

(7) 販売購入形態

	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成 27 年度	対前年度比 (%)
店舗購入	1,754	1,828	2,094	1,965	1,991	101.3%
訪問販売	423	426	524	478	450	94.1%
通信販売	1,173	1,339	1,702	2,023	2,050	101.3%
マルチ（まがい）販売	64	63	63	82	69	84.1%
電話勧誘販売	340	461	678	525	441	84.0%
ネガティブオプション	6	5	55	25	15	60.0%
訪問購入	—	3	52	46	47	102.2%
その他無店舗	82	75	74	47	42	89.4%
不明・無関係	972	1,011	1,068	1,180	1,185	100.4%
計	4,814	5,211	6,310	6,371	6,290	98.7%

<訪問販売の商品別内訳の推移>

	平成 23 年度		平成 24 年度		平成 25 年度		平成 26 年度		平成 27 年度	
1	書籍・印刷物	58	書籍・印刷物	55	放送・コンテンツ等（他の運輸・通信）	83	放送・コンテンツ等（他の運輸・通信）	90	放送・コンテンツ等（他の運輸・通信）	116
2	家具・寝具類	31	放送・コンテンツ等（他の運輸・通信）	37	書籍・印刷物	57	書籍・印刷物	61	工事・建築（土地等）	44
3	空調・冷暖房・給湯設備	23	工事・建築（土地等）	31	工事・建築（土地等）	52	工事・建築（土地等）	54	書籍・印刷物	43
4	工事・建築・加工（戸建）	23	冠婚葬祭	29	家具・寝具類	33	家具・寝具類	23	役務その他	36
5	アクセサリ	22	家具・寝具類	23	空調・冷暖房・給湯設備	24	役務その他	17	家具・寝具類	19
6	医療用具	22	空調・冷暖房・給湯設備	22	医療用具	20	冠婚葬祭	16	医療用具	17
7	放送・コンテンツ等（他の運輸・通信）	22	健康食品	17	役務その他	17	生命保険	15	冠婚葬祭	15
8	冠婚葬祭1	21	医療用具	15	生命保険	15	医療用具	14	食器・台所用品	14
9	学習教材	15	学習教材		冠婚葬祭		修理・補修	13	空調・冷暖房・給湯設備	13
10	役務その他	12	修理・補修		食器・台所用品		健康食品	11	学習教材	12

＜電話勧誘販売の商品別内訳の推移＞

	平成２３年度		平成２４年度		平成２５年度		平成２６年度		平成２７年度	
1	預貯金・証券等	44	健康食品	89	健康食品	193	放送・コンテンツ等（他の運輸・通信）	114	放送・コンテンツ等（他の運輸・通信）	133
2	放送・コンテンツ等（他の運輸・通信）	42	ファンド型投資商品	56	放送・コンテンツ等（他の運輸・通信）	100	商品一般	67	商品一般	49
3	ファンド型投資商品	41			ファンド型投資商品	58	ファンド型投資商品	46	ファンド型投資商品	26
4	商品一般	28	預貯金・証券等	35	商品一般	46	電報・固定電話	27	電報・固定電話	22
5	健康食品	23	商品一般	33	電報・固定電話	37	融資サービス	27	健康食品	21
6	融資サービス	19	融資サービス		預貯金・証券等	22	健康食品	23	融資サービス	15
7	電報・固定電話	14	電報・固定電話	26	融資サービス	18	預貯金・証券等	22	預貯金・証券等	11
8	書籍・印刷物	10	役務その他	22	書籍・印刷物	15	老人福祉・サービス	11	老人福祉・サービス	10
9	魚介類	9	魚介類	11	他の教養娯楽サービス	14	飲料		戸建住宅	9
10	集合住宅		学習教材	10	魚介類	13	生命保険	10	家事サービス	8
	役務その他									

＜通信販売の商品別内訳＞

	平成２７年度	
1	放送・コンテンツ等（他の運輸・通信）	1,202
2	健康食品	90
3	商品一般	78
4	役務その他	56
5	紳士・婦人洋服	32
6	融資サービス	30
7	履物	28
8	化粧品	27
9	パソコン・パソコン関連用品	25
10	音響・映像製品	25

ア. 訪問販売

訪問販売に係る相談は450件で、そのうち219件(48,7%)を60歳以上が占めている。光回線の契約やインターネットのプロバイダ契約などに関する「放送・コンテンツ等(他の運輸・通信)」が116件、次いで住宅のリフォーム等に関する相談などの「工事・建築(土地等)」が44件と多かった。

イ. 通信販売

通信販売に係る相談は2,050件で、販売購入形態の中でトップとなった。この通信販売で一番多い相談は「放送・コンテンツ等(他の運輸・通信)」が1,202件で、携帯電話やパソコンのサイトを閲覧中に、勝手に有料サイトへ誘導され、登録料を請求されるというものが多かった。次いで多いのが「健康食品」の90件で、健康食品を注文したらいつのまにか定期購読になっていたなどの相談の相談が多かった。

ウ. 電話勧誘販売

電話勧誘販売に係る相談は441件で、最も多かったものが「放送・コンテンツ等(他の運輸・通信)」の133件で、今より安くなると説明をうけプロバイダ契約をしたが、話が違うので解約したら解約料を請求されたといった内容が多かった。次いで「商品一般」の49件でパンフレットが届いたら買い取りたいといった劇場型投資勧誘、次が「ファンド型投資商品」26件といった内容であった。

エ. マルチ(まがい)販売

マルチ(まがい)販売に係る相談の多くは、健康食品や化粧品などの商品で高収入が得られるなどのセールストークで、友人、知人から勧誘される事例などがあつた。

内容別分類件数 商品別分類件数		内 容 別 相 談 件 数															
		受 付 件 数	う ち 苦 情 件 数	安 全 ・ 衛 生	品 質 ・ 機 能	法 規 ・ 基 準	価 格 ・ 料 金	計 量 ・ 量 目	表 示 ・ 広 告	販 売 方 法	契 約 ・ 解 約	接 客 対 応	包 装 ・ 容 器	施 設 ・ 設 備	買 物 相 談	生 活 知 識	そ の 他
商品一般		306	280	1	2	9	16	0	14	124	222	20	0	1	1	0	2
食 料 品	食料品一般	11	8	4	1	0	0	1	1	1	5	1	0	0	0	0	0
	穀類	11	10	2	4	1	2	0	1	1	4	2	0	0	0	0	0
	魚介類	16	14	1	1	0	2	1	3	6	10	2	0	0	0	0	0
	肉類	9	8	3	4	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0
	乳卵類	3	3	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0
	野菜・海草	19	16	6	6	1	1	0	3	3	6	2	0	0	0	1	1
	油脂・調味料	8	7	0	2	0	0	0	0	4	7	0	0	0	0	0	0
	果物	15	15	0	3	1	3	0	2	8	7	3	0	0	0	0	0
	菓子類	13	10	4	3	0	0	0	4	2	8	3	0	0	0	0	0
	飲料	31	28	4	5	1	5	1	4	7	16	4	1	0	1	0	0
	酒類	7	6	3	3	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0
	調理食品	16	16	8	9	0	1	0	3	0	5	7	0	0	0	0	0
	健康食品	143	139	10	11	1	12	0	13	74	127	8	0	0	0	0	0
	食料品その他	7	5	0	3	0	1	0	0	2	2	0	0	0	0	1	1
計		309	285	45	55	5	27	3	34	109	205	33	1	0	1	2	2
住 居 品	住居品一般	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	食生活機器	34	28	4	7	1	7	0	4	5	22	7	0	1	0	1	0
	食器・台所用品	40	39	1	8	0	8	1	2	22	29	4	0	0	0	0	0
	洗濯・裁縫用具	17	16	4	7	0	5	0	1	3	10	3	0	0	0	0	0
	掃除用具	6	6	0	2	0	0	0	1	2	6	0	0	0	0	0	0
	洗浄剤等	3	2	1	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	空調・冷暖房機器	26	19	6	12	1	1	0	2	2	12	5	0	0	0	0	0
	家具・寝具	58	54	5	11	1	11	0	1	22	51	11	0	0	0	0	0
	室内装備品	6	6	0	1	0	1	0	0	2	6	1	0	0	0	0	0
	照明器具	9	9	0	2	0	2	0	0	2	8	2	0	0	0	0	0
	他の住居品	28	22	0	3	1	2	0	1	11	19	0	0	0	0	0	1
計		228	201	21	55	5	37	1	12	71	164	33	0	1	0	1	1
光 熱 水 品	他の光熱水品	14	11	0	0	0	1	0	0	1	2	1	0	0	0	0	0
	電気	16	15	0	0	0	5	0	0	4	8	3	0	0	0	0	0
	ガス	13	11	0	0	1	10	0	0	0	9	3	0	0	0	0	0
	石油	3	3	1	1	2	5	1	2	3	3	3	0	2	0	0	1
	水道	2	2	0	1	0	3	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
計		48	42	1	2	3	24	1	2	8	23	10	0	3	0	0	1
被 服 品	被服品一般	11	10	0	1	0	0	0	0	8	5	0	0	0	0	0	0
	和服	22	20	0	1	0	3	0	1	4	16	3	0	0	0	0	0
	洋服一般	4	4	0	0	0	0	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0
	紳士洋服・婦人服	51	49	0	8	0	3	0	4	18	42	9	0	0	0	0	0
	子供洋服	3	3	0	0	0	0	0	0	1	2	3	0	0	0	0	0
	洋装下着	7	7	0	2	0	0	0	1	0	5	0	0	0	0	0	0
	履物	37	37	1	10	0	2	0	0	14	31	3	0	0	0	0	0
	かばん	27	27	0	7	0	5	0	1	10	26	5	0	0	0	0	0
	アクセサリー	28	26	0	3	1	2	0	0	11	21	1	0	0	0	0	1
	他の身の回り品	27	27	0	1	0	3	0	5	16	26	4	0	0	0	0	0
他 の 被 服 品		2	2	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0
計		219	212	1	33	1	18	0	12	85	177	29	0	0	0	0	1
保 健 衛 生 品	医薬品	13	12	3	3	0	0	0	1	3	8	2	0	0	0	0	0
	医療用具	54	51	0	6	2	17	0	0	26	35	4	0	0	0	0	0
	化粧品	48	47	4	6	3	7	0	8	15	38	4	0	0	0	0	0
	理美容器具・用品	16	16	0	1	0	3	0	2	9	15	2	0	0	0	0	0
	他の保健衛生品	14	10	1	2	1	1	0	1	3	8	2	0	0	1	0	0
計		145	136	8	18	6	28	0	12	56	104	14	0	0	1	0	0

教養 娯楽品	文具・事務用品	12	11	0	3	0	2	0	2	5	8	1	0	0	0	0	0
	パソコン・パソコン関連用品	68	63	1	4	1	9	0	1	21	57	11	0	0	1	0	0
	電話機・電話機用品	92	89	2	13	0	15	0	2	20	71	19	0	0	1	0	0
	学習教材	20	20	0	0	0	6	0	1	8	16	2	0	0	0	0	0
	書籍・印刷物	71	67	0	0	1	3	0	0	31	55	8	0	0	0	0	1
	音響・映像製品	54	51	0	13	1	10	0	2	19	38	6	0	0	0	0	1
	スポーツ用品	19	17	1	3	0	6	0	2	4	16	4	0	0	0	0	0
	カメラ類	4	4	0	2	0	0	0	0	1	3	1	0	0	0	0	0
	時計	23	22	0	10	1	3	0	0	3	20	3	0	0	0	0	0
	他の光学機器	2	2	0	2	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0
	玩具・遊具	18	17	0	2	0	0	0	1	7	14	3	0	0	0	1	0
	楽器	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	他の教養娯楽品	47	42	4	9	1	11	0	3	11	31	4	1	1	0	0	1
計		431	405	8	61	5	65	0	14	131	332	62	1	1	2	1	3
車両・ 乗り物	車両・乗り物一般	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	自動車	137	132	5	36	2	15	0	10	25	113	22	0	0	0	0	0
	自動車用品	20	19	0	2	0	3	0	4	9	16	7	0	0	0	0	0
	自転車・用品	10	10	0	3	0	0	0	0	0	9	1	0	0	0	0	0
	運搬用具	4	4	1	1	0	0	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0
	他の乗り物	2	2	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
	計	173	167	6	42	2	19	0	14	36	143	30	0	0	0	0	0
土地・ 建物・ 設備	土地	19	15	0	0	2	2	0	0	2	14	4	0	0	0	0	1
	集合住宅	26	24	0	6	0	5	0	0	9	18	7	0	0	0	0	0
	戸建住宅	18	15	2	6	3	2	0	0	0	12	4	0	0	0	0	0
	住宅構成材	4	3	0	1	0	2	0	1	0	3	0	0	0	0	0	0
	空調・冷暖房・給湯設備	35	32	0	7	1	9	0	0	10	26	5	0	0	0	0	0
	衛生設備	9	9	2	6	0	2	0	0	1	6	1	0	0	0	0	0
	屋外装備品	19	16	2	1	1	5	0	0	3	15	3	0	0	0	0	1
	他の住宅設備	13	13	0	4	0	1	0	1	3	9	2	0	1	0	0	0
計		143	127	6	31	7	28	0	2	28	103	26	0	1	0	0	2
他の商品		6	6	0	1	0	2	0	0	2	3	1	0	0	0	0	0
商品計		2008	1861	97	300	43	264	5	116	650	1476	258	2	7	5	4	12

内容別分類件数 商品別分類件数		受 付		内 容 別 相 談 件 数													
		受付件数	うち苦情件数	安全・衛生	品質・機能	法規・基準	価格・料金	計量・量目	表示・広告	販売方法	契約・解約	接客対応	包装・容器	施設・設備	買物相談	生活知識	その他
クリーニング	クリーニング（商品一般）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	クリーニング（住居品）	6	6	0	2	0	1	0	0	2	6	1	0	0	0	0	0
	クリーニング（被服品）	24	24	0	14	1	3	0	0	2	17	10	0	0	0	0	0
	（うち洋服）	22	22	0	13	1	3	0	0	2	16	9	0	0	0	0	0
計		30	30	0	16	1	4	0	0	4	23	11	0	0	0	0	0
レンタル・リース	レンタル・リース（商品一般）	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	レンタル・リース（住居品）	5	4	0	0	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	0
	レンタル・リース（光熱水品）	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	レンタル・リース（被服品）	4	4	0	0	1	2	0	0	0	4	1	0	0	0	0	0
	レンタル・リース（教養娯楽品）	14	13	0	0	1	4	0	0	1	12	1	0	0	0	0	0
	レンタル・リース（車両等）	10	10	0	2	1	5	0	0	0	6	6	0	0	0	0	0
	レンタル・リース（土地等）	312	299	14	24	5	63	0	2	32	285	57	0	1	0	0	1
	（うち土地）	10	8	0	0	0	3	0	0	0	9	3	0	0	0	0	0
	（うち集合住宅）	250	241	13	24	5	51	0	2	24	226	47	0	1	0	0	1
	（うち戸建住宅）	52	50	1	0	0	9	0	0	8	50	7	0	0	0	0	0
上記以外の商品	12	8	0	0	1	2	0	0	0	11	1	0	0	0	0	0	
計		359	339	14	26	9	76	0	2	33	325	66	0	1	0	0	1
工事・建築	工事・建築・加工（土地等）	170	160	4	38	3	36	0	3	39	123	32	0	0	1	0	0
	（うち集合住宅）	10	9	0	0	0	5	0	0	2	5	5	0	0	0	0	0
	（うち戸建住宅）	158	149	3	36	3	31	0	3	37	115	26	0	0	1	0	0
	上記以外の商品	30	26	0	5	1	6	0	0	4	19	3	0	0	1	2	0
計		200	186	4	43	4	42	0	3	43	142	35	0	0	2	2	0
修理・補修	修理・補修（住宅品）	11	11	0	2	0	2	0	0	4	7	4	0	0	0	0	0
	修理・補修（被服品）	2	2	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0
	修理・補修（教養娯楽品）	3	3	0	1	0	0	0	0	1	3	1	0	0	0	0	0
	修理・補修（車両乗り物）	13	12	0	4	0	4	0	0	2	10	0	0	0	0	0	0
	修理・補修（土地、建物、設備）	24	23	0	9	0	10	0	1	3	18	3	0	0	0	0	0
計		53	51	0	17	0	16	0	2	10	39	9	0	0	0	0	0
管理・保管	管理・保管（自動車）	4	3	0	1	0	1	0	2	0	1	1	0	0	0	0	0
	管理・保管（自転車・用品）	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	管理・保管（集合住宅）	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	管理・保管（戸建住宅）	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
計		7	6	0	1	0	3	0	2	0	1	2	0	0	0	0	0
役務一般		11	10	0	0	0	0	0	0	5	11	0	0	0	0	0	0
金融・保険サービス	金融・保険一般	6	6	0	0	0	0	0	0	1	3	4	0	0	0	0	0
	生命保険	44	40	0	1	2	8	0	0	11	38	15	0	0	0	0	0
	損害保険	37	32	1	1	2	10	0	2	5	28	9	0	0	0	0	0
	その他の保険	13	13	0	0	1	2	0	1	1	11	3	0	0	0	0	0
	預貯金・証券等	43	42	0	0	1	7	0	2	15	32	5	0	0	0	0	0
	デリバティブ取引	16	16	0	0	1	0	0	0	8	12	1	0	0	0	0	0
	ファンド型投資商品	50	49	0	0	0	1	0	0	32	33	0	0	0	0	0	0
	融資サービス	399	366	0	0	17	40	0	6	48	382	17	0	0	0	0	2
	他の金融関連サービス	36	30	0	0	1	5	0	0	1	31	1	0	0	0	0	1
計		644	594	1	2	25	73	0	11	122	570	55	0	0	0	0	3

運輸・通信サービス	運輸・運送サービス一般	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	旅客運送サービス	27	26	0	0	0	1	0	1	11	20	14	0	0	0	0	0	0
	郵便・貨物運送サービス	21	20	0	5	2	1	0	0	2	13	7	0	0	0	0	0	1
	放送・通信サービス一般	6	6	0	0	0	2	0	0	3	6	1	0	0	0	0	0	0
	電報・固定電話	43	40	1	2	1	5	0	1	14	33	9	0	0	0	0	0	0
	移動通信サービス	99	96	0	9	3	33	0	0	20	81	29	0	0	0	0	0	2
	放送・コンテンツ等	1314	1309	1	4	13	206	0	33	678	1226	44	0	0	0	0	0	0
	インターネット通信サービス	269	265	0	7	1	53	0	1	122	232	37	0	0	0	0	0	0
計		1780	1763	2	27	20	302	0	36	850	1611	141	0	0	0	0	0	3
教育サービス	学校教育	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
	補習教育	21	21	0	0	0	5	0	0	4	19	6	0	0	0	0	0	0
	他の教育	2	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
	計	25	25	0	0	0	5	0	0	4	23	6	0	0	0	0	0	0
教養・娯楽	教養・娯楽一般	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	旅行代理業	18	16	0	2	0	5	0	0	5	18	5	0	0	0	0	0	0
	宿泊施設	7	7	0	0	0	3	0	0	3	7	0	0	0	0	0	0	0
	教室・講座	50	47	0	1	0	15	0	3	8	47	8	0	0	0	0	0	0
	観覧・鑑賞	14	14	0	0	0	2	0	1	6	12	0	0	0	0	0	0	0
	各種会員権	3	3	0	0	0	0	0	0	0	3	2	0	0	0	0	0	0
	他の教養・娯楽	38	36	1	3	6	8	0	2	7	21	7	0	0	0	0	0	0
	計	131	124	1	6	6	33	0	6	29	109	22	0	0	0	0	0	0
保健・福祉サービス	保健・福祉一般	3	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
	医療	86	81	13	18	3	20	0	0	10	59	21	0	0	0	0	0	0
	理美容	79	76	15	16	5	11	0	0	20	65	14	0	0	0	0	0	0
	浴場	2	2	0	0	0	1	0	1	1	2	1	0	0	0	0	0	0
	衛生サービス	10	5	0	1	0	2	0	1	3	7	0	0	0	0	1	2	0
	保育	2	2	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
	老人福祉・サービス	23	20	1	2	0	0	0	0	10	11	3	1	1	1	1	0	1
	他の保健・福祉	25	14	0	1	4	1	0	0	1	13	7	0	0	0	0	1	2
計		230	202	29	38	12	36	0	2	46	160	46	1	1	2	3	4	4
他の役務	外食・食事宅配	14	12	2	1	1	2	0	1	2	5	8	0	0	0	0	0	0
	冠婚葬祭	60	60	1	1	4	16	0	0	6	52	6	0	0	0	0	0	0
	家事サービス	21	19	0	1	0	4	0	0	9	16	4	0	0	0	0	0	0
	役務その他	205	177	0	3	7	41	0	9	61	159	23	0	0	3	0	0	1
計		300	268	3	6	12	63	0	10	78	232	41	0	0	3	0	0	1
職・副業内	内職・副業一般	3	3	0	0	0	0	0	0	2	3	0	0	0	0	0	0	0
	内職・副業	17	17	0	1	0	1	0	1	13	14	0	0	0	0	0	0	0
	無限連鎖溝	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
計		21	21	0	1	1	2	0	1	16	18	0	0	0	0	0	0	0
他の行政サービス		56	35	0	0	11	2	0	0	5	23	13	0	0	1	0	0	8
役務計		3847	3654	54	183	101	657	0	75	1245	3287	447	1	2	8	5	20	20
他の相談	消費者運動	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	家庭管理	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	健康管理	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	相隣関係	26	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	慣習・しきたり	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	婚姻	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	相続	7	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	相談その他	381	229	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
計		435	242	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
総件数		6290	5757	151	483	144	921	5	191	1895	4763	705	3	9	13	9	32	32

参 考 資 料

熊本市消費生活条例

第1章 総則

(目的)

第1条 この条例は、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鑑み、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、市及び事業者の責務並びに事業者団体、消費者及び消費者団体の役割を明らかにするとともに、市が実施する施策等について必要な事項を定めることにより、市民の消費生活の安定及び向上を図ることを目的とする。

(基本理念)

第2条 消費者の利益の擁護及び増進に関する市の施策（以下「消費者施策」という。）の推進は、市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、次に掲げる消費者の権利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。

- (1) 消費生活における安全が確保される権利
- (2) 消費生活において、商品又は役務を適正に使用し、又は利用するための表示等により消費者の自主的かつ合理的な選択の機会が確保される権利
- (3) 消費生活に関する必要な情報が提供される権利
- (4) 消費生活に関する教育の機会が提供される権利
- (5) 消費者の意見が消費者施策に反映される権利
- (6) 消費生活において、消費者に被害が生じた場合に適切かつ迅速に救済される権利

2 消費者施策の推進は、消費者の年齢その他の特性に配慮して行われなければならない。

3 消費者施策の推進は、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 消費者施策の推進は、環境の保全に配慮して行われなければならない。

(定義)

第3条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、それぞれ当該各号に定めるところによる。

- (1) 消費者 事業者が供給する商品又は役務を使用し、又は利用して生活する者をいう。
- (2) 事業者 商品又は役務の供給に関して商業、工業、サービス業その他の事業を行う者をいう。
- (3) 消費者団体 消費者の権利の擁護又は利益の擁護及び増進のため消費者により組織さ

れた団体をいう。

(4) 事業者団体 事業者の共通の利益の増進のため事業者により組織された団体をいう。

(5) 商品 消費者が消費生活を営む上で使用する物をいう。

(6) 役務 消費者が消費生活を営む上で使用し、又は利用するもののうち、商品以外のものをいう。

(市の責務)

第4条 市は、第2条に規定する基本理念（以下「基本理念」という。）にのっとり、市民の消費生活の安定及び向上を確保するため、本市における社会的及び経済的状况に応じた消費者施策を推進する責務を有する。

2 市は、消費者の自立の支援に当たっては、消費者が健全な消費生活を営むことができるよう情報提供を行うとともに、消費生活に関し、必要な啓発活動及び教育の推進に努めるものとする。

(事業者の責務)

第5条 事業者は、基本理念に鑑み、その供給する商品又は役務について、次に掲げる責務を有する。

(1) 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。

(2) 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。

(3) 消費者との取引に際して、消費者の年齢、知識、経験、判断能力及び財産の状況等に配慮すること。

(4) 消費者との間に生じた苦情を適切かつ迅速に処理するとともに、これに必要な体制の整備に努めること。

(5) 市が実施する消費者施策に協力すること。

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。

(事業者団体の役割)

第6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。

(消費者の役割)

第7条 消費者は、自ら進んで、その消費生活に関して、必要な情報を収集し、必要な知識を修得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、環境の保全及び著作権その他の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。

(消費者団体の役割)

第8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。

(相互理解等)

第9条 市、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体は、この条例の目的を達成するため、それぞれの責務又は役割を相互に理解し、尊重し、及び協力するよう努めるものとする。

(消費者行政推進計画)

第10条 市長は、消費者施策を総合的かつ計画的に推進するため、消費者行政推進計画を策定するものとする。

2 市長は、前項の消費者行政推進計画を策定するときは、事業者、事業者団体、消費者及び消費者団体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。

第2章 消費者の安全確保

(安全の確保)

第11条 事業者は、消費者の消費生活における安全の確保のため、その供給する商品又は役務に関し、法令及び熊本県消費生活条例（昭和52年熊本県条例第51号。以下「県条例」という。）に定めのあるもののほか、消費者に対する必要な情報の提供その他の被害の発生又は拡大を防止するために必要な措置を講ずるよう努めなければならない。

(不当な取引行為の防止)

第12条 事業者は、消費者との間で行う取引に関し、法令並びに県条例及びこれに基づく規則（以下「関係法令等」という。）に定めのある事項を遵守するほか、消費者の意思を尊重し、次に掲げる行為を行わないよう努めなければならない。

- (1) 消費者が住居等への貼り紙等によりあらかじめ勧誘を拒絶する旨の意思を表示しているにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。
- (2) 消費者が電話機等の通信機器への事業者からの着信に対し、当該機器に附属する録音その他の機能を利用して、勧誘を拒絶する旨の意思を表示したにもかかわらず、契約の締結を勧誘し、又は契約を締結させること。

2 市長は、消費者からの申出等により、事業者と消費者との間で行われる取引に関する行為が前項各号に掲げる行為のいずれかに該当し、又は該当するおそれがあると認めるときは、当該事業者に対し、当該行為について、説明又は資料の提出を求め、必要な調査を行うものとする。

(実態調査)

第13条 前条第2項に定めるもののほか、市長は、事業者と消費者との間で行われる取引に関する行為について、消費者に被害が発生し、又は発生するおそれがあると認めるときは、必要に応じ、その実態等について情報の収集その他の調査を行うものとする。

2 市長は、前項の調査の実施に当たっては、必要に応じ、熊本県知事に対し協力を求め、連

携を図るものとする。

(指導)

第14条 市長は、第12条第2項又は前条第1項の調査を行った場合において、事業者が消費者の利益を侵害し、又は侵害しているおそれがあると認めるときは、当該事業者に対し、消費者の保護に関し、必要な指導をすることができる。

(情報提供)

第15条 市は、消費者の被害の発生及び拡大の防止のために必要があると認めるときは、事業者を特定する情報を除き、商品及び役務の取引方法及び内容に関する情報を市民に提供することができる。

2 市は、国及び熊本県が公表した、消費者に被害が発生し、又は発生するおそれがある商品及び役務の取引方法及び内容に関する情報を速やかに消費者に周知するよう努めるものとする。

第3章 消費者の自立支援

(啓発活動の推進)

第16条 市は、消費者の消費生活における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の消費者に対する啓発活動を推進するものとする。

(消費生活に関する教育の推進)

第17条 市は、消費者が消費生活において自主的かつ合理的に行動ができるようにするため、消費生活に関する教育を充実する等必要な施策を推進するものとする。

(消費者団体の活動の促進)

第18条 市は、市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消費者施策を講ずるものとする。

(消費者意見の反映)

第19条 市は、消費生活に関する消費者の意見を把握し、消費者施策に反映させるよう努めるものとする。

第4章 苦情の処理等

(苦情の処理)

第20条 市長は、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、苦情の処理に必要な助言、あっせん等の措置を講ずるよう努めるものとする。

2 市長は、前項に規定する措置を講ずるために必要があると認めるときは、当該苦情に係る事業者その他の関係者に資料の提出又は説明を求めることができる。

(専門的な人材の確保等)

第21条 市は、前条第1項に規定する措置を講ずるため、専門的知識及び経験を有する人材の確保及び資質の向上等に努めるものとする。

(多重債務問題改善への取組)

第22条 市は、多重債務(金銭の借受け等に起因する社会的経済的生活に著しい支障が生じる程度の重疊的又は累積的な債務をいう。以下同じ。)に係る問題の改善のため、多重債務を有する者が相談又は助言その他の支援を受けることができるよう必要な施策の推進に努めるものとする。

第5章 雑則

(委任)

第23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、市長が別に定める。

附 則

この条例は、平成24年6月1日から施行する。

熊本市消費者センター条例

(趣旨)

第1条 この条例は、消費者安全法（平成21年法律第50号。以下「法」という。）第10条第2項の機関として消費者センター（以下「センター」という。）を設置するとともに、法第10条の2第1項の規定に基づきセンターの組織及び運営等に関する事項について定めるものとする。

(名称等)

第2条 センターの名称、位置及び所管区域は、次のとおりとする。

名称	熊本市消費者センター
位置	熊本市中央区花畑町9番1号
所管区域	本市の区域

(消費生活相談の事務を行う日及び時間)

第3条 センターにおいて法第10条の3第2項に規定する消費生活相談（以下「消費生活相談」という。）の事務を行う日及び時間は、月曜日から金曜日（熊本市の休日及び期限の特例を定める条例（平成元年条例第32号）第1条第1項第2号及び第3号に規定する日を除く。）の午前9時から午後5時までとする。ただし、市長は、必要があると認めるときは、これを変更することができる。

(職員)

第4条 センターに所長及びその他必要な職員を置く。

(消費生活相談員の配置)

第5条 センターには、法第10条の3第1項に規定する消費生活相談員資格試験に合格した者（不当景品類及び不当表示防止法等の一部を改正する等の法律（平成26年法律第71号）附則第3条の規定により合格した者とみなされた者を含む。）を消費生活相談員として置くものとする。

(消費生活相談員の人材及び処遇の確保)

第6条 市長は、消費生活相談員の専門性に鑑み、その適切な人材及び処遇の確保に必要な措置を講ずるものとする。

(研修)

第7条 市長は、センターにおいて法第8条第2項各号に掲げる事務に従事する職員に対し、その資質向上のための研修の機会を確保するものとする。

(情報の安全管理)

第8条 市長は、法第8条第2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ずるものとする。

(委任)

第9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

この条例は、平成28年4月1日から施行する。

消費者基本法

(昭和 43 年法律第 78 号)

(改正：平成 24 年法律第 60 号)

第 1 章 総 則

(目 的)

第 1 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、もっ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 2 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 3 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 4 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、経済的状況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5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6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7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8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9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 10 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。

第 2 章 基本的施策

(安全の確保)

第 11 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 12 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 13 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 14 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うものとする。

(広告その他の表示の適正化等)

第 15 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