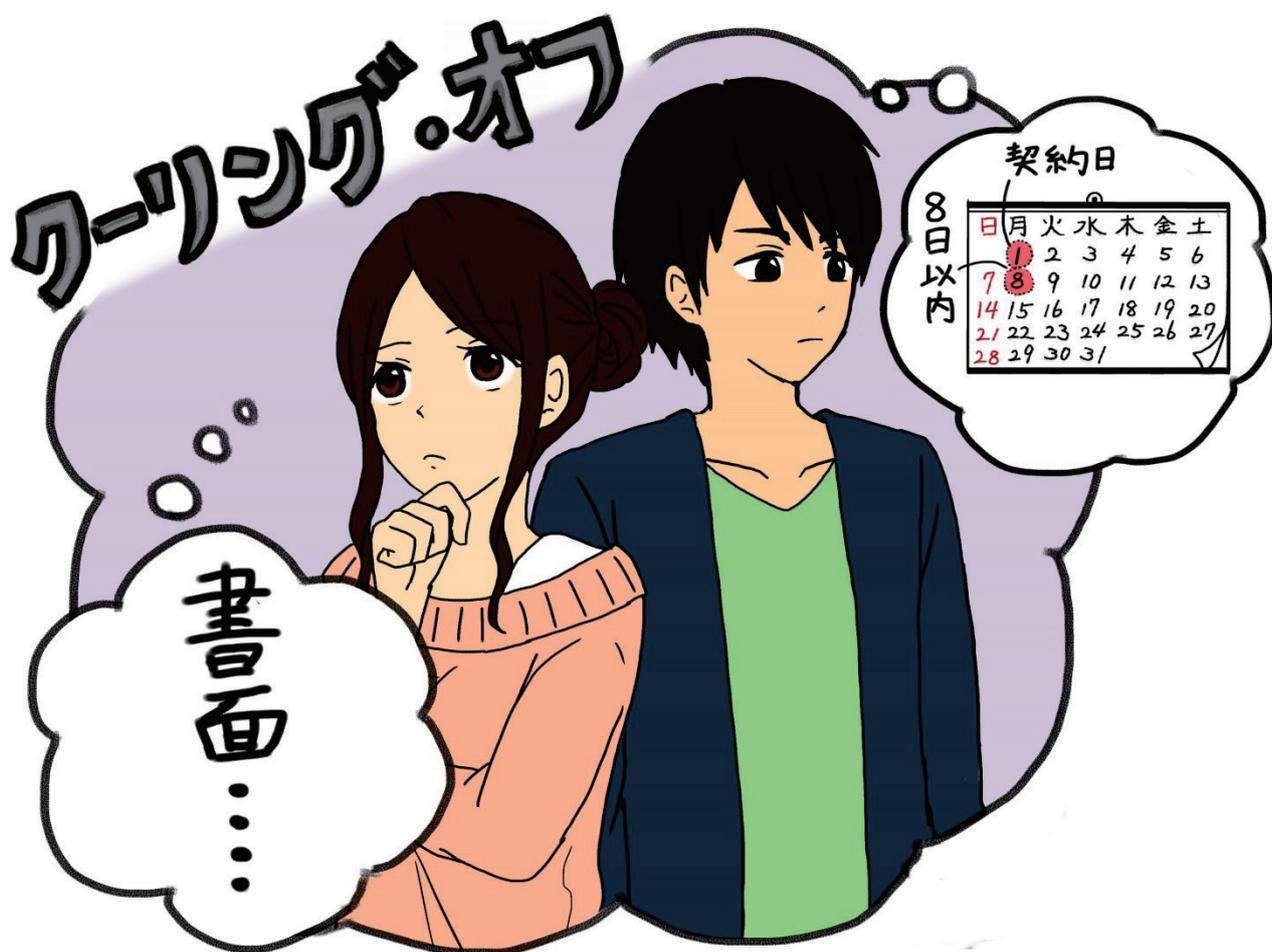


消費者教育参考資料

～消費者教育サポートブック～



広島県環境県民局消費生活課

はじめに

近年、消費者を取り巻く環境は、経済社会のグローバル化・高度情報化の急速な進展等により大きく変化しています。

こうした中、広島県内の消費生活相談窓口においては、年間約3万件の相談が寄せられており、その内容はますます多様化・複雑化しています。

特に10代、20代の若者にとっては、社会経験が少ない中で、インターネットの普及等によりあらゆる世界と身近に接することができるなど、一層、消費者被害に遭いやすい環境となっており、若者一人ひとりが、消費者被害を回避するだけでなく、環境や次世代にも配慮した適切な消費行動がとれる「自立した消費者」となるためにも、消費者教育はますます重要になってきています。

このため、平成24年12月に施行された消費者教育の推進に関する法律を踏まえ、本県では、学校、職場、家庭や地域等、様々な場において、消費者として基礎的知識を身につけ、主体的に質の高い判断ができるよう、消費者教育を推進しています。特に、学校の授業その他の教育活動における消費者教育は重要であることから、消費者教育に使用される教材の充実を図ってきました。

本資料は、こうした動きを踏まえ、今後消費者教育を積極的に進めていくための資料として、これまでの消費者教育参考資料を改訂したものです。

中学校、高等学校等において消費者教育に携わっておられる皆様の参考として活用していただければ幸いです。

平成29年12月

広島県環境県民局消費生活課長

目 次

はじめに

1	知っておきたい契約の基礎知識	4
	(1) 消費者と事業者	
	(2) 契約とは	
	(3) 契約の原則と問題点	
	(4) 消費者と事業者の間の格差	
	(5) 消費者問題	
2	消費者のための法律と制度	6
	(1) 消費者基本法	
	(2) 特定商取引に関する法律	
	①クーリング・オフ制度	
	②中途解約権	
	(3) 消費者契約法	
	(4) 民法（関係部分）	
3	消費者トラブル	16
	(1) さまざまな悪質商法等	
	(2) 若者に多い消費者トラブル事例	
4	クレジットと多重債務	28
	(1) クレジットの種類としくみ	
	(2) 返済方法	
	(3) クレジット利用の注意点	
	(4) 支払い停止の抗弁	
	(5) クレジットカードに関する消費者トラブル	
	(6) 消費者金融	
	(7) 多重債務の整理方法	
	(8) 多重債務に陥らないために	
	(9) 保証人・連帯保証人の責任	

5 若者の消費生活相談状況	38
(1) 相談件数の推移	
(2) 商品・役務別相談件数のTOP20	
6 消費生活相談窓口	39
(1) 広島県	
(2) 県内市町	
(3) 広島県警察本部	
(4) 広島弁護士会	
(5) 広島司法書士会	
(6) 県内のその他の相談窓口	
(7) 県外の相談窓口等	
(8) その他の関係機関	
参考資料	45
(1) ロールプレিশナリオ集	
(2) 生徒用配布素材集	
(3) 関係法令	
○消費者基本法	
○消費者契約法（抜粋）	
○民法（抜粋）	
○広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例	
○消費者教育の推進に関する法律	
(4) 消費者教育ポータルサイト	

1 知っておきたい契約の基礎知識

(1) 消費者と事業者

私たちは、日々の生活の中で、食事や習い事をしたり、ショッピングやレジャーを楽しんだりします。これらの活動は、商品を購入したり、サービスの提供を受けているという意味で、「消費活動」であり、このような活動をする人を、「消費者」といいます。

全ての人は「消費者」であり、一生を通じて、「消費者」であり続けます。

一方で、私たち「消費者」に、商品やサービスを提供する事業をしている人のことを「事業者」といいます。事業者は、会社の場合も、個人営業の場合もあります。

(2) 契約とは

私たちは、毎日の生活の中で、必要なものを購入し、使用したりしています。特に、意識はしていなくても、このような日常生活の営みのほとんどは、契約することによって行われています。

契約とは、単なる約束とは異なり、「法的な権利と義務を伴う約束」をいいます。

(例)

車を買う



売買契約

部屋を借りる



賃貸借契約

就職する



雇用契約

乗り物に乗る



旅客運送契約

(3) 契約の原則と問題点

契約は、当事者双方の意思の合致、すなわち、合意があれば口約束でも成立します。

事業者と消費者との契約など、私人同士の契約については、民法などの法律で定められています。

民法上は、消費者と事業者との関係は対等とされています。

消費者は、事業者との間で、当事者同士の自由な意思に基づいて契約をすることができます。そして、消費者は自分の意思に基づいてした契約によって、事業者から商品やサービスの提供を受け、一方で事業者への代金支払い等の義務を負うこととなります。これが契約の原則です。

しかし、例えば、

ア 街で声をかけられて店に連れて行かれ、高額な化粧品を購入する契約をしてしまった。

イ 自宅にセールスマンが訪問してきて、「要らない」と言っているのに居座られ、困ってしまい布団を購入する契約をしてしまった。

ウ 認知症の高齢者が高額な商品を契約し、生活に困っている。

などのような場合まで原則どおりとすると、消費者の財産や権利を著しく害する結果となってしまいます。



(4) 消費者と事業者の間の格差

法律上、消費者と事業者との関係は対等とされていますが、実際の社会では、消費者と事業者との間には、次のような大きな格差があります。

- ・ 情報の質・量の格差

商品やサービスの性能や価格、商品やサービスが本当に必要か否かを判断する能力、契約条件に関する情報についての格差。

- ・ 交渉力の格差

巧みなセールストーク、強引・脅迫的な売り込み等の勧誘する力の格差、及び裁判となった場合の資金力、法律知識などの格差。

(5) 消費者問題

消費者は、事業者から商品やサービスの提供を受ける際に、その十分な情報を把握できなかったり、事業者の巧みな勧誘に乗ってしまったりする中で、通常であれば必要としないような商品やサービスの提供を受ける契約をしてしまうことがあり、その結果、私たち消費者の財産や権利が侵害されてしまうことがあります。

このような、消費者が事業者から提供を受ける商品・サービス及びその契約をめぐって生じるトラブルを総称して「消費者問題」と言います。

この消費者問題に関しては、消費者の権利の尊重と自立の支援を図る必要があることから、様々な法律やルールが整備されています。

消費者基本法、特定商取引に関する法律（クーリング・オフ制度や中途解約制度、事業者に対する規制）、消費者契約法（契約取消権）などがそれにあたります。

一方、消費者も、進んで消費生活に関する知識を習得し、自主的かつ合理的に行動するよう努めることなどが求められています。

2 消費者のための法律と制度

(1) 消費者基本法（昭和43年5月30日法律第78号）

消費者の権利の尊重と自立支援を目的とした法律です。

ア 制定の背景

大量生産、大量消費の高度経済成長下で顕在化してきた消費者問題に対応するために、昭和43年、消費者保護基本法が制定されました。その後の規制緩和の進展、情報通信技術の高度化等の社会状況の変化にも対応するため、平成16年に、消費者がより自立するための支援をすることを目的に改正され「消費者基本法」となりました。

イ 概要

消費者と事業者との間の情報の質、量と交渉力等の格差を考慮し、消費者の利益の擁護と増進について、消費者の権利の尊重とその自立の支援やその他の基本理念を定めた法律です。さらに、国や地方公共団体、事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となることを定め、消費者の利益の擁護と増進に関する施策の推進を図ることにより、国民の消費生活の安定と向上を確保することを目的としています。

この法律には、消費者の5つの権利が明記されています。（第2条第1項）

- ①安全が確保されること
- ②自主的かつ合理的な選択の機会が確保されること
- ③必要な情報、教育の機会が提供されること
- ④消費者の意見が消費者政策に反映されること
- ⑤被害が生じたときは適切かつ迅速に救済されること

一方、消費者にも、進んで消費生活に関する知識を習得し、自主的、かつ合理的に行動するよう努めること、また環境保全、知的財産の保護に努めなければならない旨の規定（第7条）も設けられました。この法律により、消費者は自立した存在としてその権利を認められるとともに、その責任も明確にされました。

(2) 特定商取引に関する法律（昭和51年6月4日法律第57号）

訪問販売や通信販売等、消費者トラブルを生じやすい取引類型を対象に、事業者が守るべきルールと、クーリング・オフ等の消費者を守るルールを定めています。事業者による違法・悪質な勧誘行為等を防止し、消費者の利益を守るための法律です。（以下、「特商法」と言います）

ア 特商法が適用される取引類型

取引類型	内 容
訪問販売	事業者が消費者の自宅等へ訪問して、商品、権利の販売又は役務（サービス）の提供を行う取引、キャッチセールス、アポイントメントセールス等
通信販売	新聞、雑誌、インターネット等で広告し、郵便、電話等の通信手段により申込みを受ける取引のこと。「インターネット・オークション」も含むが、「電話勧誘販売」に該当するものを除く
電話勧誘販売	電話で勧誘し、申込みを受ける取引のこと。電話をいったん切った後、消費者が郵便や電話等によって申込みを行う場合も該当

取引類型	内 容
連鎖販売取引 (マルチ商法)	個人を販売員として勧誘し、さらに次の販売員を勧誘させるというかたちで、販売組織を連鎖的に拡大して行う商品・役務(サービス)の取引のこと
特定継続的役務提供	長期・継続的な役務(サービス)の提供と、これに対する高額の対価を伴う取引のこと。エステティックサービス、美容医療、語学教室、家庭教師、学習塾、結婚相手紹介サービス、パソコン教室の7つの役務のうち、契約金額が5万円を超え、契約期間が一定期間(※)を超えるものが対象
業務提供誘引販売取引 (内職・モニター商法)	「収入が得られる仕事を提供する」という口実で消費者を誘引し、仕事に必要であるとして、商品等売って金銭負担を負わせる取引のこと
訪問購入	事業者が消費者の自宅等へ訪問して、物品の購入を行う取引のこと

※エステティックサービス・美容医療は1か月、その他は2か月

イ 特商法による主な規制等

取引類型	勧誘行為規制	クーリング・オフ※1
訪問販売	<ul style="list-style-type: none"> ・氏名、目的、商品の種類等の明示(第3条) ・再勧誘の禁止(第3条の2) ・書面交付義務(第4条、第5条) ・不実告知、威迫困惑等の禁止(第6条) 	適用あり 8日間
通信販売	<ul style="list-style-type: none"> ・広告の表示(第11条) ・誇大広告の禁止(第12条) ・オプトイン規制(第12条の3、法12条の5) ※2 ・顧客の意に反して契約の申込みをさせようとする行為等の禁止(第14条) ※3 	適用なし ※4
電話勧誘販売	<ul style="list-style-type: none"> ・氏名、目的、商品の種類等の明示(第16条) ・再勧誘の禁止(第17条) ・書面交付義務(第18条、第19条) ・不実告知、威迫困惑等の禁止(第21条) 	適用あり 8日間
連鎖販売取引 (マルチ商法)	<ul style="list-style-type: none"> ・氏名、目的、商品の種類等の明示(第33条の2) ・不実告知、威迫困惑等の禁止(第34条) ・広告の表示(第35条) ・誇大広告の禁止(第36条) ・オプトイン規制(第36条の3) ※2 ・書面交付義務(第37条) 	適用あり 20日間 20日間経過後も 中途解約可 ※5
特定継続的役務提供	<ul style="list-style-type: none"> ・書面交付義務(第42条) ・誇大広告の禁止(第43条) ・不実告知、威迫困惑等の禁止(第44条) 	適用あり 8日間 ※6 8日間期間経過後も 中途解約可 ※7
業務提供誘引販売取引 (内職・モニター商法)	<ul style="list-style-type: none"> ・氏名、目的、商品の種類等の明示(第51条の2) ・不実告知、威迫困惑等の禁止(第52条) ・広告の表示(第53条) ・誇大広告の禁止(第54条) ・オプトイン規制(第54条の3) ※2 ・書面交付義務(第55条) 	適用あり 20日間
訪問購入	<ul style="list-style-type: none"> ・氏名、目的、商品の種類等の明示(第58条の5) ・不招請勧誘の禁止(第58条の6第1項) ※8 ・再勧誘の禁止(第58条の6第2項、第3項) ・書面交付義務(第58条の7、第58条の8) ・不実告知、威迫困惑等の禁止(第58条の10) 	適用あり 8日間

◎消費者庁 特定商取引法ガイド (<http://www.no-trouble.go.jp/index.html>) を参照

- ※1 期間の起算日は、「法定の申込み書面か契約書面を受領した日」で、いずれも初日を算入します。
例) 訪問販売で、4月10日(木)に契約書面を受取った場合、翌週4月17日(木)までがクーリング・オフ期間となります。
- ※2 オプトイン規制(未承諾者に対する電子メール広告の提供の禁止): 消費者があらかじめ承諾しない限り、事業者が電子メール広告を送信することは原則禁止されています。また、平成29年12月から、通信販売において、ファクシミリ広告を請求等していない消費者に対するファクシミリ広告の提供を禁止する規制が導入されました。
- ※3 例えば、「インターネット通販において、あるボタンをクリックすれば、それが有料の申込みとなることを容易に認識できるように表示していないこと」、「申込みをする際、申込み内容を容易に確認・訂正できるように措置していないこと」等は「顧客の意に反して売買契約等の申込みをさせようとする行為」として禁止されています。
- ※4 消費者が契約を申し込んだり、契約をしたりした場合で、事業者が広告において、返品について特約を表示していない場合は、その契約にかかる商品の引渡しを受けた日から数えて8日間以内であれば、消費者は事業者に対して、契約申込みの撤回や解除ができ、消費者の送料負担で返品ができます。ただし、事業者が広告であらかじめ、返品につき、特約を表示していた場合は、特約によることとなります。
- ※5 クーリング・オフ期間の経過後も、将来に向かって連鎖販売契約を解除することができます。消費者が、同時に商品販売契約を解除することができる条件についても規定されています。
- ※6 特定継続的役務では、エステを受ける際に必要な化粧品や英会話教室で使うCDなど、役務の提供を受ける際に購入する必要がある商品(以下、「関連商品」と言います)についてもクーリング・オフが認められます。ただし、クーリング・オフすることができる関連商品は、政令で定める一定の商品(健康食品、化粧品、書籍教材、CD等)に限られます。
また、関連商品のうち使うと商品価値がなくなる、いわゆる消耗品(健康食品、化粧品など)を使ってしまった場合、その関連商品についてはクーリング・オフができなくなります。
- ※7 クーリング・オフ期間の経過後でも、将来に向かって特定継続的役務提供など契約を解除(中途解約)することができます。事業者が消費者に対して請求できる損害賠償などの額の上限についても規定されています。
- ※8 勧誘の要請をしていない者に対し、相手方の自宅等で勧誘したり、勧誘を受ける意思の有無を確認したりすることは禁止されています。したがって、いわゆる飛び込み勧誘や、査定の依頼があった場合に、査定を超えて勧誘を行うことは、法に抵触することとなります。

① クーリング・オフ制度

ア クーリング・オフ制度とは

商品を購入する方法は「店舗での買い物」のように「自分で買うものを決め、購入しに行く」ものばかりではありません。例えば、「家に業者が訪ねてきて勧誘される」「電話がかかってくる」「道を歩いていて呼び止められ、勧誘される」など、特に商品の購入を考えていないときに、突然業者から勧誘されて契約するという形態もあります。

特商法において、こういった不意打ち的な勧誘で、冷静に判断できないまま契約をしてしまいがちな販売方法に対して、「クーリング・オフ制度」が設けられています。具体的には「訪問販売」

と「電話勧誘販売」です。なお、家庭への訪問販売だけでなく、路上などで声をかけて営業所などへ連れていき、勧誘する「キャッチセールス」と電話等で販売目的を告げずに営業所や喫茶店などへ呼び出して勧誘する「アポイントメントセールス」も法律上「訪問販売」として扱われます。

また、マルチ商法や内職商法のように、仕組みが複雑ですぐには契約の内容を理解することが難しい取引（「連鎖販売取引」及び「業務提供誘引販売取引」）や、継続的に提供されるサービスの中でも、内容が専門的で、その効果の達成などが不確実なことから、大げさなセールストークや長時間の勧誘など不適切な勧誘行為が行われやすい、エステティックサービス、美容医療、語学教室、家庭教師、学習塾、結婚相手紹介サービス、パソコン教室の7業種（「特定継続的役務提供」）についても、クーリング・オフ制度が設けられています。

さらに、業者が消費者宅等を訪問し、消費者から物品を買い取っていく「訪問購入」にも、クーリング・オフ制度が導入されました。（平成25年2月から）

【特商法で規定されているクーリング・オフができる取引】

- ・訪問販売（第9条）
- ・電話勧誘販売（第24条）
- ・連鎖販売取引（マルチ商法）（第40条）
- ・特定継続的役務提供（第48条）
- ・業務提供誘引販売取引（内職・モニター商法）（第58条）
- ・訪問購入（第58条の14）

通信販売は
クーリング・オフできません！

イ クーリング・オフの効果

クーリング・オフの権利を行使すると契約は解除され、支払ったお金は返金されます（※）。また、解除に伴う違約金や損害賠償金などを支払う必要はありません。さらに、商品を受け取っている場合の返送費用は販売業者の負担とされ、提供済みの役務の対価の支払いも不要です。

※訪問購入の場合、消費者は売った物品を返還してもらい、売却時に受け取ったお金を返金することになります。

ウ クーリング・オフの方法

クーリング・オフは法定期間内に書面（通知）を出せば、相手に届くのはクーリング・オフ期間後でも問題ありません（発信主義）。証拠が残るように、内容証明郵便や簡易書留・特定記録郵便にして郵便局から発送します。内容証明郵便以外のときは、通知先や内容が手元に残るように両面をコピーして保管しておきます。（期間についてはp.7のイの表のとおり）

支払いについてクレジット契約をしている場合は、クレジット会社に通知をしますが、販売店にも通知した方が良いでしょう。

【はがきで通知するときの記載例】

<p>切手</p> <p>簡易書留 又は 特定記録郵便</p>	<p>郵便はがき</p> <p>□□□-□□□□</p> <p>株式会社 × × × ×</p> <p>御中</p> <p>(表面)</p>	<p>氏名 □□□□□□□□</p> <p>住所 □□□□□□□□</p> <p>平成○年○月○日</p> <p>なお支払った○○万円はお返しく下さい。 商品は早急にお引き取りください。</p> <p>販売店名 ○○○○○○</p> <p>右契約(申込み)は解除(撤回)します。</p> <p>契約(申込み)日 ○○年○月○日</p> <p>商品名 ○○○○○○</p> <p>契約金額 ○○○○○○円</p> <p>契約の解除(申込みの撤回)の通知</p> <p>(裏面)</p>
---	--	---

既に代金を支払っている場合や、受け取った商品がある場合に記入します。

エ クーリング・オフができない場合

- 金融取引に関するもの：株，投資信託の売買等
- 通信・放送に関するもの（※）：電話，プロバイダー契約等
 - ※初期解約制度など他の法令に基づいて契約解除できる場合があります。
- キャッチセールスによる飲食の提供，カラオケ，マッサージ等
- 3,000円未満の現金取引
- 政令で指定された消耗品（健康食品，化粧品等）を使用，消費したとき
- 自動車販売，自動車リース，葬儀等
- 訪問購入のうち，
 - ・自動車（二輪を除く），家庭用電気機械器具（携行が容易なものを除く），家具，書籍，有価証券，CD・DVD等

※上記の他にもできない場合があります。詳しくは，消費生活相談窓口にお問合せください。

② 中途解約権（特商法第40条の2，第49条）

特定継続的役務提供（エステティックサービス，美容医療，語学教室，家庭教師，学習塾，パソコン教室，結婚相手紹介サービス）の契約及び連鎖販売取引（マルチ商法）の契約については，クーリング・オフ期間経過後でも，理由を問わず，一定の損害賠償額を支払うことで中途解約をすることができます。

ア 特定継続的役務提供における中途解約ができる条件と損害賠償額の上限

業 種	条 件		損害賠償額の上限 ※3	
	契約期間	契約金額 ※2	サービス開始前	サービス開始後
エステティックサービス	1月を超えるもの	いずれも5万円を超えるもの	2万円	2万円または契約残額の10%のいずれか低い額
美容医療 ※1			2万円	5万円または契約残額の20%のいずれか低い額
語学教室	2月を超えるもの		1万5000円	5万円または契約残額の20%のいずれか低い額
家庭教師			2万円	5万円または1か月の授業料のいずれか低い額
学習塾			1万1000円	2万円または1か月の授業料のいずれか低い額
パソコン教室			1万5000円	5万円または契約残額の20%のいずれか低い額
結婚相手紹介サービス			3万円	2万円または契約残額の20%のいずれか低い額

※1 平成29年12月から脱毛や歯のホワイトニングなど一部の美容医療が対象となりました。

※2 契約金額は、入学金、受講料、教材費、関連商品など契約の総額

※3 損害賠償額のうち、関連商品（化粧品、教材等）については別途精算することになります。また、クレジットを利用した場合には、クレジット業者に対しても中途解約の効力が及ぶが、クレジット手数料が別途必要となります。

イ 連鎖販売取引（マルチ商法）の中途解約

次の条件を全て満たす場合、その商品を返品して連鎖販売取引契約を解除することができます。

【条件】

- 1 入会后、1年を経過していない
- 2 引き渡しを受けてから90日を経過していない商品である
- 3 商品を再販売していない
- 4 商品を使用または消費していない（故意に使用または消費させられた場合を除く）
- 5 自らの責任で商品を滅失または棄損していない

◎購入商品返品時の損害賠償額の上限

商品の引き渡し前又は商品が返還された場合	その商品の販売価格の10%に相当する額
商品が返還されない場合	その商品の販売価格に相当する額

(3) 消費者契約法（平成12年5月12日法律第61号）

消費者契約法は消費者と事業者の情報力・交渉力の格差を前提として、消費者の利益擁護を図ることを目的とした法律です。

ア 対象となる契約（第2条）

消費者（個人）と事業者が締結する契約で、労働契約を除くすべての契約

※個人であっても自らの事業として又は自らの事業のために契約の当事者となる場合は除く

イ 努力規定（第3条）

事業者は、契約内容について明確・平易にするよう配慮するとともに、勧誘に際して事業者に必要な情報を提供するよう努めなければならない。

消費者は、事業者から提供された情報を活用し、契約内容を理解するよう努めるものとする。

ウ 契約の取消（第4条）

勧誘時に次のような行為により、消費者に**誤認・困惑等**があり契約した場合、その契約を取り消すことができます。（誤認したことに気付いたときから1年以内。ただし、契約から5年を経過すると、取消はできなくなります）

- ① 不実告知：取引の重要事項について、事実と異なることを告げる。

例) 事故車ではないと説明され中古車を購入したが、実は事故車だった。

- ② 断定的判断の提供：将来における価額、将来における消費者が受け取るべき金額その他の将来における変更が不確実な事項について断定的な判断を提供する。

例) 絶対に儲かると言われて株を購入したが、値が下がり、損をした。

- ③ 不利益事実の不告知：消費者の利益となる旨を告げながら、重要事項について消費者の不利益となる事実を故意に告げない。

例) 角地で日当たり良好と言われて家を購入した後、マンションが建った。契約時に業者は建設計画を知っていたのに言ってくれなかった。

- ④ 不退去：消費者の住居又は業務を行っている場所から退去しない。

例) 教材の訪問販売員に「要らないから帰ってくれ」と言ったのに、深夜まで居座られ、仕方なく契約してしまった。

- ⑤ 退去妨害：勧誘場所から消費者を退去させない。

例) 絵の展覧会でしつこく購入を勧誘され、「帰りたい」と言っても帰してもらえなかったので、契約してしまった。

- ⑥ 過量契約：契約の目的物の分量等が消費者にとっての通常分量等を著しく超えるものであることを勧誘の際に事業者が知っていた場合において、消費者が、契約の申込み又は承諾の意思表示をした場合。

例) 一人暮らしでありあまり外出もせず、日常的に着物を着ていない高齢者に対して、事業者がそうした事情を知りながら、着物を何十着も販売した。

エ 不当条項（第8条～第10条）

消費者が事業者と結んだ契約において、次のような契約条項は無効となります。

- ① 事業者の損害賠償責任を免除する条項：損害賠償責任を「全部免除」又は「故意又は重過失の場合は一部を免除」する条項

例) 「当ジムは、会員の施設利用に際し、生じた傷害、盗難等の人的・物的いかなる事故についても一切の責任を負いません」という条項

- ② 消費者の解除権を放棄させる条項：事業者の債務不履行により生じた消費者の解除権を放棄させる条項

例) 「販売した商品については、いかなる理由があっても、ご契約後のキャンセル・返品はできません」という条項

- ③ 消費者が支払う損害賠償の額を予定する条項等：契約の解除の伴う事業者に生ずべき平均的な損害を超える部分や、遅延損害金につき年利14.6%を超える部分についての条項

例) 「合格者は所定の期限までに手続きを完了しなければ入学資格を失います。いったん納付された入学金及び授業料は、いかなる事情があっても返金しません」という条項

- ④ 民法、商法その他の任意規定による場合に比べ、消費者の権利を制限し、又は消費者の義務を加重するもので、民法の信義則に反して消費者の利益を一方的に害するもの

例) ウォーターサーバーのレンタルと水の宅配の契約に関する無料お試しキャンペーンの規約の中に、「無料お試し期間中に、貸出しを受けた全てのレンタル商品が返却されなかった場合は、新たな有料の契約に自動的に移行します」という条項

(4) 民法（明治29年4月27日法律第89号）（関係部分）

民法は、本来対等な当事者間の関係を前提としていますが、十分な判断力がないと認められる未成年者や後見を受ける人などの行った契約について、一定の場合に取消を認めることで、これらの人の財産や権利を保護しています。

ア 未成年者の契約（第5条～）

未成年者（満20歳未満の者）が契約する場合には、法定代理人（一般には親権者）の同意が必要です。ただし、未成年者が一方的に得をする契約（例えば「お年玉をもらうこと」や、「借金を免除してもらうこと」）は、未成年者単独でもできます。法定代理人の同意を得ないでした契約は、本人又は法定代理人が取り消すことができます。

ただし、次のような場合には取り消すことができません。

- ・ 法定代理人から処分を許された小遣いの範囲内で少額（※）の契約をする場合
※親の経済状況にもよるが、概ね中学生：3,000円程度、高校生：5,000円程度。
ただし、お年玉などの臨時収入については別途判断を要す。
- ・ 法定代理人から許された営業に関する取引の場合
- ・ 結婚している場合
- ・ 成年者であるとか、親の同意を得ているなどと詐術を用いて契約した場合
- ・ 法定代理人の追認がある場合

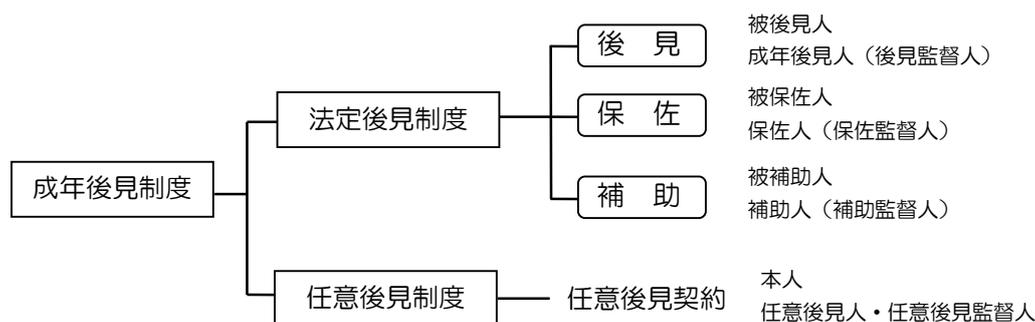
※未成年者が成年に達した後、又は成年に達した未成年者自身又は法定代理人が追認することができます。代金の支払いなど債務の履行した場合などは追認したものとみなされます。

イ 成年後見制度（第8条～）

加齢や病気などによる判断能力の不十分な方の消費者トラブルが増加しています。

この場合、契約締結時に契約者の判断能力等が欠如していたことを証明できれば、意思能力のない者の契約として無効となる可能性があります。過去に遡って当時の能力について客観的な証明をすることは容易ではありません。

そこで、このような方を保護するための制度として、成年後見制度があります。成年後見制度には、「法定後見制度」と「任意後見制度」があります。



①法定後見制度

本人や家族等の申立てにより家庭裁判所が審問、調査、鑑定などを経て審判し、後見人等（複数や法人も可能）を選任します。補助の申立ての場合は、本人の同意が必要となります。

後見人等（成年後見人、保佐人、補助人）は、本人の利益を考えながら、本人が自分で契約等をするときに同意を与えたり、本人が同意を得ないでした不利益な契約等を取り消したりすることで、本人を保護、支援します。

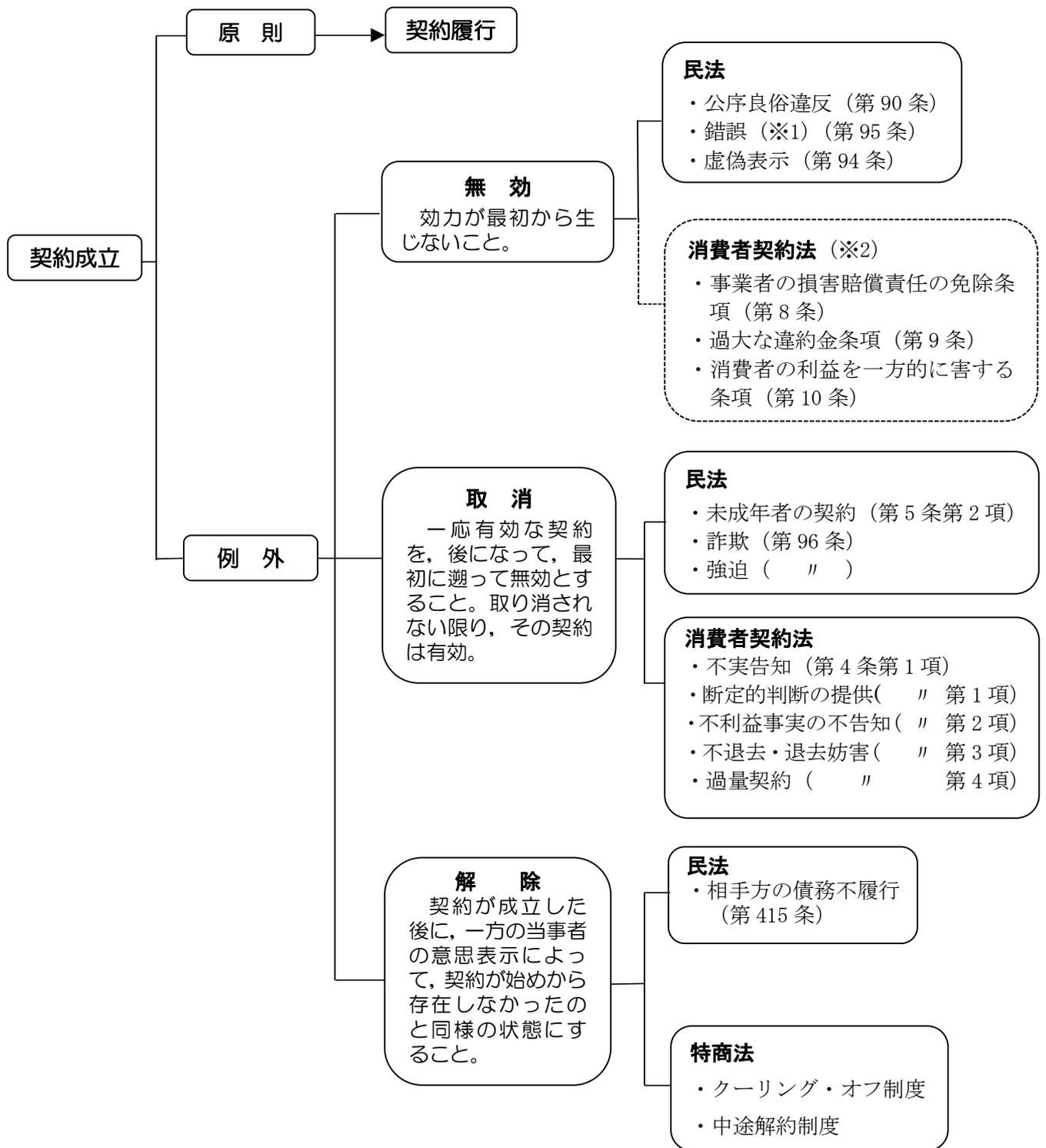
この制度には、次の種類があります。

- 後見 … 判断能力を欠くのが通常の状態にある人を対象
(日用品の購入等日常生活に関する行為以外の行為は取り消すことができます。)
- 保佐 … 判断能力が著しく不十分な人を対象
(不動産の売買など重要な法律行為については、保佐人の同意が必要です。保佐人の同意を得ないでした重要な法律行為は取り消すことができます。)
- 補助 … 判断能力が不十分な人を対象
(あらかじめ申し立てた行為については、補助人の同意が必要です。補助人の同意を得ないでした補助人の同意が必要な行為は取り消すことができます。)

②任意後見制度

将来、判断能力が不十分になった場合に備えて、事前に後見人にしようとする者と公正証書で任意後見契約を締結し、登記しておく制度です。

◆契約の解約制度一覧



※1 錯誤とは、思い違いのこと。錯誤により無効となるのは、単なる思い違いではなく、法律行為の内容の重要な部分に錯誤があり、もしその錯誤がなかったら契約締結の意思表示をしなかったであろうと認められる場合である。

※2 契約全体が無効となるのではなく、契約の該当条項のみが無効となる。

3 消費者トラブル

(1) さまざまな悪質商法等

名 称	主な商品・サービス	主な勧誘の手口・特徴と問題点
キャッチセールス	化粧品, 美顔器, エステティックサービス, 絵画, タレントスクール	駅や繁華街の路上でアンケート調査などと称して呼び止めて, 喫茶店や営業所に連れて行き, 不安をおおるなどして商品やサービスを契約させる。
アポイントメントセールス	アクセサリ, 会員権, パソコンソフト	「賞品が当たった」「特別モニターに選ばれた」などと, 販売目的を明らかにせず, 電話やダイレクトメールで喫茶店や事務所へ呼び出し, 契約しないと帰れない状況にするなどして商品やサービスを契約させる。
マルチ商法	健康食品, 化粧品, ファンド型投資商品, 飲料	販売組織の加入者が新規加入者を誘い, その加入者がさらに別の加入者を誘引することで組織を拡大して行う商品・サービスの取引。新規入会金や商品購入代金等を負担することで利益が得られると勧誘する。SNSを利用して行う勧誘もある。ネットワークビジネスなどとも言う。
出会い系サイト		SNSなどで近づいて言葉巧みに誘導し, 出会い系サイトに登録させ, 登録料やメール交換に必要なポイント代などを請求する。出会い系サイトの中でサクラなどを使って頻繁にメールのやりとりをさせ, 高額な利用料金を支払わせるケースもある。
ワンクリック請求	アダルト情報サイト	インターネットのアダルトサイトなどで, 利用料金や利用規約を明確にせず, 消費者がクリックすると「登録完了」「料金〇万円」などと表示し, 高額な料金を請求する。
無料商法	アダルト情報サイト, デジタルコンテンツ, 出会い系サイト, 健康機器	「無料サービス」「無料体験」「無料で閲覧」など「無料」であることを強調して勧誘し, 最終的に商品やサービスを契約させたり, 利用料を請求したりする。
不当・架空請求		メールや電話, はがきで覚えがない利用料を請求する。「職場や自宅に請求に行く」「裁判, 強制執行する」など脅迫めいた文章が並んでいることが多い。
開運商法	祈祷サービス, アクセサリ, 印鑑, 数珠	「運が開ける」「幸福になる」といったセールストークや, 「購入しないと不幸になる」などの不安をおおる言葉で勧誘し, 商品やサービス(占い, 祈祷など)を契約させる。
二次被害	株, ファンド型投資商品, 土地, 会員サービス, 資格教材	以前契約をした商品やサービスについて「損を取り戻してあげる」などと電話等で勧誘し, これまでにあった被害の救済を装って金銭を支払わせる。
次々販売	ふとん類, 投資商品	消費者が一度契約すると, その後次々と必要のない商品やサービスを販売して過剰な量の契約をさせる。複数の業者が入れ替わり次々に販売するケースもある。

名 称	主な商品・サービス	主な勧誘の手口・特徴と問題点
利殖商法	ファンド型投資商品, 公社債・株, 社債分譲マンション	電話や自宅への訪問によって「値上がり確実」「必ずもうかる」「損はさせない」などと利殖になることを強調し, 投資や出資を勧誘する。複数の人物が登場し, あの手この手で勧誘する劇場型勧誘が多いのも特徴。
サイドビジネス商法・内職商法	健康食品, ホームページ作成, 化粧品	「在宅の簡単な仕事で高収入が得られる」「資格・技術を身に着けて在宅ワーク」などと勧誘し, 高額な教材などを売りつける商法。収入はほとんど得られないうえ, 支払だけが残る。
催眠商法	ふとん類, 電気治療器, 健康食品	「景品をプレゼントします」「健康に良い話をする」と言って人を集め, 閉め切った会場で日用品などを次々と無料で配る等, 雰囲気盛り上げて興奮状態にして, 最終的に高額な商品売りつける。
ネガティブオプション (送りつけ商法)	カニ, 健康食品, 書籍, 印刷物, DVD	注文をしていないにもかかわらず, 商品を一方的に送りつけ, 受け取った消費者に, 購入しなければならないものと勘違いをさせて支払わせることを狙った商法。代金引換郵便を悪用したものもある。
買え買え詐欺 (劇場型勧誘)	ファンド型投資商品, 公社債・株, アクセサリー	複数の事業者名で役割を演じ分けて電話で消費者に近づき, 様々な口実で金融商品等を買うように仕向け, 消費者がお金を支払うといっせいに行方をくらます手口。大手企業と紛らわしい社名や公的機関をかたる場合もある。
ネット通販詐欺	服飾雑貨一般, 海外ブランド品	インターネット通信販売で商品を購入する申込をし代金を支払ったのに, 商品が届かなかったり, 注文したものと異なる商品が届き, 連絡も取れなくなる。ブランド品を注文したところ, 明らかなニセモノが届き, 事業者が返品に応じないという相談も多い。

出典：「くらしの豆知識'16」(独立行政法人国民生活センター発行) (一部追加・変更しています。)

(2) 若者に多い消費者トラブル事例

◆キャッチセールス

休日に一人で街を歩いていたら、「アンケートに教えてください」と呼び止められた。アンケートに答えると、「お肌チェックをサービスします」と誘われ、お店に案内された。すると「シミができていて大変！」などと言われ、不安になって高額な化粧品セットを契約してしまった。

街を歩いていたら、絵ハガキを配っていたので受け取ると、「絵を見ていきませんか？」と近くの店に誘われた。「どの絵が一番好きですか？」と聞かれたので適当に答えたところ、その絵を買うようしつこく勧められ、仕方なく契約してしまった。

【アドバイス】

キャッチセールスの被害者の多くは10歳代後半～20歳代の若者で、契約した商品・サービスは、化粧品、エステティックサービス、アクセサリ、美顔器、絵画などです。

キャッチセールスは、訪問販売に当たるとして特定商取引に関する法律の適用を受けるので、契約書を交付された日から8日以内であれば、クーリング・オフできます。

【トラブル回避のポイント】

・簡単について行かない

「無料」「プレゼント」といった魅力的な言葉に惑わされず、安易について行かないようにしましょう。

・強引な勧誘はきっぱり断る

密室で長時間勧誘したり、数人で取り囲んで、契約するまで帰れない雰囲気を作るのが悪質業者の手口です。セールスだと分かったら、毅然とした態度できっぱりと断りましょう。

・安易に連絡先を教えない

アンケートに記入した住所や電話番号は、その後のダイレクトメールや電話でのしつこい勧誘に繋がります。また悪質な名簿業者に売られる危険もあります。安易に教えないようにしましょう。

・「今だけ」「今なら」の甘い言葉につられない

「今なら特別価格」「今日までこの値段」「あなただけ特別」といった言葉は、今すぐ契約させたいセールストークにすぎません。惑わされないようにしましょう。

◆アポイントメントセールス

突然「抽選に当選しましたので賞品を取りに来てください」と電話がかかってきた。言われた事務所に行ってみると、「ところで、電化製品や国内旅行が格安になる会員サービスに加入しませんか？」と言われ、長時間の勧誘に根負けして契約してしまった。

知らない男性から「アンケートに答えてもらえませんか？」と電話がかかった。話しているうちに親しくなり、会うことに。待ち合わせたカフェで雑談した後、「僕がデザインした宝石の展示会をしているので見てほしい」と誘われ展示会場に行った。100万円もするダイヤの指輪を勧められ、「高額で払えない」と断ったが、強引に説得され断りきれずに契約してしまった。

【アドバイス】

アポイントメントセールスのうち、異性から電話がかかり、異性間の恋愛感情を利用して契約させるものをデート商法といいます。「景品が当たった」「会って話したい」などの呼び出しに応じると、何時間も数人の販売員に勧誘され、契約せざるを得なくなることもあります。

アポイントメントセールスは特定商取引に関する法律の適用を受けるので、契約書面を交付された日から8日以内であればクーリング・オフできます。

【トラブル回避のポイント】

・知らない異性、相手からの連絡は要注意

アポイントメントセールスでは甘い言葉が並べられます。また、デート商法では恋愛感情につけ込み、契約させます。見知らぬ相手からの電話には気を許さず、不審な電話やメールは相手にしないことが大切です。

・安易に会いに行ったり、足を運んだりしない

「話を聞くだけでも・・・」と言われ、会いに行ったら最後。契約するまで帰してもらえない状況に陥ることもあります。よく知らない人と会う前に周りに相談するなどじっくり考えましょう。

◆通信販売

雑誌の通販でワンピースを申し込んだ。写真で見るととてもきれいな色だったので着るのを楽しみにしていたが、届いたワンピースを見ると、なんとなく色がくすんでいるような気がして、思っていたのとイメージが違う。雑誌に書かれていた規約には「お客様都合での返品は受け付けません」と書かれていたが、返品はできないのだろうか。

【アドバイス】

テレビや雑誌広告、カタログ、チラシなどで商品を見て注文・購入する通信販売は、実物を見ることができないため、トラブルが起りやすいもの。返品など、購入にあたっての条件をきちんとチェックしておく必要があります。通信販売は、訪問販売等のような「不意打ち性」がないため、広告に「返品不可」と記載されていれば、消費者側の都合で一方向的に返品することはできません。

【トラブル回避のポイント】

・商品の広告等は取っておく

通信販売は「広告と違う！」というトラブルが多くあります。広告や注文の控え等は商品を使用するまで保管しておきましょう。

・広告の業者をチェックする

通信販売業者は、特定商取引に関する法律により、1. 商品代金、送料及びそれ以外の必要経費、2. 代金の支払い時期、支払い方法と商品の引き渡し時期、3. 返品・交換について、4. 販売業者名、5. 住所、連絡先（電話番号等）、6. 不良品の取り扱いについて、7. その他特別な販売条件があるときはその条件を表示することが義務付けられています。一部、「請求により上記事項を記載した書面を交付する、又は電子メールで提供する」場合は省略することができますが、これらがきちんと表示されていない業者は避けた方が無難です。また、住所が記載されていても、架空である場合がありますので注意が必要です。

・取引条件をしっかりと読む（クーリング・オフの対象外！）

通信販売はクーリング・オフの対象外です。返品可否や期間、支払い方法など取引条件をよく読み、返品不可の商品や代金先払いなどトラブルになりやすい商品はできるだけ避けましょう。

（返品特約の有無などの表示がなく、返品出来るか出来ないかの明瞭な表示がない場合は商品が届いてから8日以内なら送料を負担すれば返品できます。）

信頼できる販売会社を選びましょう。

広告の中にJADMA(ジャドマ)マークがあれば、その業者が
(公社)日本通信販売協会の正会員である目印になります。



◆インターネットショッピング・ネットオークション

大手のショッピングサイトで欲しいブランドの財布が売り切れていたの、ネット検索し、欲しいものがヒットしたサイトで注文した。翌日注文承諾メールが来て、振込先として個人名義の口座を指定された。サイトには「振り込みを確認してからすぐに商品を送る」とあったが、支払い後すでに2週間経っているのに届かない。何度かメールを送ったが返事も無い。

人気アイドルグループのコンサートチケットを落札し、代金を振り込んだのにチケットが届かない。メールや電話で催促すると「チケットの準備ができ次第発送します」などと言うが、その後もチケットはいっこうに届かない。このままではコンサートの日までにチケットを入手できそうにない。相手のオークションの評価欄を見たところ、他にも大勢の人と同じようなトラブルになっているようだ。

【アドバイス】

24時間注文できる便利なインターネットショッピングや欲しいと思っていた商品を安く、またレアな商品をゲットできるネットオークションは楽しく、利用者は増えています。しかし、代金を先に払って後で商品が届くシステムが多いことから、商品が届かない、違うものが送られてきた、返品や返金、交換に応じない、相手と連絡が取れなくなってしまったなどのトラブルが多発しています。また、ネットオークションに出品した場合、落札者にきちんと商品を送ったにもかかわらず、商品が届いていない、壊れていると言いがかりをつけられ、代金が振り込まれないといったトラブルに巻き込まれることがあります。

【トラブル回避のポイント】

・広告内容を確認する

インターネット上のショップにも「特定商取引に関する法律」に基づく表示が義務付けられています。守られていない場合は避けた方が無難です。広告内容や注文時のやり取りのメールなどの控えも保管しておきましょう。

・ショップや出品者、サイトの評判を調べる

ネットショップの場合、ショップの名前で検索し、評判をチェックしてみましょう。ネットオークションの場合は出品者の評価を読んだり、オークションサイトそのものの評判もチェックしておきましょう。利用者規約や料金についての説明が、誤解を招きやすい表現の場合もありますからよく読みましょう。

・個人出品者は・・・

ショップは連絡先の表示等、法律で規制されていますが、個人出品者には規制がありません。携帯電話やフリーのメールアドレスしか分からない相手との取引は、トラブルになっても相手を特定できないこともありますから、避けた方が無難です。

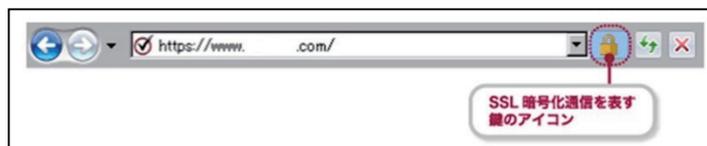
高額な商品は、エスクローサービスを利用している業者や相手方を選びましょう。

※エスクローサービスとは

売り手と買い手の間に入って、買い手から購入代金を預かり、売り手が買い手に商品を配送したことを確認後に代金を売り手に送金する精算代行サービス。手数料や手順などの細かい点は、サービスを提供する企業や売買契約の内容等によって異なります。

クレジットカードナンバーや自分の個人情報など重要なデータを送信する場合は、通信データを途中で盗み見られる可能性があるため、そのホームページが暗号化システムを採用しているかどうかを確認しましょう。

採用しているかどうかは、個人情報を入力する画面に鍵のアイコンが閉じた形で表示されているかどうかで分かります。



◆フリマアプリのトラブル

娘がスマートフォンで「フリマアプリ」をダウンロードし、1か月で500点以上、合計約300万円の商品を購入していた。夫と私のクレジットカードを財布から抜き出し、カード番号等を入力して支払っていた。

【アドバイス】

「フリマアプリ」は、オンライン上で実際のフリーマーケットのように出品、購入ができるアプリケーションです。多くのフリマアプリでは、代金のやり取りは運営会社を通して行われ、商品が買い手に到着した後に運営会社から出品者に代金が支払われるシステムになっています。しかし、簡単に商品を購入できることから、想像以上に高額な買い物になってしまうケースがあります。

【トラブル回避のポイント】

・利用規約をしっかりと確認してから利用する

トラブルが発生しても、運営会社の規約に規定がなければ、解決は個人間の話し合いに委ねられ、解決が難しい場合もあります。フリマアプリをダウンロードする際は、規約を理解したうえで慎重に利用しましょう。

◆ SNS 広告での定期購入トラブル

SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の広告を見て、初回限定 500 円、送料無料の化粧水モニターコースをクレジット決済で申し込んだ。一度使ってみたが肌に合わず、今後は申し込まないつもりでいたのに、今日また化粧水が送られてきた。

業者のホームページを確認すると、申し込んだときには気づかなかったが、最低 3 回以上の継続購入が条件となっていた。一方、「30日間返金保証についての基本要項」では、肌に合わなかった場合は全額返金すると書いてある。解約したいが、できるだろうか。

【アドバイス】

特に最近では、SNS 上に表示される広告がきっかけとなったトラブルも増加しています。SNS などの広告を見て、通常より大幅に安い価格にひかれ、「1回だけ」のつもりで化粧品やサプリメントを購入したところ、実際は複数回買わなければならない定期購入が条件だったという相談が寄せられています。

【トラブル回避のポイント】

・ 契約条件をしっかりと確認する

SNS 上の広告だけでなく、リンク先の通販サイトの表示や利用規約もよく確認しましょう。

申込の際は、定期購入になっていないかなど、契約内容をしっかりと確認しましょう。スマートフォンでは、画面をスクロールした最後の方に、小さい文字で条件等が書かれている場合があるので、注意が必要です。

・ SNS 上で知り合った人のプロフィール情報や書き込み内容等を、鵜呑みにしない

SNS 上で知り合った人の勧誘によるトラブルも多くあります。SNS を利用する際は、登録・掲載する個人情報がどのように広告等へ利用されるのかなど、利用規約等を確認しておくことも大切です。

◆ 連鎖販売取引（マルチ商法）

大学の友人に「人脈が広がる組織がある」と誘われて会った組織の人に「加入して仲間を増やせば将来につながる」と言われ、興味を持ったが、加入するには 50 万円の資産運用ソフトを購入する必要があった。「支払えない」と断ったが、「消費者金融で借りればよい」と教えられ、借金して支払った。ソフト購入者を紹介すればマージンが入るが、知人から怪しい組織ではないかと指摘された。高額でもあるので解約したい。

【アドバイス】

連鎖販売取引、いわゆるマルチ商法は、特商法で 20 日間のクーリング・オフ期間が設けられています。特商法では、ほかにも氏名、目的、商品の種類等の明示や不実告知、威迫困惑等の禁止、書面の交付義務など、厳しい規制を設けています。マルチ商法に勧誘されるのは、20 歳代の若者や主婦など商取引に不慣れな人が多く、また、入会の際に高額な商品を購入する等の金銭的な負担が必要となること、また、人を紹介することによりマージン等の収入がある仕組みになっていることが特徴です。

【トラブル回避のポイント】

・一部の成功例を挙げた勧誘を信用しない

勧誘する際、特異な成功例を挙げ、誰でも簡単に高収入が得られるかのような説明がなされますが、実際には説明どおりの収入を得ることは稀です。このため、思うように勧誘できず、販売実績を上げるためにさらに自分で商品を買込むなど、大きな経済的な損失を負います。

・親しい人からの勧めでも、もうけ話を安易に信用しない

友人などからの話であっても、契約の内容に少しでも不明な点があったらすぐに契約しないことです。何が不明かも分からない場合は、周りの信頼できる人に相談するなどして、どのような内容なのかを慎重に考えましょう。契約の内容を理解しないまま友人を信用して販売組織の会員になり、他の友人を誘ってしまうと、誘った人との間でトラブルになることも多く、気がついたら友人関係が崩壊し、加害者になってしまう場合もあります。

・多額の借金をしてまでもうけ話に乗らない

経済的余裕がないのに多額の借金をすること自体、大きなリスクです。そこまでして契約したとしても、借金を上回る利益が得られる保証はなく、多重債務や自己破産にも繋がりがねません。

◆内職商法（アフィリエイト）

在宅ワークのサイトに資料請求したところ、業者から電話があり、アフィリエイトの仕事を勧められた。サイトを作り、商品の広告を掲載し、商品が売れば紹介料が入ると説明された。サイトを作るのにお金がかかると言われ迷ったが、「収支がマイナスになることはない」と言われ、40万円を支払った。サイト完成後、サポートセンターからの指示を受けながら広告を掲載したが、商品は売れず、全く収入にならないので解約したい。

インターネットで資料請求した業者に問合せをすると、「当社が作成したサイトで商品を販売すれば、必ず高収入が得られる。当社がサポートをする」と説明されたので安心し、サイト作成費用など約90万円を分割で支払った。しかし、ショップを始めて半年以上経つが、利益は1万円にもならない。効果的な集客作業をするよう依頼しても、別途料金が発生するというばかりで、サポートも不十分だった。契約前の説明と異なるので解約したい。

【アドバイス】

内職商法のうち、特商法の業務提供誘引販売取引にあたる場合は、クーリング・オフ制度の対象となりますので、法律に定められた事項を記載した書面を受け取ってから20日間はクーリング・オフできます。しかし、特商法の対象ではないと主張する業者が多く、またトラブルになった場合、業者と連絡が取れなくなるケースも多く、被害回復は困難です。

【トラブル回避のポイント】

・自分で努力せずにお金が儲けられるなどという話は信じない

広告をクリックする人、商品を買ってくれる人を増やさなければ利益は得られません。ウェブサイトを作りさえすれば、あとは広告を掲載するだけで、自分は何もしなくても儲かる、というようなことはありません。「誰でも簡単に稼げる」などという、うまい話には乗らないことです。

- ・ **高額な費用が必要になる場合、契約するかどうか慎重に検討する**

アフィリエイトの業者は多数あり、中には、ウェブサイトの作成や商品の卸・発送作業などを無料で行う業者もいます。ウェブサイト作成やノウハウ提供に高額な費用が必要だと言われた場合は、なぜそのような金額が必要なのかをよく考え、複数の業者のサービス内容などを比較し、慎重に検討しましょう。「必ず利益になる」、「高額な費用はすぐに回収できる」などという業者は、特に注意が必要です。

- ・ **契約前に仕組みについて十分に説明を受け、契約書類を確かめる**

契約前に、利益が生じる仕組みなどについてきちんと説明を受け、契約内容を十分理解することが必要です。ブログ作成や検索サイト対策など、利益を上げるための努力が必要なことを契約前に告げられないケースがあります。パンフレットや事前に受け取る概要書面などをよく確認しましょう。

- ・ **自分の仕事の事業者的性質に注意する**

アフィリエイトの契約者は、商品の広告や販売を行うという点で、特商法上の通信販売の広告表示などの規制を受ける可能性もあることにも留意し、契約するかどうかを慎重に検討しましょう。

◆ 出会い系サイトのトラブル

芸能人〇〇のマネージャーという人物から「〇〇が精神的に参っている。話を聴いてもらいたい」とメールがあり、メールにあったURLをクリックすると、別のサイトに入った。有料のメール交換サイトだったが、「メール交換費用は払う」というのでクレジットカードでポイントを買ってメール交換をした。〇〇やマネージャーから頻繁にメールが届き「メールアドレスを渡す」というが、延々話を引き伸ばされ、結局教えてもらえなかった。不審に思い、返信をやめ、メールを無視していたが、クレジットカード会社から高額な利用料を請求された。

【アドバイス】

芸能人や、そのマネージャーを名乗っていた人物は、いわゆるサクラである疑いがありますが、サイト業者は「有料のメール交換の場を提供しただけ」と主張して、サクラの存在を否定します。このため、消費者が騙されたと主張しても、サイト業者の主張とは平行線となってしまいます。

【トラブル回避のポイント】

- ・ **インターネットで知り合ったメール交換の相手を簡単に信用しない**

同情心や興味本位からメール交換等を始めたことが、トラブルのきっかけとなります。メールの相手方が実在するかどうかや、メール内容が本当かどうかという確認は困難です。

- ・ **サクラの存在を証明するのは困難**

消費者がメールの交換等をすればするほどサイト業者が収入を得られる仕組みとなっていること、サイト業者自体がメール交換を続けるように促している事例もあることから、サイト事業者が「サクラ」を使っている疑いはあります。しかし、サクラを使っていると消費者が証明することは困難であり、お金を取り戻すことは難しいのが実情です。

◆アダルトサイトのワンクリック請求

中3の娘がスマートフォンでアダルトサイトに登録された。誤操作の人はメール送信をするようになっていたので、メールを送ったらしい。『24時間以内に電話をかければ利用料金の未納情報を消去できるので、必ずサポートセンターへ電話をかけてください。追加料金なしで退会ができます。』とのメールが届き、電話をかけたが営業時間の夜10時を過ぎていたので繋がらなかった。今朝、サポートセンターから電話がかかってきて、30万円払ってもらおうと言われて、こわくなって電話を切ったという。どうすればよいか。

間違っただアダルトサイトに登録してしまった。サイトのサポートダイヤルに電話したら、対応した男性から契約が成立していると言われた。支払い手段として、大手通販サイトの電子ギフト券を12万円分購入するよう言われたので、コンビニで買い、カードに記載された番号を業者に伝えた。今になって考えると支払う必要はなかったのではないかと思うが、どうしたらよいか。

【アドバイス】

「入会が完了しました」などに表示されても、契約が成立していない場合が多いです。「電子消費者契約及び電子承諾通知に関する民法の特例に関する法律」では、消費者の錯誤によって契約した場合は、その契約の無効を主張できます。また、特商法で、業者はパソコン等の操作が契約の申込みとなることを消費者に分かりやすく表示しなければならず、また、申込内容の確認・訂正も簡単にできるようにしておく必要があるとされています。

【トラブル回避のポイント】

・不用意にアクセスしない・クリックしない

アダルトサイトや出会い系サイトなどに興味本位でアクセスし、サイト内を安易にクリックすると、トラブルに巻き込まれやすくなります。特に、「はい」ボタンの周辺に有料である旨が表示されているような場合にクリックすると、「有料と表示してある」と請求されますので、不用意なアクセスやクリックは避けましょう。また、アダルトサイトだけでなく、占いサイト、アニメ、ゲームサイトなどからアダルトサイトに繋がりが、トラブルに巻き込まれる事例もあります。

・あわてて業者に連絡しない

「誤って入会した方はコチラ」など書いてあっても、電話やメールで業者へ連絡を取ることは、かえって氏名、住所などの個人情報を業者に知らせることになります。あわてて業者に連絡しないようにしましょう。

☆最近では、プリペイドカード（電子ギフト券など）での支払いを要求される場合もあります！

プリペイドカードは大きく分けて2種類あり、券面やカード本体に価値を記録するものと、サーバ上に価値を記録するものがあります。後者のタイプは、カードが手元になくても、カードに記載されている番号を入力するだけで商品を購入することができます。一度その番号が使われると価値はなくなるので、支払った代金を取り戻すことは大変困難となります。もし業者に番号を教えたしまったら、直ちに発行会社に連絡し、そのカードの番号が使われているかどうかを確認しましょう。

◆不当請求・架空請求

スマートフォンに、調査会社から「無料期間中に退会処理がされていないので、料金が発生している。7日間以内に支払いがなければ、身辺調査を開始する」とのメールが届いた。

【アドバイス】

利用していなければ支払う必要はありません。無視しましょう。あまり頻繁にメールが届く場合は、アドレス変更なども検討しましょう。自分が気づかない間に、家族やスマートフォンを貸した友人などが使っていないか確認することも必要です。

【トラブル回避のポイント】

・あわてて相手に連絡しない

相手に連絡すると、こちらの電話番号を知られてしまったり、メールアドレスが存在することを通知してしまうことになり、新たなトラブルになる可能性があります。自分から連絡するのは絶対やめましょう。

・支払い義務があるかどうか分からないときは相談を

支払い義務があるかどうか分からないときは、信用できる人か消費生活センターに相談しましょう。消費生活センターに相談するときは、請求を受けたメールの画面や、現金を振り込んだ場合には振込票などの記録を残しておくスムーズに話ができます。脅迫された場合や身辺に不安を感じる場合は警察にも相談しましょう。

◆敷金返還トラブル

3年住んだ賃貸マンションを1週間前に退去した。入居時に敷金として家賃3か月分21万円を支払っていた。いつも掃除していたし、退去の時もきれいにしたのに、不動産業者から届いた見積もりには、ハウスクリーニング代、畳の表替え、ふすまの張り替えで8万円となっている。不動産業者に苦情を申し出たら、特約事項に記載されていると言われた。契約時には気付かなかった。払わないといけないか。

【アドバイス】

契約書に入居者の負担を定めた特約があった場合、その特約は原則有効です。しかし、以下のような場合には、無効となることがあります。

- ・特約の必要性があり、かつ、暴利的でないなどの客観的、合理的理由が存在すること
- ・借り主が特約によって、通常の状態回復義務を超えた修繕等の義務を負うことについて認識していること
- ・借り主が特約による義務負担の意思表示をしていること

この事例においては、通常の状態回復義務を超えて負担していることを認識しているかどうか分かりません。また、負担する意思も明確であったとは言えないことから特約は無効とも考えられます。状態回復に関する特約は契約時に注意して読み、納得のいかない項目についてはその時点で申し出ましょう。なお、借り主の故意・過失や通常行うべき注意を怠ったことが原因で損耗したものについては、借り主が負担するのが原則です。

【トラブル回避のポイント】

・原状回復のガイドラインがあります

国土交通省では、「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」(H23.8再改訂版)を策定し、原状回復のトラブルの未然防止に役立っています。

国土交通省ホームページ

「原状回復をめぐるトラブルとガイドライン」

http://www.mlit.go.jp/jutakukentiku/house/jutakukentiku_house_tk3_000020.html

・少額訴訟制度や調停も

敷金返還に関するトラブルは話し合いにより解決するのが良いのですが、それでもトラブルが解決しない場合は、少額訴訟(※)や民事調停制度の利用を検討してみるのも一つの方法です。

※少額訴訟の特徴

- ①60万円以下の金銭の支払いをめぐるトラブルに限る
- ②原則として審理は1回。直ちに判決を言い渡す
- ③判決に対して不服がある場合、判決をした裁判所に異議申し立てをすることができる
- ④申立手数料は、訴訟額10万円毎に1,000円

◆特定継続的役務提供

雑誌の広告を見て、エステティックサロンへ行った。10kg痩せられるというので契約したが、続けて通っていてもなかなか痩せない。「もう、やめたい」と申し出たが「がんばって続けましょう」と言うばかりで解約させてくれない。

「フリータイム制だから大丈夫」「100回コースの方がお得」と勧められて英会話教室の契約をした。ところが、予約はなかなか取れないし、転勤になって通えなくなったのでやめたい。

【アドバイス】

エステティックサービスや英会話教室等は、サービスの内容は受けてみないと分かりません。また、家庭の都合で通えなくなることもありますので、長期間で高額な契約(特に前払いのもの)は避けた方が賢明です。

契約金額が5万円を超える「エステティックサービス」、「美容医療」、「語学教室」、「家庭教師」、「学習塾」、「パソコン教室」、「結婚相手紹介サービス」の7業種で一定期間を超えて継続する契約は、特商法で、「特定継続的役務提供」として指定されており、消費者が自ら営業所等に出向いて契約した場合でも、理由を問わず、クーリング・オフや中途解約ができることになっています。

ただし、中途解約の場合には、使用したサービスの料金に加えて、一定の解約手数料を支払うことになります。この解約手数料には上限が定められています。

4 クレジットと多重債務

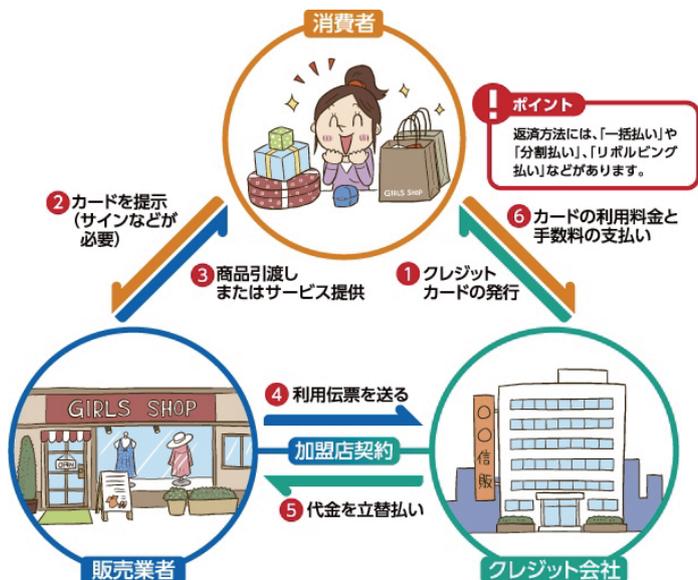
(1) クレジットの種類としくみ

クレジットとは「信用」という意味で、自分の信用をもとに、利用者が先に商品やサービスを受け取り、その後で代金を支払うシステムのことを言います。

クレジットには、あらかじめクレジット会社に申し込みをし、審査を受けて発行されたクレジットカードを利用する「包括信用購入あっせん（包括クレジット）」と、販売会社（加盟店）で商品等を購入するごとにクレジットの申し込みをして審査を受け利用する「個別信用購入あっせん（個別クレジット）」があります。

支払いの方法	内 容	備 考
包括クレジット	あらかじめクレジット会社に申し込みをし、審査を受けて発行されたクレジットカードを利用する	いわゆるクレジットカードでの支払いのこと
個別クレジット	販売会社(加盟店)で商品等を購入するごとにクレジットの申し込みをして審査を受け利用する	単に「分割払い」と認識されていることも多い

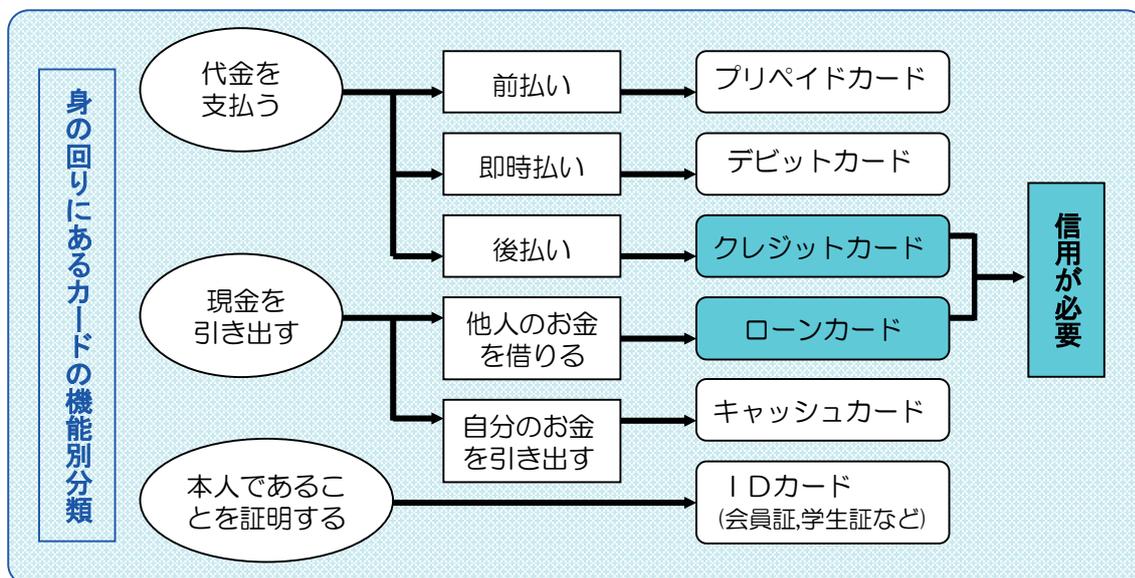
【包括クレジットのしくみ】



(クレジットカード発行の申し込み)

↓
(信用調査)

- ↓
- ①クレジットカードの発行
 - ②クレジットカードの提示
 - ③商品引渡し
 - ④利用伝票を送る
 - ⑤代金を一括で立替払い
 - ⑥代金分割払い又はリボルビング払い



(2) 返済方法

クレジットには様々な返済方法があり、それぞれにメリットとデメリットがあります。大切なことは、毎月の返済額はもちろんのこと、返済終了（完済）までの返済計画を立てたうえで、自分にあった返済方法を選ぶことです。

返済方法		メリット	デメリット
一括返済	1, 2回で返済する	原則として利息がかからない。	1回あたりの返済負担が大きい。
分割返済	元金均等返済	元利均等返済よりも返済総額が少なくなる。	当初の返済負担が大きい。
	元利均等返済	毎月の返済額が均等で、返済計画を立てやすい。	元金均等返済よりも返済総額が多くなる。
リボルビング返済	毎月あらかじめ指定した一定額を返済していく。定額方式、定率方式、残高スライド方式がある。	毎月の返済額が一定で、返済計画を立てやすい。	返済がいつ終わるのかわかりにくい。
自由返済	契約時に完済期限を決め、その間の返済額は自由に決められる。	自分のペースで返済できる。	計画的に返済していかないと、完済できない。

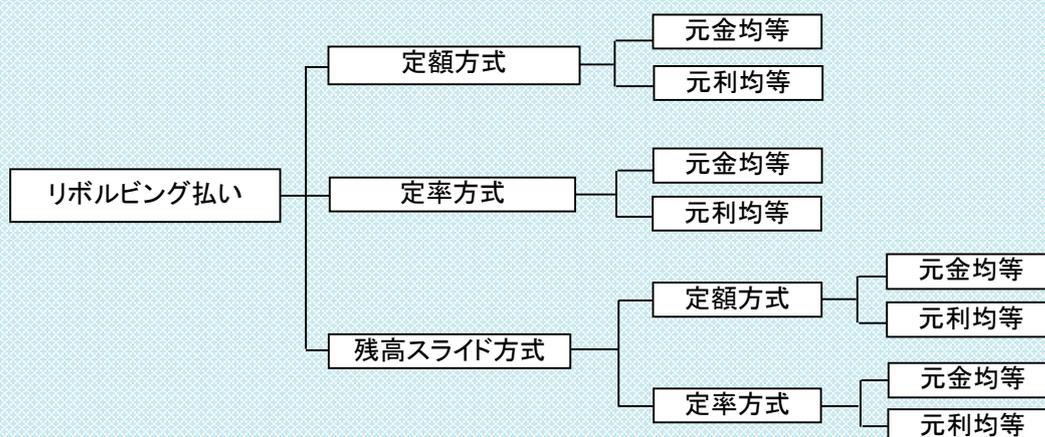
「リボルビング」返済

「リボルビング」とは回転するという意味で、一般には「リボ」「リボ払い」と呼ばれています。

リボ払いは、決められた限度額内であれば何度でも繰り返し利用でき、特定の月に利用が重なった場合でも、支払額を一定の金額・割合に抑えることができますが、反面、自分の利用状況や借入残高が把握できなくなったり、支払が長期にわたると多額の利息がかかることとなりますので、注意が必要です。

リボ払いには、次のような種類があります。残高スライド方式とは、借入残高に応じて段階的に返済の額や率を変更するものです。（借入残高が多いほど、高額、高率の返済となる）

元利金等のリボルビング払いで高額の利用をおこなった場合、支払額に含まれる金利の割合が非常に高く（＝元金の返済額が少なく）なります。そのため、支払いが長期化し、金利負担が重くなります。

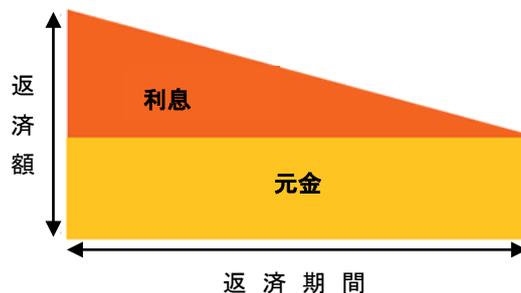


<返済額の計算例>

◆元金均等返済と元利均等返済（年利18%（月利1.5%）で100万円を借り、20回で返済する場合）

○元金均等返済

回	元金返済額	利息支払額	合計返済額	借入残高
				1,000,000
1	50,000	15,000	65,000	950,000
2	50,000	14,250	64,250	900,000
3	50,000	13,500	63,500	850,000
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
19	50,000	1,500	51,500	50,000
20	50,000	750	50,750	0
計	1,000,000	157,500	1,157,500	



★N回目の返済額 : $\frac{\text{借入金額}}{\text{返済回数}}$ + $\frac{\text{借入金額} \times (1 - (N-1) \div \text{返済回数}) \times \text{月利}}{\text{返済回数}}$

◎計算例(3回目の返済額): $(1,000,000 \div 20) + (1,000,000 \times (1 - (3-1) \div 20) \times 0.015)$
 $= 50,000 + 13,500$
 $= 63,500 \text{ 円}$

○元利均等返済

回	元金返済額	利息支払額	合計返済額	借入残高
				1,000,000
1	43,246	15,000	58,246	956,754
2	43,895	14,351	58,246	912,860
3	44,554	13,692	58,246	868,306
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
19	56,538	1,708	58,246	57,374
20	56,538	860	58,234	0
計	1,000,000	164,903	1,164,903	



★毎回の返済額 : $\left\{ \frac{\text{借入金額} \times \text{月利} \times (1 + \text{月利})^{\text{返済回数}}}{(1 + \text{月利})^{\text{返済回数}} - 1} \right\}$

◎計算例(3回目の返済額): $(1,000,000 \times 0.015 \times 1.015^{20}) \div (1.015^{20} - 1)$
 $= 20,202 \div 0.346855$
 $= 58,246 \text{ 円}$

※指数はエクセルのPOWER関数で計算できます。

例: POWER(1.015, 20) = 1.346855...

◆分割返済とリボルビング返済の違い（年利 18%で 10 万円を借り①, さらに翌月に 5 万円を借りた②場合）

○分割返済（元金均等, ①…10 回払い, ②…5 回払い）

回	元金返済額		利息支払額		合計返済額	借入残高
	①	②	①	②		
						100,000
1	10,000		1,500		11,500	140,000
2	10,000	10,000	1,350	750	22,100	120,000
3	10,000	10,000	1,200	600	21,800	100,000
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
9	10,000		300		10,300	10,000
10	10,000		150		10,150	0
計	150,000		10,500		160,500	

◎計算例（3 回目の返済額） ※計算式は元金均等返済と同じ

①: $(100,000 \div 10) + (100,000 \times (1 - (3 - 1) \div 10) \times 0.015) = 10,000 + 1,200 = 11,200$

②: $(50,000 \div 5) + (50,000 \times (1 - (2 - 1) \div 5) \times 0.015) = 10,000 + 600 = 10,600$ (②の返済としては 2 回目)

①と②の合計: $11,200 + 10,600 = \mathbf{21,800 \text{ 円}}$

○リボルビング返済

（手数料が実質年率 15%, 毎月 5,000 円の元金均等定額リボルビング方式を利用。

毎月 1 日から月末までの支払いを翌月 27 日に支払う。2017 年 10 月 5 日に 3 万円を利用した場合）

回	支払日/購入日	購入金額	元金返済額	利息支払額	合計返済額	借入残高
	2017 年 10 月 5 日	30,000				
	10 月 27 日					30,000
1	11 月 27 日		5,000	375	5,375	25,000
2	12 月 27 日		5,000	313	5,313	20,000
3	2018 年 1 月 27 日		5,000	250	5,250	15,000
4	2 月 27 日		5,000	188	5,188	10,000
5	3 月 27 日		5,000	125	5,125	5,000
6	4 月 27 日		5,000	63	5,063	0
計			30,000	1,314	31,314	

★毎月の返済額 設定した金額 + 手数料(返済月の借入残高 × 月利)

◎計算例 2018 年 1 月の返済額 $5,000 + (20,000 \times 0.0125) = \mathbf{5,250 \text{ 円}}$

信用のある人が持つ4つのC

お金を借りる人の「信用」は、具体的には4つのCで表されるといわれています。

Character (人格)	借りたお金は後で返済するという約束を正しく理解し、返済を実行する意志があるかどうか。
Capacity (支払い能力)	借りたお金をスムーズに返していける支払能力、毎月定期的に支払いを行なえる財政の基礎基盤。
Capital (資産) 又は Collateral (担保)	病気、事故にあってもこれをカバーしうる資産（担保）があるかどうか。最低限度の余裕も必要。
Control (自己管理)	自分の返済能力を加味し、計画的な返済が出来るかどうか。自己管理能力の可能な人物であること。

(3) クレジット利用の注意点

① 必要性を考えて利用しましょう。

クレジットカードやキャッシング（ローン）は借金です。本当に必要に迫られた利用ですか？特に、高額な商品やサービスを購入するときは、家族と相談するなどして、よく考えましょう。

② 契約条件・内容を確認しましょう。

クレジットカードやローン会社などから渡された契約・規約・約款などは読みましたか？利用方法、支払い方法など契約や個人情報に関する重要なことが記載されています。

③ 利用限度を定めましょう。

利用した分の返済は大丈夫ですか？返済計画は立っていますか？返済で家計に無理が生じないように、自分サイズの利用限度額を決めましょう。

④ 利用金額の確認をしましょう。

売上票の利用金額を確認してからサインや暗証番号認証を行ってください。ATM機等の利用も明細書と現金の確認を。控は大切に保管し、利用明細書（引き落とし明細）等と照合してください。

⑤ 支払日に注意しましょう。

支払期日はカレンダーなどに印をつけて、忘れないようにしましょう。遅れた場合には、遅延損害金の支払いばかりでなく、信用が損なわれてカードが利用できなくなることもあります。

⑥ カードの管理はキチンとしましょう。

カードを他人に貸すのは厳禁です。カードを紛失したり、盗難にあったりした場合にはすぐにカード会社と警察に届け出てください。不要なカードはカード会社に返却しましょう。

⑦ 借金返済のためのカード利用は厳禁です。

借金返済のために他社から借り入れることは絶対に避けてください。このような方法は一時しのぎで、借金を増加させることとなります。

個人情報情報

クレジットカードは、個人の信用をもとにした契約ですから、その人の個人情報情報が重要になってきます。個人情報を収集管理するのが「個人情報情報機関」で、会員（販売店）の求めに応じ顧客の信用に関する情報を提供しています。登録されている情報は、本人が開示を求めれば内容を確認することができます。

また、携帯電話やスマートフォンの契約についても、料金未払いによって強制解約されたり、個人情報情報機関への登録により、ローンが組めなくなったりする恐れもあるので、注意が必要です。

<代表的な個人情報情報機関>

○銀行業界…全国銀行個人情報センター（略称：全銀協）

○消費者金融業界…日本信用情報機構（略称：JICC）

○クレジット業界…（株）シー・アイ・シー（略称：CIC）

<登録されている情報>

○本人識別のための情報…氏名、生年月日、住所、電話番号等

○取引事実に関する情報…契約の種類、契約年月日、契約額、支払回数、商品名、月々の支払や支払遅延の記録、残高、登録会社名等

(4) 支払い停止の抗弁（代金の支払い拒否）

商品の購入契約をした場合、販売会社は商品を引き渡すまで購入者は代金を支払わなくてよいという「同時履行」の関係があります。（民法第533条）

クレジット契約で商品等を購入して、販売店との間で「商品が届かない」「商品に欠陥がある」等のトラブルが発生した場合、トラブルが解決するまでの間信販会社への支払を停止することができます。これを「支払い停止の抗弁権」（割賦販売法第30条の4）といい、以下の要件に該当すれば、抗弁権が適用されます。

- ① 2月を超える後払いのとき
- ② 割賦販売法の適用除外となっている商品・役務・権利の契約ではないこと
（適用除外：外国にいる人が行う契約，国・地方公共団体が行う契約など）
- ③ 商品・権利・役務の購入が購入者にとって商行為とならないとき
（いわゆるマルチ商法，内職・モニター商法の個人販売契約に係るものを除く）
- ④ 支払総額が4万円以上（リボルビング方式では，現金価格が3万8千円以上）のとき

支払い停止の抗弁を主張する場合は、販売店とクレジット会社等に「支払いを停止する」旨の通知を書面で送付します。簡易書留か特定記録郵便を利用し、通知のコピーを保管しておきましょう。通知の様式は一般社団法人日本クレジット協会のホームページなどで入手できます。

(5) クレジットカードに関する消費者トラブル

◆クレジットカードの貸与

迷惑はかけないと友人から頼まれ、手持ちのクレジットカードを貸した。クレジットカード会社から請求書が届き、クレジットカードの限度額50万円をショッピングとキャッシングで使われていることが判明した。友人の携帯電話番号は変更になっていて、連絡が取れない。友人の両親に返金して欲しいと頼んだが、子供とは関係ないと断られた。どうしたらよいか。

【アドバイス】

自分以外の第三者が利用したクレジットカードの利用でも、自分がクレジットカードを貸した場合は、カード会社からの請求を拒むことはできません。友人が使用したクレジットカードの利用分を友人本人に請求することはできますが、友人の家族には法的な返済義務はありません。これ以上利用されないように、クレジットカードの利用停止もしくは解約をクレジットカード会社へ申し出ましょう。

【トラブル回避のポイント】

・クレジットカードはクレジットカード会社から貸与されているもの

クレジットカードの会員規約では、クレジットカードはカード会社がカード名義人に貸与したものであって、クレジットカードの所有権はカード会社にあります。また、他人への貸与や譲渡や質入することは禁止されています。

・支払い義務はクレジットカードの名義人に

会員規約違反により発生した債務の支払義務はクレジットカードの名義人が負うことや、会員規約違反が発覚した場合は強制退会される場合もあると明記されています。また、消費者には、クレジットカードの保管義務、暗証番号を知られないようにする義務もありますので注意しましょう。

◆リボルビング払い

家電一式を20万円で購入。リボ払いにすると2万円キャッシュバックするというカード会社の特典を受けるため、リボ払いに変更し、毎月5千円ずつ支払うコースを選んだ。その後、残額を一括で支払おうとカード会社に連絡すると、思ったよりも支払い済みの金額が少なく、手数料ばかり支払っている状態だった。リボ払いへの変更時にはそんな説明はなかった。

【アドバイス】

キャッシュバックやポイント付加、年会費無料などの特典をうたって、リボ払いを勧めるカード会社が多いですが、結果的に手数料の方が高つくこともあります。リボ払いはカードの種類や支払いコースによって金額が変更になるなど、仕組みが複雑です。利用する前に手数料等を確認し、理解してから使いましょう。

【トラブル回避のポイント】

・利用する場合は、仕組みをきちんと理解する

リボ払いは月々の支払額が抑えられるメリットがありますが、安易に利用を重ねると手数料がかさみ、後々支払いが困難になることがあります。利用するときは、そのカードのリボ払いについて、仕組みや手数料などをきちんと把握して計画的に利用しましょう。

・複数のカードでリボ払いを利用しないこと

リボ払いは自ら増額しなければ支払金額は少額のままなので、支払いが長期化して手数料がかさみ支払総額が増えます。さらに複数のカードでリボ払いを利用していると、支払い残額を把握しきれず、結果的に支払い能力を上回り、多重債務に陥る一因になりかねません。安易な利用は避け、余裕があるときには支払金額の増額等を検討しましょう。

◆クレジットカードのショッピング枠の現金化

現金が必要になり、「即日融資、担保・保証人不要、低収入でも融資する」とのネット広告を見て問い合わせた。業者に「クレジットカードで買い物をすれば買い取る」と言われ、クレジットカードのショッピング枠の限度額70万円分でカーナビゲーションを6台購入した。しかし、業者は50万円では買い取ってくれなかった。翌月クレジットカード会社から70万円の請求が届いた。

【トラブル回避のポイント】

クレジットカードのショッピング枠の現金化とは

本来、商品やサービスを後払いするために設定されているクレジットカードの「ショッピング」の利用可能枠を、当座の現金欲しさに、換金する目的で利用することです。

・換金目的での利用は規約違反

クレジットカード会社は、換金を目的とするクレジットカードの利用を認めていません。このことはカードの規約にも記載されています。残金の一括請求、カードの利用停止、強制退会等となることもあります。

・自分の債務を増やすことに

クレジットカードのショッピング枠を現金化しても、カード利用した代金はクレジットカード会社に支払わなければなりません。その場でいくらかの現金を手に入れたとしても、一時的にしの

げただけで、結局は自分の債務を増やすことになります。また、約束されたお金が振り込まれない事例もあります。

・ **カード番号や個人情報等が悪用される可能性もある**

業者に提供したカード番号等が悪用される可能性もあります。

・ **問題が潜在化しやすい**

クレジットカードのショッピング枠の現金化はクレジットカード契約違反行為であり、消費者が法的責任を問われる可能性もあるので、消費者自身も罪に問われる可能性があるため被害にあっても申し出にくく、トラブルが潜在化しやすいと言えます。

(6) 消費者金融

消費者金融に関する法律は、貸金業法、出資法、利息制限法等がありますが、返済しきれないほどの借金を抱えてしまう「多重債務者」の増加が、深刻な社会問題となったことから、これを解決するため、平成18年（2006年）貸金業法及び出資法が改正、平成22年（2010年）完全施行されました。

ア 改正貸金業法のポイント

①総量規制 借り過ぎ・貸し過ぎの防止

- ・借入残高が年収の3分の1を超える場合、新規の借入ができなくなる
- ・借入の際に、基本的に「年収を証明する書類」が必要となる

②上限金利の引き下げ

- ・法律上の上限金利が、29.2%から、借入額に応じて15%～20%に下げられる

③貸金業者に対する規制の強化

- ・法令遵守の助言・指導を行う貸金業務取扱主任者を営業所に置くことを義務付け

イ 総量規制とは

貸金業者からの借入残高が年収の3分の1を超える場合、新規の借入れをすることができません。総量規制が適用されるのは、貸金業者から個人が借入れを行う場合です。銀行からの借入れや法人名義での借入れは対象外です。また、住宅ローンなど、一般に低金利で返済期間が長く、定型格的である一部の貸付けについては、総量規制は適用されません。

ウ 上限金利の引き下げ

法律上の上限金利には、

- (1) 利息制限法の上限金利（超過すると民事上無効）：貸付額に応じ 15%～20%
- (2) 出資法の上限金利（超過すると刑事罰）：20%（改正前は 29.2%）

の2つがあります。

＜ヤミ金融の手口＞

貸金業者は、国や都道府県に登録が義務付けられています。それにもかかわらず、無登録で貸金業を営む業者は「ヤミ金融業者」と呼ばれています。一方で、登録業者であるにもかかわらず、法律に違反する高金利で貸付を行ったり、悪質な取り立てを行う業者もいます。これらも含めて「ヤミ金融業者」と呼ばれています。

「甘い話」にはウラがあることを認識し、低金利・好条件のオトリ広告やダイレクトメールには注意しましょう。ヤミ金融業者は取立てのために、借りた本人の住所、電話番号、勤務先だけではなく、親兄弟・親類の連絡先を聞いてきます。少しでも返済が遅れると、勤務先や親兄弟・親類などに脅迫まがいの電話をかけるなどの厳しい取立てを行い、精神的に追い詰め、違法な高金利の利子を支払わせることもあります。

- 090 金融…勧誘のチラシに携帯電話の番号と業者名しか書かず、正体を明かさないうまま、違法な高金利で小口の融資を行う。
- 紹介屋…借入れ申込者に対し、「うちでは貸せないが他の業者を紹介する。」と言って、実質的な仲介はしていないのに多額の手数料を取る。
- 整理屋…「借金整理」「低金利切替一本化」などの広告で多重債務者を誘い、実際にはほとんど何もしないのに多額の手数料を取る。
- 買取屋…借入れ申込者にクレジットカードで商品や金券を購入させ、これらの商品等を購入額よりはるかに安い額で下取りし、転売して多額の利益を得る。
- 家財リース…自宅にある家具や電化製品をいったん買い取る形で融資し、実際はそれらを自宅に置いたまま、リース契約を装って、以後はリース料の名目で高金利の返済をさせる。

(7) 多重債務の整理方法

多重債務とは、信販会社、銀行、消費者金融等からの借金が返せなくなった人が、他の業者から借りて返済しようとすることによって、債務が重なる状態を言います。

多重債務で支払い困難になったときには、その対策として次の整理方法があります。

任意整理	裁判所などの公的機関を利用しないで、通常は弁護士に依頼して、私的に直接債権者と和解交渉をして債務整理をする方法。
特定調停	簡易裁判所に調停の申立てをして、簡易裁判所の調停委員のあっせんを受けながら、和解の成立を図る方法。
個人版 民事再生	地方裁判所に申立てをし、一般的には財産を処分することなく、生活の立て直しを図る方法。ただし、住宅ローンを除く借入額が3千万円以下、継続して収入のある人、原則として3年間で計画どおりに一定額を返済する等の条件がある。条件を満たせば、借金の減免が受けられる。
自己破産	地方裁判所に破産の申立てをし、全財産を処分することにより、残った借金すべての免除を受けて生活の立て直しを図る方法。ただし、財産より債務の方が多く、現在の支払い能力では全部の債務を返済できる見込みのないことという条件がある。

(8) 多重債務に陥らないために

- 借りる前にもう一度考えてみましょう
 - ・それは本当に必要なお金ですか？
 - ・今すぐ必要なお金（モノ）ですか？
 - ・自分の収入できちんと返済していただけますか？
 - ・金利はどのくらいかかりますか？
 - ・借金返済のための借金ではないですか？
- それでも多重債務に陥ってしまったら…
 - ・借金問題は必ず解決できます。
 - ・それぞれの状況に応じた債務整理の方法があります。
 - ・一人で悩まず、早めに相談しましょう。

(9) 保証人・連帯保証人の責任

金銭貸借契約を結ぶとき、貸主が貸付金の回収を確実なものにするため、(連帯)保証人を付けるよう求めることがあります。お金を借りた債務者本人が借金を払わなかったり、自己破産の申立てをしたような場合には、保証人や連帯保証人は債務者本人に代わって借金を支払わなければならないとなります。

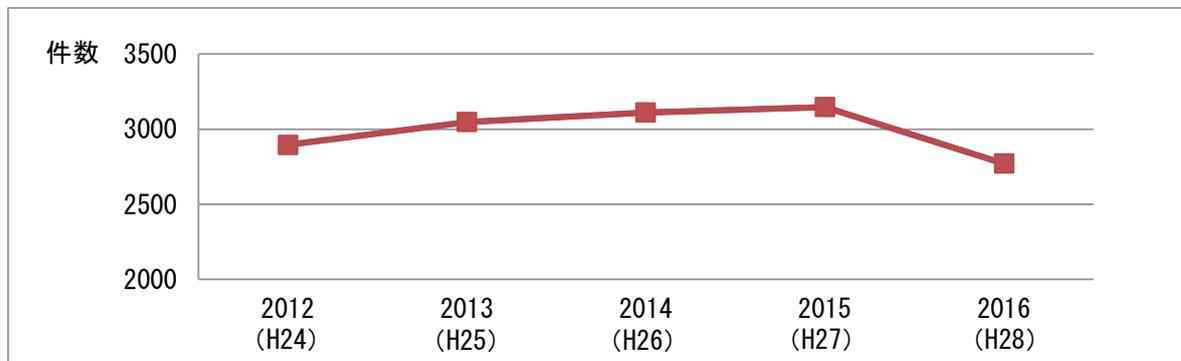
◆保証人と連帯保証人の違い

- 保証人…お金を貸した債権者が、いきなり借金の支払いを請求してきても、債権者に対し、まず債務者本人に請求するよう要求したり、債務者本人の財産に対し強制執行をするように要求する権利があります。
- 連帯保証人…自分が債務者本人と同じ責任を負うことになり、債務者からの請求に応じなくてはなりません。親しい友人などから「絶対に迷惑はかけないから」などと頼まれても、次のことに注意し、よく考えたうえで保証人や連帯保証人になるかどうかを決めることが大切です。
 - ①借主に返済能力があるか、人柄は信頼できるか。
 - ②保証の条件はどうなっているか。
 - ③万一の場合、借金を自分の資力で支払えるか。

5 若者の消費生活相談状況

広島県及び県内市町（※）の消費生活相談窓口で受け付けた、30歳以下の契約者からの相談状況は次のとおりです。

（１）相談件数の推移



（２）商品・役務別相談件数のTOP20

	平成 24 年(2012 年)	平成 25 年(2013 年)	平成 26 年(2014 年)	平成 27 年(2015 年)	平成 28 年(2016 年)
第 1 位	アダルト情報サイト	アダルト情報サイト	アダルト情報サイト	アダルト情報サイト	アダルト情報サイト
第 2 位	賃貸アパート	賃貸アパート	賃貸アパート	賃貸アパート	賃貸アパート
第 3 位	出会い系サイト	デジタルコンテンツ@	フリーローン・サラ金	出会い系サイト	デジタルコンテンツ@
第 4 位	フリーローン・サラ金	フリーローン・サラ金	出会い系サイト	フリーローン・サラ金	フリーローン・サラ金
第 5 位	デジタルコンテンツ@	出会い系サイト	デジタルコンテンツ@	デジタルコンテンツ@	他のデジタルコンテンツ
第 6 位	他のデジタルコンテンツ	他のデジタルコンテンツ	商品一般@	商品一般@	モバイルデータ通信
第 7 位	相談その他@	相談その他@	オンラインゲーム	他のデジタルコンテンツ	出会い系サイト
第 8 位	商品一般@	オンラインゲーム	他のデジタルコンテンツ	光ファイバー	商品一般@
第 9 位	オンラインゲーム	商品一般@	テレビ放送サービス@	モバイルデータ通信	光ファイバー
第 10 位	携帯電話サービス	テレビ放送サービス@	相談その他@	オンラインゲーム	テレビ放送サービス@
第 11 位	携帯電話	携帯電話サービス	光ファイバー	他の内職・副業	他の健康食品
第 12 位	テレビ放送サービス@	携帯電話	脱毛エステ	テレビ放送サービス@	オンラインゲーム
第 13 位	医療サービス	普通・小型自動車	財布類	携帯電話サービス	相談その他@
第 14 位	光ファイバー	エステティックサービス@	携帯電話サービス	相談その他@	携帯電話サービス
第 15 位	普通・小型自動車	痩身エステ	携帯電話	脱毛エステ	他の内職・副業
第 16 位	美顔エステ	脱毛エステ	痩身エステ	他の健康食品	普通・小型自動車
第 17 位	痩身エステ	光ファイバー	普通・小型自動車	インターネット接続回線@	酵素食品
第 18 位	クリーニング	ハンドバッグ	インターネット接続回線@	普通・小型自動車	脱毛エステ
第 19 位	脱毛エステ	インターネット接続回線@	エステティックサービス@	美顔エステ	興信所
第 20 位	オートバイ	美顔エステ	他の内職・副業	財布類	健康食品@

※県内の P I O - N E T（全国消費生活情報ネットワーク・システム）で把握できる範囲で集計

※商品・役務の後ろに@がついているものは、その詳細が不明のもの

6 消費生活相談窓口

国民生活センター・都道府県・市町の消費生活センター等では、一般消費者からの苦情・相談・問合せ等を消費生活相談として受け付け、情報の提供、助言・あっせん等を行っています。

広島県内にある相談窓口等は、次のとおりです。

(1) 広島県

- 広島県生活センター（広島県環境県民局消費生活課）

広島市中区基町10-52 農林庁舎1階

消費生活相談 082-223-6111

商品・サービスに関するトラブル、不当・架空請求など

県民相談 082-223-8811

行政関係、相続・離婚、近隣トラブル、交通事故問題など

※相談受付時間等業務の詳細は県のホームページでご確認ください。

<http://www.pref.hiroshima.lg.jp/life/1/4/>

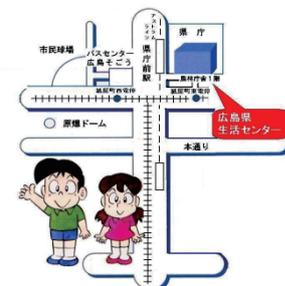
- 東部地域県民相談室（福山市） 084-931-5522（県民相談）

- 北部地域県民相談室（三次市） 0824-62-5522（ 〃 ）

- メール相談（県ホームページ）

<http://www.pref.hiroshima.lg.jp/soshiki/41/internetsyouhiseikatusoudan.html>

又は



(2) 県内市町

- 広島市消費生活センター 082-225-3300
- 呉市消費生活センター 0823-25-3218
- 竹原市消費生活相談室 0846-22-6965
- 三原市消費生活センター 0848-67-6410
- 尾道市消費生活センター 0848-37-4848
- 福山市消費生活センター 084-928-1188
- 府中市消費生活センター 0847-43-7106
- 三次市消費生活センター 0824-62-6222
- 庄原市消費生活センター 0824-73-1228
- 大竹市消費生活センター 0827-57-3236
- 東広島市消費生活センター 082-421-7189
- 廿日市市消費生活センター 0829-31-1841
- 安芸高田市消費生活相談窓口 0826-42-1143
- 江田島市消費生活相談窓口 0823-43-1843
- 府中町消費生活相談コーナー 082-286-3128
- 海田町消費生活相談コーナー 082-823-9219

- 熊野町消費生活相談窓口 082-820-5636
 - 坂町消費生活相談窓口 082-820-1535
 - 安芸太田町消費生活相談所 0826-28-1973
 - 北広島町消費生活相談室 0826-72-5571
 - 大崎上島町消費生活相談窓口 0846-65-3123
- ※町の相談日以外の日、竹原市の窓口にご相談できます。
- 世羅町生活安全相談窓口 0847-22-1111 (代)
 - 神石高原町消費生活相談窓口 0847-89-3088

(3) 広島県警察本部

悪質商法相談電話 082-221-4194 (プッシュ回線は局番なし#9110)

(4) 広島弁護士会 (有料) (要予約)

- 紙屋町法律相談センター 082-225-1600 (予約専用)
- 法律相談センター福山 084-973-5900 (〃)
- ひがし広島法律相談センター 082-421-0021 (〃)
- 呉法律相談センター 0120-969-214 (〃)
- 広島北部巡回法律相談センター 0120-969-214 (〃)

※弁護士会では、電話での相談は受け付けておりません。予約のうえ、面談での相談となります。

(5) 広島司法書士会

- 広島総合相談センター 082-511-7196 (電話相談及び予約)
- 福山総合相談センター 084-926-4654 (電話相談及び予約)
- 北部総合相談センター 0824-63-2217 (予約専用)
- 江田島総合相談センター 082-224-1313 (予約専用)

(6) 県内のその他の相談窓口

- 中国経済産業局消費者相談室 082-224-5673
- 法テラス広島 (日本司法支援センター) 0503383-5485 (代表)
- 公益財団法人日本クレジットカウンセリング協会広島センター 0570-031640
- 中国財務局多重債務相談窓口 082-221-9206

(7) 県外の相談窓口等

- 消費者ホットライン 188 (嫌や!泣き寝入り!)
- 国民生活センターお昼の消費生活相談 03-3446-0999 (平日昼間11~13時のみ)
- 公益社団法人全国消費生活相談員協会週末電話相談
 - 東京 03-5614-0189 (土曜日・日曜日)
 - 大阪 06-6203-7650 (日曜日)
 - 北海道 011-612-7518 (土曜日)

- 公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会（通称：NACS）
NACSウィークエンド・テレホン 03-6450-6631（日曜日）
関西分室 06-4790-8110（土曜日）
- 公益社団法人日本通信販売協会「通販110番」 03-5651-1122
- 公益社団法人日本訪問販売協会「訪問販売ホットライン」 0120-513-506
- 消費者庁越境消費者センター（CCJ） <https://ccj.kokusen.go.jp/>
- 経済産業省消費者相談室 03-3501-4657
メール相談の案内 http://www.meti.go.jp/intro/consult/a_main_01.html

（8）その他の関係機関

- 公益財団法人消費者教育支援センター <http://www.consumer-education.jp/>
- 独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE） <http://www.nite.go.jp/>

参考資料

(1) ロールプレイシナリオ集	46
・街を歩いていると…【キャッチセールス】	
・SNSのメッセージ交換をきっかけに…【アポイントメントセールス】	
・志望校に合格確実と言われて…【訪問販売，特定継続的役務提供】	
(2) 生徒用配布素材集	52
・三択クイズ	
・選択クイズ	
・○×クイズ	
・消費者川柳を考えてみよう	
・あなたならどうする？	
・クーリング・オフができるかどうかの判断フロー図	
・クーリング・オフのハガキの書き方	
・利息計算	
・生活設計について	
・消費者トラブルに遭った場合の相談フロー図	
・データ掲載サイトのご案内	
(3) 関係法令	68
・消費者基本法	
・消費者契約法（抜粋）	
・民法（抜粋）	
・広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例	
・消費者教育の推進に関する法律	
(4) 消費者教育ポータルサイト	86

◎街を歩いていると…【キャッチセールス】

登場人物：ヒロ子
勧誘員
エステティシャン

ナレーション

ヒロ子は18歳。最近、ファッションやオシャレにとっても関心があります。
ある日曜日、ヒロ子が街でウィンドウショッピングを楽しんでいると、女の人が声をかけてきました。

- 勧誘員　　ちょっとすみません。あなた、学生さんですか？
- ヒロ子　　はあ…
- 勧誘員　　そう。それはちょうど良かった。実は今、学生の方を対象に、お肌の健康についてのアンケートを取っているんですが、答えてもらえますか？
- ヒロ子　　アンケートですか？
- 勧誘員　　はい。簡単なアンケートですぐ終わりますし、答えていただいた方には、化粧品のサンプルをプレゼントしています。
- ヒロ子　　すぐ済むのなら、いいかな。サンプルも貰えることだし… ①
- 勧誘員　　(アンケート用紙を渡しながら) それでは、これに記入をお願いします。
- ヒロ子　　(アンケート用紙を受け取り、適当に○をつけて) はい。これでいいですか？
- 勧誘員　　ありがとうございます。書いてもらっている間に見ていたんだけど、あなた、普段お肌の手入れをきちんとしてます？
- ヒロ子　　いえ、洗顔だけで特には…
- 勧誘員　　ちょっと、肌が荒れているみたいですね。もったいないな。せっかくきれいな顔立ちをされているのに…
- ヒロ子　　え、そうですか？
- 勧誘員　　スキンケアって言うと、とにかく洗顔すればいいと思っている人が多いけど、自分の肌に合わない洗顔料で洗っていると、かえって肌の状態を悪化させてしまうんですよ。今ちょうど、無料でお肌のチェックをしているんですけど、せっかくの機会だからやってみませんか？
- ヒロ子　　無料なんですか？
- 勧誘員　　はい。本当は3,000円ぐらい料金がかかるんですけど、今、ウチの研究室で肌の研究のためのデータを集めているので、特別に無料で診断しているんです。
- ヒロ子　　えー、でもお…
- 勧誘員　　10分程度でチェックは終わりますから、お願いしますよ。自分の肌の特徴を知っておくと、これからのオシャレにも役立つし、いい話だと思いますよ。
- ヒロ子　　そうねえ。じゃあ、ちょっとだけなら… ②

ヒロ子が勧誘員に案内されて行くと、そこはエステティックサロンでした。

エステティシャン いらっしゃいませ。どうぞこちらにお座りください。

(ヒロ子言われるままに椅子に座る)

(エステティシャンは、ヒロ子の顔の数カ所に器具をあてた後、パソコンの画面を見ながら)

エステティシャン とても、きめが細かいお肌ですね。でも、そのぶん敏感だから、乾燥肌になって、しみや小じわができていますわ。特に目の下のあたり。

ヒロ子 えーっ、しみや小じわができてるの！超ショック！

エステティシャン でも、早く分かって良かったですよ。あと半年遅かったら、とり返しのつかないところだったけど。

ヒロ子 まだ大丈夫なんですか？

エステティシャン そうね。今からきちんとお手入れを始めれば、あなたはまだ若いし、肌の回復も早いから大丈夫よ。

ヒロ子 お手入れって？

エステティシャン (いかにも、資料をみて考えるそぶり) そうねえ。あなたの肌にピッタリなのはこの化粧品ね。これは、プロのエステティシャン用に開発された化粧品だから、エステに合わせてこれを使うと、お化粧の乗りも全然違ってくるのよ。これ、女優の〇〇〇〇(有名な美人女優の名前)も使ってるんですって。

ヒロ子 へえ、〇〇〇〇も！

エステティシャン あなたには、是非エステとこの化粧品をセットで試してほしいな。今でもこんなにチャーミングなんだから、ちょっとお手入れしただけで〇〇〇〇に負けないくらい魅力倍増すること間違いなし！

ヒロ子 えーっ、そうですかあー。でも、私お金ないし…

エステティシャン 今なら化粧品とセットのお試しコースというのがあるんですよ。これならクレジットを組めば月々5,000円と、お小遣いの範囲で済むから心配はいりませんよ。症状の軽いうちに始めた方がそれだけ費用も少なくて済むよ。

ヒロ子 うーん、どうしよう…

エステティシャン 始めるんなら、お試しコースのある今のチャンスを逃がす手はないですよ。

ヒロ子 5,000円はちょっときついけど、それで〇〇〇〇みたいにきれいになれるのなら思いきってやってみようかな？ ③

エステティシャン そうこなくっちゃ！それではこの用紙にサインしてくださいね。

<展開>

……①～③の部分で、自分ならどうするか考えてみよう。

<参考事項>

- キャッチセールス (p. 18)
- 特定継続的役務提供 (p. 27)
- 未成年者契約 (p. 13)
- クーリング・オフ (p. 8)
- 中途解約権 (p. 10)

◎SNSのメッセージ交換をきっかけに…【アポイントメントセールス】

登場人物：ショウタ
あゆみ（女子大生を装った勧誘員）
販売員（男性）

ナレーション

ショウタは21歳の大学生。ワンルームマンションで一人暮らしをしています。ある日曜日、行く所もなく退屈していると、SNSにメッセージが入りました。

ショウタ 誰からだろう？ お友達になりませんか？か…

（あゆみのナレーション）

あゆみ 市内に住む女子大生です。ショウタさんのSNS見ました。ショウタさんてセンス良いんですね。私もオシャレ大好きなんです。いろいろ教えてほしいなあ。 by あゆみ

ショウタ へえ、趣味合うかも。写真も可愛いし、話してみるのもいいかな。どうせ暇だし、返事してみよう。（メッセージを送る動作をする）

ショウタが送ったメッセージをきっかけに2人はメッセージ交換を繰り返し、携帯の番号を交換したところ、さっそくあゆみから電話がかかりました。

（あゆみのナレーション）

あゆみ もしもし、ショウタさん？ 私、あゆみ。携帯の番号教えてくれて嬉しかったです。ショウタさんのメッセージ、とても楽しくて話が合いそうだったから、直接会いたいなと思ってたんです。

ショウタ あ、ボクも…

あゆみ ほんと？嬉しい！だったら、ショウタさん、次の日曜日とか、何か予定があります？

ショウタ いや、特にないけど…

あゆみ 私、今ジュエリーデザインの勉強をしていて、ちょうど次の日曜日に有名な先生の展示会があるんだけど、一緒に見に行きませんか？

ショウタ あ、いいですよ。①

あゆみから積極的に誘われ、ショウタはちょっとイイ気分です。
次の日曜日、ショウタはあゆみと待ち合わせた展示会の会場へ出かけて行きました。
あゆみに案内されて入ってみると、会場の陳列ケースの中に、たくさんの指輪やネックレスなどが並べられていました。
2人が見て回っていると、男の人が声をかけてきました。

販売員 どれもステキでしょう。

あゆみ ほんと、きれいですねえ。

販売員 （ショウタに向かって）彼の方は、いかがですか？

ショウタ いや、宝石のことはよくわからないので…

販売員 わからなくても、自分の好みでいいですよ。例えば、この棚の指輪の中で、好きなデザインを1つ選んでくださいと言ったら、あなたはどれを選びますか？

ショウタ (適当に指差す) うーん、これかな？
あゆみ えっ、ほんと！私もそれが一番いいなって思ってたのよ。
販売員 すごい！ 分からないなんて言って、お二人とも目が高いじゃありませんか。これは、昨年全国のコンテストで大賞をとったデザイナーの新作で、若い方向けのジュエリーデザインでは、今このデザイナーの右に出る者はいないと言われていたんですよ。
あゆみ (輪を自分の指にはめて見て) ほんとにステキ！ ショウタさん、やっぱりセンスいいんですね。
販売員 いや、びっくりだなあ。まるで彼女のためにデザインされたみたいに、よく似合ってますよ。ね、彼もそう思うでしょう。
ショウタ はあ、そうですね。(よくわからないまま、あいづちを打つ)
あゆみ いいなあ、欲しくなっちゃう。
販売員 (ショウタに向かって) かわいい彼女のために、1つプレゼントされてはいかがですか？今回は特別に、30万円のお値段がついてますが、本来なら2倍はするお値打ち品です。
ショウタ えっ！ボクが？いや、でも…30万円なんてお金ないし…
販売員 クレジットにすれば、月々のお支払いはお小遣いの範囲で充分です。彼女がこんなに気に入っているのを見たら、男としては思いきるしかないでしょう！
ショウタ はあ、そうですね… ②
あゆみ (大げさに) えーっ！嬉しい！ありがとうショウタさん。
販売員 それでは、クレジットの申込書にサインをお願いします。

よくわからないまま返事をしていると、いつの間にか指輪を買うことになっています。ショウタはあゆみに嫌われたくなくて、断れないまま契約書にサインをしました。しかし、数日後…

ショウタ こんどの日曜日、あゆみさんをデートに誘ってみようかな！(スマホで電話を掛ける)

(テープの声で)「お客様がおかけになった電話番号は、現在使われておりません。もう一度番号をお確かめの上おかけ直してください。」

ショウタ 番号を間違えたのかな？(番号を掛け直す)

何度かけ直しても、あゆみにはつながらず、SNSのデータも削除されていました。そのまま、あゆみとは連絡がとれなくなり、ショウタにはクレジットの支払いだけが残りました。

ショウタ ウッソー、マジかよ。

<展開>

……部分について、あなたならどうしますか？

<参考事項>

○アポイントメントセールス (p.18) ○クーリング・オフ (p.8)

◎志望校に合格確実と言われて…【訪問販売、特定継続的役務提供】

登場人物：セイコ（カツヤの母）
カツヤ（高校3年生）
販売員

ナレーション

カツヤは高校3年生。入試を半年後にひかえて塾にも通っていますが、成績の伸びが今一つで、母親のセイコさんは心配でたまりません。
そんなところへ、ある日電話がかかってきました。

販売員　　もしもし、カツヤ君のお母さんでいらっしゃいますか？

セイコ　　はい、そうですけど。

販売員　　私は、家庭教師派遣会社の者ですが、カツヤ君は確か受験生でいらっしゃいますよね。①
受験対策は充分にしておられますか？

セイコ　　はあ、いちおう塾には通ってますけれど…

販売員　　そうですか。きっと、お出来になるんでしょうねー。

セイコ　　いえ、それが先日の模擬試験でも成績がいま一つで、第一志望の大学が危ないんじゃないかと思って心配しているんです。

販売員　　塾はどうしても大勢の生徒を教えますので、画一的になっちゃうんですよね。その点、家庭教師であれば、カツヤ君の実力に合わせて完全にマンツーマンで指導することができます。受験勉強にはコツがあるんですよ。明日お伺いしますので、お話だけでも聞いてください。

セイコ　　はあ、話だけなら…

次の日、カツヤの家に販売員が訪ねてきました。

カツヤも呼ばれ、販売員から持ってきたテストをやってみるように言われて、問題を解いてみましたが、けっこう難しくて半分しかできませんでした。

販売員　　これを見ると、どうも理解力にムラがあるようですね。

セイコ　　ムラですか？

販売員　　はい。全体的には分かっているのに、ある一部分だけ理解が不十分なために、応用問題でつまづいています。カツヤ君はどこの大学を希望しているの？

カツヤ　　〇〇大学です。

販売員　　ふーん、そうかー。惜しいですよ。カツヤ君には、充分〇〇大に行ける実力はあるのに…

セイコ　　えっ、〇〇大に行ける実力はあるんですか？

販売員　　そうですよ。でも、勉強のやり方を変えて、ウィークポイントの克服をしなければ合格は難しいでしょうね。

カツヤ　　どうすればいいんですか？

販売員　　（おもむろに教材の見本を取り出して）私どもの派遣する優秀な家庭教師であれば、我が社が独自に開発したこの教材を使って、徹底した指導を行いますので、ウィークポイント

克服は確実です。

セイコ 家庭教師ねえ…

販売員 家庭教師の料金は、週1回2科目で1ヶ月が2万円です。塾に比べれば安いものですよ。カツヤ君、受験勉強ってけっこうツライでしょう？

カツヤ ええ、まあ…

販売員 それは、間違った勉強のやり方でいくら頑張っても、効果を実感できないからです。その点、ウチは、「苦手な箇所を教えてもらえるだけじゃなくて、勉強方法のコツもわかって、受験勉強が苦にならなくなった。」と皆様から感謝していただいているんですよ。カツヤ君、どう？やってみない？君なら、ちょっと頑張れば〇〇大合格は確実だよ！

カツヤ 〇〇大に合格できるのなら、ボク、やってみようかな。 ②

セイコ えっ？やってみるの？

販売員 お母さん、カツヤ君のやる気は本物ですよ。カツヤ君なら大丈夫。ね、カツヤ君を信じてください。

セイコ そうねえ。カツヤがこうしてやる気になったんだから、じゃあ、来月から来ていただくかしら。

販売員 そうしてください。とりかかりは少しでも早い方がいいですよ。それでは、ココとココにサインをお願いします。

セイコ はい。ココとココでいいんですね。(中味も見ずにサインする) ③

数日後、カツヤの家に大きなダンボール箱で宅配便が届きました。開けてみると、箱の中には山のような教材が入っていました。

セイコ なあにこれ？ 教材って家庭教師の先生が持ってくるんじゃないの？

あわてて契約書を出してみると、契約書は教材の購入と家庭教師派遣の2種類に分かれており、教材一式の値段は60万円になっていました。

セイコ ウソ！教材一式の購入契約になってるわ。家庭教師の話ばかりしていて、教材をこんなに送ってくるなんて、聞かなかったわよ。

カツヤ ひえー、こんなにやるの？見ただけでウンザリだよ。

<展開>

○ _____ ①について、業者はなぜカツヤが受験生であることを知っていたのでしょうか？

○ _____ ②, ③の部分について、あなたはならどうしますか？

<参考事項>

○特定継続的役務提供 (p. 27) ○クーリング・オフ (p. 8) ○中途解約権 (p. 10)

三択クイズ 問題 (全8問)

契約に関する三択クイズ 問題 (3問)

問1 契約が成立するのはいつ？

- 1 宅配ピザを注文し、
店員が了承したとき



- 2 ピザが届いたとき



- 3 ピザの代金を支払ったとき



問2 未成年者が契約した場合、取り消すことができるのはどれ？

- 1 お小遣いで買った文房具



- 2 20歳と嘘をついてした
エステの契約



- 3 親に黙ってお店で購入した
自転車



問3 クーリング・オフができるのはどれ？

- 1 お店で購入したワンピース



- 2 ネット通販で購入したカメラ



- 3 訪問販売で購入した羽毛布団



消費者トラブルに関する三択クイズ 問題 (2問)

問4 架空請求のメールが届いた。正しい対処法は？

- 1 すぐに記載された連絡先へ
電話する



- 2 メールに書かれたURLを
クリックして業者を調べる



- 3 無視する

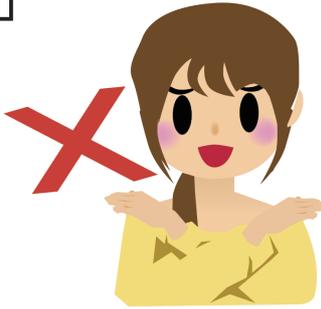


問5 友人から「絶対儲かる」と勧誘を受けた。正しい対処法は？ _____

1 とりあえず話を聞く

2 きっぱり断る

3 自分は興味がないので、他の友人を紹介する



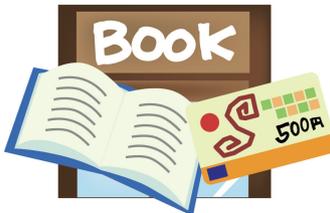
クレジットに関する三択クイズ 問題（2問）

問6 借金であるものはどれ？ _____

1 コンビニでクレジットカードを使用してお弁当を購入した

2 書店で図書カードを使用して本を購入した

3 貯まったポイントを使用して、レストランで食事をした

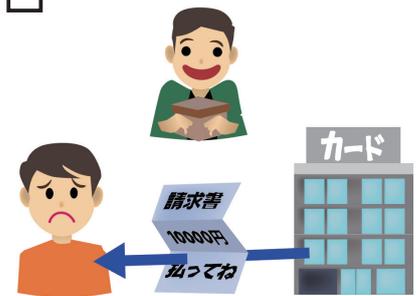
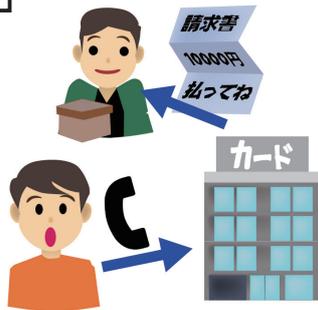


問7 クレジットカードを友人に貸した。正しいのはどれ？ _____

1 友人が利用したものについては、支払義務がない

2 カード会社に連絡すれば、友人に請求してもらえる

3 友人が利用していても、請求は自分にくる



消費生活相談に関する三択クイズ 問題（1問）

問8 最寄りの消費生活センターに繋がる「消費者ホットライン」の番号は？ _____

1 188番

2 189番

3 199番



三択クイズ 回答と解説

問1 契約が成立するのはいつ？

- 1 宅配ピザを注文し、店員が了承したとき

契約は、合意があれば口頭でも成立します。(参考:p.4)

問2 未成年者が契約した場合、取り消すことができるのはどれ？

- 3 親に黙ってお店で購入した自転車

法定代理人(親権者。未成年後見人)の同意がない未成年者の契約は、取り消すことができます。ただし、お小遣いの範囲内でした契約や、未成年者が成人と偽ってした契約などは取り消すことができません。(参考:p.13)

問3 クーリング・オフができるのはどれ？

- 3 訪問販売で購入した羽毛布団

クーリング・オフは不意打ち性の高い勧誘などで結んだ契約を、一定期間、解約できる制度です。店頭や通信販売での購入は、不意打ち性がないため、クーリング・オフはできません。(参考:p.8~10)

問4 架空請求のメールが届いた。正しい対処法は？

- 3 無視する

身に覚えのない請求の場合、無視することが一番です。業者に電話したり、メールに記載されたURLをクリックしたりすると、相手に個人情報を知られてしまうので注意しましょう。(参考:p.26)

問5 友人から「絶対儲かる」と勧誘を受けた。正しい対処法は？

- 2 きっぱり断る

絶対儲かるおいしい話はありません。必要なればきっぱり断りましょう。友人を紹介すると、自分が加害者になってしまう恐れがあるので注意しましょう。(参考:p.22~23)

問6 借金であるものはどれ？

- 1 コンビニでクレジットカードを使用してお弁当を購入した

クレジットカードを使用すると、クレジット会社が販売店に代金を立替払いします。借金の一種であるため、利用には注意が必要です。(参考:p.28)

問7 クレジットカードを友人に貸した。正しいのはどれ？

- 3 友人が利用していても、請求は自分にくる

クレジットカードを他人に貸した場合、他人が利用した代金でも、支払責任はカードの名義人にあります。また、クレジットカードを他人に貸すことは、クレジット会社の定める会員規約に違反しており、犯罪などに悪用されるおそれもあります。他人には絶対に貸さないようにしましょう。(参考:p.33)

問8 最寄りの消費生活センターに繋がる「消費者ホットライン」の番号は？

- 1 188番

消費者ホットラインは188番「イヤヤ!」で覚えましょう。(参考:p.40)

選択クイズ 問題 (全3問)

契約に関する選択クイズ 問題 (2問)

問1 次のうち、契約であるものはどれ？ (複数選択可)

1 バスに乗って出かける



2 テレビでドラマを見る



3 無料のサイトで占いをする



4 コンビニでおにぎりを買う



5 レンタル DVD を借りる



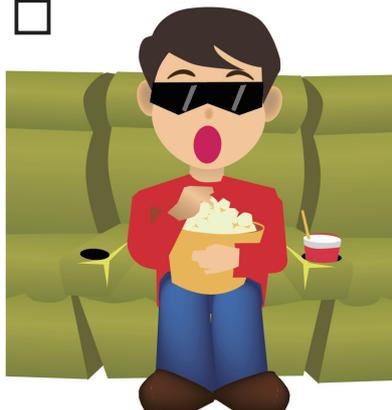
6 歯医者で虫歯の治療をする



7 ピザを注文する



8 映画館で映画を見る



9 友達と遊ぶ約束をする



問2 次のうち、解約できる契約はどれ？（複数選択可）

- 1 3日前にお店で契約した
 英会話教室



- 2 3日前にお店で購入した
 カメラ



- 3 4日前インターネット通販
で購入したが、壊れていた
おもちゃ



- 4 4日前に訪問販売で契約し、
既に工事の始まったリフォーム
契約



- 5 4日前にネットオークシ
ョンで購入したピアノ



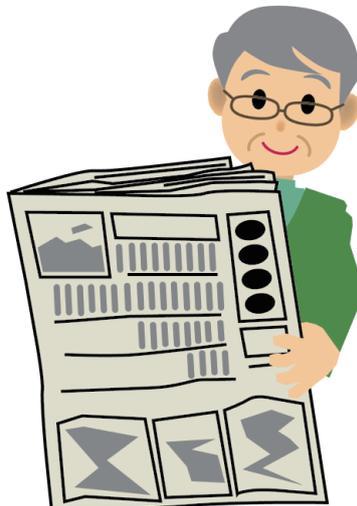
- 6 5日前にSNSの広告を
見て購入した化粧品



- 7 5日前にキャッチセールス
で契約した下着



- 8 2週間前に訪問販売で契約
した新聞



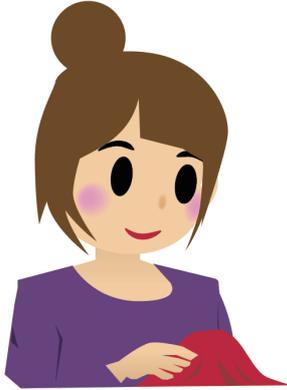
- 9 2週間前に脅されて購入した
「幸運になる壺」



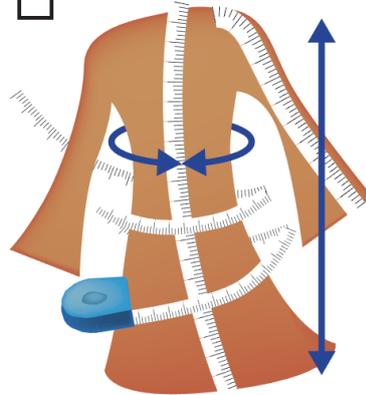
消費者トラブルに関する選択クイズ 問題（1問）

問3 インターネット通販で服を購入する際、注意すると良いポイントは？（複数選択可）

1 商品の素材



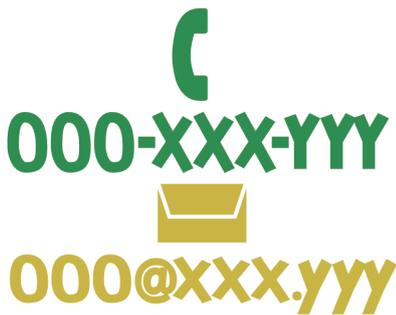
2 商品のサイズ



3 商品の口コミ



4 販売者の連絡先はあるか



5 販売者の評価



6 送料規定



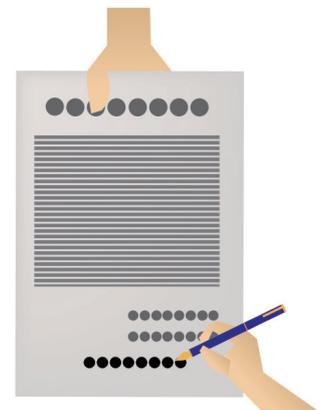
7 返品特約



8 代金の支払方法



9 契約の条件



選択クイズ 回答と解説

問1 次のうち、契約であるものはどれ？（複数選択可）



「契約」は、当事者の意思の合致により成立する、法律行為です。単なる約束とは異なり、法的拘束力があります。売買契約、賃貸借契約、使用貸借契約、旅行運送契約など、種類は様々です。（参考：p.4）

問2 次のうち、解約できる契約はどれ？（複数選択可）



契約には、その内容や状況に応じて、クーリング・オフ制度、中途解約などの他、未成年者による契約の取消など、様々な手段・方法があります。

- ①②自分から店舗に行って契約した場合は、クーリング・オフができません。ただし、特定継続的役務提供である英会話教室※などの一部の例外については、店舗での契約もクーリング・オフができます。
- ③商品に欠陥があった場合は、瑕疵担保責任の追及により、契約解除ができます。
- ④既に工事が始まっている場合、クーリング・オフにより元の状態に戻すよう請求することができます。
- ⑤⑥通信販売による契約は、クーリング・オフの対象外です。
- ⑦キャッチセールスは、8日以内であればクーリング・オフができます。
- ⑧訪問販売による契約については、8日間のクーリング・オフ期間となっています。
- ⑨脅迫されてした契約は、取り消すことができます。

※一定の期間と金額を超えないと特定継続的役務として契約解除できないため、注意してください。

（参考：p.8～15）

問3 インターネット通販で服を購入する際、注意すると良いポイントは？（複数選択可）



インターネット通販には、クーリング・オフの適用はありません。商品だけでなく、返品特約や契約の条件、販売業者の情報等もしっかり確認した上で利用しましょう。また、インターネット通販のトラブルのうち、健康食品については、「『初回無料』という広告を見て購入したが、定期購入が条件となっていた」などという相談も多く寄せられていますので、注意してください。

（参考：p.19～20）

○×クイズ 問題 (全8問)

消費者トラブルに関する○×クイズ 問題 (7問)

問題1



ネットショップで欲しかった商品を見つけた。ショップの連絡先の表示はなかったけど、メールのやりとりなどから信頼がおけると感じたので、商品の購入を決めた。



問題2



ネットで、ブランドの限定品を見つけた。店頭では売り切れのものが40%オフで、残り1点となっていたので、即注文した。



問題3



ネットオークションで、個人出品者が限定のブランドバッグを出していた。前から欲しかったもので、どうしようか迷ったが、連絡先がフリーのメールアドレスしかないのが気になり、入札はしなかった。



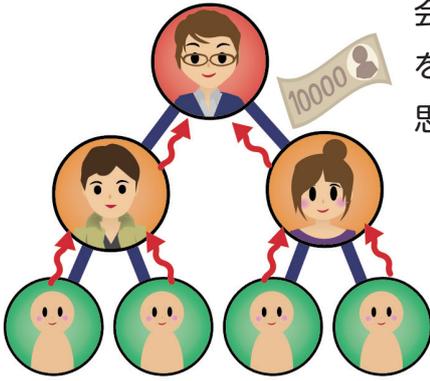
問題4



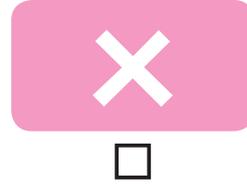
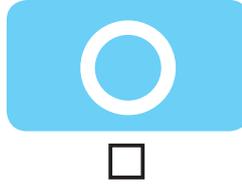
インターネット広告で、簡単に儲かるという在宅ビジネスが紹介されていたので問い合わせた。健康食品を販売するビジネスで、入会して会員を増やす仕事だった。月30万円稼いでいる人もいる。マルチ商法ではないからと勧誘されたので入会することにした。



問題 5



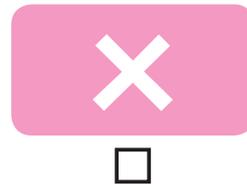
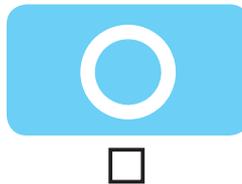
先輩から「誰でも簡単に儲かるいいバイトがある」と聞いて説明会に参加した。商品を購入して会員となり自分の下に新たな会員を増やすというものだったが、お小遣い程度でも儲かれば良いと思いい入会した。



問題 6



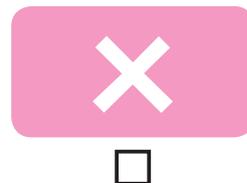
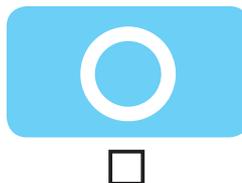
インターネットを見ていて偶然アイドルの動画サイトを発見した。無料かどうか確かめることができなかつたのでアクセスしなかつた。



問題 7



スマートフォンの無料サイトに登録しようとして「会員登録する」のボタンを押したら、アダルトサイトの入会完了と請求画面となり、スマートフォンの個人識別番号が表示された。個人情報を知られていると思い、誤って登録されたことを伝えるため業者へ電話連絡をすることにした。

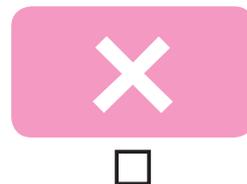
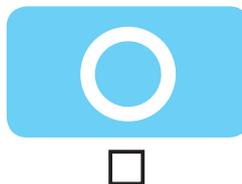


クレジットに関する○×クイズ 問題 (1問)

問題 8



リボルビング払いは、毎月の返済額が抑えられるが、その分、返済期間が長期化し、支払総額がふくらむケースが多い。



○×クイズ 回答と解説

問1

×

特定商取引法の規制を守っていないサイトは、他のルールも守らない可能性が高く、メールの内容が正しいとは限りません。電話番号や住所などの連絡先の記載がない業者は信頼できないので、取り引きしてはいけません。(参考:p.19~21)

問2

×

店頭で売り切れの品が40%オフというのは不自然です。まず、サイトの事業者名、住所、電話番号などが実在するものか確認しましょう。また、そのサイトの評判も調べてみましょう。少しでも不審な点があれば、取引してはいけません。(参考:p.19~21)

問3

○

個人出品者には特定商取引法での規制がありません。メールアドレスしかない相手の場合、トラブルになっても相手が特定できないこともありますので、避けた方が無難です。(参考:p.19~21)

問4

×

勧誘の時「マルチ商法ではない」と言われることもありますが、鵜呑みにしてはいけません。一部の成功例を強調することもあります。ほとんどの人は思ったようには儲かりません。怪しいと思ったら断りましょう。(参考:p.22~23)

問5

×

これは消費者が販売員として、自分の下に販売員を増やしていくマルチ商法です。説明されたほど簡単には儲からないことがほとんどです。友人、知人を入会させて人間関係が壊れてしまうこともあります。このような話に惑わされないようにしましょう。(参考:p.22~23)

問6

○

最初は無料とあっても、年齢認証、規約への同意などをクリックするうち、登録料や情報料の請求画面が現れることがあります。安全が確認できないサイトにはアクセスしないようにしましょう。(参考:p.26)

問7

×

アダルトサイトとは無関係のサイトでも勝手にアダルトサイトに誘導されることもあります。画面上に個体識別番号やプロバイダー情報が表示されても、個人情報伝わっているわけではありません。慌てて業者に連絡したり、安易にお金を支払わないようにしてください。(参考:p.25)

問8

○

利用金額に関係なく、毎月同額か同率の金額を支払う「リボルビング払い」。例えば、30,000円の購入金額に対し、年率15%、毎月5,000円の元金均等定額リボルビング方式の場合、手数料(利息)を加え、総額31,314円支払う必要があります。(参考:p.29,31)

消費者川柳を考えてみよう

例1

気を付けて
悪質業者が
狙ってる

例2

困ったら
相談しよう
合すぐに

あなたならどうする？（全5問）

問1

ネットショッピングでスニーカーを購入した。お金も振り込んで待っていると、商品が届いたが、写真と色が違うし、生地も安っぽい。こんなとき、あなたならどうする？



回答例

ネットショップにクレームの電話をかけた。

問2

友人に誘われてカフェに行った。「いい話がある。会員になると化粧品が安く買え、知り合いにそれを売れば紹介料も手に入る」と言われた。こんなとき、あなたならどうする？



回答例

会員になって、友人に商品を紹介する。

問3

暇つぶしにスマートフォンでネット検索していると、「無料占い」と書かれたサイトがあった。生年月日と名前を入力して占いをしてみたら、「会員登録完了。登録料3万円を支払え」という表示が出てきた。こんなとき、あなたならどうする？



回答例

サイトに書いてある連絡先に電話する。

問4

SNSで知り合った人に、「絶対儲かる話があるから、喫茶店で話をしよう」と誘われた。こんなとき、あなたならどうする？



回答例

知らない人と2人で会うのは怖いので友人に付いて来てもらう。

問5

どうしても欲しいゲーム機があり、クレジットカードで購入した。支払日に来るのに口座にお金がなかったため、友人から、他の金融会社から借りることを勧められた…。こんなとき、あなたならどうする？



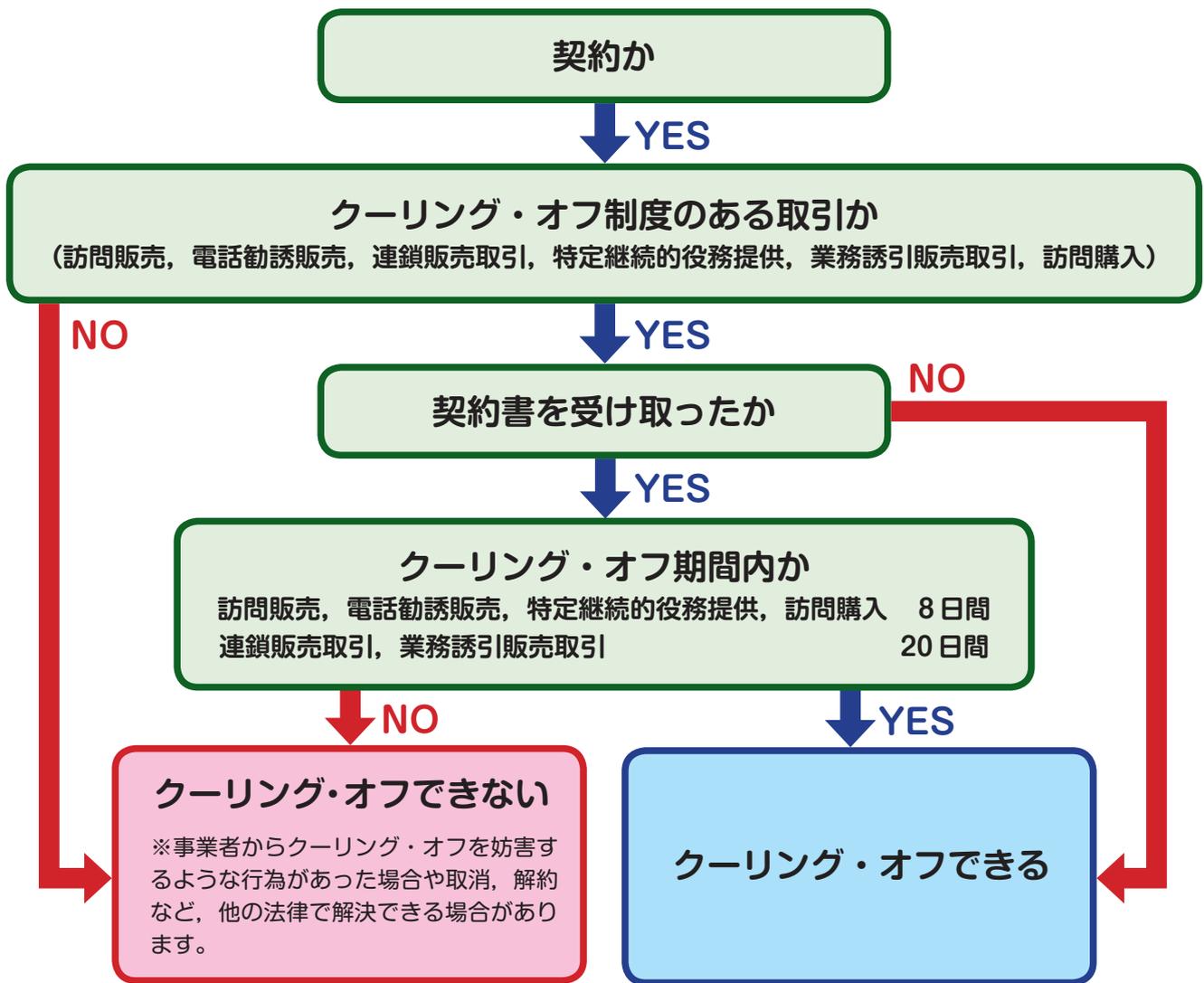
回答例

友人のおすすめの金融会社を聞いて、お金を借りる。

あなたならどうする？ 正しい回答例

- 問1. 販売業者に問い合わせる。消費生活センター等に相談する。
- 問2. 「必要ない。」ときっぱり断る。
- 問3. 絶対にお金を支払わず、消費生活センター等に相談する。
- 問4. あやしいので、絶対に会わない。
- 問5. 借金のための借金はしない。周りの人に相談する。

クーリング・オフができるかどうかの判断フロー図



クーリング・オフできない

※事業者からクーリング・オフを妨害するような行為があった場合や取消、解約など、他の法律で解決できる場合があります。

クーリング・オフできる

クーリング・オフのハガキの書き方

【記載例】

郵便はがき

切手

〇〇県〇〇市〇〇町〇〇丁目〇〇

〇〇株式会社

代表者 〇〇〇〇〇〇様

裏

契約解除 通知

契約日「 年 月 日」

商品・サービス名「 」

契約金額「 」円

販売会社・担当者名「 」

右の契約を解除します。

つきましては、すでに支払っている金額（ ）円を返金し、商品を早急にお引き取りください。

申し出日「 年 月 日」

(契約者) 住所 氏名

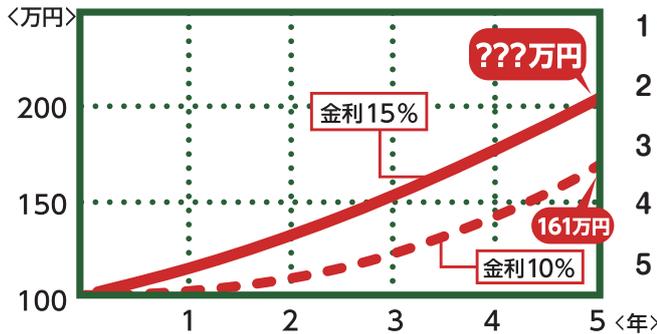
代金を支払ったり、商品の引き渡しを受けているときにはこの文面を追加

※訪問購入で物品を引き渡している場合は、「引き渡し済みの商品〇〇を返還してください」と記載

利息計算

返済額を計算してみよう！ 100 万円を、年利 15% で借りました。5 年後の返済額はいくら？

■ 金利と返済額 (100 万円借りた場合)



1 年後 $1,000,000 \text{円} \times (1 + 0.15) = 1,150,000 \text{円}$

2 年後 $1,150,000 \text{円} \times (1 + 0.15) = 1,322,500 \text{円}$

3 年後 $1,322,500 \text{円} \times (1 + 0.15) =$

4 年後 $\times (1 + 0.15) =$

5 年後 $\times (1 + 0.15) =$

生活設計について

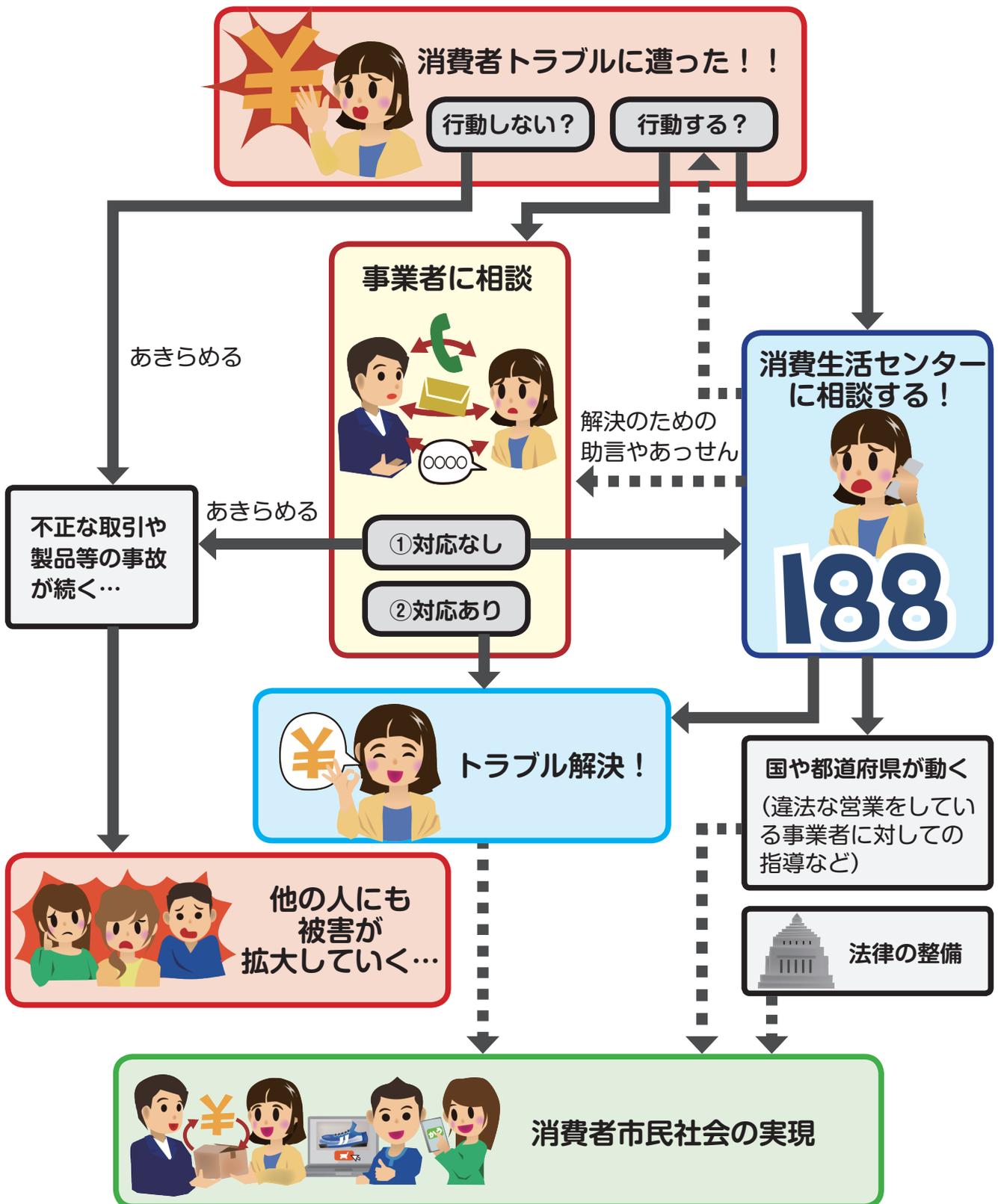
【設定】 23 歳・会社員・独身（一人暮らし） 車の使用目的：毎日の通勤と週末ドライブ
100 万円の車を買うことについて考えます。年利 5%，5 年返済（元金等返済・年払方式）のローンで購入する場合と、5 年間お金をためて 5 年後に買う場合とを自分の生活にあてはめて比較してみましょう。

- 駐車場代：1 万円 / 月
- ガソリン代：1 ℓ 120 円，使用量 50 ℓ / 月
- 自動車保険料：9,500 円 / 月
- 自動車税：2 万円 / 年
- 車検代：10 万円 / 2 年

- 通勤 20 日 / 月
片道 JR：250 円，路面電車：160 円
- レンタカー代：5,000 円 / 2 ヶ月に 1 回利用

今すぐローンで購入	5 年後に現金で購入
<p>車購入費</p> <p>年利 5%・5 年返済・元金均等返済・年払</p> <p>1 年目 <元金>200,000 円 + <金利>50,000 円</p> <p>2 年目 <元金>200,000 円 + <金利>40,000 円</p> <p>3 年目 <元金>200,000 円 + <金利>30,000 円</p> <p>4 年目 <元金>200,000 円 + <金利>20,000 円</p> <p>5 年目 <元金>200,000 円 + <金利>10,000 円</p> <p style="text-align: right;">= 1,150,000 円</p>	<p>車購入費</p> <p>一括購入 1,000,000 円</p>
<p>駐車場代</p> <p>1 万円 × 12 ヶ月 × 5 年 = <input type="text"/> ¹</p>	<p>通勤</p> <p>(250 円 + 160 円) × 2 (1 往復)</p> <p>× 20 日 × 12 ヶ月 × 5 年 = <input type="text"/> ⁶</p>
<p>ガソリン代</p> <p>120 円 × 50 ℓ × 12 ヶ月 × 5 年 = <input type="text"/> ²</p>	<p>レンタカー代</p> <p>5,000 円 × 6 回 × 5 年 = <input type="text"/> ⁷</p>
<p>自動車保険料</p> <p>9,500 円 × 12 ヶ月 × 5 年 = <input type="text"/> ³</p>	<p>合計 <input type="text"/> B 円</p>
<p>自動車税</p> <p>2 万円 × 5 年 = <input type="text"/> ⁴</p>	<p>差額 A - B <input type="text"/> C 円 / 5 年</p>
<p>車検代</p> <p>10 万円 × 2 回 = <input type="text"/> ⁵</p>	<p>この差額をどう捉えるか？</p> <p>1 年あたり <input type="text"/> ⁸ 円</p> <p>1 ヶ月あたり <input type="text"/> ⁹ 円</p> <p>1 日あたり <input type="text"/> ¹⁰ 円</p>
<p>合計 <input type="text"/> A 円</p>	<p>今すぐローンで購入する場合，どんなメリットが考えられる？ ^①</p>

消費者トラブルに遭った場合の相談フロー図



生活設計(前ページ)の正解

- ① 600,000円 ② 360,000円 ③ 570,000円 ④ 100,000円 ⑤ 200,000円 A 2,980,000円 ⑥ 984,000円
- ⑦ 150,000円 B 2,134,000円 C 846,000円 ⑧ 169,200円 ⑨ 14,100円 ⑩ 470円
- D 雨の日や暑い日、寒い日の通勤が楽になる。買い物や用事がある時に便利である。
好きな車を今すぐ手に入れる事ができる。など

データ掲載サイトのご案内

当冊子「消費者教育参考資料～消費者教育サポートブック～」の全ページ及び、生徒用配布素材集部分について、カラーデータをダウンロードできるWEBサイトをご用意しています。

サイトURL <http://school.nackynailly.com/supportbook/>

学校の消費者教育で使用する場合、ダウンロードの上、それぞれの授業等の内容に合わせてアレンジなどして活用することができます（イラストのみを抽出してプリント等に利用することも可）。資料等の使用は、学校の消費者教育における利用、編集、上映等に限定されています。詳しくはサイトにある注意事項をご確認のうえご利用ください。

The screenshot shows a website interface with the following content:

- Header:** 消費者教育参考資料 (Consumer Education Reference Materials) ~消費者教育サポートブック~ (Consumer Education Support Book) 広島県環境県民局消費生活課 (Hiroshima Prefecture Environmental and Consumer Affairs Agency Consumer Life Division)
- Section:** 消費者教育参考資料～消費者教育サポートブック～ (Consumer Education Reference Materials ~ Consumer Education Support Book ~)
- Text:** 「消費者教育参考資料～消費者教育サポートブック～」のデータを配布します。冊子として配布しているものはモノクロ印刷ですが、このページからダウンロードできるデータはカラーです。(We distribute the data of "Consumer Education Reference Materials ~ Consumer Education Support Book ~". While the distributed booklets are printed in black and white, the data downloadable from this page is in color.)
- Illustration:** An illustration depicting a man and a woman thinking, surrounded by various consumer-related items like a credit card, an ATM, a shop, and a person holding a sign that says "登録完了" (Registration Complete).
- Section:** 資料等のダウンロード (Download of Materials, etc.)
- Text:** 資料等をPDFとWordまたはPowerPoint形式で掲載しています。学校の消費者教育で使用する場合、ダウンロードの上、授業等の内容に合わせてアレンジなどして活用することができます（イラストのみの使用も可）。ただし、これらの資料等の使用は、学校の消費者教育における利用、編集、上映等に限りません。再配布、営利目的での利用は著作権法により禁止されています。 ※「Word,PowerPoint形式」はzipファイルに圧縮されています。zipファイルを伸張できるソフトウェアで目的のファイルを取り出した後、ご利用ください。(Materials are provided in PDF, Word, or PowerPoint format. When used for school consumer education, you can download and use them after adjusting to the lesson content (illustrations can also be used). However, the use of these materials is limited to use, editing, and presentation in school consumer education. Redistribution and use for profit is prohibited by copyright law. *The "Word, PowerPoint format" data is compressed in a zip file. After extracting the files with software that can decompress zip files, please use them.)
- Download Options:**

サポートブック全編 (90ページ)	PDF	Word,PowerPoint形式
生徒用配布素材集 (15ページ)	PDF	PowerPoint形式
- Footer:** このサイトに関するお問い合わせは、広島県環境県民局消費生活課 (広島県ホームページにリンク) にご連絡ください。 Copyright 2017 消費者教育参考資料～消費者教育サポートブック～(広島県環境県民局消費生活課) All Rights Reserved.

サポートブック全体と、生徒配布用素材集のみの2種類のダウンロードがあり、Word、PowerPoint形式のデータもダウンロードできます。

※WordやPowerPoint形式のデータは、印刷するPCにインストールされているフォントの種類などにより、この冊子とまったく同じ形に印刷できない場合があります。その場合は、PDFを印刷するか、データを切り取りご利用ください。

消費者基本法

(昭和四十三年五月三十日法律第七十八号)

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等の格差にかんがみ、消費者の利益の擁護及び増進に関し、消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念を定め、国、地方公共団体及び事業者の責務等を明らかにするとともに、その施策の基本となる事項を定めることにより、消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策の推進を図り、もつて国民の消費生活の安定及び向上を確保することを目的とする。

(基本理念)

第二条 消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策（以下「消費者政策」という。）の推進は、国民の消費生活における基本的な需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、消費者の安全が確保され、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保され、消費者に対し必要な情報及び教育の機会が提供され、消費者の意見が消費者政策に反映され、並びに消費者に被害が生じた場合には適切かつ迅速に救済されることが消費者の権利であることを尊重するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

2 消費者の自立の支援に当たっては、消費者の安全の確保等に関して事業者による適正な事業活動の確保が図られるとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮されなければならない。

3 消費者政策の推進は、高度情報通信社会の進展に的確に対応することに配慮して行われなければならない。

4 消費者政策の推進は、消費生活における国際化の進展にかんがみ、国際的な連携を確保しつつ行われなければならない。

5 消費者政策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

(国の責務)

第三条 国は、経済社会の発展に即応して、前条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、消費者政策を推進する責務を有する。

(地方公共団体の責務)

第四条 地方公共団体は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にのっとり、国の施策に準じて施策を講ずるとともに、当該地域の社会的、経済的状况に応じた消費者政策を推進する責務を有する。

(事業者の責務等)

第五条 事業者は、第二条の消費者の権利の尊重及びその自立の支援その他の基本理念にかんがみ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

一 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。

二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。

三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。

四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。

五 国又は地方公共団体が実施する消費者政策に協力すること。

2 事業者は、その供給する商品及び役務に関し環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

第六条 事業者団体は、事業者の自主的な取組を尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

第七条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な知識を修得し、及び必要な情報を収集する等自主的かつ合理的に行動するよう努めなければならない。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めなければならない。

第八条 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

(消費者基本計画)

第九条 政府は、消費者政策の計画的な推進を図るため、消費者政策の推進に関する基本的な計画（以下

「消費者基本計画」という。)を定めなければならない。

2 消費者基本計画は、次に掲げる事項について定めるものとする。

一 長期的に講ずべき消費者政策の大綱

二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の計画的な推進を図るために必要な事項

3 内閣総理大臣は、消費者基本計画の案につき閣議の決定を求めなければならない。

4 内閣総理大臣は、前項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、消費者基本計画を公表しなければならない。

5 前二項の規定は、消費者基本計画の変更について準用する。

(法制上の措置等)

第十条 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。

(年次報告)

第十条の二 政府は、毎年、国会に、政府が講じた消費者政策の実施の状況に関する報告書を提出しなければならない。

第二章 基本的施策

(安全の確保)

第十一条 国は、国民の消費生活における安全を確保するため、商品及び役務についての必要な基準の整備及び確保、安全を害するおそれがある商品の事業者による回収の促進、安全を害するおそれがある商品及び役務に関する情報の収集及び提供等必要な施策を講ずるものとする。

(消費者契約の適正化等)

第十二条 国は、消費者と事業者との間の適正な取引を確保するため、消費者との間の契約の締結に際しての事業者による情報提供及び勧誘の適正化、公正な契約条項の確保等必要な施策を講ずるものとする。

(計量の適正化)

第十三条 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)

第十四条 国は、商品の品質の改善及び国民の消費生活の合理化に寄与するため、商品及び役務について、適正な規格を整備し、その普及を図る等必要な施策を講ずるものとする。

2 前項の規定による規格の整備は、技術の進歩、消費生活の向上等に応じて行なうものとする。

(広告その他の表示の適正化等)

第十五条 国は、消費者が商品の購入若しくは使用又は役務の利用に際しその選択等を誤ることがないようにするため、商品及び役務について、品質等に関する広告その他の表示に関する制度を整備し、虚偽又は誇大な広告その他の表示を規制する等必要な施策を講ずるものとする。

(公正自由な競争の促進等)

第十六条 国は、商品及び役務について消費者の自主的かつ合理的な選択の機会の拡大を図るため、公正かつ自由な競争を促進するために必要な施策を講ずるものとする。

2 国は、国民の消費生活において重要度の高い商品及び役務の価格等であってその形成につき決定、認可その他の国の措置が必要とされるものについては、これらの措置を講ずるに当たり、消費者に与える影響を十分に考慮するよう努めるものとする。

(啓発活動及び教育の推進)

第十七条 国は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する知識の普及及び情報の提供等消費者に対する啓発活動を推進するとともに、消費者が生涯にわたって消費生活について学習する機会があまねく求められている状況にかんがみ、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場を通じて消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を講ずるものとする。

2 地方公共団体は、前項の国の施策に準じて、当該地域の社会的、経済的状況に応じた施策を講ずるよう努めなければならない。

(意見の反映及び透明性の確保)

第十八条 国は、適正な消費者政策の推進に資するため、消費生活に関する消費者等の意見を施策に反映し、当該施策の策定の過程の透明性を確保するための制度を整備する等必要な施策を講ずるものとする。

(苦情処理及び紛争解決の促進)

第十九条 地方公共団体は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、苦情の処理のあっせん等に努めなければならない。この場合において、都道府県は、市町村(特別区を含む。)との連携を図りつつ、主として高度の専門性又は広域の見地への配慮を必要とする苦情の処理のあっせん等を行うものとするとともに、多様な苦情に柔軟かつ弾力的に対応するよう努めなければならない。

2 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた苦情が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に処理されるようにするため、人材の確保及び資質の向上その他の必要な施策（都道府県にあっては、前項に規定するものを除く。）を講ずるよう努めなければならない。

3 国及び都道府県は、商品及び役務に関し事業者と消費者との間に生じた紛争が専門的知見に基づいて適切かつ迅速に解決されるようにするために必要な施策を講ずるよう努めなければならない。

（高度情報通信社会の進展への的確な対応）

第二十条 国は、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、消費者と事業者との間の適正な取引の確保、消費者に対する啓発活動及び教育の推進、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たって高度情報通信社会の進展に的確に対応するために必要な施策を講ずるものとする。

（国際的な連携の確保）

第二十一条 国は、消費生活における国際化の進展に的確に対応するため、国民の消費生活における安全及び消費者と事業者との間の適正な取引の確保、苦情処理及び紛争解決の促進等に当たって国際的な連携を確保する等必要な施策を講ずるものとする。

（環境の保全への配慮）

第二十二条 国は、商品又は役務の品質等に関する広告その他の表示の適正化等、消費者に対する啓発活動及び教育の推進等に当たって環境の保全に配慮するために必要な施策を講ずるものとする。

（試験、検査等の施設の整備等）

第二十三条 国は、消費者政策の実効を確保するため、商品の試験、検査等を行う施設を整備し、役務についての調査研究等を行うとともに、必要に応じて試験、検査、調査研究等の結果を公表する等必要な施策を講ずるものとする。

第三章 行政機関等

（行政組織の整備及び行政運営の改善）

第二十四条 国及び地方公共団体は、消費者政策の推進につき、総合的見地に立った行政組織の整備及び行政運営の改善に努めなければならない。

（国民生活センターの役割）

第二十五条 独立行政法人国民生活センターは、国及び地方公共団体の関係機関、消費者団体等と連携し、国民の消費生活に関する情報の収集及び提供、事業者と消費者との間に生じた苦情の処理のあっせん及び当該苦情に係る相談、事業者と消費者との間に生じた紛争の合意による解決、消費者からの苦情等に関する商品についての試験、検査等及び役務につい

ての調査研究等、消費者に対する啓発及び教育等における中核的な機関として積極的な役割を果たすものとする。

（消費者団体の自主的な活動の促進）

第二十六条 国は、国民の消費生活の安定及び向上を図るため、消費者団体の健全かつ自主的な活動が促進されるよう必要な施策を講ずるものとする。

第四章 消費者政策会議等

（消費者政策会議）

第二十七条 内閣府に、消費者政策会議（以下「会議」という。）を置く。

2 会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者基本計画の案を作成すること。

二 前号に掲げるもののほか、消費者政策の推進に関する基本的事項の企画に関して審議するとともに、消費者政策の実施を推進し、並びにその実施の状況を検証し、評価し、及び監視すること。

3 会議は、次に掲げる場合には、消費者委員会の意見を聴かなければならない。

一 消費者基本計画の案を作成しようとするとき。

二 前項第二号の検証、評価及び監視について、それらの結果の取りまとめを行おうとするとき。

第二十八条 会議は、会長及び委員をもって組織する。

2 会長は、内閣総理大臣をもって充てる。

3 委員は、次に掲げる者をもって充てる。

一 内閣府設置法（平成十一年法律第八十九号）第十一条の二の規定により置かれた特命担当大臣

二 内閣官房長官、関係行政機関の長及び内閣府設置法第九条第一項に規定する特命担当大臣（前号の特命担当大臣を除く。）のうちから、内閣総理大臣が指定する者

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。

（消費者委員会）

第二十九条 消費者政策の推進に関する基本的事項の調査審議については、この法律によるほか、消費者庁及び消費者委員会設置法（平成二十一年法律第四十八号）第六条の定めるところにより、消費者委員会において行うものとする。

附則 略

消費者契約法（抜粋）

（平成十二年五月十二日法律第六十一号）

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鑑み、事業者の一定の行為により消費者が誤認し、又は困惑した場合等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するとともに、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ほか、消費者の被害の発生又は拡大を防止するため適格消費者団体が事業者等に対し差止請求をすることができることとすることにより、消費者の利益の擁護を図り、もっ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（第四十三条第二項第二号を除く。）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。

4 この法律において「適格消費者団体」とは、不特定かつ多数の消費者の利益のためにこの法律の規定による差止請求権を行使するのに必要な適格性を有する法人である消費者団体（消費者基本法（昭和四十三年法律第七十八号）第八条の消費者団体をいう。以下同じ。）として第十三条の定めるところにより内閣総理大臣の認定を受けた者をいう。

（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。

2 消費者は、消費者契約を締結するに際しては、事業者から提供された情報を活用し、消費者の権利義務その他の消費者契約の内容について理解するよう努めるものとする。

（消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消

し）

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 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、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分量、回数又は期間（以下この項において「分量等」という。）が当該消費者にとっての通常分量等（消費者契約の目的となるものの内容及び取引条件並びに事業者がその締結について勧誘をする際の消費者の生活の状況及びこれについての当該消費者の認識に照らして当該消費者契約の目的と

なるものの分量等として通常想定される分量等をいう。以下この項において同じ。)を著しく超えるものであることを知っていた場合において、その勧誘により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。事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、消費者が既に当該消費者契約の目的となるものと同種のものを目的とする消費者契約(以下この項において「同種契約」という。)を締結し、当該同種契約の目的となるものの分量等と当該消費者契約の目的となるものの分量等とを合算した分量等が当該消費者にとっての通常分量等を著しく超えるものであることを知っていた場合において、その勧誘により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も、同様とする。

5 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(同項の場合にあっては、第三号に掲げるものを除く。)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、用途その他の内容であって、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

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であって、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

三 前二号に掲げるもののほか、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が当該消費者の生命、身体、財産その他の重要な利益についての損害又は危険を回避するために通常必要であると判断される事情

6 第一項から第三項第四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(二以上の段階にわたる委託を含む。))を受けた者を含む。以下「受託者等」という。)が消費者に対して同条第一項から第四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(復代理人(二以上の段階にわたり復代理人として選任された者

を含む。))を含む。以下同じ。)、事業者の代理人及び受託者等の代理人は、前条第一項から第四項まで(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四項までの規定は、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四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一年間行わないときは、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 会社法(平成十七年法律第八十六号)その他の法律により詐欺又は強迫を理由として取消しをすることができないものとされている株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出が消費者契約としてされた場合には、当該株式若しくは出資の引受け又は基金の拠出に係る意思表示については、第四条第一項から第四項までの規定によりその取消しをすることができない。

(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）
(消費者の解除権を放棄させる条項の無効)

第八条の二 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生じた消費者の解除権を放棄させる条項
- 二 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こと（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こと）により生じた消費者の解除権を放棄させる条項

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って、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が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って、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 消費者の不作为をもって当該消費者が新たな消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたもの

とみなす条項その他の法律法令中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
あって、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（明治三
十二年法律第四十八号）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。

民法（抜粋）

（明治二十九年四月二十七日法律第八十九号）

第一編 総則

第一章 通則

（基本原則）

第一条 私権は、公共の福祉に適合しなければならない。

2 権利の行使及び義務の履行は、信義に従い誠実に行使しなければならない。

3 権利の濫用は、これを許さない。

（解釈の基準）

第二条 この法律は、個人の尊厳と両性の本質的平等を旨として、解釈しなければならない。

第二章 人

第二節 行為能力

（成年）

第四条 年齢二十歳をもって、成年とする。

（未成年者の法律行為）

第五条 未成年者が法律行為をするには、その法定代理人の同意を得なければならない。ただし、単に権利を得、又は義務を免れる法律行為については、この限りでない。

2 前項の規定に反する法律行為は、取り消すことができる。

3 第一項の規定にかかわらず、法定代理人が目的を定めて処分を許した財産は、その目的の範囲内において、未成年者が自由に処分することができる。目的を定めずに処分を許した財産を処分するときも、同様とする。

（未成年者の営業の許可）

第六条 一種又は数種の営業を許された未成年者は、その営業に関しては、成年者と同一の行為能力を有する。

2 前項の場合において、未成年者がその営業に堪えることができない事由があるときは、その法定代理人は、第四編（親族）の規定に従い、その許可を取り消し、又はこれを制限することができる。

（後見開始の審判）

第七条 精神上の障害により事理を弁識する能力を欠く常況にある者については、家庭裁判所は、本人、配偶者、四親等内の親族、未成年後見人、未成年後見監督人、保佐人、保佐監督人、補助人、補助監督人又は検察官の請求により、後見開始の審判をすることができる。

（成年被後見人及び成年後見人）

第八条 後見開始の審判を受けた者は、成年被後見人とし、これに成年後見人を付する。

（成年被後見人の法律行為）

第九条 成年被後見人の法律行為は、取り消すことができる。ただし、日用品の購入その他日常生活に関する行為については、この限りでない。

（後見開始の審判の取消し）

第十条 第七条に規定する原因が消滅したときは、家庭裁判所は、本人、配偶者、四親等内の親族、後見人（未成年後見人及び成年後見人をいう。以下同じ。）、後見監督人（未成年後見監督人及び成年後見監督人をいう。以下同じ。）又は検察官の請求により、後見開始の審判を取り消さなければならない。

（保佐開始の審判）

第十一条 精神上の障害により事理を弁識する能力が著しく不十分である者については、家庭裁判所は、本人、配偶者、四親等内の親族、後見人、後見監督人、補助人、補助監督人又は検察官の請求により、保佐開始の審判をすることができる。ただし、第七条に規定する原因がある者については、この限りでない。

（被保佐人及び保佐人）

第十二条 保佐開始の審判を受けた者は、被保佐人とし、これに保佐人を付する。

（保佐人の同意を要する行為等）

第十三条 被保佐人が次に掲げる行為をするには、その保佐人の同意を得なければならない。ただし、第九条ただし書に規定する行為については、この限りでない。

一 元本を領収し、又は利用すること。

二 借財又は保証をすること。

三 不動産その他重要な財産に関する権利の得喪を目的とする行為をすること。

四 訴訟行為をすること。

五 贈与、和解又は仲裁合意（仲裁法（平成十五年法律第三十八号）第二条第一項に規定する仲裁合意をいう。）をすること。

六 相続の承認若しくは放棄又は遺産の分割をすること。

七 贈与の申込みを拒絶し、遺贈を放棄し、負担付贈与の申込みを承諾し、又は負担付遺贈を承認すること。

八 新築、改築、増築又は大修繕をすること。

九 第六百二条に定める期間を超える賃貸借をすること。

2 家庭裁判所は、第十一条本文に規定する者又は保佐人若しくは保佐監督人の請求により、被保佐人が前項各号に掲げる行為以外の行為をする場合であってもその保佐人の同意を得なければならない旨の審判をすることができる。ただし、第九条ただし書に規定する行為については、この限りでない。

3 保佐人の同意を得なければならない行為について、保佐人が被保佐人の利益を害するおそれがないにもかかわらず同意をしないときは、家庭裁判所は、被保佐人の請求により、保佐人の同意に代わる許可を与えることができる。

4 保佐人の同意を得なければならない行為であって、その同意又はこれに代わる許可を得ないでしたものは、取り消すことができる。

(補助開始の審判)

第十五条 精神上の障害により事理を弁識する能力が不十分である者については、家庭裁判所は、本人、配偶者、四親等内の親族、後見人、後見監督人、保佐人、保佐監督人又は検察官の請求により、補助開始の審判をすることができる。ただし、第七条又は第十一条本文に規定する原因がある者については、この限りでない。

2 本人以外の者の請求により補助開始の審判をするには、本人の同意がなければならない。

3 補助開始の審判は、第十七条第一項の審判又は第八百七十六条の九第一項の審判とともにしなければならない。

(被補助人及び補助人)

第十六条 補助開始の審判を受けた者は、被補助人とし、これに補助人を付する。

(補助人の同意を要する旨の審判等)

第十七条 家庭裁判所は、第十五条第一項本文に規定する者又は補助人若しくは補助監督人の請求により、被補助人が特定の法律行為をするにはその補助人の同意を得なければならない旨の審判をすることができる。ただし、その審判によりその同意を得なければならないものとすることができる行為は、第十三条第一項に規定する行為の一部に限る。

2 本人以外の者の請求により前項の審判をするには、本人の同意がなければならない。

3 補助人の同意を得なければならない行為について、補助人が被補助人の利益を害するおそれがないにもかかわらず同意をしないときは、家庭裁判所は、被補助人の請求により、補助人の同意に代わる許可を与えることができる。

4 補助人の同意を得なければならない行為であって、その同意又はこれに代わる許可を得ないでしたものは、取り消すことができる。

(制限行為能力者の詐術)

第二十一条 制限行為能力者が行為能力者であることを信じさせるため詐術を用いたときは、その行為を取り消すことができない。

第五章 法律行為

第一節 総則

(公序良俗)

第九十条 公の秩序又は善良の風俗に反する事項を目的とする法律行為は、無効とする。

第二節 意思表示

(虚偽表示)

第九十四条 相手方と通じてした虚偽の意思表示は、無効とする。

2 前項の規定による意思表示の無効は、善意の第三者に対抗することができない。

(錯誤)

第九十五条 意思表示は、法律行為の要素に錯誤があったときは、無効とする。ただし、表意者に重大な過失があったときは、表意者は、自らその無効を主張することができない。

(詐欺又は強迫)

第九十六条 詐欺又は強迫による意思表示は、取り消すことができる。

2 相手方に対する意思表示について第三者が詐欺を行った場合においては、相手方がその事実を知っていたときに限り、その意思表示を取り消すことができる。

3 前二項の規定による詐欺による意思表示の取消しは、善意の第三者に対抗することができない。

第三編 債権

第二章 契約

第一節 総則

第一款 契約の成立

(承諾の期間の定めのある申込み)

第五百二十一条 承諾の期間を定めてした契約の申込みは、撤回することができない。

2 申込者が前項の申込みに対して同項の期間内に承諾の通知を受けなかったときは、その申込みは、その効力を失う。

(隔地者間の契約の成立時期)

第五百二十六条 隔地者間の契約は、承諾の通知を發した時に成立する。

2 申込者の意思表示又は取引上の慣習により承諾の通知を必要としない場合には、契約は、承諾の意思表示と認めるべき事実があった時に成立する。

(申込みの撤回の通知の延着)

第五百二十七条 申込みの撤回の通知が承諾の通知を發した後に到達した場合であっても、通常の場合にはその前に到達すべき時に發送したものであることを知ることができるときは、承諾者は、遅滞なく、申込者に対してその延着の通知を發しなければならない。

2 承諾者が前項の延着の通知を怠ったときは、契約は、成立しなかったものとみなす。

第二款 契約の効力

(同時履行の抗弁)

第五百三十三条 双務契約の当事者の一方は、相手方がその債務の履行を提供するまでは、自己の債務の履行を拒むことができる。ただし、相手方の債務が弁済期にないときは、この限りでない。

第三款 契約の解除

(解除権の行使)

第五百四十条 契約又は法律の規定により当事者の一方が解除権を有するときは、その解除は、相手方に対する意思表示によってする。

2 前項の意思表示は、撤回することができない。

(履行遅滞等による解除権)

第五百四十一条 当事者の一方がその債務を履行しない場合において、相手方が相当の期間を定めてその履行の催告をし、その期間内に履行がないときは、相手方は、契約の解除をすることができる。

(定期行為の履行遅滞による解除権)

第五百四十二条 契約の性質又は当事者の意思表示により、特定の日時又は一定の期間内に履行をしなければ契約をした目的を達することができない場合において、当事者の一方が履行をしないでその時期を経過したときは、相手方は、前条の催告をすることなく、直ちにその契約の解除をすることができる。

(履行不能による解除権)

第五百四十三条 履行の全部又は一部が不能となったときは、債権者は、契約の解除をすることができる。ただし、その債務の不履行が債務者の責めに帰することができない事由によるものであるときは、この限りでない。

(解除の効果)

第五百四十五条 当事者の一方がその解除権を行使したときは、各当事者は、その相手方を原状に復させる義務を負う。ただし、第三者の権利を害することはできない。

2 前項本文の場合において、金銭を返還するときは、その受領の時から利息を付さなければならない。

3 解除権の行使は、損害賠償の請求を妨げない。

(契約の解除と同時履行)

第五百四十六条 第五百三十三条の規定は、前条の場合について準用する。

**広島県民の消費生活の安定と向上を促進する条例
(昭和五十一年三月二十九日条例第一号)**

目次

- 第一章 総則（第一条—第六条の二）
- 第二章 広島県消費生活審議会及び広島県消費者苦情処理委員会の設置（第七条—第十六条）
- 第三章 消費者の権利の擁護及び増進に関する施策（第十七条—第二十四条の五）
- 第四章 苦情の処理及び訴訟の援助に関する施策（第二十五条—第二十九条の二）
- 第五章 生活関連物資に関する施策（第三十条—第三十二条）
- 第六章 削除
- 第七章 雑則（第三十五条—第四十条）

附則

第一章 総則

（目的）

第一条 この条例は、法令に特別の定めがあるもののほか、県民の消費生活に関し、消費者と事業者との間の情報の質及び量並びに交渉力等の格差を踏まえつつ、消費者の利益の擁護及び増進に関する施策の推進に関し、基本理念を定め、県及び事業者の果たすべき責務並びに事業者団体、消費者及び消費者団体の果たすべき役割を明らかにするとともに、消費者の利益の擁護及び増進に関する施策その他必要な施策を定めることにより、県民の消費生活の安定及び向上を促進することを目的とする。

（基本理念）

第二条 消費者の利益の擁護及び増進に関する施策の推進は、県民の消費生活における基本的需要が満たされ、その健全な生活環境が確保される中で、次に掲げる消費者の権利が尊重されるようにするとともに、消費者の年齢その他の特性に配慮しつつ、消費者が自らの利益の擁護及び増進のために自主的かつ合理的に行動することができるよう消費者の自立を支援することを基本として行われなければならない。

- 一 商品又は役務により、生命、身体又は財産が侵されない権利
- 二 商品又は役務について、不当な取引条件を強制されず、不当な取引行為を行わせない権利
- 三 商品又は役務を適切に選択し、適正に使用又は利用をするため適正な表示を行わせる権利
- 四 消費生活を営むために必要な情報が速やかに提供される権利
- 五 消費生活に関する学習の機会が提供される権利
- 六 消費者の意見が県の施策及び事業者の事業活動に適切に反映される権利

七 商品若しくは役務又はこれらの取引行為により不当に受けた被害から速やかに救済される権利

（県の責務）

第三条 県は、前条に規定する基本理念にのっとり、県民の消費生活の安定及び向上を促進するための施策を総合的に策定し、及びこれを実施するものとする。

（事業者の責務）

第四条 事業者は、第二条に規定する基本理念を踏まえ、その供給する商品及び役務について、次に掲げる責務を有する。

- 一 消費者の安全及び消費者との取引における公正を確保すること。
- 二 消費者に対し必要な情報を明確かつ平易に提供すること。
- 三 消費者との取引に際して、消費者の知識、経験及び財産の状況等に配慮すること。
- 四 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するために必要な体制の整備等に努め、当該苦情を適切に処理すること。
- 五 県が実施する消費生活に関する施策に協力すること。

2 事業者は、消費者に供給する商品及び役務について、環境の保全に配慮するとともに、当該商品及び役務について品質等を向上させ、その事業活動に関し自らが遵守すべき基準を作成すること等により消費者の信頼を確保するよう努めなければならない。

（事業者団体の役割）

第四条の二 事業者団体は、事業者の自主的な取組みを尊重しつつ、事業者と消費者との間に生じる苦情の処理の体制の整備、事業者自らがその事業活動に関し遵守すべき基準の作成の支援その他の消費者の信頼を確保するための自主的な活動に努めるものとする。

（消費者の役割）

第五条 消費者は、自ら消費生活に必要な知識を修得し、自主的かつ合理的に行動するよう努めるものとする。

2 消費者は、消費生活に関し、環境の保全及び知的財産権等の適正な保護に配慮するよう努めるものとする。

（消費者団体の役割）

第五条の二 消費者団体は、消費生活に関する情報の収集及び提供並びに意見の表明、消費者に対する啓発及び教育、消費者の被害の防止及び救済のための活動その他の消費者の消費生活の安定及び向上を図るための健全かつ自主的な活動に努めるものとする。

（市町との連携）

第五条の三 県は、この条例に定める施策の実施について、市町の協力を求めるものとする。

2 県は、市町が実施する消費生活の安定及び向上に関する施策について、必要な情報の提供及び技術的支援その他の協力を行うものとする。

(啓発活動及び消費者教育の推進)

第六条 県は、消費者の自立を支援するため、消費生活に関する情報提供及び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よう必要な施策を講ずるものとする。

(消費生活相談等)

第六条の二 消費者安全法（平成二十一年法律第五十号）第十条第一項の機関は、環境県民局に置かれる同法第八条第一項各号に掲げる事務及びこの条例に基づき知事が行う事務を分掌する内部組織（以下「消費生活担当課」という。）とする。

- 2 消費生活担当課に、前項に規定する事務を掌理する長及び必要な職員を置く。
- 3 消費生活担当課の名称及び住所並びに消費者安全法第十条の三第二項に規定する消費生活相談の事務を行う日及び時間は、広島県報で公示するものとする。公示した事項を変更しようとするときも同様とする。
- 4 知事は、消費者安全法第八条第一項各号に掲げる事務の実施により得られた情報の漏えい、滅失又は毀損の防止その他の当該情報の適切な管理のために必要な措置を講じるものとする。

第二章 広島県消費生活審議会及び広島県消費者苦情処理委員会の設置

(広島県消費生活審議会の設置)

第七条 知事の諮問に応じ、県民の消費生活に関する重要事項を調査審議するため、知事の附属機関として広島県消費生活審議会（以下「審議会」という。）を設置する。（審議会の組織）

第八条 審議会は、委員二十人以内で組織する。

- 2 審議会の委員は、次に掲げる者のうちから知事が任命する。
 - 一 消費者を代表する者
 - 二 事業者を代表する者
 - 三 市町を代表する者
 - 四 学識経験を有する者
- (審議会の委員の任期等)

第九条 審議会の委員の任期は、二年とする。ただし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

- 2 審議会の委員は、再任されることができる。
- (審議会の会長)

第十条 審議会に会長を置き、委員の互選によってこれを定める。

- 2 会長は、会務を総理する。
 - 3 会長に事故があるときは、会長があらかじめ指名する委員が、その職務を代理する。
- (部会)

第十一条 審議会に、部会を置くことができる。

- 2 部会に部会長を置き、会長の指名する委員がこれに当たる。

- 3 部会に属すべき委員は、会長が指名する。

(審議会の庶務)

第十二条 審議会の庶務は、環境県民局において処理する。（広島県消費者苦情処理委員会の設置）

第十三条 事業者が消費者に供給する商品又は役務に關し消費者から生じた苦情（以下「消費者苦情」という。）を解決するための調停を行うほか、消費者が事業者を相手に提起する訴訟の援助に関する事項を調査審議するため、知事の附属機関として広島県消費者苦情処理委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(委員会の組織)

第十四条 委員会は、委員五人で組織する。

- 2 委員会の委員は、学識経験を有する者のうちから知事が任命する。

(準用)

第十五条 第九条、第十条及び第十二条の規定は、委員会について準用する。

(委任)

第十六条 この章に定めるもののほか、審議会及び委員会 の運営に関し必要な事項は、規則で定める。

第三章 消費者の権利の擁護及び増進に関する施策
(危害の防止)

第十七条 事業者は、その欠陥により消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼすことが明らかな商品又は役務（以下「欠陥商品等」という。）を供給してはならない。

- 2 事業者は、消費者に供給した商品又は役務が欠陥商品等であることが明らかになったときは、直ちに知事にその旨を報告するとともに、当該商品又は役務の供給の中止、当該商品の回収又は周知その他危害を防止するため必要な措置を講じなければならない。

第十八条 知事は、事業者が消費者に供給する商品又は役務が、その欠陥により消費者の生命、身体又は財産に危害を及ぼすおそれが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、前項の規定による調査の結果、当該調査の対象となった商品又は役務が欠陥商品等であると認めるときは、当該商品又は役務を供給している事業者に対し、その旨を通知するとともに、前条第二項に規定する措置を講ずるよう指導し、又は勧告するものとする。

- 3 知事は、前項の規定により勧告した場合において必要があると認めるときは、当該勧告を受けた事業者に対し、当該勧告に基づいて講じた措置及びその結果について、報告を求めることができる。

(危害防止のための立証要求)

第十八条の二 知事は、前条第一項の調査の結果又は途中において、事業者が消費者に供給する商品又は役務が、

その欠陥により消費者の生命又は身体に重大な危害を及ぼすおそれがあると認めるときは、その商品又は役務を供給する事業者に対し、資料の提出その他の方法により、その商品又は役務が安全であることの立証を要求することができる。

(緊急危害防止措置)

第十八条の三 知事は、事業者が消費者に供給する商品又は役務が、その欠陥により消費者の生命又は身体に重大な危害を及ぼすおそれがあると認める場合において、当該危害を防止するため緊急の必要があると認めるときは、法令に定める措置をとる場合を除き、当該商品又は役務の名称、これを供給する事業者の住所及び氏名又は名称その他必要な事項を県民に明らかにするものとする。

2 知事が前項の規定により県民に明らかにしたときは、当該商品又は役務を供給する事業者は、直ちに当該商品又は役務の供給の中止、当該商品の回収又は周知その他危害を防止するため必要な措置を講じなければならない。

(品質等の表示の適正化)

第十九条 事業者は、消費者が誤りなく商品又は役務を選択することができるようにするため、消費者に供給する商品又は役務について、品質、量目、価格、製造年月日（食品にあつては、消費期限又は賞味期限）、保存方法、保証期間、事業者名等を適正に表示するよう努めなければならない。

2 事業者は、消費者が価格の正確な比較をすることができるようにするため、消費者に供給する商品について、基準単位量及びこれに対応する価格をわかりやすく表示するよう努めなければならない。

(広告の適正化)

第十九条の二 事業者は、消費者に供給する商品又は役務に関する広告について、虚偽又は誇大な表現、消費者が選択を誤るおそれのある表現その他の不適正な表現を避け、消費者が商品又は役務を正しく選択するために必要とする正確な情報を消費者に提供しなければならない。

(包装の適正化)

第二十条 事業者は、消費者に供給する商品について、環境の保全に配慮するとともに、消費者に誤認を与え、又は内容物の保護若しくは品質の保全に必要な限度を超える包装を行わないようにしなければならない。

(アフターサービスの適正化)

第二十一条 事業者は、消費者に供給した商品に対する修理等のアフターサービスの徹底に努めなければならない。

(自主基準の設定)

第二十二条 事業者は、消費者が容易に商品又は役務の選択ができるようにするため、消費者に供給する商品又は役務について、規格、表示の基準、包装の基準その他必要な事項に関する基準（以下単に「基準」という。）を自主的に定めるよう努めなければならない。

2 知事は、事業者が前項の規定により定める基準に関し必要な指導又は助言を行うものとする。

(県の基準の設定)

第二十三条 知事は、消費者の利益の擁護及び増進のため特に必要があると認めるときは、事業者が消費者に供給する商品又は役務について、基準を定めることができる。

2 知事は、前項の規定により基準を定めようとするときは、審議会の意見を聴くものとする。これを変更し、又は廃止しようとするときも、同様とする。

3 事業者は、消費者に供給する商品又は役務が第一項の規定により定められた基準（以下「県の基準」という。）に適合するようにしなければならない。

4 知事は、事業者が消費者に供給する商品又は役務が県の基準に適合していないと認めるときは、当該事業者に対し、県の基準に適合した商品又は役務を消費者に供給するよう指導し、又は勧告するものとする。

(試験、検査等の実施)

第二十四条 知事は、消費者の利益の擁護及び増進のため、必要に応じ、事業者が消費者に供給する商品について、試験、検査等を行うものとする。

(不当な取引行為の禁止)

第二十四条の二 事業者は、その供給する商品又は役務の取引に当たって、次の各号のいずれかに該当する行為で知事が指定する行為（以下「不当な取引行為」という。）を行ってはならない。

一 消費者に対し商品又は役務の売買又は提供に係る契約（以下「商品売買契約等」という。）の締結について勧誘しようとして、消費者に迷惑を及ぼし、又は消費者を欺いて消費者に接触する行為

二 消費者との商品売買契約等の締結又はその勧誘に際して、口頭によると文書によるとを問わず、消費者が当該商品売買契約等に関する事項を正確に認識することを妨げるおそれがある行為

三 消費者との商品売買契約等の締結又はその勧誘に際して、契約を締結させようとして消費者に害を加え、消費者を威迫し、又は困惑させる等消費者の自由な意思形成を妨げるおそれがある行為

四 消費者に不当に不利益となる内容の条項を含む商品売買契約等を締結させる行為

五 消費者との商品売買契約等に関し、消費者又はその関係人を欺き、威迫し、又は困惑させる等により、商品売買契約等（当該契約の成立、存続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請求し、又は当該債務を履行させる行為

六 消費者との商品売買契約等に関し、法令の規定若しくは契約に基づく債務の全部若しくは一部の履行を拒否し、又は正当な理由なく遅延させる行為

七 消費者との商品売買契約等に関し、法律上認められた消費者の権利の行使を妨げるおそれがある行為

八 商品若しくは役務を販売若しくは提供する事業者からの商品若しくは役務の購入若しくは提供を受けることを条件若しくは原因として信用の供与をする契約又は保証を受託する契約(以下「与信契約等」という。)について、消費者の利益を不当に害することを知っていた、又は知り得べきであったにもかかわらず、その締結を勧誘し、若しくは締結させ、又は消費者の利益を不当に害する方法で与信契約等に基づく債務の履行を迫り、若しくは債務の履行をさせる行為

(不当な取引行為の是正措置)

第二十四条の三 知事は、事業者が不当な取引行為を行っている疑いが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、前項の規定による調査の結果、当該調査の対象となつた事業者が前条第一項に違反していると認めるときは、当該事業者に対し、その旨を通知するとともに、当該違反に係る是正措置を講ずるよう指導し、又は勧告するものとする。

3 知事は、前項の規定により勧告した場合において必要があると認めるときは、当該勧告を受けた事業者に対し、当該勧告に基づいて講じた措置及びその結果について、報告を求めることができる。

(不当な取引の未然防止)

第二十四条の四 知事は、事業者が不当な取引行為を行うおそれがあると認めるときは、消費者に不利益が生ずることを未然に防止するため、必要な調査又は指導を行うことができる。

2 知事は、前項の規定による調査又は指導を行うため必要があると認めるときは、当該事業者に対し、資料の提出又は事情の説明を求めることができる。

(緊急被害防止措置)

第二十四条の五 知事は、事業者が不当な取引行為を行うことにより相当多数の消費者に不利益を生じさせるおそれが高いと認める場合において、当該不利益の発生又は拡大を防止するため緊急の必要があると認めるときは、当該不当な取引行為の内容、当該不当な取引行為を行っている、又は行うおそれのある事業者の氏名又は名称及び住所その他必要な事項を県民に明らかにするものとする。

第四章 苦情の処理及び訴訟の援助に関する施策

第二十五条 削除

(知事の消費者苦情の処理)

第二十六条 知事は、消費者苦情の申出があつたときは、速やかにその内容を調査し、当該消費者苦情を解決するため、あつせんその他の必要な措置を講ずるものとする。この場合において、知事は、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に対し、資料の提出又は説明を求めることができる。

(委員会の調停)

第二十七条 知事は、前条の規定によるあつせんその他の措置によって解決することができなかつた消費者苦情については、これを委員会の調停に付することができる。

2 委員会は、調停のため必要があると認めるときは、当事者その他の関係人の出席を求め、その意見を聴くことができる。

(訴訟の援助)

第二十八条 知事は、消費者が事業者を相手に提起する訴訟(民事訴訟法(平成八年法律第九号)第二百七十五条に規定する和解及び民事調停法(昭和二十六年法律第二百二十二号)による調停を含む。以下同じ。)が、次の各号のいずれにも該当する場合には、委員会の意見を聴いて、当該訴訟を提起する者に対し、規則で定めるところにより、当該訴訟に要する費用の貸付けその他の必要な援助を行うことができる。

一 委員会の調停によって解決されなかつた消費者苦情に係るものであること。

二 一件当たりの被害額が規則で定める額以下の消費者苦情に係るものであること。

三 同一又は同種の被害が多数発生し、又は発生するおそれがある消費者苦情に係るものであること。

四 その他規則で定める要件に該当するものであること。

(貸付金の返還)

第二十九条 前条の規定により訴訟に要する費用の貸付けを受けた者(以下「借受者」という。)は、当該訴訟が終了したときは、規則で定めるところにより、当該貸付金を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、借受者が規則で定めるやむを得ない理由により貸付金を返還することができないと認める場合には、当該貸付金の全部又は一部の返還を免除することができる。

(知事への申出)

第二十九条の二 県民は、事業者がこの条例の定めを遵守していないため、消費者の権利が侵害されていると信じるに足りる相当の理由があるときは、知事に対しその旨を申し出て、適切な措置をとるべきことを求めることができる。

2 知事は、前項の規定による申出があつたときは、その内容を調査し、その申出に理由があると認めるときは、この条例に基づいて適切な措置をとるものとする。

3 知事は、県民の消費生活の安定と向上を図るため必要があると認めるときは、第一項の規定による申出の内容並びにその処理の経過及び結果を県民に明らかにすることができる。

第五章 生活関連物資に関する施策

(価格等の調査)

第三十条 知事は、県民の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、必要に応じ、その価格の動向、需給状況及び流通の実態に関し調査を行うものとする。

2 事業者は、前項の規定による調査に協力するものとする。

(物資の指定及び調査)

第三十一条 知事は、生活関連物資の供給が著しく不足し、若しくは価格が著しく上昇し、又はそのおそれがある場合において、県民の生活に重大な影響を及ぼすと認めるときは、当該物資を特別の調査を要する物資として指定するものとする。

2 知事は、前項の規定により指定された物資（以下「特定生活関連物資」という。）について、供給の不足の原因、価格上昇の原因その他必要な事項に関し速やかに調査するものとする。

3 知事は、第一項に規定する事態が消滅したと認めるときは、同項の規定による指定を解除するものとする。

(不当な事業活動の是正勧告)

第三十二条 知事は、事業者が特定生活関連物資の円滑な流通を不当に妨げ、又は適正な利得を著しく超える価格でこれを販売していると認めるときは、当該事業者に対し、不当な事業活動を是正するよう指導し、又は勧告するものとする。

第六章 削除

第三十三条及び第三十四条 削除

第七章 雑則

(関係行政機関への要請)

第三十五条 知事は、県民の消費生活の安定及び向上を促進するため特に必要があると認めるときは、関係行政機関に対し、適切な措置をとるよう要請するものとする。
(情報提供)

第三十六条 知事は、この条例の他の規定に定めるもののほか、消費生活の安定及び向上を促進するため必要があると認めるときは、消費者からの相談又は苦情に係る商品若しくは役務又はこれらの取引行為に関する情報、事業者が消費者に供給する商品の試験、検査等の結果に係る情報、委員会の調停の結果に係る情報、生活関連物資又は特定生活関連物資の価格の動向等の調査の結果に係る情報等を消費者に提供するものとする。

2 知事は、消費者の利益の擁護及び増進を図るため必要があると認めるときは、消費者からの相談又は苦情に係

る商品若しくは役務又はこれらの取引行為に関する情報等を事業者に提供することができる。

(立入検査等)

第三十七条 知事は、第十八条第一項、第二十四条の第三第一項、第二十四条の四第一項又は第三十一条第二項の規定による調査のため必要があると認めるときは、当該調査に係る事業者に対し報告を求め、又はその職員をして、その事務所、事業所その他の場所に立ち入り、帳簿、書類その他の物件を検査させ、若しくは関係人に質問させることができる。

2 前項の規定により、立入検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、関係者の請求があつたときは、これを提示しなければならない。

3 第一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。

(公示)

第三十八条 知事は、次の場合には、その旨を広島県報で公示しなければならない。

一 第二十三条第一項の規定により基準を定めた場合（当該基準を変更し、又は廃止した場合を含む。）

二 第二十四条の二の規定により不当な取引行為を指定した場合（当該指定内容を変更し、又は廃止した場合を含む。）

三 第三十一条第一項の規定により特定生活関連物資の指定をし、又は同条第三項の規定により当該指定を解除した場合

(公表)

第三十九条 知事は、事業者が次の各号のいずれかに該当すると認めるときは、その旨を公表することができる。

一 第十八条第二項、第二十三条第四項、第二十四条の第三第二項又は第三十二条の規定による勧告に従わなかつたとき。

二 第三十七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、若しくは同項の規定による質問に対し答弁をせず、若しくは虚偽の答弁をしたとき。

(委任)

第四十条 この条例に定めるもののほか、この条例の施行に関し必要な事項は、規則で定める。

附 則 略

消費者教育の推進に関する法律

(平成二十四年八月二十二日法律第六十一号)

第一章 総則

(目的)

第一条 この法律は、消費者教育が、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等に起因する消費者被害を防止するとともに、消費者が自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができるようその自立を支援する上で重要であることに鑑み、消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であることを踏まえ、消費者教育に関し、基本理念を定め、並びに国及び地方公共団体の責務等を明らかにするとともに、基本方針の策定その他の消費者教育の推進に関し必要な事項を定めることにより、消費者教育を総合的かつ一体的に推進し、もって国民の消費生活の安定及び向上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「消費者教育」とは、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育(消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。)及びこれに準ずる啓発活動をいう。

2 この法律において「消費者市民社会」とは、消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続可能な社会の形成に積極的に参画する社会をいう。

(基本理念)

第三条 消費者教育は、消費生活に関する知識を修得し、これを適切な行動に結び付けることができる実践的な能力が育まれることを旨として行われなければならない。

2 消費者教育は、消費者が消費者市民社会を構成する一員として主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援することを旨として行われなければならない。

3 消費者教育は、幼児期から高齢期までの各段階に応じて体系的に行われるとともに、年齢、障害の有無その他の

消費者の特性に配慮した適切な方法で行われなければならない。

4 消費者教育は、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場の特性に応じた適切な方法により、かつ、それぞれの場における消費者教育を推進する多様な主体の連携及び他の消費者政策(消費者の利益の擁護及び増進に関する総合的な施策をいう。第九条第二項第三号において同じ。)との有機的な連携を確保しつつ、効果的に行われなければならない。

5 消費者教育は、消費者の消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に与える影響に関する情報その他の多角的な視点に立った情報を提供することを旨として行われなければならない。

6 消費者教育は、災害その他非常の事態においても消費者が合理的に行動することができるよう、非常の事態における消費生活に関する知識と理解を深めることを旨として行われなければならない。

7 消費者教育に関する施策を講ずるに当たっては、環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関連する教育に関する施策との有機的な連携が図られるよう、必要な配慮がなされなければならない。

(国の責務)

第四条 国は、自らの利益の擁護及び増進のため自主的かつ合理的に行動することができる自立した消費者の育成が極めて重要であることに鑑み、前条の基本理念(以下この章において「基本理念」という。)のっとり、消費者教育の推進に関する総合的な施策を策定し、及び実施する責務を有する。

2 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、前項の施策が適切かつ効率的に策定され、及び実施されるよう、相互に又は関係行政機関の長との間の緊密な連携協力を図りつつ、それぞれの所掌に係る消費者教育の推進に関する施策を推進しなければならない。

(地方公共団体の責務)

第五条 地方公共団体は、基本理念のっとり、消費生活センター(消費者安全法(平成二十一年法律第五十号)第十条第三項に規定する消費生活センターをいう。第十三条第二項及び第二十条第一項において同じ。)、教育委

員会その他の関係機関相互間の緊密な連携の下に、消費者教育の推進に関し、国との適切な役割分担を踏まえて、その地方公共団体の区域の社会的、経済的状况に応じた施策を策定し、及び実施する責務を有する。

(消費者団体の努力)

第六条 消費者団体は、基本理念にのっとり、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われる消費者教育に協力するよう努めるものとする。

(事業者及び事業者団体の努力)

第七条 事業者及び事業者団体は、事業者が商品及び役務を供給する立場において消費者の消費生活に密接に関係していることに鑑み、基本理念にのっとり、国及び地方公共団体が実施する消費者教育の推進に関する施策に協力するよう努めるとともに、消費者教育の推進のための自主的な活動に努めるものとする。

(財政上の措置等)

第八条 政府は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講じなければならない。

2 地方公共団体は、消費者教育の推進に関する施策を実施するため必要な財政上の措置その他の措置を講ずるよう努めなければならない。

第二章 基本方針等

(基本方針)

第九条 政府は、消費者教育の推進に関する基本的な方針(以下この章及び第四章において「基本方針」という。)を定めなければならない。

2 基本方針においては、次に掲げる事項を定めるものとする。

- 一 消費者教育の推進の意義及び基本的な方向に関する事項
- 二 消費者教育の推進の内容に関する事項
- 三 関連する他の消費者政策との連携に関する基本的な事項
- 四 その他消費者教育の推進に関する重要事項

3 基本方針は、消費者基本法(昭和四十三年法律第七十八号)第九条第一項に規定する消費者基本計画との調和が保たれたものでなければならない。

4 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成し、閣議の決定を求めなければならない。

5 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、基本方針の案を作成しようとするときは、あらかじめ、関係行政機関の長に協議するとともに、消費者教育推進会議及び消費者委員会の意見を聴くほか、消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講じなければならない。

6 内閣総理大臣及び文部科学大臣は、第四項の規定による閣議の決定があったときは、遅滞なく、基本方針を公表しなければならない。

7 政府は、消費生活を取り巻く環境の変化を勘案し、並びに消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を踏まえ、おおむね五年ごとに基本方針に検討を加え、必要があると認めるときは、これを変更するものとする。

8 第四項から第六項までの規定は、基本方針の変更について準用する。

(都道府県消費者教育推進計画等)

第十条 都道府県は、基本方針を踏まえ、その都道府県の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画(以下この条及び第二十条第二項第二号において「都道府県消費者教育推進計画」という。)を定めるよう努めなければならない。

2 市町村は、基本方針(都道府県消費者教育推進計画が定められているときは、基本方針及び都道府県消費者教育推進計画)を踏まえ、その市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策についての計画(以下この条及び第二十条第二項第二号において「市町村消費者教育推進計画」という。)を定めるよう努めなければならない。

3 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めようとするときは、あらかじめ、その都道府県又は市町村の区域の消費者その他の関係者の意見を反映させるために必要な措置を講ずるよう努めるものとする。この場合において、第二十条第一項の規定により消費者教育推進地域協議会を組織している都道府県及び市町村にあっては、当該消費者教育推進地域協議会の意見を聴かなければならない。

4 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表するよう努めるものとする。

5 都道府県及び市町村は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を定めた場合は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育の推進に関する施策の実施の状況についての調査、分析及び評価を行うよう努めるとともに、必要があると認めるときは、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を変更するものとする。

6 第三項及び第四項の規定は、都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の変更について準用する。

第三章 基本的施策

(学校における消費者教育の推進)

第十一条 国及び地方公共団体は、幼児、児童及び生徒の発達段階に応じて、学校（学校教育法（昭和二十二年法律第二十六号）第一条に規定する学校をいい、大学及び高等専門学校を除く。第三項において同じ。）の授業その他の教育活動において適切かつ体系的な消費者教育の機会を確保するため、必要な施策を推進しなければならない。

2 国及び地方公共団体は、教育職員に対する消費者教育に関する研修を充実するため、教育職員の職務の内容及び経験に応じ、必要な措置を講じなければならない。

3 国及び地方公共団体は、学校において実践的な消費者教育が行われるよう、その内外を問わず、消費者教育に関する知識、経験等を有する人材の活用を推進するものとする。

(大学等における消費者教育の推進)

第十二条 国及び地方公共団体は、大学等（学校教育法第一条に規定する大学及び高等専門学校並びに専修学校、各種学校その他の同条に規定する学校以外の教育施設で学校教育に類する教育を行うものをいう。以下この条及び第十六条第二項において同じ。）において消費者教育が適切に行われるようにするため、大学等に対し、学生等の消費生活における被害を防止するための啓発その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

2 国及び地方公共団体は、大学等が行う前項の取組を促進するため、関係団体の協力を得つつ、学生等に対する援

助に関する業務に従事する教職員に対し、研修の機会の確保、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

(地域における消費者教育の推進)

第十三条 国、地方公共団体及び独立行政法人国民生活センター（以下この章において「国民生活センター」という。）は、地域において高齢者、障害者等に対する消費者教育が適切に行われるようにするため、民生委員法（昭和三十二年法律第九十八号）に定める民生委員、社会福祉法（昭和三十六年法律第四十五号）に定める社会福祉主事、介護福祉士その他の高齢者、障害者等が地域において日常生活を営むために必要な支援を行う者に対し、研修の実施、情報の提供その他の必要な措置を講じなければならない。

2 国、地方公共団体及び国民生活センターは、公民館その他の社会教育施設等において消費生活センター等の収集した情報の活用による実例を通じた消費者教育が行われるよう、必要な措置を講じなければならない。

(事業者及び事業者団体による消費者教育の支援)

第十四条 事業者及び事業者団体は、消費者団体その他の関係団体との情報の交換その他の連携を通じ、消費者の消費生活に関する知識の向上が図られるよう努めるものとする。

2 事業者は、消費者からの問合せ、相談等を通じて得た消費者に有用な消費生活に関する知識を広く提供するよう努めるものとする。

3 事業者は、その従業者に対し、研修を実施し、又は事業者団体等が行う講習会を受講させること等を通じ、消費生活に関する知識及び理解を深めるよう努めるものとする。

4 事業者団体は、消費者団体その他の民間の団体が行う消費者教育の推進のための活動に対し、資金の提供その他の援助に努めるものとする。

(教材の充実等)

第十五条 国及び地方公共団体は、消費者教育に使用される教材の充実を図るとともに、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において当該教材が有効に活用されるよう、消費者教育に関連する実務経験を有する者等の意見を反映した教材の開発及びその効果的な提供に努めなければならない。

(人材の育成等)

第十六条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、消費者安全法第十一条に規定する相談員その他の消費者の利益の擁護又は増進を図るための活動を行う者に対し、消費者教育に関する専門的知識を修得するための研修の実施その他その資質の向上のために必要な措置を講じなければならない。

2 国及び地方公共団体は、大学等、研究機関、消費者団体その他の関係機関及び関係団体に対し、消費者教育を担う人材の育成及び資質の向上のための講座の開設その他の自主的な取組を行うよう促すものとする。

(調査研究等)

第十七条 国及び地方公共団体は、消費者教育に関する調査研究を行う大学、研究機関その他の関係機関及び関係団体と協力を図りつつ、諸外国の学校における総合的、体系的かつ効果的な消費者教育の内容及び方法その他の国の内外における消費者教育の内容及び方法に関し、調査研究並びにその成果の普及及び活用に努めなければならない。

(情報の収集及び提供等)

第十八条 国、地方公共団体及び国民生活センターは、学校、地域、家庭、職域その他の様々な場において行われている消費者教育に関する先進的な取組に関する情報その他の消費者教育に関する情報について、年齢、障害の有無その他の消費者の特性に配慮しつつ、これを収集し、及び提供するよう努めなければならない。

2 国は、消費生活における被害の防止を図るため、年齢、障害の有無その他の消費者の特性を勘案して、その収集した消費生活に関する情報が消費者教育の内容に的確かつ迅速に反映されるよう努めなければならない。

第四章 消費者教育推進会議等

(消費者教育推進会議)

第十九条 消費者庁に、消費者教育推進会議を置く。

2 消費者教育推進会議は、次に掲げる事務をつかさどる。

一 消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進会議の委員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 基本方針に関し、第九条第五項(同条第八項において準用する場合を含む。)に規定する事項を処理すること。

3 消費者教育推進会議の委員は、消費者、事業者及び教育関係者、消費者団体、事業者団体その他の関係団体を代表する者、学識経験を有する者並びに関係行政機関及び関係する独立行政法人(独立行政法人通則法(平成十一年法律第百三号)第二条第一項に規定する独立行政法人をいう。)の職員のうちから、内閣総理大臣が任命する。

4 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進会議の組織及び運営に関し必要な事項は、政令で定める。

(消費者教育推進地域協議会)

第二十条 都道府県及び市町村は、その都道府県又は市町村の区域における消費者教育を推進するため、消費者、消費者団体、事業者、事業者団体、教育関係者、消費生活センターその他の当該都道府県又は市町村の関係機関等をもって構成する消費者教育推進地域協議会を組織するよう努めなければならない。

2 消費者教育推進地域協議会は、次に掲げる事務を行うものとする。

一 当該都道府県又は市町村の区域における消費者教育の総合的、体系的かつ効果的な推進に関して消費者教育推進地域協議会の構成員相互の情報の交換及び調整を行うこと。

二 都道府県又は市町村が都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画を作成し、又は変更しようとする場合においては、当該都道府県消費者教育推進計画又は市町村消費者教育推進計画の作成又は変更に関して意見を述べること。

3 前二項に定めるもののほか、消費者教育推進地域協議会の組織及び運営に関し必要な事項は、消費者教育推進地域協議会が定める。

附 則 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。

(検討)

2 国は、この法律の施行後五年を目途として、この法律の施行の状況について検討を加え、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。

◎消費者教育ポータルサイト

消費者教育ポータルサイトとは

消費者教育の基盤整備として、消費者教育に関する様々な情報を提供するサイトです。
(消費者教育ポータルサイトから)

<http://www.caa.go.jp/kportal/index.php>



消費者教育ポータルサイトとは

「消費者教育ポータルサイト」は、消費者教育に関する様々な情報を提供するサイトです。

学校や社会の様々な場面で消費者教育を実施したいと考えている方や自学されている方が、教材、講座、取組の情報を検索したり、掲載したりすることができます。

<p>検索 消費者教育に関する教材、講座、取組を検索したい方はこちらから</p> <ul style="list-style-type: none">消費者教育の体系イメージマップ検索 ライフステージ（幼児期～高齢者）とジャンル（重点領域）の組み合わせから、相応しい教材、講座、取組を検索しますフリーワード検索条件絞り込みで探す「消費者教育の担い手向けナビゲーション」からの情報検索 自分の立場（あなたは？）、相手の立場（誰に？）、使う場所（どこで？）といった質問に答えていくことで、教材、講座、取組を検索します消費生活センターの規模別・機能別情報検索	<p>掲載 消費者教育に関する教材、講座、取組を掲載したい方はこちらから</p> <ul style="list-style-type: none">「教材」の登録フォーム 「教材情報の入力にあたってのご注意」「記入の手引き」を御確認の上、登録を行ってください「講座」の登録フォーム 「講座情報の入力にあたってのご注意」を御確認の上、登録を行ってください「取組」の登録フォーム 「取組情報の入力にあたってのご注意」を御確認の上、登録を行ってください <p><お知らせ> 「講座」「取組」については掲載期間が設定できます。掲載期間が決まっている講座やイベント等の告知等にも御利用ください。</p>
---	--

消費者教育の体系イメージマップ検索

ライフステージ（幼児期～高齢者）とジャンル（重点領域）の組み合わせから、相応しい教材、講座、取組を検索します。

フリーワード検索

フリーワードを入力して「検索」ボタンをクリックしてください。

「フリーワード」欄に記入された言葉が、登録された情報の下の項目に含まれている場合、検索結果一覧に表示されます。

- ※教材 ⇒ 「教材名」「概要」「キーワード」「作成者名称」
- ※講座 ⇒ 「実施団体」
- ※取組 ⇒ 「実施団体」「実施事例等」

新着情報・トピックス

<p>新着情報</p> <p>2017年8月1日 取組に追加しました。</p> <p>7月のアクセスランキング 当サイトに登録された情報（教材、講座）へのアクセスランキングをトピックス欄に提示いたしました。タブをクリックしてご覧ください。</p> <p>2017年7月10日 取組に追加しました。</p> <p>6月のアクセスランキング 当サイトに登録された情報（教材、講座）へのアクセスランキングをトピックス欄に提示いたしました。タブをクリックしてご覧ください。</p> <p>2017年6月21日 教材に追加しました。</p> <p>社会への声</p>	<p>トピックス</p> <p>西/ 140</p> <p>12のクイズを中心に高校生に身に付けてほしい基本的な知識を掲載し、目立った消費者になることを目的とした教材です。御活用いただくとともに、御意見等をお待ちしています。</p> <p>2017年6月10日 5月の当サイトの各情報へのアクセスランキングをお知らせします。</p> <p>ご覧になった教材へのご意見をお待ちしております。各教材情報のページに投稿画面への入り口ボタンがあります</p> <p>PDF:50KB</p> <p>2017年5月10日</p>
---	--

→ 消費者教育関連情報

- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">消費者教育とは消費者基本計画消費者問題の歴史 | <ul style="list-style-type: none">消費者教育の推進に関する法律消費者教育の体系イメージマップとはイラスト集 | <ul style="list-style-type: none">消費者基本法学習指導要領 |
|--|--|---|

ご意見

- ご意見メールボックス

発 行 日 平成29年12月

編集・発行 広島県環境県民局消費生活課

(広島県生活センター)

〒730-8511 広島市中区基町10-52

電 話 082-513-2730

F A X 082-223-6121

e-mail kansyouhi@pref.hiroshima.lg.jp

ホームページ <http://www.pref.hiroshima.lg.jp/life/1/4/>

リサイクル適性 

この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。