

# 堺市消費者基本計画（案）

## 目次

第1章 計画策定の背景	2
1 消費者をとりまく社会情勢	2
2 国の消費者行政の動き	2
3 堺市の消費者行政の動き	3
第2章 計画の基本的な考え方	9
1 計画の目的	9
2 計画の位置づけ	9
3 計画期間	9
4 計画の基本的方向	10
5 計画の体系	12
6 計画の指標	13
第3章 計画推進のための施策	16
1 消費者の権利の尊重～消費生活の安全・安心の確保～	16
(1) 危害等の防止	16
(2) 表示等の適正化	19
(3) 取引の適正化	22
(4) 物価の安定	23
2 消費者の自立の支援等	25
(1) 消費者啓発の推進	25
(2) 消費者教育の推進	29
(3) 消費者団体への支援	30
(4) 消費者意見の反映	31
3 消費者被害の救済	32
(1) 苦情の処理	32
(2) あっせん、調停	34
(3) 訴訟の援助	34
第4章 計画の実効性の確保	36
1 計画の推進体制の整備	36
2 計画の検証・評価・改善、実施状況の公表	37
○ 参考資料	
堺市消費生活条例	39

# 第1章 計画策定の背景

## 1 消費者をとりまく社会情勢

近年、消費者をとりまく社会情勢は、規制緩和や高度情報化、国際化の進展等によって大きく変化しました。多種多様な商品・サービスが提供されるようになるとともに、電子商取引<sup>\*1</sup>等の新しい取引形態が普及するなど、消費者の利便性は飛躍的に向上し、その選択肢も大幅に拡大しています。

その一方、商品・サービスや取引形態の複雑・多様化に伴い、消費者がその取引に必要な商品等に関する知識を十分に持つことや、契約条件を十分に理解することが困難になるなど、消費者と事業者の間にある情報量・交渉力の格差は拡大しており、消費者被害に陥るリスクも高まっています。

また、消費生活の高度化・複雑化に伴い、消費者の知識不足、判断不足に付け入るような悪質商法が拡大しており、その手口も巧妙化しています。特に、高齢化の進展によって、高齢者が被害に遭うケースが増加しており、次々販売<sup>\*2</sup>や詐欺まがいの投資勧誘など、高額な被害に遭う事例も出ています。

現在の消費者問題に対応するためには、消費者が自ら必要な知識や情報を修得・収集し、自主的かつ合理的に行動することが必要であり、これまでの消費者保護の観点に加え、消費者の自立支援に向けた取り組みを行う必要があります。

## 2 国の消費者行政の動き

国においては、食品の偽装表示などの食の安全・安心を脅かす事件や重大な製品事故、高齢者の資産を狙った悪質商法等、近年続発している暮らしの土台そのものを揺るがす問題に迅速に対応するため、平成21年9月に消費者庁が設立されました。消費者庁の設立により、消費者行政を一元化し、これまでの産業振興を優先する行政から消費者の利益を第一に考えた行政へと転換が図られることになりました。

また、消費者庁設立と同時に施行された消費者安全法では、地方公共団体が行う事務と

<sup>\*1</sup> 電子商取引…インターネットを使って商品の売買をしたり、契約をしたりすることの総称。

<sup>\*2</sup> 次々販売…訪問販売等で一度商品やサービスを契約した消費者をターゲットに、業者（複数の業者の場合も含む）が商品等を次々と販売する商法。

して、消費者からの消費生活相談に応じることやその処理のためのあっせん<sup>\*3</sup>を行うこと等が規定され、その事務を行う施設・機関として消費生活センターが法律上明確に位置付けられました。

平成22年3月には、平成26年度までの5年間を対象とする「消費者基本計画」が策定され、その中で地方公共団体には、消費生活の現場である地域において消費者が安心して安全で豊かな消費生活を営むことを支える行政として、消費者行政の充実・強化を積極的に図ることが求められています。

### **3 堺市の消費者行政の動き**

#### **(1) 堺市消費生活条例の制定**

堺市では、このような消費者をとりまく社会情勢の変化や国の消費者行政の動向を踏まえて、市民の消費生活の安定と向上を図るため、堺市消費生活条例を制定し、平成22年4月1日に施行しました。

本条例では、市が実施する消費者施策の推進は、「消費者の権利の尊重」とともに、「消費者の自立支援」を基本として行われなければならないことを明記し、次の8つの事項を消費者の権利として規定しています。

#### **8つの消費者の権利**

- 1 消費生活において生命、身体及び財産の安全が確保されること
- 2 商品及び役務について自主的かつ合理的な選択の機会が確保されること
- 3 商品及び役務について不当な取引条件及び取引方法を強制されないこと
- 4 消費生活において個人情報侵害されないこと
- 5 消費生活に関して必要な情報が提供されること
- 6 消費生活に関する教育を受ける機会が提供されること
- 7 消費者施策に意見が反映されること
- 8 消費生活において被害が生じた場合には、適切かつ迅速に救済されること

本条例においては、これらの消費者の権利の実現や消費者の自立支援を図るための施策について規定するとともに、それらの施策を総合的かつ計画的に推進するため、消費者施策の推進に関する基本的な計画を定めることとしました。

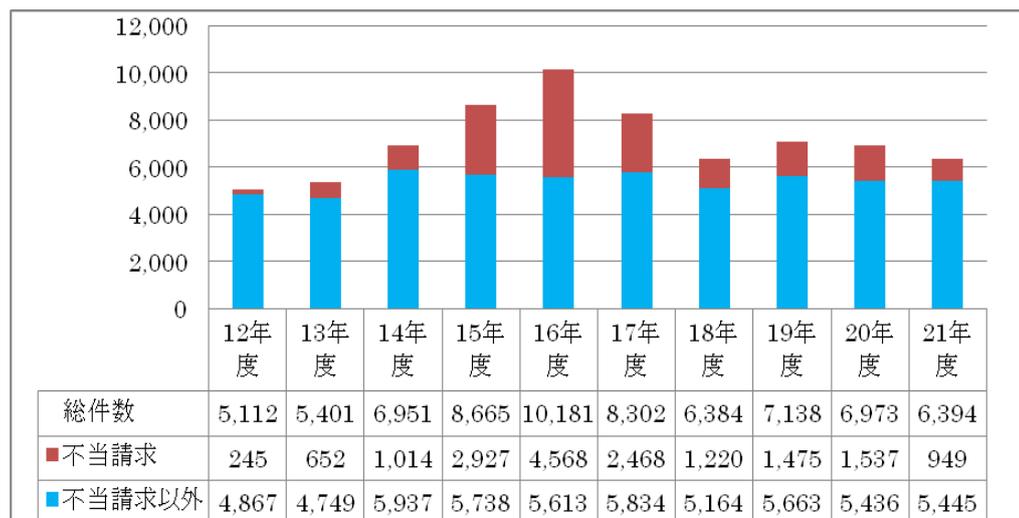
<sup>\*3</sup> あっせん…消費生活センターにおける「あっせん」とは、消費者と事業者との交渉が円滑に行われるように消費生活センターが介在し、解決に導くことをいう。

## (2) 堺市における消費者行政の現状

### ① 相談件数の推移

消費生活センターに寄せられた相談件数は、身に覚えのない有料サイト利用料の請求などの不当請求に関する相談が急増した平成15～17年度よりは減少しているものの、10年前と比較すると1,000件以上増加しています。

消費生活相談件数の推移



### ② 商品・役務別の相談状況

商品・役務別の相談件数を見ると、インターネット関連サービスに係る相談が最も多く、全体の14.8%を占めています。これは、インターネット上のアダルトサイトや出会い系サイト等の有料サービスに係る身に覚えのない架空請求などの、不当な請求に関する相談が主な内容で、20歳未満、20歳代、30歳代、40歳代、50歳代の各年代で最も多くなっています。

続いて、新聞の購読契約に関する相談も多く寄せられており、60歳代、70歳以上の各年代において最も多い相談内容となっています。これは、景品の提供等を受けたうえで結んだ長期間にわたる購読契約を解約する際に生じたトラブルに関する相談などが主な内容です。

また、多重債務<sup>\*4</sup>や消費者金融からの借金等のフリーローン<sup>\*5</sup>・サラ金関連の相談も多く寄せられており、20歳代から60歳代の幅広い年代で相談件数の上位を占めています。

<sup>\*4</sup> 多重債務…すでにある借金の返済に充てるために、他の金融業者から借り入れる行為を繰り返し、利息の支払いもかさんで、借金が増え続ける状態のこと。

<sup>\*5</sup> フリーローン…使用目的が限定されていないローンのこと。

商品・役務別の相談件数（平成 21 年度）

	商品・役務	件数	構成比
1	インターネット関連サービス	944	14.8%
2	新聞	286	4.5%
3	フリーローン・サラ金	260	4.1%
4	不動産貸借	218	3.4%
5	商品一般	193	3.0%
6	工事・建築	185	2.9%
7	携帯電話サービス	99	1.5%
8	普通生命保険	90	1.4%
9	四輪自動車	83	1.3%
10	テレビ放送サービス	79	1.2%

年代別の商品・役務別相談件数（平成 21 年度）

	20歳未満 (総件数176)	20歳代 (総件数532)	30歳代 (総件数939)	40歳代 (総件数809)	50歳代 (総件数589)	60歳代 (総件数755)	70歳以上 (総件数879)
1	インターネット関連サービス 120	インターネット関連サービス 163	インターネット関連サービス 236	インターネット関連サービス 149	インターネット関連サービス 86	新聞 46	新聞 84
2	携帯電話サービス 8	不動産貸借 28	不動産貸借 52	新聞 33	フリーローン・サラ金 35	インターネット関連サービス 44	工事・建築 47
3	レンタルサービス 3	エステティックサービス 23	フリーローン・サラ金 47	フリーローン・サラ金 33	新聞 22	フリーローン・サラ金 33	商品一般 38
4	電話音声情報 3	フリーローン・サラ金 22	新聞 34	不動産貸借 25	工事・建築 22	工事・建築 31	防災・防犯用品 25
5	テレビ放送サービス 2	四輪自動車 13	商品一般 26	工事・建築 25	不動産貸借 20	商品一般 28	油脂 23

### ③ 年齢別の相談状況

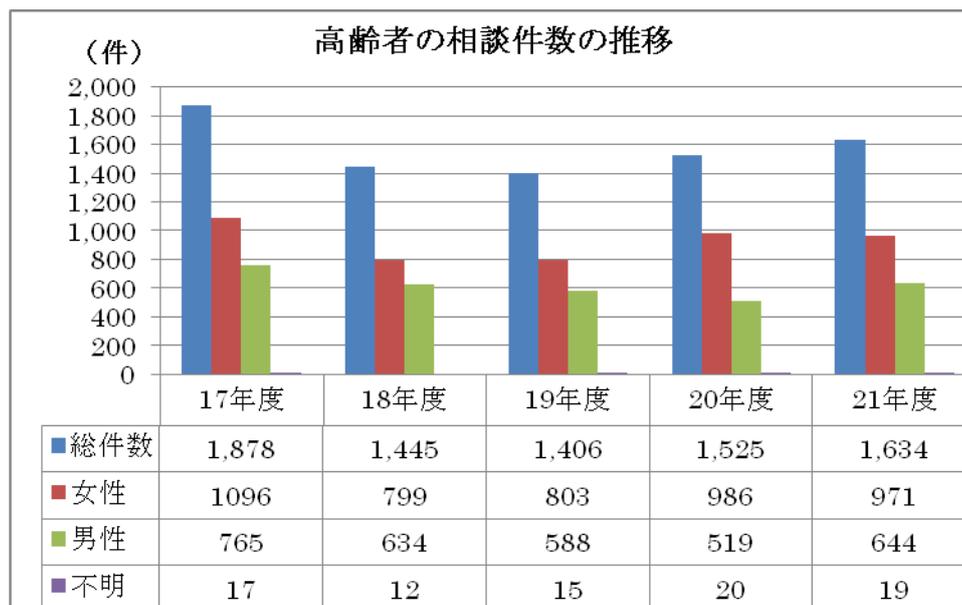
#### ア) 高齢者からの相談

契約当事者の年齢別の相談件数では、60歳以上を高齢者と見た場合、その相談件数は平成21年度には1,634件に上っており、当事者の年齢が不明な案件を除いた相談件数の約35%を占めています。また、契約当事者の性別では、女性が多くなっており、約6割を占めています。

相談の内容は訪問販売に係るものが増えており、ひとり暮らしや判断力の不十分な高齢者が、家族や周りの人に相談できないままに契約してしまい、被害

に遭うケースもあります。相談の中には、次々販売や詐欺まがいの投資勧誘など、高額な被害に遭う事例も出ています。

また、高齢者の中には、自分が被害に遭っていることに気付かなかつたり、被害に遭ったことを恥ずかしいと感じてしまい、その被害を訴えない人も多く見受けられることから、悪質商法や契約に関する知識を身につけることを支援する啓発活動が重要であることはもちろんですが、それと同時に、家族や周囲の人たちの見守りが重要です。



契約当事者の年齢別相談件数

	20歳未満	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	合計
20年度	179	686	1,033	765	636	797	726	4,822
21年度	176	532	939	809	589	755	879	4,679
増減数	△ 3	△ 154	△ 94	44	△ 47	△ 42	153	△ 143

(当事者の年齢が不明な事案は表に記載していない)

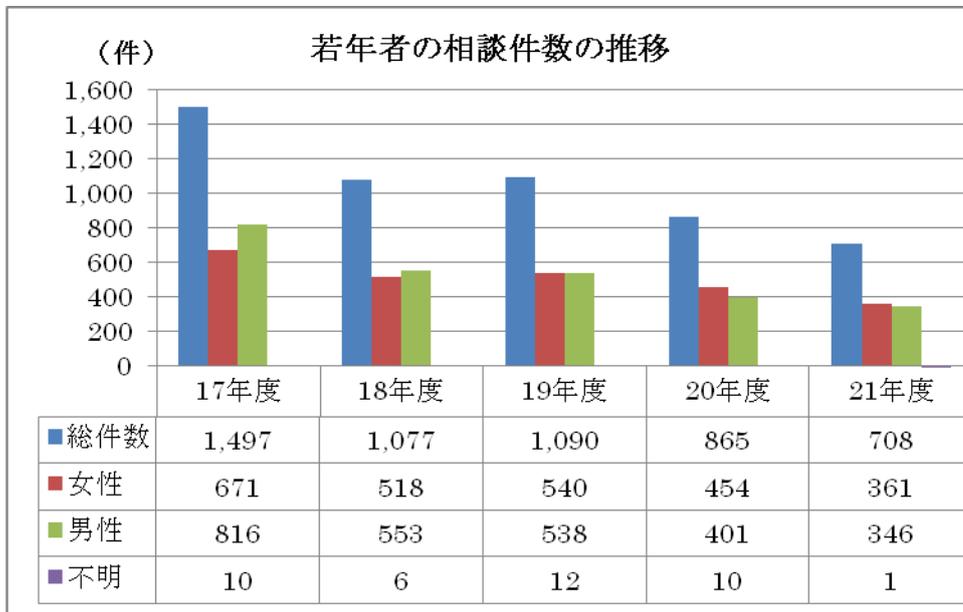
高齢者の無店舗販売に係る相談件数 (平成 21 年度)

	訪問販売	通信販売	マルチ・マルチまがい	電話勧誘販売	ネガティブ・オプション	その他
60歳代	132	115	16	36	1	24
70歳以上	234	112	13	69	8	16
合計	366	227	29	105	9	40

## イ) 若年者からの相談

30歳未満の若年者の相談件数は、平成21年度においては708件と前年度より約20%減となっており、契約当事者の性別はほぼ同数となっています。架空請求が急増した平成16年度をピークに減少傾向にありますが、依然としてインターネット等の有料情報サイト利用に伴うトラブルに関する相談が多数寄せられており、また、社会経験の乏しさや契約等に関する知識の不足から、悪質商法の被害に遭う事案も発生しています。

若年者については、消費行動がより活発になり、消費者被害に陥るリスクが高まる将来に向けて、自立した消費者として主体的に判断し、行動することができるようになるために、消費者啓発・教育を充実させることが求められます。

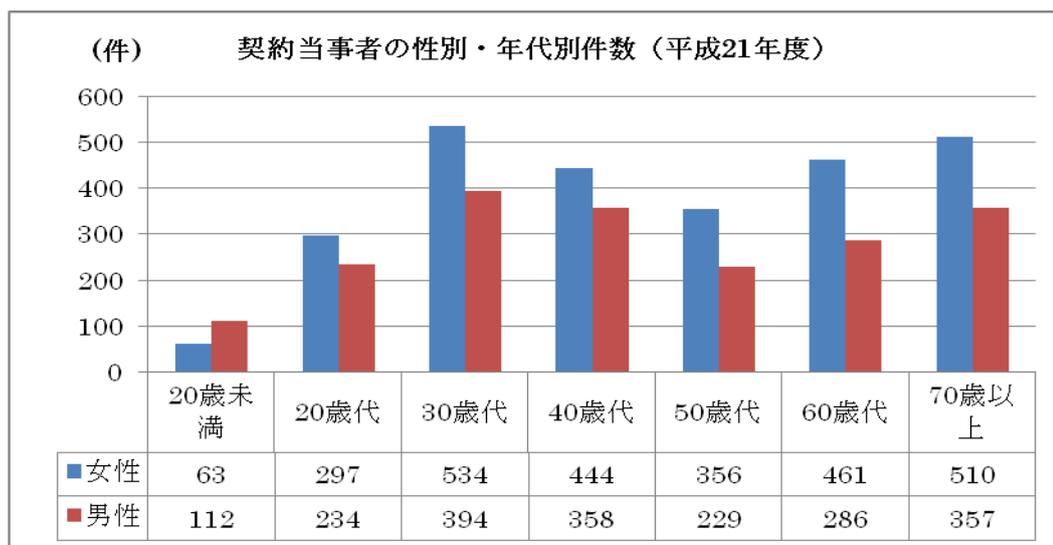


若年者の商品・役務別相談件数（平成21年度・上位5項目）

	インターネット 関連サービス	不動産貸借	エステティック サービス	フリーローン・ サラ金	携帯電話 サービス
30歳未満 (総件数708件)	283	31	23	22	15

#### ④ 契約当事者の性別相談状況

契約当事者の性別の相談件数は、20歳未満以外の各年代において女性が多くなっています。特に60歳以上の年代においては、契約当事者の約6割を女性が占めており、その相談内容を見ると、訪問販売に係る相談が多くなっています。



## 第2章 計画の基本的な考え方

### 1 計画の目的

堺市消費者基本計画は堺市消費生活条例第9条の規定に基づき、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、今後取り組むべき消費者施策の基本的な方針と施策の具体的内容を明らかにすることを目的に策定するものです。

### 2 計画の位置づけ

堺市では、平成13年に、まちづくりの長期的指針となる総合計画「堺21世紀・未来デザイン」を策定しました。この計画は、まちづくりを進めていくための基本理念や目標を示した「基本構想」（平成13年度～平成32年度）と、基本構想を実現するための基本的施策の方向を体系的に示した「基本計画」で構成されており、消費者の安全や利益の確保を含む「安全で安心できる地域社会づくり」が、まちづくりの基本方向として示されています。

堺市消費者基本計画は、上述の総合計画の前期基本計画（平成13年度～平成22年度）が終了し、後期基本計画（平成23年度～平成32年度）を策定することに合わせて、総合計画の政策領域別計画と位置付け、策定するものです。

### 3 計画期間

堺市消費者基本計画の期間は、平成23年度から平成27年度の5年間とします。なお、社会情勢の変化や計画の進捗状況等に応じて必要な見直しを行います。

## 4 計画の基本的方向

堺市消費者基本計画では、市民の消費生活の安定及び向上を図るため、「消費者の権利の尊重～消費生活の安全・安心の確保～」、「消費者の自立の支援等」、「消費者被害の救済」の3つを基本的方向として設定し、施策の具体化を図ります。

### (1) 消費者の権利の尊重～消費生活の安全・安心の確保～

市民が安全で安心できる消費生活を実現するためには、商品やサービスの安全性を確保すること等によって危害等の防止を図ることや、生活関連物資の安定供給を確保すること等が必要不可欠です。また、新たな商品やサービスが次々と提供され、その取引方法も多様化している現状においては、表示・広告の適正化や取引環境の適正化、計量の適正化等を図るための施策を推進する必要があります。

「消費者の権利の尊重～消費生活の安全・安心の確保～」では次の4つの項目で施策を具体化します。

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>① 危害等の防止</li><li>② 表示等の適正化</li><li>③ 取引の適正化</li><li>④ 物価の安定</li></ul> |
|---|

### (2) 消費者の自立の支援等

前述のとおり、規制緩和や高度情報化、国際化の進展等によって、消費者をとりまく社会情勢は、大きく変化し、多種多様な商品・サービスの提供や新しい取引形態の普及など、消費者の利便性は飛躍的に向上し、その選択肢も大幅に拡大していますが、同時に、今まで以上に消費者が自立した主体として、自ら必要な知識や情報を修得・収集し、自主的かつ合理的に行動することが求められています。

このため、堺市における消費者施策においても、消費者の自立支援に向けた取り組みを拡充する必要があります。

「消費者の自立の支援等」では次の4つの項目で施策を具体化します。

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>① 消費者啓発の推進</li><li>② 消費者教育の推進</li><li>③ 消費者団体への支援</li><li>④ 消費者意見の反映</li></ul> |
|--|

### **(3) 消費者被害の救済**

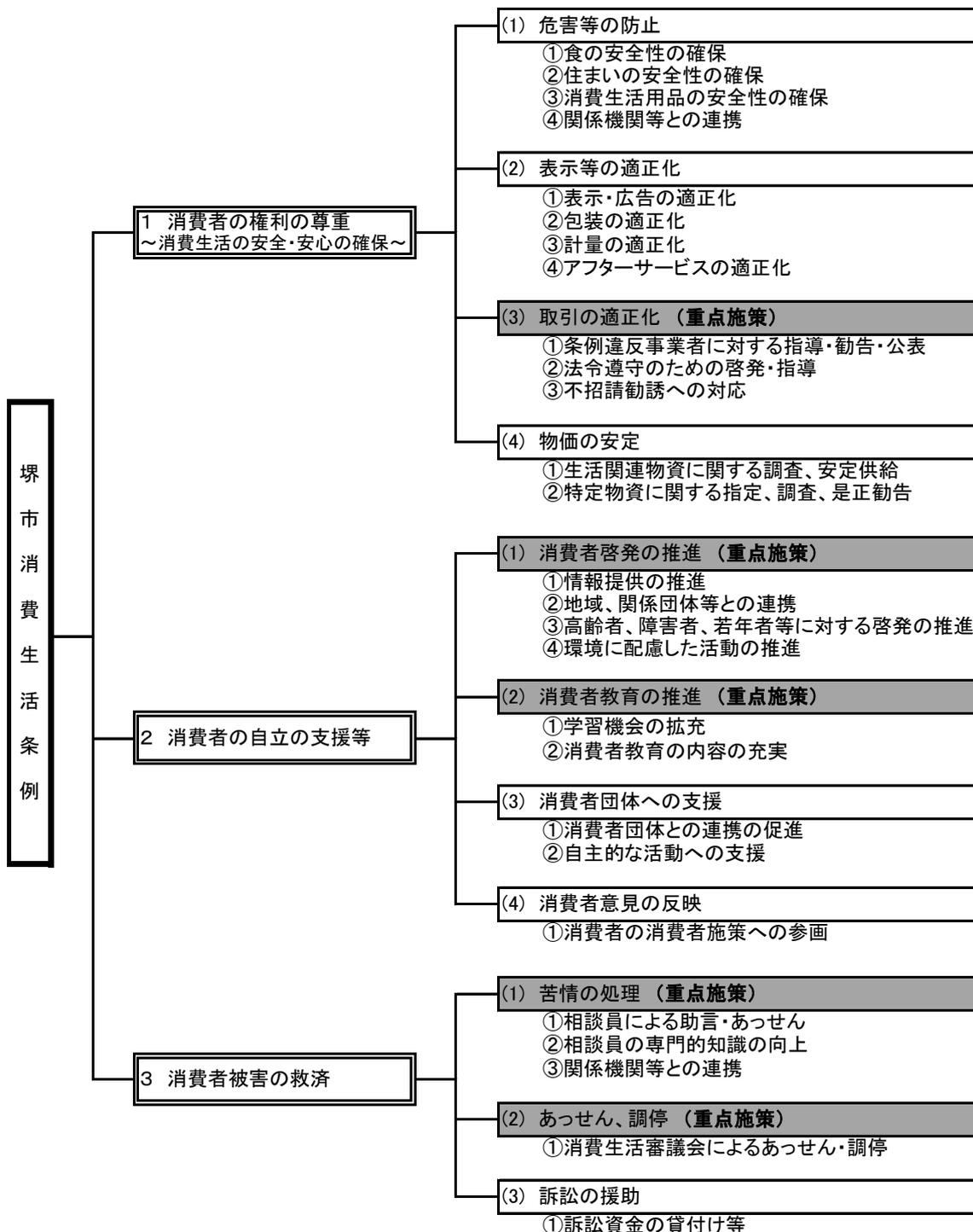
近年の消費者をとりまく社会情勢変化による商品・サービス・取引形態等の複雑・多様化に伴い、これまで以上に消費者と事業者の間にある情報量・交渉力の格差は拡大しており、消費者トラブルの内容も複雑・多様化しています。

このような状況の中、市民に最も身近な消費生活相談窓口である消費生活センターには、これらの相談に迅速かつ的確に対応することが求められており、消費生活相談をはじめとする消費者被害救済体制の一層の充実・強化を図る必要があります。

「消費者被害の救済」では次の3つの項目で施策を具体化します。

- |           |
|-----------|
| ① 苦情の処理   |
| ② あっせん、調停 |
| ③ 訴訟の援助   |

## 5 計画の体系



## 6 計画の指標

堺市消費者基本計画の進捗状況等を点検する指標を次のとおり設定します。なお、社会情勢の変化や計画の進捗状況等に応じて必要な見直しを行います。

### ①【訪問販売を望まない消費者のうち、訪問販売お断りシールを貼っている人の割合】

#### ◇該当重点施策 … 「取引の適正化」

消費生活センターに寄せられた苦情相談の内容を見ると、訪問販売に係る相談が多く寄せられており、平成21年度には苦情相談の約15.7%を占めています。特に高齢者において訪問販売に係る相談が多くなっており、高齢者からの苦情相談の22.4%にのびります。また、平成19年に国民生活センターが実施した「第37回国民生活動向調査」によると、回答者の92.7%が「訪問販売業者に来てほしくない」と回答しています。

堺市では、堺市消費生活条例において、「消費者が住居等にはり紙その他の方法をもって拒絶の意思を表示しているにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させる行為」を不当な取引行為として規制しており、「はり紙その他の方法」に該当するものとして訪問販売お断りシールを作成し、配布しています。

そこで、訪問販売お断りシールの普及を図り、望まない訪問販売による被害の減少をめざして、次の指標を設定します。

指標項目	現状値	目標値
訪問販売を望まない消費者のうち、訪問販売お断りシールを貼っている人の割合	—	50.0%

### ②【消費生活センターの役割を知っている人の割合】

#### ◇該当重点施策 … 「消費者啓発の推進」「消費者教育の推進」

市民が消費者トラブルに遭ったとき、その解決を図るための最も身近な消費生活相談窓口は消費生活センターです。しかし、平成20年に内閣府が行った「消費者行政の推進に関する世論調査」の結果では、センターの名前を知っている人の割合は70.8%であるものの、その役割を知っている人の割合は、22.0%にとどまっています。

そこで、消費者被害の速やかな解決や被害に遭っても泣き寝入りしている消費者の掘り起こしをめざして、次の指標を設定します。

指標項目	現状値	目標値
消費生活センターの役割を知っている人の割合	22.0%	50.0%

### ③【クーリング・オフ制度の内容をよく知っている人の割合】

#### ◇該当重点施策 … 「消費者啓発の推進」「消費者教育の推進」

平成21年度に消費生活センターに寄せられた苦情相談を販売購入形態別に見ると、訪問販売、電話勧誘販売、連鎖販売取引(マルチ商法)に関する相談が合わせて1,254件で、苦情相談の22.9%を占めています。これらの取引については、「特定商取引に関する法律」でクーリング・オフ制度が設けられており、そのトラブル解決の有効な手段となっています。

このクーリング・オフ制度に関して、平成20年に国民生活センターが実施した「第38回国民生活動向調査」によると、「制度の内容をある程度知っている」人の割合は80.3%ですが、「制度の内容をよく知っている」人の割合は14.6%となっています。

そこで、消費者が制度を理解して、自主的に解決を図ることができるようにするという観点から、次の指標を設定します。

指標項目	現状値	目標値
クーリング・オフ制度の内容をよく知っている人の割合	14.6%	50.0%

### ④【消費生活センターのホームページのアクセス数】

#### ◇該当重点施策 … 「消費者啓発の推進」「消費者教育の推進」

消費者の自立支援や被害の未然防止・拡大防止のためには、消費者被害の傾向等を踏まえた的確な情報提供が必要であり、啓発チラシの配布や関係団体との連携の強化はもとより、迅速な情報提供の観点からホームページも重要な情報提供手段の一つです。

そこで、被害拡大防止のための緊急情報等を速やかに掲載するとともに、消費者が消費者問題について学習するための媒体として、掲載する情報の充実を図り、ホームページの利用促進に関して、次の指標を設定します。

指標項目	現状値	目標値
消費生活センターのホームページのアクセス数	88,300件	100,000件

### ⑤【あっせんの解決率】

#### ◇該当重点施策 … 「苦情の処理」「あっせん、調停」

苦情相談の解決にあたっては、消費者と事業者の交渉が円滑に行われるように、必要に応じて消費生活センターが両者の間に入るあっせんを行っています。平成21年度のあっせん件数は868件で、苦情相談の約15%に当たり、その解決率は86.5%となっています。

今後、センターにおける相談体制を一層強化するとともに、堺市消費生活条例施行に

よって整備された堺市消費生活審議会のあっせん・調停による解決も促進することで、一層の解決率の向上をめざし、次の指標を設定します。

指標項目	現状値	目標値
あっせんの解決率	86.5%	90.0%

## 第3章 計画推進のための施策

### 1 消費者の権利の尊重 ～消費生活の安全・安心の確保～

市民が安全で安心できる消費生活を実現するためには、商品やサービスの安全性を確保すること等によって危害等の防止を図ることや、生活関連物資の安定供給を確保すること等が必要不可欠です。また、新たな商品やサービスが次々と提供され、その取引方法も多様化している現状においては、表示・広告の適正化や取引環境の適正化、計量の適正化等を図るための施策を推進する必要があります。

#### (1) 危害等の防止

食や住まいをはじめとする消費生活に関する商品やサービスの安全性を確保し、危害等の防止を図ることは、消費者の生命・身体に係わる重要な事項であり、消費者の利益の擁護及び増進のための基本となるものです。

消費生活の安全・安心を確保するため、事業者に対する監視指導や、消費者への的確迅速な情報提供等を行います。

#### ① 食の安全性の確保

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<b>食品関係の監視指導</b> ○ 食品衛生施設に対して、食品衛生監視員 <sup>*6</sup> が定期的に立入調査を行い、食品の衛生的な取扱い、施設設備の衛生管理、各種記録の作成・保存状況等について監視指導を行います。 ○ 市内で製造、流通、販売されている食品等について、食中毒菌、食品添加物、残留農薬などの検査を行います。 ○ 食中毒等の健康被害が発生した場合、直ちに調査を開始し、発生原因の究明に努めるとともに、施設の改善指示や営業の禁止・停止等の必要な措置を講じることにより、被害の拡大防止及び再発防止を図り	食品衛生課

<sup>\*6</sup> 食品衛生監視員…食品衛生法に基づき、市職員のうち薬剤師、獣医師など一定の資格要件を有する者が任命される。営業施設への立入検査、食品衛生に関する監視指導のほか、食品関係施設の許可、食中毒等食品事故の調査などを行う。

	ます。	
2	<b>条例に基づく調査・勧告・公表等</b>	消費生活センター
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 消費生活相談情報等に基づき、市内で製造、流通、販売されている食品等について、消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、若しくは及ぼすおそれがある場合、関係部局と連携し、堺市消費生活条例に基づき、事業者に対して報告徴収や立ち入り調査等必要な調査を行い、必要な場合には、当該商品の供給の中止・回収・公表等を指導・勧告するなど、危害の拡大防止及び再発防止を図ります。また、緊急の必要がある場合には、報道機関への発表やホームページへの掲載等により、消費者に対して速やかに情報提供を行います。</li> </ul>	

## ② 住まいの安全性の確保

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<b>室内空気環境の安全の啓発</b>	環境衛生課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 住宅の新築等で、市民から体調不良の訴えがあった場合、室内のホルムアルデヒド<sup>*7</sup>の簡易測定を行い、換気の指導啓発を行います。</li> <li>○ アレルギー喘息予防教室を開催し、ダニ・カビなど住居衛生対策について啓発を行います。</li> </ul>	
2	<b>建築確認申請の審査、検査</b>	建築指導課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 建築確認申請の審査を厳格に行い、中間検査、完了検査の検査率の向上を図ります。又、建築確認申請の9割以上が民間機関で処理されているため、こうした機関での確かな確認審査、検査が行われているか、定期的な立ち入り等により、適宜再確認を行っていきます。</li> </ul>	
3	<b>住宅・建築物耐震改修等の促進</b>	建築安全課
	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 市民が主体となつて行なう耐震化の取組への支援と、耐震化への阻害要因の解消や軽減を図ることを基本に、耐震化への施策に取組み、昭和56年5月以前に建築された木造住宅の無料耐震診断、その他の住宅・建築物の耐震診断への補助や耐震改修設計及び工事に対する補助を実施します。</li> <li>○ 広報「さかい」やホームページ、リーフレットの各戸配布により、</li> </ul>	

<sup>\*7</sup> ホルムアルデヒド…強い刺激性のある気体で、その水溶液は消毒剤や、防腐剤として使われている。また、接着剤、塗料、繊維等の樹脂加工に使われる樹脂の原料としても広く利用されている、シックハウス症候群の原因となる代表的な化学物質。

	耐震診断や改修に関する情報提供を行うとともに、区民まつりや自主防災組織による催しへの出展や出前講座*8を利用して耐震化の必要性について啓発します。	
4	<b>建築物吹付けアスベストの調査・除去等工事支援</b>	建築安全課
	○ 建築物に吹付けられた建材のアスベストの含有の有無の調査及び除去等工事を促進し、安心して居住・使用できる建築物を増加させるために、調査及び除去等工事に補助を実施します。	
5	<b>老朽建築物の調査、指導</b>	建築安全課
	○ 適正に維持管理されていない老朽化した建築物は、倒壊の危険性や建材の落下・飛散など周辺的生活環境への影響や、火災の発生の恐れ、良好な景観の阻害など、多くの問題を引き起こす恐れがあることから、当該建物の所有者の調査を行い、適正に維持管理するよう指導を行ないます。	

### ③ 消費生活用品の安全性の確保

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<b>家庭用品の試買検査*9</b>	環境衛生課
	○ 衣類やエアゾール製品*10等の様々な家庭用品に含まれる化学物質で、健康被害を起こす恐れのある有害物質について規制基準を規定している「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」に基づき、一般に流通している対象家庭用品の試買検査を実施します。 ○ 基準違反が発見されれば、回収命令を含む監視指導を行い、家庭用品の安全性の確保、消費者の健康被害の発生又は拡大の未然防止に努めます。	
2	<b>電気用品販売事業者への立入検査等</b>	消費生活センター
	○ 電気用品安全法に基づき、事故発生のおそれが多いとして同法で指定された電気用品について、市内販売事業者への立入検査によって技術基準適合マークの表示を確認し、基準を満たさない製品の販売を防ぐことで、事故の未然防止を図ります。	

\*8 出前講座…堺市内に在住、在勤または在学する10人以上で構成された団体やグループが自ら主催する講習会等において、市職員等による市政に関する情報、専門的知識等を活かした内容の講座を実施する。

\*9 試買検査…対象となる商品を購入し、検査すること。

\*10 エアゾール製品…缶の中に液状・粉状の内容物と液化ガスを詰め、ボタンを押すとガスの圧力で内容物が霧状に吹き出す製品。防虫剤・消毒剤などに使用。

3	<b>ガス用品販売事業者への立入検査等</b>	消費生活センター
	○ ガス事業法に基づき、事故発生のおそれが多いとして同法で指定されたガス用品について、市内販売事業者への立入検査によって技術基準適合マークの表示を確認し、基準を満たさない製品の販売を防ぐことで、事故の未然防止を図ります。	
4	<b>消費生活用製品の危害防止に係る調査等</b>	消費生活センター
	○ 消費生活用製品安全法に基づき、特定製品に係る技術基準適合マークの表示義務や、特定保守製品に係る表示義務・説明義務等に関して、市内事業者に対する報告徴収や立入検査等を行い、消費者の生命・身体に対する危害の防止を図ります。	
5	<b>条例に基づく調査・勧告・公表等</b>	消費生活センター
	○ 消費生活相談情報等に基づき、市内で製造、流通、販売されている消費生活用品について、消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼし、若しくは及ぼすおそれがある場合、関係部局と連携し、堺市消費生活条例に基づき、事業者に対して報告徴収や立入調査等必要な調査を行い、必要な場合には、当該商品の供給の中止・回収・公表等を指導・勧告するなど、危害の拡大防止及び再発防止を図ります。また、緊急の必要がある場合には、報道機関への発表やホームページへの掲載等により、消費者に対して速やかに情報提供を行います。	

#### ④ 関係機関等との連携

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<b>関係機関等との連携</b>	消費生活センター
	○ 商品やサービスの安全に関する情報について、国、他の自治体、国民生活センター等の関係機関との間で情報の共有を図り、必要な場合には、当該機関に対し、必要な措置を講ずるよう要請します。	

## (2) 表示等の適正化

多種多様な商品・サービスが次々と登場し、その取引方法も多様化している中で、消費者が自主的かつ合理的な選択を行うためには、適正な取引環境を確保することが必要です。

消費者が適切に商品・サービスを選択することができるよう、表示・広告の適正化や

計量の適正化等を図る施策を推進します。

① 表示・広告の適正化

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<b>食品衛生法に基づく表示の監視指導</b>	食品衛生課
	○ アレルギー物質、食品添加物、期限の設定等の食品表示が適正に行われるよう監視指導を行います。	
2	<b>家庭用品の品質表示に係る調査・指示・公表等</b>	消費生活センター
	○ 家庭用品品質表示法に基づき、同法で定める家庭用品の品質に関する表示事項や遵守事項について、販売事業者等に対して立入検査や報告徴収を行い、違反があれば、適切な措置を取るよう指示を行います。 ○ 事業者が当該指示に従わない時には、その旨を公表します。	
3	<b>条例に基づく調査・勧告・公表等</b>	消費生活センター
	○ 消費生活相談情報等に基づき、市内で製造、流通、販売されている商品について、事業者が不適正な表示・広告を行っている疑いがあると認める場合は、関係部局と連携し、堺市消費生活条例に基づき、当該事業者に対して報告徴収や立入検査等必要な調査を行い、必要な場合には違反事項を是正するよう指導・勧告し、被害の拡大防止及び再発防止を図ります。	

② 包装の適正化

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<b>過剰な包装等の防止</b>	消費生活センター
	○ 過剰な包装等の防止について、事業者には周知するとともに、必要に応じて条例に基づいた調査・指導を行います。	

③ 計量の適正化

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<b>事業所のはかりの定期検査</b>	消費生活センター
	○ 取引・証明に使用されるはかりは、計量法に基づき2年に1回、はかりの精度チェックである定期検査受検義務があるため、その定期検	

	査を実施します。	
2	<b>事業所への立入検査</b>	消費生活センター
	○ 事業所に立ち入り、はかりの定期検査受検の有無や、有効期間のある特定計量器 <sup>*11*12</sup> の管理台帳及び有効期間切れの有無等を検査します。	
3	<b>商品量目<sup>*13</sup>検査</b>	消費生活センター
	○ 内容量を表記して販売されている商品につき、中元期、歳末期及び9月に、百貨店・スーパー等の販売商品について、表記された内容量であるか検査します。また、風袋量 <sup>*14</sup> がわからない商品については、買取りにより検査します。 ○ 不足量が計量法に規定する量目公差 <sup>*15</sup> 等を超えていた場合、指導を行います。	
4	<b>計量制度の普及啓発</b>	消費生活センター
	○ 計量記念日 <sup>*16</sup> の行事として、消費者の計量意識の向上と生産者及び販売者の適正な計量の実施を確保することを目的に、啓発活動を行います。 ○ 毎月1回、使用中はかりの精度を確認してもらうため、家庭用はかりの無料検査を実施します。 ○ 計量強調月間 <sup>*17</sup> に、市施設及び適正計量管理事業所 <sup>*18</sup> にポスターを配布し、啓発を行います。 ○ 計量に関する出前講座を実施し、計量制度の普及啓発を図ります。	

\*11 特定計量器…取引・証明に使用される計量器や一般消費者の生活に使用される計量器のうち、適正な計量の実施を確保するために、その構造又は器差に係る基準を定める必要があるとして、政令で定める計量器をいう。

\*12 有効期間のある特定計量器…有効期間の定められた特定計量器。主なものは、タクシーメーター、水道メーター、電気メーター、燃料油メーター、液化石油ガスメーターなど。

\*13 商品量目…はかりにかけてはかった商品の重さ。

\*14 風袋量…トレーやラップ等の容器・包装やタレ・わさび・ソース等の添え物、吸水紙などの商品ではないものの重量。(風袋量は商品量目に含まれない。)

\*15 量目公差…計量法で認められた商品の計量時に生じる内容量の誤差の範囲。

\*16 計量記念日…11月1日。計量法が国際化及び技術革新への対応と消費者利益の確保という観点から全面改定され、平成5年11月1日に施行されたことによる。

\*17 計量強調月間…計量記念日を含む11月の1ヶ月間。

\*18 適正計量管理事業所…特定計量器を使用している事業所であって、計量器の定期検査及び計量管理の方法について、一定の基準に適合し、適正な計量管理を行っている都道府県知事が認め、指定した事業所。

#### ④ アフターサービスの適正化

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<b>アフターサービスの適正化</b>	消費生活センター
	○ 購入後の商品の保障や修理等、アフターサービスの適正化について周知を図るとともに、消費者から苦情の申出があった場合には、当該事業者に対し適正化に向けた指導を行います。	

### 重点施策

#### (3) 取引の適正化

商品・サービスや取引形態の複雑・多様化に伴い、消費者と事業者の間にある情報量・交渉力の格差はますます拡大しており、消費者被害に陥るリスクが高まっています。消費生活センターに寄せられる相談も、契約・解約に関する内容のものが多く、悪質な商法による被害も多発しています。

このような消費者被害を未然に防止し、消費者取引の適正化を図るため、不当な取引行為を行う事業者に対する指導等を行います。

##### ① 条例違反事業者に対する指導・勧告・公表

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<b>不当な取引行為に対する調査指導等</b>	消費生活センター
	○ 消費生活相談情報等に基づき、不当な取引行為が行われている疑いがあると認めるときは、堺市消費生活条例に基づき、当該事業者に対して資料提出要求や立入検査等必要な調査を行い、必要な場合には違反行為を是正するよう指導・勧告し、また、必要な情報を消費者に提供することで、被害の拡大防止及び再発防止を図ります。	

##### ② 法令遵守のための啓発・指導

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<b>事業者団体との連携による適正な事業活動の推進</b>	消費生活センター
	○ 事業者団体に対し機会を設け、消費生活センターに寄せられた相談	

	事例の紹介、特定商取引に関する法律、消費者契約法など消費生活関連法令の改正や条例の周知などを行い、事業者団体を通じて、事業者と消費者との間に生じた苦情処理の体制整備、事業者自らが事業活動に関して遵守すべき基準の作成の支援等につなげることにより、市民の消費生活における利益の擁護及び増進を図ります。	
--	--	--

### ③ 不招請勧誘<sup>\*19</sup>への対応

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<b>不招請勧誘への対策</b>	消費生活センター
	○ 訪問販売・悪質訪問販売お断りシールや啓発チラシの配布等によって、消費者及び事業者に対して不招請勧誘に関する啓発を行うとともに、消費者の意思表示を明確化することで、トラブルの未然防止を図ります。	

## (4) 物価の安定

消費者が安心して消費生活を営むためには、生活関連物資が安定的に適正な価格で供給されることが必要です。

そのため、その価格の動向や需給の状況、流通の実態等の必要な調査を行い、消費者に情報提供するとともに、必要に応じて、事業者に指導を行います。

### ① 生活関連物資に関する調査、安定供給

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<b>生活関連物資の価格等の調査、情報提供等</b>	消費生活センター
	○ 堺市消費生活モニター <sup>*20</sup> に依頼し、市民の消費生活と関連の深い生活関連物資の価格動向等を調査し、その結果を消費者に情報提供します。 ○ 生活関連物資の価格動向調査等により、生活関連物資が不足し、も	

<sup>\*19</sup> 不招請勧誘…取引を望んでいない消費者に対し、業者が一方的に電話や訪問などの方法により契約締結を勧誘すること。

<sup>\*20</sup> 堺市消費生活モニター…堺市内に居住する消費者問題に関心のある消費者に、商品の価格や量目の調査等の活動を依頼している。

	しくは著しく高騰した場合は、事業者及び事業者団体に対して、生活関連物資を安定的かつ適正価格で供給してもらえよう要請します。	
--	---	--

② 特定物資に関する指定、調査、是正勧告

	主な施策	担当課
	施策の内容	
1	<p><b>物価の安定を妨げる事業者に対する指導・勧告・公表</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 原油価格の上昇や自然災害などにより、生活関連物資の価格が異常に上昇したり、供給不足となった場合には、当該物資を特定物資として指定した上で流通の状況や価格の変動等の調査を実施し、その結果を情報提供します。</li> <li>○ 調査の結果、価格の異常な上昇や供給不足が、事業者の商品等の買い占め・売り惜しみや、社会通念を著しく超える利得を見込んだ価格で供給していること等によると認められるときは、当該事業者に対し、当該行為を是正するよう指導・勧告し、従わない場合にはその旨を公表することで、市民の消費生活の安定を図ります。</li> </ul>	消費生活センター