

[発行]

京都市文化市民局
市民生活部市民総合相談課
(市民生活センター)

本誌に関するお問い合わせは
☎075(256)1110

My City Life

2005 5月号

No.185

NEWS! 4/2(土)から!

**消費生活
週末(土・日)電話
相談がスタート
しました。**

もしもし、
どのような
ご相談で
しょうか?



近年、市民生活センターに寄せられる消費生活相談件数は、増加の一途をたどっています。

アダルト情報サービスなどの架空請求ハガキが週末に届いたり、クーリング・オフ期間の最終日が週末になっている事例も見受けられ、週末における消費生活相談の需要も高まっています。

そのため4月2日(土)から週末における緊急の消費生活相談をお受けする電話相談を始めています。

クーリングオフ

1 電話番号 **257-9002**

2 相談日時 **土日**(年末年始除く) 午前**10時**～午後**4時**

3 相談方法 **電話相談のみ**

PHOTO

下鴨神社参道
葵祭



(写真提供 社団法人京都市観光協会)

もくじ

- 2 特集
京都市消費生活条例について
- 4 暮らしの経済
条例が改正されました
- 5 すぐ使えるちえぶくる 省エネルギー
- 5 京都市からのお知らせ
4月1日から個人情報保護法が
全面施行されました
- 6 消費生活相談の小窓
訪問販売の実態について
～市民生活モニター調査結果から～

都市消費生活条例について

消費生活の安心，安全，安定及び向上を目指して

～平成17年10月1日施行～

消費者権

みなさんのくらしの中では

1

安全が確保され，
財産を侵害されない権利

食品の安全を脅かす事件や欠陥製品の問題が今なお新聞等をにぎわしています。

危害を及ぼす商品の回収等の勧告や，従わない場合，その内容等を迅速に公表します。

2

商品等の表示，計量，包装，
広告，価格及び供給の適
正化を求める権利

商品を購入するとき，その表示や広告等をもとに判断することが多いのではないのでしょうか。

しかし，これに事実と異なるものや著しい誇張があったら，意味がありません。

それぞれが適正になされるよう，条文に定めています。

3

不適正な取引行為を
行わないことを求める権利



不適正な取引行為，
ダメ!!

悪質業者

複雑・多様化する悪質商法に対応するために，「不適正な取引行為」として「断定的判断の提供」等消費者契約法の要素や，年齢，経験，判断能力に配慮した取引を盛り込み，より適切な対応を行います。

そして，信用を供与する契約（クレジット契約等）が，「不適正な取引行為」の対象となる契約に含まれることを明らかにしました。

これはクレジットの利用が，支払能力を超過した高額な契約を可能とし，悪質な事業者の営業活動を支えているという実態があることを踏まえたものです。

また，これまで以上に，警察署や関係機関と連携し，悪質事業者に厳しく対応していきます。

4

迅速かつ適切に
知る権利

消費者が自立するためには，情報が迅速かつ適切に提供されることが必要不可欠です。

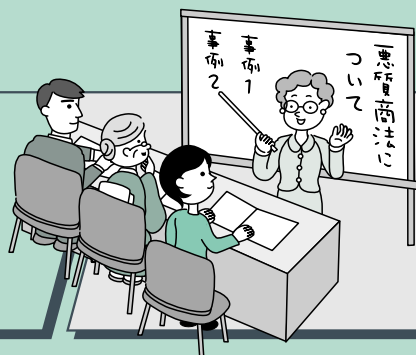
食の安全や環境に配慮した商品等に関する情報をはじめとした消費生活を営む上で有益な情報をこれまで以上に提供します。

京都市では、昭和50年に京都市消費者保護条例を制定し、市民の消費生活の安定及び向上を図ってきました。その後、わたしたちのくらしは、近年の規制緩和や高度情報化の進展等により、豊かで便利になった反面、生活を脅かすいろいろな事件や消費者被害も増加し、その内容も複雑になるなど、消費者を取り巻く環境も大きく変化しました。これらに対応し、より充実した施策を推進するため、その拠り所である条例を全面的に改正しました。この条例の「基本理念」に沿ってみなさんの生活にどのように関わってくるかについて御紹介します。

消費者権

みなさんのくらしの中では

5 教育を受ける権利



と同じく、自立のために必要不可欠なものです。

年齢や判断能力等に配慮しながら、家庭、地域、職場、学校等あらゆる場所で学習の機会が設けられるよう施策を推進します。

6 消費生活に関する意見を反映させることを求める権利

消費者の意見を直接的に施策に反映させる手立てとして「市長への申出」の規定を設けました。

消費生活施策が十分講じられず、広く消費者権が侵害された場合等に、市民は、適切な対応をするよう市に申し出ることができます。

7 権利が侵害された場合に、迅速かつ的確に救済される権利

消費者被害の未然防止・拡大防止のため、緊急の必要があるときは、事業者名も含む必要事項を迅速に公表する規定を設けました。

また、消費生活相談の多くが、契約・取引に関わる内容になっているため、製造物責任に係る案件に限定していた調停の対象を消費者権全般に広げました。

< 消費生活施策における重要な視点 >

近年の食品の偽装表示問題等の続発は、食の安全の確保の重要性を改めて考えさせられるものでした。食の安全は、消費者の生命、身体に直接的に影響するものであり、最も基本的かつ重要な課題です。

また、ここ京都は地球温暖化防止京都会議（COP3）が開かれた都市で、本年4月、全国で初めて、市における地球温暖化対策を総合的かつ計画的に進める「京都市地球温暖化対策条例」を施行しました。食の安全の確保と併せて環境への配慮についてもその重要性を十分認識し推進します。

急激な高度情報通信社会の進展は、私達の生活を豊かにしている反面、IT関連の消費者被害は増加しており、的確に対応して推進します。

古くから伝わる食文化、「もったいない」という言葉に表わされる始末の文化等京都固有の生活文化を尊重して推進します。

条例が改正されました

昨年5月号から6回にわたり、条例の改正について紹介して参りましたが、3月に市会において承認され、新しい消費者行政がスタートしました。国の消費者政策の転換を受けて条例の本格的な見直しを行い、時代に即した条例の改正を実施したもので、全国の自治体の先陣をきることになりました。

条例の特徴

基本理念（第3条）のなかで、『消費者権』という用語を初めて使用し、7項目の権利を具体的に明示しました。それと併せて、食の安全確保、環境への配慮、高度情報化への対応及び食文化・始末の文化等京都固有の生活文化の尊重を盛り込みました。

実効性を強めるために

増大・多様化する不当取引などの悪質商法に対応するため、警察等との密接な連携（第22条）や事業者への勧告と併行して、所属の事業者団体及び契約関係にある事業者（例えば、クレジット会社）への勧告内容等の通知（第35条3項）を出来るようにし、悪質業者への

きめ細かな対応を可能にしました。さらに、消費者への情報提供や消費者教育の推進については、年齢等の特性に配慮することをうたい、緊急時の公表（第26条）規定も加えました。

基本計画

消費生活施策を総合的かつ計画的に実施するため、基本計画の策定（第10条）を新たに盛り込みました。消費者（消費者団体）や事業者（事業者団体）からの意見を適切に反映させ、本市の消費者行政への市民参加を広げて参りたいと考えております。

この条例をどう活かすか

条例本文は確定されましたが、これの具体的な運用は、「規則・基準」などによって整備されることになります。そして、最後は、運用面で「市民生活センター」が、有効な役割を果たすことが求められます。京都市の消費生活施策は、条例本文の改定により、新しい第一歩を歩み始めました。これから続く「整備や運用」など、市民の皆様の参加により、さらに充実させて参りたいと願っております。



ご存知ですか？

省エネラベル — 環境を守るためにできること —

日々の生活の中で「環境に配慮する」ためには、どんなことができるでしょうか。一つの方法として、冷蔵庫やエアコンのような大量に電力を消費する機器を買い換えるときに、省エネ性能が高いものを選択することが挙げられます。

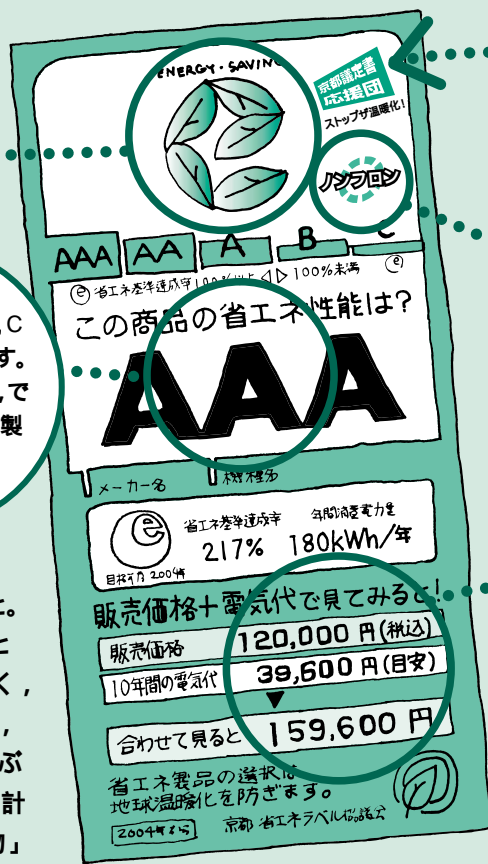
その手がかりとなる「省エネラベル」を御紹介します。このラベルは市内、家電販売店の店頭でエアコンと冷蔵庫について貼り付けられており、製品の省エネ性能を分かりやすく示しています。

省エネ性能を5段階で表す絵です。葉っぱでエコロジー、エネルギーを表す「e」の字を形作っています。色の濃い葉っぱが多いほど効率の良い製品です。

省エネ性能をAAA, AA, A, B, Cの5段階で表します。購入するときには、できるだけAの多い製品を選びましょう。

省エネということは、つまり電気代が節約できるということ。エアコンや冷蔵庫を購入するときには、販売価格だけでなく、省エネラベルもしっかり見て、ランニングコストを比べて選ぶことが、「環境に配慮」し「家計にも配慮」した、「かしこい買物」といえるでしょう。

次の電化製品の買換えの機会には、家計だけでなく地球環境についても考えてみませんか。



省エネ製品を選ぶことが、地球温暖化防止につながります。

このマークがついている製品は、オゾン層破壊の原因となる「特定フロン」も地球温暖化の原因となる「代替フロン」も使っていない製品です。

販売価格、平均的な使用期間(エアコン・冷蔵庫:10年)の電気代と、これらを合わせたトータルの金額を表示しています。

京都市からのお知らせ

だれもが安心してIT社会の便益を享受するための制度的基盤として、15年5月に成立、公布された個人情報保護法が17年4月1日から全面施行されました。

個人情報取扱事業者は、個人情報の利用目的を明らかにし、その範囲内で取り扱わなければなりません。また、本人の同意を得ずに個人データを第三者に提供することは原則禁止されるほか、安全管理措置、従業者や委託先の監督など個人情報の適正な取扱いに関するルールが適用されます。

自分の個人情報については、事業者に開示等を求めることができます。また、個人情報に関するトラブルや疑問は、その事業者に申し出るほか、認定個人情報保護団体や地方公共団体、国民生活センターの苦情相談窓口などで御相談いただけます。

4月1日 から
個人情報保護法が
全面施行されました

※詳しくは、内閣府国民生活局ホームページ

< <http://www5.cao.go.jp/seikatsu/kojin/index.html> > をご覧下さい。

「訪問販売の実態について～市民生活モニターの調査結果から～」

市民生活モニター
アンケート調査

118人に
聞きました

今回の消費生活相談の小窓では、市民生活モニターの皆さんに御協力をいただいた「消費生活に関するアンケート調査」(以下「アンケート調査」と言います。)の集計結果の中から訪問販売に関する調査結果について御紹介します。

調査の概要

アンケート調査では、訪問販売等の取引行為の実態について42名の市民生活モニターの皆さんとモニターの知人・友人の方に回答をお願い致しました。

その結果、118名の方から回答をいただきました。御協力いただいた皆様、ありがとうございました。

回答をいただいた方の性別、年齢は以下のとおりです。

性別	男	28
	女	90
	計	118

20歳代	7
30歳代	40
40歳代	18
50歳代	23
60歳代	23
70歳代	7

計 118

訪問販売についての調査結果

まず、アンケート調査で訪問販売についてお聞きしていますので、その結果を見てみましょう。

(1) これまでに訪問販売による商品やサービス

(以下「商品等」と言う。)の勧誘を受けたことの有無

ある	101
ない	17

(2) 訪問販売による商品等の勧誘を受けた方の中で、過去1年間の勧誘頻度

1回程度	8
2回～5回程度	58
6回～10回程度	18
11回～12回	5
16回～20回以上	4

(3) 訪問販売で商品等を購入したことの有無

有	17
無	83
無回答	1

(4) 訪問販売で購入した商品等についての満足度

満足	7
不満	11

(5) 訪問販売による商品等への勧誘についての感想

商品等の説明を詳しく聞いて良かった	3
店舗に行かなくても商品等が買えて便利だと感じた	3
現状等を実際に業者にってもらえて良かった	0
店舗で買うよりも安いと感じた	0
店舗で買うよりも高いと感じた	14
業者が突然、家に来て迷惑だった	75
業者が長時間、居座って迷惑だった	22
断ってもしつこく勧誘された	43
不安な気持ちになることを言われた	23
一度話を聞くと、次々と業者が訪問してきた	1

訪問販売の調査結果から分かること

調査結果を見てみると、ほとんどの方が訪問販売による勧誘を受けておられることが分かります。しかもその大部分が2回～5回程度と複数回の勧誘であることが分かります。

これほど大勢の方が勧誘を受けておられるにもかかわらず、実際に商品を購入した方は、17名と勧誘を受けた方全体の16.8%にとどまっています。

さらに注目すべきは、実際に商品等を購入した方の中で、半数以上の方がその商品等に不満を持っておられるということです。

訪問販売の問題点 ～不意打ち、攻撃、密室～

以上のようなことは何故起こるのでしょうか？

訪問販売の問題点で、一番に挙げられるのはその勧誘方法であると言われています。

訪問販売では、大抵の販売員は突然やってくるものです。そんな時、消費者にはその商品等に関する予備知識は何もなく、当然のことながら購入する意思すら持っていません。そうであるにも関わらず、販売員はその商品等について消費者に契約するよう勧誘する点が問題として挙げられます。これを「訪問販売は不意打ち性がある」といいます。

また、一度断っても販売員は「今なら半額にする。」「今日だけの特別サービス。」などと言って説得を続け、なかなか退去しようとしません。これを「訪問販売には攻撃性がある」といいます。

さらには、勧誘される場所が消費者宅であり、販売員と消費者以外の人の目には密室で勧誘されるという問題もあります。これを「訪問販売には密室性がある」といいます。

以上のようなことは、調査結果の(5)勧誘についての感想で「業者が突然、家に来て迷惑だった」、「断ってもしつこく勧誘された」と回答された方が圧倒的に多いということからもうかがうことができます。

訪問販売に対する規制

以上のように、不意打ち性、攻撃性、密室性がある訪問販売に対して、特定商取引法では、消費者を保護する観点から様々な規制がされています。

なお、街頭で呼び止めて営業所等へ連れて行く「キャッチセールス」や販売目的を告げずに他よりも有利な条件を告げて営業所等に呼び出す「アポイントメントセールス」も、不意打ち性が高いことから訪問販売に含まれます。

氏名・販売目的の明示義務

販売業者には、勧誘に先立って、事業者名・商品名・販売目的を明示しなければならない義務があります。

販売目的秘匿勧誘の禁止

販売業者が販売の目的を隠してキャッチセールスやアポイントメントセールス等の方法で、消費者を人の出入りする場所以外の場所で勧誘することが禁止されています。

契約書面の交付義務

訪問販売で消費者が契約の申込をした場合、販売業者は、その場で契約を締結した場合は「契約書面」を、販売員が会社に持ち帰って正式に契約となる場合は「申込書面」を交付する義務があります。

不当勧誘行為の禁止

勧誘する時や解約を妨げるために、事実と違うことを言ったり、怖がらせたり、戸惑わせる行為が禁止されています。

クーリング・オフ

先ほども説明したように、訪問販売には不意打ち性があることから、契約した場合でも一定期間、消費者がその契約について考慮する期間が認められています。訪問販売の場合、その期間は契約書面の交付日から8日間です。その8日間であれば無条件に契約を解除することができます。

損害賠償額の制限

消費者が金銭を支払わない等の理由で契約を解除する場合、事業者が請求できる損害賠償額が制限されています。この規定に反して消費者に不利になるような特約は無効とされています。

被害にあわないために

今回のアンケート調査の結果は、事前に集計し市民生活モニターの皆さんに見ていただいています。それを踏まえて考えたことについて、レポートを提出していただきました。その中で、訪問販売への対処法として、「はっきり断る」、「誰かに相談する」、「ドアを開けてしまえば相手のペースにはまってしまうので、インターホンで断る」という御意見をたくさんいただきました。

また、これからは「消費者自身が賢くなること」「自己啓発に努めるべき」という御意見もいただきました。中には「訪問販売の場合自宅を知られているので断りにくい」という御意見もありました。

今回御紹介しましたように訪問販売は法律で規制されています。その規制をうまく使って、賢く消費生活を送るというのをもひとつですが、断りきれないしつこい勧誘など、御近所の目配り、気配りなども重要になってくるのではないのでしょうか。

もちろん、困ったことがあればいつでも市民生活センターに御相談ください。

消費者問題国民会議 2005 京都市大会開催のお知らせ

5月

全国消費者月間です。

活かそう権利 めざそう自立

消費者保護基本法(現 消費者基本法)の施行(昭和43年5月30日)に由来する「消費者の日」(5月30日)にちなみ、5月は消費者月間とされています。

今年は、「消費者問題国民会議2005 京都市大会」(主催内閣府・京都市)を開催します。

消費者が権利を活かし、自立をめざす行動をとoshi、安全で安心できる消費社会を構築するために、行政、事業者、消費者がどのような役割を担い、それをどのように果たしていけばよいかについて議論がなされます。

奮って御参加ください!!

* 4月28日(木)~5月13日(金)まで *

市役所本庁舎 1階ロビーにおいて消費生活パネルを展示します。

日時	平成17年5月27日(金) 午後1時~4時
場所	京都市女性総合センター ウィングス京都 イベントホール(京都市中京区東洞院六角下る)
参加費	無 料
申込	事前に 電話、ハガキ、FAX、ホームページで 住所 氏名 電話番号 参加希望人数を、市民生活センターまで。会場での当日受付も可能。(定員 240名)
内容	<p>(1) 消費者支援功労者表彰</p> <p>(2) 記念講演 「安全で充実した暮らしのできる消費社会の構築」~消費者、事業者、行政の役割~ 落合 誠一 氏(東京大学大学院法学政治学研究所教授)</p> <p>(3) パネルディスカッション 「活かそう権利 めざそう自立~京都からの発信~」 コーディネーター: 野村 秀和 氏(京都大学名誉教授) パネリスト: 松本 久美子氏(NPO法人京都消費生活有資格者の会 代表理事) 伊藤 義浩 氏(京都市小売商総連合会 会長) 坂東 俊矢 氏(京都産業大学法科大学院 教授) 服部 高明 氏(内閣府国民生活局消費者企画課長)</p>

* 祝日・年末年始は休みます。

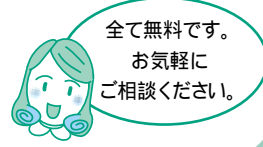
市民生活センターの 相談ごあんない

市民生活に関する相談 ☎256-2007
(市政に関する問い合わせなど)

交通事故相談 ☎256-2140
(示談の方法・賠償額の算定など)
月~金 午前(9:00~12:00) 午後(13:00~17:00)

法律相談(面談のみ) ☎256-2007(弁護士による相談)
月~金(13:30~16:00) 先着順15名
(午前9:00から整理券を配布します。水曜日については、予約制<電話可>)
第2・4水(18:00~20:00) 予約制12名(事前に電話で予約が必要です)

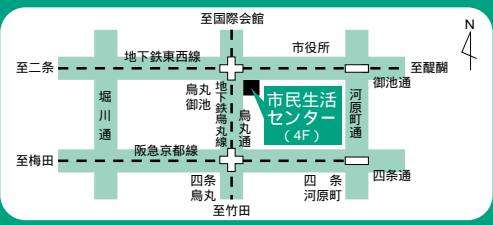
消費生活相談 ☎256-0800
(訪問販売やキャッチセールスなどで困ったとき)
月~金 午前(9:00~12:00)
午後(13:00~16:00)



市民生活センター

〒604-8186 中京区烏丸御池東南角 アーパネックス御池ビル西館4階
TEL.075(256)1110 FAX.075(256)0801
ホームページ <http://www.city.kyoto.jp/bunshi/soudan/>

地下鉄「烏丸御池」駅下車、
「3-1・3-2番出口」から
地上へ出てください



回覧 してください																			
--------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--