因此，此種管制上之漏洞，即須予以補救。且隨著經濟自由化所伴隨之跨越行業別之交易現象，即須由跨越個別事業之共同監督規範加以處置，以免因適用不同之法規範，造成不同之處置結果。

由於契約自由之原則，當事人得於不違反強制規定及公序良俗之範圍內，訂定各種不同內容之契約。但為因應現代大量交易之型態，契約內容多由企業經營者預先擬定，因而有定型化契約之產生，業者在擬定定型化契約條款時，常利用其優勢之地位，訂定有利於己而不利於消費者之契約條款，造成雙方當事人地位之不平等。如果該契約屬於民法或其他特別法所規定之契約類型，當事人間如有糾紛，直接適用民法或其他特別法規定加以解決即可，然如為民法或其他特別法規定以外之契約，則可能有無法可資適用之情形。為使行政得主動、積極地主導消費者保護工作，以維護消費者之權益，又為使市場機能充分發揮，給予消費者選擇權之保障，並從消費者之觀點提

供整合性之概括法，並為呼應規制緩和時代之要求，有必要創造消費者履行自我責任之環境，同時也為了防止惡質商法，於是日本制定了消費者契約法。該法施行至今已將近二年，其規範內容及具體成效為何？訪問買賣法原包括訪問買賣、電話勸誘買賣、通信買賣、多層次傳銷交易、特定繼續性服務之提供等，加入「業務提供勸誘買賣交易」後，於2001年6月1日修正施行，並將名稱修正為「有關特定商業交易之法律」，其規範內容及具體成效為何？又日本消費者保護法制中，是否有針對醫療責任及服務責任加以規範？以及日本「消費爭議處理機制」之最新發展如何？均為本次考察之重點。

此次拜訪之日本消費者行政機關包括京都府廳商工部消費生活課、京都府消費生活科學中心及京都市文化市民局市民總合相談課（市民生活中心）。考察重點包括：一、消費者保護制度、行政體系及運作概況二、相關機構之業務職掌、組織架構、人力及設備情形三、推動消費者保護工作曾遭遇之困難及解決方法四、消費爭議之處理及執行成效五、如何促進兩國未來消費者保護工作之合作及交流。並與日本京都立命館大學教授針對兩國間之消費者保護法制進行研討，以供我國推動消費者保護工作之參考。

此次訪察，發現兩國間之消費者保護法制有下列不同之處：

- 一、日本無審閱期間之規定
- 二、日本通信買賣不適用七日之猶豫期間規定
- 三、日本無團體訴訟之制度
- 四、日本無懲罰性賠償金之制度
- 五、日本之消費者契約法緩和民法有關詐欺或脅迫之要件
- 六、日本之消費者保護基本法僅具宣示之意義
- 七、日本有關消費爭議解決機制
 - (1) 並無類似我國1950專線之設置。
 - (2) 設有簡易之商品測試教室
 - (3) 開設移動式消費者諮商所

- (4) 實施物價調查
- (5) 依京都市消費者保護條例規定就商品之單位價格、包裝商品之品質標式、包裝進行調查
- (6) 設有全國消費情報網

此次訪察所獲致之心得如下：

- (1) 加強 1950 消費者專線之宣導
- (2) 加強諮商人員之專業素養
- (3) 建立商品測試機制
- (4) 在偏遠之鄉鎮設置消費諮商站
- (5) 建立全國消費糾紛通報網
- (6) 加強推廣消費者教育

目錄

目次.....	1
壹、前言.....	1
貳、京都府商工部消費生活課簡介.....	3
一、組織.....	3
二、職掌.....	3
三、平成十四年度（2002）預算編列.....	3
四、平成十四年度（2002）施政方針.....	3
參、京都府消費生活科學中心簡介.....	6
一、組織.....	6
二、職掌.....	6
三、平成十四年度（2002）預算編列.....	7
四、平成十四年度（2002）事業概要.....	7
五、平成十三年度（2001）工作績效.....	10
肆、京都市文化市民局市民總合相談課（市民生活中心）簡介.....	16
一、組織.....	16
二、職掌.....	16
三、平成十四年度（2002）預算編列.....	17
四、平成十四年度（2002）事業計畫.....	17
五、平成十三年度（2001）工作績效.....	18
伍、與立命館大學教授座談紀要.....	21
一、日本消費者契約法之規範內容與實施成效.....	21
（一）前言.....	21
（二）消費者契約法制定之背景.....	22
（三）消費者契約法之概要.....	24

(四) 消費者契約法之適用情形.....	26
(五) 消費者契約法施行後留下之課題.....	30
二、日本消費者契約法之介紹.....	31
(一) 本法之基本性質.....	31
(二) 本法之適用範圍.....	32
(三) 關於契約締結過程之規定.....	33
(四) 不當條款規定.....	39
(五) 與其他法律之關係.....	44
三、日本有關「特定商業交易之法律」中通信買賣之規範內容 與實施成效.....	45
四、日本消費者保護法制中有關醫療責任與服務責任之規定.....	46
陸、檢討與建議（代結論）.....	46
柒、附錄及附件	
附錄.....	50
附錄一、行政院消費者保護委員會赴日考察行程表.....	50
附錄二、拜會京都府消費生活科學中心、京都市文化市民局 市民總合相談課（市民生活中心）及與立命館大學 老師座談之照片.....	51
附件.....	53
附件一、日本消費者保護基本法.....	53
附件二、日本消費者契約法.....	62
附件三、日本有關特定商業交易之法律.....	77
附件四、日本京都府有關消費生活之安定及向上之條例.....	105
附件五、日本京都市消費者保護條例.....	111
附件六、日本京都市消費者保護條例施行規則.....	119
附件七、日本平成十四年度京都府消費生活科學中心事業概要...128	

附件八、日本平成十四年度京都市文化市民局

市民総合相談課（市民生活中心）事業概要.....162

壹、前言

由於日本在最近一、二年內，有關消費者法之相關法制，變動相當大，有新訂有新修，包括消費者契約法（2001年4月1日施行）、金融商品買賣法（2001年4月1日施行）、電子署名認證法（IT關聯包括法）（2001年4月1日施行）、出資法及貸款業法之修正（2001年1月1日施行）、獨占禁止法之修正（2001年1月6日施行）、民事再生法之修正（2001年4月6日施行）、特定商業交易法（2001年6月1日施行）、分期付款買賣法之修正（2001年6月1日施行）等。而在昭和43（1968）年5月30日公布之消費者保護基本法，雖有二十條條文，然與我國之消費者保護法不同，僅屬一架構性之法律，內容多為政策性之宣示，無法產生任何具體之法律效果。以往，日本消費者在遇有消費糾紛時，一般多由消費問題發生之企業之主管機關加以處理。對該發生問題的企業，主管機關基本上都會依該相關之事業監督規範給予必要之處置，但許多消費糾紛的事件卻無從規範。因此，此種管制上之漏洞，即須予以補救。且隨著經濟自由化所伴隨之跨越行業別之交易現象，即須由跨越個別事業之共同監督規範加以處置，以免因適用不同之法規範，造成不同之處置結果。

由於契約自由之原則，當事人得於不違反強制規定及公序良俗之範圍內，訂定各種不同內容之契約。但為因應現代大量交易之型態，契約內容多由企業經營者預先擬定，因而有定型化契約之產生，業者在擬定定型化契約條款時，常利用其優勢之地位，訂定有利於己而不利於消費者之契約條款，造成雙方當事人地位之不平等。如果該契約屬於民法或其他特別法所規定之契約類型，當事人間如有糾紛，直接適用民法或其他特別法規定加以解決即可，然如為民法或其他特別法規定以外之契約，則可能有無法可資適用之情形。為使行政得主動、積極地主導消費者保護工作，以維護消費者之權益，又為使市場機能充分發揮，給予消費者選擇權之保障，並從消費者之觀點提供整合性之概括法，並為呼應規制緩和時代之要求，有必要創造消費者履行

自我責任之環境，同時也爲了防止惡質商法，於是日本制定了消費者契約法。該法施行至今已將近二年，其規範內容及具體成效爲何？訪問買賣法原包括訪問買賣、電話勸誘買賣、通信買賣、多層次傳銷交易、特定繼續性服務之提供等，加入「業務提供勸誘買賣交易」後，於2001年6月1日修正施行，並將名稱修正爲「有關特定商業交易之法律」，其規範內容及具體成效爲何？又日本消費者保護法制中，是否有針對醫療責任及服務責任加以規範？以及日本「消費爭議處理機制」之最新發展如何？均爲本次考察之重點。

此次拜訪之日本消費者行政機關包括：

一、京都府廳商工部消費生活課

(一) 地址：602-8570 京都市上京區下立賣通新町西入藪內廳。

(二) 電話：075-414-4868，FAX：075-414-4870。

二、京都府消費生活科學中心

(一) 地址：604-8482 京都市中京區西ノ京笠殿町162。

(二) 電話：075-802-3261，FAX：075-801-3530。

三、京都市文化市民局市民總合相談課（市民生活中心）

(一) 地址：604-8186 京都市中京區烏丸御池東南アーバネックス御池ビル
西館4樓。

(二) 電話：075-256-0800，075-256-2007，075-256-2140。

考察重點包括：

一、消費者保護制度、行政體系及運作概況

二、相關機構之業務職掌、組織架構、人力及設備情形

三、推動消費者保護工作曾遭遇之困難及解決方法

四、消費爭議之處理及執行成效

五、如何促進兩國未來消費者保護工作之合作及交流

本此考察行程之安排，承蒙立命館大學之二宮周平教授、鹿野菜穗子教授、京都學園大學之坂東俊矢教授，及外交部台北駐大阪經濟文化辦事處之

熱心協助，使考察任務得以圓滿達成，併此致謝。

貳、京都府商工部消費生活課簡介

一、組織

京都府設有商工部，商工部下設有五個課，分別為商工振興課、產業活力支援室、觀光商業課、染織工藝課、消費生活課。消費生活課設有指導組及調查組。

二、職掌

消費生活課之職掌計有下列八項：

- (一) 有關消費生活之安全保護及交易方法之適正化
- (二) 有關消費者之教育及啓發
- (三) 有關生活關聯物資等之需求給與及價格安定
- (四) 有關消費生活協同組合
- (五) 有關金融廣報
- (六) 有關貸款業
- (七) 有關消費生活科學中心
- (八) 有關其他消費生活之安定及向上

三、平成十四年度預算編列

商工部之預算編列約 574 億日幣，占京都府全部預算之 6.9%，其中消費生活課之預算約為二億日幣，其中事業費約為三千六百萬日幣。

四、平成十四年度施政方針

除了少子化、高齡化之現象外，經濟之全球化、規制緩和之進展、情報技術之飛躍進步等，均使消費者急速處於複雜、多樣化之環境，以致有關契約等之消費糾紛大幅增加，因此以消費者為主體之思考方式興起。在此種情況下，為使消費者與業者得基於自我之責任而行爲，相關之民事規則，計有平成 7 年之製造務責任法（PL 法）、平成 13 年 4 月之消費者契

約法、平成 13 年 12 月 25 日之有關電子消費者契約及電子承諾通知之民法特例之法律（電子契約法）施行，為因應各個消費者時代之來臨，除消費者保護之外，亦應考慮吾人居住之地球環境，為使消費者能獨立自主地活動，有關推動消費者學習支援及消費者與事業者間交流之工作，將愈來愈重要。因此，京都府消費生活審議會提議「京都府今後消費行政之方針」，除了提供消費者之生活情報外，經由正確適用「有關消費生活之安定及向上之條例」，以實現安心且安全之消費生活。平成 14 年度商工行政之基本方針之一即為實現安心且安全之消費生活，為實現該目的，須積極推動消費生活行政，而消費行政之推動，具體而言，主要包括消費者利益之保護、消費者學習支援及情報提供、消費者諮商及苦情處理等三大項，茲詳述如後：

（一）消費者利益之保護

經由商品安全性之確保，並經由規格、標示、契約之適正化，維護消費者之利益，正確適用「有關消費生活之安定及向上之條例」、「消費生活用製品安全法」、「有關特定商業交易之法律」等，提供消費者正確之情報。又為促進京都府金融貸款業進行適切之活動，呼籲其遵守法令，經由金融檢查及調查報告書，監督其遵守，俾保護消費者之利益。

1 基於消費者保護關係法之事業者指導等

2 消費生活審議會之運作

3 貸款業者之指導監督

為保護資金需要者之利益，國家或地方自治團體應與相關機關或團體密切合作，確保金融貸款業者遵循相關法律規定從事業務，並適時經由監督及查核達到此目的。

4 災害時有關生活必需品確保體制之確立

5 國民生活意識調查設置事業

（二）消費者學習支援及情報提供

為鼓勵消費者運用創意來創造生活，並為促進消費者間之交流，舉辦「消費者論壇」、「消費生活講座」、「消費者高科技講座」、「消費者研修會」、「派遣師資講授消費生活講座」、「消費者月紀念講演」等活動。又設置常態性展示場及視聽資料室，製作發行消費者刊物，強化與各相關民間團體或組織間之合作，活用生活諮商等，以防止消費糾紛之發生，推動簡易之消費生活，為達此目的，努力提供有關之學習資源及情報。又為推動不出門亦能獲得消費生活情報之概念，鼓勵運用網路，並利用設於消費生活科學中心之電腦設備，以促進消費者高科技機器之利用。

1 生活諮商員之設置

為因應複雜多樣及區域廣泛之消費受害事件，並防範於未然，防止受害擴大，重新檢視消費生活，顧慮新型態環境生活之普及，設置生活諮商員。

2 消費者研討會之舉辦

伴隨經濟、社會環境之變遷，使消費者問題複雜多樣化，為促進消費者、業者及行政三方面之交流，並將各個課題攤在陽光下，舉辦消費者之生活創造研討會。

3 消費生活講座、研修會之舉辦

4 消費者啓發事業

5 高科技機器之活用及消費生活情報之提供

舉辦消費者高科技講座及高科技機器之活用之研修會，並提供相關網頁以供消費者參考。

6 消費生活情報提供事業

關於惡質商法或環境問題等切身之消費生活問題，為提供京都府民相關之情報，製作發行消費者刊物。

7 推展對地球有益之生活、推展節省資源及節約能源之運動

8 金融廣報事業

9 消費者團體之養成指導事業

(三) 消費者諮商及苦情處理

為迅速確實的處理愈來愈多之消費者申訴案件，應充實消費生活苦情處理專門員及諮商員之設置，並利用全國消費生活情報網制度「pio-net」，進行諮商及情報網之擴充，又為迅速處理各地之申訴，在京都府北部、中部、南部開設移動消費者諮商所。另為充實諮商處理機能，舉辦地方振興局及市町村諮商擔當員之苦情處理研究及市町村窗口負責人之研修等。再者為判明商品發生事故之原因，以利糾紛之處理，並進而達到教育消費者之功能，舉辦商品測試研習營或實施商品之測試，以提供商品品質之相關情報。

1 消費生活諮商體制之整備、移動式消費者諮商所之開設

2 全國消費生活情報網（pio-net）之活用

為因應消費者受害事件，除活用諮商情報系統迅速蒐集資料外，並對導入該制度之市町村加以補助。

3 商品測試事業

參、京都府消費生活科學中心簡介

一、組織

京都府消費生活科學中心係設於京都府商工部消費生活課下之第二種地方機關。置有所長一人、職員六人、囑託七人（一人負責處理商品測試等業務、六人負責處理諮商等業務）及苦情處理專門員一人。

二、職掌

京都府消費生活科學中心為普及有關消費生活所必要之商品及服務之相關知識，提昇消費者之消費意識，進而促進消費生活之安定及向上，以下列事項為其職掌：

(一) 有關消費生活之諮商及指導

(二) 有關消費者之教育及啓發

(三) 有關商品測試

三、平成十四年度預算編列

約爲一千三百萬日幣。

四、平成十四年度事業概要

(一) 消費者教育之充實

爲鼓勵消費者運用創意創造合理之消費生活，同時防範於未然，實現
安全和安心之生活，提供有關消費生活，尤其是有關商品、服務之正確知
識及情報，俾提昇消費意識，充實消費者教育。

1 消費生活講座(研修會)之實施

爲實現豐富之消費生活，並考量最近之消費者問題及環境之生活型態意
識之改革，實施各種消費講座。

2 消費電腦講座

3 派遣講座講授消費生活

4 講師之斡旋及介紹體制之整備

5 消費者團體之養成

6 與學校教育之提攜合作

(二) 消費者啓發及情報提供之推進

1 常設展示之實施

爲使消費者得以親眼見到，親手觸摸，以學習自立之消費生活之方式，
並學習選擇商品之必要知識，爰依各不同之主題展示實物，俾啓發來訪
者之消費意識。展示品或展示道具並得出借，以擴大消費生活知識之傳
播。

2 啓發資料之作成

爲使高齡者及年輕人能輕易地瞭解消費受害事件，製作「生活之智慧」
等書籍以供參考。

3 消費者啓發情報紙之發行

提供有關消費生活之基本常識或有關商品及服務之種種情報，以養成消費者採取主體性合理性之行動，並定期發行「今日生活」雜誌，以啓發消費者之消費意識。

4 供來訪者自由使用之電腦設備之設置

使來訪者能自由使用電腦設備，取得並活用有關之消費資訊。

5 圖書及視聽教材之閱覽、出借

致力於有關消費生活之圖書及錄影帶之蒐集、整理，以及簡易測試機器等之整備，俾供消費者或團體之外借使用。

6 網路之情報提供

網頁上建置「生活情報廣場」，提供諮商事例、商品測試、節約能源、關係法令、生活情報連結網站，以供消費者參考。

7 媒體之情報提供

以居家之高齡人口及家庭主婦為對象，運用媒體或收音機等電波媒體，提供有益且及時之消費生活情報

8 消費者論壇之啓發

為促進消費者、事業者及行政三者間之交流，並提昇消費者之消費生活意識，設置「消費者論壇」，提供有關消費生活之具體案例及消費者被害事件之防範之道。

(三) 消費生活諮商體制之整備

為迅速並適切處理有關消費生活之諮商或苦情，利用全國消費生活情報網系統（pio-net），強化與國家及其他府縣間之提攜合作，整備及充實諮商網路處理系統。

1 消費生活諮商、苦情處理

為因應複雜多樣化之消費生活諮商及苦情處理機制，致力於消費生活諮商員及消費生活苦情處理專門員之配置，迅速確實處理諮商及苦情。

2 移動消費者諮商所之開設

爲防止消費者被害事件之發生，並圖事後之救濟，在地方振興局管轄範圍內，開設移動消費諮商所，致力於區域之諮商及苦情之迅速確實之處理。

3 苦情處理研修會之舉辦

爲使有關工業製品或纖維製品之苦情，獲得適切之處理，並提昇處理該類事件之能力，除尋求獨立行政法人製品評價技術基礎機構之建言外，並舉辦府內地方振興局及市町村之諮商員之苦情處理研修會。

4 事例研究會之舉辦

經由與京都律師公會及京都府警察本部、京都市之常設諮商窗口間之意見交換，正確地處理諮商及苦情，並舉办事例研究會。

(四) 商品測試機能之強化及活用

1 伴隨苦情諮商之測試

爲圓滑地處理有關商品缺陷及其他苦情諮商，於必要時，與關係機關攜手合作，查明原因事實。

2 試買、比較測試

在京都府內生產、流通且利用頻繁之商品，消費者擁有高度關心主題之商品，以及成爲諮商對象之商品，從中加以抽樣購買，舉行測試，提供消費者有關選擇之情報，並將該結果活用至消費者參加型測試事業。

3 活用測試機能，實施消費者啓發事業

爲養成消費者以科學之眼光審視商品，重新檢視消費生活之方式，以消費者或消費者團體爲對象，實施消費者參加型測試事業。同時經由體驗型講習，使消費者有與業者交流之場所及機會。

(1) 消費者參加型測試事業

a 消費者體驗型講習會

說明消費生活科學中心所實施商品測試之結果，並舉辦由消費者親身

使用測試商品之體驗型講習。

b 消費生活研究會

提供消費者團體進行有關環境或食衣住行等，與自身關係密切之自主研究之場地，或提供機器，或為技術方面之建言，有關研究成果，利用該中心之電腦舉辦講習，並作成幻燈片或報告書。

c 簡易測試教室之舉辦（包括派遣講座）

為使消費者習得商品知識，實施簡易測試教室，接受關係機關、消費者團體或大學之委託來舉辦。又從今年度開始，為及早教育年輕消費者享受健康及優良之消費環境，在中小學中實施簡易測試教室。實施之方式有在京都府消費生活科學中心實施，或由中心之職員以講師之身分至各地實施，或以出借簡易測試機器及操作手冊方式實施。

（五）市町村消費生活行政之支援

為支援市町村之消費者教育啓發，並積極推動消費者諮商，舉辦諮商之建言、情報提供或職員研修。

1 市町村消費生活業務負責人研修會之舉辦

為提高市町村、地方振興局之消費生活業務負責人之消費者啓發能力，或諮商業務處理能力，舉辦各類相關之研修會。

2 派遣講師支援市町村所實施之講習

五、平成十三年度工作績效

（一）消費者教育

1 消費生活講座（研修會）

以一般消費者為對象，為實現豐富之消費生活，而將焦點鎖住最近之消費者問題，實施消費生活講座，計有 499 人參與。

2 消費生活通信講座

以因工作或育兒致無法參加消費生活講座之消費者為對象，實施有關物價之基礎知識之通信講座，計有 54 人參加。

3 網路體驗講習

以未曾接觸電腦之消費者為對象，舉辦電腦及網路操作講習，使其得以取得消費生活情報，並舉辦電子商業交易之紛爭事例講習會。共舉辦 24 場，參加人數計有 200 名。

4 支援消費生活講座

為促進消費者之自主學習，以符合地域特性之內容，派遣講座至老人會、消費者團體之集會或高中等地，實施消費生活講座。共實施 37 次，參加人數計有 2603 名。

5 介紹講座

地方之講師聘請不易，因此活用消費生活各領域之講師名冊，並加以介紹，以支援消費者之自主學習。

6 消費者團體之調查

為掌握消費者團體之現狀或其活動內容，有助消費者團體之育成及健全發展，實施消費者團體基本調查。共計調查 69 消費者團體（京都府域 9 個，其他地域 60 個）

（二）消費者啓發—情報提供—

1 常設展示

藉由展示品或海報之組合展示，使消費者經由親眼見到及親手觸摸，瞭解消費之實際情形，以提昇問題意識，又為積極活用，並將作成之海報出借市町村，以供消費生活展覽。

2 啓發資料

製作宣導手冊，使消費者經由被害事例等之介紹，輕易瞭解惡質商法等之詐欺手法，除此之外，並廣泛蒐集對生活有幫助之情報，作成「生活小智慧」，以供平日消費生活之參考。另外，針對不同之年齡層，製作一系列之宣導手冊，如針對年輕人之「小心惡質商法」(印製 50000 本)，「聰明網路消費」(印製 5000 本)，針對一般人之「老中青男女案例檔

案」(印製 2000 本),「內勤監督商法也有猶豫期間之適用」(印製 6000 本),針對老年人之「不要被此種手法騙了」(印製 5000 本)。

3 消費者啓發情報刊物之發行

爲提供有關消費生活之基本知識及有關商品服務種類之情報,養成消費者獨立自主之消費意識,定期發行消費者啓發之情報刊物「今日生活」。一年計發行四次,每次各 17000 份。

4 由網路提供情報

重新設計網頁上之「生活情報廣場」,致力情報之整備及內容之充實。

5 圖書、視聽資料之閱覽、出借

致力於消費生活相關圖書或雜誌之整備,並藉由出借市町村或學校、消費者團體,積極加以活用。

6 媒體活用

以居家之高齡人口及家庭主婦爲對象,運用媒體或收音機等電波媒體,提供其等有益且及時之消費生活情報

7 京都消費者廣場介紹中心之事業及啓發之實施

揭示惡質商法之啓發海報企業,展示及體驗商品測試之結果,並藉由電腦網頁檢索功能,介紹中心之事業。

(三) 消費生活諮商

1 諮商之概要

(1) 諮商件數比去年增加 7.4%,計有 5592 件

諮商件數計有 5592 件,比去年增加 386 件(7.4%),爲過去最高紀錄。苦情諮商件數則爲 4937 件,比去年增加 411 件,占全體諮商件數之 88.3%,爲過去最高,比去年增加 1.4%。

(2) 通信買賣諮商件數大幅增加,與訪問買賣諮商件數幾乎一樣

有關訪問買賣等特殊買賣形態(包括訪問買賣、通信買賣、多層次傳銷交易、電話勸誘買賣)之諮商計有 3169 件,比前一年增加 631 件

(24.9%)，其中通信買賣之諮商有 1165 件，比去年增加 522 件(81.2%)，與訪問買賣諮商件數相仿。此反應情報通信手段之發展，使通信買賣增加。特別是有關電話通信服務之諮商增加了。

訪問買賣有 1185 件，增加 110 件，為特殊買賣型態中最多之買賣型態，不過由於通信買賣大幅增加，致訪問買賣在特殊買賣中所占之比率下滑至 37.2%，去年則為 42.2%。

(3) 有關電話情報提供服務及國際電話諮商大幅增加

以商品或服務類別之諮商件數觀察，第一名為電話或網路等通信服務之諮商，計有 733 件，比去年增加 445 件，為去年之 2.5 倍。其中利用簡訊之電話情報服務最多，有 353 件，其次則為國際電話、電話關聯之服務、網路情報服務及其他。第二名至第五名，分別為租賃住宅 278 件，高利貸地下錢莊 248 件，兼職或副業 199 件，有關電腦之諮商 169 件。

(4) 年齡之特徵

以諮商年齡觀之，未成年人之諮商以電話情報提供服務最多，國際電話次之，至於美容、和服、裝飾品之契約糾紛則減少；20 歲及 30 歲，以租賃住宅之諮商最多，電話情報服務次之，其次為美容糾紛、學習教材。40 歲至 50 歲，以學習教材、電話情報提供服務、國際電話為主。50 歲及 60 歲，以住宅建築最多。70 歲以上以訪問買賣（棉被、健康食品之買賣）、住宅建築最多。

(5) 有關契約及解約之諮商最多

以諮商內容觀之，有關契約之諮商有 3758 件（增加 13.1%），占全體諮商件數之 67.2%，比去年增加 3.4%，為最多之諮商類別。其次依序為：有關買賣手法之諮商 1462 件（增加 10.4%）；有關品質、機能或服務品質之諮商 767 件（減少 15.0%）；有關價格、費用之諮商 688 件（增加 10.6%）；有關安全、衛生之諮商 379 件（減少 0.5%）；有關接待客戶服務態度之諮商 378 件（減少 21.5%）。

2 移動消費者諮商所之開設

針對前往中心有困難之消費者為對象，開設移動消費者諮商所，總計開設七場。

3 苦情處理研究會之舉辦

為使有關工業製品或纖維製品之苦情，獲得適切之處理，並提昇處理該類事件之能力，除尋求獨立行政法人製品評價技術基礎機構生活及福祉技術中心大阪之建言外，並隔月舉辦府內地方振興局及市町村之諮商負責人之苦情處理研修會。共計舉辦六次，有 110 人參加。

4 事例研究會之舉辦

經由與京都律師公會及京都府警察本部、京都市、八幡市等常設諮商窗口間之意見交換，正確地處理諮商及苦情，並共同舉辦事例研究會。共計舉辦六次，有 92 人參加。

5 消費生活情報網制度之充實及整備

在宇治市、八幡市設置 pio-net（全國消費生活諮商情報）地域網。

（四）商品測試

1 伴隨苦情諮商之測試

為圓滑地處理有關商品缺陷及其他苦情諮商，於必要時，與關係機關攜手合作，查明原因事實。測試件數 12 件，未至測試階段之情報提供事例有 17 件。

2 簡易測試研習營

為使消費者習得商品知識，實施簡易測試研習營，或接受關係機關、消費者團體或大學之委託，舉辦相關測試研習營。總計舉辦 31 次（其中有 15 次係派遣講師赴委託單位），共 1283 人參加。主要為「清涼飲料水之糖分調查」、「油之劣質化調查」及「有關家電製品之節約能源實驗」等。

3 試買、比較測試

針對在京都府內生產、流通且利用頻繁之商品，消費者擁有高度關心主題之商品，以及成為諮商對象之商品，從中加以抽樣購買，舉行測試，提供消費者有關選擇之情報。測試除由京都府消費生活科學中心實施外，亦包括由使用過該測試品之消費者透過體驗型講習，或由消費者團體實施調查等消費者參加型測試，並將測試結果，利用海報、網頁、「今日生活」或媒體等展示、公布或刊載。項目包括簡易型吸塵器（噪音、吸力、重量、收納性、插座設計、對高齡人口之使用方便性）、無須洗滌之米（標示、殘存之米糠量、澱粉量、種類、異物、新鮮度、含化學物質之量、味道、經濟性）、溫度計（冰箱開關對溫度之影響及其與耗電量之關係）、煮咖啡機（是否容易清洗、保溫中之安全性測試、連續使用時之耗電量及如何節約能源）。

4 消費者參加型測試事業

活用試買測試之結果，試圖展開新事業。

(1) 消費者體驗型講習會之實施

說明實施商品測試之結果，並舉辦由消費者親身使用測試商品之體驗型講習。舉辦簡易吸塵器之體驗講習，讓消費者體驗各種簡易型吸塵器之使用方法，共有 45 人參加。

(2) 節約能源等生活研究會之實施

以消費者關心之節約能源為題，對消費者團體進行簡易講習會（簡易機器之使用方式及簡易節約能源測試之實施）或進行對環境無害之生活方式等自主性研究。有關研究成果，利用該中心之電腦設備，或舉辦講習作成書面報告，供各界參考。共舉辦 14 場次，有 417 人參加。

(五) 市町村消費生活行政之支援

1 市町村消費生活業務負責人研修會

舉辦研修會，以提高市町村、地方振興局之消費生活業務負責人之消費者諮商業務處理能力。共舉辦二次，有 80 人參加。

(六) 消費者、學者、大學、行政協助之推展

1 增進消費者及事業者之夥伴關係

以熱門之消費者問題為主題，邀消費者、事業者與大學之相關人員參與，舉行懇談會或進行問卷調查。曾舉辦以「全球設計(universal design)」一對人對環境都溫和之纖維製品或家庭用洗潔劑相關情報之提供方式為題之懇談會。

(七) 其他

由於有關租賃之諮詢件數增多，故舉辦三次與宅地建物交易團體之懇談會，以促使業者重視此問題，並建立適切解決交易糾紛之機制。

肆、京都市文化市民局市民總合相談課（市民生活中心）簡介

一、組織

京都市政府下設有文化市民局，其下設有市民生活部，市民生活部下設有市民總合相談課（即市民生活中心），該課設有企劃調查組及諮詢組。除置有課長一人外，企劃調查組置有職員六人，諮詢組置有職員四人，囑託員十三人（消費生活諮詢八人、一般諮詢一人、交通事故諮詢一人及一般、交通事故諮詢三人）

二、職掌

京都市市民生活中心為普及有關消費生活所必要之商品及服務之相關知識，提昇消費者之消費意識，進而促進消費生活之安定及向上，以下列事項為其職掌：

- (一) 有關消費生活之企劃、啓發事項
- (二) 有關消費生活之調查、情報之蒐集及提供事項
- (三) 有關消費者團體之指導及養成事項
- (四) 有關消費者保護審議會之事項
- (五) 有關物價安定對策之事項

- (六) 有關法律、稅務、交通事故之諮商事項
- (七) 有關市民之期望事項
- (八) 有關派遣講師前往他地講授消費生活事項
- (九) 有關消費生活諮商及苦情處理事項
- (十) 有關與國民生活中心之聯絡 (pio-net) 事項
- (十一) 有關基於條例，對事業者之報告蒐集、指導等事項

三、平成十四年度預算編列

編列一億九千萬日幣 (191348 千元)。

四、平成十四年度事業計畫

- (一) 法律諮商：由律師免費諮商
- (二) 稅務諮商：由稅務士免費諮商
- (三) 交通事故諮商
- (四) 消費生活諮商，包括：
 - 1 消費者苦情、諮商之處理
 - 2 與國民生活中心透過電腦為情報之交換
- (五) 市民諮商：受理市民之詢問、期望及意見
- (六) 消費者啓發，包括：
 - 1 消費者講座
 - 2 派遣講師
 - 3 地域啓發
 - 4 消費者月活動 (5 月份)
 - 5 過大包裝之試買調查
 - 6 消費者活動之支援
- (七) 有關消費生活情報之蒐集及提供
 - 1 各種啓發雜誌之發行
 - 2 錄影帶、圖書之購置及出借

3 諮商事例之提供

4 網頁之設置

(八) 物價之調查：與國家攜手合作，調查、監督民生必需品之物價及買賣情形

(九) 監督制度：每年招募 42 人，調查、監督物價

(十) 消費者保護審議會，包括：

1 消費者保護條例之適用

2 消費者保護審議會之運作

(十一) 其他：市民生活中心之管理運作

五、平成十三年度工作績效

(一) 市民生活中心之利用狀況

年度(平成)	9	10	11	12	13
1 開館日數	247 日	247 日	246 日	249 日	244 日
2 諮商事業					
(1) 一般諮商	151920 件	156187 件	169563 件	192105 件	205019 件
(中心受理件數)	12588 件	15091 件	6518 件	8709 件	9687 件
(2) 消費生活諮商	6340 件	6126 件	6195 件	7574 件	7658 件
(僅中心受理者)					
平均一天	25.7 件	24.8 件	25.2 件	30.4 件	31.4 件
(3) 特別諮商					
a 免費法律諮商	9739 件	11724 件	12274 件	12453 件	13198 件
(中心受理件數)	2031 件	4493 件	5190 件	5030 件	5316 件

b 免費稅務諮商	301 件	376 件	316 件	284 件	184 件
(中心受理件數)	157 件	176 件	128 件	161 件	116 件
c 任何不動產均免費諮商	73 件	61 件	62 件	78 件	53 件
	(於下京	區之區公所	實施)	(於中心	實施)
(4) 交通事故諮商 (僅中心受理者)		1337 件	957 件	1102 件	1116 件
3 消費者活動之育成					
(1) 研修室等之出借次數	153 次	156 次	190 次	191 次	144 次
利用者	3204 人	3146 人	3875 人	4110 人	2677 人
(2) 錄影帶之出借	233 卷	187 卷	186 卷	343 卷	191 卷
(3) 圖書之出借	189 冊	252 冊	300 冊	383 冊	244 冊

(二) 諮商事業

1 法律諮商 13198 件，主要係有關民事及人事關係。其中民事方面，以金錢借貸問題最多，有 2907 件；人事則有 1752 件。

2 稅務諮商 184 件，其中所得稅最多有 100 件，繼承稅 50 件，贈與稅 18 件。

3 交通事故諮商 1116 件，其中 898 件係由被害人提出，其餘 218 件則由加害人提出。有關和解或商議之方式最多，有 539 件，賠償金額之算定有 189 件，過失程度有 159 件。

4 消費生活諮商 7658 件，其中有關契約及解約者有 6253 件。平成十三年度諮商件數前十名分別為：租賃房屋、情報提供服務、高利貸地下錢莊、

資格講座及資格教材、美容服務、國際電話、首飾、淨水器、內勤兼職、乾洗。

平成十三年度諮商件數前十名（總件數 7658 件）

名次	商品或服務名稱	諮商件數
1	租賃房屋	787
2	情報提供服務	517
3	高利貸地下錢莊	381
4	資格講座及資格教材	301
5	美容服務	240
6	國際電話	181
7	首飾	175
8	淨水器	157
9	內勤兼職	139
10	乾洗	134

5 一般諮商：包括市民之詢問、期望、意見或任何問題之諮商。平成 14 年度之諮商總件數為 205019 件，以類別區分，詢問有 181570 件，占全體之 88.6%，其次為諮商 16295 件，期望 4525 件，苦情 2273 件，意見 333 件，感謝狀 23 件。如以內容區分，最多者為文化市民類，有 64232 件，其次為都市計畫 29880 件，保健福祉 27939 件。

（三）消費生活關聯事業

1 消費者啓發：

（1）消費者教室：針對日常生活有益之消費訊息，共舉辦 31 次研習，參加人數 1798 人。

(2) 消費者月活動(5月份):舉辦一場研討會、消費生活海報展、消費者祭。

(3) 歲末物價對策事業:舉辦情報交換會、市民料理教室、生活大學移動討論會以及研討會。

2 情報之蒐集及提供:發行「我的城市生活(My City Life)」,主要以物價、生活情報、消費訊息、提高生活品質等為題,並印製各種有用之手冊,發布消費訊息。

3 物價對策:平成 13 年度之綜合物價指數為 102.0%,比去年下滑 0.6%。

4 物價監督研修會、物價調查活動等之實施狀況:每月實施價格調查,針對 18 項食品,4 項石油製品,16 項日用雜貨品,進行物價及需求供給狀況之調查。並舉辦相關之研修會。

5 京都市消費者保護條例規定之三基準之實施狀況調查:針對單位價格、包裝食品之品質標示、包裝等三項目之調查,有關包裝過剩方面,發現抽樣之 102 品目中,有 87 品目被認為違反包裝之基準,只有 15 品目合格。

(四) 消費者保護審議會

係依據京都市消費者保護條例設置,為市長之諮詢機關。針對同條例規定之有關標示、包裝等基準,或不當交易事項,表示意見,並進行斡旋、調解,同時調查審議有關條例之施行或消費者行政之重要事項。該審議會由 25 名委員組成,包括 7 名消費者代表,4 名業者代表,9 名公益代表,5 名專門委員。平成 13 年度共開過 6 次審議會。

伍、與立命館大學教授座談紀要

一、日本消費者契約法之規範內容及實施成效

(一) 前言

消費者契約法(以下簡稱本法),係於 2000 年 4 月 28 日由日本國會通過,2000 年 5 月 12 日公布,並自 2001 年 4 月 1 日起施行,全文共十一條。

本法與 1994 年之製造物責任法（PL 法），皆為日本有關消費者權益之重要立法。惟因業者之強烈反彈，本法爰採折衷式立法¹。

由於消費者與企業經營者間，在諮詢及交涉能力上均有差距，故兩者間所締結之消費者契約，常發生糾紛，而消費者要求撤銷其意思表示之案例，亦屢見不鮮。民法雖可規範此等糾紛，但由於民法規定之要件相當嚴格，因此為緩和民法上有關詐欺、脅迫之嚴格要件²，並將民法上之抽象要件具體化、客觀化（例如誠信原則等）³，故制定本法。

本法與事業監督法有二點差異。其一為本法之適用範圍限於消費者與企業經營者間之契約，其二為本法係以民事法律關係為其規範對象。

（二）消費者契約法制定之背景

本法制定之背景，有下列各點：

1 由於消費者被害事件之增加

- （1）對消費者明顯不利之契約條款內容
- （2）錯誤之說明
- （3）說明之不足
- （4）精神壓迫下之契約締結

2 以民法處理消費糾紛之界限

（1）契約自由原則及契約之拘束力

如契約有效成立，則當事人雙方均受契約之拘束，一方如拒絕履行，須負債務不履行之損害賠償責任。

（2）民法規定得免除契約拘束力之情形

a 自己所想的與實際情形不同

¹有關消費者契約法之立法過程，請參閱落合誠一，「消費者契約法」，有斐閣，2001 年。

²日本民法第九十六條規定：「因詐欺或脅迫之意思表示，得撤銷之。就對某人之意思表示，第三人施行詐術者，以相對人明知其事實時為限，得撤銷其意思表示。因詐欺而撤銷意思表示者，不得以之對抗善意之第三人。」

³日本民法第一條第二項規定：「權利之行使及義務之履行，應從信義、誠實為之。」第九十條規定：「以違反公共秩序或善良風俗之事項為標的之法律行為，無效。」

民法第 95 條⁴因錯誤而主張無效，但僅限於法律行為要素之錯誤（至於動機錯誤原則上不適用）。

b 遭業者欺騙

民法第 96 條因詐欺而撤銷，但因要件嚴格（須雙重故意），故適用困難。

c 遭業者脅迫締約

民法第 96 條因脅迫而撤銷，但因要件嚴格，故適用困難。

d 契約內容對消費者非常不利

民法第 90 條因違反公序良俗而主張無效，但一般而言，因違反公序良俗而被認為無效者，為極端之例子，並不常見。在實際之訴訟實務上，依不法行為（民法第 709 條⁵）處理損害賠償之情形較多。

(3) 消費者契約之特徵－雙方當事人並不對等

以適用民法為前提之契約，係由對等之私人間，依雙方間之交涉而訂定，但消費者契約，並不具備此前提，雙方間不論在情報量或交涉能力上均不對等，且契約多係由業者預先擬定（定型化契約）。

3 其他特別法之因應及處理之界限

(1) 為防止消費者被害事件之發生，制定有各種特別法，例如：

訪問買賣法（2001 年 11 月修改名稱為「特定商業交易之法律」）

分期付款買賣法

獨占禁止法

利息限制法

貸款業法

建築基準法

⁴ 日本民法第九十五條規定：「意思表示，如法律行為之要素有錯誤時為無效。但表意人如有重大過失時，表意人自己不得主張其為無效。」

⁵ 日本民法第七〇九條規定：「因故意或過失侵害他人之權利者，負損害賠償之責任。」

建設業法

景表法（不當禮品類及不當標示防止法）

保險業法

期貨交易關係之諸法律

（2）問題點

上述法律，多係針對特定之買賣或交易行為加以規範，有其一定之目的，適用於某一種特定買賣或交易行為之規定，不一定適用於他種買賣或交易，且其內容多以行政規制為主，民法上之規則少之又少，而行業種類繁多，無法針對各個行業，分別制定不同之法律，因此對一般性之消費者契約，須另為一般性之規範。

（三）消費者契約法之概要

1 本法之適用範圍

原則上對所有之消費者契約均適用（但不包括雇傭契約）。

「消費者契約」，指消費者與業者間所締結適用之契約（第二條第三項）。

「消費者」，指個人（不包括以業者之地位或為業者而為當事人之情形）。

「業者」，指法人或其他團體及以業者之地位或為業者而為當事人之情形。

2 有關契約締結過程之規定

（1）說明義務、情報提供義務

關於說明義務，僅止於規定業者應努力為之（第三條第一項），但並未導入具有法效果之一般性說明義務，另一方面，亦規定消費者有努力瞭解契約內容之義務（同條第二項）。

（2）因不當勸誘致締結契約時之撤銷

a 「誤認」類型

* 有關契約重要事項之不實說明（第四條第一項第一款），「誤認」為事實

* 有關斷定性判斷之提供（第四條第一項第二款），「誤認」該斷定性判

斷係屬確實

- * 有關重要事項或與其相關連之事項，如有不利益事實，「故意」不告知（第四條第二項），即告知有利益之事實，故意不告知不利益事實，致「誤認」該不利益事實不存在

因前述「誤認」，致消費者為該消費者契約之要約或承諾之「意思表示」。

b 「困惑」之類型

- * 消費者請求業者離去，而業者不離去（不離去型）（第四條第三項第一款）

- * 消費者表示想離去，而不讓消費者離去（監禁型）（第四條第三項第二款）

因前述行為，致消費者身受「困擾」，「因困擾」而使消費者為該消費者契約之要約或承諾之「意思表示」。

c 「重要事項」之限定（第四條第四項）

指屬於契約目的之內容（為契約標的之物品、權利、服務等之性質、用途或其他內容）或交易條件（對價或其他），通常會影響契約締結之判斷。

(3) 有關撤銷之注意事項

a 得撤銷之期間

知悉該事實起六個月，或自訂約起五年內，適用兩者中較短之期間（第七條），較民法之因詐欺或脅迫而撤銷（民法第一二六條⁶）之期間短。

b 撤銷不得對抗善意第三人

民法僅規定因詐欺而撤銷時不得對抗善意第三人；本法則包括因脅迫而撤銷之情形。

3 有關契約內容之規定

⁶日本民法第一二六條規定：「撤銷權自得追認之時起五年間不行使，因時效而消滅。自行為時起經過二十年者，亦同。」

(1) 不當條款之無效

與適用民法、商法或其他法律中之無關公共秩序之規定相比較，係限制消費者權利或加重消費者義務之消費者契約之條項，且違反民法第一條第二項所規定之基本原則而單方面侵害消費者之利益者，無效（第十條）。

(2) 不當條款之列舉

* 免除業者損害賠償責任之條項，無效（第八條）

* 有關消費者支付違約金或約定損害賠償額之條項，超過同條所定基準之限度者，無效。（第九條）

(四) 消費者契約法之適用情形

1 與消費者契約法之相關之訴訟一覽表

(1) 已判決

編號	1	2	3	4
事件名稱	旅行情報提供服務	費用請求	演藝人員培訓服務	新古車之解約
判決日	平成 13 年 7 月 18 日（確定）	平成 13 年 11 月 29 日（確定）	平成 14 年 3 月 12 日（上訴中）	平成 14 年 7 月 19 日
法院	川越簡易法院 （小額訴訟判決）	札幌簡易法院	神戶簡易法院	大阪地方法院
原告	業者（有限公司）	業者	消費者（本人）	業者
被告	消費者（本人）	消費者（本人）	業者	消費者
事實概要	針對業者訴請	平成 12 年 2 月消	消費者以成爲歌	於新古車（特殊

	支付旅行情報 提供服務會員 入會金,消費者 認關於支付方 法,違反消費者 契約法之不實 告知等,主張撤 銷契約並請求 返還已支付之 費用	費者借入 20 萬 元,業者訴請依 據平成 13 年 6 月 達成之和解契約 (遲延損害賠償 率 6.28%) 返還	星為職志,進入 演藝人員培訓 班,發現與其所 期望者不同,主 張依消費者契約 法之不實告知等 撤銷雙方契約, 並返還已支付之 費用	之中古車)之買 賣,消費者於訂 購書提出之翌 日,即為撤回之 意思表示,業者 要求依契約規定 支付買賣價金之 15%作為損害賠 償之費用
判決內容	由於消費者原 以為係公司本 身提供分期付 款服務,事後發 現係向高利貸 地下錢莊借 貸,故認業者有 不實告知,消費 者得撤銷	將遲延損害賠償 率限制為 14.8% (缺席判決)	業者未告知 3 個 月後將調高月 費,該當於未告 知不利益之事 實,消費者得撤 銷	買賣契約雖已有 效成立,但因消 費者翌日即撤回 購買之意思表 示,不得認業者 已發生損害,故 業者之請求並無 理由

(2) 訴訟中

編號	1	2	3	4
事件名稱	玉蜀黍期貨交 易	咖啡期貨交易	石油期貨交易	入學金、授業料 之返還

提訴	平成 13 年 10 月 9 日	平成 13 年 10 月 11 日	平成 14 年 3 月 22 日	平成 14 年 6 月 28 日
法院	東京地方法院	大阪地方法院	京都地方法院	大阪地方法院
原告	消費者	消費者	消費者	消費者
被告	期貨交易業者	期貨交易業者	期貨交易業者	業者（私立大學、專科學校）
事實概要	未說明期貨交易之風險，以價格「絕對會上揚」，勸誘消費者購買國內玉蜀黍期貨，該當於消費者契約法中所稱之斷定性判斷之提供，要求撤銷契約	以美國將限制從南美輸入咖啡，咖啡期貨價格一定會上揚，勸誘消費者購買，該當於消費者契約法中之不實告知、斷定性判斷之提供及不利益事實之不告知，主張撤銷契約	以「絕對會賺錢」勸誘消費者，實際上並未訂購卻告知已訂購，此種虛偽事實之告知行為，該當於斷定性判斷之提供及不實告知，主張撤銷契約	已辭退入學，校方卻以特約條款為依據，拒不返還已交付之入學金及授業料，此種特約為不當條款，消費者主張無效，並請求返還繳交之費用

2 大阪地方法院平成十四年七月十九日判決⁷

截至目前為止，依據國民生活中心之調查，有關消費者契約法之判決，均為簡易法院所判，大阪地方法院之判決則為地方法院層級之第一個判決，亦為適用同法第九條第一項（有關伴隨契約解除，預定損害賠償條款）的第一個案例，判決中針對消費者保護之目的作了幾個重要之判斷，對今後有關撤銷時之損害賠償費用，將會有影響。

⁷ 參閱大阪地方法院平成 14 年 7 月 19 日平成 13 年（ワ）第 9030 號判決。

(1) 事實

消費者在雜誌中看到廣告後，前往中古車商之店舖，購買某款已經登錄但尚未使用過之貨車（俗稱新古車），由於該店舖內並無該繫爭款示車輛，故消費者提出經其填寫簽名之「自用車訂購書」，該訂購書中有一特約條款，載明因消費者單方事由而撤回契約時，消費者應支付車輛價格之 15%，作為損害賠償金及作業之費用，不得異議。由於無法確保是否可買到該繫爭車輛，又被要求先行支付該車輛之全額費用，故消費者在提出訂購書之翌日及第三天，均為撤回該訂購之意思表示。然而該販賣店則根據前述特約條款，要求消費者支付 17 萬 8500 元日幣之損害賠償金，消費者拒不支付，業者因而提起訴訟。

(2) 爭點

針對販賣店之要求，消費者主張：

- a 訂購書為請求販賣店商調車輛之書面，又中古車界之慣例一向為現物買賣，即現物存在買賣契約才能成立，繫爭車輛既然不存在，買賣契約自尚未成立。
- b 縱使買賣契約成立，消費者於訂購後僅兩天即為解約之意思表示，販賣店要求支付之預定損害賠償額，實已超過消費者契約法第九條第一項所稱之平均損害，故無支付義務。

法院針對（1）繫爭訂購書之法律性質（2）消費者契約法第九條第一項是否包括預期利益在內等問題，不僅傳喚當事人，亦傳喚中古車販賣協會幹部進行瞭解。

(3) 判決內容及評價

判決內容：

有關 a 之爭點，由於訂購書中對車輛之內容、費用及其他費用之金額，均有詳細記載，故法院認定新古車不具中古車之特性，因此買賣契約有效成立。

有關 b 之爭點，法院除認定本件契約為消費者契約法第二條第三項之消費者契約外，並認定業者就第九條第一項之「平均損害」有舉證責任。其理由有三：

- (a) 消費者保護法以保護消費者為目的
- (b) 消費者不易掌握業者之損害情況
- (c) 無損害之消極事實不易舉證

評價：

該「平均損害」之舉證責任之問題，如依舉證責任之原則，由主張業者無損害發生之當事人，即消費者就有利於自己之事實，負舉證責任，等於強人所難，故將舉證責任轉換，課與業者負舉證之責任，令人讚賞。有關訂購後兩天即撤回該意思表示，現實上或通常不得認為已發生損害，且訂購之車輛亦非不得轉賣給其他顧客，因此本件預期利益並不相當於消費者契約法第九條之預定平均損害。關於法院認該訂購之商品並非特別訂購品，得轉賣給其他顧客，故無預期利益之點，值得嘉許。此判決係地方法院適用消費者契約法之最初之判決，頗受大眾矚目，對同法所具之消費者保護之目的，可以說較有認識。今後如果累積同樣意旨之判決，將可促使業者重新檢視定型化契約之條款。

3 另外，本法對訴訟外解決紛爭之機制，亦有貢獻。

(五) 消費者契約法施行後留下之課題

消費者契約法並不完善，仍有許多課題待解決：

1 說明義務：僅止於努力義務，未規定違反時之法律效果

2 契約撤銷之要件仍相當嚴格

- (1) 須為「重要事項」
- (2) 須「故意」不告知等
- (3) 關於威嚇之行爲，限於不離去型及監禁型

3 關於不當條款之規定，雖很先進，但第十條之一般條款在何種情況下始

有被適用之可能，不無疑義。

4 撤銷權之行使期間是否過短？

5 程序上規定之不完善

(1) 有關小額裁判程序，適用新修正之民事訴訟法（民事訴訟法第 368 條至第 381 條規定）（30 萬日幣以下之金錢支付請求訴訟）

(2) 尙未承認由消費者團體之團體訴權，亦未採用不當定型化契約條款之事前禁止制度，至於由消費者團體提出禁止訴訟（不作為訴訟）之制度，仍在研擬中。

本法在國會可決時，有應於五年後重新檢討之附帶決議。於其時即應針對不完善之部分，研擬具體之改善方向。

(六) 最近之消費者立法與消費者契約法之關係

1 金融商品買賣法（2001 年 4 月 1 日施行）

2 電子署名認證法（IT 關聯包括法）（2001 年 4 月 1 日施行）

3 出資法、貸款業法之修正（2001 年 1 月 1 日施行）

4 獨占禁止法之修正（2001 年 1 月 6 日施行）

5 民事再生法之修正（2001 年 4 月 6 日施行）

6 特定商業交易之法律（2001 年 6 月 1 日施行）

7 分期付款買賣法之修正（2001 年 6 月 1 日施行）

二、日本消費者契約法之介紹

(一) 本法之基本性質（第一條）

第一條：「本法目的，係因消費者與事業者間之諮詢質量及交涉能力之差距，而事業者一定之行爲使消費者誤認、或受困擾之情形下所爲之契約要約或承諾之意思表示得撤銷之，且事業者之損害賠償責任免除條款或其他有損害於消費者利益之不當條款，全部或一部無效。以維護消費者利益，提昇國民生活安定及國民經濟健全發展。」

在本法制定之前，亦有其他法律在條文中宣稱以「保護消費者利益」

爲目的，如 1968 年制定之消費者保護基本法第一條⁸。然消費者保護基本法僅係架構性之法律，多屬宣示性條款，無法產生任何具體之法律效果。因此本法第一條直接對當事人之權利義務給予保護，在民事法上具有很重大之意義⁹。

(二) 本法之適用範圍（第二條）

第二條：「本法所稱之「消費者」，係指個人(事業本身或爲事業訂約當事人除外)。本法所稱之「事業者」，係指法人或其他團體及事業本身或爲事業訂約當事人之個人。本法所稱之「消費者契約」，係指消費者與事業者之間所締結之契約。」

判斷是否爲「消費者」，其關鍵在於「事業性」之具備與否。顯示立法者認爲消費者契約中的資訊、交涉能力的差異源自「事業性」之有無。然何謂「事業」？據國民生活審議會¹⁰之報告，「事業」指由自己負危險及自己計算之責任，有一定之目的，反覆繼續地從事同樣之行爲。且事業之概念應自社會一般觀念加以客觀認定¹¹。

消費者契約法處理之問題，係「事業」而非「營業」（包括非營利法人所提供的事業）。例如醫師與病患或律師與客戶間之契約，亦爲消費者契約法所規範之範疇。

消費者係界定本法適用範圍之重要概念。因此不應過分限縮其範圍。本法關於消費者之定義中，未提及「爲消費生活之行爲者」，可謂係適當之立法¹²。例如，經營事業之個人，在開始事業前，購買工作之設備（如

⁸ 日本消費者保護法第一條規定：「本法就有關消費者利益之維護及增進，國家、地方公共團體暨企業經營者應盡之職責及消費者應負之責任，加以明定，同時規定作爲其措施之基本事項，期藉綜合之推動有關維護並增進消費者利益之對象，以確保國民消費生活之安定及提昇爲目的。」

⁹ 參閱山本豐，「消費者契約法（1）」，法學教室，241 期，2000 年 10 月，77 頁。

¹⁰ 國民生活審議會係日本內閣總理大臣及其他大臣之諮詢機關。設於內閣府國民生活局，消費者契約法即由其草擬。

¹¹ 第 17 次國民生活審議會消費者政策部會消費者契約法檢討委員會「消費者契約法（假稱）の具體内容について」，1999 年 11 月 30 日，1 適用範圍。

¹² 參閱山本豐，「消費者契約法（1）」，法學教室，241 期，2000 年 10 月，82 頁。

電腦等)時,若已開始經營事業,則認為係事業之契約,但若尚未開始經營事業,可否適用本法規定,則有爭議。然而,於此情形,可否認為其尚未具有經營事業之專門知識或交易經驗,而適用本法規定。但有學者指出,第二條限制消費者為個人,而排除消費者團體(NPO等)是不適當的。由於在現代社會,促進消費者團體之活絡,為不可或缺之現象,故應給予消費者團體一定之訴權,使其得請求確認不當契約條款之無效,以及請求停止使用無效契約條款之權利¹³。本法規定不適用於雇傭契約,是為唯一之例外(第十二條)。

(三) 關於契約締結過程之規定(第三條、第四條及第十一條)

本法所規定關於契約締結過程之規定僅有二項,即因事業者不當勸誘之意思表示撤銷權,以及資訊提供之盡力義務。本法在審議中曾針對「應排除消費者自交易經驗中,不能預測之條款或契約內容」,及「解釋條款時,關於條款之意義,產生疑問時,應優先採用對消費者有利之解釋」,進行討論,但最後因不能達成協議,終未訂定相關條文¹⁴。

1 當事人之盡力義務(第三條)

第三條:「事業者,於訂立消費者契約條款時,須考量消費者之權利義務或其他消費者契約內容,對消費者明確簡易。且勸誘締結消費者契約時,為加深消費者瞭解,應盡力提供消費者之權利義務或其他消費者契約內容之必要諮詢。消費者,於訂立消費者契約時,宜活用事業者所提供之諮詢,並盡量了解消費者之權利義務或其他消費者契約內容。」

本條僅規定盡力之義務,故違反時並不發生任何責任。至於2000年制定之「關於金融商品買賣等之法律」,則採納最近的民法理論,明確規定金融買賣業者之說明義務(第三條),及違反說明義務時之民事

¹³ 加賀山茂,「消費者契約法の時效性確保策と今後の展望」,法學セミナー,549期,2000年9月,48頁。

¹⁴ 參閱山本豐,「消費者契約法(2)」,法學教室,242期,2000年11月,87頁。松本恒夫,「規制緩和時代と消費者契約法」,法學セミナー,549期,2000年9月,7頁。

責任（第四條）¹⁵。因此有學者指出，本條係落後之規定¹⁶。

2 消費者契約要約或承諾之意思表示之撤銷（第四條）

第四條：「消費者，於事業者勸誘締約消費者契約時，對該消費者為下列各款規定之行爲而誤認，依此爲消費者契約要約或其承諾之意思表示者，得撤銷之。1 就重要事項，爲不實之告知。而誤認該告知之內容爲事實。2 有關物品、權利、勞務或其他該消費者契約標的，就將來之價格、將來該消費者所能取得之金額或其他將來不確定事項之變動，提供斷定性判斷。因而誤認該所提供之斷定性判斷內容爲確實。（第一項）消費者，於事業者勸誘締約消費者契約時，對該消費者就重要事項或該重要事項之相關事項，將該消費者能取得利益之旨告之，且就該重要事項將成爲該消費者不利之事實，故意不告之而誤認該事實不存在，依此爲消費者契約要約或其承諾之意思表示者，得撤銷之。但該事業者縱使要對該消費者告以該事實，而該消費者予以拒絕者，不在此限。（第二項）消費者，於事業者勸誘締約消費者契約時，對該消費者爲下列各款規定之行爲而受困擾，依此爲消費者契約要約或其承諾之意思表示者，得撤銷之。1 對該事業者，該消費者雖表示應離開其住居所或執行業務場所之旨之意思，卻不離開上述場所。2 該消費者雖表示自該事業者勸誘消費者契約場所離開之旨之意思，卻阻止該消費者離開其場所。（第三項）第一項第一款及第二項之所稱「重要事項」，係指有關消費者契約之下列事項，於消費者是否要締結該消費者契約時，須通常影響判斷者。1 物品、權利、勞務或其他該消費者契約標的之性質、用途或

¹⁵ 關於金融商品之買賣等之法律第三條規定：「金融商品買賣業者等，於進行金融商品之買賣業務時，對該當金融商品之買賣進行金融商品之買賣前，應就以下所揭事項（以下稱重要事項），對顧客加以說明」（後略）第四條規定：「金融商品買賣業者等，對顧客應爲前條重要事項之說明，而未對該當重要事項爲說明時，應對該顧客基於此未說明所生之損害，負賠償責任。」

¹⁶ 加賀山茂，「消費者契約法の時効性確保策と今後の展望」，法學セミナー，549期，2000年9月，48頁。

其他內容。2 物品、權利、勞務或其他該消費者契約標的之對價或其他交易條件。(第四項) 依第一項至第三項規定消費者契約要約或其承諾之意思表示之撤銷，不得以此對抗善意第三人。(第五項)」

民法關於意思形成過程之瑕疵，於第 96 條規定之詐欺或強迫¹⁷，詐欺須有「詐欺故意」，強迫須有「強迫行為」，由於其舉證不易，故契約縱有瑕疵，如無詐欺故意或強迫行為，亦不得依民法撤銷。在目前交易複雜化、多元化之情況下，於訂立消費者契約時，事業經營者往往未將必要、正當的資訊提供給消費者，致使消費者締約後權益受損，而該責任歸屬如未構成民法上詐欺或強迫之要件，縱有瑕疵，消費者仍須受此顯失公平之契約之拘束，實違反誠信原則。因此本法特賦與消費者撤銷權。

(1) 誤認（第四條）

就重要事項所為之不實告知（第四條第一項第一款），所謂告知，並不限於口頭，凡以說明書等之交付，或利用電話等之傳達，或商品上、包裝上、容器上之表示，均包括在內。然主觀的判斷，則不在本法適用範圍。例如，老王賣瓜，自賣自誇，消費者購買後發現不甜，並不屬此處之不實告知。

所謂斷定性判斷之提供（第四條第一項第二款），指就契約標的之價格或所得利益等不確實之事實，提供斷定性判斷而言。例如，締結土地買賣契約時，說明「將來一定獲利」，或締結瘦身美容契約時，說明「一定可以瘦身」等均屬之。

有關重要事項中不利事實之「不告知」（第四條第二項），係指對消費者告以利益的部分，而有關重要事項之不利事實卻故意不提，致使消費者因誤認而締結契約而言。例如：房屋買賣業者，出售公寓時僅告知

¹⁷ 請參註 2 之日本民法第九十六條。

「採光佳、眺望良好」，卻不告知「半年後鄰地將建造新廈，屆時可能妨害其採光及眺望」¹⁸。

若依民法規定，因被詐欺而撤銷意思表示時，須舉證企業經營者對消費者有欺騙之故意，但依本法，只要有「不實之告知」及「斷定性判斷之提供」之情形，即無須舉證業者之故意或過失，足見本法對消費者相當有利。然為避免消費者動輒行使撤銷權，影響契約之穩定，故另設「重要事項」之概念，加以限制（第四條第四項）。

所謂「重要事項」(第四條第四項)，並非指消費者認為重要之事項，即為重要事項。而有關重要事項中不利事實之不告知，尚須具備「企業經營者有故意」之要件。

(2) 受困擾（第四條第三項）

第四條第三項第一款可稱為「不離去型」，第四條第三項第二款則可稱為「監禁型」，均為新規定之民事法則。消費者因受企業經營者不當勸誘行為之影響，而締結本不欲締結之契約，雖尚未構成民法脅迫之要件，但因契約成立的合意，有重大的瑕疵，故消費者得撤銷之¹⁹。

所謂「離開之意思表示」，不須是直接的，間接的也算。例如告知「現在沒時間」，或比手畫腳地表示想要離開或想要事業者離開均屬已為本條款之意思表示。但仍有幾項缺失。因為此類事件多發生於密室內，關於舉證是否存在「離開之意思表示」，多有困難。再者，由於受到相當大之困擾，以致連「離開之意思表示」，都無法為之，以致為要約之消費者，依文義解釋即不在第四條第三項之範圍內²⁰。如果有機會表示「離開之意思表示」之人，通常就不會受到損害，因此，依本條款規定獲得救濟的人，應該不多。又除「不離去型」或「監禁型」之外，

¹⁸ 吳英毅，「日本消費者契約法初探」，真理財經學報，四期，2000年，125頁。「日本消費者契約法之制定理由及其內容」，日本研究雜誌

¹⁹ 參閱吳英毅，「日本消費者契約法初探」，真理財經學報，四期，2000年，127頁。

²⁰ 參閱山本豐，「消費者契約法(2)」，法學教室，242期，2000年11月，93頁。

尚有壓迫式的推銷方式（例如假扮成情侶黨或朋友之推銷法，以及電話騷擾等），均在本規定之適用範圍之外²¹。

不過，雖有前述之缺失，然與民法之脅迫條款比較，對消費者仍較有利。民法上因「脅迫」而撤銷意思表示之要件有四：a 雙重故意（讓對方感受到畏怖，且因畏怖進而為一定之意思表示）b 脅迫行為 c 違法性 d 因果關係。而本法第四條第三項不要求 a、c，並且將 b 代之以「不離去」或「監禁」行為。

條文	關於重要事項，提供資訊及誤認之因果關係		消費者之權利	事業者之義務
	事業者	消費者		
第四條第一項第一款	不實告知	誤認事實	撤銷權	資訊
第四條第一項第二款	斷定性判斷之提供	誤認確實		
第四條第二項	不利事實之不告知（故意）	誤認不存在不利事實		

22

(3) 關於因誤認或困擾之撤銷意思表示之其他規定（第四條、第五條、第七條及第十一條第一項）

第四條第四項：「依第一項至第三項規定消費者契約要約或其承諾之意思表示之撤銷，不得以此對抗善意第三人。」

第五條：「前條規定，於事業者就該當事業者與消費者間之消費者契約之締結，對第三人為媒介之委託者（以下於本項簡稱為「委託」），該當受委託之第三人（包含受該第三人委託之人（包含經過二階段以上

²¹參閱潮見佳男「消費者契約法と民法理論」，法學セミナー，549期，2000年9月，14頁。

²²上圖係引用自加賀山茂，「消費者契約法の時効性確保策と今後の展望」，法學セミナー，549期，2000年9月。

而受委託之人)。於次項簡稱為「受託人等」)對於消費者為同條第一項至第三項規定之行爲時，準用之。於此情形，同條第二項但書中所稱「該當事業者」，應改稱為「該事業者或次條第一項規定之受託人等」。與消費者契約之締結有關聯之消費者之代理人、事業者之代理人及受託人等之代理人，關於前條第一項至第三項（包含前項準用之情形。於次條及第七條亦同）規定之適用，分別視為消費者、事業者及受託人等。」

第七條第一項：「依第四條第一項至第三項所規定之撤銷權，自得追認時起六個月內不行使，因時效而消滅。該消費者契約締結時起，經過五年者亦同。」

第十一條第一項：「有關消費者契約要約或其承諾意思表示之消費者契約條款之效力，除依本法規定外，依照民法、商法之規定。」

有關撤銷意思表示之效果，消費者撤銷消費者契約，其意思表示自始無效。(第十一條第一項)第四條規定之撤銷意思表示之效果，不得對抗善意第三人。(第四條第四項)受委託之第三人及代理人行爲之效力歸諸本人。(第五條)第四條所規定之行爲，同時構成民法之詐欺、脅迫者，消費者亦得依民法之規定撤銷之。

本法所規定之撤銷權行使期間，係「自得追認起6個月內」，或自「訂定該消費者契約時起5年內」(第七條第一項)。比民法上規定之期間短。由於誤認或困擾之撤銷要件，比民法上之撤銷要件寬鬆，因此縮短撤銷權行使期間以平衡利害關係²³。

關於契約要約過程之規定，雖然在誤認或困擾之撤銷權方面，較民法之詐欺、強迫規定，更有利於消費者。然與錯誤規定相較，不見得對消費者有利。因為在立法過程中：1 資訊提供義務，變成盡力義務 2 在不實告知規定之「重要事項」範圍，以第四條第一項第一款及第二款為

²³參閱山本豐，「消費者契約法(2)」，法學教室，242期，2000年11月，94頁。

限，範圍較小³在重要事項中不利事實之不告知規定，要求須有「故意」要件⁴因受困擾之撤銷，要求須已為「離開之意思表示」。故有學者指出，本法施行後，能適用意思表示撤銷規定之消費者契約糾紛，恐怕不多²⁴。

(四) 不當條款規定

在消費者契約，如果企業經營者因免除或減輕自己的責任，致使消費者受不當條款的拘束，權利受限制。為保護消費者的正當利益，本法允許消費者得否定該不當條款之效力。

1 免責條款（第八條第一項）

第八條：「下列所舉消費者契約之條款為無效。1 事業者因債務不履行對消費者所生之損害賠償責任，全部免除之條款。2 事業者因債務不履行（以該事業者、其代表人或使用人故意或重大過失者為限）對消費者所生之損害賠償責任，一部免除之條款。3 關於消費者契約，事業者於履行債務時，因該事業者所為之侵權行為致消費者發生損害，依民法規定之賠償責任全部免除之條款。4 關於消費者契約，事業者於履行債務時，因該事業者所為之侵權行為（以該事業者、其代表人或使用人故意或重大過失者為限）因該事業者所為之侵權行為致消費者發生損害，依民法規定之賠償責任一部免除之條款。5 消費者契約係有償契約者，於該消費者契約標的物隱藏瑕疵時（該消費者契約係承攬契約者，該消費者契約之工作標的物有瑕疵時。此項亦同），因該瑕疵而對消費者所生之損害，事業者之賠償責任全部免責之條款。」

消費者因消費者契約受損害時，若企業經營者在消費者契約內，規定免除其損害賠償之責任者，該不當條款無效。

(1) 債務不履行責任全部免除之條款（第八條第一項第一款）

²⁴參閱山本豐，「消費者契約法（2）」，法學教室，242期，2000年11月，95頁。

如健身中心契約條款規定「利用本中心時如遭竊，本中心對之不負任何責任」，即屬違反本款規定。至於排除契約責任之條款，得否適用本款規定？就此問題，似應解為不適用之，而應依第十條規定處理²⁵。關於第十條規定，詳後述。

(2) 因故意或重大過失所生之債務不履行責任一部免除之條款（第八條第一項第二款）

本條款所謂之「債務不履行」，限於因故意或重大過失所致者為限。如「損害賠償額數額以□□為限」之責任限制條款。

(3) 侵權行為責任全部免除之條款（第八條第一項第三款）

本條款適用對象，以「事業者於履行債務時」為限。本款將其適用範圍限制為「依民法規定之賠償責任全部免除之條款」，有學者指出並不合理。然而將製造物責任法（PL法）規定之賠償責任全部免除之條款，似無另行處理之必要。惟製造物責任法規定之賠償責任全部免除之條款，依文義解釋似不能適用本款，而應適用第十條來認定其無效²⁶。

(4) 因故意或重大過失所生之侵權行為責任一部免除之條款（第八條第一項第四款）

如前述（1）至（3）之說明。

(5) 因瑕疵所生之損害責任全部免責之條款（第八條第一項第五款）

依民法第 572 條規定²⁷，賣方若知瑕疵卻不告知時，縱契約訂有免除瑕疵擔保責任之特約，亦不得免除之。但除此之外，並未明確規定該免責特約是否有效。本條款僅就此種關於因瑕疵所生之損害賠償責任免除條款，提供無效之標準²⁸。本款有除外適用之規定。即第八條第二項

²⁵參閱山本豐，「消費者契約法（3）」，法學教室，243期，2000年12月，57頁。

²⁶參閱山本豐，「消費者契約法（3）」，法學教室，243期，2000年12月，58頁。

²⁷日本民法第五七二條規定：「賣者雖特別約定不負擔前十二條所定之擔保責任，但就其明知而不告知之事實及自己為第三人而設定或轉讓之權利，不得免其責。」

²⁸參閱山本豐，「消費者契約法（3）」，法學教室，243期，2000年12月，58頁。

規定：「前項第5款所列條款，有下列情形時，同項規定不適用。1 關於消費者契約，該消費者契約之標的物隱藏瑕疵時，該事業者負有以無瑕疵物更換責任或修補該瑕疵責任者。2 該消費者與事業者所委託之其他事業者間之契約或該事業者與其他事業者間為該消費者所做契約，不問預先或同時締結該消費者契約，該消費者契約標的物有隱藏瑕疵時，該其他事業者，因該瑕疵對消費者所生之損害賠償，負全部或一部責任、負以無瑕疵物更換責任或負該瑕疵修補責任者。」

關於本條項存在些問題。縱契約上訂有「該事業者負有以無瑕疵之物加以更換之責任或負有修補該瑕疵之責任」條款，若事業者嘗試修理仍無法修好時，得否適用第八條第一項第五款？又即使該事業者以無瑕疵之物更換或修補該瑕疵部分，仍然有無法補救的部分時，例如等待更換或修補期間，不能利用該標的物之損害。免除此損害賠償責任之條款是否有效？自文義觀之，似排除第八條第一項第五款之適用，但自立法意旨觀之，卻不應排除²⁹。

2 損害賠償金額之預定條款（第九條）

第九條：「下列所舉消費者契約條款，各款約定部分無效。1 因解除該消費者契約而有損害賠償金額之預定、或違約金之條款，依此核計金額，按該條款所設定解除事由、時期等區分，超過該消費者契約與同種消費者契約之解除而該事業者須負擔之平均損害金額者，該超過部分。2 依該消費者契約應支付金額之全部或一部，消費者支付期日（二以上支付次數者，各支付期日，以下各款同）屆至而未支付時，有預定損害賠償金額或違約金之約定條款者，此核計金額，自支付期日之次日至其付款日之期間，按其日數，自該支付期日應付金額扣除支付期日內已支付金額，乘年利十四、六%計算所得金額而超過者，該超過部分。」

²⁹參閱山本豐，「消費者契約法（3）」，法學教室，243期，2000年12月，59頁。

業者在契約條款內，為加重消費者之義務，規定消費者如解除消費者契約時，業者即得請求高額之損害賠償，使消費者承受顯著之不利利益，該金額如超過一定之限額，其超過部分無效。第九條第一項之適用範圍，限於「因解除契約」，所預定之損害賠償金額。至於「不因解除契約」之預定損害賠償金額或違約金條款則屬第十條之適用範圍。不過，為何作如此區分，其理由並不明確。

一般而言，業者因消費者債務不履行而解除契約時，得依民法第五四五條第三項及第四一五條請求損害賠償，或依第四二〇條之損害賠償金額預定條款請求金錢給付³⁰。在此情況下，依第四二〇條第一項後段規定，法院不得增減契約所規定的損害賠償預定金額。但實務上過高之損害賠償預定金額條款，有可能違反公序良俗（民法第九十條）。因此，本法第九條第一項乃將上述民法規定之內容，更清楚的顯現。例如，購買短程票搭乘長程列車，要付的增加費用不是違約金條款，因為與解除契約無關。第九條第二項之適用範圍限於金錢債務。至於物之債務之履行遲延，則適用第十條規定³¹。

3 一般規定（第十條）

第十條：「與民法、商法或其他法律公共秩序規定之適用無關，有限制消費者權利或加重消費者義務之條款，違反民法§113 之基本原則（誠信原則）而有害消費者一方利益者無效。」

此一般條款係不當條款之核心規定。所謂「與民法、商法或其他法律公共秩序規定之適用無關，有限制消費者權利或加重消費者義務之條款」者，若無該繫爭契約條款，而適用民商法上之任意規定時，如在當

³⁰ 日本民法第五四五條第三項：「解除權之行使，不妨礙損害賠償之請求。」第四一五條：「債務人不依債務之本旨履行者，債權人得請求其損害之賠償。因可歸責於債務人之事由而不能履行者亦同。」第四二〇條：「當事人得就債務不履行，預定損害賠償額。在此情形，法院不得增減其金額。賠償額之預定不妨礙履行或解除之請求。違約金推定其為賠償額之預定。」

³¹ 參閱山本豐，「消費者契約法（3）」，法學教室，243期，2000年12月，59-61頁。

事人間發生權利、義務，與該繫爭契約內容比較，如果後者不限制消費者權利，且不加重消費者義務，則不適用本條。本條採納違反誠信原則之行為無效之原則。在民法上，通說認誠信原則適用於權利之行使或義務之履行，而不適用於法律行為之有無效之情形³²。本條之一般規定，對以後之契約實務或訴訟實務，有何影響，值得我們注意。

問題是本條以民商法上有任意規定為其前提。而關於新型種契約，在民商法上可能無任何規定。因而，有學者指出無論是否有任意規定之存在，只要有違反誠信原則之行為，即為不當之條款而應無效³³。

本條關於個別交涉條款及核心條款可否適用，並無明確之規定，因而關於此類問題，得否適用本條規定，即有探究之必要。關於契約之核心條款（如價格、契約標的等）是否為本條之適用對象。自國民生活審議會之討論觀之，似應將核心條款解為不適用本條規定³⁴。因價格係由市場經濟架構決定，非由法律標準來決定。故決定價格之條款，不適合交由司法審查。至於決定契約標的之條款，亦得作同樣之解釋。至於個別交涉條款，是否有本條之適用？由於本條不僅適用於定型化契約，亦適用於個別交涉條款³⁵。適用本條之行為包括：限制消費者解除、解約權之條款，減輕企業經營者之解除、解約要件之條款，解決爭議時，須依企業經營者所選定的仲裁人之條款，以及減輕企業經營者之舉證責任之條款等³⁶。

4 違反不當條款規定之效果

抵觸第八條至第十條之條款，是否全部無效抑或一部無效？實際上

³²參閱山本豐，「消費者契約法（3）」，法學教室，243期，2000年12月，61頁。

³³參閱松本恒夫，「規制緩和時代と消費者契約法」，法學セミナー，549期，2000年9月，7頁。潮見佳男「消費者契約法と民法理論」，法學セミナー，549期，2000年9月，14頁。

³⁴參閱山本豐，「不當條項規制と中新條項、附隨條項」，別冊NBL54號，1999年，94頁。

³⁵參閱山本豐，「消費者契約法（3）」，法學教室，243期，2000年12月，62-63頁。

³⁶參閱吳英毅，「日本消費者契約法初探」，真理財經學報，四期，2000年，128頁。參閱山本豐，「消費者契約法（3）」，法學教室，243期，2000年12月，61頁。

違反第九條之條款是一部無效，則違反第八條之情形如何？就此問題，有不同的見解³⁷。關鍵在應否給予採取不當條款之企業經營者，全部無效之懲罰，以作為一種威嚇手段，使企業經營者日後不敢再採用此種條款，俾保護消費者權益。在民法之解釋上，無論有問題的條款為一部或全部無效，消費者契約本身仍然有效，乃無庸置疑³⁸。

（五）與其他法律之關係

第十一條：「有關消費者契約要約或其承諾意思表示之撤銷及消費者契約條款之效力，除依本法規定外，以照民法或商法之規定。有關消費者契約要約或其承諾意思表示之撤銷及消費者契約條款之效力，依民法、商法以外之其他法律有特別規定者，依其所規定。」

在本法立法過程中，雖曾討論可否賦與消費者團體訴訟權³⁹，但因有人認時機未到，而未付諸實現。實則有關不當侵害消費者之契約條款，特別是定型化契約，不僅損害消費者個人之權益，亦損害一般消費者之權益，因此應賦與消費者團體訴訟權⁴⁰。

若注意「消費者與事業者間之資訊質量及交涉能力之差別」(第一條)而建立新的民事規定，需要減輕消費者之舉證責任。否則消費者的權利只是空談。對消費者而言，選任律師在經濟上之負擔甚重，更何況蒐集證據。

法院係解決糾紛之主要機關，為使消費者能輕易利用法院，須促進司法改革，並充實法院之人力，目前訴訟延滯最大之理由即因法官等專責人員之不足⁴¹。當然更要充實法院外糾紛處理之機制(ADR)。

本法雖然不完美，但確實對日本之消費者保護帶來新契機。以往消費

³⁷參閱山本豐，「消費者契約法(3)」，法學教室，243期，2000年12月，63頁。

³⁸參閱山本豐，「消費者契約法(3)」，法學教室，243期，2000年12月，64頁。

³⁹在第17次國民生活審議會消費者政策部會報告「消費者契約法(假稱)立法に当たって」中，對團體訴訟採消極見解，而對司法改革及充實法院外糾紛處理機制，則採積極見解。

⁴⁰加賀山茂，「消費者契約法の時効性確保策と今後の展望」，法學セミナー，549期，2000年9月，48頁。

⁴¹加賀山茂，「消費者契約法の時効性確保策と今後の展望」，法學セミナー，549期，2000年9月，46頁。

者是保護之客體，但自從本法賦予消費者權利後，消費者成為本法之主體。認識消費者與事業者間在經濟、資訊方面之差異，如何調整其間之差異，並賦予消費者權利，為行政機關之工作。至於如何運用其權利，則由消費者自行決定。此為高度成熟之市場經濟社會所應具有之消費機制。

三、日本有關「特定商業交易之法律」中通信買賣之規範內容與實施成效

訪問買賣法廣義上以訪問買賣、電話勸誘買賣、通信買賣、多層次傳銷交易、特定繼續性服務之提供為其規範對象，除前述外，再加上業務提供勸誘買賣交易，並將名稱修正為特定商業交易之法律。所謂通信買賣，指業者以郵件或其他通商產業省令所定之方法，接受買賣或提供服務之要約，而為指定商品或權利之買賣或為指定服務之提供而言（同法第二條第二項），即業者利用目錄或新聞、雜誌、電視等廣告為要約之引誘，消費者如同意該條件，而以郵件或電話為購買商品之要約，買賣業者承諾要約而為寄送商品之方法。有關廣告之方式或承諾之通知方法，本法訂有相關規定（第十一條以下）。近來電子商務交易（網路交易）亦有規範通信買賣。平成 13 年修正有關規範網路通信販賣之規定時，增訂「違反顧客意思使其為契約之要約行為」（同法第十四條），並責成業者設置得使顧客輕易使用之標示畫面，供其為要約（施行細則第十六條第一項），依經濟產業省令規定，具體上，業者對消費者，如依畫面之敲打而使費用從免費改變為收費，應明確標示，使消費者知悉，或經由要約內容之確認，設置容易訂正之機制（特定商業交易之法律第十六條）。又規定禁止誇大廣告（同法 12 條），並設有違反時之罰責。然而與訪問買賣最大之不同在於，通信買賣並未規範猶豫期間之制度，由於通信買賣並非受制於急迫而決定是否購買，可以審慎考慮後再決定。因此無須有猶豫期間之規定。然而，多數通信買賣業者，仍賦予消費者與訪問買賣一樣之猶豫期間。關於此點，在通信買賣時，消費者多半亦無法實際上檢視或確認商品，因此其實與訪問買賣一樣處於不利之地位，由此可見，為與擁有店舖之業者間之權利得以均衡起見，似可在法律上考慮給予通信買賣之消費者猶豫期間之利益。

四、消費者保護法中醫療責任與服務責任

由於日本之消費者保護法制中並未規定懲罰性賠償之制度，因此基本上適用民法或消費者契約法在賠償額度上差異性不大，充其量僅在重要事項之告知（醫師未將必要、正當之訊息提供消費者，致使消費者締約後權益受損，而該責任歸屬尚未構成民法上詐欺之要件時，消費者仍得依消費者契約法規定撤銷契約）上有所不同。至於說明義務之範圍，多年來雖承認病患之自我決定權、治療法之選擇權、治療後果之受告知權，然並未承認如同美國 Moore v. The Regents of the University of California 案，法院所發展出之說明義務：一、任何心智健全的成年人有權決定是否接受特定的醫療行為。二、病患的同意以充分的告知說明為前提。三、在病患同意前，醫師有義務說明所有對其作成決定重大影響的資訊⁴²。同時發生醫療糾紛時，有關醫療責任之判斷，由於涉及專業知識及專業技術，多委由醫療鑑定機構鑑定，除非有明顯之醫療疏失，法院多認係醫療上可容許之風險，故病患不易獲得賠償。

陸、檢討與建議（代結論）

此次訪察，發現兩國間之消費者保護法制有下列不同之處：

一、日本無審閱期間之規定

我國消費者保護法原於施行細則第十一條訂有審閱期間之規定，然因該規定限制業者之權利，為免有超越母法之嫌，故於新修正公布之消費者保護法第十一條之一中加以規定。然日本之消費者保護法制中並未規定有關審閱期間之制度。

二、日本通信買賣不適用七日之猶豫期間規定

訪問買賣之猶豫期間，有關特定商業交易之法律第九條第一項第一款雖規定為八日，但其法律規定首日不算入，故與我國相同，僅訪問買賣有七日

⁴² 參閱黃立，消保法第 7 條與民法第 191 條之 3 對醫療行為適用之研析（第三部分），消費者保護法實務研究班第七期，15 頁，註釋 40。

之猶豫期間，其理由係因通信買賣並非受制於急迫而決定是否購買，可以審慎考慮後再決定，因此無須有猶豫期間之規定。然而，多數通信買賣業者，仍賦予消費者與訪問買賣一樣之猶豫期間。實則，在通信買賣時，消費者多半亦無法實際上檢視或確認商品，因此與訪問買賣一樣處於不利之地位，為與擁有店舖之業者間之權利得以均衡起見，似可在法律上考慮給予通信買賣之消費者猶豫期間之利益。

三、日本無團體訴訟之制度

在消費者契約法立法過程中，雖曾就是否賦予消費者團體訴訟權，有過討論，但終因有人認時機未到而作罷。實則有關不當侵害消費者權益之契約條款，特別是定型化契約，不僅損害消費者個人之權益，亦損害一般消費者之權益，因此似可考慮賦與消費者團體訴權。

四、日本無懲罰性賠償金之制度

日本之消費者保護法制中並未規定懲罰性賠償金之制度，故對是否適用消費者保護法，就損害賠償數額多寡影響不大。

五、日本之消費者契約法緩和民法有關詐欺或脅迫之要件

由於消費者與企業經營者間，在諮詢及交涉能力上均有差距，故兩者間所締結之消費者契約，常發生糾紛，而消費者要求撤銷其意思表示之案例，亦屢見不鮮。民法雖可規範此等糾紛，但由於民法規定之要件相當嚴格，如民法上因「脅迫」而撤銷意思表示之要件有四：a 雙重故意(讓對方感受到畏怖，且因畏怖進而為一定之意思表示) b 脅迫行為 c 違法性 d 因果關係。而本法緩和民法上有關詐欺、脅迫之嚴格要件，不要求雙重故意及違法性，只要業者有該法之行為，消費者即得撤銷契約，對消費者較為有利。但消費者仍就因果關係負有舉重責任。

六、日本之消費者保護基本法僅具宣示之意義

日本於 1968 年制定之消費者保護基本法，僅有十一條條文，係架構性之法律，多屬宣示性條款，無法產生任何具體之法律效果。不像我國之消費

者保護法有六十四條⁴³之多，包羅萬象，規範了企業經營者之無過失責任、定型化契約之審閱期間、訪問買賣及郵購買賣之猶豫期間、懲罰性賠償金及團體訴訟。

七、日本之有關消費爭議解決機制

- (1) 並無類似我國 1950 專線之設置。
- (2) 設有簡易之商品測試教室
- (3) 開設移動式消費者諮商所
- (4) 實施物價調查
- (5) 依京都市消費者保護條例規定就商品之單位價格、包裝商品之品質標示、包裝進行調查
- (6) 設有全國消費情報網

經由此次訪察，爰建議：

(1) 加強 1950 消費者專線之宣導

我國設有 1950 專線，可為係一良好之制度，然知道者不多，且常無法接通，為使消費者在受害後，能在第一時間內即得求助專業人員，應加強 1950 專線之宣導。並加強 1950 專線接聽人員之素質及警覺性，遇有重大之消費糾紛事件，馬上與檢警或相關單位聯絡，以減少消費者受害人數及受害層面。

(2) 加強諮商人員之專業素養

加強各消費者服務中心諮商人員之消費糾紛處理能力，並健全消費申訴管道，必要時建立一套消費糾紛諮商人員之認證制度，並編列預算，使承辦諮商之人員，除於任職前接受職前訓練外，為因應新型態消費糾紛之發生及處理，並應定期接受在職訓練，以提昇處理消費糾紛之能力。

(3) 建立商品測試機制

⁴³ 92.1.22 新修正公布之消費者保護法增訂十條，故共有七十四條條文。

應督促各級政府於府內建立商品測試機制，使商品事故原因究明之機構體制更完善，並對有關商品缺陷之諮商，必要時與關係機關攜手合作，查明原因事實。定期對管轄範圍內生產、流通且使用頻繁之商品，或消費者擁有高度關心之商品，或對成為諮商對象之商品，加以測試，提供消費者有利之消費情報。

(4) 在偏遠之鄉鎮設置消費諮商站

偏遠地區由於消費資訊取得不易，常有消費糾紛之發生，為能在第一時間內處理消費者受害事件，防止其蔓延，以利事後之救濟，應在偏遠之鄉鎮，設置消費諮商站，以利偏遠地區民眾之諮商及糾紛之迅速處理。

(5) 建立全國消費糾紛通報網

為使費者能利用電腦網路系統獲得有關消費之資訊，並對特殊類型之消費糾紛或有危險性之商品提高警覺，避免同類消費糾紛事件一再發生，並防範於未然，應建立一套消費糾紛通報網，將消費糾紛類型統計、危險性商品情報及商品測試結果，結合電腦網路系統，使消費者能輕易獲得有關消費之及時資訊，以因應高科技、高效能、高度資訊化消費時代之來臨。

(6) 加強推廣消費者教育

為提高消費者之消費意識，維護消費生活價值，並促使消費者實現自我及獨立，應加強推廣消費者教育，以提昇消費者本身之自主性判斷，減少消費糾紛。又為實現豐富之消費生活，亦應針對新型態之消費問題，舉辦消費生活研習、講座或研討會。並針對因工作或育兒致無法參加之消費者，實施有關消費生活研習之函授服務。亦可針對偏遠或交通不便利地區之消費者，利用網路舉辦線上研習或講座。

附錄

行政院消費者保護委員會赴日考察行程表

&

拜會京都府消費生活科學中心、京都市文化市民局市
民總合相談課（市民生活中心）及與立命館大學老師

座談之照片

(附錄一) 行政院消費者保護委員會考察日本消費者行政機關並與立命館大學教授座談之行程表

日期	星期	時間	考察內容	拜會人士	備註
十二月十日	二	一三：一五	抵達		宿：Rihga Royal Hotel Kyoto 〒600-8237 京都市上京區 電話：(075) 341-1121・FAX (075) 341-3073
十二月十一日	三	一〇：一〇	京都府廳商工部 消費生活課	八島一美課長	一、京都府廳商工部消費生活課 (一) 地址：〒602-8570 京都市上京區下立賣通新町西入 敷內廳 (二) 電話：075-414-4868・FAX：075-414-4870。
十二月十二日	四	一五：〇〇	京都府消費生活 科學中心	高田緣所長	二、京都府消費生活科學中心 (一) 地址：〒604-8482 京都市中京區西ノ (二) 電話：075-802-3261・FAX：075-801-3530。
十二月十三日	五	一七：〇〇	京都市文化市民 局市民總合相談 課(市民生活中 心)	湊二郎課長 伊藤展康組長 山本久葉組長	〒604-8186 京都市中京區烏丸御池東南アーバンエクス 御池ビル 電話：075-256-0800・075-256-2007・075-256-2140
十二月十四日	六	一九：二〇	與立命館大學教 授座談	二宮周平教授、鹿野菜 穂子教授、坂 授、大河純夫教授、和 田真一教授、松本克美 教授、谷本圭子助教授	〒603-8577 京都市北区等持院北町 56-1 電話：075-465-1111(代)
			返國		

(附錄二) 拜會京都府消費生活科學中心、京都市文化市民局市民總合相談課(市民生活中心)及與立命館大學老師座談之照片



拜會京都府消費生活科學中心



拜會京都府消費生活科學中心



拜會京都市文化市民局市民總合相談課（市民生活中心）



與立命館大學老師座談

附件一

日本消費者保護基本法

○消費者保護基本法

(昭和四十三年五月三十日)

(法律第七十八号)

第五十八回通常国会

第二次佐藤内閣

消費者保護基本法をここに公布する。

消費者保護基本法

目次

第一章 総則(第一条—第六条)

第二章 消費者の保護に関する施策等(第七条—第十五条)

第三章 行政機関等(第十六条・第十七条)

第四章 消費者保護会議等(第十八条—第二十条)

附則

第一章 総則

(目的)

第一条 この法律は、消費者の利益の擁護及び増進に関し、国、地方公共団体及び事業者の果たすべき責務並びに消費者の果たすべき役割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対策の総合的推進を図り、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。

(国の責務)

第二条 国は、経済社会の発展に即応して、消費者の保護に関する総合的な施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

(地方公共団体の責務)

第三条 地方公共団体は、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の保護に関する施策を策定し、及びこれを実施する責務を有する。

(事業者の責務)

第四条 事業者は、その供給する商品及び役務について、危害の防止、適正な計量及び表示の実施等必要な措置を講ずるとともに、国又は地方公共団体が実施する消費者の保護に関する施策に協力する責務を有する。

2 事業者は、常に、その供給する商品及び役務について、品質その他の内容の向上及び消費者からの苦情の適切な処理に努めなければならない。

(消費者の役割)

第五条 消費者は、経済社会の発展に即応して、みずからすすんで消費生活に関する必要な知識を修得するとともに、自主的かつ合理的に行動するように努めることによつて、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。

(法制上の措置等)

第六条 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。

第二章 消費者の保護に関する施策等

(危害の防止)

第七条 国は、国民の消費生活において商品及び役務が国民の生命、身体及び財産に対して及ぼす危害を防止するため、商品及び役務について、必要な危害防止の基準を整備し、その確保を図る等必要な施策を講ずるものとする。

(計量の適正化)

第八条 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)

第九条 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。

(表示の適正化等)

第十条 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、品質その他の内容に関する表示制度を整備し、虚偽又は誇大な表示を規制する等必要な施策を講ずるものとする。

(公正自由な競争の確保等)

第十一条 国は、商品及び役務の価格等について公正かつ自由な競争を不当に制限する行為を規制するために必要な施策を講ずるとともに、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あたり、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)

第十二条 国は、消費者が自主性をもつて健全な消費生活を営むことができるようにするため、商品及び役務に関する知識の普及及び情報の提供、生活設計に関する知識の普及等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、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。

(意見の反映)

第十三条 国は、消費者の保護に関する適正な施策の策定及び実施に資するため、消費者の意見を国の施策に反映させ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。

(試験、検査等の施設の整備等)

第十四条 国は、消費者の保護に関する施策の実効を確保するため、商品の試験、検査等を行なう施設を整備するとともに、必要に応じて試験、検査等の結果を公表する等必要な施策を講ずるものとする。

(苦情処理体制の整備等)

第十五条 事業者は、消費者との間の取引に関して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なければならない。

2 市町村(特別区を含む。)は、事業者と消費者との間の取引に関して生じた苦情の処理のあつせん等に努めなければならない。

3 国及び都道府県は、事業者と消費者との間の取引に関して生じた苦情が適切かつ迅速に処理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。

第三章 行政機関等

(行政組織の整備及び行政運営の改善)

第十六条 国及び地方公共団体は、消費者の保護に関する施策を講ずるにつき、総合的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。

(消費者の組織化)

第十七条 国は、消費者がそ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組織活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

第四章 消費者保護会議等

(消費者保護会議)

第十八条 内閣府に、消費者保護会議(以下「会議」という。)を置く。

2 会議は、消費者の保護に関する基本的な施策の企画に関して審議し、及びその施策の実施を推進する事務をつかさどる。

(昭五八法七八・平一一法一〇二・一部改正)

第十九条 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。

(昭五八法七八・平一一法一〇二・一部改正)

(国民生活審議会)

第二十条 消費者の保護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。

(昭五八法七八・平一一法一〇二・一部改正)

附 則 抄

1 この法律は、公布の日から施行する。

附 則 (昭和五八年一二月二日法律第七八号)

1 この法律(第一条を除く。)は、昭和五十九年七月一日から施行する。

2 この法律の施行の日の前日において法律の規定により置かれている機関等で、この法律の施行の日以後は国家行政組織法又はこの法律による改正後の関係法律の規定に基づく政令(以下「関係政令」という。)の規定により置かれることとなるものに関し必要となる経過措置その他この法律の施行に伴う関係政令の制定又は改廃に関し必要となる経過措置は、政令で定めることができる。

附 則 (平成十一年七月一六日法律第一〇二号) 抄

(施行期日)

第一条 この法律は、内閣法の一部を改正する法律(平成十一年法律第八十八号)の施行の日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。
(施行の日=平成一三年一月六日)

一 略

二 附則第十条第一項及び第五項、第十四条第三項、第二十三条、第二十八条並びに第三十条の規定 公布の日

(別に定める経過措置)

第三十条 第二条から前条までに規定するもののほか、この法律の施行に伴い必要となる経過措置は、別に法律で定める。

日本消費者保護基本法

劉春堂*

第一章 總 則	第四章 消費者保護會議等
第二章 關於消費者保護之措施等	附 則
第三章 行政機關等	

昭和四十三年（西元一九六八年）五月三十日法律第七十八號
最後改正 昭和五十八年十二月二日法律第七十八號

第一章 總 則

第 一 條（目 的）

本法就有關消費者利益之維護及增進，國家、地方公共團體暨企業經營者應盡之職責及消費者應負之任務，加以明定，同時規定做為其措施之基本事項，期藉綜合的推動有關維護並增進消費者利益之對策，以確保國民消費生活之安定及提昇為目的。

第 二 條（國家之職責）

國家負有因應經濟社會之發展，釐訂關於消費者保護之綜合的措施並加以實施之職責。

第 三 條（地方公共團體之職責）

地方公共團體負有依據國家之措施採取措施，釐訂適應該地區之社會的、

*譯者為台灣大學法學博士，現任行政院消費者保護委員會秘書長、輔仁大學法律系兼任教授。

經濟的狀況之有關消費者保護措施並加以實施之職責。

第 四 條（企業經營者之義務）

企業經營者就其所供給之商品及服務，負有應採取防止危害、實施適當的度量及標示等必要之措施，並對國家或地方公共團體所實施關於消費者保護之措施，有加以協力之職責。

企業經營者就其所供給之商品及服務，應不斷地努力提昇品質及其他內容，並切實妥適地處理消費者之申訴。

第 五 條（消費者之任務）

消費者應因應經濟社會之發展，主動自行修得有關消費生活所必要的知識，並努力透過自主的、合理的行動，在促使消費生活安定及提昇上發揮積極的任務。

第 六 條（法制上之措施等）

國家為達成本法之目的，應制定或修正必要的關係法令。

政府為達成本法之目的，應採取必要的財政上之措施。

第二章 關於消費者保護之措施等

第 七 條（危害之防止）

國家為防止國民於消費生活中之商品及服務對國民之生命、身體及財產帶來危害，應就商品及服務，訂定完備防止危害所必要之標準，並採取得以確保此標準等之必要措施。

第 八 條（度量之適正化）

國家為免除消費者與企業經營者從事交易時，在度量上蒙受不利益，為期能確保就商品及服務為適正的度量，應採取必要之措施。

第 九 條（規格之適正化）

國家為促進商品品質之改善及國民消費生活之合理化，就商品及服務，應訂定適正的規格，並採取能普及此規格等之必要措施。依前項規定訂定規格時，應配合技術之進步、消費生活之提昇等為之。

第十條（標示之適正化等）

國家為使消費者在購入或使用商品或利用服務之際，不致為錯誤之選擇等，應就商品及服務，採取健全有關品質及其他內容之標示制度、規制虛偽或誇大標示等之必要措施。

第十一條（公正自由競爭之確保等）

國家為規制對於商品及服務之價格等之公正及自由競爭之不當的限制行為，應採取必要之措施，關於在國民消費生活上重要性高之商品及服務之價格等，就其形成，國家有必要為決定、認可或其他措施者，在採取此等措施時，應充分考慮其對於消費者之影響。

第十二條（啟發活動及教育之推動）

國家為使消費者能具有自主性而營其健全的消費生活，應就推動與商品及服務有關知識之普及、資訊之提供、與生活設計有關知識之普及等對於消費者之啟發活動，並就充實與消費生活有關教育等，採取必要之措施。

第十三條（意見之反映）

國家為能釐訂並實施適正之有關消費者保護措施，應就為使消費者意見得以反映在國家措施上之制度之充實完備，採取必要之措施。

第十四條（試驗、檢驗等機構之健全充實等）

國家為確保消費者保護有關措施之實效，應就健全並充實從事商品試驗、檢查等機構設施，於必要時將試驗、檢查等結果加以公布等，採取必要之措施。

第十五條（申訴處理體制之健全充實等）

企業經營者爲使與消費者間有關交易所生之申訴，能適切迅速加以處理，應努力健全充實必要之體制等。

市町村（包括特別區）應努力斡旋協調處理企業經營者與消費者間有關交易所生之申訴。

國家及都道府縣爲使企業經營者與消費者間有關交易所生之申訴，能適切迅速加以處理，應努力採取必要之措施。

第三章 行政機關等

第十六條（行政組織之健全及行政營運之改善）

國家及地方公共團體，就採取有關消費者保護之措施，應設置並健全立於綜合觀點之行政機關及努力改善行政營運。

第十七條（消費者之組織化）

國家對於促進消費者爲謀求消費生活之安定及提昇所需之健全而自主的組織活動，應採取必要之措施。

第四章 消費者保護會議等

第十八條（消費者保護會議）

總理府設置消費者保護會議（以下簡稱「會議」）。會議掌理審議有關消費者保護基本措施之企劃及推動實施此等措施之事務。

第十九條（組織）

會議，由會長及委員組織之。

會長，由內閣總理大臣擔任。

委員，自有關行政機關之首長中，由內閣總理大臣任命之。會議置幹事。

幹事，自有關行政機關之職員中，由內閣總理大臣任命之。

幹事，就會議所掌事務，襄助會長及委員。

會議之庶務，由經濟企劃廳辦理之。

除前各項規定外，關於會議之組織及營運所必要之事項，以政令定之。

第二十條（國民生活審議會）

關於與消費者保護有關基本事項之調查審議，除依本法外，依經濟企劃廳設置法（昭和二十七年法律第二百六十三號）第八條之規定，由國民生活審議會為之。

附 則

1 本法自公布日施行。

（以下從略）

附件二

日本消費者契約法

消費者契約法

目次

第一章 総則（第一条―第三条）

第二章 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し（第四条―第七条）

第三章 消費者契約の条項の無効（第八条―第十条）

第四章 雑則（第十一条・第十二条）

附則

第一章 総則

（目的）

第一条 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の格差にかんがみ、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合について契約の申込み又はその承諾の意思表示を取り消すことができることとともに、事業者の損害賠償の責任を免除する条項その他の消費者の利益を不当に害することとなる条項の全部又は一部を無効とすることにより、消費者の利益の擁護を図り、もつ

て国民生活の安定向上と国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

(定義)

第二条 この法律において「消費者」とは、個人(事業として又は事業のために契約の当事者となる場合におけるものを除く。)をいう。

2 この法律において「事業者」とは、法人その他の団体及び事業として又は事業のために契約の当事者となる場合における個人をいう。

3 この法律において「消費者契約」とは、消費者と事業者との間で締結される契約をいう。

(事業者及び消費者の努力)

第三条 事業者は、消費者契約の条項を定めるに当たっては、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容が消費者にとって明確かつ平易なものになるよう配慮するとともに、消費者契約の締結について勧誘をするに際しては、消費者の理解を深めるために、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容についての必要な情報を提供するよう努めなければならない。

第二章 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し

(消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し)

第四条 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次の各号に掲げる行為をしたことにより当該各号に定める誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

一 重要事項について事実と異なることを告げること。 当該告げられた内容が事実であるとの誤認

二 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものに関し、将来におけるその価額、将来において当該消費者が受け取るべき金額その他の将来における変動が不確実な事項につき断定的判断を提供すること。 当該提供された断定的判断の内容が確実であるとの誤認

2 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対してある重要事項又は当該重要事項に関連する事項について当該消費者の利益となる旨を告げ、かつ、当該重要事項について当該消費者の不利益となる事実(当該告知により当該事実が存在しないと消費者が通常考えるべきものに限る。)を故意に告げなかったことにより、当該事実が存在しないとの誤認をし、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。ただし、当該事業

者が当該消費者に対し当該事実を告げようとしたにもかかわらず、当該消費者がこれを拒んだときは、この限りでない。

3 消費者は、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、当該消費者に対して次に掲げる行為をしたことにより困惑し、それによって当該消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたときは、これを取り消すことができる。

一 当該事業者に対し、当該消費者が、その住居又はその業務を行っている場所から退去すべき旨の意思を示したにもかかわらず、それらの場所から退去しないこと。

二 当該事業者が当該消費者契約の締結について勧誘をしている場所から当該消費者が退去する旨の意思を示したにもかかわらず、その場所から当該消費者を退去させないこと。

4 第一項第一号及び第二項の「重要事項」とは、消費者契約に係る次に掲げる事項であつて消費者の当該消費者契約を締結するか否かについての判断に通常影響を及ぼすべきものをいう。

- 一 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの質、用途その他の内容
- 二 物品、権利、役務その他の当該消費者契約の目的となるものの対価その他の取引条件

5 第一項から第三項までの規定による消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消しは、これをもって善意の第三者に対抗することができない。

(媒介の委託を受けた第三者及び代理人)

第五条 前条の規定は、事業者が第三者に対し、当該事業者と消費者との間における消費者契約の締結について媒介をすることの委託（以下この項において単に「委託」という。）をし、当該委託を受けた第三者（その第三者から委託を受けた者（二以上の段階にわたる委託を受けた者を含む。）を含む。次項において「受託者等」という。）が消費者に対して同条第一項から第三項までに規定する行為をした場合について準用する。この場合において、同条第二項ただし書中「当該事業者」とあるのは、「当該事業者又は次条第一項に規定する受託者等」と読み替えるものとする。

2 消費者契約の締結に係る消費者の代理人、事業者の代理人及び受託者等の代理人は、前条第一項から第三項まで（前項において準用する場合を含む。次条及び第七条において同じ。）の規定の適用については、それぞれ消費者、事業者及び受託者等とみなす。

(解釈規定)

第六条 第四条第一項から第三項までの規定は、これらの項に規定する消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示に対する民法（明治二十九年法律第八十九号）第九十六条の規定の適用を妨げるものと解してはならない。

（取消権の行使期間等）

第七条 第四条第一項から第三項までの規定による取消権は、追認をすることができる時から六箇月間行わないときは、時効によって消滅する。当該消費者契約の締結の時から五年を経過したときも、同様とする。

2 商法（明治三十二年法律第四十八号）第九十一条及び第二百八十条ノ十二の規定（これらの規定を他の法律において準用する場合を含む。）は、第四条第一項から第三項までの規定による消費者契約としての株式又は新株の引受けの取消しについて準用する。この場合において、同法第九十一条中「錯誤若ハ株式申込証ノ用紙の要件ノ欠缺ヲ理由トシテ其ノ引受ノ無効ヲ主張シ又ハ詐欺若ハ強迫ヲ理由トシテ」とあり、及び同法第二百八十条ノ十二中「錯誤若ハ株式申込証若ハ新株引受権証書ノ要件ノ欠缺ヲ理由トシテ其ノ引受ノ無効ヲ主張シ又ハ詐欺若ハ強迫ヲ理由トシテ」とあるのは、「消費者契約法第四条第一項乃

至第三項（同法第五条第一項ニ於テ準用スル場合ヲ含ム）ノ規定ニ因リ」と読み替えるものとする。

第三章 消費者契約の条項の無効

（事業者の損害賠償の責任を免除する条項の無効）

第八条 次に掲げる消費者契約の条項は、無効とする。

一 事業者の債務不履行により消費者に生じた損害を賠償する責任の全部を免除する条項

二 事業者の債務不履行（当該事業者、その代表者又はその使用する者の故意又は重大な過失によるものに限る。）により消費者に生じた損害を賠償する責任の一部を免除する条項

三 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた当該事業者の不法行為により消費者に生じた損害を賠償する民法の規定による責任の全部を免除する条項

四 消費者契約における事業者の債務の履行に際してされた当該事業者の不法行為（当該事業者、その代表者又はその使用する者の故意又は重大な過失によるものに限る。）により消費者に生じた損害を賠償する民法の規定による責任の一部を免除する条項

五 消費者契約が有償契約である場合において、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるとき（当該

消費者契約が請負契約である場合には、当該消費者契約の仕事の目的物に瑕疵があるとき。次項において同じ。）に、当該瑕疵により消費者に生じた損害を賠償する事業者の責任の全部を免除する条項

2. 前項第五号に掲げる条項については、次に掲げる場合に該当するときは、同項の規定は、適用しない。

一 当該消費者契約において、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに、当該事業者が瑕疵のない物をもってこれに代える責任又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合

二 当該消費者と当該事業者の委託を受けた他の事業者との間の契約又は当該事業者と他の事業者との間の当該消費者のためにする契約で、当該消費者契約の締結に先立って又はこれと同時に締結されたものにおいて、当該消費者契約の目的物に隠れた瑕疵があるときに、当該他の事業者が、当該瑕疵により当該消費者に生じた損害を賠償する責任の全部若しくは一部を負い、瑕疵のない物をもってこれに代える責任を負い、又は当該瑕疵を修補する責任を負うこととされている場合

（消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等の無効）

第九条 次の各号に掲げる消費者契約の条項は、当該各号に定める部分について、無効とする。

一 当該消費者契約の解除に伴う損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であつて、これらを合

算した額が、当該条項において設定された解除の事由、時期等の区分に応じ、当該消費者契約と同種の消費者契約の解除に伴い当該事業者に生ずべき平均的な損害の額を超えるもの 当該超える部分

二 当該消費者契約に基づき支払うべき金銭の全部又は一部を消費者が支払期日（支払回数が二以上である場合には、それぞれの支払期日。以下この号において同じ。）までに支払わない場合における損害賠償の額を予定し、又は違約金を定める条項であつて、これらを合算した額が、支払期日の翌日からその支払をする日までの期間について、その日数に応じ、当該支払期日に支払うべき額から当該支払期日に支払うべき額のうち既に支払われた額を控除した額に年十四・六パーセントの割合を乗じて計算した額を超えるもの 当該超える部分

（消費者の利益を一方的に害する条項の無効）

第十条 民法、商法その他の法律の公の秩序に関しない規定の適用による場合に比し、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重する消費者契約の条項であつて、民法第一条第二項に規定する基本原則に反して消費者の利益を一方的に害するものは、無効とする。

(他の法律の適用)

第十一条 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力については、

この法律の規定によるほか、民法及び商法の規定による。

2 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し及び消費者契約の条項の効力について民法及び商法以外の他の法律に別段の定めがあるときは、その定めるところによる。

(適用除外)

第十二条 この法律の規定は、労働契約については、適用しない。

附 則

この法律は、平成十三年四月一日から施行し、この法律の施行後に締結された消費者契約について適用する。

消費者契約法

第一章 總 則

(目的)

第 一 條 本法係鑑於消費者與事業者間，在資訊之質及量暨磋商談判能力上之差距，藉透過因事業者之一定行為導致消費者發生誤認或困惑時，得撤銷契約之要約或其承諾之意思表示；並使免除事業者損害賠償責任條項或其他不當侵害消費者利益條項之全部或一部無效，以維護消費者之利益，並有助於國民生活之安定向上及國民經濟之健全發展為目的。

(定義)

第 二 條 本法所稱「消費者」，係指個人（做為事業或為了事業而成為契約當事人者除外）。

本法所稱「事業者」，係指法人或其他團體及做為事業或為了事業而成為契約當事人時之個人。

本法所稱「消費者契約」，係指消費者與事業者間所締結之契約。

(事業者及消費者之努力)

第 三 條 事業者於訂定消費者契約之條項時，就消費者之權利義務或其他消費者契約之內容，應考慮使其對消費者係明確且淺顯易懂；於勸誘締結消費者契約之際，為期加深消費者之理解，就消費者之權利義務或其他消費者契約之內容，並應盡力提供必要之資訊。

消費者於締結消費者契約之際，應盡力活用事業者所提供之資訊，並就消費者之權利義務或其他消費者契約之內容努力加以理解。

第二章 消費者契約之要約或其承諾意思表示之撤銷

(消費者契約之要約或其承諾意思表示之撤銷)

第 四 條 消費者於事業者就消費者契約之締結為勸誘之際，因對該當消費者為下列各款所揭之行為致發生該當各款所定之誤認，並基於此項誤認而為該當消費者契約之要約或其承諾之意思表示時，得將此項意思表示撤銷之。

一、就重要事項為與事實不相同之告知將該當被告知之內容為係事實之誤認。

二、關於物品、權利、勞務或其他作為該當消費者契約標之事項，就其將來之價額、將來該當消費者可以收取之金額或其他將來變動不確實之事項，提供斷定性的判斷將該當被提供之斷定性的判斷為係確實之誤認。

消費者於事業者就消費者契約之締結為勸誘之際，就某些重要事項或與該當重要事項具有關連之事項，對該當消費者告以係該當消費者之利益，且就該當重要事項係對該當消費者不利益之事實（以因該當告知，消費者通常可以認為該當事實係不存在者為限）故意不告知，以致發生該當事實係不存在之誤認，並基於此項誤認而為該當消費者契約之要約或其承諾之意思表示時，得將此項意思表示撤銷之。但該當事業者雖欲對該當消費者告以該當事實，惟該當消費者對之加以拒絕者，不在此限。

消費者於事業者就消費者契約之締結為勸誘之際，因對該當消費者為下列所揭行為，以致其發生困惑，並因此而為該當消費者契約之要約或其承諾之意思表示時，得將該意思表示撤銷之。

一、該當消費者已對該當事業者表示應自其住居所或從事業務之場所離去之意思，而未自該等場所離去。

二、該當消費者已表示欲自該當事業者就該當消費者契約之締結為勸誘之場所離去之意思，而未讓該當消費者自該場所離去。

第一項第一款及第二項所稱「重要事項」，係指下列所揭之涉及消費者契約事項，而對於消費者是否締結該當消費者契約之判斷通常會給予影響者。

一、物品、權利、勞務或其他做為該當消費者契約標之物之質、用途或其他內容。

二、物品、權利、勞務或其他做為該當消費者契約標之物之對價或其他交易條件。

依第一項至第三項規定，撤銷消費者契約之要約或其承諾之意思表示者，不得以之對抗善意第三人。

（接受媒介委託之第三人及代理人）

第五條 前條規定，於事業者就該當事業者與消費者間之消費者契約之締

結，對第三人為媒介之委託者（以下於本項簡稱為「委託」），該當受委託之第三人（包含受該第三人委託之人（包含經過二階段以上而受委託之人）。於次項簡稱為「受託人等」）對於消費者為同條第一項至第三項規定之行爲時，準用之。於此情形，同條第二項但書中所稱「該當事業者」，應換讀為「該當事業者或次條第一項規定之受託人等」。

與消費者契約之締結有關聯之消費者之代理人、事業者之代理人及受託人等之代理人，關於前條第一項至第三項（包含前項準用之情形。於次條及第七條亦同）規定之適用，分別視為消費者、事業者及受託人等。

（解釋規定）

第六條 第四條第一項至第三項之規定，不妨礙民法（明治二十九年法律第八十九號）第九十六條規定對於上開各項所規定之消費者契約之要約或其承諾意思表示之適用。

（撤銷權之行使期間等）

第七條 第四條第一項至第三項所規定之撤銷權，自得為追認時起六個月間未行使者，因時效而消滅。自該當消費者契約締結時起經過五年者，亦同。

商法（明治三十二年法律第四十八號）第一百九十一條及第二百八十條之十二之規定（包含其他法律準用此等規定之情形），於關於依第四條第一項至第三項規定做為消費者契約之股份或新股之承受之撤銷，準用之。於此情形，應將同法第一百九十一條中所稱「以錯誤或股份申購證之要件有欠缺為理由，而主張其承受無效，或以詐欺或強迫為理由」，以及同法第二百八十條之十二中所稱「以錯誤或股份申購證或新股承受權證書之要件有欠缺為理由，而主張其承受無效，或以詐欺或強迫為理由」，換讀為「依消費者契約法第四條第一項至第三項（包含於同法第五條第一項準用之情形）之規定」。

第三章 消費者契約之條項之無效

（免除事業者損害賠償責任條項之無效）

第八條 下列所揭之消費者契約之條項，無效。

- 一、就事業者因債務不履行致消費者發生損害，免除其所應負之全部賠償責任條項。
- 二、就事業者因債務不履行（以該當事業者、其代表人或使用人有故意或重大過失者為限）致消費者發生損害，免除其所應負之一部賠償責任條項。
- 三、就事業者於履行消費者契約債務之際，因該當事業者之不法行為致消費者發生損害，免除其依民法規定所應負之全部賠償責任條項。
- 四、就事業者於履行消費者契約債務之際，因該當事業者之不法行為（以該當事業者、其代表人或使用人有故意或重大過失者為限）致消費者發生損害，免除其依民法規定所應負之一部賠償責任條項。
- 五、於消費者契約係有償契約之情形，該當消費者契約之標的物隱藏有瑕疵時（於該當消費者契約係承攬契約之情形，該當消費者契約之工作標的物有瑕疵時。於次項亦同），因該當瑕疵致消費者發生損害，免除事業者所應負之全部賠償責任條項。前項第五款所揭條項，於符合下列所揭情形時，同項之規定不適用之。
 - 一、於該當消費者契約中，就該當消費者契約之標的物隱藏有瑕疵時，該當事業者負有以無瑕疵之物替換該有瑕疵之物或修補該當瑕疵之責任者。
 - 二、基於該當消費者與受該當事業者委託之其他事業者間之契約，或該當事業者與其他事業者間為該當消費者所訂立之契約，而此等契約係較該當消費者契約之締結先時或同時締結者，就該當消費者契約之標的物隱藏有瑕疵時，該當其他事業者就因該當瑕疵致消費者發生之損害，負全部或一部之賠償責任，或負有以無瑕疵之物替換該有瑕疵之物或修補該當瑕疵之責任者。

（預定消費者支付損害賠償額條項等之無效）

第九條 下列各款所揭之消費者契約之條項，就該當各款所定之部分，無效。

- 一、就因該當消費者契約之解除，所預定之損害賠償額條項，或所訂定之違約金條項，兩者之合計額，依該當條項所設定之解除之事由、時期等加以區分，超過與該當消費者契約同種類之消

費者契約因解除致該當事業者所可能發生之平均的損害額該當超過部分。

二、就基於該當消費者契約所應支付之金錢之全部或一部，消費者於應支付期日（支付次數分二次以上者，其各個支付期日。以下於本款同）而未支付時，所預定之損害賠償額條項，或所訂定之違約金條項，兩者之合計額，超過自應支付期日之翌日起至其為支付之日之期間，按其日數，自於該當應支付期日所應支付之數額中，扣除於該當應支付期日所應支付數額中已支付數額之餘額，乘以年百分之十四點六之比率所計算之金額該當超過部分。

（單方面侵害消費者利益之條項無效）

第十條 與適用民法、商法或其他法律中之無關公共秩序之規定相比較，係限制消費者權利或加重消費者義務之消費者契約之條項，且違反民法第一條第二項所規定之基本原則而單方面侵害消費者之利益者，無效。

第四章 雜 則

（其他法律之適用）

第十一條 關於消費者契約之要約或其承諾意思表示之撤銷及消費者契約之條項之效力，除依本法之規定外，適用民法及商法之規定。

關於消費者契約之要約或其承諾意思表示之撤銷及消費者契約之條項之效力，民法及商法以外之其他法律設有特別規定者，依其規定。

（適用除外）

第十二條 本法之規定，關於勞動契約，不適用之。

附 則

本法自平成十三年四月一日施行，適用於本法施行後所締結之消費者契約。

附件三

日本有關特定商業交易之法律

特定商取引に関する法律

(昭和五十一年六月四日法律第五十七号)

最終改正：平成一四年四月一九日法律第二八号

第一章	総則（第一条）
第二章	訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売
第一節	定義（第二条）
第二節	訪問販売（第三条—第十条）
第三節	通信販売（第十一条—第十五条）
第四節	電話勧誘販売（第十六条—第二十五条）
第五節	雑則（第二十六条—第三十二条）
第三章	連鎖販売取引（第三十三条—第四十条）
第四章	特定継続的役務提供（第四十一条—第五十条）
第五章	業務提供誘引販売取引（第五十一条—第五十八条）
第六章	雑則（第五十九条—第六十九条）
第七章	罰則（第七十条—第七十五条）
	附則

第一章 総則

(目的)

第一条 この法律は、特定商取引（訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売に係る取引、連鎖販売取引、特定継続的役務提供に係る取引並びに業務提供誘引販売取引をいう。以下同じ。）を公正にし、及び購入者等が受けることのある損害の防止を図ることにより、購入者等の利益を保護し、あわせて商品等の流通及び役務の提供を適正かつ円滑にし、もつて国民経済の健全な発展に寄与することを目的とする。

第二章 訪問販売、通信販売及び電話勧誘販売

第一節 定義

(定義)

第二条 この章において「訪問販売」とは、次に掲げるものをいう。

一 販売業者又は役務の提供の事業を営む者（以下「役務提供事業者」という。）が営業所、代理店その他の経済産業省令で定める場所（以下「営業所等」という。）以外の場所において、売買契約の申込みを受け、若しくは売買契約を締結して行う指定商品若しくは指定権利の販売又は役務を有償で提供する契約（以下「役務提供契約」という。）の申込みを受け、若しくは役務提供契約を締結して行う指定役務の提供

二 販売業者又は役務提供事業者が、営業所等において、営業所等以外の場所において呼び止めて営業所等に同行させた者その他政令で定める方法により誘引した者（以下「特定顧客」という。）から売買契約の申込みを受け、若しくは特定顧客と売買契約を締結して行う指定商品若しくは指定権利の販売又は特定顧客から役務提供契約の申込みを受け、若しくは特定顧客と役務提供契約を締結して行う指定役務の提供

2 この章において「通信販売」とは、販売業者又は役務提供事業者が郵便その他の経済産業省令で定める方法（以下「郵便等」という。）により売買契約又は役務提供契約の申込みを受けて行う指定商品若しくは指定権利の販売又は指定役務の提供であつて電話勧誘販売に該当しないものをいう。

3 この章において「電話勧誘販売」とは、販売業者又は役務提供事業者が、電話をかけ又は政令で定める方法により電話をかけさせ、その電話において行う売買契約又は役務提供契約の締結についての勧誘（以下「電話勧誘行為」という。）により、その相手方（以下「電話勧誘顧客」という。）から当該売買契約の申込みを郵便等により受け、若し

くは電話勧誘顧客と当該売買契約を郵便等により締結して行う指定商品若しくは指定権利の販売又は電話勧誘顧客から当該役務提供契約の申込みを郵便等により受け、若しくは電話勧誘顧客と当該役務提供契約を郵便等により締結して行う指定役務の提供をいう。

4 この章及び第六十七条第一項において「指定商品」とは、国民の日常生活に係る取引において販売される物品であつて政令で定めるものをいい、「指定権利」とは、施設を利用し又は役務の提供を受ける権利のうち国民の日常生活に係る取引において販売されるものであつて政令で定めるものをいい、「指定役務」とは、国民の日常生活に係る取引において有償で提供される役務であつて政令で定めるものをいう。

第二節 訪問販売

(訪問販売における氏名等の明示)

第三条 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売をしようとするときは、その相手方に対し、販売業者又は役務提供事業者の氏名又は名称及び商品若しくは権利又は役務の種類を明らかにしなければならない。

(訪問販売における書面の交付)

第四条 販売業者又は役務提供事業者は、営業所等以外の場所において指定商品若しくは指定権利につき売買契約の申込みを受け、若しくは指定役務につき役務提供契約の申込みを受けたとき又は営業所等において特定顧客から指定商品若しくは指定権利につき売買契約の申込みを受け、若しくは指定役務につき役務提供契約の申込みを受けたときは、直ちに、経済産業省令で定めるところにより、次の事項についてその申込みの内容を記載した書面をその申込みをした者に交付しなければならない。ただし、その申込みを受けた際その売買契約又は役務提供契約を締結した場合においては、この限りでない。

- 一 商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価
- 二 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法
- 三 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期
- 四 第九条第一項の規定による売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回又は売買契約若しくは役務提供契約の解除に関する事項（同条第二項から第七項までの規定に関する事項を含む。）
- 五 前各号に掲げるもののほか、経済産業省令で定める事項

第五条 販売業者又は役務提供事業者は、次の各号のいずれかに該当するときは、次項に規定する場合を除き、遅滞なく（前条ただし書に規定する場合に該当するときは、直ちに）、経済産業省令で定めるところにより、同条各号の事項（同条第四号の事項については、売買契約又は役務提供契約の解除に関する事項に限る。）についてその売買契約又は役務提供契約の内容を明らかにする書面を購入者又は役務の提供を受ける者に交付しなければならない。

一 営業所等以外の場所において、指定商品若しくは指定権利につき売買契約を締結したとき又は指定役務につき役務提供契約を締結したとき（営業所等において特定顧客以外の顧客から申込みを受け、営業所等以外の場所において売買契約又は役務提供契約を締結したときを除く。）。

二 営業所等以外の場所において指定商品若しくは指定権利又は指定役務につき売買契約又は役務提供契約の申込みを受け、営業所等においてその売買契約又は役務提供契約を締結したとき。

三 営業所等において、特定顧客と指定商品若しくは指定権利につき売買契約を締結したとき又は指定役務につき役務提供契約を締結したとき。

2 販売業者又は役務提供事業者は、前項各号のいずれかに該当する場合において、その売買契約又は役務提供契約を締結した際に、指定商品を引き渡し、若しくは指定権利を移転し、又は指定役務を提供し、かつ、指定商品若しくは指定権利の代金又は指定役務の対価の全部を受領したときは、直ちに、経済産業省令で定めるところにより、前条第一号の事項及び同条第四号の事項のうち売買契約又は役務提供契約の解除に関する事項その他経済産業省令で定める事項を記載した書面を購入者又は役務の提供を受ける者に交付しなければならない。

(禁止行為)

第六条 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、又は訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、当該売買契約又は当該役務提供契約に関する事項であつて、顧客又は購入者若しくは役務の提供を受ける者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものにつき、不実のことを告げる行為をしてはならない。

2 販売業者又は役務提供事業者は、訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約を締結させ、又は訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、人を威迫して困惑させてはならない。

(指示)

第七条 主務大臣は、販売業者又は役務提供事業者が第三条から前条までの規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

一 訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約に基づく債務又は訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の解除によつて生ずる債務の全部又は一部の履行を拒否し、又は不当に遅延させること。

二 訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、又は訪問販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、当該売買契約又は当該役務提供契約に関する事項であつて、顧客又は購入者若しくは役務の提供を受ける者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものにつき、故意に事実を告げないこと。

三 前二号に掲げるもののほか、訪問販売に関する行為であつて、訪問販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして経済産業省令で定めるもの。

(業務の停止等)

第八条 主務大臣は、販売業者若しくは役務提供事業者が第三条から第六条までの規定に違反し若しくは前条各号に掲げる行為をした場合において訪問販売に係る取引の公正及び購入者若しくは役務の提供を受ける者の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき、又は販売業者若しくは役務提供事業者が同条の規定による指示に従わないときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、一年以内の期間を限り、訪問販売に関する業務の全部又は一部を停止すべきことを命ずることができる。

2 主務大臣は、前項の規定による命令をしたときは、その旨を公表しなければならない。

(訪問販売における契約の申込みの撤回等)

第九条 販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等以外の場所において指定商品（その販売条件についての交渉が販売業者と購入者との間で相当の期間にわたり行われることが通常の取引の態様である商品として政令で定める指定商品を除く。以下この項において同じ。）若しくは指定権利若しくは指定役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みを受けた場合若しくは販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等において特定顧客から指定商品若しくは指定権利若しくは指定役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みを受けた場合におけるその申込みをした者又は販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等以外の場所において指定商品若しくは指定権利若しくは指定役務につき売買契約若しくは役務提供契約を締結した場合（営業所等において申込みを受け、営業所等以外の場所において売買契約又は役務提供契約を締結した場合を除く。）若しくは販売業者若しくは役務提供事業者が営業所等において特定顧客と指定商品若しくは指定権利若しくは指定役務につき売買契約若しくは役務提供契約を締結した場合におけるその購入者若しくは役務の提供を受ける者（以下この条において「申込者等」という。）は、次に掲げる場合を除き、書面によりその売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回又はその売買契約若しくは役務提供契約の解除（以下この条において「申込みの撤回等」という。）を行うことができる。

- 一 申込者等が第五条の書面を受領した日（その日前に第四条の書面を受領した場合にあつては、その書面を受領した日）から起算して八日を経過したとき。
- 二 申込者等が第四条又は第五条の書面を受領した場合において、指定商品でその使用若しくは一部の消費により価額が著しく減少するおそれがある商品として政令で定めるものを使用し又はその全部若しくは一部を消費したとき。
- 三 第五条第二項に規定する場合において、当該売買契約に係る指定商品若しくは指定権利の代金又は当該役務提供契約に係る指定役務の対価の総額が政令で定める金額に満たないとき。
 - 2 申込みの撤回等は、当該申込みの撤回等に係る書面を発した時に、その効力を生ずる。
 - 3 申込みの撤回等があつた場合においては、販売業者又は役務提供事業者は、その申込みの撤回等に伴う損害賠償又は違約金の支払を請求することができない。
 - 4 申込みの撤回等があつた場合において、その売買契約に係る商品の引渡し又は権利の移転が既にされているときは、その引取り又は返還に要する費用は、販売業者の負担とする。
 - 5 役務提供事業者又は指定権利の販売業者は、役務提供契約又は指定権利の売買契約につき申込みの撤回等があつた場合には、既に当該役務提供契約に基づき役務が提供され又は当該権利の行使により施設が利用され若しくは役務が提供されたときにおいても、申込者等に対し、当該役務提供契約に係る役務の対価その他の金銭又は当該権利の行使により得られた利益に相当する金銭の支払を請求することができない。
 - 6 役務提供事業者は、役務提供契約につき申込みの撤回等があつた場合において、当該役務提供契約に関連して金銭を受領しているときは、申込者等に対し、速やかに、これを返還しなければならない。
 - 7 役務提供契約又は指定権利の売買契約の申込者等は、その役務提供契約又は売買契約につき申込みの撤回等を行つた場合において、当該役務提供契約又は当該指定権利に係る役務の提供に伴い申込者等の土地又は建物その他の工作物の現状が変更されたときは、当該役務提供事業者又は当該指定権利の販売業者に対し、その原状回復に必要な措置を無償で講ずることを請求することができる。
 - 8 前各項の規定に反する特約で申込者等に不利なものは、無効とする。

（訪問販売における契約の解除等に伴う損害賠償等の額の制限）

- 第十条 販売業者又は役務提供事業者は、第五条第一項各号のいずれかに該当する売買契約又は役務提供契約の締結をした場合において、その売買契約又はその役務提供契約が解除されたときは、損害賠償額の予定又は違約金の定めがあるときにおいても、次の各号に掲げる場合に依り当該各号に定める額にこれに対する法定利率による遅延損害金の額を加算した金額を超える額の金銭の支払を購入者又は役務の提供を受ける者に対して請求することができない。
- 一 当該商品又は当該権利が返還された場合 当該商品の通常の使用料の額又は当該権利の行使により通常得られる利益に相当する額（当該商品又は当該権利の販売価格に相当する額から当該商品又は当該権利の返還された時における価額を控除した額が通常の使用料の額又は当該権利の行使により通常得られる利益に相当する額を超えるときは、その額）
 - 二 当該商品又は当該権利が返還されない場合 当該商品又は当該権利の販売価格に相当する額
 - 三 当該役務提供契約の解除が当該役務の提供の開始後である場合 提供された当該役務の対価に相当する額
 - 四 当該契約の解除が当該商品の引渡し若しくは当該権利の移転又は当該役務の提供の開始前である場合 契約の締結及び履行のために通常要する費用の額
- 2 販売業者又は役務提供事業者は、第五条第一項各号のいずれかに該当する売買契約又は役務提供契約の締結をした場合において、その売買契約についての代金又はその役務提供契約についての対価の全部又は一部の支払の義務が履行されない場合（売買契約又は役務提供契約が解除された場合を除く。）には、損害賠償額の予定又は違約金の定めがあるときにおいても、当該商品若しくは当該権利の販売価格又は当該役務の対価に相当する額から既に支払われた当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の額を控除し

た額にこれに対する法定利率による遅延損害金の額を加算した金額を超える額の金銭の支払を購入者又は役務の提供を受ける者に対して請求することができない。

第三節 通信販売

(通信販売についての広告)

第十一条 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売をする場合の指定商品若しくは指定権利の販売条件又は指定役務の提供条件について広告をするときは、経済産業省令で定めるところにより、当該広告に、当該商品若しくは当該権利又は当該役務に関する次の事項を表示しなければならない。ただし、当該広告に、請求により、これらの事項を記載した書面を遅滞なく交付し、又はこれらの事項を記録した電磁的記録（電子的方式、磁気的方式その他の知覚によつては認識することができない方式で作られる記録であつて、電子計算機による情報処理の用に供されるものをいう。）を遅滞なく提供する旨の表示をする場合には、販売業者又は役務提供事業者は、経済産業省令で定めるところにより、これらの事項の一部を表示しないことができる。

一 商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価（販売価格に商品の送料が含まれない場合には、販売価格及び商品の送料）

二 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法

三 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期

四 商品の引渡し又は権利の移転後におけるその引取り又は返還についての特約に関する事項（その特約がない場合には、その旨）

五 前各号に掲げるもののほか、経済産業省令で定める事項

2 前項各号に掲げる事項のほか、販売業者又は役務提供事業者は、通信販売をする場合の指定商品若しくは指定権利の販売条件又は指定役務の提供条件について電磁的方法（電子情報処理組織を使用する方法その他の情報通信の技術を利用する方法であつて経済産業省令で定めるものをいう。以下同じ。）により広告をするとき（その相手方の求めに応じて広告をするとき、その他の経済産業省令で定めるときを除く。）は、経済産業省令で定めるところにより、当該広告に、その相手方が当該広告に係る販売業者又は役務提供事業者から電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思を表示するための方法を表示しなければならない。

(誇大広告等の禁止)

第十二条 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売をする場合の指定商品若しくは指定権利の販売条件又は指定役務の提供条件について広告をするときは、当該商品の性能又は当該権利若しくは当該役務の内容、当該商品の引渡し又は当該権利の移転後におけるその引取り又はその返還についての特約その他の経済産業省令で定める事項について、著しく事実に相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示をしてはならない。

(電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思の表示を受けている者に対する提供の禁止)

第十二条の二 販売業者又は役務提供事業者は、通信販売をする場合の指定商品若しくは指定権利の販売条件又は指定役務の提供条件について電磁的方法により広告をする場合において、その相手方から第十一条第二項の規定により電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思の表示を受けているときは、その者に対し、電磁的方法による広告の提供を行つてはならない。

(通信販売における承諾等の通知)

第十三条 販売業者又は役務提供事業者は、指定商品若しくは指定権利又は指定役務につき売買契約又は役務提供契約の申込みをした者から当該商品の引渡し若しくは当該権利の移転又は当該役務の提供に先立つて当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領することとする通信販売をする場合において、郵便等により当該商品若しくは当該権利又は当該役務につき売買契約又は役務提供契約の申込みを受け、かつ、当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領したとき

は、遅滞なく、経済産業省令で定めるところにより、その申込みを承諾する旨又は承諾しない旨（その受領前にその申込みを承諾する旨又は承諾しない旨をその申込みをした者に通知している場合には、その旨）その他の経済産業省令で定める事項をその者に書面により通知しなければならない。ただし、当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領した後遅滞なく当該商品を送付し、若しくは当該権利を移転し、又は当該役務を提供したときは、この限りでない。

2 販売業者又は役務提供事業者は、前項本文の規定による書面による通知に代えて、政令で定めるところにより、当該申込みをした者の承諾を得て、当該通知すべき事項を電磁的方法その他の経済産業省令で定める方法により提供することができる。この場合において、当該販売業者又は役務提供事業者は、当該書面による通知をしたものとみなす。

（指示）

第十四条 主務大臣は、販売業者又は役務提供事業者が第十一条から第十二条の二まで又は前条第一項の規定に違反し、又は顧客の意に反して売買契約若しくは役務提供契約の申込みをさせようとする行為として経済産業省令で定めるものをした場合において、通信販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

（業務の停止等）

第十五条 主務大臣は、販売業者若しくは役務提供事業者が第十一条から第十二条の二まで若しくは第十三条第一項の規定に違反した場合において通信販売に係る取引の公正及び購入者若しくは役務の提供を受ける者の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき、又は販売業者若しくは役務提供事業者が前条の規定による指示に従わないときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、一年以内の期間を限り、通信販売に関する業務の全部又は一部を停止すべきことを命ずることができる。

2 主務大臣は、前項の規定による命令をしたときは、その旨を公表しなければならない。

第四節 電話勧誘販売

（電話勧誘販売における氏名等の明示）

第十六条 販売業者又は役務提供事業者は、電話勧誘販売をしようとするときは、その相手方に対し、販売業者又は役務提供事業者の氏名又は名称及びその勧誘を行う者の氏名並びに商品若しくは権利又は役務の種類並びにその電話が売買契約又は役務提供契約の締結について勧誘をするためのものであることを告げなければならない。

（契約を締結しない旨の意思を表示した者に対する勧誘の禁止）

第十七条 販売業者又は役務提供事業者は、電話勧誘販売に係る売買契約又は役務提供契約を締結しない旨の意思を表示した者に対し、当該売買契約又は当該役務提供契約の締結について勧誘をしてはならない。

（電話勧誘販売における書面の交付）

第十八条 販売業者又は役務提供事業者は、電話勧誘行為により、電話勧誘顧客から指定商品若しくは指定権利につき当該売買契約の申込みを郵便等により受け、又は指定役務につき当該役務提供契約の申込みを郵便等により受けたときは、遅滞なく、経済産業省令で定めるところにより、次の事項についてその申込みの内容を記載した書面をその申込みをした者に交付しなければならない。ただし、その申込みを受けた際その売買契約又は役務提供契約を締結した場合においては、この限りでない。

- 一 商品若しくは権利の販売価格又は役務の対価
- 二 商品若しくは権利の代金又は役務の対価の支払の時期及び方法
- 三 商品の引渡時期若しくは権利の移転時期又は役務の提供時期
- 四 第二十四条第一項の規定による売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回又は

売買契約若しくは役務提供契約の解除に関する事項（同条第二項から第七項までの規定に関する事項を含む。）

五 前各号に掲げるもののほか、経済産業省令で定める事項

第十九条 販売業者又は役務提供事業者は、次の各号のいずれかに該当するときは、次に規定する場合を除き、遅滞なく、経済産業省令で定めるところにより、前条各号の事項（同条第四号の事項については、売買契約又は役務提供契約の解除に関する事項に限る。）についてその売買契約又は役務提供契約の内容を明らかにする書面を購入者又は役務の提供を受ける者に交付しなければならない。

一 電話勧誘行為により、電話勧誘顧客と指定商品若しくは指定権利につき当該売買契約を郵便等により締結したとき又は指定役務につき当該役務提供契約を郵便等により締結したとき。

二 電話勧誘行為により電話勧誘顧客から指定商品若しくは指定権利又は指定役務につき当該売買契約又は当該役務提供契約の申込みを郵便等により受け、その売買契約又は役務提供契約を締結したとき。

2 販売業者又は役務提供事業者は、前項第二号に該当する場合において、その売買契約又は役務提供契約を締結した際に、指定商品を引き渡し、若しくは指定権利を移転し、又は指定役務を提供し、かつ、指定商品若しくは指定権利の代金又は指定役務の対価の全部を受領したときは、直ちに、経済産業省令で定めるところにより、前条第一号の事項及び同条第四号の事項のうち売買契約又は役務提供契約の解除に関する事項その他経済産業省令で定める事項を記載した書面を購入者又は役務の提供を受ける者に交付しなければならない。

（電話勧誘販売における承諾等の通知）

第二十条 販売業者又は役務提供事業者は、指定商品若しくは指定権利又は指定役務につき売買契約又は役務提供契約の申込みをした者から当該商品の引渡し若しくは当該権利の移転又は当該役務の提供に先立つて当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領することとする電話勧誘販売をする場合において、郵便等により当該商品若しくは当該権利又は当該役務につき売買契約又は役務提供契約の申込みを受け、かつ、当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領したときは、遅滞なく、経済産業省令で定めるところにより、その申込みを承諾する旨又は承諾しない旨（その受領前にその申込みを承諾する旨又は承諾しない旨をその申込みをした者に通知している場合には、その旨）その他の経済産業省令で定める事項をその者に書面により通知しなければならない。ただし、当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の全部又は一部を受領した後遅滞なく当該商品を送付し、若しくは当該権利を移転し、又は当該役務を提供したときは、この限りでない。

（禁止行為）

第二十一条 販売業者又は役務提供事業者は、電話勧誘販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、又は電話勧誘販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、当該売買契約又は当該役務提供契約に関する事項であつて、電話勧誘顧客又は購入者若しくは役務の提供を受ける者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものにつき、不実のことを告げる行為をしてはならない。

2 販売業者又は役務提供事業者は、電話勧誘販売に係る売買契約若しくは役務提供契約を締結させ、又は電話勧誘販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、人を威迫して困惑させてはならない。

（指示）

第二十二条 主務大臣は、販売業者又は役務提供事業者が第十六条から前条までの規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、電話勧誘販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

一 電話勧誘販売に係る売買契約若しくは役務提供契約に基づく債務又は電話勧誘販売

に係る売買契約若しくは役務提供契約の解除によつて生ずる債務の全部又は一部の履行を拒否し、又は不当に遅延させること。

二 電話勧誘販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の締結について勧誘をするに際し、又は電話勧誘販売に係る売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回若しくは解除を妨げるため、当該売買契約又は当該役務提供契約に関する事項であつて、電話勧誘顧客又は購入者若しくは役務の提供を受ける者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものにつき、故意に事実を告げないこと。

三 前二号に掲げるもののほか、電話勧誘販売に関する行為であつて、電話勧誘販売に係る取引の公正及び購入者又は役務の提供を受ける者の利益を害するおそれがあるものとして経済産業省令で定めるもの。

(業務の停止等)

第二十三条 主務大臣は、販売業者若しくは役務提供事業者が第十六条から第二十一条までの規定に違反し若しくは前条各号に掲げる行為をした場合において電話勧誘販売に係る取引の公正及び購入者若しくは役務の提供を受ける者の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき、又は販売業者若しくは役務提供事業者が同条の規定による指示に従わないときは、その販売業者又は役務提供事業者に対し、一年以内の期間を限り、電話勧誘販売に関する業務の全部又は一部を停止すべきことを命ずることができる。

2 主務大臣は、前項の規定による命令をしたときは、その旨を公表しなければならない。

(電話勧誘販売における契約の申込みの撤回等)

第二十四条 販売業者若しくは役務提供事業者が電話勧誘行為により電話勧誘顧客から指定商品（その販売条件についての交渉が販売業者と購入者との間で相当の期間にわたり行われることが通常の取引の態様である商品として政令で定める指定商品を除く。以下この項において同じ。）若しくは指定権利若しくは指定役務につき当該売買契約若しくは当該役務提供契約の申込みを郵便等により受けた場合におけるその申込みをした者又は販売業者若しくは役務提供事業者が電話勧誘行為により電話勧誘顧客と指定商品若しくは指定権利若しくは指定役務につき当該売買契約若しくは当該役務提供契約を郵便等により締結した場合におけるその購入者若しくは役務の提供を受ける者（以下この条において「申込者等」という。）は、次に掲げる場合を除き、書面によりその売買契約若しくは役務提供契約の申込みの撤回又はその売買契約若しくは役務提供契約の解除（以下この条において「申込みの撤回等」という。）を行うことができる。

一 申込者等が第十九条の書面を受領した日（その日前に第十八条の書面を受領した場合にあつては、その書面を受領した日）から起算して八日を経過したとき。

二 申込者等が第十八条又は第十九条の書面を受領した場合において、指定商品でその使用若しくは一部の消費により価額が著しく減少するおそれがある商品として政令で定めるものを使用し又はその全部若しくは一部を消費したとき。

三 第十九条第二項に規定する場合において、当該売買契約に係る指定商品若しくは指定権利の代金又は当該役務提供契約に係る指定役務の対価の総額が政令で定める金額に満たないとき。

2 申込みの撤回等は、当該申込みの撤回等に係る書面を発した時に、その効力を生ずる。

3 申込みの撤回等があつた場合においては、販売業者又は役務提供事業者は、その申込みの撤回等に伴う損害賠償又は違約金の支払を請求することができない。

4 申込みの撤回等があつた場合において、その売買契約に係る商品の引渡し又は権利の移転が既にされているときは、その引取り又は返還に要する費用は、販売業者の負担とする。

5 役務提供事業者又は指定権利の販売業者は、役務提供契約又は指定権利の売買契約につき申込みの撤回等があつた場合には、既に当該役務提供契約に基づき役務が提供され又は当該権利の行使により施設が利用され若しくは役務が提供されたときにおいても、申込者等に対し、当該役務提供契約に係る役務の対価その他の金銭又は当該権利の行使により得られた利益に相当する金銭の支払を請求することができない。

6 役務提供事業者は、役務提供契約につき申込みの撤回等があつた場合において、当

該役務提供契約に関連して金銭を受領しているときは、申込者等に対し、速やかに、これを返還しなければならない。

7 役務提供契約又は指定権利の売買契約の申込者等は、その役務提供契約又は売買契約につき申込みの撤回等を行つた場合において、当該役務提供契約又は当該指定権利に係る役務の提供に伴い申込者等の土地又は建物その他の工作物の現状が変更されたときは、当該役務提供事業者又は当該指定権利の販売業者に対し、その原状回復に必要な措置を無償で講ずることを請求することができる。

8 前各項の規定に反する特約で申込者等に不利なものは、無効とする。

(電話勧誘販売における契約の解除等に伴う損害賠償等の額の制限)

第二十五条 販売業者又は役務提供事業者は、第十九条第一項各号のいずれかに該当する売買契約又は役務提供契約の締結をした場合において、その売買契約又はその役務提供契約が解除されたときは、損害賠償額の予定又は違約金の定めがあるときにおいても、次の各号に掲げる場合に応じ当該各号に定める額にこれに対する法定利率による遅延損害金の額を加算した金額を超える額の金銭の支払を購入者又は役務の提供を受ける者に対して請求することができない。

一 当該商品又は当該権利が返還された場合 当該商品の通常の使用料の額又は当該権利の行使により通常得られる利益に相当する額(当該商品又は当該権利の販売価格に相当する額から当該商品又は当該権利の返還された時における価額を控除した額が通常の使用料の額又は当該権利の行使により通常得られる利益に相当する額を超えるときは、その額)

二 当該商品又は当該権利が返還されない場合 当該商品又は当該権利の販売価格に相当する額

三 当該役務提供契約の解除が当該役務の提供の開始後である場合 提供された当該役務の対価に相当する額

四 当該契約の解除が当該商品の引渡し若しくは当該権利の移転又は当該役務の提供の開始前である場合 契約の締結及び履行のために通常要する費用の額

2 販売業者又は役務提供事業者は、第十九条第一項各号のいずれかに該当する売買契約又は役務提供契約の締結をした場合において、その売買契約についての代金又はその役務提供契約についての対価の全部又は一部の支払の義務が履行されない場合(売買契約又は役務提供契約が解除された場合を除く。)には、損害賠償額の予定又は違約金の定めがあるときにおいても、当該商品若しくは当該権利の販売価格又は当該役務の対価に相当する額から既に支払われた当該商品若しくは当該権利の代金又は当該役務の対価の額を控除した額にこれに対する法定利率による遅延損害金の額を加算した金額を超える額の金銭の支払を購入者又は役務の提供を受ける者に対して請求することができない。

第五節 雑則

(適用除外)

第二十六条 前三節の規定は、次の販売又は役務の提供で訪問販売、通信販売又は電話勧誘販売に該当するものについては、適用しない。

一 売買契約又は役務提供契約で、その申込みをした者が営業のために若しくは営業として締結するもの又は購入者若しくは役務の提供を受ける者が営業のために若しくは営業として締結するものに係る販売又は役務の提供

二 本邦外に在る者に対する商品若しくは権利の販売又は役務の提供

三 国又は地方公共団体が行う販売又は役務の提供

四 次の団体がその直接又は間接の構成員に対して行う販売又は役務の提供(その団体が構成員以外の者にその事業又は施設を利用させることができる場合には、これらの者に対して行う販売又は役務の提供を含む。)

イ 特別の法律に基づいて設立された組合並びにその連合会及び中央会

ロ 国家公務員法(昭和二十二年法律第二十号)第八十二条の二 又は地方公務員法(昭和二十五年法律第二百六十一号)第五十二条の団体

ハ 労働組合

五 事業者がその従業者に対して行う販売又は役務の提供

2 第四条から第十条までの規定は、次の訪問販売については、適用しない。

一 その住居において売買契約若しくは役務提供契約の申込みをし又は売買契約若しくは役務提供契約を締結することを請求した者に対して行う訪問販売

二 販売業者又は役務提供事業者がその営業所等以外の場所において指定商品若しくは指定権利若しくは指定役務につき売買契約若しくは役務提供契約の申込みを受け又は売買契約若しくは役務提供契約を締結することが通例であり、かつ、通常購入者又は役務の提供を受ける者の利益を損なうおそれがないと認められる取引の態様で政令で定めるものに該当する訪問販売

3 第十八条、第十九条及び第二十一条から前条までの規定は、次の電話勧誘販売については、適用しない。

一 売買契約若しくは役務提供契約の申込みをし又は売買契約若しくは役務提供契約を締結するために電話をかけることを請求した者（電話勧誘行為又は政令で定める行為によりこれを請求した者を除く。）に対して行う電話勧誘販売

二 販売業者又は役務提供事業者が電話勧誘行為により指定商品若しくは指定権利若しくは指定役務につき当該売買契約若しくは当該役務提供契約の申込みを郵便等により受け又は当該売買契約若しくは当該役務提供契約を郵便等により締結することが通例であり、かつ、通常購入者又は役務の提供を受ける者の利益を損なうおそれがないと認められる取引の態様で政令で定めるものに該当する電話勧誘販売

4 第十条の規定は、割賦販売法（昭和三十六年法律第百五十九号）第二条第一項に規定する割賦販売、同条第二項に規定するローン提携販売又は同条第三項に規定する割賦購入あつせんに係る販売（以下この条及び第五十条第二項において「割賦販売等」という。）で訪問販売に該当するものについては、適用しない。

5 第十一条第一項及び第十三条の規定は、割賦販売等で通信販売に該当するものについては、適用しない。

6 第二十条及び前条の規定は、割賦販売等で電話勧誘販売に該当するものについては、適用しない。

（訪問販売協会）

第二十七条 訪問販売を業として営む者は、訪問販売に係る取引を公正にし、並びに購入者及び役務の提供を受ける者の利益を保護するとともに、訪問販売の事業の健全な発展に資することを目的として、訪問販売を業として営む者を会員とし、その名称中に訪問販売協会という文字を用いる民法（明治二十九年法律第八十九号）第三十四条の規定による法人を設立することができる。

（名称の使用制限）

第二十八条 前条に規定する法人（以下「訪問販売協会」という。）でない者は、その名称中に訪問販売協会という文字を用いてはならない。

2 訪問販売協会に加入していない者は、その名称中に訪問販売協会会員という文字を用いてはならない。

（苦情の解決）

第二十九条 訪問販売協会は、購入者又は役務の提供を受ける者等から会員の営む訪問販売の業務に関する苦情について解決の申出があつたときは、その相談に応じ、申出人に必要な助言をし、その苦情に係る事情を調査するとともに、当該会員に対しその苦情の内容を通知してその迅速な処理を求めなければならない。

2 訪問販売協会は、前項の申出に係る苦情の解決について必要があると認めるときは、当該会員に対し、文書若しくは口頭による説明を求め、又は資料の提出を求めることができる。

3 会員は、訪問販売協会から前項の規定による求めがあつたときは、正当な理由がないのに、これを拒んではならない。

4 訪問販売協会は、第一項の申出、当該苦情に係る事情及びその解決の結果について会員に周知させなければならない。

（通信販売協会）

第三十条 通信販売を業として営む者は、通信販売に係る取引を公正にし、並びに購入者及び役務の提供を受ける者の利益を保護するとともに、通信販売の事業の健全な発展に資することを目的として、通信販売を業として営む者を会員とし、その名称中に通信販売協会という文字を用いる民法第三十四条の規定による法人を設立することができる。

(名称の使用制限)

第三十一条 前条に規定する法人(以下「通信販売協会」という。)でない者は、その名称中に通信販売協会という文字を用いてはならない。

2 通信販売協会に加入していない者は、その名称中に通信販売協会会員という文字を用いてはならない。

(苦情の解決)

第三十二条 通信販売協会は、購入者又は役務の提供を受ける者等から会員の営む通信販売の業務に関する苦情について解決の申出があつたときは、その相談に応じ、申出人に必要な助言をし、その苦情に係る事情を調査するとともに、当該会員に対しその苦情の内容を通知してその迅速な処理を求めなければならない。

2 通信販売協会は、前項の申出に係る苦情の解決について必要があると認めるときは、当該会員に対し、文書若しくは口頭による説明を求め、又は資料の提出を求めることができる。

3 会員は、通信販売協会から前項の規定による求めがあつたときは、正当な理由がないのに、これを拒んではならない。

4 通信販売協会は、第一項の申出、当該苦情に係る事情及びその解決の結果について会員に周知させなければならない。

第三章 連鎖販売取引

(定義)

第三十三条 この章並びに第六十六条第一項及び第六十七条第一項において「連鎖販売業」とは、物品(施設を利用し又は役務の提供を受ける権利を含む。以下同じ。)の販売(そのあつせんを含む。)又は有償で行う役務の提供(そのあつせんを含む。)の事業であつて、販売の目的物たる物品(以下この章において「商品」という。)の再販売(販売の相手方が商品を買ひ受けて販売することをいう。以下同じ。)、受託販売(販売の委託を受けて商品を販売することをいう。以下同じ。)若しくは販売のあつせんをする者又は同種役務の提供(その役務と同一の種類 of 役務の提供をすることをいう。以下同じ。)若しくはその役務の提供のあつせんをする者を特定利益(その商品の再販売、受託販売若しくは販売のあつせんをする他の者又は同種役務の提供若しくはその役務の提供のあつせんをする他の者が提供する取引料その他の経済産業省令で定める要件に該当する利益の全部又は一部をいう。以下この章において同じ。)を收受し得ることをもつて誘引し、その者と特定負担(その商品の購入若しくはその役務の対価の支払又は取引料の提供をいう。以下この章において同じ。)を伴うその商品の販売若しくはそのあつせん又は同種役務の提供若しくはその役務の提供のあつせんに係る取引(その取引条件の変更を含む。以下「連鎖販売取引」という。)をするものをいう。

2 この章並びに第六十六条第一項及び第六十七条第一項において「統括者」とは、連鎖販売業に係る商品に自己の商標を付し、若しくは連鎖販売業に係る役務の提供について自己の商号その他特定の表示を使用させ、連鎖販売取引に関する約款を定め、又は連鎖販売業を行う者の経営に関し継続的に指導を行う等一連の連鎖販売業を実質的に統括する者をいう。

3 この章において「取引料」とは、取引料、加盟料、保証金その他いかなる名義をもつてするかを問わず、取引をするに際し、又は取引条件を変更するに際し提供される金品をいう。

(禁止行為)

第三十四条 統括者又は統括者がその統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引について勧誘を行わせる者(以下「勧誘者」という。)は、その連鎖販売業に係る連鎖販売取

引についての契約（その連鎖販売業に係る商品の販売若しくはそのあつせん又は役務の提供若しくはそのあつせんを店舗その他これに類似する設備（以下「店舗等」という。）によらないで行う個人との契約に限る。以下この条において同じ。）の締結について勧誘をするに際し、又はその連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約の解除を妨げるため、次の事項につき、故意に事実を告げず、又は不実のことを告げる行為をしてはならない。

一 商品（施設を利用し及び役務の提供を受ける権利を除く。）の種類及びその性能若しくは品質又は施設を利用し若しくは役務の提供を受ける権利若しくは役務の種類及びこれらの内容に関する事項

二 当該連鎖販売取引に伴う特定負担に関する事項

三 当該契約の解除に関する事項（第四十条第一項から第三項までの規定に関する事項を含む。）

四 その連鎖販売業に係る特定利益に関する事項

五 前各号に掲げるもののほか、その連鎖販売業に関する事項であつて、連鎖販売取引の相手方の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの

2 連鎖販売業を行う者（統括者又は勧誘者以外の者であつて、連鎖販売業を行う者に限る。第三十七条及び第四十条を除き、以下同じ。）は、その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約の締結について勧誘をするに際し、又はその連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約の解除を妨げるため、前項各号の事項につき、不実のことを告げる行為をしてはならない。

3 統括者、勧誘者又は連鎖販売業を行う者は、その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約を締結させ、又はその連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約の解除を妨げるため、人を威迫して困惑させてはならない。

（連鎖販売取引についての広告）

第三十五条 統括者、勧誘者又は連鎖販売業を行う者は、その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引について広告をするときは、経済産業省令で定めるところにより、当該広告に、その連鎖販売業に関する次の事項を表示しなければならない。

一 商品又は役務の種類

二 当該連鎖販売取引に伴う特定負担に関する事項

三 その連鎖販売業に係る特定利益について広告をするときは、その計算の方法

四 前三号に掲げるもののほか、経済産業省令で定める事項

2 前項各号に掲げる事項のほか、統括者、勧誘者又は連鎖販売業を行う者は、その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引について電磁的方法により広告をするとき（その相手方の求めに応じて広告をするとき、その他の経済産業省令で定めるときを除く。）は、経済産業省令で定めるところにより、当該広告に、その相手方が当該広告に係る統括者、勧誘者又は連鎖販売業を行う者から電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思を表示するための方法を表示しなければならない。

（誇大広告等の禁止）

第三十六条 統括者、勧誘者又は連鎖販売業を行う者は、その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引について広告をするときは、その連鎖販売業に係る商品（施設を利用し及び役務の提供を受ける権利を除く。）の性能若しくは品質又は施設を利用し若しくは役務の提供を受ける権利若しくは役務の内容、当該連鎖販売取引に伴う特定負担、当該連鎖販売業に係る特定利益その他の経済産業省令で定める事項について、著しく事実に相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示をしてはならない。

（電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思の表示を受けている者に対する提供の禁止）

第三十六条の二 統括者、勧誘者又は連鎖販売業を行う者は、その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引について電磁的方法により広告をする場合において、その相手方から第三十五条第二項の規定により電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思の表示を受けているときは、その者に対し、電磁的方法による広告の

提供を行つてはならない。

(連鎖販売取引における書面の交付)

第三十七条 連鎖販売業を行う者（連鎖販売業を行う者以外の者がその連鎖販売業に係る連鎖販売取引に伴う特定負担についての契約を締結する者であるときは、その者）は、連鎖販売取引に伴う特定負担をしようとする者（その連鎖販売業に係る商品の販売若しくはそのあつせん又は役務の提供若しくはそのあつせんで店舗等によらないで行う個人に限る。）とその特定負担についての契約を締結しようとするときは、その契約を締結するまでに、経済産業省令で定めるところにより、その連鎖販売業の概要について記載した書面をその者に交付しなければならない。

2 連鎖販売業を行う者は、その連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約を締結した場合において、その契約の相手方がその連鎖販売業に係る商品の販売若しくはそのあつせん又は役務の提供若しくはそのあつせんで店舗等によらないで行う個人であるときは、遅滞なく、経済産業省令で定めるところにより、次の事項についてその契約の内容を明らかにする書面をその者に交付しなければならない。

一 商品（施設を利用し及び役務の提供を受ける権利を除く。）の種類及びその性能若しくは品質又は施設を利用し若しくは役務の提供を受ける権利若しくは役務の種類及びこれらの内容に関する事項

二 商品の再販売、受託販売若しくは販売のあつせん又は同種役務の提供若しくは役務の提供のあつせんについての条件に関する事項

三 当該連鎖販売取引に伴う特定負担に関する事項

四 当該契約の解除に関する事項（第四十条第一項から第三項までの規定に関する事項を含む。）

五 前各号に掲げるもののほか、経済産業省令で定める事項

(指示)

第三十八条 主務大臣は、統括者が第三十四条第一項若しくは第三項若しくは第三十五条から前条までの規定に違反し若しくは次に掲げる行為をした場合若しくは勧誘者が第三十四条第一項若しくは第三項若しくは第三十五条から第三十六条の二までの規定に違反し若しくは第二号から第四号までに掲げる行為をした場合において連鎖販売取引の公正及び連鎖販売取引の相手方の利益が害されるおそれがあると認めるときはその統括者に対し、勧誘者が第三十四条第一項若しくは第三項若しくは第三十五条から前条までの規定に違反し若しくは次に掲げる行為をした場合において連鎖販売取引の公正及び連鎖販売取引の相手方の利益が害されるおそれがあると認めるときはその勧誘者に対し、又は連鎖販売業を行う者が第三十四条第二項若しくは第三項若しくは第三十五条から前条までの規定に違反し若しくは次に掲げる行為をした場合において連鎖販売取引の公正及び連鎖販売取引の相手方の利益が害されるおそれがあると認めるときはその連鎖販売業を行う者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

一 その連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約に基づく債務又はその解除によつて生ずる債務の全部又は一部の履行を拒否し、又は不当に遅延させること。

二 その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引につき利益を生ずることが確実であると誤解させるべき断定的判断を提供してその連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約（その連鎖販売業に係る商品の販売若しくはそのあつせん又は役務の提供若しくはそのあつせんで店舗等によらないで行う個人との契約に限る。次号において同じ。）の締結について勧誘をすること。

三 その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約を締結しない旨の意思を表示している者に対し、当該契約の締結について迷惑を覚えさせるような仕方勧誘をすること。

四 前三号に掲げるもののほか、その統括者の統括する一連の連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約に関する行為であつて、連鎖販売取引の公正及び連鎖販売取引の相手方の利益を害するおそれがあるものとして経済産業省令で定めるもの。

(連鎖販売取引の停止等)

第三十九条 主務大臣は、統括者が第三十四条第一項若しくは第三項若しくは第三十五条

から第三十七条までの規定に違反し若しくは前条各号に掲げる行為をした場合若しくは勧誘者が第三十四条第一項若しくは第三項若しくは第三十五条から第三十六条の二までの規定に違反し若しくは前条第二号から第四号までに掲げる行為をした場合において連鎖販売取引の公正及び連鎖販売取引の相手方の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき若しくは統括者が同条の規定による指示に従わないときはその統括者に対し、勧誘者が第三十四条第一項若しくは第三項若しくは第三十五条から第三十七条までの規定に違反し若しくは前条各号に掲げる行為をした場合において連鎖販売取引の公正及び連鎖販売取引の相手方の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき若しくは勧誘者が同条の規定による指示に従わないときはその勧誘者に対し、又は連鎖販売業を行う者が第三十四条第二項若しくは第三項若しくは第三十五条から第三十七条までの規定に違反し若しくは前条各号に掲げる行為をした場合において連鎖販売取引の公正及び連鎖販売取引の相手方の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき若しくは連鎖販売業を行う者が同条の規定による指示に従わないときはその連鎖販売業を行う者に対し、一年以内の期間を限り、当該連鎖販売業に係る連鎖販売取引について勧誘を行い若しくは勧誘者に行わせることを停止し、又はその行う連鎖販売取引の全部若しくは一部を停止すべきことを命ずることができる。

2 主務大臣は、前項の規定による命令をしたときは、その旨を公表しなければならない。

(連鎖販売取引における契約の解除)

第四十条 連鎖販売業を行う者がその連鎖販売業に係る連鎖販売取引についての契約を締結した場合におけるその契約の相手方（その連鎖販売業に係る商品の販売若しくはそのあつせん又は役務の提供若しくはそのあつせんを店舗等によらないで行う個人に限る。）は、第三十七条第二項の書面を受領した日（その契約に係る特定負担が再販売をする商品（施設を利用し及び役務の提供を受ける権利を除く。以下この項において同じ。）の購入についてのものである場合において、その契約に基づき購入したその商品につき最初の引渡しを受けた日とその受領した日後であるときは、その引渡しを受けた日）から起算して二十日を経過したときを除き、書面によりその契約の解除を行うことができる。この場合において、その連鎖販売業を行う者は、その契約の解除に伴う損害賠償又は違約金の支払を請求することができない。

2 前項の契約の解除は、その契約の解除を行う旨の書面を発した時に、その効力を生ずる。

3 第一項の契約の解除があつた場合において、その契約に係る商品の引渡しが既にされているときは、その引取りに要する費用は、その連鎖販売業を行う者の負担とする。

4 前三項の規定に反する特約でその契約の相手方に不利なものは、無効とする。

第四章 特定継続的役務提供

(定義)

第四十一条 この章において「特定継続的役務提供」とは、次に掲げるものをいう。

一 役務提供事業者が、特定継続的役務をそれぞれの特定継続的役務ごとに政令で定める期間を超える期間にわたり提供することを約し、相手方がこれに応じて政令で定める金額を超える金銭を支払うことを約する契約（以下この章において「特定継続的役務提供契約」という。）を締結して行う特定継続的役務の提供

二 販売業者が、特定継続的役務の提供（前号の政令で定める期間を超える期間にわたり提供するものに限る。）を受ける権利を前号の政令で定める金額を超える金銭を受け取つて販売する契約（以下この章において「特定権利販売契約」という。）を締結して行う特定継続的役務の提供を受ける権利の販売

2 この章及び第六十七条第一項において「特定継続的役務」とは、国民の日常生活に係る取引において有償で継続的に提供される役務であつて、次の各号のいずれにも該当するものとして、政令で定めるものをいう。

一 役務の提供を受ける者の身体的美化又は知識若しくは技能の向上その他のその者の心身又は身上に関する目的を実現させることをもつて誘引が行われるもの

二 役務の性質上、前号に規定する目的が実現するかどうか確実でないもの

(特定継続的役務提供における書面の交付)

第四十二条 役務提供事業者又は販売業者は、特定継続的役務の提供を受けようとする者又は特定継続的役務の提供を受ける権利を購入しようとする者と特定継続的役務提供契約又は特定権利販売契約（以下この章において「特定継続的役務提供等契約」という。）を締結しようとするときは、当該特定継続的役務提供等契約を締結するまでに、経済産業省令で定めるところにより、当該特定継続的役務提供等契約の概要について記載した書面をその者に交付しなければならない。

2 役務提供事業者は、特定継続的役務提供契約を締結したときは、遅滞なく、経済産業省令で定めるところにより、次の事項について当該特定継続的役務提供契約の内容を明らかにする書面を当該特定継続的役務の提供を受ける者に交付しなければならない。

一 役務の内容であつて経済産業省令で定める事項及び当該役務の提供に際し当該役務の提供を受ける者が購入する必要がある商品がある場合にはその商品名

二 役務の対価その他の役務の提供を受ける者が支払わなければならない金銭の額

三 前号に掲げる金銭の支払の時期及び方法

四 役務の提供期間

五 第四十八条第一項の規定による特定継続的役務提供契約の解除に関する事項（同条第二項から第七項までの規定に関する事項を含む。）

六 第四十九条第一項の規定による特定継続的役務提供契約の解除に関する事項（同条第二項、第五項及び第六項の規定に関する事項を含む。）

七 前各号に掲げるもののほか、経済産業省令で定める事項

3 販売業者は、特定権利販売契約を締結したときは、遅滞なく、経済産業省令で定めるところにより、次の事項について当該特定権利販売契約の内容を明らかにする書面を当該特定継続的役務の提供を受ける権利の購入者に交付しなければならない。

一 権利の内容であつて経済産業省令で定める事項及び当該権利の行使による役務の提供に際し当該特定継続的役務の提供を受ける権利の購入者が購入する必要がある場合にはその商品名

二 権利の販売価格その他の当該特定継続的役務の提供を受ける権利の購入者が支払わなければならない金銭の額

三 前号に掲げる金銭の支払の時期及び方法

四 権利の行使により受けることができる役務の提供期間

五 第四十八条第一項の規定による特定権利販売契約の解除に関する事項（同条第二項から第七項までの規定に関する事項を含む。）

六 第四十九条第三項の規定による特定権利販売契約の解除に関する事項（同条第四項から第六項までの規定に関する事項を含む。）

七 前各号に掲げるもののほか、経済産業省令で定める事項

(誇大広告等の禁止)

第四十三条 役務提供事業者又は販売業者は、特定継続的役務提供をする場合の特定継続的役務の提供条件又は特定継続的役務の提供を受ける権利の販売条件について広告をするときは、当該特定継続的役務の内容又は効果その他の経済産業省令で定める事項について、著しく事実と相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示をしてはならない。

(禁止行為)

第四十四条 役務提供事業者又は販売業者は、特定継続的役務提供等契約の締結について勧誘をするに際し、又は特定継続的役務提供等契約の解除を妨げるため、当該特定継続的役務提供等契約に関する事項であつて、顧客又は特定継続的役務の提供を受ける者若しくは特定継続的役務の提供を受ける権利の購入者の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものにつき、不実のことを告げる行為をしてはならない。

2 役務提供事業者又は販売業者は、特定継続的役務提供等契約を締結させ、又は特定継続的役務提供等契約の解除を妨げるため、人を威迫して困惑させてはならない。

(書類の備付け及び閲覧等)

第四十五条 役務提供事業者又は販売業者は、特定継続的役務提供に係る前払取引（特定

継続的役務提供に先立つてその相手方から政令で定める金額を超える金銭を受領する特定継続的役務提供に係る取引をいう。次項において同じ。)を行うときは、経済産業省令で定めるところにより、その業務及び財産の状況を記載した書類を、特定継続的役務提供等契約に関する業務を行う事務所に備え置かなければならない。

2 特定継続的役務提供に係る前払取引の相手方は、前項に規定する書類の閲覧を求め、又は前項の役務提供事業者若しくは販売業者の定める費用を支払ってその謄本若しくは抄本の交付を求めることができる。

(指示)

第四十六条 主務大臣は、役務提供事業者又は販売業者が第四十二条から前条までの規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、特定継続的役務提供に係る取引の公正及び特定継続的役務提供契約を締結して特定継続的役務の提供を受ける者又は特定権利販売契約を締結して特定継続的役務の提供を受ける権利を購入する者(以下この章において「特定継続的役務提供受領者等」という。)の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その役務提供事業者又は販売業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

一 特定継続的役務提供等契約に基づく債務又は特定継続的役務提供等契約の解除によつて生ずる債務の全部又は一部の履行を拒否し、又は不当に遅延させること。

二 特定継続的役務提供等契約の締結について勧誘をするに際し、又は特定継続的役務提供等契約の解除を妨げるため、当該特定継続的役務提供等契約に関する事項であつて、顧客又は特定継続的役務提供受領者等の判断に影響を及ぼすこととなる重要なものにつき、故意に事実を告げないこと。

三 前二号に掲げるもののほか、特定継続的役務提供に関する行為であつて、特定継続的役務提供に係る取引の公正及び特定継続的役務提供受領者等の利益を害するおそれがあるものとして経済産業省令で定めるもの

(業務の停止等)

第四十七条 主務大臣は、役務提供事業者又は販売業者が第四十二条から第四十五条までの規定に違反し若しくは前条各号に掲げる行為をした場合において特定継続的役務提供に係る取引の公正及び特定継続的役務提供受領者等の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき、又は役務提供事業者若しくは販売業者が同条の規定による指示に従わないときは、その役務提供事業者又は販売業者に対し、一年以内の期間を限り、特定継続的役務提供に関する業務の全部又は一部を停止すべきことを命ずることができる。

2 主務大臣は、前項の規定による命令をしたときは、その旨を公表しなければならない。

(特定継続的役務提供等契約の解除等)

第四十八条 役務提供事業者又は販売業者が特定継続的役務提供等契約を締結した場合におけるその特定継続的役務提供受領者等は、第四十二条第二項又は第三項の書面を受領した日から起算して八日を経過したときを除き、書面によりその特定継続的役務提供等契約の解除を行うことができる。

2 前項の規定による特定継続的役務提供等契約の解除があつた場合において、役務提供事業者又は販売業者が特定継続的役務の提供に際し特定継続的役務提供受領者等が購入する必要のある商品として政令で定める商品(以下この章において「関連商品」という。)の販売又はその代理若しくは媒介を行つている場合には、当該商品の販売に係る契約(以下この条及び次条において「関連商品販売契約」という。)についても、前項と同様とする。ただし、特定継続的役務提供受領者等が第四十二条第二項又は第三項の書面を受領した場合において、関連商品であつてその使用若しくは一部の消費により価格が著しく減少するおそれがある商品として政令で定めるものを使用し又はその全部若しくは一部を消費したときは、この限りでない。

3 前二項の規定による特定継続的役務提供等契約の解除及び関連商品販売契約の解除は、それぞれ当該解除を行う旨の書面を發した時に、その効力を生ずる。

4 第一項の規定による特定継続的役務提供等契約の解除又は第二項の規定による関連商品販売契約の解除があつた場合においては、役務提供事業者若しくは販売業者又は関連

商品の販売を行つた者は、当該解除に伴う損害賠償若しくは違約金の支払を請求することができない。

5 第一項の規定による特定権利販売契約の解除又は第二項の規定による関連商品販売契約の解除があつた場合において、その特定権利販売契約又は関連商品販売契約に係る権利の移転又は関連商品の引渡しに既にされているときは、その返還又は引取りに要する費用は、販売業者又は関連商品の販売を行つた者の負担とする。

6 役務提供事業者又は販売業者は、第一項の規定による特定継続的役務提供等契約の解除があつた場合には、既に当該特定継続的役務提供等契約に基づき特定継続的役務提供が行われたときにおいても、特定継続的役務提供受領者等に対し、当該特定継続的役務提供等契約に係る特定継続的役務の対価その他の金銭の支払を請求することができない。

7 役務提供事業者は、第一項の規定による特定継続的役務提供契約の解除があつた場合において、当該特定継続的役務提供契約に関連して金銭を受領しているときは、特定継続的役務の提供を受ける者に対し、速やかに、これを返還しなければならない。

8 前各項の規定に反する特約で特定継続的役務提供受領者等に不利なものは、無効とする。

第四十九条 役務提供事業者が特定継続的役務提供契約を締結した場合におけるその特定継続的役務の提供を受ける者は、第四十二条第二項の書面を受領した日から起算して八日を経過した後においては、将来に向かつてその特定継続的役務提供契約の解除を行うことができる。

2 役務提供事業者は、前項の規定により特定継続的役務提供契約が解除されたときは、損害賠償額の予定又は違約金の定めがあるときにおいても、次の各号に掲げる場合に依り当該各号に定める額にこれに対する法定利率による遅延損害金の額を加算した金額を超える額の金銭の支払を特定継続的役務の提供を受ける者に対して請求することができない。

一 当該特定継続的役務提供契約の解除が特定継続的役務の提供開始後である場合 次の額を合算した額

イ 提供された特定継続的役務の対価に相当する額

ロ 当該特定継続的役務提供契約の解除によつて通常生ずる損害の額として第四十一条第二項の政令で定める役務ごとに政令で定める額

二 当該特定継続的役務提供契約の解除が特定継続的役務の提供開始前である場合 契約の締結及び履行のために通常要する費用の額として第四十一条第二項の政令で定める役務ごとに政令で定める額

3 販売業者が特定権利販売契約を締結した場合におけるその特定継続的役務の提供を受ける権利の購入者は、第四十二条第三項の書面を受領した日から起算して八日を経過した後においては、その特定権利販売契約の解除を行うことができる。

4 販売業者は、前項の規定により特定権利販売契約が解除されたときは、損害賠償額の予定又は違約金の定めがあるときにおいても、次の各号に掲げる場合に依り当該各号に定める額にこれに対する法定利率による遅延損害金の額を加算した金額を超える額の金銭の支払を特定継続的役務の提供を受ける権利の購入者に対して請求することができない。

一 当該権利が返還された場合 当該権利の行使により通常得られる利益に相当する額（当該権利の販売価格に相当する額から当該権利の返還されたときにおける価格を控除した額が当該権利の行使により通常得られる利益に相当する額を超えるときは、その額）

二 当該権利が返還されない場合 当該権利の販売価格に相当する額

三 当該契約の解除が当該権利の移転前である場合 契約の締結及び履行のために通常要する費用の額

5 第一項又は第三項の規定により特定継続的役務提供等契約が解除された場合であつて、役務提供事業者又は販売業者が特定継続的役務提供受領者等に対し、関連商品の販売又はその代理若しくは媒介を行つている場合には、特定継続的役務提供受領者等は当該関連商品販売契約の解除を行うことができる。

6 関連商品の販売を行つた者は、前項の規定により関連商品販売契約が解除されたときは、損害賠償額の予定又は違約金の定めがあるときにおいても、次の各号に掲げる場合に依り当該各号に定める額にこれに対する法定利率による遅延損害金の額を加算した金額を超える額の金銭の支払を特定継続的役務提供受領者等に対して請求することができな

- い。
- 一 当該関連商品が返還された場合 当該関連商品の通常の使用料に相当する額（当該関連商品の販売価格に相当する額から当該関連商品の返還されたときにおける価格を控除した額が通常の使用料に相当する額を超えるときは、その額）
 - 二 当該関連商品が返還されない場合 当該関連商品の販売価格に相当する額
 - 三 当該契約の解除が当該関連商品の引渡し前である場合 契約の締結及び履行のために通常要する費用の額
 - 七 前各項の規定に反する特約で特定継続的役務提供受領者等に不利なものは、無効とする。

（適用除外）

第五十条 この章の規定は、次の特定継続的役務提供については、適用しない。

- 一 特定継続的役務提供等契約で、特定継続的役務提供受領者等が営業のために又は営業として締結するものに係る特定継続的役務提供
- 二 本邦外に在る者に対する特定継続的役務提供
- 三 国又は地方公共団体が行う特定継続的役務提供
- 四 次の団体がその直接又は間接の構成員に対して行う特定継続的役務提供（その団体が構成員以外の者にその事業又は施設を利用させることができる場合には、これらの者に対して行う特定継続的役務提供を含む。）
 - イ 特別の法律に基づいて設立された組合並びにその連合会及び中央会
 - ロ 国家公務員法第百八条の二 又は地方公務員法第五十二条 の団体
 - ハ 労働組合
- 五 事業者がその従業者に対して行う特定継続的役務提供
- 六 第四十九条第二項、第四項及び第六項の規定は、特定継続的役務又は関連商品を割賦販売等により提供又は販売するものについては、適用しない。

第五章 業務提供誘引販売取引

（定義）

第五十一条 この章並びに第六十六条第一項及び第六十七条第一項において「業務提供誘引販売業」とは、物品の販売（そのあつせんを含む。）又は有償で行う役務の提供（そのあつせんを含む。）の事業であつて、その販売の目的物たる物品（以下この章において「商品」という。）又はその提供される役務を利用する業務（その商品の販売若しくはそのあつせん又はその役務の提供若しくはそのあつせんを行う者が自ら提供を行い、又はあつせんを行うものに限る。）に従事することにより得られる利益（以下この章において「業務提供利益」という。）を收受し得ることをもつて相手方を誘引し、その者と特定負担（その商品の購入若しくはその役務の対価の支払又は取引料の提供をいう。以下この章において同じ。）を伴うその商品の販売若しくはそのあつせん又はその役務の提供若しくはそのあつせんに係る取引（その取引条件の変更を含む。以下「業務提供誘引販売取引」という。）をするものをいう。

２ この章において「取引料」とは、取引料、登録料、保証金その他いかなる名義をもつてするかを問わず、取引をするに際し、又は取引条件を変更するに際し提供される金品をいう。

（禁止行為）

第五十二条 業務提供誘引販売業を行う者は、その業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引についての契約（その業務提供誘引販売業に関して提供され、又はあつせんされる業務を事業所その他これに類似する施設（以下「事業所等」という。）によらないで行う個人との契約に限る。以下この条において同じ。）の締結について勧誘をするに際し、又はその業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引についての契約の解除を妨げるため、次の事項につき、故意に事実を告げず、又は不実のことを告げる行為をしてはならない。

- 一 商品（施設を利用し及び役務の提供を受ける権利を除く。）の種類及びその性能若しくは品質又は施設を利用し若しくは役務の提供を受ける権利若しくは役務の種類及びこれ

らの内容に関する事項

二 当該業務提供誘引販売取引に伴う特定負担に関する事項
三 当該契約の解除に関する事項（第五十八条第一項から第三項までの規定に関する事項を含む。）

四 その業務提供誘引販売業に係る業務提供利益に関する事項

五 前各号に掲げるもののほか、その業務提供誘引販売業に関する事項であつて、業務提供誘引販売取引の相手方の判断に影響を及ぼすこととなる重要なもの

2 業務提供誘引販売業を行う者は、その業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引についての契約を締結させ、又はその業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引についての契約の解除を妨げるため、人を威迫して困惑させてはならない。

（業務提供誘引販売取引についての広告）

第五十三条 業務提供誘引販売業を行う者は、その業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引について広告をするときは、経済産業省令で定めるところにより、当該広告に、その業務提供誘引販売業に関する次の事項を表示しなければならない。

一 商品又は役務の種類

二 当該業務提供誘引販売取引に伴う特定負担に関する事項

三 その業務提供誘引販売業に関して提供し、又はあつせんする業務について広告をするときは、その業務の提供条件

四 前三号に掲げるもののほか、経済産業省令で定める事項

2 前項各号に掲げる事項のほか、業務提供誘引販売業を行う者は、その業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引について電磁的方法により広告をするとき（その相手方の求めに応じて広告をするとき、その他の経済産業省令で定めるときを除く。）は、経済産業省令で定めるところにより、当該広告に、その相手方が当該広告に係る業務提供誘引販売業を行う者から電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思を表示するための方法を表示しなければならない。

（誇大広告等の禁止）

第五十四条 業務提供誘引販売業を行う者は、その業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引について広告をするときは、当該業務提供誘引販売取引に伴う特定負担、当該業務提供誘引販売業に係る業務提供利益その他の経済産業省令で定める事項について、著しく事実に相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示をしてはならない。

（電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思の表示を受けている者に対する提供の禁止）

第五十四条の二 業務提供誘引販売業を行う者は、その業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引について電磁的方法により広告をする場合において、その相手方から第五十三条第二項の規定により電磁的方法による広告の提供を受けることを希望しない旨の意思の表示を受けているときは、その者に対し、電磁的方法による広告の提供を行つてはならない。

（業務提供誘引販売取引における書面の交付）

第五十五条 業務提供誘引販売業を行う者は、その業務提供誘引販売取引に伴う特定負担をしようとする者（その業務提供誘引販売業に関して提供され、又はあつせんされる業務を事業所等によらないで行う個人に限る。）とその特定負担についての契約を締結しようとするときは、その契約を締結するまでに、経済産業省令で定めるところにより、その業務提供誘引販売業の概要について記載した書面をその者に交付しなければならない。

2 業務提供誘引販売業を行う者は、その業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引についての契約を締結した場合において、その契約の相手方がその業務提供誘引販売業に関して提供され、又はあつせんされる業務を事業所等によらないで行う個人であるときは、遅滞なく、経済産業省令で定めるところにより、次の事項についてその契約の内容を明らかにする書面をその者に交付しなければならない。

一 商品（施設を利用し及び役務の提供を受ける権利を除く。）の種類及びその性能若し

- くは品質又は施設を利用し若しくは役務の提供を受ける権利若しくは役務の種類及びこれらの内容に関する事項
- 二 商品若しくは提供される役務を利用する業務の提供又はあつせんについての条件に関する事項
 - 三 当該業務提供誘引販売取引に伴う特定負担に関する事項
 - 四 当該契約の解除に関する事項（第五十八条第一項から第三項までの規定に関する事項を含む。）
 - 五 前各号に掲げるもののほか、経済産業省令で定める事項

（指示）

第五十六条 主務大臣は、業務提供誘引販売業を行う者が第五十二条から前条までの規定に違反し、又は次に掲げる行為をした場合において、業務提供誘引販売取引の公正及び業務提供誘引販売取引の相手方の利益が害されるおそれがあると認めるときは、その業務提供誘引販売業を行う者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

一 その業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引についての契約に基づく債務又はその解除によつて生ずる債務の全部又は一部の履行を拒否し、又は不当に遅延させること。

二 その業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引につき利益を生ずることが確実であると誤解させるべき断定的判断を提供してその業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引についての契約（その業務提供誘引販売業に関して提供され、又はあつせんされる業務を事業所等によらないで行う個人との契約に限る。次号において同じ。）の締結について勧誘をすること。

三 その業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引についての契約を締結しない旨の意思を表示している者に対し、当該契約の締結について迷惑を覚えさせるような仕方での勧誘をすること。

四 前三号に掲げるもののほか、その業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引についての契約に関する行為であつて、業務提供誘引販売取引の公正及び業務提供誘引販売取引の相手方の利益を害するおそれがあるものとして経済産業省令で定めるもの。

（業務提供誘引販売取引の停止等）

第五十七条 主務大臣は、業務提供誘引販売業を行う者が第五十二条から第五十五条までの規定に違反し若しくは前条各号に掲げる行為をした場合において業務提供誘引販売取引の公正及び業務提供誘引販売取引の相手方の利益が著しく害されるおそれがあると認めるとき、又は業務提供誘引販売業を行う者が同条の規定による指示に従わないときは、その業務提供誘引販売業を行う者に対し、一年以内の期間を限り、当該業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引の全部又は一部を停止すべきことを命ずることができる。

2 主務大臣は、前項の規定による命令をしたときは、その旨を公表しなければならない。

（業務提供誘引販売取引における契約の解除）

第五十八条 業務提供誘引販売業を行う者がその業務提供誘引販売業に係る業務提供誘引販売取引についての契約を締結した場合におけるその契約の相手方（その業務提供誘引販売業に関して提供され、又はあつせんされる業務を事業所等によらないで行う個人に限る。）は、第五十五条第二項の書面を受領した日から起算して二十日を経過したときを除き、書面によりその契約の解除を行うことができる。この場合において、その業務提供誘引販売業を行う者は、その契約の解除に伴う損害賠償又は違約金の支払を請求することができない。

2 前項の契約の解除は、その契約の解除を行う旨の書面を発した時に、その効力を生ずる。

3 第一項の契約の解除があつた場合において、その契約に係る商品の引渡しに既にされているときは、その引取りに要する費用は、その業務提供誘引販売業を行う者の負担とする。

4 前三項の規定に反する特約でその契約の相手方に不利なものは、無効とする。

第六章 雑則

(売買契約に基づかないで送付された商品)

第五十九条 販売業者は、売買契約の申込みを受けた場合におけるその申込みをした者及び売買契約を締結した場合におけるその購入者（以下この項において「申込者等」という。）以外の者に対して売買契約の申込みをし、かつ、その申込みに係る商品を送付した場合又は申込者等に対してその売買契約に係る商品以外の商品につき売買契約の申込みをし、かつ、その申込みに係る商品を送付した場合において、その商品の送付があつた日から起算して十四日を経過する日（その日が、その商品の送付を受けた者が販売業者に対してその商品の引取りの請求をした場合におけるその請求の日から起算して七日を経過する日後であるときは、その七日を経過する日）までに、その商品の送付を受けた者がその申込みにつき承諾をせず、かつ、販売業者がその商品の引取りをしないときは、その送付した商品の返還を請求することができない。

2 前項の規定は、その商品の送付を受けた者のために商行為となる売買契約の申込みについては、適用しない。

(主務大臣に対する申出)

第六十条 何人も、特定商取引の公正及び購入者等の利益が害されるおそれがあると認めるときは、主務大臣に対し、その旨を申し出て、適当な措置をとるべきことを求めることができる。

2 主務大臣は、前項の規定による申出があつたときは、必要な調査を行い、その申出の内容が事実であると認めるときは、この法律に基づく措置その他適当な措置をとらなければならない。

(指定法人)

第六十一条 主務大臣は、主務省令で定めるところにより、民法第三十四条の規定による法人であつて、次項に規定する業務（以下この項及び第六十六条第二項において「特定商取引適正化業務」という。）を適正かつ確実に行うことができると認められるものを、その申請により、特定商取引適正化業務を行う者（以下「指定法人」という。）として指定することができる。

2 指定法人は、次に掲げる業務を行うものとする。

一 前条第一項の規定による主務大臣に対する申出をしようとする者に対し指導又は助言を行うこと。

二 主務大臣から求められた場合において、前条第二項の申出に係る事実関係につき調査を行うこと。

三 特定商取引に関する情報又は資料を収集し、及び提供すること。

四 特定商取引に関する苦情処理又は相談に係る業務を担当する者を養成すること。

(改善命令)

第六十二条 主務大臣は、指定法人の前条第二項に規定する業務の運営に関し改善が必要であると認めるときは、その指定法人に対し、その改善に必要な措置を講ずべきことを命ずることができる。

(指定の取消し)

第六十三条 主務大臣は、指定法人が前条の規定による命令に違反したときは、その指定を取り消すことができる。

(消費経済審議会への諮問)

第六十四条 主務大臣は、第二条第四項、第九条第一項（第三号を除く。）、第二十四条第一項（第三号を除く。）、第二十六条第二項第二号若しくは第三項第二号、第四十一条第一項第一号（期間に係るものに限る。）若しくは第二項又は第四十八条第二項の政令の制定又は改廃の立案をしようとするときは、消費経済審議会に諮問しなければならない。

2 経済産業大臣は、第二条第一項第二号若しくは第三項、第九条第一項第三号、第二

第十四条第一項第三号、第二十六条第三項第一号、第四十一条第一項第一号（金額に係るものに限る。）又は第四十九条第二項第一号口若しくは第二号の政令の制定又は改廃の立案をしようとするときは、消費経済審議会に諮問しなければならない。

（経過措置）

第六十五条 この法律の規定に基づき命令を制定し、又は改廃する場合においては、その命令で、その制定又は改廃に伴い合理的に必要と判断される範囲内において、所要の経過措置（罰則に関する経過措置を含む。）を定めることができる。

（報告及び立入検査）

第六十六条 主務大臣は、この法律を施行するため必要があると認めるときは、政令で定めるところにより販売業者、役務提供事業者、統括者、勧誘者、連鎖販売業を行う者若しくは業務提供誘引販売業を行う者に対し報告をさせ、又はその職員に、販売業者、役務提供事業者、統括者、勧誘者、連鎖販売業を行う者若しくは業務提供誘引販売業を行う者の店舗その他の事業所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を検査させることができる。

2 主務大臣は、特定商取引適正化業務の適正な運営を確保するために必要な限度において、指定法人に対し、特定商取引適正化業務若しくは資産の状況に関し必要な報告をさせ、又はその職員に、指定法人の事務所に立ち入り、特定商取引適正化業務の状況若しくは帳簿、書類その他の物件を検査させることができる。

3 前二項の規定により立入検査をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係人に提示しなければならない。

4 第一項又は第二項の規定による立入検査の権限は、犯罪捜査のために認められたものと解釈してはならない。

（主務大臣等）

第六十七条 この法律における主務大臣は、次のとおりとする。

一 指定商品に係る販売業者に関する事項、商品に係る一連の連鎖販売業の統括者、勧誘者及び連鎖販売業を行う者に関する事項並びに商品に係る業務提供誘引販売業を行う者に関する事項については、経済産業大臣及び当該商品の流通を所掌する大臣

二 指定権利に係る販売業者に関する事項、施設を利用し又は役務の提供を受ける権利に係る一連の連鎖販売業の統括者、勧誘者及び連鎖販売業を行う者に関する事項、特定継続的役務の提供を受ける権利に係る販売業者に関する事項並びに施設を利用し又は役務の提供を受ける権利に係る業務提供誘引販売業を行う者に関する事項については、経済産業大臣及び当該権利に係る施設又は役務の提供を行う事業を所管する大臣

三 指定役務に係る役務提供事業者に関する事項、役務に係る一連の連鎖販売業の統括者、勧誘者及び連鎖販売業を行う者に関する事項、特定継続的役務に係る役務提供事業者に関する事項並びに役務に係る業務提供誘引販売業を行う者に関する事項については、経済産業大臣及び当該役務の提供を行う事業を所管する大臣

四 指定法人に関する事項については、経済産業大臣並びに指定商品の流通を所掌する大臣、指定権利に係る施設又は役務の提供を行う事業を所管する大臣、指定役務の提供を行う事業を所管する大臣及び特定継続的役務の提供を行う事業を所管する大臣

五 第六十四条第一項の規定による消費経済審議会への諮問に関する事項については、経済産業大臣及び当該商品の流通を所掌する大臣、当該権利に係る施設若しくは役務の提供を行う事業を所管する大臣又は当該役務の提供を行う事業を所管する大臣

2 この法律における主務省令は、前項第四号に定める主務大臣の発する命令とする。

（都道府県が処理する事務）

第六十八条 この法律に規定する主務大臣の権限に属する事務の一部は、政令で定めるところにより、都道府県知事が行うこととすることができる。

（権限の委任）

第六十九条 この法律により主務大臣の権限に属する事項は、政令で定めるところにより、地方支分部局の長に行わせることができる。

第七章 罰則

第七十条 次の各号のいずれかに該当する者は、二年以下の懲役又は三百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

- 一 第六条、第二十一条、第三十四条、第四十四条又は第五十二条の規定に違反した者
- 二 第八条第一項、第十五条第一項、第二十三条第一項、第三十九条第一項、第四十七条第一項又は第五十七条第一項の規定による命令に違反した者

第七十一条 第三十七条又は第五十五条の規定に違反して、書面を交付せず、又は同条に規定する事項が記載されていない書面若しくは虚偽の記載のある書面を交付した者は、六月以下の懲役又は百万円以下の罰金に処し、又はこれを併科する。

第七十二条 次の各号のいずれかに該当する者は、百万円以下の罰金に処する。

- 一 第四条、第五条、第十八条、第十九条又は第四十二条の規定に違反して、書面を交付せず、又はこれらの規定に規定する事項が記載されていない書面若しくは虚偽の記載のある書面を交付した者
- 二 第七条、第十四条、第二十二条、第三十八条、第四十六条又は第五十六条の規定による指示に違反した者
- 三 第十二条、第三十六条、第四十三条又は第五十四条の規定に違反して、著しく事実に相違する表示をし、又は実際のものよりも著しく優良であり、若しくは有利であると人を誤認させるような表示をした者
- 四 第十三条第一項又は第二十条の規定に違反して通知しなかつた者
- 五 第三十五条第一項又は第五十三条第一項の規定に違反して表示しなかつた者
- 六 第四十五条第一項の規定に違反して、同項に定める書類を備え置かず、又はこれに不正の記載をした者
- 七 第四十五条第二項の規定に違反して、正当な理由がないのに、書類の閲覧又は謄本若しくは抄本の交付を拒んだ者
- 八 第六十六条第一項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による検査を拒み、妨げ、若しくは忌避した者

第七十三条 次の各号のいずれかに該当する者は、三十万円以下の罰金に処する。

- 一 第二十八条第二項又は第三十一条第二項の規定に違反して、その名称中に訪問販売協会会員又は通信販売協会会員という文字を用いた者
- 二 第六十六条第二項の規定による報告をせず、若しくは虚偽の報告をし、又は同項の規定による検査を拒み、妨げ、若しくは忌避した者

第七十四条 法人の代表者又は法人若しくは人の代理人、使用人その他の従業者が、その法人又は人の業務に関し、次の各号に掲げる規定の違反行為をしたときは、行為者を罰するほか、その法人に対して当該各号で定める罰金刑を、その人に対して各本条の罰金刑を科する。

- 一 第七十条第二号 三億円以下の罰金刑
- 二 第七十条第一号又は前三条 各本条の罰金刑

第七十五条 第二十八条第一項又は第三十一条第一項の規定に違反して、その名称中に訪問販売協会又は通信販売協会という文字を用いた者は、十万円以下の過料に処する。

附則 抄

(施行期日)

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月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。ただし、第十九条、第二十一条第二号、附則第三条及び附則第四条の規定は、公布の日から施行する。

(経過措置)

第二条 第四条及び第九条の規定は、この法律の施行前に販売業者が受けた売買契約の申込みについては、適用しない。

2 第五条第一項から第三項まで及び第七条の規定は、この法律の施行前に締結された売買契約については、適用しない。

3 第六条の規定は、この法律の施行前に販売業者が受けた売買契約の申込み若しくはその申込みに係る売買契約がこの法律の施行後に締結された場合におけるその売買契約又はこの法律の施行前に締結された売買契約については、適用しない。

4 第十五条第二項及び第十六条の規定は、この法律の施行前に第十一条第一項に規定する連鎖販売業に相当する事業を行う者が締結した同項に規定する連鎖販売取引に相当する取引についての契約については、適用しない。

5 この法律の施行前に販売業者が行った商品の送付についての第十八条の規定の適用については、同条第一項中「その商品の送付があつた日」とあるのは、「この法律の施行の日」とする。

附則 (昭和五九年六月二日法律第四九号) 抄

(施行期日)

1 この法律は、公布の日から起算して六月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。

(訪問販売等に関する法律の一部改正に伴う経過措置)

12 この法律の施行前に締結した売買契約又はこの法律の施行前に販売業者が受けた売買契約の申込み若しくはこの法律の施行後当該申込みに係る売買契約が締結された場合における当該売買契約については、前項の規定による改正後の訪問販売等に関する法律第六条の規定にかかわらず、なお従前の例による。

附則 (昭和六三年五月一七日法律第四三号) 抄

(施行期日等)

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月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。ただし、次条の規定は、公布の日から施行する。

第二条 この法律の施行の前日に、改正後の訪問販売等に関する法律(以下「新法」という。)第二条第一項第二号及び第三項、第六条第一項、第十条第二項第二号又は第十一条第一項の政令の制定の立案をしようとするときは、改正前の訪問販売等に関する法律(以下「旧法」という。)第十九条の規定の例による。

(経過措置等)

第三条 新法第四条の規定は、この法律の施行後に販売業者又は役務提供事業者が受けた売買契約又は役務提供契約の申込みについて適用し、この法律の施行前に販売業者が受けた新法第二条第三項に規定する指定商品であつて旧法第二条第三項に規定する指定商品に該当するもの(以下「特定指定商品」という。)の売買契約の申込みについては、なお従前の例による。

2 新法第五条の規定は、この法律の施行後に締結された売買契約又は役務提供契約について適用し、この法律の施行前に締結された特定指定商品の売買契約については、なお従前の例による。

3 新法第六条の規定は、この法律の施行後に販売業者若しくは役務提供事業者が受けた売買契約若しくは役務提供契約の申込み又はこの法律の施行後に締結された売買契約若しくは役務提供契約(この法律の施行前にその申込みを受けたものを除く。)について適用し、この法律の施行前に販売業者が受けた特定指定商品の売買契約の申込み若しくはその申込みに係る売買契約がこの法律の施行後に締結された場合におけるその売買契約又はこの法律の施行前に締結された特定指定商品の売買契約については、なお従前の例による。

4 新法第七条第一項の規定は、この法律の施行後に締結された売買契約又は役務提供契約について適用し、この法律の施行前に締結された特定指定商品のの売買契約について

は、なお従前の例による。

5 新法第七条第二項の規定は、この法律の施行前に締結された売買契約又は役務提供契約については、適用しない。

6 新法第九条の規定は、この法律の施行前に販売業者又は役務提供事業者が受けた新法第二条第三項に規定する指定権利の売買契約又は役務提供契約の申込みについては、適用しない。

7 新法第十四条第二項及び第十七条の規定は、この法律の施行後に新法第十一条第一項に規定する連鎖販売業を行う者が締結した同項に規定する連鎖販売取引についての契約について適用し、この法律の施行前に旧法第十一条第一項に規定する連鎖販売業を行う者が締結した同項に規定する連鎖販売取引についての契約については、なお従前の例による。

8 この法律の施行前に販売業者が行った商品の送付についての新法第十八条第一項の規定の適用については、同項中「その商品の送付があつた日から起算して十四日を経過する日（その日が、その商品の送付を受けた者が販売業者に対してその商品の引取りの請求をした場合におけるその請求の日から起算して七日を経過する日後であるときは、その七日を経過する日）」とあるのは、「訪問販売等に関する法律の一部を改正する法律（昭和六十三年法律第四十三号）の施行の日から起算して十四日を経過する日、その商品の送付があつた日から起算して三月を経過する日又はその商品の送付を受けた者が販売業者に対してその商品の引取りの請求をした場合におけるその請求の日から起算して一月を経過する日のいずれか早い日」とする。

9 この法律の施行前にした行為並びに第一項、第二項及び第七項の規定により従前の例によることとされる場合におけるこの法律の施行後にした行為に対する罰則の適用については、なお従前の例による。

第四条 昭和五十五年四月一日に設立された社団法人日本訪問販売協会は、この法律の施行の日において新法第十条の二に規定する要件に該当する場合には、新法第十条の三及び第十条の四の規定の適用については、この法律の施行の日に設立された新法第十条の二に規定する法人とみなす。

2 昭和五十八年十月十一日に設立された社団法人日本通信販売協会は、この法律の施行の日において新法第十条の五に規定する要件に該当する場合には、新法第十条の六及び第十条の七の規定の適用については、この法律の施行の日に設立された新法第十条の五に規定する法人とみなす。

附則 （平成八年五月二二日法律第四四号） 抄

（施行期日）

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月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。ただし、第一条中訪問販売等に関する法律第十九条及び第二十一条第四号の改正規定、第二条の規定、附則第三条中割賦販売法第三十七条第一項の改正規定並びに附則第四条及び第五条の規定は、公布の日から施行する。

（経過措置）

第二条 第一条の規定による改正後の訪問販売等に関する法律（以下「新法」という。）第九条の六及び第九条の八の規定は、この法律の施行前に販売業者又は役務提供事業者が受けた売買契約又は役務提供契約の申込みについては、適用しない。

2 新法第九条の七及び第九条の十三の規定は、この法律の施行前に締結された売買契約若しくは役務提供契約又はこの法律の施行前に販売業者若しくは役務提供事業者が受けた申込みに係る売買契約若しくは役務提供契約がこの法律の施行後に締結された場合におけるその売買契約若しくは役務提供契約については、適用しない。

3 新法第九条の十二の規定は、この法律の施行前に販売業者若しくは役務提供事業者が受けた売買契約若しくは役務提供契約の申込み若しくはその申込みに係る売買契約若しくは役務提供契約がこの法律の施行後に締結された場合におけるその売買契約若しくは役務提供契約又はこの法律の施行前に締結された売買契約若しくは役務提供契約については、適用しない。

4 この法律の施行前に連鎖販売業を行う者が締結したその連鎖販売業に係る連鎖販売取

引についての契約については、新法第十七条の規定にかかわらず、なお従前の例による。
5 この法律の施行前にした行為に対する罰則の適用については、なお従前の例による。

附則（平成十一年四月二三日法律第三四号）抄

（施行期日）

第一条 この法律は、公布の日から起算して六月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。

（罰則に関する経過措置）

第三条 この法律の施行前にした行為に対する罰則の適用については、なお従前の例による。

（政令への委任）

第四条 前二条に定めるもののほか、この法律の施行に関して必要な経過措置は、政令で定める。

附則（平成十一年七月一六日法律第八七号）抄

（施行期日）

第一条 この法律は、平成十二年四月一日から施行する。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

一 第一条中地方自治法第二百五十条の次に五条、節名並びに二款及び款名を加える改正規定（同法第二百五十条の九第一項に係る部分（両議院の同意を得ることに係る部分に限る。）に限る。）、第四十条中自然公園法附則第九項及び第十項の改正規定（同法附則第十項に係る部分に限る。）、第二百四十四条の規定（農業改良助長法第十四条の三の改正規定に係る部分を除く。）並びに第四百七十二条の規定（市町村の合併の特例に関する法律第六条、第八条及び第十七条の改正規定に係る部分を除く。）並びに附則第七条、第十条、第十二条、第五十九条ただし書、第六十条第四項及び第五項、第七十三条、第七十七条、第一百五十七条第四項から第六項まで、第六十条、第六十三条、第六十四条並びに第二百二条の規定 公布の日

（国等の事務）

第一百五十九条 この法律による改正前のそれぞれの法律に規定するもののほか、この法律の施行前において、地方公共団体の機関が法律又はこれに基づく政令により管理し又は執行する国、他の地方公共団体その他公共団体の事務（附則第六十一条において「国等の事務」という。）は、この法律の施行後は、地方公共団体が法律又はこれに基づく政令により当該地方公共団体の事務として処理するものとする。

（処分、申請等に関する経過措置）

第一百六十条 この法律（附則第一条各号に掲げる規定については、当該各規定。以下この条及び附則第六十三条において同じ。）の施行前に改正前のそれぞれの法律の規定によりされた許可等の処分その他の行為（以下この条において「処分等の行為」という。）又はこの法律の施行の際現に改正前のそれぞれの法律の規定によりされている許可等の申請その他の行為（以下この条において「申請等の行為」という。）で、この法律の施行の日においてこれらの行為に係る行政事務を行うべき者が異なることとなるものは、附則第二条から前条までの規定又は改正後のそれぞれの法律（これに基づく命令を含む。）の経過措置に関する規定に定めるものを除き、この法律の施行の日以後における改正後のそれぞれの法律の適用については、改正後のそれぞれの法律の相当規定によりされた処分等の行為又は申請等の行為とみなす。

2 この法律の施行前に改正前のそれぞれの法律の規定により国又は地方公共団体の機関に対し報告、届出、提出その他の手続をしなければならない事項で、この法律の施行の日前にその手続がされていないものについては、この法律及びこれに基づく政令に別段の定

めがあるもののほか、これを、改正後のそれぞれの法律の相当規定により国又は地方公共団体の相当の機関に対して報告、届出、提出その他の手続をしなければならない事項についてその手続がされていないものとみなして、この法律による改正後のそれぞれの法律の規定を適用する。

(不服申立てに関する経過措置)

第六十一条 施行日前にされた国等の事務に係る処分であつて、当該処分をした行政庁（以下この条において「処分庁」という。）に施行日前に行政不服審査法に規定する上級行政庁（以下この条において「上級行政庁」という。）があつたものについての同法による不服申立てについては、施行日以後においても、当該処分庁に引き続き上級行政庁があるものとみなして、行政不服審査法の規定を適用する。この場合において、当該処分庁の上級行政庁とみなされる行政庁は、施行日前に当該処分庁の上級行政庁であつた行政庁とする。

2 前項の場合において、上級行政庁とみなされる行政庁が地方公共団体の機関であるときは、当該機関が行政不服審査法の規定により処理することとされる事務は、新地方自治法第二条第九項第一号に規定する第一号法定受託事務とする。

(手数料に関する経過措置)

第六十二条 施行日前においてこの法律による改正前のそれぞれの法律（これに基づく命令を含む。）の規定により納付すべきであつた手数料については、この法律及びこれに基づく政令に別段の定めがあるもののほか、なお従前の例による。

(罰則に関する経過措置)

第六十三条 この法律の施行前にした行為に対する罰則の適用については、なお従前の例による。

(その他の経過措置の政令への委任)

第六十四条 この附則に規定するもののほか、この法律の施行に伴い必要な経過措置（罰則に関する経過措置を含む。）は、政令で定める。

2 附則第十八条、第五十一条及び第八十四条の規定の適用に関して必要な事項は、政令で定める。

(検討)

第二百五十条 新地方自治法第二条第九項第一号に規定する第一号法定受託事務については、できる限り新たに設けることのないようにするとともに、新地方自治法別表第一に掲げるもの及び新地方自治法に基づく政令に示すものについては、地方分権を推進する観点から検討を加え、適宜、適切な見直しを行うものとする。

第二百五十一条 政府は、地方公共団体が事務及び事業を自主的かつ自立的に執行できるよう、国と地方公共団体との役割分担に応じた地方税財源の充実確保の方途について、経済情勢の推移等を勘案しつつ検討し、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

第二百五十二条 政府は、医療保険制度、年金制度等の改革に伴い、社会保険の事務処理の体制、これに従事する職員の在り方等について、被保険者等の利便性の確保、事務処理の効率化等の視点に立って、検討し、必要があると認めるときは、その結果に基づいて所要の措置を講ずるものとする。

附則（平成十一年一月二二日法律第一六〇号）抄

(施行期日)

第一条 この法律（第二条及び第三条を除く。）は、平成十三年一月六日から施行する。

附則（平成一二年一月一七日法律第一二〇号）抄

（施行期日）

第一条 この法律は、平成十三年六月一日から施行する。

（訪問販売等に関する法律の一部改正に伴う経過措置）

第二条 第一条の規定による改正後の特定商取引に関する法律（以下「特定商取引法」という。）第三十七条第二項及び第四十条の規定は、この法律の施行後に特定商取引法第三十三条第一項に規定する連鎖販売業を行う者が締結した同項に規定する連鎖販売取引についての契約について適用し、この法律の施行前に第一条の規定による改正前の訪問販売等に関する法律第十一条第一項に規定する連鎖販売業を行う者が締結した同項に規定する連鎖販売取引についての契約については、なお従前の例による。

2 特定商取引法第五十五条第二項及び第五十八条の規定は、この法律の施行前に特定商取引法第五十一条第一項に規定する業務提供誘引販売業に相当する事業を行う者が締結した同項に規定する業務提供誘引販売取引に相当する取引についての契約については、適用しない。

（罰則に関する経過措置）

第四条 この法律の施行前にした行為及び附則第二条第一項の規定により従前の例によることとされる場合におけるこの法律の施行後にした行為に対する罰則の適用については、なお従前の例による。

（政令への委任）

第五条 前三条に定めるもののほか、この法律の施行に関して必要な経過措置は、政令で定める。

（検討）

第六条 政府は、国民の日常生活に係る商取引に関する事情その他の経済的社会的環境の変化に応じ、特定商取引法の規定に検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

附則（平成一二年一月二七日法律第一二六号）抄

（施行期日）

第一条 この法律は、公布の日から起算して五月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。ただし、次の各号に掲げる規定は、当該各号に定める日から施行する。

（罰則に関する経過措置）

第二条 この法律の施行前にした行為に対する罰則の適用については、なお従前の例による。

附則（平成一四年四月一九日法律第二八号）

（施行期日）

第一条 この法律は、公布の日から起算して三月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。

（検討）

第二条 政府は、この法律の施行後三年を目途として、この法律の施行後の情報技術を活用した商取引に関する事情、特定商取引における電磁的方法による広告の提供の状況等を踏まえ、この法律による改正後の特定商取引に関する法律の規定に基づく電磁的方法による広告に対する措置について検討を加え、その結果に基づいて必要な措置を講ずるものとする。

附件四

日本京都府有關消費生活之安定及向上之條例

消費生活の安定及び向上に関する条例

昭和54年11月10日京都府条例第32号

改正 平成4年10月14日京都府条例第22号

目次

- 第1章 総則（第1条－第6条）
 - 第2章 危害の防止、取引方法の適正化等
 - 第1節 危害の防止（第7条・第8条）
 - 第2節 取引方法の適正化（第9条－第11条）
 - 第3節 生活関連物資の調査等（第12条－第15条）
 - 第4節 立入調査、公表等（第16条・第17条）
 - 第3章 苦情の処理及び訴訟援助（第18条－第22条）
 - 第4章 啓発活動の推進等（第23条・第24条）
 - 第5章 京都府消費生活審議会（第25条・第26条）
 - 第6章 補則（第27条・第28条）
- 附 則

第1章 総 則

（目 的）

第1条 この条例は、府民の消費生活に関し、府、市町村及び事業者の果たすべき責務並びに消費者の果たすべき役割を明らかにするとともに、府が実施する施策について必要な事項を定めることにより、府民の自主的な努力とあいまつて消費者の権利を擁護し、もつて府民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

（基本理念）

第2条 前条の目的を達成するに当たっては、他の法令に基づく消費者の権利を擁護するほか、次に掲げる事項に関する消費者の権利の確立を図ることを基本とするものとする。

- (1) 消費生活において、商品及び役務（以下「商品等」という。）によつて生命、身体及び財産を侵されないこと。
- (2) 消費生活において、適正な表示等のされている商品等の供給を受けること。
- (3) 消費生活において、不当な取引方法から保護されること。
- (4) 消費生活において、不当に受けた被害から速やかに救済されること。
- (5) 消費生活に関する情報提供、啓発及び教育を受けること。

（平4条22・追加）

（府の責務）

第3条 府は、府民の消費生活に関して総合的な施策を策定し、及びこれを実施するものとする。

2 府は、この条例に定める施策を実施するに当たっては、消費者の意見を反映するよう努めるものとする。

（市町村の責務）

第4条 市町村は、府の施策とあいまつて、当該地域の社会的、経済的状況に応じた消費生活の安定及び向上に関する施策を策定し、及びこれを実施するよう努めるものとする。

（事業者の責務）

第5条 事業者は、商品等の供給を行うに当たり、法令を遵守するとともに、府がこの条例に基づき実施する施策に協力するものとする。

2 事業者は、商品等の供給を行うに当たり、自主的に危害の防止、表示等の適性化、流通の円滑化及び価格の適性化その他必要な措置をとるよう努めなければならない。

3 事業者は、商品等の供給に関して生じた苦情を適切かつ迅速に処理するとともに、その事業活動について、消費者の意見を反映するよう努めなければならない。

(平4条22・一部改正)

(消費者の役割)

第6条 消費者は、自ら進んで消費生活に関する知識を修得するとともに、自主的かつ合理的に行動するよう努めることによつて、消費生活の安定及び向上に積極的な役割を果たすものとする。

第2章 危害の防止、取引方法の適正化等

第1節 危害の防止

(危害に関する調査)

第7条 知事は、商品等が消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、又は及ぼすおそれのある商品等（以下「危害商品等」という。）であると認めるときは、速やかに必要な調査を行うものとする。

2 知事は、前項の調査を実施するに当たり、当該商品等を供給する事業者に対し、当該商品等の安全性について立証を求めることができる。

3 知事は、危害商品等から消費者の安全を確保するため必要があると認めるときは、前2項の調査等の結果を明らかにすることができる。

(危害商品等に対する措置)

第8条 知事は、商品等が危害商品等であると認定したときは、他の法令に定める措置をとる場合を除き、当該商品等を供給する事業者に対し、その危害を防止するために必要な措置をとるよう勧告することができる。

第2節 取引方法の適正化

(表示の適正化)

第9条 知事は、消費者が商品等の選択等を誤ることがないようにするため必要があると認めるときは、他の法令に定めがある場合を除き、商品等の品質、価格その他について、表示すべき事項その他表示に関し事業者が守るべき基準を定めることができる。

2 事業者は、商品等を供給するに当たり、前項の規定により定められた基準を守らなければならない。

3 知事は、前項の規定に違反している事業者があるときは、当該事業者に対し、当該違反事項を是正するよう指導し、および勧告することができる。

(包装の適正化)

第10条 知事は、商品の包装を適正に行わせるため必要があると認めるときは、他の法令に定めがある場合を除き、供給する商品の包装について事業者が守るべき基準を定めることができる。

2 事業者は、商品を包装するに当たり、前項の規定により定められた基準を守らなければならない。

3 前条第3項の規定は、前項の規定に違反している事業者がある場合に準用する。

(不当な取引方法の適正化)

第11条 事業者は、商品等の取引方法として、次の各号のいずれかに該当する行為で規則で定めるものを行つてはな

らない。

- (1) 消費者に商品等に関する重要な情報を故意に提供せず、又は誤信を招く情報を提供し、消費者を威迫し、又は心理的不安に陥れる等の不当な手段を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
 - (2) 消費者に著しい不利益をもたらす不当な内容の契約を締結させる行為
 - (3) 消費者を欺き、威迫する等の手段を用いて、契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いのあるものを含む。）に基づく債務の履行を不当に強要する行為
 - (4) 消費者の正当な根拠に基づく契約の解除、取消し若しくは申込みの撤回（以下「解除等」という。）を不当に妨げて契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約若しくは契約の解除等に基づく債務の履行を不当に遅延し、若しくは拒否する行為
- 2 知事は、他の法令に定める措置をとる場合のほか、前項の規定に違反する行為を行った事業者に対し、当該行為を改善するよう指導し、及び勧告することができる。

（平4条22・改正）

第3節 生活関連物資の調査等

（価格動向等の調査）

第12条 知事は、消費生活との関連性が高い物資（以下「生活関連物資」という。）について、その価格動向、需給状況等に関する調査を行うものとする。

- 2 知事は、前項の調査の結果、生活関連物資の円滑な流通又は価格の安定を図るため必要があると認めるときは、生活関連物資を供給する事業者に対し、必要な措置をとるよう要請することができる。

（緊急調査）

第13条 知事は、生活関連物資のうち、消費生活に重大な影響を与えると認めるものについて、その価格が著しく上昇し、若しくは上昇するおそれがあり、又は当該生活関連物資が著しく不足し、若しくは不足するおそれがある場合において、当該生活関連物資の円滑な流通又は適正な価格での供給を確保するため必要があると認めるときは、他の法令に定めがある場合をのぞき、価格上昇の原因、需給状況その他必要な事項について速やかに調査するものとする。

（是正勧告）

第14条 知事は、前条の調査の結果、当該生活関連物資を供給する事業者が、その円滑な流通を妨げ、又は不適正な価格で供給を行っていると認定したときは、当該事業者に対し、これらの行為を是正するため必要な措置をとるよう勧告することができる。

（調査に関する情報提供）

第15条 知事は、生活関連物資の円滑な流通又は価格の安定若しくは適正化を図るため必要があると認めるときは、第12条及び第13条の規定による調査の結果を明らかにすることができる。

第4節 立入調査、公表等

（立入調査等）

第16条 知事は、第7条第1項、第8条、第11条第2項及び第13条の規定の施行に必要な限度において、事業者に対し報告を求め、又はその職員に事業者の事務所、事業所その他その事業を行う場所に立ち入り、帳簿、書類、設備その他の物件を調査させ、若しくは関係者に質問させることができる。

- 2 前項の規定により立入調査又は質問を行う職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者に提示しなければならない。

(公表)

第17条 知事は、事業者が、正当な理由なく、第8条、第9条第3項（第10条第3項において準用する場合を含む。）、第11条第2項若しくは第14条の規定による勧告に従わないとき、又は前条第1項の規定による立入調査に協力しないときは、その旨を公表することができる。

2 知事は、前項の規定による公表をしようとするときは、当該公表に係る事業者に対し、あらかじめ、その旨を通知し、釈明及び証拠の提出の機会を与えるものとする。

第3章 苦情の処理及び訴訟援助

(苦情の処理)

第18条 知事は、商品等の供給に関し、消費者から苦情の申出があつたときは、当該苦情を適切かつ迅速に処理しなければならない。

2 知事は、前項の規定による苦情の処理を行うに当たり、事業者その他関係者に対し、必要な資料の提出又は説明を求め、その他必要な調査を行うことができる。

(苦情に係るあつせん及び調停)

第19条 知事は、消費者から申出のあつた苦情のうち解決が困難であると認めるものについて、京都府消費生活審議会のあつせん又は調停に付することができる。

(苦情の処理に関する情報提供)

第20条 知事は、商品等の供給に関し、消費者から申出のあつた苦情の処理を行う場合において、消費者の被害の拡大防止及び被害の公平な救済を図るため必要があると認めるときは、規則の定めるところにより、当該商品等の名称、事業者の氏名又は名称、苦情の内容その他の当該商品等に関する情報を消費者に提供することができる。

2 第17条第2項の規定は、前項の規定による事業者の氏名又は名称の情報提供を行おうとする場合に準用する。

(平4条22・改正)

(消費者訴訟の援助)

第21条 知事は、消費者が事業者を相手に訴訟を提起するときは、当該訴訟を提起する者に対し、規則の定めるところにより、当該訴訟に要する費用の貸付その他の必要な援助を行うことができる。

(平4条22・改正)

(貸付金の返還等)

第22条 前条の規定により費用の貸付けを受けた者は、当該訴訟が終了したときは、貸付金の金額を府に返還しなければならない。

2 知事は、前項の規定にかかわらず、必要があると認めるときは、規則で定めるところにより、貸付金の全部又は一部の返還を免除し、又は猶予することができる。

第4章 啓発活動の推進等

(消費者に対する啓発活動等)

第23条 知事は、消費者が自主性をもって健全な消費生活を営むことができるようにするため、生活設計又は商品等に関する知識の普及等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費生活に関する教育の充実に努めるものとする。

(平4条22・追加)

(環境等への配慮)

第24条 知事は、府民の健全な消費生活を促進するため、環境の保全並びに資源及びエネルギーの有効な利用（以下「環境の保全等」という。）に関する知識の普及、情報提供等に努めるものとする。

2 事業者は、環境の保全等に配慮して、商品等の供給を行うよう努めるものとする。

3 消費者は、環境の保全等に配慮して、商品等の選択、使用、適切な廃棄等を行うよう努めるものとする。

(平4条22・追加)

第5章 京都府消費生活審議会

(京都府消費生活審議会への諮問)

第25条 知事は、次に掲げるときは、あらかじめ京都府消費生活審議会の意見を聴かなければならない。ただし、第1号に掲げる場合で緊急を要するときは、この限りでない。

(1) 第8条及び第14条の規定による認定をしようとするとき。

(2) 第9条第1項及び第10条第1項の規定による基準を定め、又は変更し、若しくは廃止しようとするとき。

(3) 第11条第1項の規定による規則を定め、又は改正し、若しくは廃止しようとするとき。

(4) 第20条第1項の規定による事業者の氏名又は名称の情報提供を行おうとするとき。

2 知事は、前項ただし書きの規定により京都府消費生活審議会の意見を聴かないで認定をしたときは、これを京都府消費生活審議会に報告しなければならない。

(平4条22・追加)

(設置)

第26条 消費生活の安定及び向上を図るための施策の基本的事項その他施策の実施に関する重要事項を調査審議し、並びに消費者の苦情のあつせん及び調停を行うため、京都府消費生活審議会を置く。

2 京都府消費生活審議会の組織及び運営に関し必要な事項は、規則で定める。

第6章 補 則

(関係行政機関への要請)

第27条 知事は、消費生活の安定及び向上を図るため必要があると認めるときは、関係行政機関に対し、必要な措置をとるよう要請するものとする。

(規則への委任)

第28条 この条例に規定するもののほか、この条例の施行について必要な事項は、規則で定める。

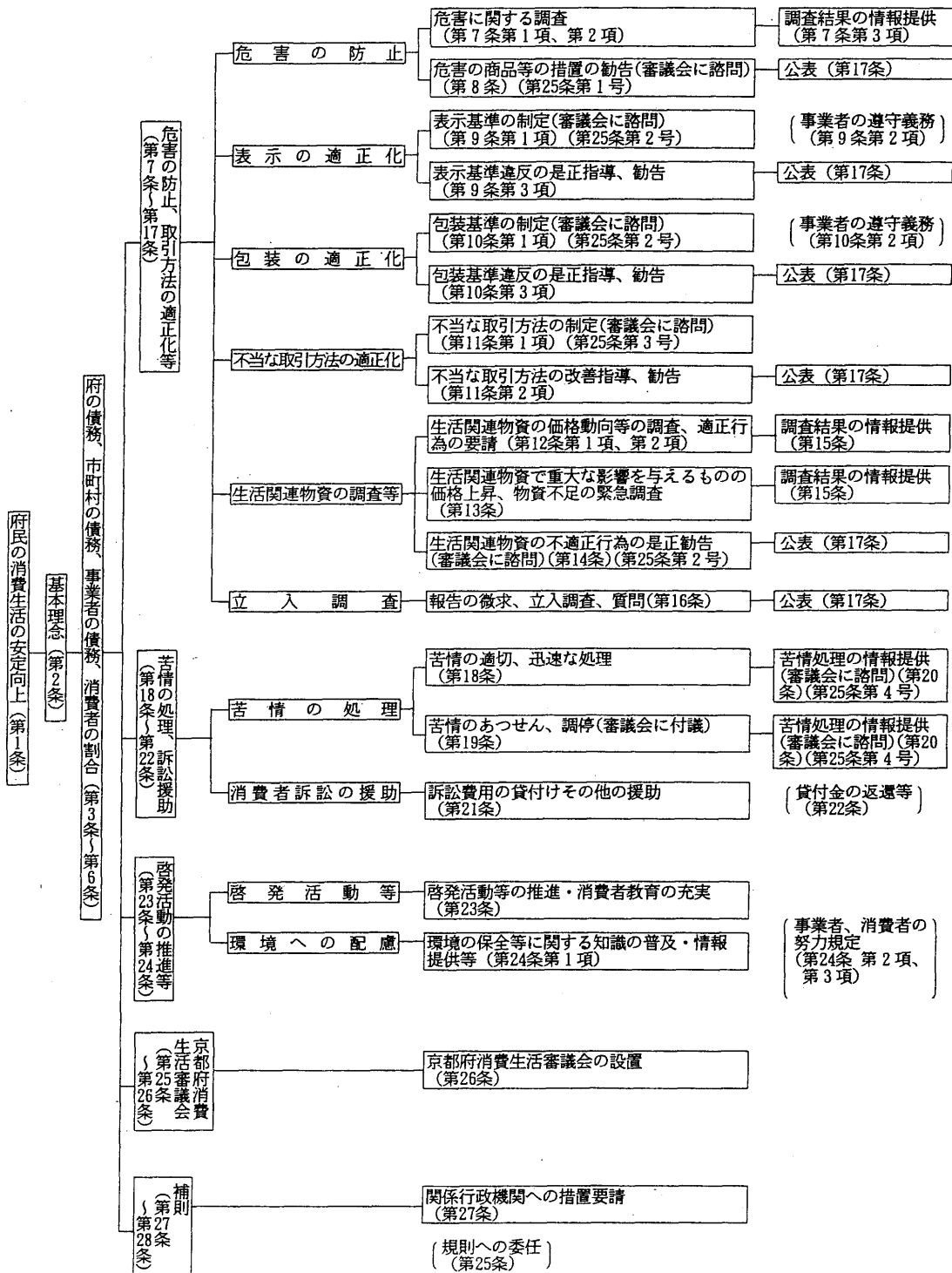
附 則

この条例は、昭和55年1月1日から施行する。ただし、第11条から第17条まで及び第23条の規定は、公布の日から施行する。

附 則 (平成4年10月14日京都府条例第22号)

この条例は、公布の日から起算して3月を超えない範囲内において規則で定める日から施行する。(平成5年1月1日施行)

消費生活の安定及び向上に関する条例体系図



附件五

日本京都市消費者保護條例

京都市消費者保護条例

〔昭和50年8月14日〕
〔条例第23号〕

改正 昭和55年5月条例第12号
平成3年4月条例第1号
平成8年12月条例第39号

目次

- 第1章 総則（第1条～第4条）
- 第2章 消費者の権利の保護
 - 第1節 情報の提供（第5条・第6条）
 - 第2節 表示の基準等（第7条・第8条）
 - 第3節 事業者の遵守事項等（第9条～第15条）
- 第3章 被害者の救済（第16条・第17条）
- 第4章 消費者保護審議会（第18条～第22条）
- 第5章 雑則（第23条）
- 附則

第1章 総 則

（目 的）

第1条 この条例は、市民の消費生活において、商品の欠陥、虚偽または誇大な表示、不当な取引等により消費者の権利が著しく侵害されていることにかんがみ、消費者の権利の擁護及び増進に関し必要な事項を定めることにより、市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。

（本市の責務）

第2条 本市は、前条の目的を達成するため、次の各号に掲げる責務を有する。

- (1) 消費者の保護に関する基本的かつ総合的な施策（以下「施策」という。）を策定し、及び実施すること。
- (2) 施策の策定及び実施にあたっては、消費者の意見及び提案を反映するよう努めるとと

もに、国及び他の地方公共団体との連携を密にすること。

(3) 消費者の自主的な組織の育成に努めるとともに、その活動に必要な援助を行なうこと。

(事業者の責務)

第 3 条 事業者は、第 1 条の目的を達成するため、次の各号に掲げる責務を有する。

- (1) その提供する商品（包装を含む。以下同じ。）及び役務（以下「商品等」という。）について、消費者の生命、身体又は財産に係る被害の発生を防止するため、必要な措置を講じること。
- (2) その提供する商品等について、品質その他の内容の向上並びに表示、包装及び計量の適正化に努めるとともに、商品等の提供後においても、その修理を行う等消費者の正当な要求に応じるよう努めること。
- (3) その提供する商品等について、消費者の選択に必要な情報及び知識を提供する等の方法により公正な取引の確保に努めること。
- (4) その提供する商品等について、流通の円滑化及び価格の適正化を図り、公正かつ自由な競争に努めること。
- (5) 苦情処理体制の整備を図り、消費者からの苦情を適切かつ迅速に処理するとともに、その事業活動について、消費者の意見を反映するよう努めること。
- (6) 本市が実施する施策に協力すること。

(消費者の役割)

第 4 条 消費者は、第 1 条の目的を達成するため、進んで消費生活に関する知識を深め、自主的かつ合理的に行動するとともに、消費者相互の協力及び組織化を進め、消費者運動を通じて自らの権利を守ることにより消費生活の安定及び向上に努めるものとする。

第 2 章 消費者の権利の保護

第 1 節 情報の提供

(安全性の調査等)

第 5 条 市長は、商品等の安全性について、試験その他必要な調査を行い、消費者の生命、身体又は財産に係る被害の発生を防止するため必要があると認めるときは、その経過及び結果を消費者に提供するものとする。

(不当な取引の調査等)

第 5 条の 2 市長は、事業者と消費者との間において消費者に不利益を及ぼす不当な取引が行われている疑いがあると認めるときは、その仕組み、実態等について必要な調査を行い、これによる被害の発生を防止するため必要があると認めるときは、必要な限度において、その経過及び結果を消費者に提供するものとする。

(生活必需物資の調査等)

第 6 条 市長は、市民の消費生活に密接な関連性を有する物資（以下「生活必需物資」という。）について、流通機構の実態を調査するとともに、価格の動向及び需給の状況に関する情報の収集に努め、必要に応じてその経過及び結果を消費者に提供するものとする。

第 2 節 表示の基準等

(表示の基準)

第 7 条 市長は、法令に定めるもののほか、消費者が商品等の購入、使用又は利用に際し、その内容等を誤認することを防止するため、京都市消費者保護審議会（以下「審議会」という。）の意見を聴いて、商品等の品質、単価価格、取扱方法その他商品等の内容及び取引方法に関し表示すべき事項、表示の方法その他商品等の表示に関し事業者が遵守すべき基準（以下「表示基準」という。）を定めるものとする。

(包装等の基準)

第 8 条 市長は、法令に定めるもののほか、商品の内容を誇張し、又はその価格を著しく高くさせる等消費者に著しく不利益を及ぼす包装及び容器の使用を防止するため、審議会の意見を聴いて、商品の包装及び容器に関する基準（以下「包装基準」という。）を定めるものとする。

第 3 節 事業者の遵守事項等

(事業者の遵守事項)

第 9 条 事業者は、次の各号に掲げる行為をしてはならない。

- (1) 消費者の生命、身体若しくは財産に被害を及ぼし、又は及ぼすおそれがある商品等を消費者に提供すること。

- (2) 消費者との取引に関し、次のいずれかに該当する行為（以下「不当取引」という。）で、市長が審議会の意見を聴いて別に定めるものを行うこと。
- ア 消費者に商品等に関する重要な情報を故意に提供せず、又は誤信を招く情報を提供し、消費者を威迫し、又は心理的不安に陥れる等の不当な手段を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為
 - イ 消費者に著しい不利益をもたらす不当な内容の契約を締結させる行為
 - ウ 消費者を欺き、威迫する等の手段を用いて、契約（契約の成立又はその内容について当事者間で争いがあるものを含む。）に基づく債務の履行を不当に強要する行為
 - エ 消費者の正当な根拠に基づく契約の解除若しくは取消し若しくは申込みの撤回（以下「解除等」という。）を不当に妨げて契約の成立若しくは存続を強要し、又は契約若しくは解除等に基づく債務の履行を不当に遅延し、若しくは拒否する行為
- (3) 表示基準に適合する表示をしないで、商品等を消費者に提供すること。
- (4) 包装基準に適合しない包装をした、又は容器を用いた商品を消費者に提供すること。
- (5) 生活必需物資の円滑な流通を妨げ、又はこれを不当に高い価格で消費者に販売すること。

(安全性の立証の要請)

第10条 市長は、必要があると認めるときは、事業者に対し、その提供する商品等の安全性についての立証その他調査に必要な協力を求めることができる。

(適正な取引の立証の要請)

第10条の2 市長は、必要があると認めるときは、事業者に対し、その行う取引が適正なものであることについての立証その他調査に必要な協力を求めることができる。

(生活必需物資の供給等の要求)

第11条 市長は、生活必需物資の供給量が不足し、もしくは価格が著しく高騰し、またはそのおそれがあると認めるときは、事業者に対し、生活必需物資の供給等その確保及び適正な価格の維持に必要な措置を講ずるよう求めることができる。

(報告の徴収等)

第12条 市長は、この条例を施行するため必要があると認めるときは、事業者に対し、商品等の内容、取引方法その他必要な事項について報告又は資料の提出を求めることが

できる。

(立入調査)

第13条 市長は、第9条第2号又は第5号に掲げる行為をしている疑いがある事業者について、必要があると認めるときは、市長が指定する職員に、当該事業者の事務所、工場、事業場、店舗若しくは倉庫（以下「事務所等」という。）又はその商品を保管し、若しくは製造していると認められる者の事務所等に立ち入り、必要な調査をさせ、又は関係者に対し、質問させることができる。

2 前項の規定により立入調査又は質問をする職員は、あらかじめ当該事務所等を管理する者の承諾を受けなければならない。

3 第1項の規定により立入調査又は質問をする職員は、その身分を示す証明書を携帯し、関係者の請求があったときは、これを提示しなければならない。

(指導及び勧告)

第14条 市長は、事業者が第9条各号に掲げる行為をしていると認めるとき、又は正当な理由がないのに第10条から第11条までの規定による求めに応じないときは、当該事業者に対し、当該行為の中止その他消費者に及ぼす不利益を防止するために必要な措置を講じるよう指導し、又は勧告することができる。

(公表)

第15条 市長は、事業者が次の各号の一に該当すると認めるときは、商品等の名称、事業者の氏名、当該事実その他必要な事項を公表することができる。

(1) 正当な理由がないのに第12条の規定による報告若しくは資料の提出をせず、又は虚偽の報告若しくは資料の提出をしたとき。

(2) 正当な理由がないのに第13条第1項の規定による立入調査を拒み、妨げ、若しくは忌避し、又は同項の規定による質問に対して答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。

(3) 前条の規定による勧告に従わないとき。

(4) 正当な理由がないのに次条第2項の規定によるあっせん又は調停のための呼出しに応じないとき。

第3章 被害者の救済

(苦情の処理)

- 第16条 消費者は、商品等の内容の欠陥、不当な取引その他商品等に関し不利益を受け、又は受けるおそれがあると認めるときは、市長に苦情の処理を申し出ることができる。
- 2 市長は、前項の規定による申出を受けたときは、調査したうえ、必要があると認めるときは、あつせん、審議会へのあつせん又は調停（製造され、又は加工された動産である商品の安全性に係る欠陥による消費者の被害に関するものに限る。以下同じ。）の申出その他適当な措置を採るものとする。
- 3 審議会は、調停を行うときは、特に必要がないと認める場合を除き、調停案を作成し、これを文書により関係当事者に提示するものとする。

(消費者訴訟の援助)

- 第17条 市長は、消費者が事業者を相手方として提起する訴訟で、適当と認めるものについて、予算の範囲内において、当該訴訟を提起する被害者の組織化等に要する費用の助成、当該訴訟に要する費用の貸付けその他訴訟活動に必要な援助を行なうものとする。
- 2 市長は、前項の規定により貸付けを受けた者が次の各号の一に該当するに至ったときは、貸付金の全部または一部の返還を免除することができる。
- (1) 訴訟の結果貸付金に相当する額を得ることができなかつたとき。
 - (2) その他市長が特別の理由があると認めるとき。

第4章 消費者保護審議会

(審議会)

- 第18条 この条例の規定により表示基準、包装基準及び不当取引について意見を述べ、並びに市長の申出に基づき、あつせん及び調停を行うとともに、市長の諮問に応じ、この条例の施行及び消費者保護行政に関する重要事項を調査し、及び審議するため、審議会を置く。

(審議会の組織)

第19条 審議会は、消費者を代表する委員、事業者を代表する委員及び公益を代表する委員20人以内をもって組織する。

2 委員は、市長が委嘱し、または任命する。

(委員の任期)

第20条 委員の任期は、2年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

2 委員は、再任されることができる。

(部会)

第21条 審議会は、必要があると認めるときは、部会を置くことができる。

2 審議会は、その定めるところにより、部会の決議をもって審議会の決議とすることができる。

3 審議会は、その定めるところにより、部会にあっせん又は調停を行わせることができる。

(専門委員)

第22条 審議会に、特別の事項を審議させ、又はあっせん若しくは調停に従事させるため、必要があるときは、専門委員を置くことができる。

2 専門委員は、特別の事項又はあっせん若しくは調停について専門の知識を有する者のうちから市長が委嘱し、又は任命する。

3 専門委員は、特別の事項に関する審議又はあっせん若しくは調停が終了したときは、解嘱され、又は解任されるものとする。

第5章 雑則

(委任)

第23条 この条例の施行に関し必要な事項は、市長が定める。

附則(昭和51年2月28日規則第95号で昭和51年3月1日から施行)

この条例の施行期日は、市規則で定める。

附 則（昭和55年5月29日条例第12号）

この条例は、公布の日から施行する。

附 則（平成3年4月1日条例第1号）

この条例は、平成3年7月1日から施行する。

附 則（平成8年12月26日条例第39号）

この条例は、平成9年3月1日から施行する。

附件六

日本京都市消費者保護條例施行規則

京都市消費者保護条例施行規則

〔昭和51年2月28日〕
〔条例第96号〕

改正 平成2年6月規則第60号
平成3年6月規則第27号
平成7年3月規則第146号
平成9年2月規則第90号
平成11年11月規則第68号

目次

- 第1章 総則（第1条）
- 第2章 表示基準等の告示等（第2条・第3条）
- 第3章 苦情の処理（第4条～第14条）
- 第4章 訴訟の援助（第15条～第34条）
- 第5章 消費者保護審議会（第35条～第41条）
- 附 則

第1章 総 則

（用 語）

第 1 条 この規則において使用する用語は、京都市消費者保護条例（以下「条例」という。）において使用する用語の例による。

第2章 表示基準等の告示等

（表示基準等の告示）

第 2 条 市長は、条例第7条に規定する表示基準及び条例第8条に規定する包装基準を定めたときは、告示する。

（身分を示す証明書）

第 3 条 条例第13条第3項に規定する身分を示す証明書は、第1号様式によるものとする。

第3章 苦情の処理

(申出の手續)

第4条 条例16条第1項の規定に基づき、市長に対して苦情の処理を申し出ようとする者（以下「申出人」という。）は、次の各号に掲げる事項を記載した文書を市長に提出しなければならない。

- (1) 申出人の氏名及び住所
- (2) 申出の趣旨
- (3) 交渉経過の概要
- (4) その他参考となる事項

2 前項の規定にかかわらず、申出人は、容易に解決することができると認められる事件である場合その他市長が適当と認める場合は、口頭により申し出ることができる。

(措置を採らない場合)

第5条 市長は、条例第16条第1項の規定に基づく申出が次の各号の一に該当するときは、当該申出に係るあつせんその他の措置を採らない。

- (1) 申出人の主張する事実が商品等の内容の欠陥又は事業者の不当な取引によるものでないことが明らかなきとき。
- (2) 申出の内容が法令上又は事実上実現することが不可能であることが明らかなきとき。
- (3) 申出人が不当な目的のみだりに申出をしたと認められるとき。
- (4) その他市長が処理することが不適當と認めるとき。

(申出の取下げ)

第6条 申出人は、いつでも、申出の全部または一部を取り下げることができる。

(講じた措置等の通知)

第7条 市長は、条例第16条第2項の規定により措置を行なったときは、当該措置があつせんである場合を除き、その内容及び結果を申出人に通知するものとする。

第8条 削除

(あっせん)

第 9 条 市長は、当事者双方の主張を明確にするとともに、あっせんに係る事件が公正に解決されるよう当事者間をあっせんするものとする。

(あっせん案の作成及び打切り)

第 10 条 市長は、当事者間に合意が成立することが困難であると認める場合において、相当と認めるときは、一切の事情を考慮してあっせん案を作成し、その受諾を勧告するものとする。

2 市長は、前項の規定による勧告に対し当事者から受諾しない旨の申出がされた場合において、当事者間に合意が成立する見込みがないと認めるときその他あっせんの継続が困難であると認めるときは、当該あっせんを打ち切るものとする。

(あっせんの終了)

第 11 条 あっせんは、前条第 2 項の規定により打ち切られたときまたは当事者間に合意が成立し、当事者からその旨の報告が市長になされたときに終了するものとする。

(当事者の出席等)

第 12 条 市長は、条例第 16 条第 1 項の規定による申出に係る事件について必要があると認めるときは、当事者その他関係人の出席を求め、その意見を聴き、又は当事者その他関係人に対し、報告若しくは資料の提出を求めることがある。

(手続の非公開)

第 13 条 市長が行うあっせんの手続は、公開しない。

(消費者保護審議会によるあっせん及び調停)

第 14 条 市長は、条例第 16 条第 1 項の規定による申出に係る事件について、相当数の市民の消費生活に影響を及ぼし、又は及ぼすおそれがあると認めるときは、当該事件を京都市消費者保護審議会（以下「審議会」という。）のあっせん又は調停（同条第 2 項に規定する調停をいう。以下同じ。）に付するものとする。

2 市長は、前項の規定により審議会のあっせん又は調停に付したときは、その旨を当事者に通知するものとする。

3 第 9 条から前条までの規定は、審議会が行うあっせんについて準用する。

4 第 9 条から前条までの規定は、審議会が行う調停について準用する。この場合において、

第10条第1項中「当事者間に合意が成立することが困難であると認める場合において、相当と認めるときは、一切の事情を考慮してあつせん案を作成し、その」とあるのは、「調停案を作成するとき、一切の事情を考慮するものとし、作成した調停案の」と読み替えるものとする。

第4章 訴訟の援助

(訴訟資金の貸付け)

第15条 本市は、条例第17条第1項の規定に基づき、本市の区域内に住所を有する者で、事業者を相手方として、訴訟を提起し、又は提起しようとするもののうち、次の各号に掲げる要件に該当するものに対し、予算の範囲内において、当該訴訟の提起及び遂行に要する資金（以下「訴訟資金」という。）を貸し付ける。

- (1) 当該訴訟が、消費者が消費生活上の被害の救済を求めて提起するものであり、かつ、その被害と同一若しくは同種の原因による被害を受けた消費者が相当数生じ、又は生じるおそれがあると認められること。
- (2) 訴訟資金の貸付けを受けずに当該訴訟を提起し、又は遂行することが困難であると認められること。

(訴訟資金の貸付額)

第16条 訴訟資金の貸付額は、1,200,000円を限度として、市長が相当と認める額とする。ただし、市長は消費者の保護の見地から特に必要があると認めるときは、1,200,000円を超えて貸し付けることがある。

(貸付けの条件)

第17条 訴訟資金の償還期限は、訴訟資金の貸付けに係る訴訟（以下「貸付けに係る訴訟」という。）に係る確定判決のあった日から起算して6箇月を経過した日とし、かつ、訴訟資金は、一時に全額を償還しなければならない。

- 2 訴訟資金は、無利息とする。

(延滞利息)

第18条 訴訟資金を前条第1項に定める償還期限内に償還しなかったときは、当該金額に

対し、当該期限の翌日から償還の日までの期間に応じ、年10.95パーセントの割合で計算した延滞利息を徴収する。ただし、当該期限までに支払わなかったことにつき、やむを得ない理由があると市長が認めるときはこの限りでない。

(貸付けの申請)

第19条 訴訟資金の貸付けを受けようとする者は、訴訟資金貸付申請書（第2号様式）に次の各号に掲げる書類を添えて、市長に提出しなければならない。

- (1) 訴状（その案を含む。）の写し
- (2) 訴訟資金の額を証する書類
- (3) その他市長が必要と認める書類

(貸付けの決定)

第20条 市長は、前条の規定による申請があったときは、審議会の意見を聞いて貸付けの可否を決定し、その旨を当該申請者に通知するものとする。

(交付の申請)

第21条 訴訟資金の貸付けの決定を受けた者は、訴訟資金の交付を受けようとするときは、訴訟資金が必要となったつど、訴訟資金交付申請書（第3号様式）により市長に申請しなければならない。

(交付の決定)

第22条 市長は、前条の規定による申請があったときは、これを審査し、訴訟資金を交付することを適当と認めたときは、訴訟資金の交付及び交付額を決定し、その旨を当該申請者に通知するものとする。

(訴訟資金の交付)

第23条 訴訟資金の交付の決定を受けた者は、訴訟資金借用書（第4号様式）を市長に提出し、訴訟資金の交付を受けるものとする。

(貸付けに係る訴訟の取下げ)

第24条 訴訟資金の貸付けを受けた者（以下「借受人」という。）は、貸付けに係る訴訟を取り下げようとするときは、市長の承認を受けなければならない。

(届 出)

第25条 借受人は、訴訟資金の償還を完了するまでの間に、住所もしくは氏名を変更し、または貸付けに係る訴訟について判決があったときは、すみやかに、その旨を市長に届け出なければならない。

2 借受人が死亡し、または所在不明となったときは、同居の親族は、その旨を市長に届け出なければならない。

(報 告)

第26条 市長は、必要があると認めるときは、借受人に対して、貸付けに係る訴訟に関し報告を求めることがある。

(償還免除の申請)

第27条 訴訟資金の償還の免除を受けようとする者は、訴訟資金償還免除申請書(第5号様式)に貸付けに係る訴訟に係る確定判決の写しその他市長が必要と認める書類を添えて、市長に申請しなければならない。

(償還命令等)

第28条 市長は、訴訟資金の貸付けの決定の通知を受けた者または借受人が次の各号の一に該当するときは、当該貸付けの決定を取り消し、または期限を定めて訴訟資金の全部の繰上償還を命ずることがある。

- (1) 偽りその他不正な手段により訴訟資金の貸付けを受けようとし、または受けたとき。
- (2) 訴訟資金を貸付けの目的以外に使用したとき。
- (3) 第24条または第25条の規定に違反したとき。

2 前項の規定により繰上償還を命じた場合においては、第18条の規定を準用する。

第29条 削 除

(組織化費用の補助)

第30条 本市は、条例第17条第1項の規定に基づき、借受人において共同訴訟を提起するために団体を組織したときは、当該団体に対し、予算の範囲内において、当該団体の組織化に要した費用の一部を補助する。

(補助金の額)

第31条 補助金の額は、次の各号に掲げる費用の範囲内において市長が定める額とする。

- (1) 会議場の借用に要した費用
- (2) 印刷物等の作成に要した費用
- (3) 通信連絡に要した費用

(補助金の交付の申請)

第32条 補助金の交付を受けようとする団体は、組織化費用補助金交付申請書(第6号様式)に当該団体の組織化に要した費用の額を証するに足る書類を添えて、市長に申請しなければならない。

(補助金の交付の決定及び通知)

第33条 市長は、前条の規定による申請があったときは、これを審査し、補助することを適当と認めるときは、補助金の交付及び交付額を決定し、その旨を当該申請団体に通知するものとする。

(返還命令等)

第34条 市長は、補助金の交付の決定の通知を受けた団体または補助金の交付を受けた団体が、偽りその他不正な手段により補助を受けようとし、または受けたときは、当該補助金の交付の決定を取り消し、または交付した補助金の全部もしくは一部の返還を命ずることがある。

第5章 消費者保護審議会

(会長)

第35条 審議会に会長を置く。

- 2 会長は、公益を代表する委員のうちから委員の選挙により定める。
- 3 会長は、審議会を代表し、会務を総理する。
- 4 会長に事故があるときは、あらかじめ会長の指名する委員がその職務を代理する。

(招集及び議事)

第36条 審議会は、会長が招集する。

- 2 会長は、会議の議長となる。
- 3 審議会は、会長（会長に事故あるときは、その職務を代理する者）並びに委員（会長またはその職務を代理する者を除く）及び議事に関係のある専門委員（以下「委員等」という。）の過半数が出席しなければ、会議を開くことができない。
- 4 審議会の議事は、出席した委員等の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

(参考人の出席等)

第37条 審議会は、必要があるときは、適当と認める者の意見を聞き、または実地に調査することができる。

(除 斥)

第38条 議案に直接の利害関係を有する委員等は、その議事に加わることはできない。

(部 会)

第39条 審議会の部会に属すべき委員及び専門委員は、会長が指名する。

- 2 審議会の各部会に、部会長を置く。
- 3 部会長は、公益を代表する委員のうちから当該部会に属する委員の選挙により定める。ただし、公益を代表する委員が1名であるときは、当該委員を部会長とする。
- 4 部会長は、その部会の事務を掌理する。

(庶 務)

第40条 審議会の庶務は、文化市民局において行う。

(雑 則)

第41条 この章に定めるもののほか、審議会の運営に関し必要な事項は、会長が定める。

附 則

この規則は、昭和51年3月1日から施行する。

附 則（平成2年6月7日規則第60号）

この規則は、公布の日から施行する。

附 則（平成3年6月29日規則第27号）

この規則は、平成3年7月1日から施行する。

附 則（平成7年3月31日規則第146号）

この規則は、平成7年4月1日から施行する。

附 則（平成9年2月28日規則第90号）

この規則は、平成9年3月1日から施行する。

附 則（平成11年11月26日規則第68号）

この規則は、平成11年12月1日から施行する。

附件七

日本平成十四年度京都府消費生活科學中心

事業概要

1 消費者教育の充実

創意と工夫により主体的で合理的な消費生活の創造と消費者被害を未然に防止し、安全・安心で豊かな暮らしを実現するため、消費生活に関する知識、とりわけ商品・役務に関する正しい知識と情報を提供し、消費者意識を高めるよう消費者教育の充実に務める。

(1) 消費生活講座（研修会）の実施

豊かな消費生活を実現するため最近の消費者問題や環境に配慮したライフスタイルへの意識改革を図るため、各種の消費生活講座（研修会）を次のとおり実施する。

	(科目数)	(定員)	(時期)	
消費者月間記念講演会	1	250	5月	
夏休み親子講座	1	親子30組	7月	
生活創造塾	— 暮らしの安全編	2～3	各50	9月
	— 暮らしの情報編	2～3	各50	10月
	— 暮らしの話題編	2～3	各50	12月
消費者研修会	2		1月	
テスト機能を活用した研究会等（4で掲載）				

(2) 消費のためのパソコン講習会

消費者を取り巻く環境は、大きく変化しパソコンやインターネットを活用する機会も増えている。そこでホームページを見ながら、消費者トラブルに巻き込まれないための心構えを学び、また実際にパソコンを使って講習会を次のとおり実施する。

定員：各回9名（計8回）

時期：6月～12月

(3) 「出前」消費生活講座の実施

各地域における消費者の自主的な学習活動を促すため、市町村が実施する催しや各地で開催される地域の集会（消費者グループや生涯学習グループ等）、職場、学校等へ出向いて消費生活講座を実施する。

(4) 講師のあっせん・紹介体制の整備

各地域において開催される消費生活に係る講座等の地域活動を支援するため、各専門分野における講師の紹介体制の整備充実に務める。

(5) 消費者団体の育成

消費者科学センターが実施する事業を通して消費生活の安定・向上に向けて活動している消費者団体の育成と健全な発展を支援する。

(6) 学校教育との連携

新学習指導要領に基づく「総合的な学習の時間」を活用し、消費者教育の早期取組を促す。

2 消費者啓発と情報提供の推進

経済社会の大きな環境変化の中で、消費者が自身の役割機能を自覚し、自主的かつ合理的な消費生活を営むことができるよう、幅広く系統的に消費者啓発と情報提供を行う。

(1) 常設展示の実施

消費者が目で見えて手に触れて実体を知り、自立した消費者生活のあり方や商品の選択に必要な知識等を学習できるようテーマごとにパネルや実物を展示し、来訪者の意識の啓発に務める。

テ ー マ

「商品テスト結果から」

「相談事例から」

「PL法の概要について」

パネルは数回展示替えをする。

なお、展示品やパネルは、市町村などの消費生活展に貸し出すなど積極的に活用する。

(2) 啓発資料の作成

高齢者や若者等対象別消費者被害等をイラストでわかりやすく簡潔にまとめた「くらしの豆知識」を作成する。

(3) 消費者啓発情報紙の発行

消費生活に関する基本的な知識や商品・役務に関する種々の情報を提供することにより、主体性・合理性をもって行動できる消費者を育成するため、消費者啓発情報紙「きょうのくらし」を定期的に発行する。

A 4 版 4 頁 年 4 回

(4) 来訪者向けパソコンの設置

来訪した消費者が自由にパソコンを使用して消費生活に関する情報を取得し、活用できるようにする。

(5) 図書・視聴覚教材の閲覧・貸出し

消費生活に関する図書やビデオテープ等の収集・整理や簡易テスト機器等の整備に務め、消費者や団体等への閲覧・貸出しに供する。

(6) インターネットによる情報提供

ホームページ「くらしの情報ひろば」に相談事例・商品テスト・省エネ・関係法令・生活情報リンク等の情報を提供する。

(7) メディアの活用による情報提供

在宅の高齢者や主婦を対象とした啓発活動を充実するため、活字媒体やラジオ等の電波媒体を通じて、消費生活に役立つタイムリーな情報提供に務める。

(8) 「消費者フォーラム」における啓発

消費者、事業者及び行政が交流し、消費者の生活創造をめざす場として開催する「消費者フォーラム」において、消費生活に関する具体的な提案や、消費者被害の未然防止のための啓発を行う。

3 消費生活相談体制の整備

消費生活に関する相談や苦情を適切かつ迅速に処理するため、全国消費生活情報ネットワークシステム（P I O-N E T）を活用し、国・他府県との連携を強化するとともに、府内においては、各地方振興局（12機関）及び市町村との連携を密にし、相談処理ネットワークの整備・充実を図る。

(1) 消費生活相談・苦情の処理

複雑・多様化する消費生活相談・苦情に対応するため、消費生活相談員及び消費生活苦情処理専門員を配置し、相談・苦情の迅速・的確な処理に務める。

(2) 移動消費者相談所の開設

消費者被害の防止・救済を図るため、地方振興局管内において移動消費者相談所を開設し、地域の相談・苦情の迅速・的確な処理に務める。

(3) 苦情処理研究会の開催

工業製品や繊維製品に関する苦情の適切な処理と処理能力の向上を図るため、独立行政法人製品評価技術基盤機構の助言を得ながら、府地方振興局及び市町村の相談担当者等による苦情処理研究会を開催する。

(4) 事例研究会の開催

京都弁護士会及び京都府警察本部・京都市・相談窓口常設市との意見・情報交換により、相談・苦情の的確な処理をするため、事例研究会を開催する。

4 商品テスト機能の強化と活用

消費者に適正な商品を選択するための指針となる情報を提供するとともに、製造物の欠陥、その他の苦情相談に伴う原因究明テストや消費者が商品知識を習得するための簡易テストを実施する。また、消費者自らが体験に基づく自主的な生活創造を支援するための消費者参加型テストを推進する。

(1) 苦情相談に伴うテストの実施

商品の欠陥その他苦情相談を円滑に処理するため、必要に応じ、関係機関との連携を図りながら原因究明のテストを実施する。

(2) 試買テストの実施

府内で生産・流通されている利用頻度の高い商品及び消費者の関心の高いテーマに係る商品並びに苦情相談の対象となった商品の中から品目を選定し、試買テストを行い、消費者に選択のための情報提供等をするとともに、その結果を消費者参加型テストに活用する。

(3) テスト機能を活用した消費者啓発事業の実施

商品を科学的に見る目を養い消費生活のあり方を考えるため、消費者や消費者グループを対象に消費者参加型テスト事業を実施する。

また、体験講習を踏まえた消費者と関連事業者の意見交流の場を設ける。

ア 消費者参加型テスト事業

(ア) 消費者体験型講習会

消費生活科学センターが実施した商品テストの結果を説明し、消費者自らがテスト品を使う体験型講習を行う。

(イ) 消費生活研究会

消費者グループが行う環境や衣食住に関する身近なテーマの自主研究（科学実験等）の場や機器を提供し、技術助言を行う。研究成果については、当センターのパソコンを使って講習を行い、ビジュアルな報告書を作成する。

また、親子を中心に行う「親子で学ぶ省エネや健康等の自主研究」をサポートする。

(ロ) 簡易テスト教室の開催（出前講座を含む）

消費者が商品知識を習得するための簡易テスト教室を実施する。関係機関、消費者団体、大学からの依頼により開催する。

なお、今年度から新たに、小中学校において、健康や環境など暮らしについて学ぶ消費者教育の早期取組の一環として、新学習指導要領に基づく「総合的な学習の時間」を活用し、簡易テスト教室を実施することとしている。

実施方法は、次のとおり

- ① 京都府消費生活科学センターで実施
- ② センター職員が講師として現地に行って実施（出前講座）
- ③ 簡易テスト機器及びマニュアルを貸出しにより実施

イ 事業者とのパートナーシップ懇談会

過去の苦情や従来から実施してきた電気製品、衣類等のテスト結果及び消費者体験型講習会での消費者からの意見等を活用し、事業者とのパートナーシップ懇談会を開催する。

5 市町村消費生活行政の支援

市町村における消費者教育啓発、消費者相談等の積極的な推進を支援するため、相談の助言、情報提供や職員研修等を行う。

(1) 市町村消費生活業務担当者研修会の開催

市町村、地方振興局の消費生活業務担当者の消費者啓発や相談業務処理能力を高めるための研修会を開催する。

(2) 市町村が実施する講座等への講師派遣

Ⅲ 平成13年度事業の実績

1 消費者教育

(1) 消費生活講座（研修会）

一般消費者を対象として、豊かな消費生活を実現するため最近の消費者問題に焦点を当て、次のとおり消費生活講座（研修会）を実施した。

講座名		場所	実施期間	受講者数	延受講者数
消費者月間記念講演会		ハートピア京都	13. 5. 23	60名	60名
消費生活講座	エコライフセミナー	府センター	13. 6. 26	31	31
	夏休み親子講座	府センター	13. 7. 25～7.26	152	152
	生活創造塾 （くらしの安全編）	府センター	13.9. 13～9.27	57	103
	生活創造塾 （くらしの話題編）	府センター	13.11.30～12.13	88	108
消費者研修会		府センター	14.2.15	45	45
合計				433	499

注1 生活創造塾（くらしの安全編・くらしの話題編）は、各々3科目で実施した。

2 講座は、向日町（3科目、延べ83名受講）、田辺（7科目、延べ259名受講）、亀岡（6科目、延べ261名受講）の各地方振興局でも実施された。

3 研修会は、宇治（20科目、延べ716名）、木津（5科目、延べ252名）、園部（3科目、延べ269名）、京北（2科目、延べ126名）、福知山（6科目、延べ124名）、綾部（7科目、延べ580名）、舞鶴（8科目、延べ437名）、宮津（5科目、延べ1005名）、峰山（4科目、延べ297名）の各地方振興局でも実施された。

(2) 消費生活通信講座

仕事や育児などで消費生活講座等に参加できない消費者を対象に物価に関する基礎的な知識が習得できるよう通信講座を実施した。

期間：13. 9 ～ 13. 11

受講者数：54名

(3) 消費者のためのインターネット体験講習

パソコンに触れたことのない消費者を対象に、パソコン操作とインターネットからの消費生活情報の入手方法や、電子商取引のトラブル事例について学ぶ講習会を実施した。

期間：13. 6 ～ 14. 3 実施回数：24回 受講者数：200名

(4) 「出前」消費生活講座

消費者の自主的な学習活動を促すため、地域の特性に応じた内容で、老人会・消費者グループの集会や高等学校等に出向いて消費生活講座を実施した。

実施回数：37回

受講者数：2,603名

(5) 講師の紹介

地域における講師の確保難に対応するため、消費生活の各分野における講師リストを活用して紹介するなど、消費者の自主的な学習を支援した。

(6) 消費者団体の調査

消費者団体の現状や活動内容を把握し、消費者団体の育成と健全な発展に役立てるため、消費者団体基本調査を実施した。

消費者団体数：69団体（府域9、地域60）

2 消費者啓発 — 情報提供 —

(1) 常設展示

消費者が目で見ても手で触れて実態を知り、問題意識を高める啓発手段として、展示品やパネルの組み合わせによる展示を実施した。また、作成パネルは市町村の消費生活展等に貸し出すなど積極的に活用した。

<テーマ>

商品テスト結果から

パネルは随時展示替えをした。

相談事例から

(2) 啓発資料

悪質な商法の横行に対して、消費者被害事例などをイラスト等でわかりやすく表現したリーフレットを作成するとともに、くらしに役立つ身近な情報を幅広く取上げ簡潔にまとめた生活情報誌「くらしの豆知識」を作成した。

若者向けリーフレット	気をつけて悪質商法	(A4版)	50,000部
	かしこくネット	(B5版)	5,000部
	—インターネットトラブルに気をつけて—		
一般向けリーフレット	老若男女 CASE FILE	(B5版)	2,000部
	内職・モニター商法もクーリング・オフできます	(B5版)	6,000部
高齢者向けリーフレット	こんな手口にだまされないで	(B5版)	5,000部

(3) 消費者啓発情報紙

消費生活に関する基本的な知識や商品・役務に関する種類の情報を提供することにより、自立し、主体性をもって行動できる消費者を育成するため、消費者啓発情報紙「きょうのくらし」を

定期的に発行した。

年 4 回 (5月・8月・11月・2月発行) A 4 版 8 ページ 各回 17,000 部

(4) インターネットによる情報提供

ホームページ「くらしの情報ひろば」をリニューアルし、情報の整備、内容の充実化をはかった。

(5) 図書・視聴覚資料の閲覧・貸出し

消費生活に関する図書や雑誌、ビデオテープ等の整備に務め、市町村や学校・消費者団体に貸出すなど積極的に活用した。

(6) メディアの活用

在宅の高齢者や主婦を対象とした啓発活動を充実するため、活字媒体や電波媒体を活用し、豊かで合理的な生活実践に役立つ情報を提供した。

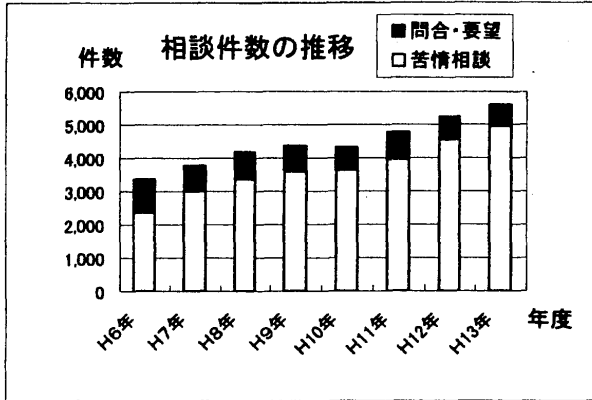
(7) 京都消費者フォーラムにおけるセンターの事業の紹介と啓発の実施

悪質商法啓発パネル掲示や商品テスト(枕)の展示・体験及びパソコンによるインターネットホームページの検索体験などを通して、センター事業の紹介と啓発を実施した。

3 消費生活相談

(1) 相談の概要

- ① 相談件数は7.4%増加して5,592件になり、過去最高となった。



消費生活相談件数は年々増加し、平成13年度は、5,592件となり、前年度に比べ386件(7.4%)増加した。

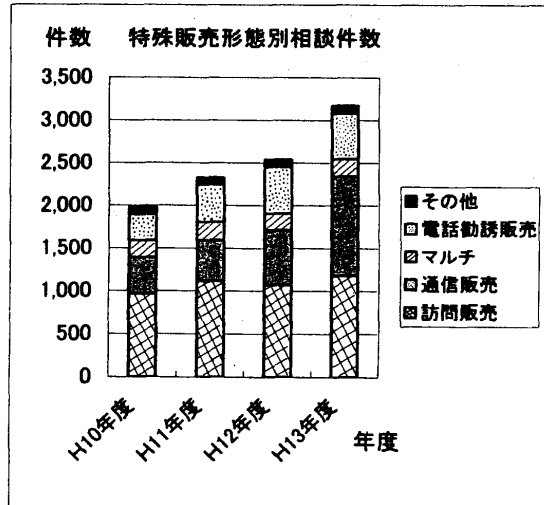
また、平成10年度と比較すると、3カ年で3割、1,288件の増加となっている。

苦情相談件数は、4,937件で前年度に比べ411件増加した。全相談に占める苦情相談率は1.4ポイント上昇して88.3%となり、過去最高になった。

- ② 販売形態別に見ると、通信販売が大幅に増加して訪問販売とほぼ同数となった。

訪問販売等の特殊販売形態に係る相談は、3,169件で前年度に比べて631件(24.9%)増加した。その中でも通信販売に係る相談が522件(81.2%)増加して1,165件となり、訪問販売と肩を並べる相談件数となった。これは情報・通信手段の発展により通信販売が増加していることによる。とりわけ、電話に関わる通信サービスに関する相談の増加によるところが大きい。

訪問販売は110件増加し、1,185件となり、特殊販売形態のなかでは最も多い販売形態であるが、通信販売が大幅に増加したことから、特殊販売に占める比率は42.2%から37.2%に低下した。



- ③ 電話情報提供サービス、国際電話に関する相談が大幅に増加。

相談件数を商品・サービス別に見ると、電話やインターネットなど通信サービスに関する相談が733件で、12年度より445件増え、2.5倍となっている。その内訳をみると、ツーショット

ダイヤルなどの電話情報提供サービスが353件と最も多くなっている。利用していない人に対しても無差別に代金請求ハガキを送りつけた業者や「ワン切り」着信などに対する相談が多くあった。次にインターネットをしていて国際電話につながったなど国際電話に関する相談が、約5.8倍の184件となっている。

退去時の敷金返還に伴うトラブルなど賃貸住宅に関する相談は38件（12.0%）減少したが、依然として278件あり二番目に多い相談となっている。

サラ金に関する相談は三番目に多く、71件（40.1%）増の248件となっている。多重債務、ヤミ金融、紹介屋、整理屋など深刻な内容の相談が増加している。

四番目に多い相談として、内職・副業に関するものが62件（45.3%）増で199件となっている。内職・副業によって収入が得られることを誘い文句に商品・役務の購入契約を勧誘する販売方法については、昨年6月から「業務提供誘引販売」として特定商取引法で規制されるようになったが、法規制後の契約についての相談件数は、150件あった。

五番目に多い相談は、コンピューター類に関する相談である。昨年度より57件増加して、169件。うち40件は業務提供誘引販売に関わる商品購入契約であった。

相談の多い商品・役務（サービス）上位30

（件）

順位	商品・役務名	13年度	12年度	H13-H12	順位	商品・役務名	13年度	12年度	H13-H12
1	通信サービス	733	288	445	16	浄水・整水器	95	97	-2
2	賃貸住宅	278	316	-38	17	クリーニング	81	112	-31
3	サラ金	248	177	71	18	生命保険	80	96	-16
4	内職・副業	199	137	62	19	化粧品	78	59	19
5	パソコン類	169	112	57	20	修理サービス	76	96	-20
6	住宅工事	145	153	-8	21	電話機類	76	58	18
7	自動車	140	131	9	22	リース契約	68	52	16
8	エステティック	139	195	-56	23	商品一般	64	72	-8
9	学習教材	137	107	30	24	戸建住宅	64	75	-11
10	資格講座	130	226	-96	25	新聞	63	45	18
11	ふとん類	117	95	22	26	和服	58	55	3
12	健康食品	109	102	7	27	婦人下着	55	62	-7
13	アクセサリ類	107	106	1	28	治療器	51	45	6
14	資格用教材	106	56	50	29	電気掃除機	48	43	5
15	書籍・印刷物	103	46	57	30	教育サービス	40	47	-7

役 務 名		13年度	12年度	H13-H12
通 信 サ ー ビ ス	電話情報提供サービス	353	120	233
	国際電話	184	32	152
	電話関連サービス	63	29	34
	オンライン情報サービス	46	49	-3
	そ の 他	87	58	29
小 計		733	288	445

④ 年齢別に見た特徴

未成年者を対象にしたエステや和服、アクセサリーについての契約トラブルは減少したが、電話情報提供サービスが1位、国際電話が2位となって12年度より相談件数は増加した。

20～30歳代では賃貸住宅に関する相談がトップを占め、電話情報サービスが二番目に多くなっている。次いでエステや学習教材に関する相談が目立つ。

40歳代では、学習教材、電話情報提供サービス、国際電話と続く。

50歳～60歳代では、住宅工事に関する相談が最も多い。

70歳以上の高齢者層では、訪問販売による布団や健康食品の購入契約、住宅工事に関する相談が多い。

当事者の年齢層別にみた相談の多い商品・役務（サービス）

年齢	1位		2位		3位		4位		5位	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
20歳未満	電話情報	26	国際電話	18	外国語教室	8	婦人服	6	賃貸住宅	5
20歳代	賃貸住宅	112	電話情報	106	エステティック	105	アクセサリー類	71	パソコン	70
30歳代	賃貸住宅	89	電話情報	87	学習教材	84	内職・副業	72	サラ金	63
40歳代	学習教材	80	電話情報	65	国際電話	56	自動車	32	賃貸住宅	31
50歳代	住宅工事	43	電話情報	34	賃貸住宅	32	国際電話	30	生命保険	27
60歳代	住宅工事	24	修理サービス	19	サラ金	18	生命保険	17	ふとん類	12
70歳以上	ふとん類	46	健康食品	29	住宅工事	21	治療器具	20	修理サービス	16

⑤ 地域別に見た商品・役務別相談の特徴

電話情報提供サービスが第1位を占める地域が多くなっているが、これは特定の業者が名簿により無差別に代金請求ハガキを送りつける事件が発生したことによる。また、インターネットをしていて国際電話につながったとするトラブルに関する相談も全地域的に多く、上位5位以内に入っている地域が多い。

京都市と向日町振興局管内では賃貸住宅に関する相談が多く、京都市では第1位、向日町管内では第2位になっている。

サラ金に関する相談は、府下全域で高位に入っている。

京都市以外の地域では、住宅工事に関する相談も比較的多い相談である。

コンピューターに関する相談は、どちらかと言うと府南部の都市部に多い相談である。

書籍・印刷物に関する相談は、郡部の高齢者、法人に多い。

綾部振興局以北の府北部地域では、資格講座、内職・副業に加え、ふとん類、健康食品など訪問販売に関する相談が多くなっている。

なお、当センターを含め府内自治体の消費者相談窓口で受け付けた件数は、16,815件で12年度より1,109件、7.1%増加した。人口千人当たりの相談件数は、都市部で多くなる傾向にある。特に市町の相談窓口が整備されている地域の相談件数は多く、市町の窓口が未整備な地域の相談件数は少ない。

地域別にみた相談の多い商品・役務（サービス）

振興局	1位		2位		3位		4位		5位	
	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数	商品・役務	件数
京都市	賃貸住宅	166	電話情報	127	サラ金	101	コンピュータ	70	国際電話	69
向日町	電話情報	17	賃貸住宅	16	内職・副業	16	サラ金	15	国際電話	15
宇治	電話情報	33	サラ金	19	内職・副業	17	国際電話	16	住宅工事	14
田辺	電話情報	24	国際電話	14	サラ金	12	自動車	9	賃貸住宅	8
木津	電話情報	18	住宅工事	17	国際電話	15	内職・副業	15	コンピュータ	9
亀岡	電話情報	26	内職・副業	15	コンピュータ	12	国際電話	10	賃貸住宅	10
京北部	書籍・印刷物	3	リース契約	3	サラ金	2	住宅工事	2	ふとん類	2
園部	電話情報	10	アケサラー	8	内職・副業	8	自動車	7	健康食品	7
綾部	資格講座	5	内職・副業	5	サラ金	5	電話情報	4	書籍・印刷物	4
福知山	電話情報	15	資格講座	14	サラ金	10	健康食品	9	国際電話	8
舞鶴	電話情報	12	内職・副業	11	ふとん類	9	サラ金	7	コンピュータ	7
宮津	電話情報	18	内職・副業	10	ふとん類	7	資格教材	7	健康食品	6
峰山	書籍・印刷物	9	電話情報	7	サラ金	6	内職・副業	6	健康食品	6

相談者の居住地域（振興局管内別）別相談件数（13年度）

地域	府センター 受付件数	市町村・振興局 受付件数	小計	同左人口 千人当り	前年センター 件数	H12 → H13 増加 率 (%)		
						数		
南 部	向日町	263	260	523	390	-127	-32.6	
	宇治	493	1,435	1,928	502	-9	-1.8	
	田辺	322	979	1,301	304	18	5.9	
	木津	365	16	381	293	72	24.6	
	小計	1,443	2,690	4,133	6.02	1,489	-46	-3.1
中 部	亀岡	270	111	381	4.01	258	12	4.7
	京北部	36	4	40	3.29	38	-2	-5.3
	園部	177	30	207	4.09	135	42	31.1
小計	483	145	628	3.98	431	52	12.1	
北 部	綾部	75	82	157	4.01	63	12	19.0
	福知山	218	140	358	4.30	191	27	14.1
	舞鶴	161	436	597	6.33	136	25	18.4
	宮津	137	73	210	3.98	77	60	77.9
	峰山	114	77	191	2.90	94	20	21.3
小計	705	808	1,513	4.51	561	144	25.7	
京都市除く府内計	2,631	3,643	6,274	5.32	2,481	150	6.0	
京都市内	2,583	7,658	10,241	7.02	2,204	379	17.2	
不明	378		378		177	201	113.6	
総計	5,592	11,301	16,893	6.40	5,206	386	7.4	

⑥ 契約・解約に関する相談が最も多く、集中する傾向にある。

相談内容別（複数回答）に見て、契約に関する相談が3,758件（13.1%増）で、全相談に占める割合が67.2%で最も多い。その割合は、前年度より3.4ポイント高くなっている。次いで、販売方法に関する相談が1,462件（10.4%増）、品質・機能・役務品質に関する相談が767件（15.0%減）、価格・料金に関する相談が688件（10.6%増）、安全・衛生に関する相談が379件（0.5%減）、接客対応に関する相談が378件（21.5%減）となっている。

主な商品・役務の相談内容

商品・役務	年度別件数推移					13年度の年齢層別内訳								13年度の無店舗販売内訳				
	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70以上	訪問販売	通信販売	電話勧誘	マルチ	その他	
	健康食品	70	106	108	102	109	2	24	13	11	10	17	29	38	17	12	22	4
浄水器	70	78	92	97	95	0	28	12	6	9	17	15	63	2	3	8	0	
マシン	17	19	20	17	16	0	1	3	2	3	4	2	38	2	2	2	0	
電気掃除機類	33	20	52	43	48		4	10	10	10	9	4	38	2	2	2	0	
ふとん類	96	135	148	95	117	1	17	10	6	15	12	46	92	4	0	5	6	
節電器	3	3	15	15	28	0	1	4	6	6	3	3	25	0	3	0	0	
和服	58	68	62	55	58	1	6	5	11	17	11	6	10	3	1	0	17	
婦人下着	91	46	40	62	55	1	37	4	4	6	0	1	33	5	0	8	0	
アクセサリー類	89	90	97	106	107	3	72	7	0	8	2	4	65	10	3	0	4	
電磁気治療器具	38	38	39	45	51	0	3	1	1	4	11	26	21	4	0	3	6	
化粧品	105	80	75	59	78	2	46	6	8	5	5	2	38	6	5	13	0	
パソコン類	61	56	55	112	169	0	70	54	16	18	3	1	35	10	59	30	3	
電話機類	67	63	70	58	76	0	25	16	11	9	6	2	5	2	0	44	0	
資格取得用教材				56	106	0	52	84	80	4	3	0	0	5	96	1	1	
学習教材(除資格)	123	102	145	107	137	0	19	41	61	13	0	1	84	10	39	0	1	
紳士録	23	24	22	14	33	0	1	0	3	3	10	16	2	11	19	0	0	
新聞	53	41	49	45	63	0	8	16	13	15	0	5	54	5	1	0	0	
他の書籍・印刷物	72	69	75	32	70	1	8	6	9	10	4	6	10	26	28	0	0	
ビデオソフト	35	23	10	19	8	0	4	1	1	1	0	1	2	2	2	0	0	
絵画	20	21	23	22	35	0	21	6	4	1	1	2	12	2	4	2	7	
自動車	89	87	99	131	140	3	40	41	18	16	7	2	0	11	0	0	1	
集合住宅	34	23	36	33	31	0	6	9	5	6	1	2	1	1	6	0	0	
戸建住宅	76	61	78	75	64	0	8	22	10	8	10	2	0	1	0	0	1	
太陽熱温水器	14	25	9	6	10	0	2	4	2	1	0	1	8	0	1	0	0	
クリーニング	121	78	113	112	81	3	16	21	15	8	5	2	5	0	1	0	0	
賃貸住宅	138	149	183	315	278	5	112	89	22	23	6	9	2	0	0	0	0	
住宅工事	117	136	134	153	145	6	19	22	43	24	21	5	71	3	1	0	0	
修理サービス	90	98	79	96	76	1	10	15	11	19	7	11	28	9	0	0	1	
生命保険	120	50	82	96	80	5	8	13	27	16	8	3	27	1	0	0	0	
損害保険	12	13	4	25	28	1	1	5	2	7	6	6	3	4	2	0	0	
銀行・証券	59	47	32	37	88	0	8	11	15	15	10	13	4	6	3	1	0	
サラ金	133	164	138	177	248	3	68	63	42	43	14	4	0	62	3	0	3	
引越サービス	30	12	23	18	19	0	5	11	2	0	0	0	2	3	0	0	0	
国際電話	15	15	29	32	184	18	35	33	56	30	3	3	0	183	0	0	0	
電話関連サービス	27	36	25	29	63	0	7	8	3	4	0	4	8	34	4	0	0	
電話情報サービス			53	120	353	26	106	87	65	34	10	3	0	338	0	1	1	
教育サービス	44	46	37	47	40	4	7	8	14	3	0	0	8	6	1	0	1	
旅行代理業	36	22	25	25	27	1	7	4	5	4	5	0	8	6	1	0	1	
外国語会話教室	40	95	32	31	33	8	12	7	1	0	2	0	11	0	1	0	0	
資格講座	97	131	256	226	130	1	32	49	28	15	3	0	2	12	106	0	2	
医療	45	37	44	35	37	1	6	8	5	5	4	0	0	0	0	0	0	
エステティック	103	110	115	195	139	5	105	15	5	4	0	0	68	1	0	0	1	
白蟻駆除サービス	13	14	18	17	12	0	0	1	3	2	1	5	9	1	0	0	0	
冠婚葬祭互助会	11	14	17	13	16	0	0	1	2	4	4	5	8	0	0	0	0	
興信所	4	8	10	12	12	0	2	4	2	3	1	0	0	3	0	0	0	
結婚相手紹介	18	11	11	17	23	0	4	13	4	2	0	1	2	3	2	0	0	
商品相場・金商法	27	16	33	26	42	0	3	10	8	5	12	2	23	1	10	0	0	
内職・副業	103	101	180	137	199	6	42	53	26	11	5	1	2	81	46	10	1	

13年度の主な相談内容
高齢者を対象に、健康食品を強引に押し売りする被害が続出した。
制服を着て水質検査にと来訪。浄化装置と称して浄水器を契約させる。
格安ミシンのチラシを見て呼ぶと、高額なミシンを契約させられた。
ハウスクリーニング、布団のクリーニングのふれこみで、高額な掃除機を契約。
SF、布団クリーニング、次々販売と高齢者を狙ったものが多い。
中小の事業者を対象に販売するが、事業者契約でクーリングオフの対象外になる。
素人モデル、展示会アルバイト、無料当選とのふれこみで展示会場に行くこと...
下着販売の仕事を勧めると同時に高価な下着セットの購入も勧誘。
20歳代を中心に、異性を紹介するイベントに参加できると勧誘
粗品を配られ、展示会場に誘い込まれ勧誘
肌の調査のアンケートに答えてとキャッチされ、化粧品を契約を。
修理対応の不満。通販でのトラブル。パソコン等を購入すれば仕事を紹介すると言われ。
携帯電話に関する相談激増
次々契約、二次被害の例も多い。
訪問販売で家庭教師を勧められ契約したら、教材の契約だった。
電話で勧誘され、断りの通知の返送を求められ送付したら、今回は契約になっていた。
景品につられて数ヶ月から数年先の契約をしたため、トラブルが。
電話勧誘を曖昧に断っていたら、送りつけられてきたと言うトラブルも。
送りつけ、代引きのトラブルも。
絵の購入を条件に特典付き会員権を勧められ、つい契約。
修理、納車に関する中古自動車の苦情が多発。
購入、欠陥に関する苦情
購入、欠陥に関する苦情
設置済みソーラーの点検を装う業者が、ボイラー・浄水器の設置を勧める二次被害が。
変色、汚損、紛失などの苦情相談が多く、原因の特定ができないものも。
退去時の修繕費トラブルが多発。敷金に関するトラブルも。
相変わらず、訪販での屋根工事、外壁工事等の解約に関する相談が。
シール広告業者による拡大修理、高額修理費に関する苦情が多い。
倒産した会社に関する問い合わせと不安が。
同上
倒産する心配に関する相談。
多重債務及び取立に関する相談が。
家具破損による業者の対応に関する苦情。
インターネットをしていて国際電話につながった。
マイライン制度に対する苦情が特徴
使用した覚えのないツーショットダイヤルやダイヤルQ2の請求が。納できない。
専門学校の入学金と前納した授業料等が解約しても返ってこない。
格安旅行、パンフと現実との違いに苦情が。
中途解約に関する相談。
強引な電話勧誘。勧誘を止めるという勧誘も。二次勧誘、二次被害続出。
高額な包茎手術に対する不審の相談が。
無料体験で誘い、次々勧誘へ。
強引高額な訪問販売
情報提供不足による不満と不安が。
料金・条件の説明と実際の食い違い。
結婚相手を紹介すると誘い、高価なアクセサリーを次々と販売。
先物取引の強引な勧誘、損失についての相談。
パソコン、代理店、チラシ配り内職等相談内容も多種多様に。

(2) 移動消費者相談所の開設

センターへの来所が困難な府民を対象とした移動消費者相談所を開設した。

開催場所	開設年月日
宮津市民体育館（宮津市）	13. 10. 21
舞鶴市東体育館（舞鶴市）	13. 10. 28
府立山城勤労者福祉会館（山城町）	13. 11. 4
綾部工業団地・交流プラザ（綾部市）	13. 11. 11
久御山中央公園（久御山町）	13. 11. 23
福知山市厚生会館（福知山市）	13. 12. 2
ガレリアかめおか（亀岡市）	14. 2. 3

(3) 苦情処理研究会の開催

工業製品や繊維製品に関する苦情を適切に処理するため、独立行政法人製品評価技術基盤機構生活・福祉技術センター大阪の助言を得ながら、府地方振興局及び市町村の相談担当者による研究会を開催（隔月）した。

実施回数： 6回

受講者数：延べ110名

(4) 事例研究会の開催

京都弁護士会・京都府警察本部・京都市・八幡市等相談窓口常設市との連携を強化するため、共同で事例研究会を開催した。

実施回数： 6回

受講者数：延べ92名

(5) 消費生活情報ネットワークシステムの充実・整備

宇治市・八幡市にP I O - N E T（全国消費生活相談情報）地域ネットが開設された。

4 商品テスト

(1) 苦情相談に伴うテスト

商品の欠陥その他苦情相談を円滑に処理するため、必要に応じ、関係機関との連携を図りながら原因究明のテストを実施した。

テ ス ト 事 例	12件
テストに至らない情報提供事例	17件
合 計	29件

(2) 簡易テスト教室

消費者が商品知識を習得するために、関係機関、消費者団体、大学からの依頼により開催した。

実 施 方 法	開設回数	参加者数	備 考
職員が講師として対応したもの (うち出前講座分)	28回 (15回)	1,069名 (493名)	実施メニューは、「清涼飲料水の甘さ調べ」、「油の劣化調べ」「家電製品に関する省エネ実験」等
機器の貸出により対応したもの	3回	214名	
合 計	31回	1,283名	

(3) 試買・比較テスト

市内で生産・流通している利用頻度の高い商品及び消費者の関心が高い商品並びに苦情相談の対象となった商品の中から品目を選定し、次のとおりテストをした。実施方法は従来のセンターが行うテストの他、テスト品を使った消費者体験型講習や消費者グループによる調査等を含めた消費者参加型商品テストを実施するとともに、テストの結果については、パネル展示やホームページ、「きょうの暮らし」、メディアなどを通じて、幅広く情報提供を行った。

品 名	検体数	テ ス ト ・ 調 査 項 目	実施期間
簡易型掃除機	8	アンケート調査、基礎テスト<騒音、吸い込み性能(砂ゴミテスト、糸ゴミテスト、紙ゴミテスト)、重さ(持ち運びの重さ、使用時の重さ)、収納性、コードに関する調査>、高齢者にやさしい掃除研究	12. 8～13. 3※
無 洗 米	7	表示、残存ぬか量、でんぷん量、米の選別、異物、新鮮度、化学的酸素要求量、食味、経済性、アンケート調査	13. 10～14. 2
最低・最高 温 度 計	3	アンケート調査、基礎テスト(冷蔵庫の扉の開閉と温度変化に関する簡易実験)、消費者グループによる当該商品を使った家庭での簡易実験の実施(使用中の冷蔵庫の開閉による庫内温度変化と消費電力量に関する調査)	13. 7～14. 3
コーヒーマーカー	6	アンケート調査、使いやすさの工夫(洗いやすき等)、安全性テスト<1>保温中の安全性確認実験(温度測定)、安全性テスト<2>連続使用実験、商エネの工夫(消費電力量測定)	13. 9～14. 3

※平成12年度経済産業省依頼テストとして実施。

(4) 消費者参加型テスト事業

試買テストの結果を活用し、新たな事業展開を図る試みとして実施した。

ア 消費者体験型講習の実施

商品テスト結果の説明及びそのテスト品を使った消費者体験型講習を行った。

テ ー マ	内 容	開 催 日	参加者数
掃除のコツを体験 しましょう ～簡易型掃除機を 使った体験型講習～	最近、注目を集めているいやな臭いが出ない「排気レス型」や軽くて持ち運びに便利な「簡易型」などの様々な種類の掃除機の性能実験に係る講義及び受講者が実際に各タイプを手にとって特徴や使い方のコツ、難点などをチェックする体験型学習。	平成14年 2月15日	45名

イ 省エネ等生活研究会の実施

消費者の関心の高い省エネ等をテーマとし、消費者グループに対し簡易講座（簡易機器の使い方説明及び簡易省エネ実験の実施）や「環境にやさしい生活のあり方研究」等の自主研究に関するサポートを行った。また、自主研究を行ったグループについては、その結果をセンターのパソコンを活用してまとめるための講習も併せて行った。

省エネ簡易講座開催回数 14回 参加者数 417名
 <参加グループは、消費者団体、女性会、府くらしのアドバイザー等>

テ ー マ	内 容	自主研究を行うための貸出機器等	参加者グループ数等
環境にやさしい 省エネ生活研究	消費者グループによる家庭で使用中のテレビ等家電製品の消費電力量調査及び冷蔵庫の扉開閉及び庫内温度変化並びに消費電力量の調査等	家庭用電力量計 最低・最高温度計	研究活動グループ : 2グループ
夏休み親子向け 自主研究	センターが貸し出す簡易機器等及びマニュアルにより、夏休みに親子が省エネや健康に関する自主研究を行った。	家庭用電力量計 糖度計 pH 万能試験紙	35組 74名

研究活動グループ及び夏休み親子参加家族に対しては、センターのパソコンを活用しグラフ化する講習も実施した

5 市町村消費生活行政の支援

市町村消費生活業務担当者研修会

市町村及び関係機関における相談担当者などの消費生活相談処理能力を高めるための研修会を開催した。

開催回数：2回

参加者数：延べ 80名

6 消費者・事業者・大学・行政の協働の推進

消費者と事業者のパートナーシップ推進事業

時宜にかなった消費者問題をテーマに、消費者・事業者・大学の関係者の参画を得て、懇談会やアンケート調査、提言活動を行った。

- テーマ 「ユニバーサルデザイン」

～人にも環境にもやさしい繊維製品や家庭用洗剤等の取扱いに関する情報提供のあり方～

7 その他

消費生活課と一体となって相談の多い賃貸住宅に関して、宅地建物取引業の団体との懇談会を3回開催して、取引の適正化のための業界の取組を推進した。

資料集目次

I 試買・比較テスト結果

1 簡易型掃除機	23
2 無洗米	25
3 最低・最高温度計	29
4 コーヒーメーカー	29

II 消費者教育実施状況

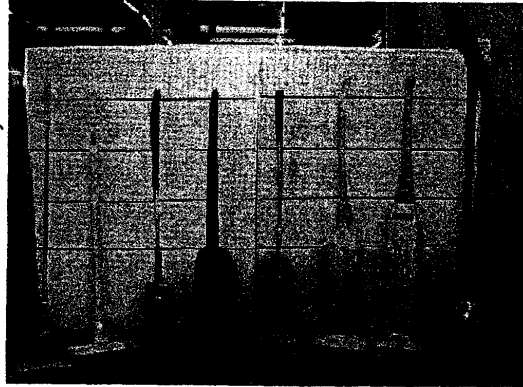
1 消費生活科学センター実施	31
2 各地方振興局実施	32

I 試買・比較テスト結果

1 簡易型掃除機

(1) 趣旨

多様な消費者ニーズを反映して、排気レスタイプなど従来の掃除機とは全く違った原理によりゴミを吸う新しいタイプのものや持ち運びに便利なコードのないタイプの掃除機が次々に新発売されている。京都府全域で掃除機に関するアンケートを実施したところ、現在所有している掃除機の約9割が従来型の床移動式であることがわかった。これらの掃除機に対する不満の1位は、使用時や持ち運び時の重さであった。このため、従来型よりも商品重量の軽い簡易型掃除機を使って、より軽く使える掃除機の使用方法等について、調べた。



(2) テストの概要

① 実施期間	平成12年8月～平成13年3月
② テスト品目 (8銘柄)	簡易型掃除機 7台 (スティック4台、コードレス<充電式タイプ> 3台)、 床移動式1台
③ テスト項目	騒音 (JIS C 9108)、吸い込み性能* <砂ゴミテスト (主に吸い込み力)、 紙パック詰め込みテスト (主にブラシ効果)、隙間テスト、紙ゴミテスト (主にコーナーの掃除)、重さ (持ち運びの軽さ、使用時の軽さ) > 収納性等

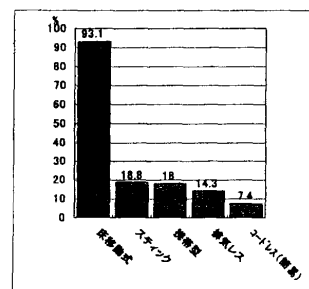
* 吸込仕事率が、構造上の理由 (JIS C 9108で規定されている測定装置の管口が検体に取り付けられない等) から、測定できない機種 (検体番号①～⑥) があり、その機種については吸込仕事率の表示は省略しているとしている。吸込仕事率の測定のできない機種が多かったため、実使用時の様々な状態、掃除機の使われ方から独自の吸い込み性能に関するテストを考案しテストを実施した。

(3) 主なテスト結果

◇アンケート調査により (府民256名に対して実施 複数回答有)

掃除機に対する不満 (%)			買い換え時重視項目 (%)		
1位	持ち運び・重さ	42.9	1位	吸引力	54.2
2位	音	38.2	2位	清潔性	49.0
3位	コードが邪魔	32.9	3位	価格	40.2
4位	収納性	32.4	4位	軽さ	36.9
5位	排気空気が臭う	31.8	5位	コードレス	27.7
6位	紙パックの着脱	20.6	6位	収納性がよい	25.7
7位	吸引力	20.0	7位	音	24.9

現在所有している掃除機



◇かけ方のコツ（テスト結果から）

- 掃除機の持つ高さや押し方を工夫する。（高さによって吸い取り量が変わる。）
- 引く力を利用する。（引く際にも以外と吸い取っていることがわかったので、この力を利用し、押し引きを繰り返し使えば軽くかけられる。）
- ヘッド裏の掃除をよくする。（ブラシ効果等により、じゅうたん上の糸ゴミ等が取りやすくなる。）
- 排気レス型は床とヘッドの隙間を作らずにかける。（床に張り付かず滑るような感覚で掃除ができる。）

◇様々な掃除機の特徴（テスト結果から）

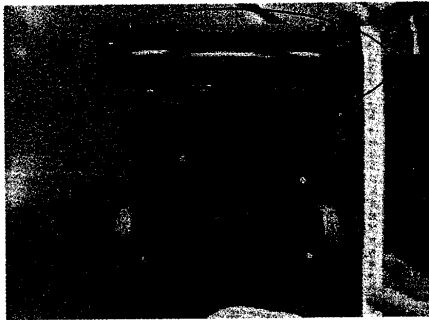
○簡易型掃除機の特徴

簡易型掃除機は、従来型の床移動式に比較し、吸い込み性能は、床やゴミの種類によっては以外とよい場合もあった。また、騒音も小さく、使用時・持ち運び時ともに非常に軽く、収納性も良いという結果になった。簡単な日々の掃除には適していると考えられた。

○じゅうたん上の掃除

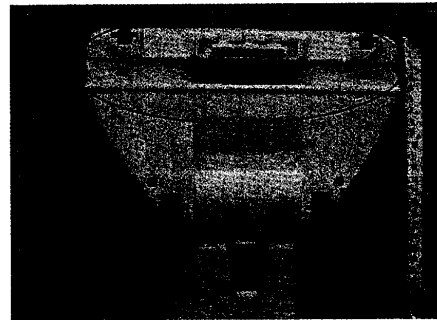
ブラシの工夫がなされていない機種は、吸引力が強かったにもかかわらず、じゅうたん上の糸ゴミテストの結果は悪かった。

<ブラシの工夫がされているもの>



糸ゴミテストの結果の良かった機種

<ブラシの工夫がされていないもの>

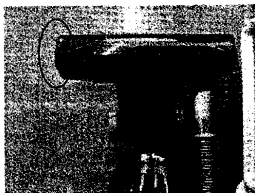


糸ゴミテストの結果の悪かった機種

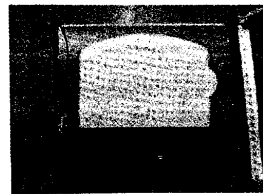
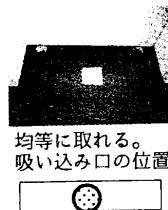
○コーナーの掃除

紙ゴミを使ったテストを行った結果、掃除機のヘッドの形や吸い込み口の位置によって、吸い取りに差が見られた。

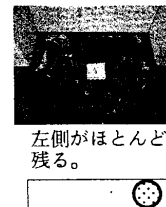
<コーナーの掃除がしやすい掃除機のヘッド> <コーナーの掃除がしにくい掃除機のヘッド>



ヘッドが短いため、コーナーにヘッドが入りやすい。
また、ヘッドが軽く動かし易い。



ヘッドの角が取れておらず、コーナー部分にヘッドが入りにくい。



【まとめ】

店頭でよく新機能を確認したり、使用する前に取扱説明書をよく読み、特徴を知ってから使うことが掃除機を軽く使いこなすコツであると思われます。

◆ <消費者としては>

簡易型掃除機等をテストした結果、各掃除機の吸引力に差はあっても、各々の掃除機において、持つ高さや押し方を工夫することによって、かなり軽くまた吸い込みもよく掃除ができることがわかりました。また、引く力を活用することが、より軽く効率的に掃除をするコツであることもわかりました。

掃除機の吸い込み性能の良さは、吸い込む力以外に、ヘッド裏の工夫やブラシのかきあげ効果などによるものが大きいことがわかりました。このため、購入の際には、ヘッドの形やヘッド裏を見るなど、各掃除機の機能をよく確かめ、選ぶことがポイントと言えます。

掃除機を使用する際には、従来のような床に張り付くといった掃除機感覚にとらわれず、様々な新型機能を活用すれば、軽く掃除を行うことが可能です。店頭で構造について確認したり、使用前に取扱説明書をよく読み、新型機能について知ってから使うことが、吸い込みもよくまたより軽くかけられるポイントと思われます。

2 無洗米

(1) 趣旨

米の消費量がやや減少傾向にある中、洗米を必要としない「無洗米」がその手軽さ等から注目され、生産量が伸び続けている。

従来の常識であった「洗米」を必要としない無洗米が品質面や環境面、食味等で精白米とどのような違いがあるのかテストを行った。

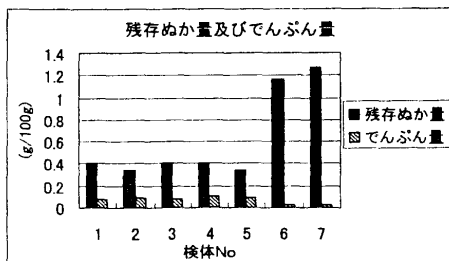
(2) テストの概要

実施期間	平成13年10月～平成14年2月
テスト検体	無洗米：5検体 精白米：2検体
テスト項目	表示、残存ぬか量、でんぷん量、米の選別、異物、新鮮度、化学的酸素要求量(COD)※、食味、経済性、アンケート

※COD：水中の有機物含量を表す方法。水質汚濁に関する指標にも使用されている。

(3) 主なテスト結果

① 残存ぬか量、でんぷん量



無洗米試料中の残存ぬか量は精白米の約3/1、でんぷん量は約3倍だった。

無洗米は、ぬかが取り除かれており、従来ぬか層の下にあるでんぷん層が露出しているため、このような結果になったと考えられた。

無洗米を研ぐと、精白米と同様に白く濁るが、これはでんぷん層の流出が一つの原因であると考えられた。

② 選別・異物

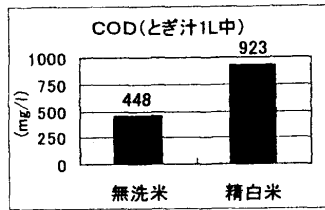
精米の品位基準に照らして、全ての検体で問題はなかった。

無洗米については、精白米に比べその加工工程による影響は見られなかった。

歩留まりも無洗米と精白米の間で差はなかった。(無洗米も精米工程でヌカと同時に米を余分に削られていることもなかった。)

また、全ての検体で異物は確認されなかった。

③ 化学的酸素要求量 (COD)

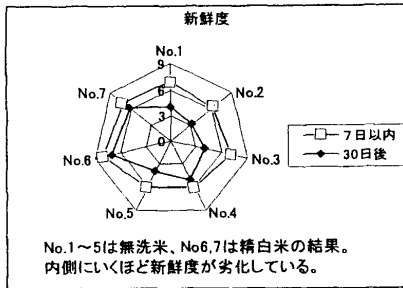


試料のCOD値は無洗米は精白米の約50%の値だった。無洗米はヌカが除去されていることにより、同様に研いだ場合でも、汚濁量は少なかった。

しかし、不衛生感を感じたり、とぎ汁の白濁(でんぷんの流出が原因)を気にして多少でも研ぐと、排水により水質汚濁量は高くなる可能性がある。

なによりも、本来は発生させる必要のない環境への負荷を生み出してしまうことになるので注意が必要である。

④ 新鮮度



無洗米は鮮度の低下がより早かった。

無洗米では、ヌカ取り除かれている分、外界からの影響を受けやすかったものと思われた。

⑤ 食味テスト

銘柄間に差が見られるが、外観、香り、甘さ、粘り、硬さ、おいしさについて無洗米と精白米とに明確な差は見られなかった。

⑥ 経済性

平均年間費用は、無洗米で89,982円、精白米で83,691円と、無洗米の方が6,291円高い結果となった。(米価格及び上下水道料金から算出)

無洗米は洗米しないため、上下水道料金は安くすむが、米単価が高いことの影響が大きかった。しかし、個別では精白米の1銘柄よりも安くなった銘柄が5検体中3検体もあり、これらの格差をどう捉えるかは、消費者個々の価値観等により違いがあると考えられる。

⑦ アンケート結果

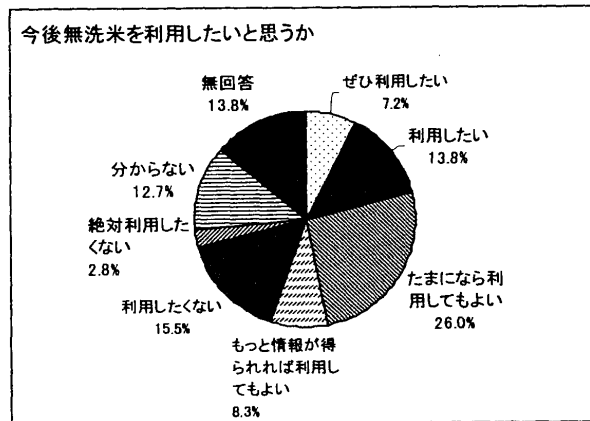
「無洗米」と言う商品の認知度は92.3%と非常に高かった。実際に利用したことがある人は24%しかいなかったものの、利用したことがある人の満足度は高かった。

また、今後利用したくないという人は少数であり、殆どは今まで無洗米を利用したことのな

い人達だった。その理由では「なんとなく(64%)」が最も多く、具体的な意見の無い人が目立った。
他の結果からも、無洗米という名称は知っていても、その具体的な情報は必ずしも十分でないと思われた。

今後の利用については、全体の5割以上が肯定的であり、「利用したくない」等の否定的な意見は2割に満たなかった。

無洗米については、今後も消費量の増加が予想されるが、同時に正確な情報提供が求められていると思われた。



3 最低・最高温度計

～最低・最高温度計等を使った冷蔵庫内の温度変化調査等～

(1) 趣旨

デジタルで、最低温度と最高温度がわかる温度計等を使って、冷蔵庫の扉の開け閉めによる庫内温度変化を調べた。なお、本調査は、消費者グループによる自主研究活動の一環として行い、消費者の各家庭で使用中の冷蔵庫で、詰め込み具合や当該温度計を用いて簡易省エネ実験を行った。また、最低・最高温度計以外に前年度試買テストを行った家庭用電力量計も用いて、温度変化と消費電力量との関係についても、調査を行った。

(2) テスト概要

① 調査時期

平成13年7月～14年3月

② 参加自主研究グループ

舞鶴市及び宇治市の消費者グループ(1グループ10名程度)

③ 調査内容等

自主研究グループが行った実験は、次のとおり

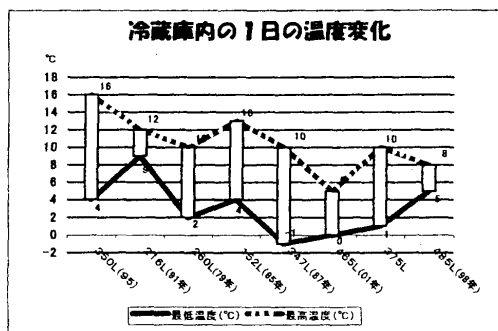
各家庭で実施した簡易省エネ実験

冷蔵庫編	実験Ⅰ 実験Ⅱ	・ 冷蔵庫の大きさと1日の消費電力量の関係 ・ 冷蔵庫を使った開け閉めと庫内温度変化調べ	複数家庭での調査
	実験Ⅲ 実験Ⅳ	・ 曜日ごとの開け閉め回数と消費電力量の違い ・ 連続開け閉め回数による庫内温度上昇の違い	同一家庭での調査

④ 調査結果の概要

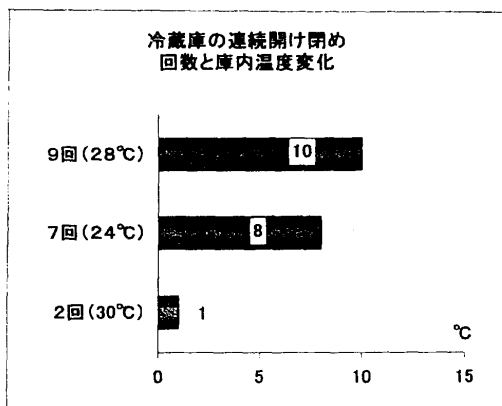
a 冷蔵庫の開閉と温度変化

消費者グループが各家庭で、デジタル最高・最低温度計を使って冷蔵庫の開け閉めと庫内温度変化の関係を調べた。



- 1日の温度変化が最も大きかった家庭で12℃、最も小さかった家庭で3℃となった。
 - 連続7回開け閉めしたために8℃上昇した家庭がある一方で、連続16回開け閉めしても3℃しか上昇しない家庭もあった。
- 家庭によって、1回当たりの開け閉め時間が異なるためと考えられた。

(家庭で使用中の152～485Lの大きさの冷蔵庫8台)

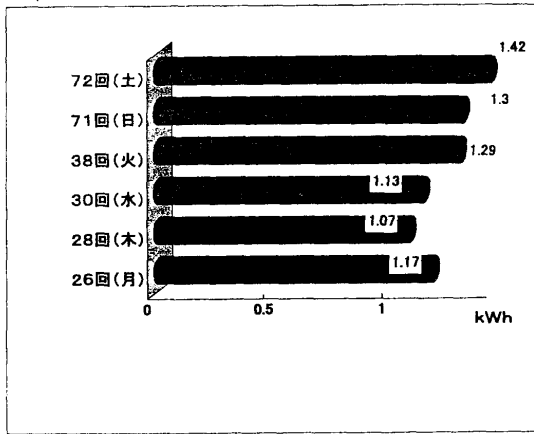


冷蔵庫大きさ 350L () … 室温

- そこで、同一家庭で、扉の開け閉めを連続で行った後の温度上昇を調べたところ、連続開け閉め回数が多い程、庫内温度の上昇は、大きくなった。
- また、当センターのテスト結果では、冷蔵庫内の扉を開けたままの状態にすると10秒ごとに1℃ずつ上昇し1分間でも6℃も上昇することがわかった。(室温30℃の場合)

☆冷蔵庫の扉の開け閉め回数を減らすこと以外にも、1回に開ける時間を短くするように心がけることが、より省エネにつながると考えられた。

b 冷蔵庫の扉の開け閉め回数と消費電力量

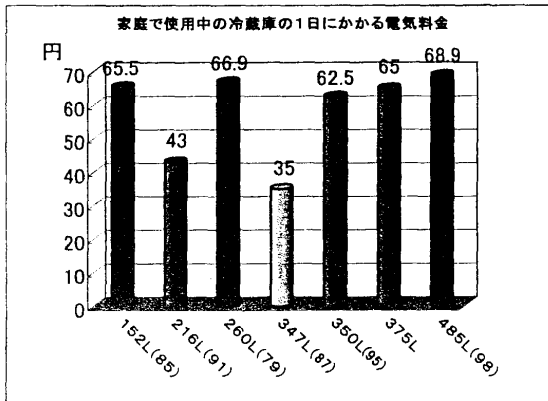


家庭用電力量計を使って、曜日ごとの冷蔵庫の消費電力量を測定した。

- 休日は、家族の人数が増え、開け閉め回数が増え、消費電力量が大きくなった。
- 開け閉め回数が増え、1回に開ける時間を短くすると消費電力量は抑えられると考えられた。

5人家族 冷蔵庫 415L (2001年製)
設定温度「中」 詰め具合 70~80%
室温 16~21℃

c 冷蔵庫の大きさと1日の電気料金



- 347Lの冷蔵庫が、1日当たり35円と最も低い電気料金となった。(冷蔵不要のものを出し、詰め具合を少ない状態(約30%)にしたためと推定された。)
- 容量の小さい152Lの冷蔵庫は野外で使用していたため、65.5円と高い電気料金となった。

()…製造年、西暦上2ケタ省略、未記入は不明

4 コーヒーメーカー

(1) 趣旨

① アンケート調査結果の概要

府内全域でユニバーサルデザインの視点から、「だれもが使いやすい電気製品のあり方」に関するアンケート調査を167名に対し行ったところ、電気製品購入時に選択する基準の1位に「使いやすさ」2位に「安価」3位に「省エネ製品」という結果となった。

特に60代以上の高齢者では、1位の「使いやすい製品」が、2位、3位の「価格」「省エネ製品」を大きく引き離していることが、他の年代と比べ顕著であった。

また、電気製品に対する製造業者や販売業者への要望では、1位に「省エネ製品の開発」2位に「取扱説明書の見やすさ・わかりやすさ」3位に「購入店での電気製品の使用上の注意点等の積極的な説明」となった。60代以上では、「取扱説明書の見やすさ・わかりやすさ」が「省エネ製品の開発」を上回り1位となり、70代以上では、「購入店での電気製品の使用上の注意点等の積極的な説明」が「取扱説明書の見やすさ・わかりやすさ」を上回り、1位となった。

このことから、高齢者にとって、購入時には、「使いやすい製品」を求め、しかもその製品に関する「使うためのわかりやすい情報」が、求められていることがわかった。

② 今回のテストのねらい

そこで、コーヒーマーカーという電気製品を使って、「温度」に関する様々なテストを行い、「簡単に使うためのわかりやすい情報」を提供することにした。コーヒーマーカーは、普段、自動的に沸かしそのまま保温し続け、コーヒーを飲みたい時に飲むという使い方をする製品であるが、高齢者にとっては、火事や焦げ付き、やけどなどの心配事も多く、「安全な使い方」についても、わかりやすい情報を提供することとした。

なお、今後は、今回のテスト結果や既に実施した電気製品に関するテスト結果を元に、事業者や消費者とともにパートナーシップ型の懇談会を開催し、「だれもが使いやすい電気製品のあり方研究」として、展開していくことを予定している。

(2) 実施概要

テスト実施期間	平成13年9月～平成14年3月
テスト対象品	6機種（うち2機種ミル付き）
テスト実施方法	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;">ステップ1 アンケートの実施</div> *電気製品（コーヒーマーカー）に対するアンケート調査の実施（京都府全域 167名）
	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;">ステップ2 テストの実施</div> *アンケート調査の結果などからテスト項目を選定
	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; text-align: center;">ステップ3 テスト結果の活用</div> *各コーヒーマーカー等電気製品に関するテスト結果を元に、「だれもが使いやすい電気製品のあり方研究」に発展

(3) テスト結果

今後、公表する予定であるため記載していない。公表後は、府広報紙及びホームページ等に掲載する予定。

II 消費者教育実施状況

1 消費生活科学センター実施

(1) 消費者月間記念講演会・消費生活講座

講座名	年月日	テ ー マ	講 師	参加者数
消費者月間記念講演会	13. 5.23 (水)	動き始めた消費者契約法	御池総合法律事務所 弁護士 長野 浩三	人 60
エコライフセミナー	13. 6.26 (火)	家電製品の電力量を測って省エネを 考えてみませんか! ～観測テスト教室とパソコンを使ったテスト結果のグラフ作り～	京都府消費生活科学センター 技 師 五十嵐真由美	31
夏休み親子講座	13. 7.25 (水) 13. 7.26 (木)	科学実験・いろいろ体験	京都府消費生活科学センター 技 師 五十嵐真由美 技 師 宇野 玲子	152
生活創造塾 くらしの 安全編	13. 9.13 (木)	くらしの中の安全 ～最近の危険事例から～	独立行政法人 製品評価技術基盤機構 近畿支所 職員	36
	13. 9.18 (火)	あなたのお金は大丈夫? ～低金利時代の賢い乗り切り型～	社団法人 証券広報センター 関西支部 次長 須原光 生	35
	13. 9.27 (木)	愉快的な旅行をしましょう ～旅先でトラブルにあわないために～	社団法人 日本旅行業協会 関西支部 山下 謹二	32
計	3回			103
生活創造塾 くらしの 話題編	13.11.30 (金)	和の香り「香」に親しむ ～香のやすらぎをくらしの中に～	香老舗 松栄堂 代表取締役社長 同志社女子大学非常勤講師 畑 正高	58
	13.12. 4 (火)	人にやさしい商品を考える ～ユニバーサルデザインってなあに?～	京都府中小企業総合センター 産業振興課産業デザイン係長 古郷 彰治	26
		快適に過ごすための下着の知識 ～下着に見るユニバーサルデザイン～	(株) ワコール 研修センター 永治 知美	
13.12.13 (木)	足と靴のお話 ～靴選びのコツ～	(株) 大丸京都店 シューフィッター 梅谷 克子	24	
計	3回			108
合計	9回			454

(2) 消費者研修会

研修名	年月日	テ ー マ	講 師	参加者数
消費者研修会	14. 2.15 (金)	だまされないで ～こんな手口にご用心～	京都府消費生活科学センター 相談員 米林 安子	人
		掃除のコツを体験しましょう ～簡易型掃除機を使った体験型学習～	京都府消費生活科学センター 技 師 五十嵐真由美	45
合計	1回			45

(3) 消費者のためのインターネット講習

実施期間 : 平成13年6月から平成14年3月

回数 : 24回

講師 : (有) キャリアアシスト専任講師

参加者数 : 延べ 200名

(2) 消費者研修会

振興局	年月日	テ　　マ	講　　師	参加者数
宇　　治 (宇治市)	13. 6. 7 (木)	食品添加物のお話	同志社大学名誉教授 西岡　　一	6 2
	13. 6.14 (木)	施設見学会 ㈱丸久小山園	㈱丸久小山園 同社職員	4 5
	13. 6.21 (木)	食の安全Q & A ～食の相談事例から～	京都府消費生活科学センター 技　師　五十嵐真由美	4 1
	13. 6.22 (木)	食中毒を防ごう	P C J研究所 青木　　卓	4 1
	13.11.16 (金)	宇治市の環境対策	宇治市ゴミ減量推進課 課　長　山本　修司	5 0
	13.11.22 (木)	施設見学 三洋電気㈱ホーム・アプライアンス電化事業部		3 7
	13.11.28 (水)	施設見学 関西リサイクルシステムズ(㈱)		3 7
	13.12. 6 (木)	くらしの中のゴミ問題 ～循環型社会における消費者の役割～	同志社大学経済学部 教　授　郡嶋　　孝	4 7
	8回			3 6 0
宇　　治 (城陽市)	13. 6. 5 (火)	身近なことから考える 地球環境問題	日本環境保護国際交流会 事務局　細木　京子	4 5
	13. 6.12 (火)	施設見学会 サントリー京都ビール工場		3 2
	13. 6.19 (火)	あなたの髪は健康ですか	日本毛髪科学協会 公認講師　今西　　亨	5 0
	13. 6.26 (火)	色で変わる暮らしの楽しみ	カラーコーディネーター ささきよう子	5 6
	13. 7. 3 (火)	あなたの老後は大丈夫？ 成年後見制度ってどんなもの？	弁護士　永井　弘二	3 8
	13.11. 9 (金)	生活設計の中の生命保険 ～あなたにあった生命保険を考える～	㈱生命保険文化センター 主　査　菅沼　弘樹	1 5
	13.11.14 (水)	あなたを守る消費者契約法 ～消費者契約法とはどのような法律か～	弁護士　小谷　寛子	1 8
	13.11.27 (火)	①食用油の酸化度テスト ②最近の食に関する相談事例から	京都府消費生活科学センター 技　師　宇野　玲子	1 9
	13.12. 3 (月)	日常生活における健康な身体づくり ～肩凝り・腰痛予防・肥満防止～	上京病院 トレーナー　新納　昇二	2 1
9回			2 9 4	
宇　　治 (久御山町)	13. 6.13 (水)	ゆとりある暮らしのためにセンスアップ ～気軽にできるカラーコーディネート～	カラーコーディネーター ささきよう子	2 0
	13. 6.22 (金)	施設見学会	水のめぐみ館　アクア琵琶 水環境科学館　職員	2 0
	13. 6.29 (金)	足と靴のお話 ～靴選びのコツ～	マスター・オブ・シューフィッティング 梅谷　克子	2 2
3回			6 2	
合　計	20回			7 1 6

2 各地方振興局実施

(1) 消費生活講座

振興局	年月日	テ ー マ	講 師	参加者数
向日町	13.11.14 (水)	食の安全性について ～遺伝子組み換え食品を中心に～	独立行政法人 農林水産消費技術神戸 センター 消費技術部消費者情報課 主任調査官 岡野 敬一	人 31
	13.11.20 (月)	衣のアメニティー ～快適な衣生活のために～	神戸大学発達科学部 助教授 井上 真理	27
	13.11.28 (水)	地球環境と地域環境の問題 ～身近な環境保全に向けて～	財団法人 地球環境産業技術 研究機構 専門部長 江坂 忍	25
計	3回			83
田 辺	13. 5.17 (木)	消費者契約法について ～あなたはNo!と言えますか～	京都府商工部消費生活課 主 事 廣部 達也	40
	13. 5.24 (木)	家電製品の取扱いについて ～くらしの中の安全と省エネ～	京都府消費生活科学センター 技 師 五十嵐真由美	30
	13. 5.31 (木)	陶芸教室(1) ～あなただけのオリジナル陶芸作品を作ってみよう～	阿華比工房 小松 厚子	33
	13. 6. 5 (火)	陶芸教室(2) ～色付け、仕上げ～	阿華比工房 小松 厚子	33
	13. 6. 7 (木)	施設見学 京都市市民防災センター・久御山町観葉植物団地		29
	13. 6.14 (木)	足の裏の健康 ～健康で快適な靴とは～	㈱ 大丸京都店 シューフィッター 梅谷 克子	44
	14. 2.22 (金)	私たちの老後生活を考える ～介護保険制度～	社会福祉法人 健光園 特養 ももやま 園 長 山田 尋志	50
計	7回			259
亀 岡	13.10. 2 (火)	くらしの法律基礎知識	弁護士 戸田 洋平	51
	13.10. 9 (火)	ガーデニングを楽しもう	京都府農業総合研究所 野菜部長 中川 卓郎	45
	13.10.16 (火)	食品の表示について	(株) 消費者関連専門家会議 宝酒造 (株) お客様相談室 室 長 高野 裕	44
	13.10.23 (火)	悪質商法にあわないために	京都府消費生活科学センター 相談員 雪 美保子	43
	13.10.31 (水)	物価施設見学会 ・伏見大手筋商店街 ・月桂冠 (株) 他		41
	13.11. 6 (火)	毎日をエコロジーに	日本環境保護国際保護交流会 職カウセラー 細木 京子	37
計	6回			261
合 計	15回			603

振興局	年月日	テ　　マ	講　　師	参加者数
木　　津	13. 9.26 (木)	くらしと契約 ～知って得するこんな話～	木内総合法律事務所 弁護士 木村 純子	5 5
	13.10. 3 (水)	悪質商法のいろいろ ～あなたはだまされませんか～	京都府消費生活科学センター 相談員 米林 安子	5 8
	13.10.10 (水)	くらしと生命保険 ～公的介護保険と民間介護保険～	(財)生命保険文化センター 蛭橋達 伊藤 緑	4 8
	13.10.24 (水)	くらしの中の危険と損害保険	(財)日本損害保険協会京都支部 事務局長 奥野 義彦	4 2
	13.10.31 (水)	成年後見制度ってどんなもの ～あなたの財産を守るために～	岡田法律事務所 弁護士 岡田美保子	4 9
計	5回			2 5 2
園　　部	13. 7.25 (水)	身近な草花で心ゆたかに ～押し花とペットボトル利用の山野草植え～	小川 幸子 出野 肇子	2 2
	14. 2. 7 (木)	身近な若者に注意すべきこと ～キャッチ商法、消費者金融、キャッチセールスなど～	京都府消費生活科学センター 相談員 小野寺牧子	2 2 4
	14. 3.20 (水)	食の安全と表示制度	京都府商工部消費生活課 専門員 伊藤 博子 京都府保険環境研究所 技 師 大藤 升美	2 3
計	3回			2 6 9
京　　北	14. 2.14 (火)	気をつけて悪質商法	京都府消費生活科学センター 相談員 雪 美保子	1 0 8
	14. 3.20 (火)	髪はなし ～髪の知識とカラーリングの楽しみ方～	日本ヘアカラー工業会 裕 辰一	1 8
計	2回			1 2 6
福 知 山	13. 6.14 (木)	悪質商法の被害者とならないために	福知山地方振興局地域振興部 商工課 職員	9
	13. 9. 6 (木)	牛乳・乳製品について ～より豊かで健康な生活のために～	(財)日本乳業協会関西相談室 眞光主任相談員	2 1
	13.12.17 (月)	気をつけて悪質商法	福知山地方振興局地域振興部 商工課 職員	1 6
	14. 1.17 (木)	悪質商法の被害者とならないために	(財)全国消費生活相談員協会 入江 和子	2 1
	14. 1.25 (金)	安心・安全な牛肉をお届けするために	福知山保健所 職員	3 2
	14. 2.13 (水)	悪質商法の被害者とならないために	(財)全国消費生活相談員協会 三木 澄子	2 5
計	6回			1 2 4

振興局	年月日	テ ー マ	講 師	参加者数
綾 部	13. 5.23 (水)	くらしのアドバイス ～悪質商法から身を守る～	綾部地方振興局地域振興部 商工課職員・くらしのアドバイザー	人 1 2 0
	13. 6.29 (金)	くらしのアドバイス ～悪質商法から身を守る～	綾部地方振興局地域振興部 商工課職員・くらしのアドバイザー	1 7 0
	13. 7.19 (木)	くらしのアドバイス ～悪質商法から身を守る～	綾部地方振興局地域振興部 商工課職員・くらしのアドバイザー	1 2 0
	13.11. 5 (月)	くらしのアドバイス ～悪質商法から身を守る～	綾部地方振興局地域振興部 商工課職員・くらしのアドバイザー	7 0
	13.11.20 (火)	環境政策と緑字決算	宝酒造(株)環境部 鈴木雄一郎	3 7
	13.11.30 (金)	食品表示と食生活 ～食品性と健康～	農林水産消費技術センター 神戸センター 國崎 章夫	3 1
	13.12. 6 (木)	牛乳・乳製品の基礎知識	(株)日本乳業協会 関西消費者相談室 相談員 寺田 美子	3 2
計	7回			5 8 0
舞 鶴	13. 4.23 (月)	料理教室	栄養士 真下千恵美	2 0
	13. 7.31 (火)	料理教室	栄養士 真下千恵美	2 5
	13.12. 3 (月)	料理教室	栄養士 真下千恵美	2 0
	14. 2. 7 (木)	身の回りの法律	弁護士 宮川 孝広	7 6
	14. 2.14 (木)	いろんな保険の基礎知識	(株)日本損害保険協会京都支部 事務局長 奥野 義彦	7 2
	14. 2.21 (木)	靴の正しい選び方	(株)大丸京都店 シューフィッター 梅谷克子	6 0
	14. 2.28 (木)	楽しい旅行をするために	(株)日本旅行業協会関西支部 事務局長 山下 謹二	8 5
	14. 3. 7 (木)	悪質商法の手口	(株)全国消費生活相談員協会 消費生活相談員 今久保智子	7 9
計	8回			4 3 7

振興局	年月日	テ ー マ	講 師	参加者数
宮 津	13. 5.10 (木)	悪質商法の被害者にならないために	京都府消費生活科学センター 相談員 米林 安子	人 500
	13.10.21 (日)	枕の素材いろいろ	京都府消費生活科学センター 技 師 宇野 玲子	300
	14. 2. 8 (金)	悪質商法の被害者にならないために 「卒業前に知っておきたいこと」	京都府消費生活科学センター 相談員 畑 玲子	75
	14. 2. 8 (金)	悪質商法の被害者にならないために 「卒業前に知っておきたいこと」	京都府消費生活科学センター 相談員 畑 玲子	80
	14. 3.13 (水)	食品の表示について	(株) 消費者関連専門家会議 宝酒造お客様相談室 室 長 高野 裕 課長補佐 北川 篤	50
計	5回			1,005
峰 山	13. 9.25 (火)	消費者契約トラブルの最近の傾向	京都府消費生活科学センター 相談員 雪 美保子	23
	13.10.27 (土)	悪質商法にご用心	丹後くらしのアドバイザー 協議会	47
	14. 2.21 (木)	悪質商法にご用心	京都府消費生活科学センター 相談員 吉村佳代子	145
	14. 3. 4 (月)	アロマセラピーの楽しみ方 ～香りを活かしたりラックスライフを～	ハーブ・コミュニケイター 井上 宏子	40
	14. 3. 9 (土)	悪質商法にご用心	丹後くらしのアドバイザー 協議会	42
計	5回			297
合 計	60回			3,806

附件八

日本平成十四年度京都市文化市民局
市民總合相談課（市民生活中心）

事業概要

1 相談事業

(1) 無料法律相談

市民の日常生活の中で起こるあらゆる法律問題について専門的な立場から応じるために、弁護士による相談事業（京都弁護士会に委託）を市民生活センター及び区役所、支所で実施しています。

(2) 無料税務相談

市民にとって複雑で難解な税金についての相談に専門的な立場から応じるため、税理士による相談事業（近畿税理士会京都府支部連合会に委託）を市民生活センターと確定申告期前に1回区役所、支所で実施しています。

(3) 交通事故相談

交通事故の被害者や加害者に対し、示談の方法、賠償問題、更正問題等の解決に向けて指導及び助言を行っています。

(4) 消費生活相談

商品の購入、消費又は役務の利用等で生じた苦情や消費者被害に関する相談を受け、解決のための助言やあっせんなどの苦情処理を行っています。

また、商品や役務の相談やその他消費生活全般にわたる相談を受け、一般知識や情報の提供を行っています。

また、国民生活センターのホストコンピューターと市民生活センターに設置した端末機とをオンラインで結んで、全国の消費生活情報を入手し、複雑・多様化している消費生活相談に対して迅速に対処しています。

(5) 一般相談

市民総合相談課（市民生活センター）及び区役所、支所地域振興課において、市民からの要望、苦情、問い合わせ等を聴くとともに、「市民の声」として市政への反映を図っています。

2 消費生活関連事業

(1) 消費者啓発

消費者問題の解決のためには、問題の本質を正しく、しっかりと理解し、自ら行動することが必要です。これらに役立てていただくため各種催しを開催し、市民の消費者問題に対する理解と関心を呼び起こすことに努めています。

ア 消費生活講座…市民を対象に経済・契約・衣食住等に関する講座を開催

- ・くらしのゼミナール
- ・くらしのゼミナール小学生編
- ・くらしのゼミナール中学生編
- ・消費者教室
- ・消費者事業者懇談会
- ・市民料理教室

イ 出前講座

高齢者、若者、行政関係者を対象とした各会議・会合等や消費者グループ学習会等へ出張し、悪質商法に係る講座を開き、消費者啓発を図るもの。

ウ 地域啓発

高齢者の消費者被害を未然に防止するため、地域でのネットワークの中で啓発を図る。

モデル地区の下京区をはじめ、各区生活安全推進協議会の取組課題の1つとして進めていく。

エ 消費者月間事業（5月）

5月を消費者月間として、消費者団体、事業者団体、行政のパートナーシップのもと、下記の催しを開催し、多くの市民の参加を得て、消費者問題に関する相互理解を深め、市民の消費生活の向上を図る。

- ・消費者まつり
- ・消費生活シンポジウム
- ・消費生活パネル展

(2) 情報の収集及び提供

消費生活や消費者活動に役立つ資料（図書、雑誌、新聞記事）を収集整理して閲覧できるようにしています。また、各種印刷物の作成・配布やインターネット・携帯端末、マス・メディアの利用等により、消費生活についての相談事例の紹介など暮らしに役立つ情報の提供を行っています。

- ・生活情報誌「マイシティーライフ」
年8回発行 A4 8ページ 1回 40,000部
- ・各種啓発用印刷物の作成・配布
- ・ホームページによる情報提供
(<http://www.city.kyoto.jp/bunshi/soudan/>)
- ・マス・メディアによる情報提供
- ・ビデオ，図書の貸出

(3) 物価対策

ア 物価の調査

日常生活に関わりの深い商品の価格や販売の状況について，国と連携しながら調査を行い，物価の監視を行っています。

・物価モニターによる調査

市民生活に関係の深い物資の価格，需給状況等を調査し，監視しています。モニターの調査結果については，マイシティーライフ等でお知らせしています。

・職員による調査

必要に応じて，市内の小売店（一般小売店，公設市場，スーパー，百貨店等）を巡回して，市民生活に関係の深い商品（農林水産省所管物資，経済産業省所管物資）の価格及び需給状況を調査，監視したり，小売，卸などの流通業界やメーカーなどから生活関連物資の価格及び需給動向を聴取し，物価高騰や物不足が生じないよう協力を要請しています。

イ 流通状況，消費者購買動向等の調査

流通状況，消費者購買動向の実態等について適宜調査を行い，物価行政の促進を図っています。

ウ 物価高騰時など緊急事態への対処

物価が高騰し，または高騰するおそれがある場合，国及び業界と，連携して生活関連物資の確保，安全供給を図ると共に，必要な情報を適宜市民に提供しています。

(4) 物価モニター制度（42人・毎年公募）

上記物価調査並びに消費生活に関する調査等への協力，情報の収集等を行っています。

(5) 消費者活動の支援

消費者団体やモニター経験者等の会，その他のグループの会合，勉強会などの自主的

な催しに対し次の援助を行っています。

- ・映写機，16ミリ及び8ミリ映画フィルム，ビデオテープ，パネルの貸出し
- ・研修室，会議室の無料貸出し
- ・講師の紹介やグループの勉強会の企画の手伝い

Ⅲ 平成13年度事業実績

1 市民生活センターの利用状況

区 分	年 度				
	9	10	11	12	13
1 開館日数	247日	247日	246日	249日	244日
2 相談事業					
(1) 一般相談	151,920件	156,187件	169,563件	192,105件	205,019件
(センター受付件数)	12,588件	15,091件	6,518件	8,709件	9,687件
(2) 消費生活相談(センターのみ)	6,340件	6,126件	6,195件	7,574件	7,658件
1日平均	25.7件	24.8件	25.2件	30.4件	31.4件
(3) 特別相談					
ア 無料法律相談	9,739件	11,724件	12,274件	12,453件	13,198件
(センター受付件数)	2,031件	4,493件	5,190件	5,030件	5,316件
イ 無料税務相談	301件	376件	316件	284件	184件
(センター受付件数)	157件	176件	128件	161件	116件
ウ 不動産なんでも無料相談	73件	61件	62件	78件	53件
	(下 京 区 役 所 で 実 施)				(センター で 実 施)
(4) 交通事故相談(センターのみ)	—	1,337件	957件	1,102件	1,116件
3 消費者活動の育成					
(1) 研修室等の貸出回数	153回	156回	190回	191回	144回
利用者	3,204人	3,146人	3,875人	4,110人	2,677人
(2) ビデオの貸出	233本	187本	186本	343本	191本
(3) 図書の貸出	189冊	252冊	300冊	383冊	244冊

表中、「ビデオ」の平成9年度以前については、展示用パネル等が含まれる。開館日数には消費者まつりの相談受付日を含む。

2 相談事業

(1) 無料法律相談

社会の変化に伴い、市民生活も多様化する中で、金銭、不動産、家庭問題など法律的な対応を必要とすることが増加する傾向にあります。こうした社会情勢に対応するため、市民生活センターと、毎週水曜日に区役所、支所で弁護士による無料法律相談を実施しました。

平成13年度の相談件数は13,198件で、相談内容については民事、人事関係が主で、民事では金銭貸借問題が2,907件、人事では相続が1,752件と最も多くありました。

(2) 無料税務相談

市民生活センターと、確定申告期前に1回、区役所、支所で税理士による無料税務相談を実施しました。

平成13年度の相談件数は184件で、相談内容については、所得税100件が最も多く、次いで相続税50件、贈与税18件となっています。

(3) 交通事故相談

交通事故相談を実施した結果、平成13年度の相談件数は1,116件あり、その内、被害者からの相談件数は898件、加害者からの相談件数は218件ありました。

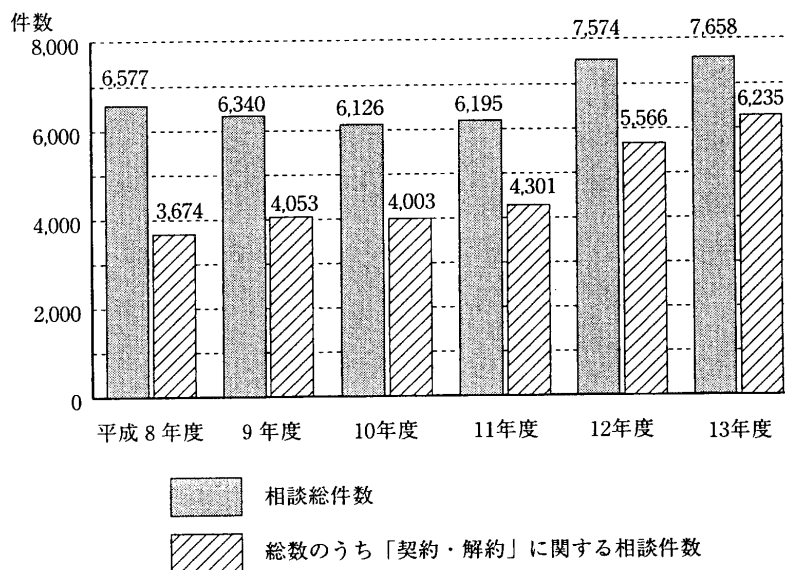
相談内容については、示談及び話し合いの仕方が539件と最も多く、次いで賠償額の算定189件、過失程度が159件となっています。

(4) 消費生活相談

ア 概要

厳しい不況が続く中、強引な、更には脅迫まがいの販売が目立ち、また、サラ金や内職・副業等の生計に密着した相談が増加する一方、インターネットや携帯電話機等の通信機器の機能を悪用した手口による相談が急増しました。そのため、平成13年度の相談件数は、前年度比2割以上の増加率で初めて7,000件を超えた平成12年度を更に上回る7,658件となり、このうち「契約・解約」に関する相談も、初めて6,000件を超えました。(表1参照)

表1 消費生活相談件数の推移



イ 内容

次に、13年度の消費生活相談について、相談件数の多いもの（表2）の中から、その特徴及びセンターでの助言内容についてお知らせします。

表2 平成13年度「相談件数上位10」

(総件数 7,658件)

順位	商品・役務名	相談件数
1	賃貸アパート・マンション	787
2	情報提供サービス	517
3	サラ金	381
4	資格講座・資格教材	301
5	エステティックサービス	240
6	国際電話	181
7	アクセサリ	175
8	浄水器	157
9	内職・副業	139
10	クリーニング	134

(参考)

11年度 (総件数 6,195件)

1	賃貸アパート・マンション	602
2	エステティックサービス	245
3	資格講座	206
4	健康食品	140
5	サラ金	138
6	ふとん類	128
7	生命保険	126
8	クリーニング	120
9	補習用教材	116
10	新聞	114

12年度 (総件数 7,574件)

1	賃貸アパート・マンション	894
2	エステティックサービス	334
3	資格講座・資格教材	234
3	サラ金	234
5	情報提供サービス	229
6	浄水器	177
7	電話サービス	162
8	生命保険	152
9	パソコン	148
10	修理サービス	145

① 賃貸アパート・マンション退去時のトラブル

国土交通省（旧建設省）のガイドラインでは、契約を終了して部屋を明け渡す時の原状回復義務は、借りた時と同じ状態に戻す必要はなく、故意・過失によるものでなければ修繕義務はないとされていますが、それ以外の修繕費まで敷金を充当されて、敷金が返還されないとの苦情が半数以上を占めています。

センターでは、ガイドラインの説明や敷金返還請求のための少額訴訟制度などについて助言しています。

少額訴訟… 法律の専門知識がない人でも手軽に利用できることを目的とした30万円以下の金銭の支払いを求める訴訟で、1回の審理で判決が出ることを原則としている。
--

② 携帯電話機を悪用した情報提供サービス

インターネット利用中に気付かないまま情報提供サービスに自動的に接続されて高額な料金を請求されたとの相談に加えて、携帯電話機を悪用した新しい手口による相談が急増しています。これは、着信履歴機能を悪用した迷惑電話（いわゆる「ワン切り」）や「一定時間無料」の広告メールを送信して、無料時間内の利用であっても代金請求するものです。支払わずに放置していると遅延金等の名目で法外な金額を請求されたり、全く利用していないのに同様の請求をされたとの苦情が多く寄せられています。

不当な請求には毅然とした態度ではっきり断り、決して個人情報を知らせてはいけません。脅迫的な請求があれば警察へ届け出てください。また、インターネットを利用する際は不用意にダウンロードせず、電話会社に接続拒否の手続きをしておけば自動接続を防止できます。

③ 多重債務者を狙う悪質サラ金業者

長引く不況の影響を受けて、相談件数が年々激増しており、また、多重債務者や自己破産者を狙って「借金一本化」、「融資先紹介」等と持ち掛ける「整理屋」や「紹介屋」に関する相談も増加しています。

クレジットやローンを利用する際は、返済が長期間にならないようにするなど、収入等の返済能力に見合った無理のない返済計画を心がけ、返済に困った時は、安易に借金を繰り返さずに専門家による法律相談などを受けることが必要です。

無料法律相談… 市民生活センターで、弁護士による無料法律相談を毎日行っています（第2・4水曜日は夜間相談あり）
お申込み・お問合せ先：☎256-2007

④ 雇用不安に乗じた資格講座・資格教材の電話勧誘販売

簡単に資格が取れる、合格したら仕事をあっせんする等と勧誘しますが、内容が難しく合格できず、仕事をあっせんしてもらえないとの苦情や、承諾をしていないのに契約書面が送られてきたとの苦情、更には、支払済みであるにもかかわらず、以前の契約がまだ終了していないと言われて新たな契約を求められたとの「二次被害」の相談が多く寄せられています。「二次被害」の相談の中には、「強引な勧誘をなくなるようにしてあげる」と言ってお金を請求する極めて悪質なものもあります。

電話勧誘販売（電話で契約を勧誘されること）が多く、この場合でもクーリングオフができます。承諾していないのに契約書面が送り付けられた場合も、放置していると契約の成立を主張してきますので、必ずクーリングオフをしてください。

⑤ 不安を煽って契約を迫るエステ・化粧品

繁華街などで声をかけて、無料体験などの特典を強調して営業所まで誘い出し、「このまま放っておくとひどい肌になる」などと不安を煽って契約を迫ります。この手口をキャッチセールスと呼んでいます。断っても帰らせてもらえず、仕方なく契約したとの苦情が絶えません。また、エステティックサービスを低価格で受けるために必要と勧誘されて高額な化粧品等を契約してしまったとの相談も多く寄せられています。

エステティックサービスについては、自分から店に出向いて契約した場合でもクーリングオフができ、また、中途解約も理由を問わずにできます。（その他、外国語会話教室、学習塾、家庭教師派遣の契約も同様。）

化粧品等がエステティックサービスと関連した契約であれば、同様にクーリングオフや中途解約ができますが、契約書面を別にして、関連性を否定できるようにしている場合が多いので注意が必要です。

⑥ 身に覚えのない国際電話の請求

情報提供サービスと同様に、インターネット利用中に気付かないまま国際電話回線に自動的に接続されて料金を請求されるというもので、相談件数が増え続けてお

り、特に平成13年12月頃から急増しています。

インターネットを利用する際は不用意にダウンロードせず、国際電話会社に接続拒否の手続きをしておけば防止できます。

⑦ アポイントメントセールスによるアクセサリーの販売

景品が当たったので取りに来てほしい、割安で旅行に行ける話をしたい等、販売目的を隠して呼び出して何らかの契約をさせる手口をアポイントメントセールスと呼んでおり、これに関する相談で最も多い商品がアクセサリーです。また、消費者に恋愛感情を抱かせて契約を迫る手口（デート商法）もありますので注意してください。

この場合もクーリングオフができます。

⑧ 点検商法による浄水器の訪問販売

水道水の点検と称して訪問し、塩素含有試液を用いて「水道水が汚れているので浄水器が必要だ」と勧誘し、断っても「取り付けたので契約してもらおう」と強引に契約させます。

浄水器は取り付けて使用した場合でもクーリングオフができます。

⑨ 収入を得られず高額の出費 内職商法のトラブル

仕事を提供すると持ち掛けて、商品等を契約させる手口を内職商法と呼んでいます。例えば、ホームページ作成内職ではパソコンを契約させて、仕事の提供をしなかったり、提供しても誤字が多い等と難癖を付けて報酬の支払いを拒否します。チラシ配り内職や宛名書き内職では配布するチラシや登録料等の契約をさせて、報酬は作業に対してではなく、配布したチラシや発送したハガキでの注文がなければ支払われず、注文の実態が分からないので、仮に注文があったとしても報酬を支払ってもらえません。

結局、ただ働きをさせられる上に、商品を買わされたり、登録料を支払わされて、収入を得るところか金銭負担をさせられるだけです。仕事をする前提として、何らかの金銭負担を伴うものは信用しないようにしてください。販売形態や契約商品に関わらず、契約書面を受け取った日から20日間はクーリングオフができます。

⑩ クリーニングのトラブル

多い苦情内容は、変色した、穴が開いた、伸縮した、紛失した等です。業者が責

任を認めずに解決するのに長い期間を要することもありますので、責任の所在を明確にしておくためにクリーニングに出す時は業者と現状確認をしてください。また、商品を受け取ってから長期間経過後に苦情を申し出ても、その間の保管状況を逆に問われ、店への責任追及が難しくなりますので、受け取ったらすぐに確認するようにしてください。

(5) 一般相談

市政に関する市民の要望、苦情、問い合わせ、あるいは市民生活上の諸問題等に関する相談を、市民生活センター、区役所、支所で受け付け「市民の声」として集計しています。

平成13年度における相談件数は205,019件であり、種別では、問い合わせが181,570件で最も多く、全体の88.6%を占めています。次いで、相談16,295件、要望4,525件、苦情2,273件、意見333件、礼状23件となっています。

内容別では文化市民の64,232件が最も多く、次いで都市計画の29,880件、保健福祉の27,939件となっています。

参照 IV統計資料

3 消費生活関連事業

(1) 消費者啓発

ア 消費者教室等

① 消費者教室

開講月日	テ ー マ	講 師	参加者
4月24日	パソコンなんて怖くない!	シニアネットワーク金曜サロン 森田 信治	128名

② 夏休み親子消費者教室

開講月日	テ ー マ	講 師	参加者
7月24日	乾電池を上手に使うために	松下電池工業株式会社 藤井 幹雄	40名
7月30日	何でも食べて元気になろう	農林水産省神戸農林水産消費技術センター 國崎 章夫・小林 孝	40名

③ 市民のための物価セミナー

開講月日	テ ー マ	講 師	参加者
9月20日	マンション管理	京都建築専門学校 田村 哲夫	70名
10月16日	ペイオフ解禁でどう変わる?	京都財務事務所 春名 司	70名
2月6日	年金のしくみと今後のゆくえ	生活保険文化センター 増谷 淳成	70名

④ 夏休み中学生セミナー

開講月日	テ ー マ	講 師	参加者
8月6日	楽しく学ぶ!身近な物価経済問題 事例で学ぶ悪質商法	市立中学社会科教育研究会 市民生活センター専門相談員	17名
8月8日	施設見学会 関西リサイクルシステムズ 松下電器技術館		17名

⑤ くらしのゼミナール

開講月日	テ ー マ	講 師	参加者
9月26日	冷凍食品の秘密?!	日本冷凍食品協会 渋井 敏明	30名
10月4日	よりよい室内環境を求めて	積水ハウス株式会社 奥村 美紀	27名
10月11日	介護保険制度を考える	特別養護老人ホーム 西山寮 佐古 剛敏	24名
10月18日	施設見学会 南部資源リサイクルセンター (株)ヤクルト本社 京都工場		19名

⑥ 出前講座

開講月日	テ ー マ	講 師	参加者
4月25日	消費者相談の実態	市民総合相談課消費生活相談員	31名
5月11日	高齢者を狙う悪質商法	〃	100名
6月7日	消費者取引をめぐるトラブル	〃	20名
7月12日	暮らしの事件簿-悪質商法にご用心-	〃	80名
12月5日	悪質商法の事例と対策	〃	90名
2月18日	悪質商法にだまされないように	〃	37名
2月25日	悪質商法の事例と対策	〃	30名
2月28日	悪質商法の事例と対策	〃	30名
3月20日	悪質商法の事例と対策	〃	30名
3月20日	高齢者が狙われやすい悪質商法について	市民総合相談課長	70名

⑦ 地域啓発

- ・下京区生活安全推進協議会において役員に情報提供
- ・1学区において啓発カレンダー配布

⑧ IT利用講習会

開講月日	テ ー マ	講 師	参加者
6月22日	パソコン体験～インターネット・電子メール～	シニアネットワーク金曜サロン代表 森田 信治	46名
6月26日	〃	〃	46名
6月29日	〃	〃	48名
10月19日	〃	〃	48名
10月23日	〃	〃	48名
10月26日	〃	〃	48名
2月22日	〃	〃	48名
2月26日	〃	〃	48名
3月1日	〃	〃	48名

⑨ ぐらしの達人レポート募集

市民各層から幅広くレポートを求めることにより市民の物価や消費生活に対する意識を高め、今後の事業に反映させるために実施しました。また、入賞者を表彰するとともに、入賞作品集を発行し、啓発冊子として活用しました。

公募期間 9月1日～11月15日

テ ー マ A 私の買い物の工夫 B ぐらしの「契約」再発見
C 私のエコライフ

応募作品 138点

入 賞 こどもの部

京都市長賞 1点、審査委員長賞 1点、奨励賞 40点

一般の部

京都市長賞 1点、審査委員長賞 1点、奨励賞 2点

イ 京都市消費者月間事業

期 間 5月1日～5月31日

テ ー マ 「新世紀をかしこく生きる～活用しよう消費者契約法～」

「活かそう情報、育てよう確かな目」

趣 旨 消費者保護基本法の施行（昭和43年5月30日）を記念し、昭和58年から5月を「京都市消費者月間」と定め、消費者団体、事業者団体を始め、一般市民とのパートナーシップのもとに地域の暮らしや産業、消費者問題について相互理解を深め、消費生活の向上に役立つよう、毎年様々な事業を実施しています。

平成13年度は、次のような事業を実施しました。

① 物価シンポジウム 「今どうなっている？京の食文化」

日 時 5月14日 午後1時30分～午後4時

場 所 京都市女性総合センター（ウイングス京都）

参加者 215人

講演 1 「お茶と懐石料理」

茶道裏千家 若宗匠 千 宗之

講演 2 「京のおばんざい」

京都ノートルダム女子大学教授 米田 泰子

コーディネーター 京都府立大学助教授 大谷貴美子

パネリスト 京都青果合同株式会社常任監査役 蔦川清一郎

京都市地域女性連合会副会長 菊池 初江

京都ノートルダム女子大学教授 米田 泰子

② 消費生活パネル展

期 間 5月14日 午後1時～午後4時

場 所 京都市女性総合センター（ウイングス京都）

内 容 消費者啓発事業の充実を図ることを目的に、「京都市消費者月間事業」の一環として、「悪質商法の紹介」を始めとした消費生活に関するテーマに沿ったパネル展を開催。

※ 市役所本庁舎1Fロビーにおいても月間中展示。

③ 消費者まつり

日 時 5月25日、26日 午前10時～午後4時

会 場 みやこめっせ（京都市勧業館）

入場者数 53,000人

内 容 ・ [めききのコーナー]

(ア) 市民生活センターコーナー

消費生活相談, 消費者啓発

(イ) 消費者団体コーナー

消費者団体による活動発表, 啓発

(ウ) 計量コーナー（産業観光局）

家庭用はかり・体温計無料検査, 計量クイズ他

(エ) 環境保全コーナー（環境局）

(オ) 消防コーナー（消防局）

- (カ) 企業コーナー（関西電力，大阪ガス）
- (キ) 生活設計相談コーナー
- (ク) 悪質商法相談，偽ブランド商品等の見分け方コーナー
(京都府警)

・ [たくみのコーナー]

- (ア) 竹工教室
- (イ) クリーニングコーナー
- (エ) クリニックコーナー

・ [やすらぎのコーナー]

- (ア) 軽食コーナー
- (イ) 子供の遊びのコーナー

・ [にぎわいのコーナー]

- (ア) 生鮮食品等即売コーナー
(青果，水産，食肉，地玉子，京漬物，乳製品等)
- (イ) 北山特産品コーナー
(山菜加工品，木工品等)
- (ウ) お米のコーナー

・ [ふれあいのコーナー]

- (ア) IT体験コーナー
- (イ) フリーマーケット（京都会館中庭）
- (ウ) キッズフリーマーケット

・ [はなやぎ（ステージ）のコーナー]

消費生活クイズ，リフォームファッションショー，和服地ファッションショー，悪質商法に関する寸劇，保育園児による和太鼓演奏・楽器演奏等

ウ 年末物価対策事業

① 暮らしの情報交換会

日 時	12月5日 午後1時30分～午後4時
会 場	市民生活センター 研修室
内 容	「牛肉の安全性」

参加者数 16人（消費者12人，事業者4人）

② 市民料理教室

- ・日 時 10月14日
会 場 京都料理専修学校
内 容 「包丁教室」
受講人数 100人

- ・日 時 11月10日
会 場 京都食品衛生専門学校
内 容 「鮭料理」
講 師 京都食品衛生専門学校 野崎 保典，長野 修
受講人数 200人

- ・日 時 12月6日，7日，8日
会 場 京都料理専修学校
内 容 「京風おせち料理」
講 師 京都料理専修学校 小川 英彰
受講人数 300人

③ 生活大学移動セミナー公開講座

- 日 時 11月7日 午後1時30分～午後3時30分
- 会 場 キャンパスプラザ京都 5階第1講義室
- 内 容
活動報告 「出口（廃棄）から入口（消費・発生）に近づく活動」
講 師
めぐるくん推進友の会 代表 山内 寛
「消費者主権の実現を目指して～消費者の自立支援を地域から」
講 師
京都消費生活有資格者の会 代表 平井 美枝
- 講 演 「消費者契約法の想定する社会像と現実～契約法施行後半年を考える」
講 師
京都学園大学法学部 教授 坂東 俊矢
- 受講人数 120人

④ シンポジウム

日 時 12月8日 午後1時～午後3時30分

会 場 市民生活センター研修室

内 容 「21世紀の消費」

コーディネーター 野村 秀和 (京都大学名誉教授)

パネリスト 小堀 脩 (京都商工会議所専務理事)

高月 紘 (京都大学教授)

若林 靖永 (京都大学助教授)

藤井 昭三 (京都新聞社論説委員)

富岡 秀夫 (国民生活センター部長)

中島 和子 (京都市生活学校連絡会会長)

大谷貴美子 (京都府立大学助教授)

受講人数 20人

(2) 情報の収集及び提供

ア マイシティーライフの発行

- 主な内容 1 「ひとこと」 5 「くらしの価格」・「くらしの情報」
2 「クローズアップ」 6 「消費生活相談コーナー」
3 「くらしの経済」
4 「価格情報」

No.	発行月	主 内 容
157	平成13年 5月	1 お店の利用の仕方は十人十色 2 5月は消費者月間です 3 最近の公共料金 4 京の買い物情報 5 納豆 6 被害も高額！素人には危険な商品先物取引
158	平成13年 7月	1 防犯の心得 2 くらしの安全のために 3 セーフガード（緊急輸入制限措置）をめぐって 4 泥棒を撃退するために 5 ネギ 6 平成12年度の消費生活相談統計
159	平成13年 9月	1 交通バリアフリー化 2 特定商取引法 3 構造改革をもたらすもの 4 京都市営バス 5 強化ガラス製食器 6 絵画の展示販売
160	平成13年10月	1 乳幼児の歯の健康 2 健康食品の表示制度 3 半額で儲ける商法 4 電動歯ブラシ 5 ハム 6 資格講座・資格教材の二次被害
161	平成13年11月	1 みそのおいしさと健康 2 過大包装をなくそう

161	平成13年11月	<ul style="list-style-type: none"> 3 株価の動きから見えること 4 みそ 5 ブロードバンド 6 アポイントメントセールス
162	平成14年1月	<ul style="list-style-type: none"> 1 和菓子のふるさと 2 牛乳の表示 3 21世紀の消費の可能性 4 京菓子 5 毛染めによるかぶれ 6 多重債務に陥らないために
163	平成14年2月	<ul style="list-style-type: none"> 1 牛肉の安全と京都肉について 2 ペイオフ解禁 3 雇用情勢の悪化が意味するもの 4 牛肉の安全 5 タクシー運賃 6 増え続ける敷金返還トラブル
164	平成14年3月	<ul style="list-style-type: none"> 1 21世紀の消費者行政 2 金融商品販売法 3 今年の経済を象徴する「ダイエー」再建計画 4 シンポジウム「21世紀の消費」 5 筍 6 内職商法のトラブル

イ 各種啓発用印刷物（パンフレット）の作成・配布

- ①「あなたへつたえたい若者の消費者トラブル」
- ②「カードとあなたいい関係?!若者のクレジットカードトラブル」
- ③「こんな手口にだまされないで 高齢者を狙う悪質商法」
- ④「いらぬものはいらぬ」
- ⑤「敷金返して!!賃貸アパートマンション退去時のトラブル」
- ⑥「CASE FILE」
- ⑦「かしこく * ネット」

なお、若者向けのパンフレットについては、悪質な訪問販売やクレジットカードによる若年者の被害の未然防止と解決を図るため、昭和62年度から市内の全高等学校の新入生に対し、各校を通じて配付してきました。平成12年度についても、①、②を各約24,000部を配付して、学校教育を通じた若年層啓発事業の推進を図りました。また、市内の大学・短期大学の学生に対しても各校での展示等に活用できるよう配付しました。

(3) 物価対策

ア 物価対策

物価の安定は、国民生活安定の基盤であり、均衡の取れた経済発展の基本条件です。我が国経済は、平成3年以降景気の減速・低迷が続き、政府による景気の回復に向けての総合的な経済対策が講じられる中、物価は安定した動きとなっています。

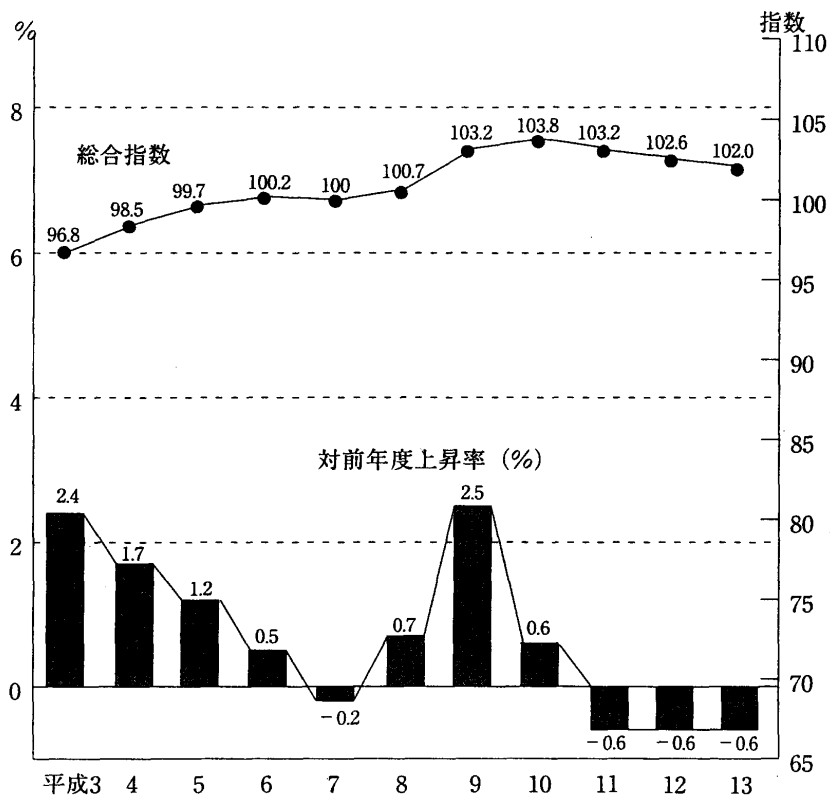
しかし、天候や季節的要因により値動きの大きい農産物、特に輸入品の増加に伴う海外の経済や為替レート変動の影響、流通における各種規制が緩和・自由化されることによる物価への影響など、注目していくべき点は多くあります。

こうした情勢の中で、本市においては、市民の消費生活の安定・向上を図るため、国との緊密な連携の下での、生活関連物資の価格・需給動向の調査監視、事業者に対する事情調査、生活情報誌「マイシティーライフ」の発行、「市民のための物価セミナー」、「物価シンポジウム」、「夏休み中学生セミナー」、「くらしの達人レポート募集」等による消費者啓発等の物価対策を行いました。

イ 消費者物価指数

京都市消費者物価指数年度平均の推移

平成7年 = 100



平成13年度の本市における総合物価指数の平均は、102.0となり、対前年度比は0.6%下落しました。これで対前年度比は、3年連続のマイナスとなりました。なお、3年連続のマイナスは、昭和45年に現行の調査方法になり、比較可能な昭和46年度以来初めてのことです。

各費目がどれだけ下落に影響したかを寄与度*で見ると、食料(-40.70)や教養・娯楽(-26.65)、交通・通信(-12.28)、被服及び履物(-10.91)などの下落が影響しています。

※寄与度……総合指数の上昇率に対する影響度(本文中の寄与度は、実際の寄与度に100を乗じた数値です。)

(4) 物価モニターの研修会、調査活動等実施状況

項目	実施日	内 容
価格調査	毎月10日実施 (4月のみ20日)	生活関連物資の価格、需給状況の調査 ・食料品関係 18品目 ・石油製品 4品目 ・日用雑貨品等 16品目 その他、物価に関する情報提供及びモニター通信の作成
委嘱式	4月11日	委嘱式及び価格調査の説明
研修会	9月25日	「JASとHACCPの違いについて」 近畿農政局 消費生活課物価係長 大森 英一
	3月28日	「消費者市民に期待されるもの」 京都大学名誉教授 野村 秀和

(5) 京都市消費者保護条例に規定する3つの基準（単位価格表示・包装食品の品質表示・包装）の実施状況調査

ア 包装基準の試買調査（11月14日～11月20日）

(ア) 過大包装審査会出席者

・京都市消費者保護審議会会長

京都大学名誉教授

野村 秀和

・京都百貨店協会事務局

株式会社近鉄百貨店 庶務課 主任

桑田 靖

・日本チェーンストア協会 関西支部事務局 参与

大沢 正典

・京都市文化市民局市民生活部長

奥村 香

・京都市環境局循環型社会推進課担当係長

岡山 尚義

・一般公募による試買調査員

74人

(イ) 調査結果（試買「違反疑義商品」数 102点）

・基準違反（過大包装）と判定された商品 87点

・基準違反（過大包装）と判定されなかった商品 15点

(ウ) 対応措置

上記「過大包装商品」の販売業者（計12業者）に対し、文書により「基準」実施

の指導をし、改善報告書の提出を求めました。

また、過大包装審査会の結果については、下記のとおりとなりました。

過大包装審査結果

品目類別	審査品数	空間容積率					
		適正包装		過大包装			
		20%未満		20~40%		40%以上	
		品数	%	品数	%	品数	%
菓子類（和・洋菓子を含む）	26	7	27	4	15	15	58
タオル・石けん・洗剤類	12	5	42	4	33	3	25
おもちゃ類	16	1	6	1	6	14	88
お茶・コーヒー類	6	0	0	2	33	4	67
佃煮・漬物類	14	0	0	6	43	8	57
海苔・かつお節類（お茶漬け含む）	6	0	0	0	0	6	100
その他食品類（調味料含む）	4	0	0	2	50	2	50
その他商品	18	2	11	7	39	9	50
計	102	15	15	26	25	61	60

※京都市消費者保護条例に基づく「包装基準」により「過大包装」となるのは、空間容積（包装容積から内容品体積を控除した容積）が包装容積の20%以上あるもの。

4 消費者保護審議会

京都市消費者保護条例に基づいて設けられた市長の諮問機関で、同条例に規定する表示・包装などの基準や不当取引について意見を述べ、あっせん・調停を行うとともに、市長の諮問に応じて条例の施行や消費者行政に関する重要な事項を調査審議します。

構 成	消費者代表委員	7人
	事業者代表委員	4人
	公益代表委員	9人
	専門委員	5人
部 会	表示・包装適正化部会	
	消費者苦情処理部会	
	あっせん・調停部会	

(1) 審議経過（平成13年度）

農林物資の規格化及び品質表示の適正化に関する法律（JAS法）の改正を受けて、市長から諮問のあった包装食品の品質表示基準の見直しについて審議し、答申を行いました。

審議会

開催月日	審議会・部会等	審 議 ・ 報 告 事 項
4月27日	審 議 会	(1) 包装食品の品質表示基準の改正について（市長からの諮問） (2) 事件番号12-1号にかかるあっせん・調停の結果報告について
6月22日	表示・包装適正化部会 正副部長会議	包装食品の品質表示基準の改正について
7月31日	表示・包装適正化部会	〃
8月29日	〃	〃
9月28日	〃	〃
11月5日	審 議 会	〃（答申案審議）

(2) 第13期京都市消費者保護審議会委員名簿

(平成14年4月現在)

	氏名	所属団体及び役職名	区分	新・再
会長	野村秀和	京都大学経済学部 名誉教授	公益	再
表示・包装適正化部会				
部会長	高月 紘	京都大学環境保全センター 教授	公益	新
部会長代理	大谷 貴美子	京都府立大学人間環境学部 助教授	公益	新
	伊藤 義浩	京都市小売商総連合会 会長	事業者	新
	小林 智子	京都生活協同組合 理事長	消費者	新
	小堀 脩	京都商工会議所 専務理事	事業者	再
	中島 和子	京都府生活学校連絡協議会 会長	消費者	再
	保理江 久	京都府中小企業団体中央会 専務理事	事業者	新
	早瀬 善男	京都商店連盟 会長	事業者	再
	森 智恵子	住みよい京都をつくる婦人の会 副会長	消費者	再
消費者苦情処理部会				
部会長	松岡 久和	京都大学大学院法学研究科 教授	公益	再
	永田 眞三郎	関西大学 学長	公益	再
	勘 祥子	京都消費者団体連絡協議会 代表幹事	消費者	再
	安保 嘉博	京都弁護士会 弁護士	公益	再
	岩崎 文子	京都弁護士会 弁護士	公益	新
	菊池 初江	京都市地域女性連合会 副会長	消費者	再
	金城 美音子	日本主婦連合会京都支部 支部長	消費者	再
	藤井 昭三	京都新聞社 論説委員	公益	新
	山肩 みち子	財団法人消費生活アドバイザー・コンサルタント協会 会員	公益	再
	山本 巳根子	京都市消費者モニター等経験者の会 幹事	消費者	新

	氏 名	所属団体及び役職名	区 分	新・再
あっせん・調停部会 専門委員				
	飯 田 昭	京都弁護士会 弁 護 士		再
	黒 田 充 治	京都弁護士会 弁 護 士		再
	小 暮 浩 史	京都弁護士会 弁 護 士		新
	豊 田 幸 宏	京都弁護士会 弁 護 士		再
	長 野 浩 三	京都弁護士会 弁 護 士		再

(3) 消費者訴訟援助制度

消費者被害に遭われた方が訴訟を起こされるのを援助する制度で、事業者を相手方とする消費者訴訟に必要な資金を貸付けるものと、消費者が共同訴訟するために団体を組織した場合に組織化に要した費用の一部を補助するものがあります。

IV 統計資料

市民の声 年度別推移

年度 内容	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4
企画総務	12,776	11,901	11,906	9,120	6,094	5,695	8,106	28,659	25,684	35,606
財政	10,328	11,006	9,793	9,029	7,425	6,436	6,175	5,263	4,923	6,000
環境	14,996	13,861	12,258	11,101	13,834	7,492	6,160	3,123	2,143	3,885
文化市民	64,232	56,210	52,249	38,223	34,375	29,787	31,512	6,347	5,701	6,069
産業観光	16,272	16,406	13,244	9,654	7,805	7,244	5,150	890	869	830
民生	-	-	-	14,510	12,539	13,874	10,124	12,928	12,279	13,117
保健	-	-	-	4,167	4,189	4,399	4,654	22,090	21,893	20,412
保健福祉	27,939	27,392	24,362	-	-	-	-	-	-	-
都市建設	-	-	-	7,263	8,180	9,635	10,074	4,045	4,213	4,819
都市住宅	-	-	-	21,521	21,597	20,449	22,341	19,743	17,538	16,378
都市計画	29,880	26,436	25,326	-	-	-	-	-	-	-
建設	6,364	6,261	5,987	-	-	-	-	-	-	-
消防	855	345	270	314	239	654	791	288	175	143
交通	8,411	8,034	3,880	6,284	16,239	18,613	16,743	4,229	3,610	3,219
上・下水道	1,085	1,494	1,296	1,396	1,584	1,912	1,286	1,127	858	1,075
教育	5,269	5,611	5,308	4,213	4,522	4,517	4,403	2,987	3,081	3,120
その他	6,612	7,148	3,684	19,392	13,298	15,418	14,595	27,270	29,932	21,956
合計	205,019	192,105	169,563	156,187	151,920	146,125	142,114	138,989	132,899	136,629
対前年度 増加件数	12,914	22,542	13,376	4,267	5,795	4,011	3,125	6,090	△3,730	9,414
増加率	6.7	13.3	8.6	2.8	4.0	2.8	2.2	4.6	△2.7	7.4

平成13年度 市民の声 内容別受付処理状況

内容	受						付										処					合 計
	苦情	要望	意見	相談・問い合わせ		札状	合計	満たした もの	近く 満たせ るもの	法 制 度	令 予 算	民 事	不 当	その他	小 計	教 示	参 考	調 査 中				
				相 談	相 談 郵 掛														小 計	件 数	構 成 比	
企画総務	84	427	22	1,209	11,034	12,243	46	372	11	1			51	63	12,243	52		12,776				
財政	16	8	8	172	10,124	10,296	4	2					14	14	10,296	12		10,328				
環境	373	383	24	859	13,355	14,214	438	258	2	2	2		45	51	14,214	35		14,996				
文化市民	93	319	34	8,083	55,700	63,783	238	57	5	1	2		79	87	63,783	67		64,232				
産業観光	12	25	19	748	15,468	16,216	10	1	1				12	13	16,216	32		16,272				
保健福祉	127	114	35	725	26,933	27,658	37	89	5	4	3		68	80	27,658	75		27,939				
都市計画	38	2,150	17	1,731	25,942	27,673	1,150	950	1		2		49	52	27,673	55		29,880				
建設	1,318	851	33	336	3,821	4,157	762	1,118	13	15	20	6	163	217	4,157	110		6,364				
消防	11	4	8	7	824	831	1	10			1		3	4	831	9		855				
交通	72	79	53	240	7,966	8,206	22	9		1			100	102	8,206	72		8,411				
上・下水道	82	92	4	53	854	907	32	127	1		2		13	16	907	3		1,085				
教育	25	39	13	119	5,072	5,191	12	5	1	3			16	20	5,191	41		5,269				
その他	22	34	63	2,013	4,477	6,490	4	1					39	39	6,490	78		6,612				
合計	2,273	4,525	333	16,295	181,570	197,865	2,756	2,999	40	26	31	9	652	758	197,865	641	0	205,019				
構成比	1.1	2.2	0.2	7.9	88.6	96.5	1.3	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.4	96.5	0.3	0.0	100.0				
前年度計	2,211	1,697	255	20,557	167,366	187,923	1,355	1,588	66	29	32	5	514	646	187,883	599	34	192,105				
対前年度 増加件数	62	2,828	78	△4,262	14,204	9,942	4	1,401	△26	△3	△1	4	138	112	9,982	42	△34	12,914				

※ 平成14年3月末現在の受付処理状況

法律相談年度別推移

内容別	年度												
	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4			
民													
借地借家	1,482	1,564	1,596	1,523	1,424	1,539	1,575	1,709	1,854	1,864			
金銭貸借 (キャッシング)	2,907 (1,518)	2,616 (1,343)	2,595 (1,274)	2,425 (1,352)	1,740 (989)	1,637 (1,076)	1,475 (755)	1,192 (607)	1,415 (480)	1,379 (658)			
売買贈与	418	441	413	342	284	353	317	291	316	299			
交通事故	332	294	240	207	218	197	209	194	178	194			
その他	2,986	2,715	2,563	2,529	2,215	2,187	2,250	2,260	2,078	2,268			
計	8,125	7,630	7,407	7,026	5,881	5,913	5,826	5,646	5,841	6,004			
人													
相続	1,752	1,673	1,706	1,712	1,458	1,513	1,480	1,510	1,509	1,465			
離婚離縁	1,414	1,367	1,298	1,207	942	1,017	880	855	849	782			
財産分与	145	217	160	208	161	212	201	231	239	241			
扶養	88	41	67	59	72	99	62	78	97	93			
その他	716	757	693	683	551	692	591	701	795	611			
計	4,115	4,055	3,924	3,869	3,184	3,533	3,214	3,375	3,489	3,192			
商													
民事	348	289	385	413	326	299	314	262	258	188			
刑事	120	105	102	86	88	66	77	37	41	37			
その他	490	374	456	330	260	226	271	247	245	184			
合計	13,198	12,453	12,274	11,724	9,739	10,037	9,702	9,567	9,874	9,605			

法律相談行政取扱い件数

内容別	種別	市民総合相談		北	上京	左京	中京	東山	山科	下京	南	右京	西京	洛西	伏見	深草	醍醐	合計		
		計	昼間																夜間	
民事	借地・借家	578	550	28	101	75	53	84	76	52	86	79	81	58	22	82	32	23	1,482	
	金銭貸借	1,291	1,230	61	105	83	65	108	78	164	99	180	159	133	65	204	68	105	2,907	
	売買	169	164	5	20	17	3	10	9	12	14	19	24	18	9	14	7	2	347	
	贈与	4	1	3	9	4	5	5	7	3	8	4	9	6	1	4		2	71	
	交通事故の賠償	119	114	5	20	4	7	16	16	23	13	26	24	14	4	25	11	10	332	
	構	20	18	2	3	3			4	1	1	4	3	1	6	1			47	
	相続問題	269	258	11	50	51	30	33	25	41	26	30	40	38	13	19	14	11	690	
	消費者被害	118	108	10	11	2	2	8	5	4	10	9	7	10	7	7	4	7	211	
	その他	930	892	38	54	59	145	115	55	93	108	81	92	59	50	64	70	63	2,038	
	計	3,498	3,335	163	373	298	310	379	275	393	365	432	439	337	177	420	206	223	8,125	
	人事	相続	617	596	21	109	104	99	108	69	71	84	71	94	109	59	90	39	29	1,752
		離婚・離婚	538	508	30	57	44	43	54	28	101	70	73	85	80	48	107	38	48	1,414
		親子	23	21	2	11	12	2	2	6	4	9	15	17	11	7	10	2	6	135
		扶養	25	22	3	13	6	2	2	7	7		6	6	4	3	5	1	1	88
遺言		24	23	1	27	10	18	4	16	10	13	7	14	15	1	12	10	1	182	
財産分与		36	35	1	24	5	2	2	15	5	10	6	12	10	3	5	10		145	
戸籍		30	29	1	7		6	6	8	10	3		9	7		2	1		89	
その他		107	102	5	20		16	9	21	24	3	14	43	16	10	7	6	14	310	
計		1,400	1,336	64	288	181	188	185	170	232	192	192	280	252	131	238	107	99	4,115	
商事		会社	63	61	2	10	5	7	6	3	11	6	3	7	9	1	6			137
		手形	8	8		1			2			1			1		2			15
		商取引	53	50	3	6	5	5	5	8	20	2	6		18	1	6	4		139
		その他	29	27	2	3	2	2	1	3	3	2	3	4	3		1	1		57
		計	153	146	7	20	12	14	14	14	34	11	12	11	31	2	15	5		348
	刑事	問題	67	67		7	1	2	2	4	1	4	10	1	3	11	5	2		120
		行政問題	10	9	1	1	1	1	41	2	2			1	2	1	2	1		65
		労働問題	177	167	10	14	7	8	9	12	23	4	17	11	15	13	9	9		328
		その他	11	11		2	44				1		2	7	28	2				97
	合計	5,316	5,071	245	685	500	565	589	514	689	575	659	758	665	317	698	334	334	13,198	

交 通 事 故 相 談

区 分	要 点	13年度	12年度	増△減
交 通 事 故 相 談	示談及び話し合いの仕方	589	589	△50
	賠償責任者	32	39	△7
	賠償額の算定	189	191	△2
	過失程度	159	113	46
	示談解決後の変更・取消	5	8	△3
	債務不履行(訴訟・調停)	17	13	4
	自賠償請求等	140	130	10
	労災・社会保険の請求等	22	4	18
	時効	-	2	△2
	身体障害者の更生	-	-	-
	各種福祉施設の利用	-	-	-
	各種援護措置	-	-	-
	その他の	-	-	-
	各種機関への斡旋紹介	4	8	△4
罰金・免許・法規等	8	4	4	
交通事故以外の相談	1	1	-	
合 計	1,116	1,102	14	

税務相談年度別推移

内容別	年度												
	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4			
所得税	100	136	206	238	173	203	196	151	177	178			
法人税	4	7	5	3	5	2	5	6	6	3			
相続税	50	59	51	61	54	50	73	68	77	120			
贈与税	18	40	28	53	33	44	46	42	66	42			
その他	3	6	8	5	15	10	8	9	4	34			
計	175	248	298	360	280	309	328	276	330	377			
府・市民税	1	4	1	4	2		1	5	6	1			
不動産取得税	1	3	2	9	8	18	19	11	15	7			
固定資産税	2			1	7	14	13	4	6	9			
事業所税		6	4		1	1	4	2	2				
その他	1		1			1	4	2					
計	5	13	8	14	18	34	41	24	29	17			
その他	4	23	10	2	3	3	23	6	9	10			
合計	184	284	316	376	301	346	392	306	368	404			
	(68)	(123)	(188)	(200)	(144)	(175)	(190)	(111)	(131)	(202)			

※ () 内は、区役所地域振興課実施分(内数)