

# 堺市立消費生活センター

## 堺市消費者基本計画と訪問販売お断りシール

大阪都心のミナミから電車で約15分。堺市立消費生活センターは、堺市中心街の堺東駅前にある。政令指定都市である堺市が、消費者行政の基軸となる堺市消費者基本計画（以下、基本計画）を策定したのは平成23年。現在、第2期目に入り、消費者施策を推進している。ここでは取引の適正化、消費者啓発や消費者教育の推進など、7つの重要施策を掲げている。

基本計画の中で注目したいのは、指標を設定している点だ。例えば、指標項目として「訪問販売を望まない消費者のうち、訪問販売お断りシールを貼っている人の割合」について、目標値（32年度）は50%に対し、現状値（26年度）は8%——という具合である。そのうえで、社会情勢の変化や基本計画の進捗状況に応じて必要な見直しを行っている。

同センター所長の松尾敏之さん  
は言う。「当センターに寄せられる60歳代、70歳以上の相談件数は、全体に占める割合が合わせて約37%になっています。インターネット ネット関連 サービスをはじめ、新聞の景品付き長期購読契約やリフォーム勧誘、実体不

明の投資など、高齢者のトラブルは多くなっています。そのため堺市では、『訪問販売お断りシール』を平成22年4月に全戸配布し、現在では主に啓発活動時や転入者への配布を行っています。27年度にシールを増刷した際、『堺市消費生活条例違反となります』という文言を入れました。このシールのもつ意味を市民の方々に理解していただき、消費者トラブルを未然防止するためでした。ただ、まだまだ目標には届いていませんので、普及啓発に力を入れていきます」

指標（基本計画）には他に「消費生活センターの役割を知っている人の割合」や「あつせんの解決率」などの項目があり、同センターホームページ※で公表されている。

「計画を立てたからには、実効性を確保しなければなりません。そのために目標をどれだけにするのか、それに向かってどうやるのか、そしてその結果がどうだったかを知らない」と、現状把握できません。そうした流れの中でこれからもやっていきます。課題はたくさんありますが、川柳事業をはじめ、センターの認知度をアップさせて消費者被害を減らしていきたいと思

※ <http://www.city.sakai.lg.jp/shisei/gyosei/shishin/syohi/dai2kikeikaku.html>

悪質な訪問販売による被害を少しでも防ぐための「訪問販売お断りシール」です。

**① 悪質な訪問販売 お断り!**

堺市立消費生活センター  
大阪府警察

※このシールを貼っている消費者の家を訪ねし勧誘を行う行為は、堺市消費生活条例違反となります。

(活用方法は裏面を参照してください。)

**② 悪質電話勧誘対処法**

1. 「いいません」とはっきり断り、話の途中で電話を切りましょう
2. 何回かかってもすぐに電話を切りましょう

商品・サービスの契約トラブルなど消費生活に関するご相談は  
堺市立消費生活センター  
☎072-221-7146  
受付：9:00～17:00  
(土・日・祝祭日・年末年始除く)  
大阪府警警本部消費生活課110番  
☎06-6941-4592

堺市立消費生活センター 電話 072-221-7146 (相談専用) FAX 072-221-2796

このシールの活用方法

「悪質な」訪問販売の勧誘を断る場合は①のシールを、すべての訪問販売を断る場合は②のシールを玄関やインターホン付近に貼ってください。③は室内に貼ってください。このシールを貼ることで、「悪質な」訪問販売を断っていることとなります。それでも勧誘があった場合、口頭では「いいません」と断ってください。

堺市消費生活条例では、「拒絶している者への勧誘行為」を「不当な取引行為」として禁止しています。このシールを貼っている消費者の家を訪ねし勧誘を行う行為は、「不当な取引行為」に当たり、条例違反として罰金・勒令等の対象となります。

堺市消費生活センターでは、「拒絶している者への勧誘行為」を「不当な取引行為」として禁止しています。このシールを貼っている消費者の家を訪ねし勧誘を行う行為は、「不当な取引行為」に当たり、条例違反として罰金・勒令等の対象となります。

ホームページで最新の消費生活情報をご覧になれます

堺市消費生活 検索

市民を巻き込んだユニークな啓発事業

市民にセンターの存在を知ってもらいたい、そんな思いから始まった取り組みがある。それは「お買物・くらしの川柳」だ。担当主査の神前和正さんはこう話す。「暮

らしの中で消費者トラブルに遭ったとか、遭いそうになったことをテーマに、市民から川柳を公募します。集まった作品は市民投票で最優秀賞・優秀賞・佳作とが選ばれます。冬(年明け)ごろに市内の商業施設を利用して表彰式をします。昨年度から行った初めての事業でしたが、1384件もの応募があり、市民の反応はなかなか良かったと思います」

優秀な作品を選考する際、市民に投票してもらう方法により、消費者トラブルを知ってもらうきっかけをつくり、選ばれた作品をさらに啓発活動に活用する仕組みだ。応募から選者まで市民主体のユニークな取り組みである——。

「ハッキリと ことわる勇氣 財守る」(28年度最優秀賞)

同市の消費者行政について松尾さんの思いを伺った。

「計画を立てたからには、実効性を確保しなければなりません。そのために目標をどれだけにするのか、それに向かってどうやるのか、そしてその結果がどうだったかを知らない」と、現状把握できません。そうした流れの中でこれからもやっていきます。課題はたくさんありますが、川柳事業をはじめ、センターの認知度をアップさせて消費者被害を減らしていきたいと思

(取材・原田修身)