

複雑・多様化する消費者被害の防止・救済と

自主的な消費者活動の推進について

(答 申)

平成19年10月23日

愛知県消費生活審議会

平成19年10月23日

愛知県知事 神田 真秋 殿

愛知県消費生活審議会

会 長 千 田 純 一

複雑・多様化する消費者被害の防止・救済と自主的な消費者
活動の推進について（答申）

平成18年7月3日付け18県生第121号で本審議会に諮問がありました「複雑・多様化する消費者被害の防止・救済と自主的な消費者活動の推進」については、別添のとおり審議結果を取りまとめました。

つきましては、この答申の趣旨に沿って必要な措置を講じ、消費者の利益の擁護・増進に特段の努力を払われるよう要望いたします。

目 次

第1	はじめに（経緯）	1
第2	審議に当たっての考え方（審議テーマ及び審議計画の趣旨）	1
第3	答申イメージ	2
第4	基本課題	

基本課題 消費生活相談の充実のための課題

「県及び市町村における消費生活相談の現状と充実のための課題」

県の消費生活相談の現状、問題点、今後の課題について	3
（参 考）	
・県における消費生活相談の状況	6
市町村の消費生活相談の現状、問題点、今後の課題について	11
（参 考）	
・市町村における消費生活相談の実施状況	14

基本課題 効果的な事業者指導の実施のための課題

「社会問題化する不適正な消費者契約から発生する消費者被害を未然防止・拡大防止するための事業者指導の現状とその課題」

悪質事業者の指導の現状、問題点、今後の課題について	15
（参 考）	
・事業者指導等の現状ほか（表1～表4）	19

基本課題 消費者団体の自立意識の向上のための課題

「消費者問題の改善と消費生活の安定を図るための自立した消費者の育成とその中核を担う消費者団体の意識の向上を図るための課題」

本県の関係消費者団体の現状、問題点、今後の課題について	21
-----------------------------	----

(参考：県関係消費者団体の概要)

- ・愛知消費者協会…………… 2 4
- ・愛知県生活学校運動推進協議会…………… 2 5
- ・愛知県共同購入協会…………… 2 6

第5 県が講ずべき施策(柱となる施策の方向)

1 基本目標…………… 2 7

2 個別施策の方向…………… 2 7

県及び市町村における消費生活相談の充実…………… 2 8

悪質事業者に対する効果的な事業者指導の実施…………… 2 9

消費者団体の自立性の高い消費者主体としての意識向上…………… 2 9

(参 考)

(1) 消費生活相談に関するアンケート調査結果…………… 3 1

(2) 答申を取りまとめるまでの経過…………… 4 4

(3) 愛知県消費生活審議会委員名簿…………… 4 5

(4) 愛知県消費生活審議会専門部会委員・専門委員名簿…………… 4 6

(5) 愛知県消費生活審議会消費者苦情処理委員会委員名簿…………… 4 6

(6) 関係法令(抜粋)

- ・特定商取引に関する法律(抜粋)…………… 4 7
- ・特定商取引に関する法律施行令(抜粋)…………… 4 9
- ・県民の消費生活の安定及び向上に関する条例(抜粋)…………… 5 0

第1 はじめに（経緯）

愛知県消費生活審議会では、平成18年7月3日、知事より「複雑・多様化する消費者被害の防止・救済と自主的な消費者活動の推進について」諮問を受け、専門部会に審議を付託し、その結果の報告を受けた。

以下は、「複雑・多様化する消費者被害の防止・救済と自主的な消費者活動の推進」について、専門部会の審議結果を踏まえ、本審議会が取りまとめた答申である。

第2 審議に当たっての考え方（審議テーマ及び審議計画の趣旨）

「複雑・多様化する消費者被害の防止・救済と自主的な消費者活動の推進について」

本格的な人口減少・超高齢社会の到来、急速なグローバル化など、消費者を取り巻く社会経済環境が大きく変化する中、悪質商法による被害やトラブルが増加するなど、消費者問題は、ますます複雑・多様化している。

このような状況に対し、迅速かつ効果的な消費者被害の救済及び未然防止を図ることが必要であるとともに、悪質・巧妙な手口を駆使した悪質事業者に対する指導が県の最も重要な責務となっている。

消費者基本法においては、地方公共団体が消費生活相談窓口などに寄せられる苦情の処理のあっせん等に努めなければならないとされており、中でも特に都道府県の役割として、「高度の専門性」、「広域の見地への配慮」が明記されたことにより、県として多様な苦情の処理のあっせん等の一層の充実・強化に努めなければならない。

したがって、県及び市町村などの地域における消費生活相談の充実のための方策とともに、社会問題化する不適正な消費者契約から発生する消費者被害の未然防止・拡大防止のため、「特定商取引に関する法律」及び「県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」に基づく、悪質事業者に対する指導を充実するための方策を検討していくことが必要である。

また、消費者問題の改善、消費生活の安定などを図るため、消費者団体が自主的活動を推進し、自立性の高い消費者主体としての意識の向上を図るための方策についても検討を加えることとする。

第3 答申イメージ

1 審議テーマ(審議計画)

「複雑・多様化する消費者被害の防止・救済と自主的な消費者活動の推進について」



2 基本課題

消費生活相談の充実のための課題 (P.3~)
効果的な事業者指導の実施のための課題 (P.15~)
消費者団体の自立意識の向上のための課題 (P.21~)

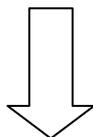


【 県が講ずべき施策(柱となる施策の方向) 】



3 基本目標 (P.27)

『消費者被害・トラブルのない安心できる暮らしを目指して』



4 個別施策の方向

(P.27~)

県及び市町村における消費生活相談の充実
悪質事業者に対する効果的な事業者指導の実施
消費者団体の自立性の高い消費者主体としての意識向上



【 答 申 】

第4 基本課題

複雑・多様化する消費者被害・トラブルなどの深刻な状況に対して、迅速かつ効果的な被害の救済を図り、県民の安心できる消費生活を確保していくため、消費者問題に関わる施策のうちの次の3つの課題について、現状、問題点、今後の課題などの分析・検討を行い、基本課題ごとに柱となる重点的な施策の方向を探る。

基本課題 消費生活相談の充実のための課題

「県及び市町村における消費生活相談の現状と充実のための課題」

県の消費生活相談の現状、問題点、今後の課題について

(現 状)

1 消費生活相談の現状

近年の社会経済状況の変化や科学技術の進展は、県民の消費生活に様々な影響を与えている。消費者ニーズも多様化し、消費生活の質の向上を求める意識の高まりとも相まって、様々な商品やサービスが登場している。販売形態も複雑・多様化し、消費者被害が増加しており、特に、電子商取引の分野を始めとして、新手の商法による取引被害が急増している。また、不当請求など同じような手口による被害や高齢者等の社会的弱者の被害が多くなっている。

このような中で、県民生活プラザには、平成18年度に24,642件の消費生活相談が寄せられ、平成17年度に比べて減少しているものの、相談内容が複雑・多様化するとともに、高齢者や障害者などの支援が必要な消費者の相談件数や総相談件数に占める割合は増加傾向にある。

国民生活センターの第34回国民生活動向調査(平成16年3月発表)によると、苦情がある消費者が、消費生活センター等に相談するという比率はわずかに5%程度である。寄せられる相談は氷山の一角を表しているにすぎないと捉え、消費生活相談窓口の充実が必要である。

2 消費生活相談体制の現状

愛知県の消費生活相談体制は、高度経済成長の中で大量生産された製品が広く市場に出回り、消費者被害が社会問題として認識されるようになった昭和40年代から、

順次整備されてきた。昭和44年度には名古屋市内に愛知県消費生活センター、昭和47年度に東三河消費生活センター、50年度に西三河消費生活センター、53年度に尾張消費生活センターが設置され、以降県内4か所の体制で消費生活相談に対応してきた。

平成14年度に行われた地方機関の再編で、従来の14か所の県民サービスセンター・県民サービスコーナー、2か所の旅券センター、4か所の消費生活センター合わせて20か所を、8か所の県民生活プラザに統合再編し、この8か所すべてに消費生活相談窓口を開設した。

消費生活相談員については、月額相談員(週4日勤務者)、日額相談員(週2日程度勤務者)があり、月額相談員は平成13年度5人であったが、順次増員し現在は12人となっている。

平成8年度に愛知県女性総合センター(ウィルあいち)において土日相談を開設、平成14年度から中央県民生活プラザ(名古屋市中区三の丸)でメール相談を開始、不当請求など急増した電話相談に対応するため、平成17年6月から電話自動応答装置を設置するなど様々な方法で相談や情報提供を実施している。

平成17年度の個人情報保護法の施行に伴い、消費生活相談窓口において、事業者の個人情報の取扱いに関する県民からの苦情相談を開始した。

3 被害情報の提供

個別の消費者の紛争解決のための支援や救済としての相談処理を行うばかりでなく、相談を通して得た情報を整理・分析して、県民全体の利益に貢献するものとして、クリオ通信(消費者トラブル情報)を毎月発行し、記者発表、市町村への送付、県のWebページでの公表を行っている。

(参 考)

県における消費生活相談の状況(平成18年度末時点:P.6~10)

(問 題 点)

1 消費生活相談体制

これまで消費者支援行政の中心としてその時々にあった消費生活相談業務に取り組んできており、被害者の救済に成果を挙げている。しかしながら、消費者取引は複雑・多様化するとともに、高齢者や障害者などの支援が必要な消費者の被害が増加しており、消費者が事業者と対等な立場で交渉することがますます困難になっている。このようなことから、

消費者被害の救済のために、今後一層専門性を高めた積極的なあっせんを行う等の相談対応が求められる。

2 被害情報の提供

消費生活相談は、相談を通じた消費者への教育を行う役割も担っている。例えば、相談処理において相談者に、実際に被害にあった当事者等としての体験をもとに、消費者問題への関心を深め、契約等の責任を認識するように助言を行うなど、今後のトラブル防止のための貴重な消費者教育としての役割を果たしている。

県では、県民生活プラザに寄せられるこれらの多くの相談内容、被害情報等を取りまとめ、分析し、消費者被害の未然防止のために役立つよう、報道機関への発表などを行っている。

しかしながら、これらの情報が個々の県民にまで十分周知されているとまでは言うことができない。

さらに、統一的な相談処理対応ができるように市町村の相談窓口の情報提供しているが、十分に活用されるまでに至っていない。

また、消費者契約法が改正され、消費者全体の利益を守るため、一定の消費者団体（「適格消費者団体」）に事業者の不当な行為に対する差止請求権を認める消費者団体訴訟制度が導入されたことに伴い、新たに適格消費者団体から消費生活相談に関する情報提供を求められることになる。

（ 今後の課題 ）

1 消費生活相談体制づくり

(1) 消費生活相談体制の強化

消費生活相談の受付・処理を強化する方向性としては、より継続的・綿密的に消費者被害の救済に当たることができる相談体制を強化することは当然として、これに加えて、相談処理の難しい専門的な事案を広域的に処理できる相談体制が必要である。

さらに、高齢者、障害者や若者など、支援が必要な消費者に対する消費者被害対策、あっせん機能の強化を図る必要がある。

また、ADR法（裁判外紛争解決手続きの利用の促進に関する法律）の施行など被害者救済の窓口等が多様化することが予想される。県の消費生活相談のあり方を検討すべきである。

(2) 県民生活プラザ相談員の質の向上

消費者契約法など消費生活関連の法制度を活用し、複雑・多様化する取引から発生する消費者被害の救済を図るためにも、相談窓口を充実・強化し、クオリティの高い相談業務を行うことが急がれている。このためには、相談員の相談処理能力の向上が欠かせ

ないので、相談員の質の向上のための研修のあり方を検討するなど専門家集団の育成を図る必要がある。

2 被害情報の提供

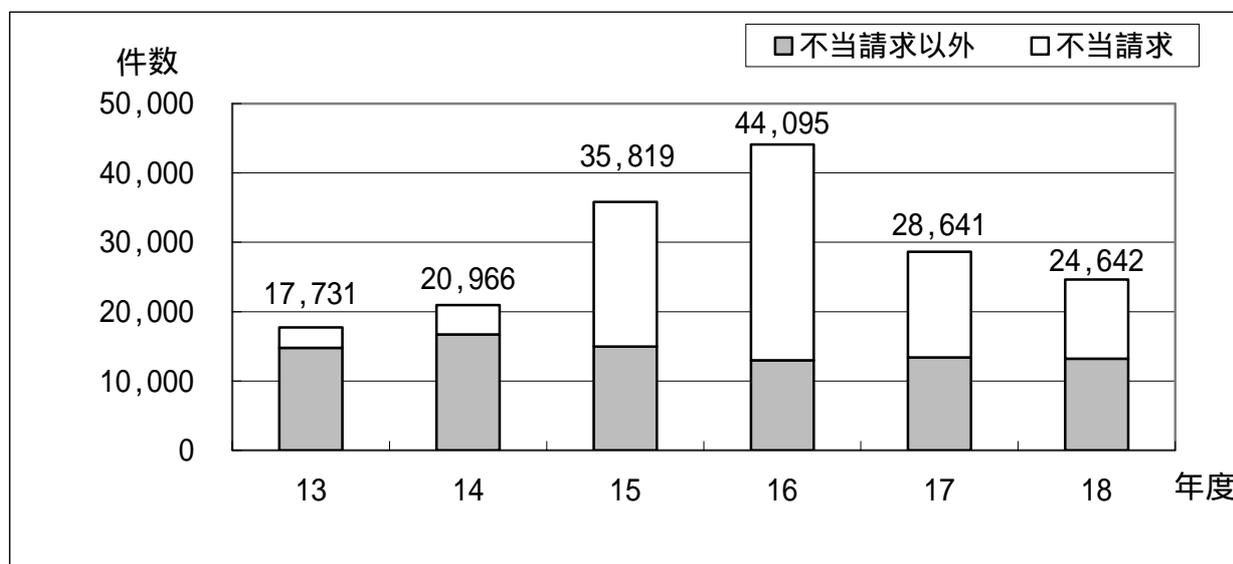
相談を通して得た情報を、県民へ有効に伝達する手法や、当該情報の市町村における住民への周知を含めた有効な活用方法についても検討する必要がある。

また、消費者契約法の一部改正に伴う対応についても検討する必要がある。

参考

県における消費生活相談の状況

1 相談件数の推移



2 年代別相談件数 (平成17、18年度対比)

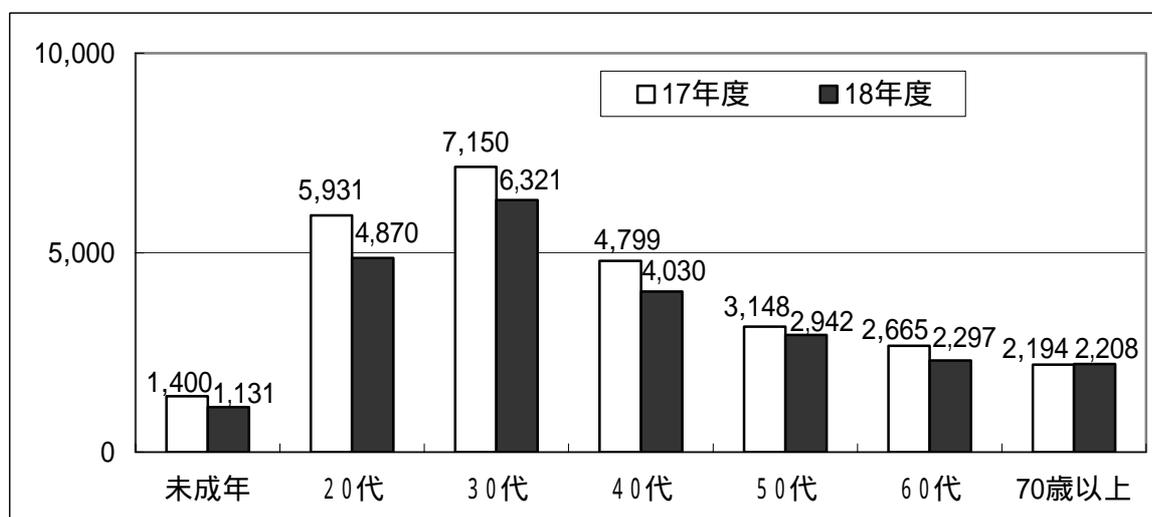


表1 年代別相談件数

単位：件

区 分	未成年	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	不明	計
16年度	3,745 (8.5%)	11,828 (26.8%)	12,436 (28.2%)	7,360 (16.7%)	3,840 (8.7%)	2,206 (5.0%)	1,959 (4.4%)	721 (1.6%)	44,095
17年度	1,400 (4.9%)	5,931 (20.7%)	7,150 (25.0%)	4,799 (16.8%)	3,148 (11.0%)	2,665 (9.3%)	2,194 (7.7%)	1,354 (4.7%)	28,641
対前年度 増減率(%)	(-62.6)	(-49.9)	(-42.5)	(-34.8)	(-18.0)	(+20.8)	(+12.0)	(+87.8)	(-35.0)
18年度	1,131 (4.6%)	4,870 (19.8%)	6,321 (25.7%)	4,030 (16.4%)	2,942 (11.9%)	2,297 (9.3%)	2,208 (9.0%)	843 (3.4%)	24,642
対前年度 増減率(%)	(-19.2)	(-17.9)	(-11.6)	(-16.0)	(-6.5)	(-13.8)	(+0.6)	(-37.7)	(-14.0)

(%)は、相談総件数に占める割合

表2 年代別・不当請求相談件数

区 分	未成年	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	不明	計
16年度	3,463	8,682	9,301	5,202	2,413	1,042	554	438	31,095
17年度	1,138	3,077	3,979	2,709	1,609	1,454	650	641	15,257
対前年度 増減率(%)	(-67.1)	(-64.6)	(-57.2)	(-47.9)	(-33.3)	(+39.5)	(+17.3)	(+46.3)	(-50.9)
18年度	895	2,222	3,059	1,807	1,331	946	811	348	11,419
対前年度 増減率 (%)	(-21.4)	(-27.8)	(-23.1)	(-33.3)	(-17.3)	(-34.9)	(+24.8)	(-45.7)	(-25.2)

表3 年代別・一般相談件数

単位：件

区分	未成年	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	不明	計
16年度	282	3,146	3,135	2,158	1,427	1,164	1,405	283	13,000
17年度	262	2,854	3,171	2,090	1,539	1,211	1,544	713	13,384
対前年度 増減率(%)	(-7.1)	(-9.3)	(+1.1)	(-3.2)	(+7.8)	(+4.0)	(+9.9)	(+151.9)	(+3.0)
18年度	236	2,648	3,262	2,223	1,611	1,351	1,397	495	13,223
対前年度 増減率 (%)	(-9.9)	(-7.2)	(+2.9)	(+6.4)	(+4.7)	(+11.6)	(-9.5)	(-30.6)	(-1.2)

表4 商品等別相談件数

区分	順位	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16年度		電話情報提供サービス	オンライン情報サービス	工事・建築	エステティック	フリーローン・サラ金	資格取得用教材	布団類	四輪自動車	健康食品	化粧品
		26,198	1,607	537	493	474	439	413	403	348	328
17年度		電話情報提供サービス	オンライン情報サービス	工事・建築	健康食品	フリーローン・サラ金	四輪自動車	エステティック	布団類	電話関連サービス	資格取得用教材
		5,826	2,613	546	462	449	424	361	345	311	302
対前年増減数		(-20,372)	(+1,006)	(+9)	(+114)	(-25)	(+21)	(-132)	(-68)	(+122)	(-137)
18年度		電話情報提供サービス	オンライン情報サービス	フリーローン・サラ金	工事・建築	四輪自動車	健康食品	エステティック	化粧品	布団類	電話関連サービス
		3,499	2,460	566	393	383	371	356	294	293	253
対前年増減数		(-2,327)	(-153)	(+117)	(-153)	(-41)	(-91)	(-5)	(-6)	(-52)	(-58)

表5 年代別・主な商品等別相談件数

平成17年度

単位:件

年代	順位	1	2	3	4	5	全体件数
未成年		電話情報 提供サービス 792	オンライン情 報サービス 319	携帯電話 サービス 26	化粧品 19	健康食品 11	1,400
20代		電話情報 提供サービス 1,744	オンライン情 報サービス 613	エステティ ック 258	四輪自動車 137	ネックレス 129	5,931
30代		電話情報 提供サービス 1,605	オンライン情 報サービス 753	四輪自動車 142	フリーローン・サラ金 140	資格取得用教材 128	7,150
40代		電話情報 提供サービス 891	オンライン情 報サービス 468	フリーローン・サラ金 104	補習用教材 96	新築分譲 マンション 76	4,799
50代		電話情報 提供サービス 354	オンライン情 報サービス 255	工事・建築 109	健康食品 53	フリーローン・サラ金 51	3,148
60代		電話情報 提供サービス 149	工事・建築 91	オンライン情 報サービス 70	健康食品 59	電話関連 サービス 57	2,665
70歳以上		工事・建築 154	布団類 132	健康食品 105	電話関連 サービス 98	宝くじ 58	2,194
全 体		電話情報 提供サービス 5,826	オンライン情 報サービス 2,613	工事・建築 546	健康食品 462	フリーローン・サラ金 449	28,641

この他、商品（サービス）を特定できないものを分類した「商品一般」が、6,165件あります。

平成18年度

年代	順位	1	2	3	4	5	全体件数
未成年		電話情報 提供サービス 596	オンライン情 報サービス 306	携帯電話サービス 22	四輪自動車 9	エステティ ックサービス 7	1,131
20代		電話情報 提供サービス 1,057	オンライン情 報サービス 617	エステティ ック 240	化粧品 114	フリーローン・サラ金 112	4,870
30代		電話情報 提供サービス 1,042	オンライン情 報サービス 779	フリーローン・サラ金 165	複合サービス会員 146	四輪自動車 129	6,321
40代		電話情報 提供サービス 540	オンライン情 報サービス 443	フリーローン・サラ金 117	補習用教材 86	新築マンション 80	4,030
50代		オンライン情 報サービス 196	電話情報 提供サービス 153	フリーローン・サラ金 84	工事・建築 75	生命保険 43	2,942
60代		工事・建築 76	オンライン情 報サービス 75	健康食品 62	生命保険 58	電話関連サービス 52	2,297
70歳以上		電話関連サービス 97	布団類 96	健康食品 79	工事・建築 75	宝くじ 55	2,208
全 体		電話情報 提供サービス 3,499	オンライン情 報サービス 2,460	フリーローン・サラ金 566	工事・建築 393	四輪自動車 383	24,642

この他、商品（サービス）を特定できないものを分類した「商品一般」が、5,544件あります。

表6 年代別・商法別相談件数

平成17年度

単位:件

区 分	資格商法	内職・モニター商法	アポイントメントセールス	マルチ商法	キャッチセールス	催眠商法
未成年	2	10	4	5	14	0
20代	88	117	314	334	87	0
30代	186	133	120	79	10	0
40代	109	53	25	59	4	4
50代	31	25	14	75	1	6
60代	5	12	7	34	1	20
70歳以上	3	2	21	33	2	46
不明	10	12	17	31	1	2
合 計	434	364	522	650	120	78

平成18年度

区 分	資格商法	内職・モニター商法	アポイントメントセールス	マルチ商法	キャッチセールス	催眠商法
未成年	0	7	3	4	4	0
20代	56	103	222	259	89	0
30代	135	152	178	108	13	1
40代	63	73	45	71	3	2
50代	19	33	16	52	2	3
60代	5	13	7	38	0	23
70歳以上	0	4	2	19	2	65
不明	5	12	4	12	1	4
合 計	283	397	477	563	114	98

市町村の消費生活相談の現状、問題点、今後の課題について

(現 状)

1 消費生活相談窓口の設置

消費者基本法において、地方公共団体が苦情の処理のあっせん等に努めなければならないとされており、その中で特に都道府県は高度の専門性・広域の見地への配慮が必要となる苦情の処理のあっせん等に努めることとなっている。

これに対して市町村は、住民にもっとも身近な行政主体として、特に地域住民のニーズに対応した消費生活相談を実施していく必要があるとされている。

愛知県においても、県と市町村がそれぞれの役割を踏まえ、密接な連携のもとに消費生活相談を実施し、苦情の処理のあっせん等に努めている。

愛知県内の市町村では、名古屋市を始めとする7市において、相談日が毎週4日以上の消費生活専門相談を行っている、いわゆる「消費生活センター等」を設置している。

平成18年度の愛知県内の市町村における消費生活相談は、31,585件で、中央県民生活プラザ(名古屋市中区)を含む県内の各県民生活プラザで愛知県が相談を受けた分を合わせた合計の件数に占める割合は、56.2%である。

なお、このうち名古屋市を除く市町村の窓口における消費生活相談は、14,704件で、県内の各県民生活プラザで相談を受けた分を合わせた合計の件数に占める割合は、40.9%である。

また、消費生活専門相談窓口を開設しているのは、全63市町村のうち名古屋市を始めとする34市町(19.4.30現在)である。

このほかに職員等の対応による相談窓口や住民相談窓口等で対応しているのは、18市町(19.4.30現在)である。

(参 考)

市町村における消費生活相談の実施状況(平成18年度実績:P.14)

2 県と市町村との協力体制

市町村相談員を対象にした研修会を年2回実施している。テーマは消費生活関係法令の改正の内容、問題のある消費者トラブルの解決方法などである。

また、中央県民生活プラザに消費生活相談アドバイザーを設置し、市町村相談員からの相談に対応している。

(問題点)

1 消費生活相談窓口の設置

県民は、身近な市町村での消費生活相談を望んでいるが、必ずしもすべての市町村での相談体制が整っているとは言えない。特に高齢者や障害者など、支援が必要な消費者の被害の増加により身近な窓口が必要であり、市町村の状況に合わせて市町村自ら体制を整備することが望まれている。

そのような中、愛知県では、消費者基本法の施行を受けて平成16年6月、県内各市町村に対して消費者基本法の趣旨を踏まえた消費者政策の推進を要請している。

内容は、消費者苦情の処理体制の整備・充実ということで、各市町村に専門の消費生活相談員及び苦情相談窓口の設置を求めており、それができない市町村には少なくとも苦情受付の窓口の設置を求めている。

この要請は、消費者基本法の施行の前から行っており、地域住民のもっとも身近な窓口である市町村が消費生活相談窓口を設置すれば、トラブルに悩む消費者の被害の未然防止・救済が図れ、消費者への情報提供の場ともなり、将来の地域での取り組みにも繋がることが期待される。

しかしながら、専門の消費生活相談員及び相談窓口の設置には市町村が独自で予算を確保することが必要である。特に規模の小さな町村では、相談件数の絶対数が少なく、効率上の問題もあるうえに、財政的にも厳しいため、専門の消費生活相談員による相談窓口の設置は、非常に難しい問題である。

2 県と市町村との協力体制

消費者被害の複雑・多様化とあいまって、消費生活関連法令改正等の変化に対応し、県は市町村相談員に対する研修会を年2回行うなど市町村の相談支援を行っているが、市町村相談員への相談に関する情報の伝達などが追いつかない状況であるので、さらに、相談支援をする必要がある。

相談員のための相談員として消費生活相談アドバイザーを設けているが、市町村相談員からの問い合わせなど、一層の活用が望まれる。

(今後の課題)

1 消費生活相談窓口の設置

愛知県では従来から、消費生活専門相談窓口が未設置で一定の人口規模の市町を中心に相談窓口の設置要請を行っており、平成15年度以降に9市町(19.4.30現在)が新た

に専門の相談窓口を設置している。

市町村が消費生活専門相談窓口を設置する際に必要である専門の相談員の紹介、市町村の消費生活相談に対する助言及び市町村相談員を対象とした研修会の実施など、県の支援が是非とも必要である。

今後においても、県が市町村への消費生活専門相談窓口設置の要請を行っていくことが必要である。

地方分権が進展し、地域のことは地域が責任を持って実施できるよう、合併等により市町村の機能強化が図られているものの、財政力に乏しい町村が消費生活専門相談窓口設置の必要性をよく理解し、独自で予算を確保するための組織内でのコンセンサスを得ることは、難しい課題であり、県民生活プラザやその他の関係団体との連携も含めた検討を続ける必要がある。

2 県と市町村の支援・連絡体制の構築

市町村の相談処理体制及び情報収集の限界等を補完するため、市町村相談員が、県民生活プラザの相談員に相談の処理の方法を相談できる消費生活相談アドバイザー制度の充実を図るなど、県はセンター・オブ・センターとしての機能の充実など市町村の相談に対する支援のあり方を検討する必要がある。

さらに、県民生活プラザと市町村との恒常的な連携・連絡体制等を検討する必要がある。

市町村における消費生活相談の実施状況（平成18年度実績）

（参考）

市町村名	人口 (19.4.1)	相談件数			市町村窓口相談比率	専門相談 窓 口
		市町村窓口分	プラザ分	合計		
県計 (名古屋市を除く)	7,312,065	31,585 (14,704)	24,642 (21,207)	56,227 (35,911)	56.2% (40.9%)	(55.8%) (39.5%)
名古屋市	2,223,787	16,881	3,435	20,316	83.1%	(85.1%)
瀬戸市	131,698	511	332	843	60.6%	(56.2%)
春日井市	298,302	638	606	1,244	51.3%	(48.7%)
小牧市	148,164	995	297	1,292	77.0%	(76.5%)
尾張旭市	78,813	172	200	372	46.2%	(43.3%)
豊明市	68,796	0	266	266	0.0%	(0.0%)
日進市	79,926	88	272	360	24.4%	(11.3%)
清須市	56,169	5	224	229	2.2%	(2.0%)
北名古屋市	79,251	0	269	269	0.0%	(0.0%)
東郷町	40,254	0	175	175	0.0%	(0.0%)
長久手町	48,405	385	147	532	72.4%	(69.8%)
豊山町	13,842	6	43	49	12.2%	(12.5%)
春日町	8,343	0	33	33	0.0%	(0.0%)
一宮市	374,314	1,155	1,891	3,046	37.9%	(7.5%)
犬山市	74,869	178	246	424	42.0%	(44.3%)
江南市	99,693	55	334	389	14.1%	(11.1%)
稲沢市	136,646	20	528	548	3.6%	(4.0%)
岩倉市	47,939	10	202	212	4.7%	(3.5%)
大口町	21,916	48	59	107	44.9%	(28.8%)
扶桑町	32,793	48	113	161	29.8%	(36.7%)
津島市	65,357	0	418	418	0.0%	(0.0%)
愛西市	65,614	15	350	365	4.1%	(2.9%)
弥富市	42,797	0	219	219	0.0%	(0.0%)
七宝町	22,831	4	124	128	3.1%	(2.6%)
美和町	23,831	0	141	141	0.0%	(0.0%)
甚目寺町	39,238	2	192	194	1.0%	(1.0%)
大治町	28,877	0	172	172	0.0%	(0.0%)
蟹江町	36,849	10	200	210	4.8%	(3.4%)
飛島村	4,503	0	15	15	0.0%	(0.0%)
半田市	117,549	579	490	1,069	54.2%	(48.4%)
常滑市	52,237	60	197	257	23.3%	(21.0%)
東海市	105,714	257	415	672	38.2%	(40.0%)
大府市	82,322	128	388	516	24.8%	(23.6%)
知多市	84,258	378	322	700	54.0%	(49.1%)
阿久比町	24,790	5	120	125	4.0%	(5.5%)
東浦町	48,467	32	208	240	13.3%	(20.3%)
南知多町	21,441	5	70	75	6.7%	(5.8%)
美浜町	26,075	0	131	131	0.0%	(0.0%)
武豊町	41,659	25	203	228	11.0%	(15.1%)
岡崎市	368,435	2,078	1,927	4,005	51.9%	(48.7%)
碧南市	72,457	20	309	329	6.1%	(1.3%)
刈谷市	143,580	417	485	902	46.2%	(39.2%)
安城市	174,272	302	692	994	30.4%	(31.1%)
西尾市	105,536	73	383	456	16.0%	(15.5%)
知立市	67,393	83	322	405	20.5%	(21.2%)
高浜市	42,661	42	208	250	16.8%	(18.2%)
一色町	24,112	20	81	101	19.8%	(10.2%)
吉良町	22,314	0	87	87	0.0%	(0.0%)
幡豆町	12,637	85	56	141	60.3%	(50.6%)
幸田町	36,659	0	162	162	0.0%	(0.0%)
豊田市	417,247	3,972	1,226	5,198	76.4%	(81.5%)
三好町	57,903	0	301	301	0.0%	(0.0%)
新城市	51,512	5	330	335	1.5%	(0.7%)
設楽町	6,152	0	29	29	0.0%	(0.0%)
東栄町	4,199	5	16	21	23.8%	(8.9%)
豊根村	1,412	0	4	4	0.0%	(0.0%)
豊橋市	374,358	1,423	1,943	3,366	42.3%	(41.7%)
豊川市	138,184	280	607	887	31.6%	(28.7%)
蒲都市	82,179	49	359	408	12.0%	(14.3%)
田原市	66,566	8	279	287	2.8%	(3.8%)
音羽町	8,853	26	45	71	36.6%	(16.2%)
小坂井町	21,660	2	84	86	2.3%	(0.0%)
御津町	13,455	0	64	64	0.0%	(0.0%)

注1:プラザ分の県計には、市町村不明分(596件)を含む

注2:市町村窓口相談比率の()内は17年度の数値

注3:専門相談窓口の「」は18年度、「」は19年度(19.4.30現在)より専門相談窓口を設けた市町

「社会問題化する不適正な消費者契約から発生する消費者被害を未然防止・拡大防止するための事業者指導の現状とその課題」

悪質事業者の指導の現状、問題点、今後の課題について

(現 状)

1 事業者指導等の種類

愛知県においては、不当な取引行為に関し事業者に対し指示、勧告、指導を行うとともに、消費者被害の救済対策としてあっせん・調停を行っている。

(1) 法律に基づく指示、条例に基づく勧告

特定商取引に関する法律（以下「特商法」）に基づき、特商法に違反する不当な取引行為を行っている事業者に対して、必要な措置をとるべきことを知事が指示する(行政処分)。(特商法第7、38、46、56条)

県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（以下「条例」）に基づき、不当な取引行為を是正するよう知事が事業者に対して勧告する(行政指導)。(条例第13条の3)

(2) 行政指導としての文書指導

特商法、条例違反が見られる場合に、これを是正させるため文書（部長名）で行政指導を行う。

(3) 行政指導としての口頭指導

特商法、条例違反が見られる場合に、これを是正させるため口頭で行政指導を行う。

(4) 自主来庁時の指導

事業者が自らに係る相談の状況を聞き取るため自主的に来庁する際に、相談内容の情報提供にあわせて販売方法等の適正化を指導する。

(5) あっせん・調停

消費者と事業者間で解決できないトラブルについて、消費者の申出を受けて愛知県消費生活審議会においてあっせん・調停を行う。(あっせん・調停については、審議会内に委員5人以内で構成する「消費者苦情処理委員会」を設け、実際の執行に当たっている。)(条例第18条)

(6) 業務停止命令

特商法に違反する不当な取引行為を行っており、消費者の利益が著しく害されるおそれがある場合などに、違反事業者に対して、1年以内の期間を限り、知事が業務の停止

を命ずる。(特商法第8、39、47、57条)

2 平成15年度以降の実施件数(P.19 表1 参照：数値は平成18年度までの整理)

(1) 法律に基づく指示、条例に基づく勧告

平成15年度は1件(指示、勧告の両方：公表なし)、平成16年度は1件(指示、勧告の両方：公表)、平成17年度は2件(うち1件は指示、勧告の両方：公表、もう1件は勧告：非公表)、平成18年度は2件(指示、勧告の両方：公表)行っている。

(2) 行政指導としての文書指導

文書指導を行ったのは、平成15年度の1件である。非公表。

(3) 行政指導としての口頭指導

口頭指導を行ったのは、平成15年度の26件、平成16年度の9件、平成17年度の3件、平成18年度は11件である。いずれも非公表。

(4) 自主来庁時の指導

平成15年度は182件、平成16年度は252件、平成17年度は302件、平成18年度は338件である。

(5) あっせん・調停

あっせん・調停の付託を行ったのは、平成16年度1件、平成17年度2件で、平成18年度は新規の付託はないものの、平成17年度付託案件について報告書を提出している。

(6) 業務停止命令

平成19年度に2件実施している。(19.10.15 現在)

(問題点)

1 行政処分、行政指導について

特商法に基づく行政処分としての業務停止命令、指示や条例上の最も重い措置である勧告、事業者を呼び出した上での文書指導や口頭指導についても、県民生活プラザによせられる相談件数に比べると、実施した件数は少ない。

原因としては、

(1) プラザに入る相談は、消費者の思い違いや、単なる苦情であるものも多く、相談件数の多さが、行政措置をとるべき必要性に直結しないこと

(2) 不当な取引への行政処分や行政指導については、その措置の重さの度合いが高まるほど、取引行為の事実確認など、慎重な事前準備が必要となること

などである。

ただし、不当な取引行為であることが客観的に明らかであり、しかも不当な取引行為により相当多数の消費者被害が発生するおそれがあるなどの緊急性がある場合には、迅速な対応として事業者名等の公表を行い、被害拡大の防止を行っている。（いわゆる不当請求について、事業者名及び取引の内容（請求の手法）の公表）

また、事業者が自らの取引行為に関して、県民生活プラザに寄せられる相談の状況について情報提供を求めて来庁する機会を活用して、問題のある取引行為については是正指導を行っている。（18年度に338件の来庁があったが、半数以上の機会に指導を実施）

このような状況から、行政処分や行政指導などの事業者への直接的な対応については、一定の成果があると認められ、現時点では、際立った問題点は見受けられないが、今後とも悪質な消費生活相談に関する情報の収集に努め、処分等に向けた作業の一層の迅速化について継続的に努力する必要がある。

さらに、高齢者を始め、勧誘行為が始まると明確に拒絶の意思を表示できない人が、勧誘を断りきれず契約締結に至ったり、断っているにもかかわらず何度も電話での勧誘を繰り返された結果、契約締結に至ってしまうという事例が見られることから、このような消費者被害の未然防止策を強化する必要がある。

2 あっせん・調停について

複雑、多様化する不当な取引において問題となる点は、高齢者、障害者や若者など、支援が必要な消費者がターゲットにされていることである。

高齢の消費者に係る相談状況は次のとおりであり、相談件数あるいは相談中の高齢者の比率の増加が目立っている。（P.19 表2 参照）

（平成16年度）

総相談件数 44,095 件、契約当事者 70 歳以上 [1,959 件、4.4%]、同 60 歳代 [2,206 件、5.0%]

（平成17年度）

総相談件数 28,641 件、契約当事者 70 歳以上 [2,194 件、7.7%]、同 60 歳代 [2,665 件、9.3%]

（平成18年度）

総相談件数 24,642 件、契約当事者 70 歳以上 [2,208 件、9.0%]、同 60 歳代 [2,297 件、9.3%]

販売方法別に見てみると、連鎖取引、アポイントによる販売、キャッチセールスに係る相談件数の大半を 20 歳代の若者が占めている状況が、ここ 3 年を見ても、依然として続いていることから、若者のこれらの販売方法による被害が深刻であることが分かる。

（P.20 表3 参照）

これらの消費者被害への対応については、消費者の自立した消費生活活動が消費者基本法の基本理念であることから、消費者が自主的に解決することが原則である。しかし、高齢者や若者など、支援が必要な消費者は、交渉能力が低い場合もあり、被害者自身の自主的対応に任せるとかえって被害が拡大し、被害者救済につながらないことがある。

県民生活プラザでは、被害者の状況を勘案しながら、必要性があると認められるときには積極的にプラザの仲介によるあっせん（相談員が実施）を行い、被害者の救済を図ることとしている。プラザの仲介によるあっせんは、20歳代前半、60歳代後半以上で他の年代層に比べて多くなっている。（P.20 表4参照）

プラザによるあっせんでは解決が困難であるとか、解決にあたって法解釈上の問題点があるような場合、類似の被害ケースが多数存在する場合には、消費生活審議会（消費者苦情処理委員会）によるあっせん・調停が行われることがあるが、そのあっせん・調停の実施件数は少ない。

原因としては、

- (1) 消費者苦情処理委員会によるあっせん・調停に付すことが適当と見られる事案が少ないこと
- (2) 事業者の協力がないと手続が円滑に進行できないこと
- (3) 当事者双方の同意があってはじめて解決に至ることができること

などが考えられる。

このため、具体的な消費者被害について、法律の専門家による、法的な視点からの整理を行おうとしても、あっせん・調停手続を開始できない、あるいは手続を開始しても、事業者から取引状況の聴き取りができない、合意に至らない、などの事態となる。

（ 今後の課題 ）

1 行政処分、行政指導について

できる限り迅速な行政処分、行政指導を行うことができるよう、国、他都道府県、市町村などと情報交換をより活発にし、連携を強化することなども含め、情報収集の活性化、作業の簡素化、効率化を検討することが望まれる。

高齢者を始めとして、契約を明確に断ることができない消費者に係る被害防止のため、不招請勧誘（消費者の望まない勧誘）への対策について、検討する必要がある。

2 あっせん・調停について

高齢者、障害者や若者など、支援が必要な消費者に係るあっせん・調停の必要性は今後高まることから、プラザの介入によるあっせんをさらに積極的に行う必要がある。

また、消費者苦情処理委員会によるあっせん・調停を活性化するための方策を検討するとともに、複雑・多様化した取引形態の増加に伴い、法的な視点から整理する必要のある事案が多くなることが想定されること、さらに、国民生活審議会において、国民生活センターや都道府県の苦情処理委員会の行う手続に、時効中断効を付与することが検討されていることから、国における検討の動向も踏まえながら、現行の消費者苦情処理委員会の機能のあり方についても検討する必要がある。

表 1

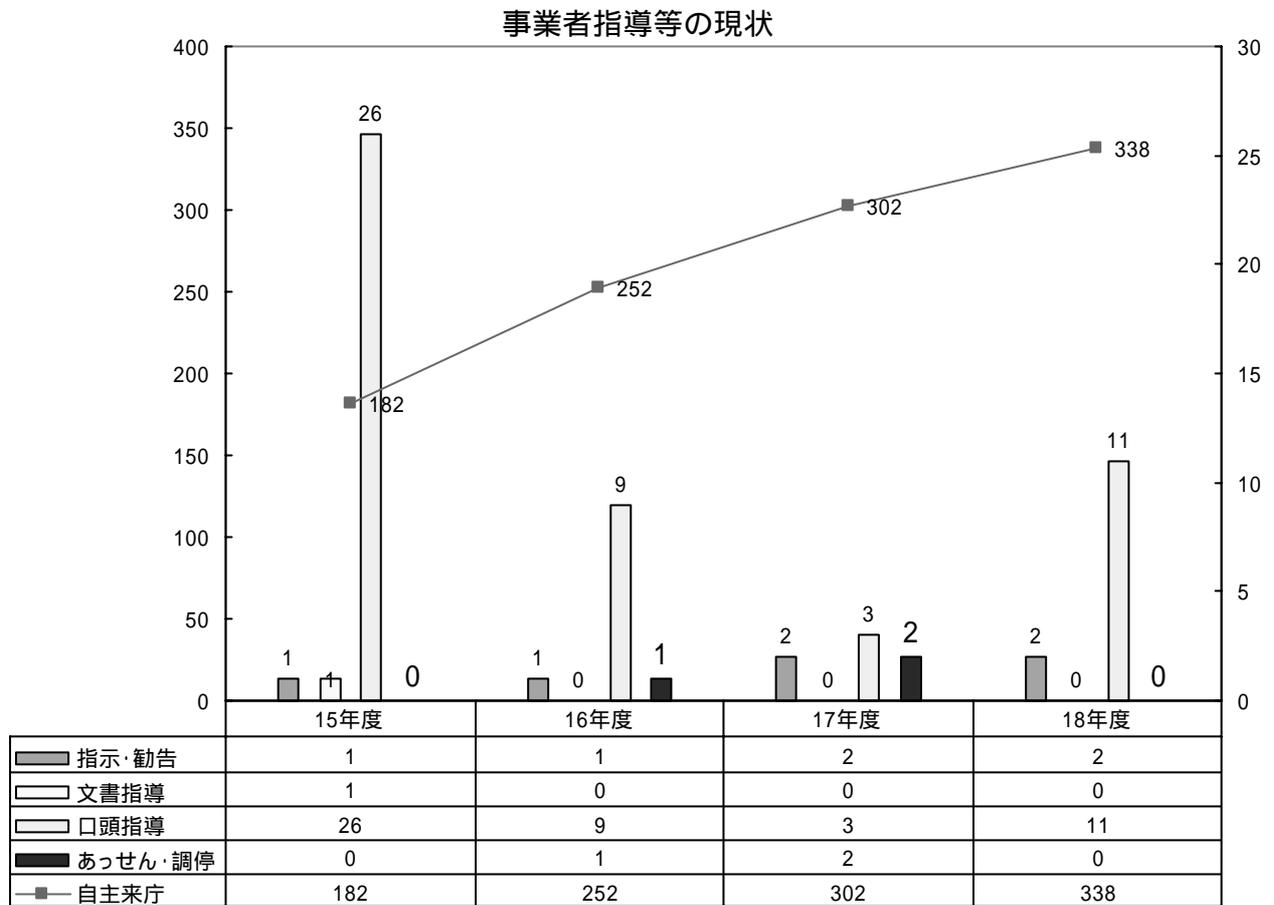


表 2

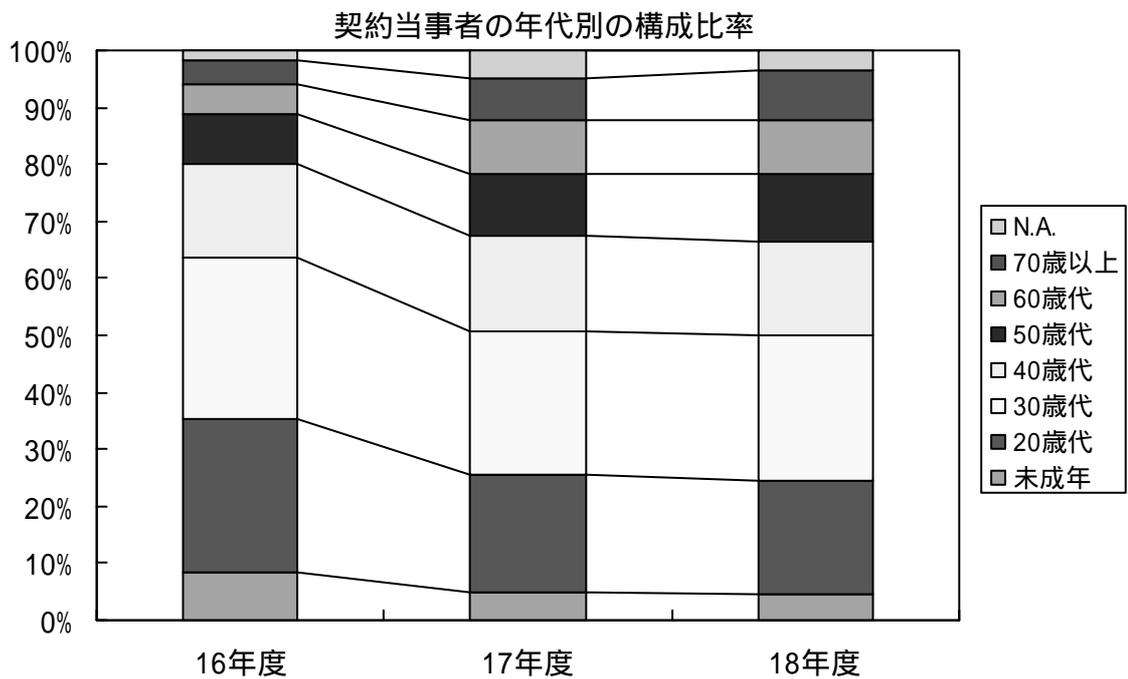


表 3

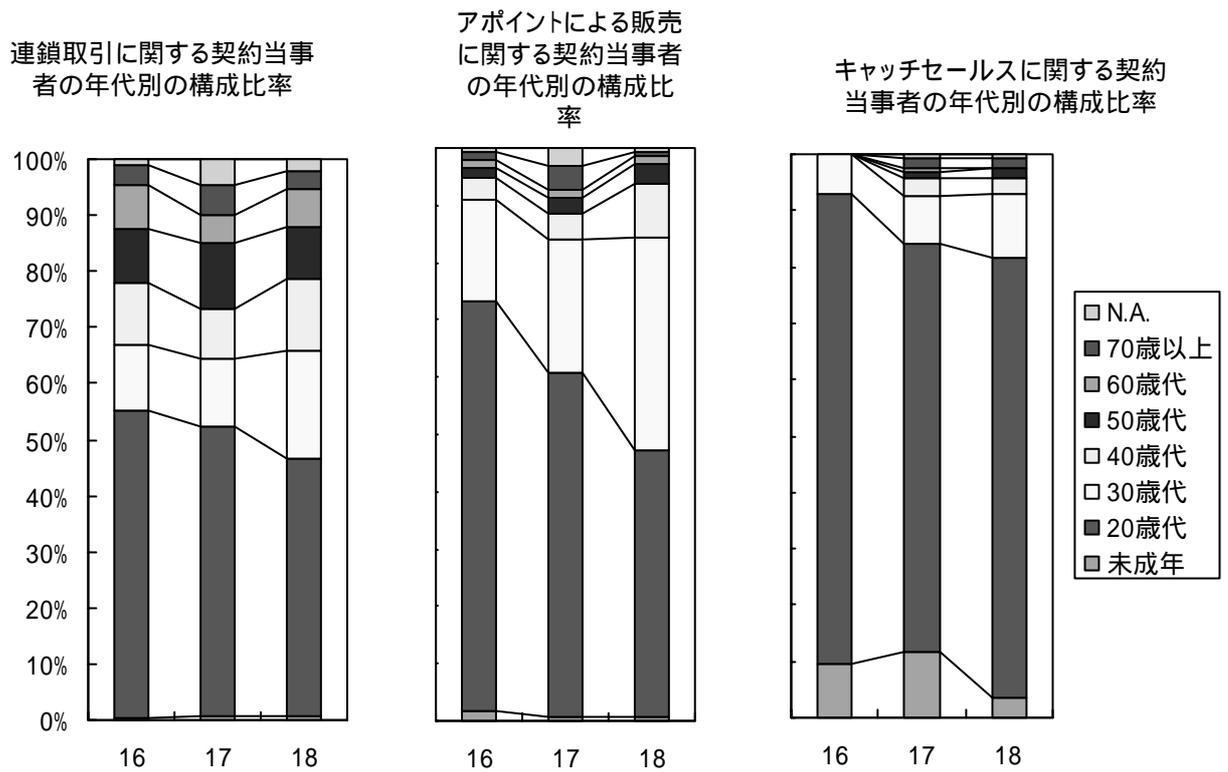
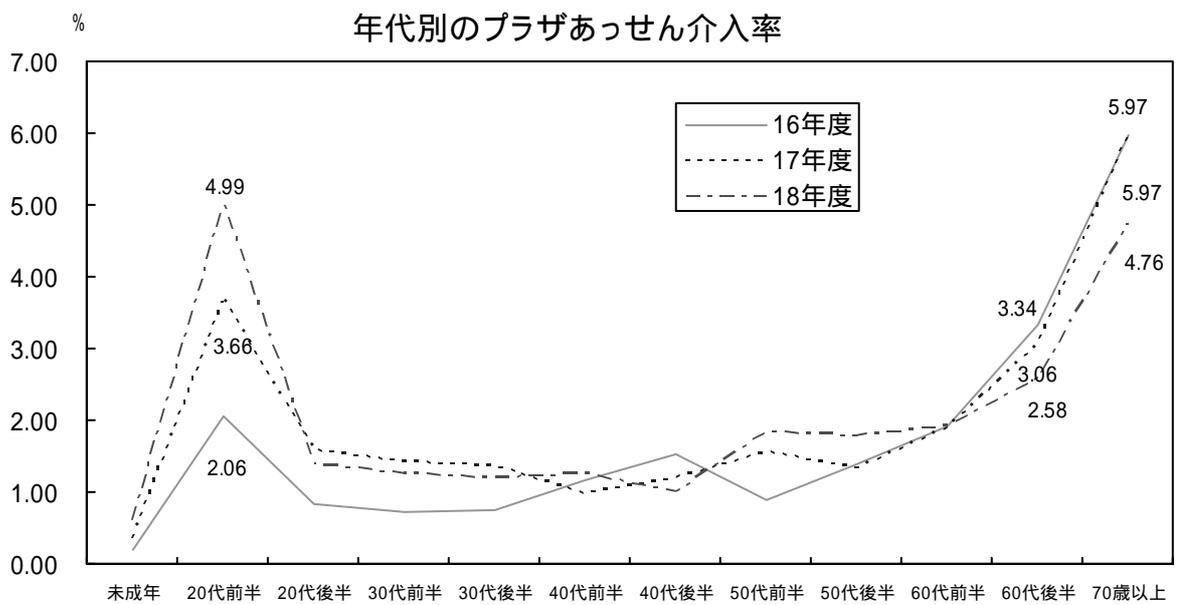


表 4



「消費者問題の改善と消費生活の安定を図るための自立した消費者の育成とその中核を担う消費者団体の意識の向上を図るための課題」

本県の関係消費者団体の現状、問題点、今後の課題について

(現 状)

1 消費者団体の責務

消費者保護基本法が36年ぶりに改正され、「消費者基本法」として平成16年2月に公布施行された。これにより、消費者の位置づけが「保護される者」から「自立した主体」へと転換され、地方自治体の責務も消費者の権利の尊重、消費者の自立支援を推進することと規定された。

また、この改正により、消費者団体は、「消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるもの」と、その責務が新たに規定された。

2 本県の消費者団体の現状

本県においては、県全域を網羅する本県の関係消費者団体（以下「消費者団体」）としては、愛知消費者協会、愛知県生活学校運動推進協議会及び愛知県共同購入協会の3団体があり、昭和40～50年代に設立された以降、それぞれの目的を達成するため、地域に根ざした活動を実施するとともに、県レベルでの大会、シンポジウム等の開催や、消費者問題に対するアンケートの実施等、幅広い活動を実施している。

また、その活動内容も、消費者問題を始め、環境問題、食育問題、少子化問題等、その時期にあった、幅広いテーマで実施している。

3 行政機関の支援の現状

県は、これらの消費者団体に対して、補助金等の財政的な支援、事務局運営等の人的な支援を実施してきたところである。

また、昭和55年から、県と消費者団体の共催で愛知県地域消費者大会を実施してきたが、各消費者団体の充実強化・自立を促進するとともに消費者問題に対する意識の高揚を図るため、平成18年度から、消費者団体が主体となった開催に転換したところである。

(参 考)

県関係消費者団体の概要（平成19年4月時点：P.24～26）

(問 題 点)

1 消費者団体の会員数減少と財源不足

女性の労働意欲の高まりなどのためか若い世代では消費者団体活動を敬遠する傾向があり、各消費者団体では、会員数が減少している。

このため、会員から徴収する会費が減少し、これを財源とする事業にも支障が出てくる恐れがある。

また、本県を始め市町村では行財政改革の推進により、補助金等の見直しを実施されて、今後、消費者団体への財政支援は厳しい状況が続くものと見込まれる。

2 一般消費者への広報活動

一般の消費者が、消費者団体の実施するイベント等の活動について認知するためには、広報活動を積極的に実施していくことが必要となるが、各消費者団体の持つ情報紙等の広報媒体では広く一般消費者に情報が伝わらない。

3 消費者団体間の調整

消費者団体の実施するイベントの開催について、それぞれの団体が実施時期・開催場所を決定しているので、イベント開催地区に偏りがあると、地域の一般消費者の参加できる機会が限られる可能性がある。

4 消費者団体訴訟制度の創設

消費者被害の未然防止、拡大防止を目的として、消費者契約法が改正（平成18年6月7日公布、平成19年6月7日施行）され、消費者団体が被害者の代わりに契約内容などの差止めを請求できる消費者団体訴訟制度が創設され、今後本県の消費者団体も、この制度を担うことが期待されている。

(今後の課題)

1 消費者団体の情報発信

一般消費者の消費者団体の活動に対する認知度を高めるため、特に若い世代や、職業を持った女性、さらには男性を含めた幅広い世代に、消費者団体の意義や活動内容、実施するイベント等の情報を発信し、フィードバックすることが必要である。

特に、消費者団体が主催するイベントには、多くの一般県民が参加できるよう、消費者団体自らも情報発信する必要があるが、行政もこれに協力し、広報・啓発活動を実施していく必要がある。

2 地域の中での活動や交流

消費者団体の各地域で活動しているグループは、自主的な勉強会や消費者に対する啓発活動は多いが、地域の中でリーダーとして活躍したり、地域住民と交流していく場は限られているので、これらの活動や交流の場を提供していく必要がある。

3 他団体との連携

県民への情報発信を、消費者団体と行政が協力して実施していくためには、相互が今後さらに連携し、情報を交換するなど、ネットワークづくりを強化していく必要がある。

また、行政は、消費者団体が県内各地で実施する行事が円滑に開催できるように、消費者団体同士の連携・調整を支援していく必要がある。

4 消費者団体訴訟制度

消費者団体が、消費者団体訴訟制度の「適格消費者団体」として内閣総理大臣から認定を受けるには、消費生活の専門家や法律の専門家を確保しなければならないが、これらの要件を満たすために必要となる他団体との連携について、情報面での支援が必要である。

県関係消費者団体の概要

愛 知 消 費 者 協 会								
目 的	<p>消費者の利益を保護するため、消費者に対し消費生活に関する正確かつ公正な情報を提供し、消費者のための啓発活動を行うとともに、消費者の意向を行政及び業界に反映させ、もって地域住民の消費者問題の解決と消費生活向上を図る。</p> <p>県内5支部での活動を支援するとともに、毎年県下1か所でシンポジウムを開催し、日頃の活動発表と情報交換等を行なっている。</p>							
設 立	昭和46年3月15日							
代表者及び 会員数	<p>会 長 若松利子 事務局 名古屋市東区上堅杉町1 愛知県女性総合センター内 5支部 名古屋、尾北、尾東、西三河、東三河 会員数 1,122人(18年度末現在) (17年度:1,306人 16年度:1,507人 15年度:1,628人)</p>							
主な活動 内容	<p>地域事業活動 県内各支部において、学習会、講習会、事業者との懇談会等を開催 消費者意向反映事業 シンポジウムの開催、アンケート調査の実施 情報活動事業 機関紙「くらしの広場」(年4回)の発行等</p>							
予算規模	(単位:円)							
	年 度	予 算 総 額	会 費	補助金・負担金			受 託 事 業 (愛知県)	そ の 他
				愛知県	名古屋市	市長会	町 村 会	
	19	3,886,512	1,800,000	800,000	105,000	330,000	31,000	0
	18	4,938,000	2,400,000	760,000	105,000	328,000	33,000	0
	17	5,187,000	2,400,000	890,000	105,000	326,000	35,000	0
	16	5,397,000	2,400,000	1,050,000	123,000	324,000	37,000	0
	15	9,054,000	2,880,000	1,230,000	144,000	323,000	38,000	2,656,000
	会費 1人1,200円							

県関係消費者団体の概要

愛知県生活学校運動推進協議会																									
目 的	<p>生活学校は、身近な暮らしの中の生活課題や地域課題をテーマとして、地域の課題を明らかにし、関係する事業者、行政などとの「対話」と「自主活動」を通して課題を解決していくグループ活動である。</p> <p>協議会では、生活学校相互の連絡提携を深め、生活学校運動の充実と発展をはかり、新しい住みよい地域社会を推進する。このため統一調査事業(アンケート調査)を実施し、日頃の活動発表と情報交換等を通じて会員意識の高揚を図るため生活学校大会を毎年県下 1ヶ所で開催している。</p>																								
設 立	昭和45年10月1日(平成19年4月20日 愛知県生活学校連絡会から名称変更)																								
代表者及び 会員数	<p>会 長 太田和子 事務局 協議会会長自宅 会員数 学校数26校 約1,500人(18年度末) (17年度:28校 16年度:28校 15年度:33校)</p>																								
主な活動 内容	<p>生活学校大会の開催 毎年1回、県内1か所で、生活学校が取り組んでいる課題や運動のあり方について研究討議する。 統一調査事業(アンケート調査)</p>																								
予算規模	<p style="text-align: right;">(単位:円)</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="padding: 5px;">年 度</th> <th style="padding: 5px;">予算総額</th> <th style="padding: 5px;">会 費</th> <th style="padding: 5px;">そ の 他</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 5px;">19</td> <td style="padding: 5px;">159,200</td> <td style="padding: 5px;">79,200</td> <td style="padding: 5px;">80,000</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">18</td> <td style="padding: 5px;">162,500</td> <td style="padding: 5px;">82,500</td> <td style="padding: 5px;">80,000</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">17</td> <td style="padding: 5px;">172,500</td> <td style="padding: 5px;">82,500</td> <td style="padding: 5px;">90,000</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">16</td> <td style="padding: 5px;">172,300</td> <td style="padding: 5px;">102,300</td> <td style="padding: 5px;">70,000</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">15</td> <td style="padding: 5px;">149,700</td> <td style="padding: 5px;">105,600</td> <td style="padding: 5px;">44,100</td> </tr> </tbody> </table> <p>会費 1校 3,300円</p>	年 度	予算総額	会 費	そ の 他	19	159,200	79,200	80,000	18	162,500	82,500	80,000	17	172,500	82,500	90,000	16	172,300	102,300	70,000	15	149,700	105,600	44,100
年 度	予算総額	会 費	そ の 他																						
19	159,200	79,200	80,000																						
18	162,500	82,500	80,000																						
17	172,500	82,500	90,000																						
16	172,300	102,300	70,000																						
15	149,700	105,600	44,100																						

県関係消費者団体の概要

愛知県共同購入協会																									
目的	<p>消費者の物価に対する意識向上、生活安定のため、消費者サイドの生活防衛手段として始まった共同購入活動を推進する。</p> <p>オイルショックの際、消費者の物価に対する意識向上、生活安定のため、生活防衛手段として始まった共同購入活動を推進することをねらいとして設立されたが、最近は消費者と生産者・事業者との懇談会や学習会など、豊かな暮らしを目指した活動を行なっている。</p>																								
設立	昭和50年10月17日																								
代表者及び 会員数	<p>会長 佐々木千代子</p> <p>事務局 名古屋市中区三の丸3-1-2（愛知県県民生活課内）</p> <p>会員数 消費者団体43団体・約2万8千人（18年度末） （17年度：45団体 16年度：46団体 15年度：49団体）</p>																								
主な活動 内容	<p>「これからの暮らしを考えるみんなの集い」（県事業）の協力</p> <p>毎年県が県内1か所で実施する事業に協力するもの</p> <p>生産者・事業者等との情報交換会</p> <p>各グループにおいて学習会を開催</p>																								
予算規模	<p style="text-align: right;">（単位：円）</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">年度</th> <th style="width: 20%;">予算総額</th> <th style="width: 20%;">会費</th> <th style="width: 20%;">その他</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>19</td> <td>115,000</td> <td>82,000</td> <td>33,000</td> </tr> <tr> <td>18</td> <td>115,000</td> <td>90,000</td> <td>25,000</td> </tr> <tr> <td>17</td> <td>128,000</td> <td>92,000</td> <td>36,000</td> </tr> <tr> <td>16</td> <td>116,000</td> <td>98,000</td> <td>18,000</td> </tr> <tr> <td>15</td> <td>168,000</td> <td>104,000</td> <td>64,000</td> </tr> </tbody> </table> <p>会費 1グループ 2,000円</p>	年度	予算総額	会費	その他	19	115,000	82,000	33,000	18	115,000	90,000	25,000	17	128,000	92,000	36,000	16	116,000	98,000	18,000	15	168,000	104,000	64,000
年度	予算総額	会費	その他																						
19	115,000	82,000	33,000																						
18	115,000	90,000	25,000																						
17	128,000	92,000	36,000																						
16	116,000	98,000	18,000																						
15	168,000	104,000	64,000																						

第5 県が講ずべき施策（柱となる施策の方向）

1 基本目標

本格的な人口減少・超高齢社会の到来、社会経済環境の急速なグローバル化の進展、環境問題の広がりなど、厳しい時代変化の中で、消費者を取り巻く問題は大きく変化しており、悪質商法による被害やトラブルが増加するなど消費者問題はますます複雑・多様化している。

このような中で、今回、知事より諮問を受けた「複雑・多様化する消費者被害の防止・救済と自主的な消費者活動の推進について」の3つの基本課題

県及び市町村などの地域における消費生活相談の充実のための方策

社会問題化する不適正な消費者契約から発生する消費者被害の未然防止・拡大防止のため、「特定商取引に関する法律」及び「県民の消費生活の安定及び向上に関する条例」に基づく、悪質事業者に対する指導を充実するための方策

消費者団体が自主的活動を推進し、自立性の高い消費者主体としての意識の向上を図るための方策

に対する共通の目標として、

『消費者被害・トラブルのない安心できる暮らしを目指して』

を県が講ずべき施策（柱となる施策の方向）の基本目標とする。

2 個別施策の方向

県民の安心できる消費生活を目指していくため、基本目標の実現に向け、審議テーマの柱となる3つの基本課題ごとに、県が進めるべき施策の方向について検討を行った結果は、次のとおりである。

県及び市町村における消費生活相談の充実

(県の消費生活相談)

県の消費生活相談体制の充実強化

県内広域に渡る相談や特に専門的な相談に対応するとともに、県内7箇所にある各県民生活プラザや市町村の指導的役割を發揮するため、中央県民生活プラザ(名古屋市中区三の丸)を「センター・オブ・センター」と位置づけ、本県の消費生活相談体制の強化を図ること。

また、県の消費生活相談員について、より継続的・綿密な相談を行える週の勤務日数の多い相談員への変更と努めるとともに、より高度な相談に対応できる専門家育成のための研修を実施すること。

さらに、ADR法の施行に伴い、あっせん・調停の業務を行う国の認証を受けた紛争解決事業者の情報把握に努めること。

被害情報の提供

中央県民生活プラザが中心となり、消費生活相談に関する情報の提供のあり方や消費者団体訴訟制度導入に伴う適格消費者団体などへの被害情報の提供についての検討を行うこと。

(市町村の消費生活相談)

市町村の消費生活相談窓口の設置

消費者トラブルに関する相談が増加し、高齢者や障害者などの被害が深刻化する中で、県は、住民の一番身近な窓口である市町村における消費生活専門相談窓口について、引き続き設置の要請を行うこと。

さらに県は、市町村との緊密な連携のもと、市町村及び地域の住民ニーズに対応した相談窓口を設置するための相談、助言、専門の相談員の紹介などのコンサルティング支援に努めること。

市町村との協力体制の構築

県は、市町村における消費生活相談体制の強化と相談業務の充実のための市町村への支援・協力体制の構築を行うこと。

(具体的には)

- ・市町村に対し情報の伝達の即時性・確実性を図るための一斉配信や市町村からの情報

の吸い上げなど、情報の双方向性を図るため、インターネット等を利用した情報交換システムを構築すること。

- ・市町村で受けた消費生活相談に対する解決のための助言などを行う消費生活相談アドバイザー体制の充実・拡充に努めること。
- ・市町村の相談員等に対応できない場合は、市町村から相談案件の移送を受けて県民生活プラザで処理したり、県民生活プラザの相談員を市町村へ派遣すること。
- ・市町村の新任相談員の研修生としての受入れなど、市町村の消費生活相談員に対する研修の充実に努めていくこと。

悪質事業者に対する効果的な事業者指導の実施

行政処分、行政指導の迅速化

行政処分や行政指導などの事業者への直接的な対応について、現時点では、一定の成果があるものの、より効果的かつ迅速な行政処分等を行うため、事務的な手続などを含めて改善の検討を行うこと。

また、消費者が望まない勧誘である不招請勧誘に起因すると見られる被害が多くあることから、不招請勧誘の規制など、適切な対応ができるよう検討を行うこと。

あっせん・調停の活用

消費者自らが交渉することが困難と考えられる高齢者、障害者や若者など支援が必要な消費者に係る被害が見られることから、県民生活プラザの相談員によるあっせんの重要性、必要性は今後とも変わらないと考えられ、引き続き積極的な対応に努めること。

また、消費者苦情処理委員会をさらに有効に活用するための方法として、事業者の協力が得られない場合でも、あっせん・調停手続を公正に進め、同様事案に対する相談処理のあっせん指針の作成により被害拡大の防止などに努めること。

さらに、苦情処理手続に時効中断効を付与するなどの国における検討の動向も踏まえ、消費者苦情処理委員会の機能のあり方について検討を行うこと。

消費者団体の自立性の高い消費者主体としての意識向上

情報発信の強化

県は、市町村を含めた広報紙やWebなどの広報媒体を利用して、県民に対する消費者団体及びその活動に対する認知度を高めるための施策（広報、啓発など）

の実施を行うこと。

特に消費者団体が主催する行事については、一般県民がより多く参加できるよう広報の強化に努めること。

地域との交流の促進

県は、市町村が実施する悪質商法などから地域の高齢者を見守るネットワークの中で、消費者団体が地域のリーダーとして積極的に貢献できる体制づくりの構築を促すとともに、消費者団体が地域の自主的な消費者活動の中核を担っていくための意識の向上を図ること。

他団体との連携の促進

県は、消費者団体同士が協力し合って消費者大会等のイベントが開催できるように開催時期・地域等を調整する場を設けること。

また、消費者団体訴訟制度などへの的確な対応も含め、消費者団体が自立した消費者の主体として、国、市町村等と効果的な連携を進めるための支援を行うこと。

(1) 消費生活相談に関するアンケート調査結果

1 調査の概要

1 調査の目的

情報化の進展、技術の高度化などにより、様々な商品やサービスに対する利便性が向上し、また、急速に進む少子高齢化、グローバル化など、消費者を取り巻く社会経済環境は大きく変化中、様々な消費者問題が複雑化・多様化しています。

こうした状況の中で、県の消費生活相談に対する県民ニーズを把握し、消費生活相談をより効果的なものとしていくため、アンケートを実施しました。

2 調査の実施時期

平成18年8月(郵送による)

3 調査対象者

愛知県消費生活モニター 398名 (回答者数 382名 回収率 96.0%)

4 標本属性

(1)性別 女性 301名(78.7%)、男性 81名(21.2%)

(2)年代別 20代 29名(7.6%)、30代 104名(27.2%)、40代 83名(21.7%)
50代 61名(16.0%)、60代 85名(22.3%)、70歳以上 20名(5.2%)

* 調査結果の数値(率)は少数第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならないことがあります。

消費者モニターは、危険な商品、不当な取引や表示、生活必需品の需給・価格動向などを監視するとともに、消費生活に関する意見・要望の提出等を職務としており、公募(332名)と市町村推薦(68名)により募集し、各市町村の世帯数や年齢バランスなどを考慮して、選考、配置しています。

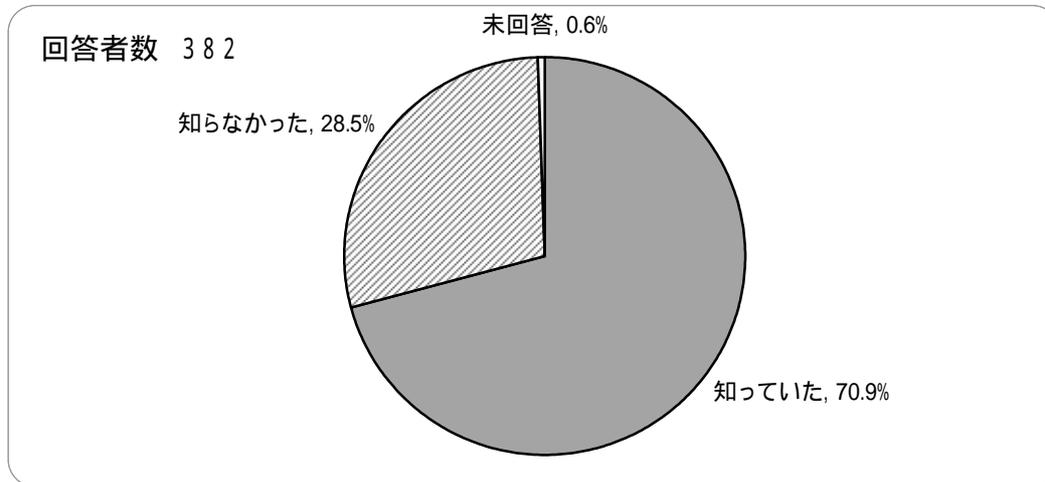
このため、標本の属性としては、性別では約8割が女性、職業別では約5割が専業主婦といった特性を有しており、調査結果の分析にはこれらの特性に注意する必要があります。

2 調査結果

第1 消費生活相談

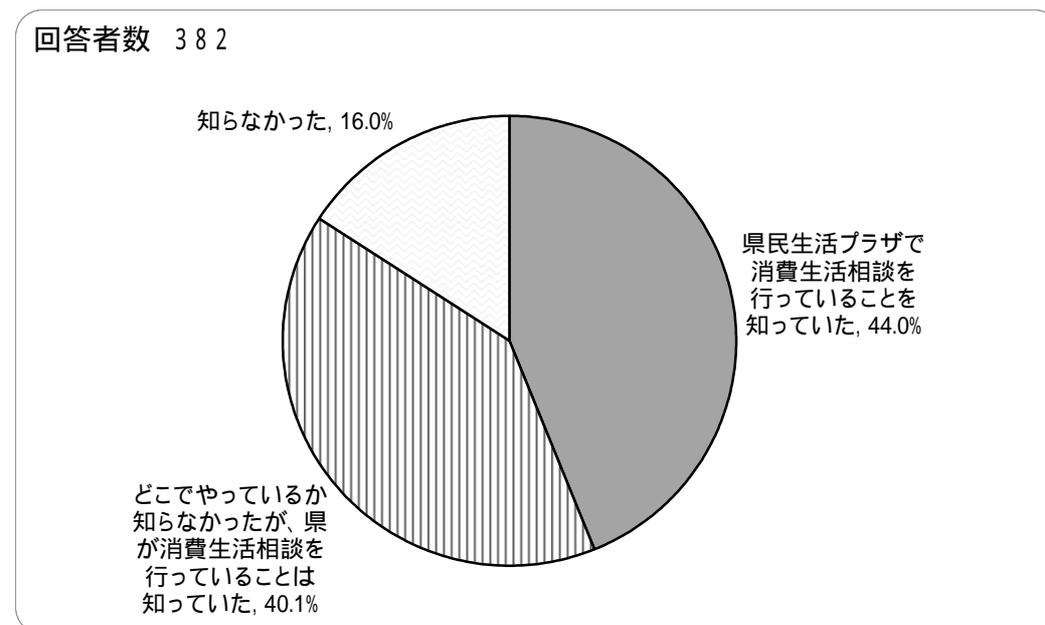
1 あなたが消費生活モニターになる前に、県民生活プラザがあることをご存知でしたか。

「知っていた」が70.9%、「知らなかった」が28.5%となっています。



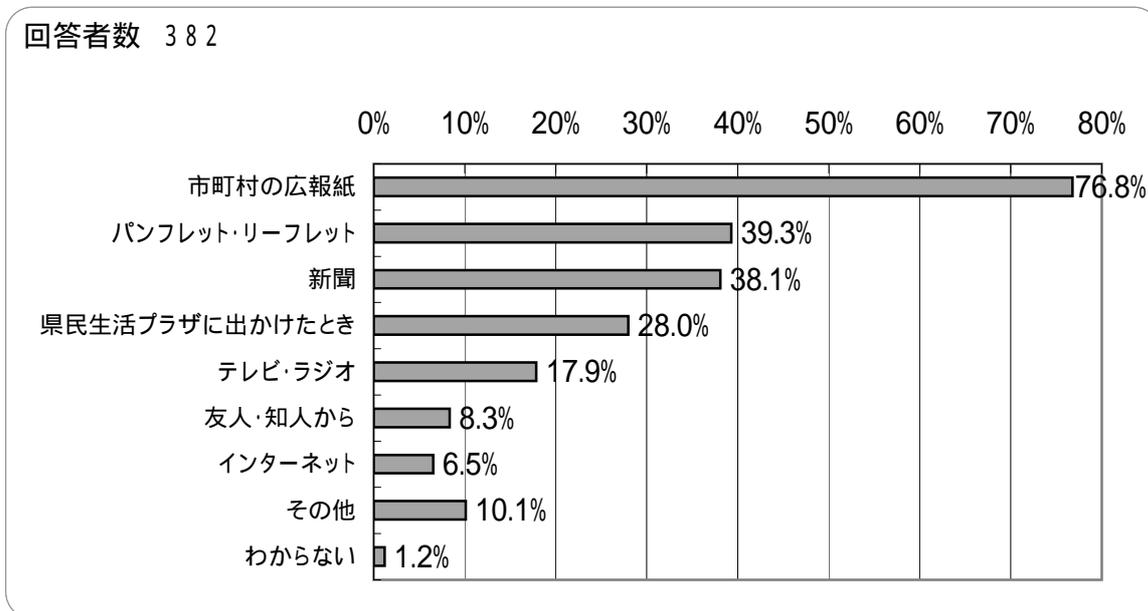
2 あなたが消費生活モニターになる前に、県が消費生活相談を行っていることを知っていましたか。

「県民生活プラザで行っていることを知っていた」が44.0%、「どこで行っているか知らなかったが、県が行っていることは知っていた」が40.1%で、合わせた『県が消費生活相談を行っていることを知っていた』が84.1%でした。



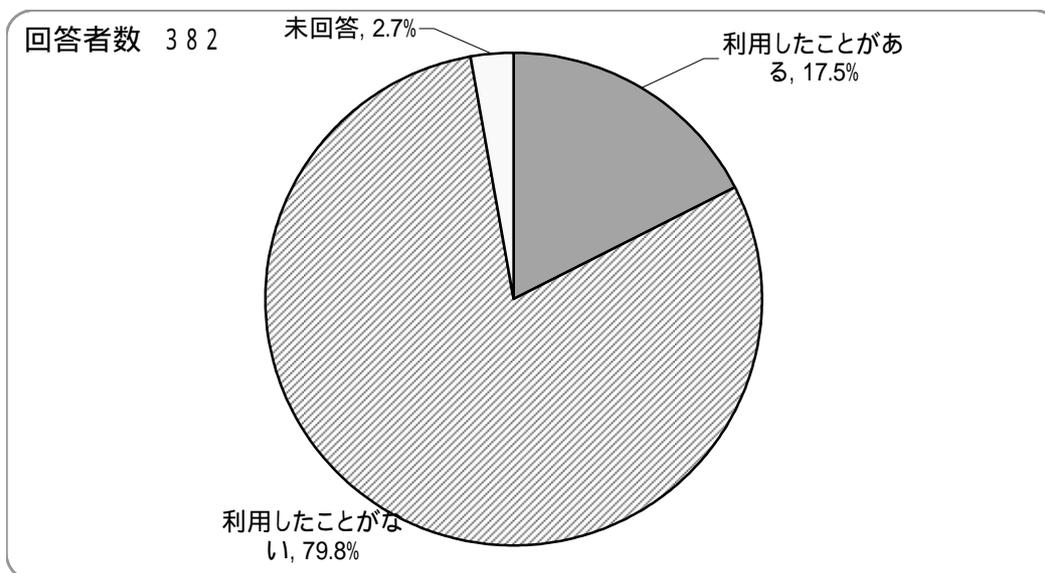
3 2で「県民生活プラザで消費生活相談を行っていることを知っていた」と回答した人に、尋ねました。何で知りましたか。(複数回答)

「市町村の広報紙」が76.8%と最も多く、次に「パンフレット・リーフレット」の39.3%、「新聞」の38.1%となっています。



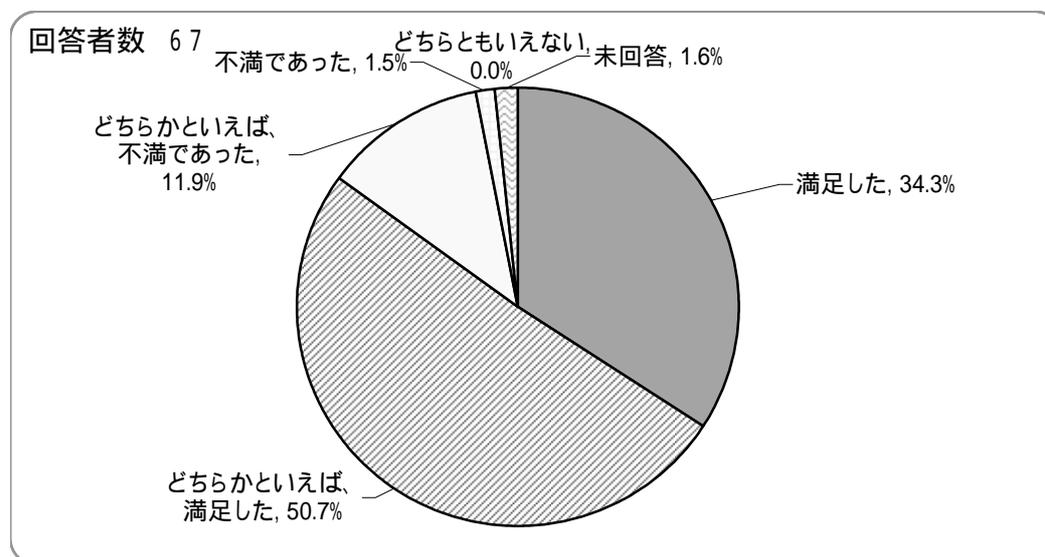
4 あなたやあなたの家族の方が、県民生活プラザの消費生活相談を利用したことがありますか。

「利用したことがない」が79.8%、「利用したことがある」が17.5%となっています。



5 4で県民生活プラザの消費生活相談を「利用したことがある」と回答した方に、尋ねました。
消費生活相談を利用して満足しましたか。

「満足した」が34.3%、「どちらかといえば、満足した」が50.7%で、合わせた『満足した』が85.0%となっており、「どちらかといえば、不満であった」が11.9%、「不満であった」が1.5%で、合わせた『不満であった』が13.4%でした。



6 5で消費生活相談を利用して、「どちらかといえば、不満であった」又は、「不満だった」と回答した方に、尋ねました。

理由は何ですか。ご記入ください。

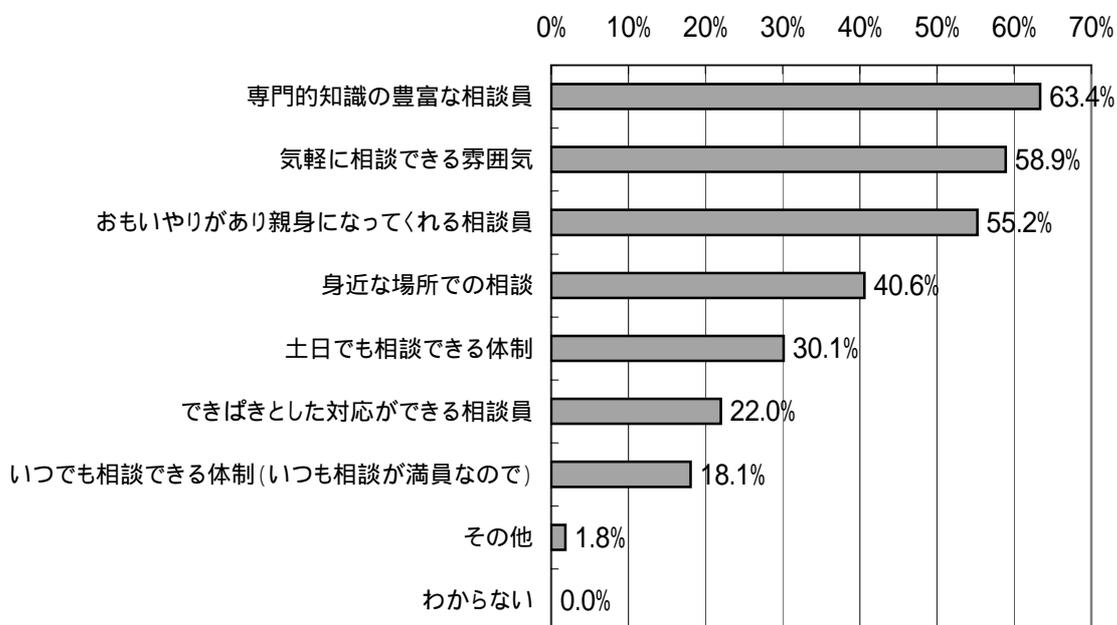
回答者 9人

電話がつながるまでに時間がかかる。被害を受けたのに、何も改善されなかった。
守備範囲が狭い。受け付けられる相談内容のレベルが低すぎる。(市民も不勉強)
対応が機械的
アドバイスはしてもらえが、法的機関ではないため解決できず、さらに深みにはまってしまった。再度相談したときは、弁護士さんも話を聞いてくださりトラブルを収めることはできた。
しかし、傷は深くなっていた。
専門的なことは分からないのに、何回も何回もやり方を聞いてやっと内容証明の書き方を教えてくれた。
受け付けた人によって異なるのか、あまり良い対応をされなかつた。
問題が解決しなかつた。
人を小馬鹿にしたような笑いをして、本当に不快だった。
在宅の仕事で辞めようと思って相談した時、直接に交渉してもらえなかつたこと。

7 消費生活相談をする場合に、何を重視しますか。(複数回答)

「専門的知識の豊富な相談員」が63.4%と最も多く、次いで「気軽に相談できる雰囲気」が58.9%、「おもいやりがあり親身になってくれる相談員」が55.2%となっています。

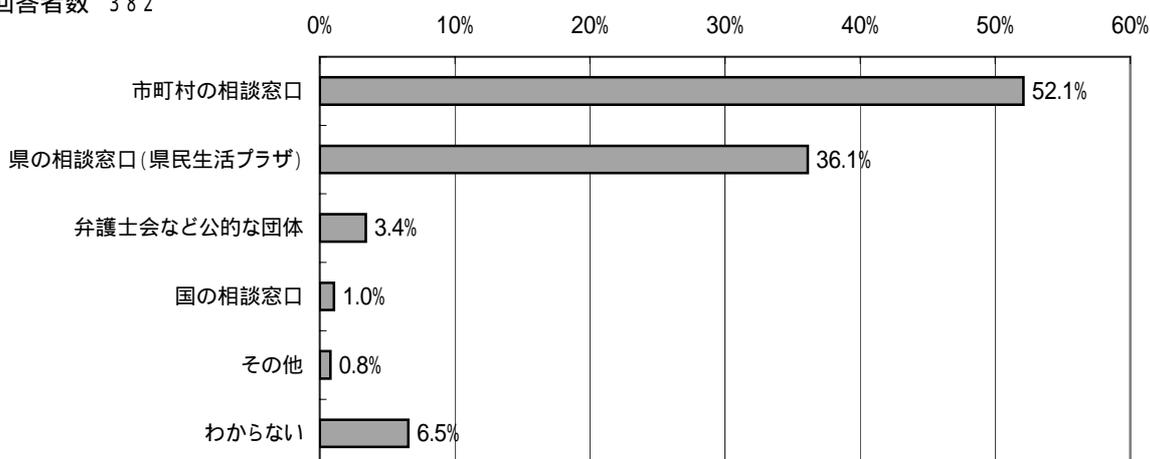
回答者数 382



8 消費生活相談をしたら、次のどの窓口を選びますか。

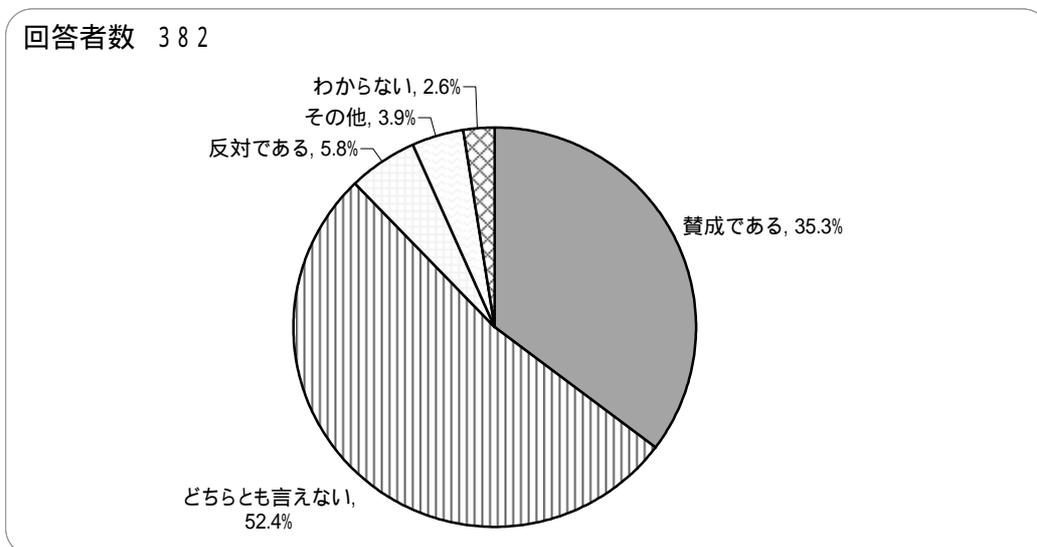
「市町村の相談窓口」が52.1%と最も多く、次に「県の相談窓口」が36.1%となっています。

回答者数 382



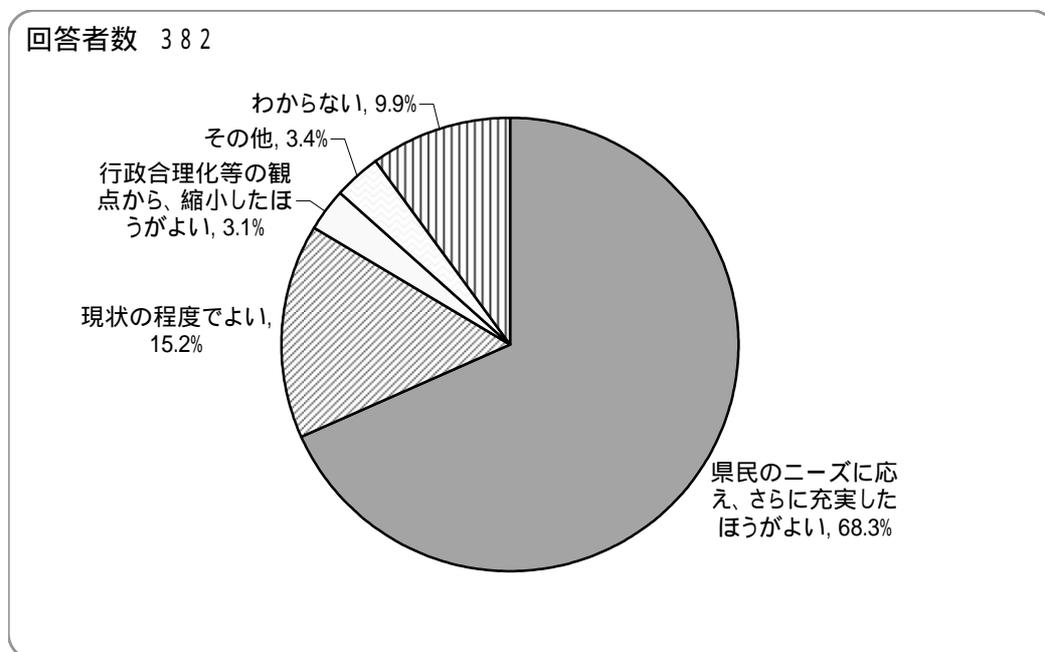
9 消費生活相談において、「市町村は一般的な消費生活相談を行い、都道府県は、高度の専門性又は広域性を必要とする相談を行うほうがよい」という意見について、どう思いますか。

「どちらとも言えない」が52.4%と最も多く、次に「賛成である」が35.3%となっています。



10 県民生活プラザの消費生活相談について、今後どうして行くべきだと思いますか。

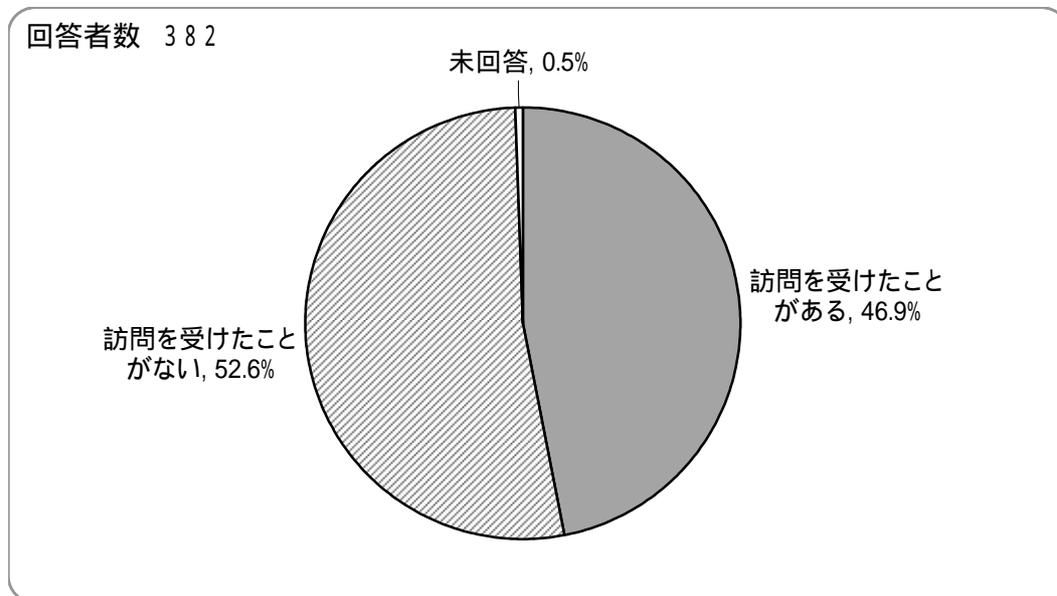
「県民のニーズに応え、さらに充実したほうがよい」が68.3%、「現状の程度でよい」が15.2%となっています。



第2 点検商法

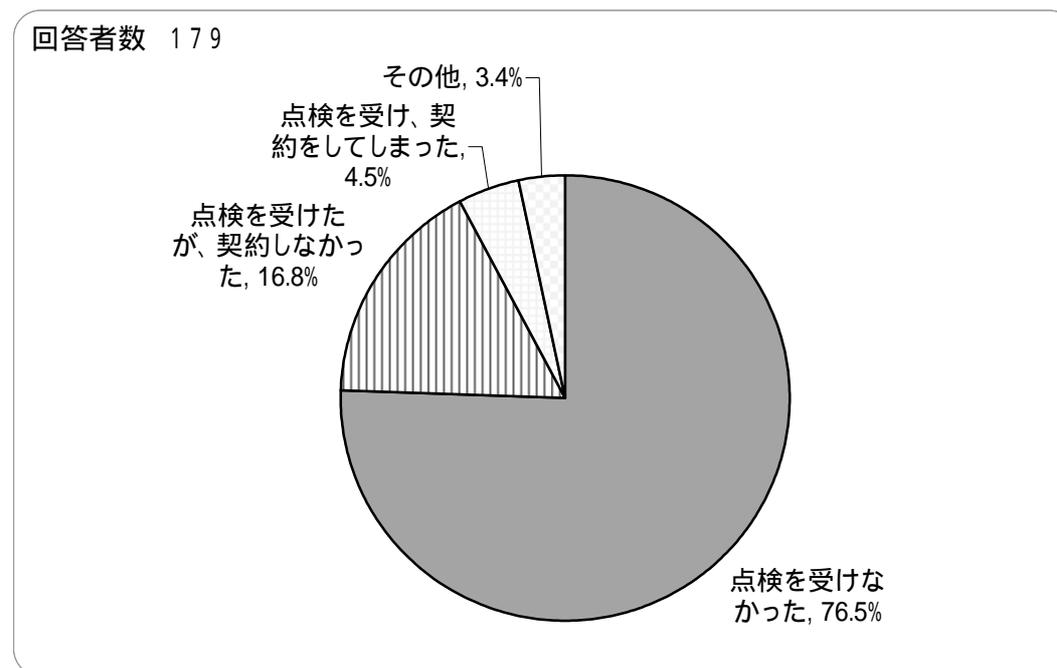
11 この1～2年の間に、自分や自分の家族が、点検に来たと言って事業者の訪問を受けたことがありますか。

「訪問を受けたことがない」が52.6%、「訪問を受けたことがある」が46.9%となっています。



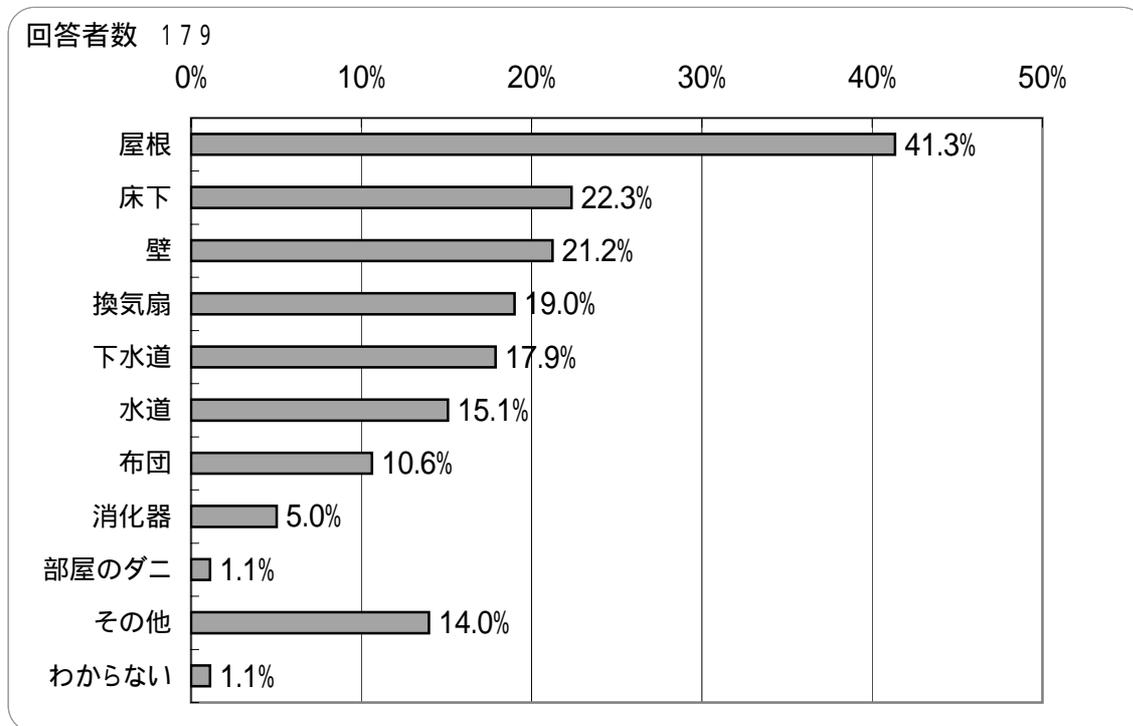
12 11で点検に来たと言って事業者の「訪問を受けたことがある」と回答した方に、尋ねました。そのときどのようになりましたか。

「点検を受けなかった」が76.5%で最も多く、「点検を受けたが、契約しなかった」が16.8%、「点検を受け、契約してしまった」が4.5%、「その他」が3.4%となっています。



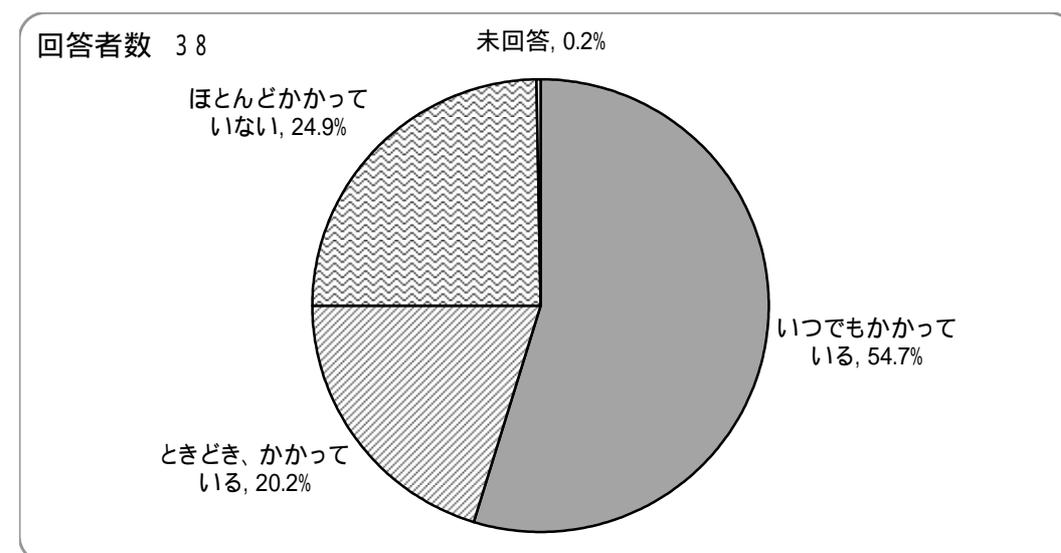
13 11で点検に来たと言って事業者の「訪問を受けたことがある」と回答した方に、尋ねました。どのような点検でしたか。(複数回答)

「屋根」が41.3%で最も多く、次いで「床下」が22.3%、「壁」が21.2%となっています。



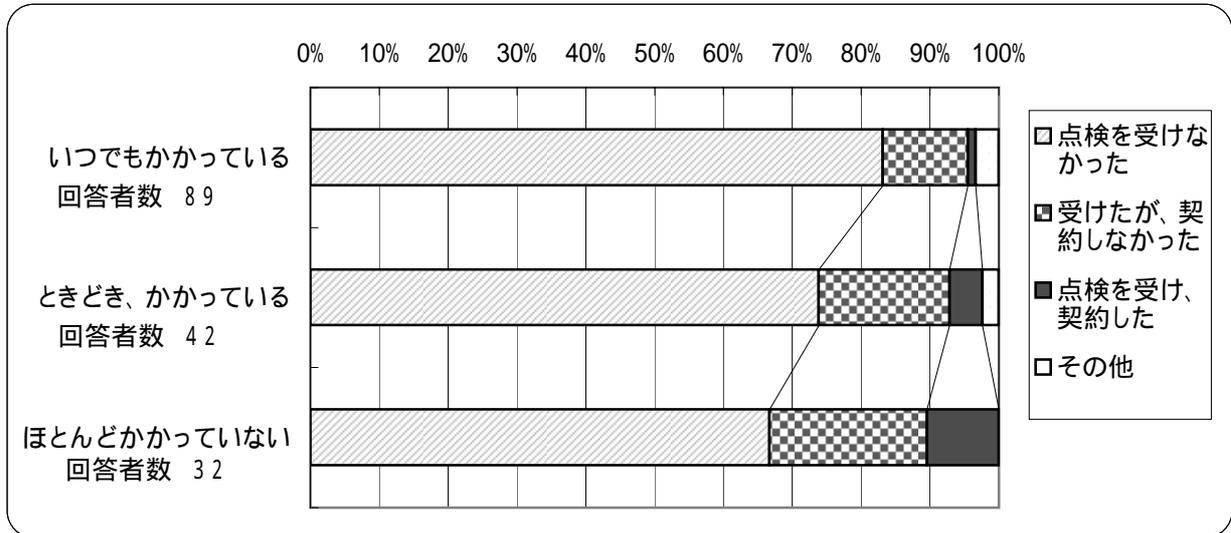
14 普段、在宅中でも玄関や出入口に鍵やチェーン等がかかっていますか。

在宅中でも鍵やチェーン等が「いつでもかかっている」と答えた人が54.7%で、「ときどき、かかっている」が20.2%、「ほとんどかかっていない」が24.9%となっています。



14 - 2 「玄関や出入口の鍵やチェーンの施錠の状況」と「事業者の訪問を受け、点検を受けた状況」のクロス

「ほとんどかかっていない」は、「いつでもかかっている」に比べ、「点検を受けたが、契約しなかった」、「点検を受け、契約をした」の割合が高い。



[提 言]

消費生活相談について、ご意見がありましたら、ご記入ください。

消費生活相談について、自由に意見を記入していただいたところ、192件寄せられました。また、主な意見を、50件列記しました。

提 言 の 内 容	件 数
1 消費生活相談窓口について	81
相談窓口の充実	22
身近で、気軽に相談できる体制づくり	21
市町村の充実	4
相談に感謝	8
その他	26
2 消費生活相談窓口のPRについて	29
消費生活相談窓口のPR	20
マスコミを通じたPR	7
相談内容のPR	2
3 消費生活相談の教育・啓発について	28
消費生活問題の啓発	25
消費生活問題の教育	3
4 悪質事業者に対する取り締まり等について	8
悪質事業者に対する対策や取り締まりの強化	6
悪質事業者に対する罰則の強化	2
5 その他	46
合 計	192

1 消費生活相談窓口について

相談窓口の充実

土・日でも行えて、専門家の相談員が対応するとよいだろう。

相談しようと思い電話したところ、とても混み合っていた。いつも混雑しているのならば、人員を増やし対応してほしいと思う。

電話をしたが全然つながらないので、回線を増やすか、予約制などの制度も検討されたらよいのではないか。

県民生活プラザをもう少し増やしてください。

相談しようとしてプラザ等に電話したが、平日の日中にもかかわらず県内どこのプラザも電話が混んでおりアナウンスばかりが流れつながらなかった。せめて中央プラザだけでもすぐに電話がつながるようにはならないか。

身近で、気軽に相談できる体制づくり

老人会で、気軽に相談できる所が近所があれば良いと話が出た。遠くまで出かけて相談することは、

老人だけでなく、若い方も行きそびれてしまいがちなので、町内会位身近な所にあると良いと思う。県は県民に対してもっと利用しやすい雰囲気づくりをして、係員が威圧的お役人態度をとらず、県民の立場をよくわきまえて、県民と同じ目線で相談できるよう接遇教育をやるべきである。スーパー（ショッピングセンター）などの中に消費生活の相談窓口があると、相談に行きやすいと思う。

出張相談とか、老人ホームなどの福祉施設で相談もできないか。

相談にのってほしい事があっても、何となく行きづらい、恥ずかしいという気持ちが走ってしまいますので、もっといろんな形でPRをして、気軽に相談しに行ける場所にして欲しいと思う。

市町村の充実

8か所の県民生活プラザを充実していくことも重要と思うが、もう少し気楽に消費者が相談できる様、各市町村の窓口も充実していき、トラブルを未然に防ぐことができる環境づくりも必要と思う。消費生活相談所として特別な場所を設置せず、市役所の中にその場を置いてほしい。

市に相談電話をしたら、電話中でなかなかつながらなかった。相談員が一人のようで、来客がない時はつないでもらえるようだが、タイミングが悪いとつないでもらえないので、もう少し効率よくしてほしい。

相談に感謝

クリーニング事故について相談をしました。その際に、弁済可能な期間や補償金額など親切に教えて頂き、参考になりました。

子供の携帯電話のことで、消費生活相談を利用しました。その時、大変親切に対応していただきホッとしたことがあります。これからも困った時、是非相談にのっていただきたいと思います。

以前、消費生活相談に2回相談しましたが、的確対応でこちらの話もゆったりと聞いてくださり、よかったと思います。

その他

どこまで相談にのってもらえるのか分からず遠のいています。

どの程度のことで相談しても良いのかよく分からず、訪れても「この程度のことで？」とあしらわれるのがこわく、利用しない人も多いと思う。

専門知識の豊富な相談員と話せれば安心できると思う。

相談をする時、やはり質問に対して親切に的確な回答していただきたいと思う。またある程度のプライバシーを守られるのも必要ではないかと思います。あまり他人に聞かれたくない内容もあるかと思うので、その点も考えて欲しい。

相談員に知人がいたり、近所の人が出た時、相談しづらい。どんな些細なことでも、軽くあしらわれることなく、相談にのってもらえるか心配。

一般の消費生活相談及びアンケートをインターネットを用いて実施することはできないか。

2 消費生活相談窓口のPRについて

消費生活相談窓口のPR

県や市町村で消費生活相談を行っていることを、身近な広報や自治体の広報等でもっと知らせて欲しい。

県民生活プラザ自体知らない人は多く、何を行っているかも分からないのが現状。県内8か所の場所・時間・どんな事を相談したりできるのかをもっと広めるべきである。

もっとわかりやすくPRしたほうがいいと思う。まだまだ市民に受け入れられていない。

所在地・連絡先（電話番号等）が簡単に探せるように工夫した方が良いと思う。（電話帳・市町村広報に取扱区分も含めて記載する等の方法が良いのでは）

県民生活プラザで、消費生活相談業務を行っていることをもっともっと広くPRすべきである。

マスコミを通じたPR

一般的に、県民生活プラザの存在や活動はあまり知られていない。口コミの情報伝達には限界がある為、TV・CM・雑誌等などでもっとアピールして欲しい。

情報がいっぱいといわれながら、家の内にいる老人・主婦は本当に大切な情報を受け入れることがむずかしく、また理解できず「騙された」、「失敗した」とよく耳にする。テレビ・新聞等で相談場所・方法等よくPRしてほしい。

私どものように、関わりのある者は知り得ますが、一般には知らない人も大勢いると思います。新聞に広告欄を少し大きめにもうけて、消費生活相談を広告したら良いと思う。場所・日時・時間など詳細に。

県民生活プラザがあることを、どれだけの人が知っているのでしょうか。もっとPRが必要なのは、TVに登場させるとか。

テレビにでも流し、消費生活相談が県民生活プラザで相談にのっているという事を、もっと広くアピールすると良いと思う。

相談内容のPR

広報などに、消費生活相談で多かった相談内容を載せることは良いことだと思う。実際に読んで助かったことがある。

消費生活相談に寄せられた相談をデータベース化してHPで見られるようにして欲しい。

3 消費生活問題の教育・啓発について

消費生活問題の啓発

悪質商法を防ぐ一つ的手段として、「あいち暮らしっく」を特定の役所だけでなく、全世帯に配布はできないでしょうか。

悪質商法等の手口の公開を早めに出して未然に防ぐ努力をして欲しい。

安全安心の暮らしを推進するために、消費者トラブルの被害の多い年齢者層（若者・高齢者）に悪質商法の実態・事例と防止策のアドバイスを市町村広報等をもって知らせることが大切と思う。

消費生活問題の教育

悪質商法がどんどん巧妙になっているので、出張対策講座を開いて欲しい。

事例を挙げて老人に悪質な出来事を教育してもらおうようにはかってみる。

4 悪質事業者に対する取り締まり等について

悪質事業者に対する対策や取り締まりの強化

再発を防止するのではなく、不当行為そのものが発生しないよう、行政として指導いただき、成果を開示してほしい。

訪問販売を取り締まる規制を強化して、悪質な業者の根絶を行ってほしい。
点検商法など、悪い業者をなるべく早く排除することが大切だと思います。

悪質事業者に対する罰則の強化

次から次への新しい手口の悪質商売が出てきます。罰則をもっと強化すべきと思う。

ペナルティーが小さい為、抑止効果が少ない。罰金・業務停止・個人に今後その仕事に就きにくい法で抑止しては如何か。

相談が多い業者は、問題業者として公開すべきであると思う。

5 その他

電話でしつこい勧誘があった時、「消費生活相談に相談してみます」と言うと電話がかからなくなった経験があります。威力抜群です。

クーリングオフの手続きが大変と聞きました。もっと簡単になりませんか。

普段在宅中でも玄関や出入り口に鍵をかけていますので、御用の人々が来た時、用件を聞いて関係ないと開けません。断りの時は、とっても良いです。

私たちの生活を守ってくれ、大変有難いと思います。最近、エレベーター事故・湯沸かし器事故・シュレッダー事故と安全と思われていたものの重大な事故が続いています。「安全である」を疑って実験調査して安心して使えるもの、安心して食べられるものを提示してほしい。

点検には、自治体で推選した信頼のある業者とか、自治体で公務員さんの様な方であったら、更に有難いです。信頼ということに不安があります。

(2) 答申を取りまとめるまでの経過

会議名	開催日	審議の内容
第64回愛知県消費生活審議会	平成18年 7月3日	「複雑・多様化する消費者被害の防止・救済と自主的な消費者活動の推進について」知事から諮問を受け、専門部に付託することを決定
平成18年度 第1回専門部会	平成18年 9月25日	「審議テーマ」、「第1回審議会(7月3日開催)での意見等」、「審議計画関連」、「検討項目及び審議の進め方等」について審議
平成18年度 第2回専門部会	平成18年 12月25日	「消費生活相談の充実」、「効果的な事業者指導の実施」、「消費者団体の自立意識の向上」の現状、問題点及び今後の課題など、「基本課題」について審議
平成18年度 第3回専門部会	平成19年 2月22日	基本課題に対する「柱となる施策の方向(基本目標、個別施策の方向)」及び「中間報告の取りまとめ」について審議
平成19年度 第1回専門部会	平成19年 5月17日	「中間報告案」について審議
第65回愛知県消費生活審議会	平成19年 6月29日	専門部会から提出のあった「中間報告」について審議
平成19年度 第2回専門部会	平成19年 8月2日	審議会の審議を踏まえて、「最終報告の取りまとめ」について審議
第66回愛知県消費生活審議会	平成19年 10月15日	専門部会から提出のあった「最終報告」について審議し、答申を取りまとめ、知事に提出することを決定

(3) 愛知県消費生活審議会委員名簿

任期：平成18年4月1日～平成20年3月31日

区分	氏名	団体名・職名
消費者代表	池田 那智子 稲垣 孝子 (H18.5.9まで) 大津 知美 (H18.5.10から) 澤田 新平 高平 純 高見 美智子 布施 小夜子 度会 章仁	愛知県生活学校運動推進協議会企画運営委員長 愛知県地域婦人団体連絡協議会会長 " 愛知県生活協同組合連合会専務理事 愛知消費者協会東三河支部副支部長 なごや消費者団体連絡会副会長 名古屋市地域女性団体連絡協議会理事 日本労働組合総連合会愛知県連合会事務局長
事業者代表	工藤 尚武 佐々木 光男 (H19.5.22まで) 鶴田 欣也 (H19.5.23から) 坪井 明治 中西 進 竹本 和是 (H18.6.14まで) 中根 紀明 (H18.6.15から)	愛知県商工会議所連合会専務理事 愛知県中小企業団体中央会会長 " 愛知県商店街振興組合連合会理事長 日本チェーンストア協会中部支部長 愛知県商工会連合会副会長 "
学識経験者	荻原 典子 木村 静之 小寺 保和 近藤 充代 千田 純一 多和田 眞 中村 洋子 牧野 香三	弁護士 弁護士 元金城学院大学大学院教授 日本福祉大学経済学部教授 名古屋大学名誉教授 名古屋大学大学院経済学研究科教授 愛知県立芸術大学教授 名古屋経済大学大学院会計学研究科教授

は会長、 は会長代理

(区分ごと五十音順、敬称略)

(4) 愛知県消費生活審議会専門部会委員・専門委員名簿

区 分	氏 名	団 体 名 ・ 職 名
部 会 長 部会長代理 委 員 委 員	多 和 田 眞 小 寺 保 和 池 田 那 智 子 近 藤 充 代	名古屋大学大学院経済学研究科教授 元金城学院大学大学院教授 愛知県生活学校運動推進協議会企画運営委員長 日本福祉大学経済学部教授
専門委員 専門委員 専門委員 専門委員 専門委員	糟 谷 則 子 (H19.5.7まで) 葛 西 裕 子 (H19.5.8から) 松 岡 浩 東 珠 実 大 薮 千 穂 南 谷 直 毅	(社)全国消費生活相談員協会中部支部長 " (社)消費者関連専門家会議中部地区担当理事 椋山女学園大学現代マネジメント学部教授 岐阜大学教育学部准教授 弁護士

(敬称略)

(5) 愛知県消費生活審議会消費者苦情処理委員会委員名簿

区 分	氏 名	団 体 名 ・ 職 名
委 員 長 委 員 委 員 委 員 委 員	木 村 静 之 高 平 純 中 根 紀 明 荻 原 典 子 牧 野 香 三	弁護士 愛知消費者協会東三河支部副支部長 愛知県商工会連合会副会長 弁護士 名古屋経済大学大学院会計学研究科教授

(敬称略)

(6) 関係法令(抜粋)

特定商取引に関する法律(抜粋)

(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第六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。

一から三まで (略)

(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。

(指示)

第三十八条 主務大臣は、統括者が第三十三条の二、第三十四条第一項、第三項若しくは第四項、第三十五条、第三十六条、第三十六条の三若しくは前条の規定に違反し若しくは次に掲げる行為をした場合又は勧誘者が第三十三条の二、第三十四条第一項、第三項若しくは第四項、第三十五条、第三十六条若しくは第三十六条の三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、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

一から四まで (略)

2 主務大臣は、勧誘者が第三十三条の二、第三十四条第一項、第三項若しくは第四項、第三十五条、第三十六条、第三十六条の三若しくは前条の規定に違反し、又は前項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、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

3 主務大臣は、一般連鎖販売業者が第三十三条の二、第三十四条第二項から第四項まで、第三十五条、第三十六条、第三十六条の三若しくは前条の規定に違反し、又は第一項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害されるおそれがあると認めるときは、その一般連鎖販売業者に対し、必要な措置をとるべきことを指示することができる。

(連鎖販売取引の停止等)

第三十九条 主務大臣は、統括者が第三十三条の二、第三十四条第一項、第三項若しくは第四項、第三十五条、第三十六条、第三十六条の三若しくは第三十七条の規定に違反し若しくは前条第

一項各号に掲げる行為をした場合若しくは勧誘者が第三十三条の二、第三十四条第一項、第三項若しくは第四項、第三十五条、第三十六条若しくは第三十六条の三の規定に違反し若しくは前条第一項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又は統括者が同項の規定による指示に従わないときは、その統括者に対し、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、勧誘者が第三十三条の二、第三十四条第一項、第三項若しくは第四項、第三十五条、第三十六条、第三十六条の三若しくは第三十七条の規定に違反し若しくは前条第一項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又は勧誘者が同条第二項の規定による指示に従わないときは、その勧誘者に対し、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うことを停止し、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。
- 3 主務大臣は、一般連鎖販売業者が第三十三条の二、第三十四条第二項から第四項まで、第三十五条、第三十六条、第三十六条の三若しくは第三十七条の規定に違反し若しくは前条第一項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又は一般連鎖販売業者が同条第三項の規定による指示に従わないときは、その一般連鎖販売業者に対し、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うことを停止し、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。
- 4 主務大臣は、前三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。

(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、第四十三条、第四十四条若しくは前条の規定に違反し、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。

一から三まで (略)

(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、第四十三条、第四十四条若しくは第四十五条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。

(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五十一条の二、第五十二条、第五十三条、第五十四条、第五十四条の三若しくは前条の規定に違反し、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。

一から四まで (略)

(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五十一条の二、第五十二条、第五十三条、第五十四条、第五十四条の三若しくは第五十五条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。

(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。

特定商取引に関する法律施行令(抜粋)

(都道府県が処理する事務)

第十八条 法第七条、第八条、第三十八条、第三十九条、第四十六条、第四十七条、第五十六条及び第五十七条に規定する主務大臣の権限に属する事務並びにその事務に係る法第六条の二、第三十四条の二、第三十六条の二、第四十三条の二、第四十四条の二、第五十二条の二、第五十四条の二及び第六十六条第一項から第三項までに規定する主務大臣の権限に属する事務並びに訪問販売に係る取引、連鎖販売取引、特定継続的役務提供に係る取引及び業務提供誘引販売取引に関する法第六十条に規定する主務大臣の権限に属する事務で、当該都道府県の区域内における販売業者、役務提供事業者、統括者、勧誘者、一般連鎖販売業者又は業務提供誘引販売業を行う者の業務に係るものは、都道府県知事が行うこととする。ただし、二以上の都道府県の区域にわたり訪問販売に係る取引、連鎖販売取引、特定継続的役務提供に係る取引若しくは業務提供誘引販売取引の公正及び購入者等の利益が害されるおそれがあり、主務大臣がその事態に適正かつ効率的に対処するため特に必要があると認めるとき、又は都道府県知事から要請があつたときは、主務大臣が法第六条の二、第七条、第八条、第三十四条の二、第三十六条の二、第三十八条、第三十九条、第四十三条の二、第四十四条の二、第四十六条、第四十七条、第五十二条の二、第五十四条の二、第五十六条、第五十七条及び第六十六条第一項から第三項までに規定する主務大臣の権限に属する事務を自ら行うことを妨げない。

2及び3 (略)

県民の消費生活の安定及び向上に関する条例（抜粋）

（不当な取引行為の禁止）

第13条 知事は、事業者が消費者との間で行う商品又は役務の取引に関して、次の各号のいずれかに該当する行為を不当な取引行為として規則で定めることができる。

- （1）消費者に対し、販売の意図を隠して接近し、商品若しくは役務に関する重要な情報を提供せず、又は誤信を招く情報を提供し、消費者を執ように説得し、又は心理的に不安な状態に陥れる等の不当な方法を用いて、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為

（不当な取引行為の是正勧告）

第13条の3 知事は、事業者が第13条第1項の規定により定められた不当な取引行為を行っているとき、当該事業者に対し、当該不当な取引行為を是正するよう勧告することができる。

（知事の消費者苦情の処理等）

第17条 知事は、消費者から消費者苦情の処理の申出があつたときは、速やかに、その内容を調査し、仲介によるあつせんその他の措置をとるものとする。

- 2 知事は、前項の規定による調査に当たつて必要があると認めるときは、当該消費者苦情に係る事業者その他の関係者に対し、文書若しくは口頭による説明を求め、又は必要な資料の提出を求めることができる。
- 3 知事は、第1項の規定による消費者苦情の処理の申出があつた場合において、その消費者苦情が県民の消費生活に影響を及ぼすものと認めるときは、当該消費者苦情に係る商品又は役務に関する情報を展示その他の方法により消費者に提供するものとする。

（審議会によるあつせん等）

第18条 知事は、前条第1項の規定による措置によつては当該消費者苦情を解決する見込みがないと認めるときは、愛知県消費生活審議会（第20条において「審議会」という。）によるあつせん又はその調停に付することができる。

（愛知県消費生活審議会）

第22条 知事の諮問に応じ、県民の消費生活の安定及び向上に関する重要な事項を調査審議し、並びに消費者苦情についてあつせん及び調停を行わせるため、愛知県消費生活審議会（以下「審議会」という。）を置く。

- 2 審議会は、委員20人以内で組織し、委員は、学識経験のある者、消費者を代表する者及び事業者を代表する者のうちから知事が任命する。
- 3 審議会は、消費者苦情についてあつせん又は調停を行うため必要があると認めるときは、当該消費者苦情に係る当事者その他の関係者に対し、文書若しくは口頭による説明又は必要な資料の提出を求めることができる。
- 4 前2項に定めるもののほか、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。